

TE Bvwg Erkenntnis 2023/9/13 W148 2246367-1

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 13.09.2023

Entscheidungsdatum

13.09.2023

Norm

AMD-G §2 Z27

AMD-G §2 Z30

AMD-G §29 Abs1

AMD-G §37 Abs1 Z2

AMD-G §37 Abs4

AMD-G §38 Abs1

AMD-G §38 Abs2

AMD-G §38 Abs3

AMD-G §60

AMD-G §61 Abs1

AMD-G §62

B-VG Art133 Abs4

KOG §2 Abs1 Z7

KOG §36

VwGVG §24 Abs1

VwGVG §28 Abs1

VwGVG §28 Abs2

1. AMD-G § 2 heute
 2. AMD-G § 2 gültig ab 01.11.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 190/2021
 3. AMD-G § 2 gültig von 01.01.2021 bis 31.10.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 4. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2015 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
 5. AMD-G § 2 gültig von 01.01.2014 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 84/2013
 6. AMD-G § 2 gültig von 28.03.2012 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2012
 7. AMD-G § 2 gültig von 01.10.2010 bis 27.03.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 8. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2007 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2007
 9. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2004 bis 31.07.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
 10. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2001 bis 31.07.2004
-
1. AMD-G § 2 heute
 2. AMD-G § 2 gültig ab 01.11.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 190/2021

3. AMD-G § 2 gültig von 01.01.2021 bis 31.10.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 4. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2015 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
 5. AMD-G § 2 gültig von 01.01.2014 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 84/2013
 6. AMD-G § 2 gültig von 28.03.2012 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2012
 7. AMD-G § 2 gültig von 01.10.2010 bis 27.03.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 8. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2007 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2007
 9. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2004 bis 31.07.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
 10. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2001 bis 31.07.2004
1. AMD-G § 29 heute
 2. AMD-G § 29 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 3. AMD-G § 29 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 37 heute
 2. AMD-G § 37 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 3. AMD-G § 37 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 37 heute
 2. AMD-G § 37 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 3. AMD-G § 37 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 38 heute
 2. AMD-G § 38 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 3. AMD-G § 38 gültig von 28.03.2012 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2012
 4. AMD-G § 38 gültig von 01.10.2010 bis 27.03.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 5. AMD-G § 38 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 38 heute
 2. AMD-G § 38 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 3. AMD-G § 38 gültig von 28.03.2012 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2012
 4. AMD-G § 38 gültig von 01.10.2010 bis 27.03.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 5. AMD-G § 38 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 38 heute
 2. AMD-G § 38 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 3. AMD-G § 38 gültig von 28.03.2012 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2012
 4. AMD-G § 38 gültig von 01.10.2010 bis 27.03.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 5. AMD-G § 38 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 60 heute
 2. AMD-G § 60 gültig ab 01.05.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 20/2026
 3. AMD-G § 60 gültig von 01.01.2021 bis 30.04.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 4. AMD-G § 60 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 5. AMD-G § 60 gültig von 01.08.2001 bis 30.09.2010
1. AMD-G § 61 heute
 2. AMD-G § 61 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 3. AMD-G § 61 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 4. AMD-G § 61 gültig von 01.08.2004 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
 5. AMD-G § 61 gültig von 01.08.2001 bis 31.07.2004
1. AMD-G § 62 heute
 2. AMD-G § 62 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 3. AMD-G § 62 gültig von 01.08.2004 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
 4. AMD-G § 62 gültig von 01.08.2001 bis 31.07.2004
1. B-VG Art. 133 heute
 2. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2019 bis 24.05.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017

3. B-VG Art. 133 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 22/2018
4. B-VG Art. 133 gültig von 25.05.2018 bis 31.12.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 22/2018
5. B-VG Art. 133 gültig von 01.08.2014 bis 24.05.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 164/2013
6. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2014 bis 31.07.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 51/2012
7. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2004 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 100/2003
8. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.1975 bis 31.12.2003 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 444/1974
9. B-VG Art. 133 gültig von 25.12.1946 bis 31.12.1974 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 211/1946
10. B-VG Art. 133 gültig von 19.12.1945 bis 24.12.1946 zuletzt geändert durch StGBI. Nr. 4/1945
11. B-VG Art. 133 gültig von 03.01.1930 bis 30.06.1934

1. KOG § 2 heute
2. KOG § 2 gültig von 01.05.2026 bis 30.04.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 20/2026
3. KOG § 2 gültig ab 01.05.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 21/2026
4. KOG § 2 gültig von 01.07.2024 bis 30.04.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 90/2024
5. KOG § 2 gültig von 17.02.2024 bis 30.06.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 182/2023
6. KOG § 2 gültig von 01.01.2024 bis 16.02.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 163/2023
7. KOG § 2 gültig von 01.09.2023 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 80/2023
8. KOG § 2 gültig von 01.03.2022 bis 31.08.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 244/2021
9. KOG § 2 gültig von 01.11.2021 bis 28.02.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 190/2021
10. KOG § 2 gültig von 01.01.2021 bis 31.10.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 151/2020
11. KOG § 2 gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
12. KOG § 2 gültig von 24.12.2020 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
13. KOG § 2 gültig von 01.08.2015 bis 23.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
14. KOG § 2 gültig von 28.12.2011 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 125/2011
15. KOG § 2 gültig von 01.10.2010 bis 27.12.2011 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
16. KOG § 2 gültig von 01.08.2007 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2007
17. KOG § 2 gültig von 26.04.2007 bis 31.07.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 15/2007
18. KOG § 2 gültig von 01.01.2005 bis 25.04.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 21/2005
19. KOG § 2 gültig von 01.08.2004 bis 31.12.2004 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
20. KOG § 2 gültig von 01.04.2001 bis 31.07.2004

1. KOG § 36 heute
2. KOG § 36 gültig ab 01.01.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 84/2013
3. KOG § 36 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

1. VwGVG § 24 heute
2. VwGVG § 24 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
3. VwGVG § 24 gültig von 01.01.2017 bis 31.12.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 24/2017
4. VwGVG § 24 gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2016

1. VwGVG § 28 heute
2. VwGVG § 28 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
3. VwGVG § 28 gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2018

1. VwGVG § 28 heute
2. VwGVG § 28 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
3. VwGVG § 28 gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2018

Spruch

,

W148 2246367-1/9E

IM NAMEN DER REPUBLIK!

Das Bundesverwaltungsgericht hat durch den Richter Dr. Stefan KEZNICKL als Vorsitzenden, die Richterin Dr. Daniela

SABETZER als Beisitzerin sowie den Richter Mag. Florian KLIČKA, BA als Beisitzer über die Beschwerde der XXXX , FN XXXX , vertreten durch Ploil Boesch Rechtsanwälte GmbH in 1010 Wien, gegen den Bescheid der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) vom 29.06.2021, Zl. KOA XXXX , betreffend Feststellung von Verletzungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G) zu Recht erkannt: Das Bundesverwaltungsgericht hat durch den Richter Dr. Stefan KEZNICKL als Vorsitzenden, die Richterin Dr. Daniela SABETZER als Beisitzerin sowie den Richter Mag. Florian KLIČKA, BA als Beisitzer über die Beschwerde der römisch 40 , FN römisch 40 , vertreten durch Ploil Boesch Rechtsanwälte GmbH in 1010 Wien, gegen den Bescheid der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) vom 29.06.2021, Zl. KOA römisch 40 , betreffend Feststellung von Verletzungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G) zu Recht erkannt:

A)

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

B)

Die Revision ist gemäß Art. 133 Abs. 4 B-VG nicht zulässig. Die Revision ist gemäß Artikel 133, Absatz 4, B-VG nicht zulässig.

,

,

Text

Entscheidungsgründe:, Entscheidungsgründe:

I. VERFAHRENSGANG römisch eins. VERFAHRENSGANG

1. Im Zuge der nach § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), der Kommunikationsbehörde Austria („belangte Behörde“ auch „KommAustria“) obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G), durch private Rundfunkveranstalter wurde die XXXX („BF“) von der belangten Behörde mit Schreiben vom 30.06.2020 aufgefordert, binnen drei Werktagen Aufzeichnungen des Fernsehprogramms „ XXXX “ vom 30.06.2020, von 07:00 bis 09:00 Uhr, vorzulegen. Mit Schreiben vom 02.07.2020 übermittelte die BF Aufzeichnungen für den eben genannten Sendezeitraum. 1. Im Zuge der nach Paragraph 2, Absatz eins, Ziffer 7, KommAustria-Gesetz (KOG), der Kommunikationsbehörde Austria („belangte Behörde“ auch „KommAustria“) obliegenden Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G), durch private Rundfunkveranstalter wurde die römisch 40 („BF“) von der belangten Behörde mit Schreiben vom 30.06.2020 aufgefordert, binnen drei Werktagen Aufzeichnungen des Fernsehprogramms „ römisch 40 “ vom 30.06.2020, von 07:00 bis 09:00 Uhr, vorzulegen. Mit Schreiben vom 02.07.2020 übermittelte die BF Aufzeichnungen für den eben genannten Sendezeitraum.

2. Mit Schreiben vom 24.07.2020 leitete die belangte Behörde ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen ein, dies wegen des Verdachts, die BF habe als Veranstalterin des Satellitenfernsehprogramms „ XXXX “ am 30.06.2020, von 07:00 bis 09:00 Uhr, das Format „ XXXX “ ausgestrahlt und im Rahmen der darin enthaltenen Sendungen die Bestimmungen der §§ 37 Abs. 4 und 38 Abs. 1 AMD-G (zu Sponsoring bzw. Produktplatzierung) verletzt; unter Einem räumte die belangte Behörde der BF die Möglichkeit zur Stellungnahme ein. 2. Mit Schreiben vom 24.07.2020 leitete die belangte Behörde ein Verfahren zur Feststellung von Rechtsverletzungen ein, dies wegen des Verdachts, die BF habe als Veranstalterin des Satellitenfernsehprogramms „ römisch 40 “ am 30.06.2020, von 07:00 bis 09:00 Uhr, das Format „ römisch 40 “ ausgestrahlt und im Rahmen der darin enthaltenen Sendungen die Bestimmungen der Paragraphen 37, Absatz 4 und 38 Absatz eins, AMD-G (zu Sponsoring bzw. Produktplatzierung) verletzt; unter Einem räumte die belangte Behörde der BF die Möglichkeit zur Stellungnahme ein.

3. Mit Schreiben vom 12.08.2020 nahm die BF zu den ihr vorgeworfenen Rechtsverletzungen Stellung und brachte zusammengefasst Folgendes vor:

Die von der belangten Behörde als Produktplatzierungen qualifizierten Programminhalte würden den Tatbestand nicht

erfüllen. Sie seien allesamt rein redaktionell begründet und die BF habe – soweit bisher bekannt– dafür kein Entgelt und keine sonstige geldwerte Leistung erhalten. Ferner handle es sich bei dem Format „ XXXX “ nicht um eine Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information. Die Behandlung aktueller gesellschaftlicher Fragen im Zuge einzelner Themen in Studiogesprächen sowie die Besprechung von aktuellen Themen des Tages anhand der Titelseiten von Printmedien mit einem Journalisten könnten für eine Qualifikation als Sendung zur politischen Information nicht ausreichen. Die von der belangten Behörde als Produktplatzierungen qualifizierten Programminhalte würden den Tatbestand nicht erfüllen. Sie seien allesamt rein redaktionell begründet und die BF habe – soweit bisher bekannt– dafür kein Entgelt und keine sonstige geldwerte Leistung erhalten. Ferner handle es sich bei dem Format „ römisch 40 “ nicht um eine Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information. Die Behandlung aktueller gesellschaftlicher Fragen im Zuge einzelner Themen in Studiogesprächen sowie die Besprechung von aktuellen Themen des Tages anhand der Titelseiten von Printmedien mit einem Journalisten könnten für eine Qualifikation als Sendung zur politischen Information nicht ausreichen.

4. Die belangte Behörde sprach in Folge mit dem angefochtenen Bescheid vom 29.06.2021, Zl. KOA XXXX , Folgendes aus:4. Die belangte Behörde sprach in Folge mit dem angefochtenen Bescheid vom 29.06.2021, Zl. KOA römisch 40 , Folgendes aus:

„1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter gemäß § 2 Abs. 1 Z 7 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 24/2020, iVm § 60, § 61 Abs. 1 und § 62 Abs. 1 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 150/2020, fest, dass XXXX am 30.06.2020 im Rahmen der im Fernsehprogramm „ XXXX “ von ca. 07:00 bis 09:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „ XXXX “, 1. Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) stellt im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter gemäß Paragraph 2, Absatz eins, Ziffer 7, KommAustria-Gesetz (KOG), Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 32 aus 2001, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 24 aus 2020,, in Verbindung mit Paragraph 60,, Paragraph 61, Absatz eins und Paragraph 62, Absatz eins, Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz (AMD-G), Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 84 aus 2001, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 150 aus 2020,, fest, dass römisch 40 am 30.06.2020 im Rahmen der im Fernsehprogramm „ römisch 40 “ von ca. 07:00 bis 09:00 Uhr ausgestrahlten Sendung „ römisch 40 “

a) durch finanzielle Unterstützung der Sendung durch die Unternehmen „ XXXX “, „ XXXX “, „ XXXX “, „ XXXX “, „ XXXX “ und „ XXXX “ die Bestimmung des § 37 Abs. 4 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat, wonach Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;a) durch finanzielle Unterstützung der Sendung durch die Unternehmen „ römisch 40 “, „ römisch 40 “, „ römisch 40 “, „ römisch 40 “, „ römisch 40 “ und „ römisch 40 “ die Bestimmung des Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015, verletzt hat, wonach Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürfen;

b) durch die Platzierung der Logos von „ XXXX “ und „ XXXX “ unzulässige Produktplatzierung ausgestrahlt und somit die Bestimmung des § 38 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 verletzt hat.b) durch die Platzierung der Logos von „ römisch 40 “ und „ römisch 40 “ unzulässige Produktplatzierung ausgestrahlt und somit die Bestimmung des Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015, verletzt hat.

2. Die KommAustria erkennt gemäß § 62 Abs. 3 AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. XXXX wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „ XXXX “ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Texts im Bild zu veröffentlichen:2. Die KommAustria erkennt gemäß Paragraph 62, Absatz 3, AMD-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. römisch 40 wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm „ römisch 40 “ an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr in folgender Weise durch Verlesung und Einblendung des Texts im Bild zu veröffentlichen:

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

Am 30.06.2020 wurden in der Sendung „ XXXX “ unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt. Zudem wurde diese Sendung, die eine Sendung zur politischen Information ist, verbotenerweise gesponsert. Dadurch wurde gegen die Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienstegesetzes verstoßen.“Am 30.06.2020 wurden in der Sendung „ römisch

40 " unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt. Zudem wurde diese Sendung, die eine Sendung zur politischen Information ist, verbotenerweise gesponsert. Dadurch wurde gegen die Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienstegesetzes verstoßen."

3. Der XXXX wird gemäß § 29 Abs. 1 AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln." 3. Der römisch 40 wird gemäß Paragraph 29, Absatz eins, AMD-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln."

5. Die BF erhob gegen obigen Bescheid mit Schriftsatz vom 21.06.2021 fristgerecht Beschwerde.

In dieser bestreitet die BF unter näherer Begründung die Qualifikation der Sendung „ XXXX " als Sendung zur politischen Information. Die Schlussfolgerung der belangten Behörde, dass sich die in der inkriminierten Sendung „ XXXX " enthaltenen Beiträge über die „Grauen Wölfe“ und die „Presseschau“ mit politischen Themen beschäftigen würden und die Sendung somit als Sendung zur politischen Information einzustufen sei, sei falsch. Auch könne man gegenständlich auf das im angefochtenen Bescheid der belangten Behörde zitierten Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofs vom 20.02.2008, ZI. 2005/04/0275, nur eingeschränkt zurückgreifen. In dieser bestreitet die BF unter näherer Begründung die Qualifikation der Sendung „ römisch 40 " als Sendung zur politischen Information. Die Schlussfolgerung der belangten Behörde, dass sich die in der inkriminierten Sendung „ römisch 40 " enthaltenen Beiträge über die „Grauen Wölfe“ und die „Presseschau“ mit politischen Themen beschäftigen würden und die Sendung somit als Sendung zur politischen Information einzustufen sei, sei falsch. Auch könne man gegenständlich auf das im angefochtenen Bescheid der belangten Behörde zitierten Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofs vom 20.02.2008, ZI. 2005/04/0275, nur eingeschränkt zurückgreifen.

Darüber hinaus handle es sich bei der Einblendung des Logos „ XXXX " auf dem XXXX , welcher sich auf dem Tisch im Studio befunden habe, nicht um eine Produktplatzierung, sondern um einen zulässigen Hinweis auf den Sponsor während der Sendung. Im Übrigen sei auf die grundlegende Änderung der Rechtslage betreffend den § 38 Abs. 1 AMD-G hinzuweisen. Die belangte Behörde habe in ihrer Entscheidung die alte Fassung zugrunde gelegt, obwohl zum Zeitpunkt der Fällung ihrer Entscheidung bereits die neue Fassung gegolten habe, welche die grundsätzliche Zulässigkeit von Produktplatzierungen normiere. Im Rahmen des umfassenden Günstigkeitsvergleichs der gesamten in Betracht kommenden Rechtslage, komme die grundlegende Änderung der hier einschlägigen Bestimmung einem Entfall der Strafbarkeit gleich. Die belangte Behörde habe daher durch die Anwendung der alten Fassung gegen das Günstigkeitsprinzip verstoßen. Darüber hinaus handle es sich bei der Einblendung des Logos „ römisch 40 " auf dem römisch 40 , welcher sich auf dem Tisch im Studio befunden habe, nicht um eine Produktplatzierung, sondern um einen zulässigen Hinweis auf den Sponsor während der Sendung. Im Übrigen sei auf die grundlegende Änderung der Rechtslage betreffend den Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G hinzuweisen. Die belangte Behörde habe in ihrer Entscheidung die alte Fassung zugrunde gelegt, obwohl zum Zeitpunkt der Fällung ihrer Entscheidung bereits die neue Fassung gegolten habe, welche die grundsätzliche Zulässigkeit von Produktplatzierungen normiere. Im Rahmen des umfassenden Günstigkeitsvergleichs der gesamten in Betracht kommenden Rechtslage, komme die grundlegende Änderung der hier einschlägigen Bestimmung einem Entfall der Strafbarkeit gleich. Die belangte Behörde habe daher durch die Anwendung der alten Fassung gegen das Günstigkeitsprinzip verstoßen.

Da keine Rechtsverletzungen vorliegen würden, sei von der belangten Behörde auch zu Unrecht auf die Veröffentlichung eines entsprechenden Textes erkannt worden.

6. Am 14.09.2021 langte die Beschwerde samt dem Verwaltungsakt und der Stellungnahme der belangten Behörde vom 13.09.2021 beim Bundesverwaltungsgericht ein.

In der Stellungnahme verwies die belangte Behörde auf die Ausführungen im angefochtenen Bescheid und führte ergänzend im Wesentlichen aus, dass entgegen den Ausführungen der BF auf die Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs vom 20.02.2008, ZI. 2005/04/0275, uneingeschränkt zurückgegriffen werden könne.

Den Ausführungen der BF, wonach die belangte Behörde die alte Fassung des § 38 AMD-G herangezogen habe, entgegnet die belangte Behörde damit, dass gegenständlich jene Rechtslage bei der Beurteilung des Falles heranzuziehen sei, die im Zeitpunkt der Ausstrahlung der in Rede stehenden Fernsehsendung in Geltung gewesen sei und verwies in diesem Zusammenhang auf die Judikatur des Verwaltungsgerichtshofs. Nach Ansicht der belangten Behörde, sei aber auch nach der neuen Rechtslage eine Verletzung des § 38 AMD-G festzustellen, weshalb damit diese

nicht günstiger sei. Den Ausführungen der BF, wonach die belangte Behörde die alte Fassung des Paragraph 38, AMD-G herangezogen habe, entgegnet die belangte Behörde damit, dass gegenständlich jene Rechtslage bei der Beurteilung des Falles heranzuziehen sei, die im Zeitpunkt der Ausstrahlung der in Rede stehenden Fernsehsendung in Geltung gewesen sei und verwies in diesem Zusammenhang auf die Judikatur des Verwaltungsgerichtshofs. Nach Ansicht der belangten Behörde, sei aber auch nach der neuen Rechtslage eine Verletzung des Paragraph 38, AMD-G festzustellen, weshalb damit diese nicht günstiger sei.

7. Mit Schreiben vom 23.12.2021 wurde der BF die Beschwerdevorlage samt Stellungnahme der belangten Behörde übermittelt und in Wahrung des Parteiengehörs die Gelegenheit eingeräumt, eine Stellungnahme binnen drei Wochen abzugeben.

8. Am 12.01.2022 langte eine Stellungnahme der BF beim Bundesverwaltungsgericht ein. Die BF monierte in ihrer Stellungnahme, dass sich die belangte Behörde mit den Ausführungen der BF nur cursorisch auseinandergesetzt habe und wiederholte im Wesentlichen ihre Ausführungen in der Beschwerde.

9. Mit Schreiben vom 22.02.2022 wurde die Stellungnahme der BF vom 12.01.2022 der belangten Behörde zur Kenntnisnahme und allfälligen Stellungnahme binnen vier Wochen übermittelt. Es langte keine Stellungnahme der belangten Behörde ein.

10. Mit Beschluss des Geschäftsverteilungsausschusses vom 23.03.2022 wurde die gegenständliche Rechtssache abgenommen und am 04.04.2022 der Gerichtsabteilung W148 neu zugewiesen.

11. Am 20.07.2023 fand vor dem Bundesverwaltungsgericht eine mündliche Beschwerdeverhandlung in Anwesenheit der Rechtsvertretung der BF und zweier informierter Vertreter der belangten Behörde statt.

II. DAS BUNDESVERWALTUNGSGERICHT HAT ERWOGEN:römisch zwei. DAS BUNDESVERWALTUNGSGERICHT HAT ERWOGEN:

1. FESTSTELLUNGEN

Die belangte Behörde hat im angefochtenen Bescheid (S. 3ff) die folgenden Feststellungen getroffen (wörtliche Wiedergabe, Hervorhebungen durch die belangte Behörde):

„Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Mediendienstanbieterin

Die XXXX ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 16.05.2017, KOA XXXX , Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „ XXXX “ sowie aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 28.08.2019, KOA XXXX , Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „ XXXX “. Weiters ist die XXXX Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „ XXXX “ sowie weiterer audiovisueller Mediendienste und mehrerer Zusatzdienste. Die römisch 40 ist aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 16.05.2017, KOA römisch 40 , Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „ römisch 40 “ sowie aufgrund des Bescheides der KommAustria vom 28.08.2019, KOA römisch 40 , Inhaberin einer Zulassung zur Veranstaltung des Satellitenfernsehprogramms „ römisch 40 “. Weiters ist die römisch 40 Anbieterin des audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf „ römisch 40 “ sowie weiterer audiovisueller Mediendienste und mehrerer Zusatzdienste.

2.2. Zur gegenständlichen Sendung

Die XXXX hat in ihrem Satellitenfernsehprogramm „ XXXX “ am 30.06.2020 von 07:00 Uhr bis 09:00 Uhr das Format „ XXXX “ ausgestrahlt. Die römisch 40 hat in ihrem Satellitenfernsehprogramm „ römisch 40 “ am 30.06.2020 von 07:00 Uhr bis 09:00 Uhr das Format „ römisch 40 “ ausgestrahlt.

Um 07:00 Uhr werden die bereits laufenden „ XXXX News“ ausgestrahlt, moderiert von XXXX . Der erste Beitrag befasst sich dabei mit Ausschreitungen zwischen Türken und Kurden in Wien-Favoriten. Auf diesen Beitrag folgt ein Ausschnitt aus einem Studiogespräch mit Bundeskanzler Sebastian Kurz zu den Themen Zuwanderung und Integration, sowie weitere Nachrichten. Die „ XXXX News“ enden mit der Ansage des Moderators: „Das sind die , XXXX News‘ für den Moment“. Um 07:00 Uhr werden die bereits laufenden „ römisch 40 News“ ausgestrahlt, moderiert von römisch 40 . Der erste Beitrag befasst sich dabei mit Ausschreitungen zwischen Türken und Kurden in Wien-Favoriten. Auf diesen

Beitrag folgt ein Ausschnitt aus einem Studiogespräch mit Bundeskanzler Sebastian Kurz zu den Themen Zuwanderung und Integration, sowie weitere Nachrichten. Die „römisch 40 News“ enden mit der Ansage des Moderators: „Das sind die ,römisch 40 News‘ für den Moment“.

Es folgt nach einem einzelnen Werbespot das „XXXX Wetter“, moderiert von XXXX . Unmittelbar anschließend wird ab ca. 07:05:41 Uhr „XXXX Wandern“ ausgestrahlt. Dieses wird von XXXX aus dem Studio moderiert. Es folgt nach einem einzelnen Werbespot das „römisch 40 Wetter“, moderiert von römisch 40 . Unmittelbar anschließend wird ab ca. 07:05:41 Uhr „römisch 40 Wandern“ ausgestrahlt. Dieses wird von römisch 40 aus dem Studio moderiert.

Abbildung 1

XXXX , der wandernde Co-Moderator, berichtet an diesem Tag aus Ischgl. Sein Bericht beinhaltet unter anderem ein Interview mit dem Betreiber der XXXX „, die im Rahmen der Corona-Krise europaweit mediale Aufmerksamkeit erhalten hat, da dort ein „Superspreader“-Event stattgefunden hat. Dies wird durch folgende Einblendung zu Beginn des Beitrags illustriert: römisch 40 , der wandernde Co-Moderator, berichtet an diesem Tag aus Ischgl. Sein Bericht beinhaltet unter anderem ein Interview mit dem Betreiber der römisch 40 „, die im Rahmen der Corona-Krise europaweit mediale Aufmerksamkeit erhalten hat, da dort ein „Superspreader“-Event stattgefunden hat. Dies wird durch folgende Einblendung zu Beginn des Beitrags illustriert:

Abbildung 2

Am Ende dieses Beitrags um ca. 07:11:59 Uhr kündigt die Studiomoderatorin den nächsten Beitrag über ein Wiener Altersheim in Corona-Zeiten an. Es folgt von ca. 07:12:00 bis 07:15:02 Uhr Werbung und unmittelbar daran anschließend der angekündigte Beitrag „Lockdown: Drei Monate ohne Familie. Starke Corona-Geschichten aus dem Altersheim“.

Abbildung 3

Von ca. 07:22:06 bis ca. 07:23:27 wird nach einem Beitrag über „XXXX“ der Beitrag „XXXX“ ausgestrahlt. Auf diesen folgen um ca. 07:23:28 Uhr Produktplatzierungs- und Sponsorhinweise: Von ca. 07:22:06 bis ca. 07:23:27 wird nach einem Beitrag über „römisch 40“ der Beitrag „römisch 40“ ausgestrahlt. Auf diesen folgen um ca. 07:23:28 Uhr Produktplatzierungs- und Sponsorhinweise:

Abbildung 4

Abbildung 5

Daran anschließend folgt von ca. 07:23:36 Uhr bis ca. 07:25:59 Uhr Werbung. Danach wird die Sendung „XXXX Wandern“ fortgesetzt. Die Moderatoren kündigen dabei den folgenden Beitrag über die „Grauen Wölfe“ sowie die „Buchtipps der Woche“ an. Ab ca. 07:27:34 Uhr folgen die „XXXX News“, wiederum moderiert von XXXX , und ab ca. 07:31:38 Uhr das „XXXX Wetter“, moderiert von XXXX . Daran anschließend folgt von ca. 07:23:36 Uhr bis ca. 07:25:59 Uhr Werbung. Danach wird die Sendung „römisch 40 Wandern“ fortgesetzt. Die Moderatoren kündigen dabei den folgenden Beitrag über die „Grauen Wölfe“ sowie die „Buchtipps der Woche“ an. Ab ca. 07:27:34 Uhr folgen die „römisch 40 News“, wiederum moderiert von römisch 40 , und ab ca. 07:31:38 Uhr das „römisch 40 Wetter“, moderiert von römisch 40 .

Ab ca. 07:33:00 bis 07:36:13 Uhr wird der angekündigte Beitrag über die „Grauen Wölfe“ ausgestrahlt. Dieser befasst sich mit dem Hintergrund der Ausschreitungen zwischen „Grauen Wölfen“ und Kurden in Wien-Favoriten und der historischen und aktuellen Bedeutung der „Grauen Wölfe“.

Abbildung 6

Zu Beginn kommen dabei mehrere Passanten aus Wien-Favoriten zu Wort, die ihre Ansicht zu den Ausschreitungen äußern. Sodann thematisiert der Sprecher, warum gerade im 10. Bezirk das Versammlungs- und Demonstrationsrecht „nicht für alle“ gelten soll.

Im Rahmen dieses Beitrags kommt auch mit XXXX ein Nahost-Experte zu Wort. Dieser spricht von den demographischen Gegebenheiten im 10. Wiener Gemeindebezirk, von der terroristischen Tendenz der „Grauen Wölfe“ in der Vergangenheit und von der Rechtzeitigkeit der Polizeimaßnahmen im Zusammenhang mit den Ausschreitungen. Dabei erwähnt er unter anderem die Bedeutung der österreichischen „Grauen Wölfe“ beim Attentat auf Papst Johannes Paul II. und betont, dass diese eine Gefahr für die Demonstrationsfreiheit darstellen, „die in der Demokratie

ein hohes Gut ist“.Im Rahmen dieses Beitrags kommt auch mit römisch 40 ein Nahost-Experte zu Wort. Dieser spricht von den demographischen Gegebenheiten im 10. Wiener Gemeindebezirk, von der terroristischen Tendenz der „Grauen Wölfe“ in der Vergangenheit und von der Rechtzeitigkeit der Polizeimaßnahmen im Zusammenhang mit den Ausschreitungen. Dabei erwähnt er unter anderem die Bedeutung der österreichischen „Grauen Wölfe“ beim Attentat auf Papst Johannes Paul römisch zwei. und betont, dass diese eine Gefahr für die Demonstrationsfreiheit darstellen, „die in der Demokratie ein hohes Gut ist“.

Abbildung 7

Es folgt ein Ausschnitt aus einer Pressekonferenz des Innenministers, in der dieser unter anderem betont: „Freiheit und Demokratie lassen wir uns in Österreich mit Sicherheit nicht gefährden“.

Dieser Beitrag wird um ca. 08:32:51 Uhr nochmals ausgestrahlt.

An diesen Beitrag schließen um ca. 07:36:14 Uhr die „ XXXX Buchtipps“ mit XXXX an. In diesen werden ein neuer Roman von XXXX , das Sachbuch „ XXXX , und ein Kinderbuch vorgestellt.An diesen Beitrag schließen um ca. 07:36:14 Uhr die „ römisch 40 Buchtipps“ mit römisch 40 an. In diesen werden ein neuer Roman von römisch 40 , das Sachbuch „ römisch 40 , und ein Kinderbuch vorgestellt.

Abbildung 8

Darauf folgen von ca. 07:40:47 bis 07:43:46 Uhr Werbung und ab ca. 07:43:47 die „ XXXX Presseschau“ mit XXXX von der Austria Presse Agentur.Darauf folgen von ca. 07:40:47 bis 07:43:46 Uhr Werbung und ab ca. 07:43:47 die „ römisch 40 Presseschau“ mit römisch 40 von der Austria Presse Agentur.

Abbildung 9

In diesem Beitrag werden die wieder steigenden Covid-19-Infektionszahlen in Österreich, die erhöhten Sicherheitsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einreise nach Griechenland und wiederum die Ausschreitungen zwischen Kurden und „Grauen Wölfen“ in Wien-Favoriten besprochen. Dabei dienen die Titelschlagzeilen von drei österreichischen Tageszeitungen („ XXXX“) als Ausgangspunkt für eine Einordnung und kurze Analyse durch XXXX . Dieser Beitrag wird um ca. 08:43:35 Uhr nochmals ausgestrahlt.In diesem Beitrag werden die wieder steigenden Covid-19-Infektionszahlen in Österreich, die erhöhten Sicherheitsmaßnahmen im Zusammenhang mit der Einreise nach Griechenland und wiederum die Ausschreitungen zwischen Kurden und „Grauen Wölfen“ in Wien-Favoriten besprochen. Dabei dienen die Titelschlagzeilen von drei österreichischen Tageszeitungen („ römisch 40“) als Ausgangspunkt für eine Einordnung und kurze Analyse durch römisch 40 . Dieser Beitrag wird um ca. 08:43:35 Uhr nochmals ausgestrahlt.

Es folgt von ca. 07:47:20 bis 07:49:50 Uhr ein Beitrag über den „Sommerhit 2020“ und ab ca. 07:49:51 Uhr ein Beitrag über „ XXXX“.Es folgt von ca. 07:47:20 bis 07:49:50 Uhr ein Beitrag über den „Sommerhit 2020“ und ab ca. 07:49:51 Uhr ein Beitrag über „ römisch 40“.

In diesem Beitrag werden drei „Trendsportarten“ (Stand-up-Paddle, Wandern und Campen) vorgestellt und sukzessive die dafür nötigen Utensilien beim Sportartikelhändler „ XXXX“ besorgt. Im Zuge der Beschaffung der Utensilien ist an mehreren Stellen das Logo des Unternehmens „ XXXX“ zu sehen, etwa beim Blick aus der Fahrtür, als der Moderator das von ihm für die Anfahrt verwendete Auto auf dem Parkplatz vor dem Geschäft einparkt (Abbildung 10), oder auf der Kleidung der interviewten Verkäufer (Abbildung 11).In diesem Beitrag werden drei „Trendsportarten“ (Stand-up-Paddle, Wandern und Campen) vorgestellt und sukzessive die dafür nötigen Utensilien beim Sportartikelhändler „ römisch 40“ besorgt. Im Zuge der Beschaffung der Utensilien ist an mehreren Stellen das Logo des Unternehmens „ römisch 40“ zu sehen, etwa beim Blick aus der Fahrtür, als der Moderator das von ihm für die Anfahrt verwendete Auto auf dem Parkplatz vor dem Geschäft einparkt (Abbildung 10), oder auf der Kleidung der interviewten Verkäufer (Abbildung 11).

Abbildung 10

Abbildung 11

Zudem wird der Name des Unternehmens auch neben dem Namen der interviewten Verkäufer („ XXXX“, siehe Abbildung 11) eingeblendet. Zudem wird der Name des Unternehmens auch neben dem Namen der interviewten Verkäufer („ römisch 40“, siehe Abbildung 11) eingeblendet.

Unmittelbar anschließend an diesen Beitrag führt die Studiomoderatorin um ca. 07:53:30 Uhr aus: „Und damit Sie auch top ausgestattet sind im Urlaub haben wir etwas zu gewinnen für Sie.“ Es folgt ein Einspieler zum Gewinnspiel; zu diesem führt eine männliche Stimme aus: „Das ‚Urlaub in Österreich‘-Komplettpaket. Gewinnen Sie eine , XXXX Ausrüstung für Wandern, Campen und Stand-up-Paddle [...]. Alle Infos zum Gewinnspiel gibt's XXXX .“ Unmittelbar anschließend an diesen Beitrag führt die Studiomoderatorin um ca. 07:53:30 Uhr aus: „Und damit Sie auch top ausgestattet sind im Urlaub haben wir etwas zu gewinnen für Sie.“ Es folgt ein Einspieler zum Gewinnspiel; zu diesem führt eine männliche Stimme aus: „Das ‚Urlaub in Österreich‘-Komplettpaket. Gewinnen Sie eine , römisch 40 Ausrüstung für Wandern, Campen und Stand-up-Paddle [...]. Alle Infos zum Gewinnspiel gibt's römisch 40 .“

Um ca. 07:54:06 Uhr werden wiederum Produktplatzierungs- und Sponsorhinweise ausgestrahlt:

Abbildung 12

Abbildung 13

Dazu spricht die Studiomoderatorin über das Wetter und endet mit „Das Wetter – XXXX “ . Dazu spricht die Studiomoderatorin über das Wetter und endet mit „Das Wetter – römisch 40 “ .

Es folgt von ca. 07:54:13 bis 07:57:24 Uhr Werbung. Danach begrüßt die Studiomoderatorin nach Einspielung der Sendungssignation die Zuseher mit „Schönen guten Morgen mit , XXXX , am Dienstag, es ist der 30. Juni.“. Es folgt ein Überblick über die Sendungsthemen durch die beiden Moderatoren, eine Überleitung zur Anmoderation der Nachrichten durch XXXX sowie ab ca. 07:58:44 Uhr die „ XXXX News“. Es folgt von ca. 07:54:13 bis 07:57:24 Uhr Werbung. Danach begrüßt die Studiomoderatorin nach Einspielung der Sendungssignation die Zuseher mit „Schönen guten Morgen mit , römisch 40 , am Dienstag, es ist der 30. Juni.“. Es folgt ein Überblick über die Sendungsthemen durch die beiden Moderatoren, eine Überleitung zur Anmoderation der Nachrichten durch römisch 40 sowie ab ca. 07:58:44 Uhr die „ römisch 40 News“.

Ab diesem Zeitpunkt wiederholt sich das redaktionelle Programm bis ca. 08:53:43 Uhr, sodass die Beiträge in derselben Reihenfolge und im Wesentlichen zum selben Zeitpunkt – nur eine Stunde später – nochmals ausgestrahlt werden.

Auf das Gewinnspiel ab ca. 08:53:18 Uhr folgen in dieser Sendestunde ein weiterer Beitrag zum Thema „ XXXX ?“ und dann um ca. 08:57:17 Uhr folgende Einblendungen: Auf das Gewinnspiel ab ca. 08:53:18 Uhr folgen in dieser Sendestunde ein weiterer Beitrag zum Thema „ römisch 40 ?“ und dann um ca. 08:57:17 Uhr folgende Einblendungen:

Abbildung 14

Abbildung 15

Darauf folgt ab ca. 08:57:21 Uhr Werbung.

Nach den Werbeunterbrechungen von ca. 07:12:00 bis 07:15:02, 07:23:36 bis 07:25:59, 07:40:47 bis 07:43:46, 07:54:13 bis 07:57:24, 08:03:40 bis 08:04:01, 08:11:40 bis 08:14:37, 08:23:11 bis 08:25:47 und 08:40:31 bis 08:43:39 Uhr wird kein Hinweis auf Produktplatzierung eingeblendet.

Ein solcher Hinweis wird nach den Beiträgen „ XXXX Horoskop“ um ca. 07:23:28 (siehe Abbildungen 4 und 5) und ca. 08:23:03 Uhr sowie nach den Beiträgen „Gewinnspiel“ um ca. 07:54:06 Uhr (siehe Abbildungen 12 und 13) und um 08:57:17 Uhr (siehe Abbildung 15) eingeblendet. Diese Einblendungen enthalten neben dem Hinweis auf Produktplatzierung auch Sponsorhinweise („Mit freundlicher Unterstützung von“). Ein solcher Hinweis wird nach den Beiträgen „ römisch 40 Horoskop“ um ca. 07:23:28 (siehe Abbildungen 4 und 5) und ca. 08:23:03 Uhr sowie nach den Beiträgen „Gewinnspiel“ um ca. 07:54:06 Uhr (siehe Abbildungen 12 und 13) und um 08:57:17 Uhr (siehe Abbildung 15) eingeblendet. Diese Einblendungen enthalten neben dem Hinweis auf Produktplatzierung auch Sponsorhinweise („Mit freundlicher Unterstützung von“).

Auf dem Tisch vor der Couch, von der aus die Studiomoderatorin durch die Sendung führt, ist ein Brotkorb voll Gebäck und versehen mit dem Logo der Bäckerei „ XXXX “ platziert (vgl. Abbildung 1 und andere). Bei allen Aufnahmen von diesem Setting sind der Brotkorb und das Logo mitten im Bild erkennbar (vgl. Abbildung 9). Während des Beobachtungszeitraums hat weder die Studiomoderatorin noch einer der Gäste sich vom Inhalt des Brotkorbs bedient. „Auf dem Tisch vor der Couch, von der aus die Studiomoderatorin durch die Sendung führt, ist ein Brotkorb voll Gebäck und versehen mit dem Logo der Bäckerei „ römisch 40 “ platziert vergleiche Abbildung 1 und andere). Bei

allen Aufnahmen von diesem Setting sind der Brotkorb und das Logo mitten im Bild erkennbar vergleiche Abbildung 9). Während des Beobachtungszeitraums hat weder die Studiomoderatorin noch einer der Gäste sich vom Inhalt des Brotkorbs bedient.“

2. BEWEISWÜRDIGUNG

Die dem angefochtenen Bescheid entnommenen Feststellungen wurden in der Beschwerde nicht bestritten.

Weiters nahm der erkennende Senat selbst Einsicht in die von der BF an die belangte Behörde übermittelten Sendungsaufzeichnungen, welche die Feststellungen der belangten Behörde bestätigen, weshalb sie auch dieser Entscheidung zugrunde gelegt werden können.

Ferner wurden sie von der BF auch im Rahmen der mündlichen Beschwerdeverhandlung außer Streit gestellt (S. 2 VP, RI (Vorhalt): In der Stellungnahme vom 12.08.2020, Seite 2 oben, (ON x) wird der Sachverhalt nicht bestritten. Was sagen Sie dazu? BFV: Ja, das gilt auch für das Beschwerdeverfahren bzw. für den angefochtenen Bescheid, der der Sache nach nicht bestritten wird.).

Der entscheidungswesentliche Sachverhalt ist unbestritten und steht daher fest.

3. RECHTLICHE BEURTEILUNG

3.1. VERFAHREN VOR DEM BUNDESVRWALTUNGSGERICHT

Gemäß § 6 BVwGG, BGBl. I Nr. 10/2013, iVm § 36 KOG, BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 84/2013, liegt gegenständlich Senatszuständigkeit vor. Gemäß Paragraph 6, BVwGG, Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 10 aus 2013,, in Verbindung mit Paragraph 36, KOG, Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 32 aus 2001, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 84 aus 2013,, liegt gegenständlich Senatszuständigkeit vor.

ZU SPRUCHTEIL A):

Die am 21.07.2021 erhobene und bei der belangten Behörde am selben Tag eingelangte Beschwerde war rechtzeitig und zulässig, jedoch nicht begründet.

3.2. RECHTSGRUNDLAGEN

Die im gegenständlichen Fall relevanten Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G), BGBl. I Nr. 84/2001 idF BGBl. I Nr. 86/2015, lauten auszugsweise: Die im gegenständlichen Fall relevanten Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G), Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 84 aus 2001, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015,, lauten auszugsweise:

„Begriffsbestimmungen

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist Paragraph 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 gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40; dienen. Diese Bilder sind einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der Litera a, als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Ziffer 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 erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;

[...]

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist;

[...]

32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

[...]32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern; [...]

Sponsoring

§ 37. (1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen: Paragraph 37, (1) Gesponserte audiovisuelle Mediendienste oder Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehsendungen ihr Programmplatz dürfen auf keinen Fall in einer Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

2. Sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage.

3. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, anregen.

[...]

(4) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.“

Produktplatzierung, Produktplatzierung

§ 38. (1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig Paragraph 38, (1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Absatz 2 und 3 unzulässig.

(2) Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.(2) Nicht unter das Verbot des Absatz eins, fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.(3) Ausgenommen vom Verbot des Absatz eins, sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.

(4) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendienstanbieters beeinträchtigt wird.

2. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.

3. Sie dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen.

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

[...]

Beschwerden

§ 61. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet über Verletzungen von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes von Amts wegen oder auf Grund von Beschwerden [...] Paragraph 61, (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet über Verletzungen von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes von Amts wegen oder auf Grund von Beschwerden [...]

Feststellung der Rechtsverletzung

§ 62. (1) Die Entscheidung der Regulierungsbehörde besteht in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist. Wird von der Regulierungsbehörde eine Verletzung dieses Bundesgesetzes festgestellt, die im Zeitpunkt der Feststellung noch andauert, so hat der Mediendienstanbieter unverzüglich einen der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechenden Zustand herzustellen. [...]“ Paragraph 62, (1) Die Entscheidung der Regulierungsbehörde besteht in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist. Wird von der Regulierungsbehörde eine Verletzung dieses Bundesgesetzes festgestellt, die im Zeitpunkt der Feststellung noch andauert, so hat der Mediendienstanbieter unverzüglich einen der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechenden Zustand herzustellen. [...]“

3.3. Zur Qualifikation der Sendung „ XXXX “ am 30.06.2020, von 07:00 bis 09:00 Uhr, als Sendung zur politischen Information sowie zur Verletzung des § 37 Abs. 4 AMD-G: 3.3. Zur Qualifikation der Sendung „ römisch 40 “ am 30.06.2020, von 07:00 bis 09:00 Uhr, als Sendung zur politischen Information sowie zur Verletzung des Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G:

Im vorliegenden Fall ist die Einordnung der hier inkriminierten Sendung als eine Sendung zur politischen Informationen durch die belangte Behörde strittig. Es ist sohin gegenständlich zu prüfen, ob die in der inkriminierten Sendung „ XXXX “ behandelten Beiträge bezüglich der „Grauen Wölfe“ und „Presseschau“ aufgrund ihres politischen Informationsgehaltes dazu führen, dass die Sendung insgesamt als Sendung zur politischen Information zu qualifizieren ist. Im vorliegenden Fall ist die Einordnung der hier inkriminierten Sendung als eine Sendung zur politischen Informationen durch die belangte Behörde strittig. Es ist sohin gegenständlich zu prüfen, ob die in der inkriminierten Sendung „ römisch 40 “ behandelten Beiträge bezüglich der „Grauen Wölfe“ und „Presseschau“ aufgrund ihres politischen Informationsgehaltes dazu führen, dass die Sendung insgesamt als Sendung zur politischen Information zu qualifizieren ist.

Die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU enthält keine Definition des Begriffes "Sendungen zur politischen Information". Auf Grund der Anführung dieses Begriffes neben dem Begriff der "Nachrichten" kann man aber davon ausgehen, 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 (VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275).

Angesichts der soeben zitierten Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs ist es folglich erforderlich, den Inhalt der Beiträge sowie den Zweck des § 37 Abs. 4 AMD-G zu analysieren, um festzustellen, ob es sich in einer Gesamtbetrachtung um eine Sendung handelte, die der politischen Information diene und einen politischen Charakter aufwies: Angesichts der soeben zitierten Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs ist es folglich erforderlich, den Inhalt der Beiträge sowie den Zweck des Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G zu analysieren, um festzustellen, ob es sich in einer Gesamtbetrachtung um eine Sendung handelte, die der politischen Information diene und einen politischen Charakter aufwies:

3.3.1. Beitrag über die „Grauen Wölfe“:

Der Beitrag über die „Grauen Wölfe“ behandelte Ausschreitungen zwischen den Anhängern der genannten Gruppe

und Kurden im Zuge einer Demonstration in Wien Favoriten im Jahr 2020. Im genannten Beitrag wurden Aufnahmen gezeigt, die den politischen Konflikt und die Auseinandersetzung zwischen den beiden genannten Gruppen veranschaulichten. Im Laufe des gesamten Beitrags war im unteren Bereich des Bildes eine statische Infozeile mit dem Titel „Graue Wölfe im Schafspelz“ zu sehen. Auch wurden im Rahmen eines Straßeninterviews drei Passanten mit unterschiedlichen Ansichten zum Thema interviewt. Im Rahmen dieses Beitrages wurde zudem der Nahost-Experte XXXX in die Sendung zugeschaltet, der die Zuschauer über die demografischen Gegebenheiten im 10. Wiener Bezirk aufklärte. So erklärte der Experte, dass im 10. Bezirk ein hoher Anteil der ansässigen Bevölkerung türkischer Herkunft sei, wobei sowohl linke als auch rechte politische Orientierungen vertreten seien. Im Rahmen des Gesprächs erklärte der Nahost-Experte zudem, dass die Rechtsextremen die Demonstration als Vorwand genutzt hätten, um das XXXX - Haus anzugreifen. Der Beitrag über die „Grauen Wölfe“ behandelte Ausschreitungen zwischen den Anhängern der genannten Gruppe und Kurden im Zuge einer Demonstration in Wien Favoriten im Jahr 2020. Im genannten Beitrag wurden Aufnahmen gezeigt, die den politischen Konflikt und die Auseinandersetzung zwischen den beiden genannten Gruppen veranschaulichten. Im Laufe des gesamten Beitrags war im unteren Bereich des Bildes eine statische Infozeile mit dem Titel „Graue Wölfe im Schafspelz“ zu sehen. Auch wurden im Rahmen eines Straßeninterviews drei Passanten mit unterschiedlichen Ansichten zum Thema interviewt. Im Rahmen dieses Beitrages wurde zudem der Nahost-Experte römisch 40 in die Sendung zugeschaltet, der die Zuschauer über die demografischen Gegebenheiten im 10. Wiener Bezirk aufklärte. So erklärte der Experte, dass im 10. Bezirk ein hoher Anteil der ansässigen Bevölkerung türkischer Herkunft sei, wobei sowohl linke als auch rechte politische Orientierungen vertreten seien. Im Rahmen des Gesprächs erklärte der Nahost-Experte zudem, dass die Rechtsextremen die Demonstration als Vorwand genutzt hätten, um das römisch 40 -Haus anzugreifen.

Ferner stellte die belangten Behörde fest, dass im Rahmen der Sendung über die historische und aktuelle Bedeutung der „Grauen Wölfe“ sowie von deren terroristischen Tendenz in der Vergangenheit berichtet worden sei (vgl. Bescheid S. 17). In diesem Zusammenhang erläuterte der Experte beispielsweise, dass die „Grauen Wölfe“ in der Vergangenheit terroristische Aktionen durchgeführt hätten, wie z.B. die Unterstützung des Papst-Attentäters in den 80er Jahren, der von österreichischen „Grauen Wölfen“ über die Grenze in die Schweiz geschmuggelt worden sei, damit dieser nach Rom reisen könne. Ferner stellte die belangten Behörde fest, dass im Rahmen der Sendung über die historische und aktuelle Bedeutung der „Grauen Wölfe“ sowie von deren terroristischen Tendenz in der Vergangenheit berichtet worden sei (vergleiche Bescheid S. 17). In diesem Zusammenhang erläuterte der Experte beispielsweise, dass die „Grauen Wölfe“ in der Vergangenheit terroristische Aktionen durchgeführt hätten, wie z.B. die Unterstützung des Papst-Attentäters in den 80er Jahren, der von österreichischen „Grauen Wölfen“ über die Grenze in die Schweiz geschmuggelt worden sei, damit dieser nach Rom reisen könne.

In weiterer Folge hob der Experte die Gefährlichkeit der „Grauen Wölfe“ für Personen, welche von ihnen als Feinde betrachtet werden würden sowie für die demokratischen Werte wie die Demonstrationsfreiheit hervor. Weiters übte der Experte Kritik an der zeitlichen Effektivität des polizeilichen Einschreitens, führte aber gleichzeitig auch aus, dass das Einschreiten der Polizei weitere schwerwiegende Ereignisse verhindert habe.

Darüber hinaus wurden, wie festgestellt, Ausschnitte von der Rede des Bundeskanzlers im Rahmen einer Pressekonferenz gezeigt (vgl. „Wir werden mit der Polizei stärker präsent sein, im 10. Bezirk“, „Wir versuchen in der Lage zu sein, rasch zu reagieren“, „Jede Straftat, die im Bildmaterial dokumentiert worden ist, wird konsequent verfolgt.“ „Freiheit und Demokratie lassen wir uns in Österreich mit Sicherheit nicht gefährden“). Darüber hinaus wurden, wie festgestellt, Ausschnitte von der Rede des Bundeskanzlers im Rahmen einer Pressekonferenz gezeigt (vergleiche „Wir werden mit der Polizei stärker präsent sein, im 10. Bezirk“, „Wir versuchen in der Lage zu sein, rasch zu reagieren“, „Jede Straftat, die im Bildmaterial dokumentiert worden ist, wird konsequent verfolgt.“ „Freiheit und Demokratie lassen wir uns in Österreich mit Sicherheit nicht gefährden“).

Abschließend ist zu diesem Beitrag festzuhalten, dass abgesehen vom Expertengespräch, der Off-Sprecher in der Sendung Informationen zu den „Grauen Wölfen“ und zur Zahl der Anhänger der „Grauen Wölfe“ in Österreich gab sowie den Konflikt zwischen Kurden und rechtsradikalen Türken kommentierte und damit den Zuschauern zusätzliche Informationen lieferte (Off-Sprecher: „Die ultranationalistische Bewegung „Graue Wölfe“ kämpft seit knapp 60 Jahren für ein großtürkisches Reich. Heute weniger radikaler als damals. Aber wie sich aktuell zeigt, dennoch mit extremen

Methoden“; „Rund 2000 Anhänger der Grauen Wölfe gibt es in Österreich“; „Der Konflikt zwischen Kurden und Türken hat eine lange Tradition. Eine Tradition mit der vorerst nicht so bald gebrochen wird. Zumindest, wenn es nach den Grauen Wölfen geht“.).

3.3.2. Beitrag „Presseschau“:

In diesem Beitrag nahm XXXX von der Austria Presse Agentur eine kurze Analyse der Inhalte der Titelseiten von drei österreichischen Tageszeitungen über die Corona-Pandemie sowie die „Grauen Wölfe“ vor. In diesem Beitrag nahm römisch 40 von der Austria Presse Agentur eine kurze Analyse der Inhalte der Titelseiten von drei österreichischen Tageszeitungen über die Corona-Pandemie sowie die „Grauen Wölfe“ vor.

Der Journalist kommentierte zunächst den Titel „Rekord an neuen Corona-Fällen“ der XXXX Zeitung. Er kommentierte den Anstieg der Fälle und erklärte, dass sich die Lockerungen nicht wirklich auf die Zahlen ausgewirkt hätten. Fortgesetzt legte er seine Meinung hinsichtlich einer möglichen, erneuten Maskenpflicht dar und führte aus, dass Menschen die Pandemie nicht mehr ernst nehmen würden. Der Journalist kommentierte zunächst den Titel „Rekord an neuen Corona-Fällen“ der römisch 40 Zeitung. Er kommentierte den Anstieg der Fälle und erklärte, dass sich die Lockerungen nicht wirklich auf die Zahlen ausgewirkt hätten. Fortgesetzt legte er seine Meinung hinsichtlich einer möglichen, erneuten Maskenpflicht dar und führte aus, dass Menschen die Pandemie nicht mehr ernst nehmen würden.

Ferner kommentierte der Journalist den XXXX Titel betreffend einen Griechenland-Urlaub und machte die Zuschauer auf die App-Registrierung und den eventuell durchzuführenden Corona-Test aufmerksam. Ferner kommentierte der Journalist den römisch 40 Titel betreffend einen Griechenland-Urlaub und machte die Zuschauer auf die App-Registrierung und den eventuell durchzuführenden Corona-Test aufmerksam.

Im letzten Teil erörterte der Journalist den XXXX Titel zu den Auseinandersetzungen zwischen den „Grauen Wölfen“ und Kurden in Wien Favoriten im Zuge einer Demonstration im 10. Wiener Gemeindebezirk. Der Journalist führte aus, dass die Auseinandersetzungen auf der Straße deshalb eskaliert seien, weil die Einsatzbehörden von der Intensität bzw. Aggressivität überrascht worden seien. Auf der einen Seite handle es sich um Demonstrationen von Kurden und auf der anderen Seite um Angriffe von rechtsradikalen Türkischstämmigen der zweiten oder dritten Generation. Es sei ein langanhaltender Konflikt, der in der Türkei seit langem bestehe. Ferner erklärte er, dass aufgrund der Auseinandersetzungen der türkische Botschafter vom österreichischen Außenminister einbestellt worden sei und umgekehrt ebenfalls. Im letzten Teil erörterte der Journalist den römisch 40 Titel zu den Auseinandersetzungen zwischen den „Grauen Wölfen“ und Kurden in Wien Favoriten im Zuge einer Demonstration im 10. Wiener Gemeindebezirk. Der Journalist führte aus, dass die Auseinandersetzungen auf der Straße deshalb eskaliert seien, weil die Einsatzbehörden von der Intensität bzw. Aggressivität überrascht worden seien. Auf der einen Seite handle es sich um Demonstrationen von Kurden und auf der anderen Seite um Angriffe von rechtsradikalen Türkischstämmigen der zweiten oder dritten Generation. Es sei ein langanhaltender Konflikt, der in der Türkei seit langem bestehe. Ferner erklärte er, dass aufgrund der Auseinandersetzungen der türkische Botschafter vom österreichischen Außenminister einbestellt worden sei und umgekehrt ebenfalls.

In einem nächsten Schritt ist für die Beurteilung, ob die soeben inhaltlich dargelegten Beiträge vom Begriff „Sendung zur politischen Information“ erfasst sind, auch auf den Zweck des Sponsoringverbots gem. § 37 Abs. 4 AMD-G abzustellen: In einem nächsten Schritt ist für die Beurteilung, ob die soeben inhaltlich dargelegten Beiträge vom Begriff „Sendung zur politischen Information“ erfasst sind, auch auf den Zweck des Sponsoringverbots gem. Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G abzustellen:

3.3.3. Zum Zweck des Sponsoringverbots für Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information gem. § 37 Abs. 4 AMD-G: 3.3.3. Zum Zweck des Sponsoringverbots für Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information gem. Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G:

Der Verwaltungsgerichtshof sprach zur identen Bestimmung des § 17 Abs. 3 ORF-G (idF BGBl I Nr 50/2010), Folgendes aus (VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087): Der Verwaltungsgerichtshof sprach zur identen Bestimmung des Paragraph 17, Absatz 3, ORF-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr 50 aus 2010, Folgendes aus (VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087):

„Sowohl die Vorgaben des Unionsrechts als auch die national umgesetzte Vorschrift zielen erkennbar darauf ab,

Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information von jeglichen Einflüssen durch Sponsoren frei zu halten und nicht einmal den Eindruck einer solchen Einflussnahme entstehen zu lassen [Anm: Hervorhebung durch Verfasser], weil letzteres schon ausreichen würde, um das Vertrauen der Zuseher in die unbeeinflusste Berichterstattung und Information in Frage zu stellen. Somit dient die in Rede stehende Vorschrift nicht nur der redaktionellen Unabhängigkeit des ORF, sondern auch den Interessen der Zuseher, umfassend und angemessen geschützt zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, begnügt sich das Gesetz nicht mit der Regelung des § 17 Abs 2 Z 1 ORF-G, wonach Sponsoren den Inhalt und Programmplatz auf keinen Fall in der Weise beeinflussen dürfen, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit in Bezug auf die Sendungen angetastet wird. § 17 Abs 3 ORF-G ordnet vielmehr ein vollständiges Verbot des Sponsorings von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information an.“ „Sowohl die Vorgaben des Unionsrechts als auch die national umgesetzte Vorschrift zielen erkennbar darauf ab, Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information von jeglichen Einflüssen durch Sponsoren frei zu halten und nicht einmal den Eindruck einer solchen Einflussnahme entstehen zu lassen [Anm: Hervorhebung durch Verfasser], weil letzteres schon ausreichen würde, um das Vertrauen der Zuseher in die unbeeinflusste Berichterstattung und Information in Frage zu stellen. Somit dient die in Rede stehende Vorschrift nicht nur der redaktionellen Unabhängigkeit des ORF, sondern auch den Interessen der Zuseher, umfassend und angemessen geschützt zu werden. Um dieses Ziel zu erreichen, begnügt sich das Gesetz nicht mit der Regelung des Paragraph 17, Absatz 2, Ziffer eins, ORF-G, wonach Sponsoren den Inhalt und Programmplatz auf keinen Fall in der Weise beeinflussen dürfen, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit in Bezug auf die Sendungen angetastet wird. Paragraph 17, Absatz 3, ORF-G ordnet vielmehr ein vollständiges Verbot des Sponsorings von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information an.“

Das Sponsoringverbot für Sendungen mit politischen Themen (Inhalt) dient daher dem Schutz der redaktionellen Unabhängigkeit und Neutralität. Es soll potenzielle Beeinflussung und Verzerrung der Berichterstattung über politische Angelegenheiten durch Dritte verhindern. Durch das Verbot wird die Integrität des Journalismus gewahrt und das Vertrauen der Öffentlichkeit (Zuseher) in die Medien gestärkt. Ferner besteht auch ein besonderes Schutzbedürfnis dahingehend, dass jeder Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung in sensiblen Themen wie z.B. der Politik durch werbetreibende Dritte von vornherein ausgeschlossen wird.

Aufgrund der besonders wichtig erachteten Programmsparte sowie der Wesentlichkeit des Einflussverbotes bzw. der besonders geschützten Güter, ist nach Ansicht des erkennenden Verwaltungsgerichtes der Begriff „Sendung zur politischen Information“ in einem weiten Sinn zu verstehen.

Das Vorbringen der BF unter Verweis auf die Entscheidung des Bundeskommunikationssenats (im Folgenden „BKS“) vom 23.06.2005, 611.001/005-BKS/2005, wonach der im Gesetzestext gewählte Zusammenhang von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nahe lege, dass wohl nicht jedwede Form der Berichterstattung über tatsächlich Geschehenes gemeint sein könne, sondern dass der Begriff der Nachrichten einschränkend zu interpretieren sei, ist nicht haltbar, da sie offenbar übersieht, dass sich der BKS erkennbar lediglich mit dem Begriff „Nachrichtensendungen“ betreffend eine Qualifikation von Sportereignissen (dort: „Fußball-Bundesliga“) als Nachrichtensendungen durch die belangte Behörde beschäftigte und seine Ausführungen sohin nicht den Begriff „Sendungen zur politischen Information“ betreffen.

Gegenständlich befasste sich die Sendung aber mit aktuellen politischen Themen bzw. Vorkommnissen, deren Inhalte für die politische Debatte und das öffentliche Interesse von Bedeutung sind. Sie bot informative sowie sachliche Inhalte, die die Zuschauer aufklärten. Im Rahmen der Sendung wurde zudem – wie oben aufgezeigt – ein Nahost-Experte zugeschaltet, welcher in Themen wie „Naher Osten“, „Politischer Islam“, „Migration“, „Kurdistan“, „Internationale Politik“ und „Staat und Religion“ versiert ist (vgl. <https://ufind.univie.ac.at/de/person.html?id=88127>). Der Nahost-Experte, die im 10. Wiener Gemeindebezirk interviewten Passanten sowie die Ausschnitte aus einer Rede des Bundeskanzlers im Rahmen einer Pressekonferenz haben gegenständlich ganz klar zur Differenzierung beigetragen. So wurden vor allem verschiedene Standpunkte gegenübergestellt und den Zuschauern ermöglicht, sich ein eigenes Urteil zu bilden. In der Sendung wurde das politische Ereignis analysiert, und es wurden Hintergrundinformationen dazu geliefert, offensichtlich um ein besseres Verständnis für die Komplexität des Themas zu ermöglichen. Gegenständlich befasste sich die Sendung aber mit aktuellen politischen Themen bzw. Vorkommnissen, deren Inhalte für die politische Debatte und das öffentliche Interesse von Bedeutung sind. Sie bot informative sowie sachliche Inhalte, die die Zuschauer aufklärten. Im Rahmen der Sendung wurde zudem – wie oben

aufgezeigt – ein Nahost-Experte zugeschaltet, welcher in Themen wie „Naher Osten“, „Politischer Islam“, „Migration“, „Kurdistan“, „Internationale Politik“ und „Staat und Religion“ versiert ist (vergleiche <https://ufind.univie.ac.at/de/person.html?id=88127>). Der Nahost-Experte, die im 10. Wiener Gemeindebezirk interviewten Passanten sowie die Ausschnitte aus einer Rede des Bundeskanzlers im Rahmen einer Pressekonferenz haben gegenständlich ganz klar zur Differenzierung beigetragen. So wurden vor allem verschiedene Standpunkte gegenübergestellt und den Zuschauern ermöglicht, sich ein eigenes Urteil zu bilden. In der Sendung wurde das politische Ereignis analysiert, und es wurden Hintergrundinformationen dazu geliefert, offensichtlich um ein besseres Verständnis für die Komplexität des Themas zu ermöglichen.

3.3.4. Aufgrund obiger Erwägungen kann der politische Inhalt des Beitrages zu den „Grauen Wölfen“ nicht verneint werden. Der Beitrag zu den „Grauen Wölfen“ legte die politischen Ansichten bzw. Standpunkte der „Grauen Wölfe“, einschließlich die vergangenen und aktuellen politischen Ereignisse (zB Auseinandersetzung zwischen den „Grauen Wölfen“ und den Kurden in Wien Favoriten, Papst-Attentat und terroristische Verbindungen in der Vergangenheit, gegenwärtige terroristische Tendenzen) und Entwicklungen dar.

Nach Ansicht des erkennenden Verwaltungsgerichtes ermöglichte die Kombination von Bildmaterial und gesprochener, fachkundiger Analyse durch den zugeschalteten Nahost-Experten den Zusehern, sich ein besseres und vertieftes Verständnis von der politischen Bedeutung der aktuellen Geschehnisse rund um die Demonstration in Favoriten zu verschaffen. Mit dem Titel „Graue Wölfe im Schafspelz?“ im Bild sollte das Bewusstsein der Öffentlichkeit hinsichtlich der Gruppe der „Grauen Wölfe“ geschärft und auf die Notwendigkeit hingewiesen werden, die Absichten und Aktivitäten der Gruppe kritisch zu hinterfragen. Die Zuschauer wurden somit über politische Ereignisse und politische Entwicklungen in Österreich ausführlich – und nicht wie vorgebracht bloß oberflächlich – informiert; mit der Sendung wurde für die Zuseher die Möglichkeit geschaffen, sich aufgrund von Sachberichten und Hintergrundinformationen (Nahost-Experte, Standpunkte der Bundesregierung) eine eigene Meinung zum einem politisch sehr aktuellen Thema zu bilden.

Der politische Kontext der Sendung wurde durch den Beitrag zur "Presseschau" über die Konflikte in Wien Favoriten zwischen Kurden und den "Grauen Wölfen" zusätzlich vertieft. Mit seinen Aussagen stellte der Journalist, wie bereits oben aufgezeigt, Hintergrundinformationen zur Verfügung und den aktuellen Stand der Situation dar. Es wurde aufgezeigt, dass es in Bezug auf den Konflikt zwischen Kurden und rechtsextremen türkischen Gruppen Spannungen gibt, die zu gewaltsamen Auseinandersetzungen auf den Straßen geführt hätten. Die Erwähnung der diplomatischen Eskalationen, wie das Einbestellen des Botschafters, deutet auf die hochpolitische Bedeutung der Sendungsinhalte hin. Diese Einordnung des politischen Charakters der Sendung wird durch die Einblendung eines Zitates des Bundeskanzlers aus einer Presseerklärung zum Thema nochmals verstärkt.

Das erkennende Verwaltungsgericht verkennt zwar nicht, dass der Beitrag im Rahmen der Presseschau isoliert betrachtet kein tiefgreifendes Verständnis vermittelt. Trotzdem ist bei einer Gesamtbetrachtung der politisch informative Gehalt der beiden Beiträge zu den politischen Ereignissen klar zu erkennen, da diese Beiträge nicht bloß beiläufig auf die Ereignisse und die „Grauen Wölfe“ Bezug nahmen. Die Zuschaltung des Nahost-Experten in die Sendung zu Zwecken der fachlichen Einschätzung, Bewertung und Analyse sowie die Kommentierung des in der Sendung anwesenden APA-Journalisten haben erkennbar und zweifelsohne dazu beigetragen, den Informationsgehalt der Auseinandersetzungen zwischen Kurden und den „Grauen Wölfen“ zu erhöhen und boten den Zuschauern unterschiedliche Perspektiven in Bezug auf die Auseinandersetzungen.

Die Sendung bot nach Ansicht des erkennenden Verwaltungsgerichtes einen umfassenden und ausgewogenen Blick auf das Thema und gab den Zuschauern die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren, weshalb auch vor dem Hintergrund des Schutzzweckes der Bestimmung gegenständlich von einer Sendung zur politischen Information auszugehen ist.

Der Ansicht der belangten Behörde, wonach auch die Beiträge zur Corona-Pandemie einen politisch informativen Gehalt aufgewiesen hätten, ist aufgrund des fehlenden politischen Kontextes bzw. des oberflächlichen politischen Informationsgehalts nicht zu folgen, was aber im Ergebnis nichts an der Beurteilung ändert, da die Beiträge zu den „Grauen Wölfen“ – wie bereits ausgeführt – genügen, um eine „Sendung zur politischen Information“ anzunehmen.

3.3.5. Zum Vorbringen der BF hinsichtlich des Programmformats:

Darüber hinaus wird festgehalten, dass nicht übersehen wird, dass die inkriminierte Sendung „XXXX“ ein Magazin ist,

das verschiedene Themen wie Lifestyle, Unterhaltung, Gesundheit und aktuelle Ereignisse behandelt und den Schwerpunkt grundsätzlich nicht primär auf politische Berichterstattung oder Analyse legt (vgl. <https://www.XXXX>). Darüber hinaus wird festgehalten, dass nicht übersehen wird, dass die inkriminierte Sendung „römisch 40“ ein Magazin ist, das verschiedene Themen wie Lifestyle, Unterhaltung, Gesundheit und aktuelle Ereignisse behandelt und den Schwerpunkt grundsätzlich nicht primär auf politische Berichterstattung oder Analyse legt (vergleiche <https://www.römisch40>).

Der Formulierung des § 37 Abs. 4 AMD-G, wonach unter anderem Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürften, kann weiter abgeleitet werden, dass das Verbot jene Sendungen umfasst, welche der politischen Informationsvermittlung dienen sollen. Es kommt erkennbar nicht auf unterschiedliche formale Programmformen oder -formate an. Grundsätzlich kann somit jede Sendung, die der Informationsvermittlung im politischen Kontext dient, einschließlich Magazinsendungen, als eine Sendung zur politischen Information qualifiziert werden. Der Formulierung des Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G, wonach unter anderem Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden dürften, kann weiter abgeleitet werden, dass das Verbot jene Sendungen umfasst, welche der politischen Informationsvermittlung dienen sollen. Es kommt erkennbar nicht auf unterschiedliche formale Programmformen oder -formate an. Grundsätzlich kann somit jede Sendung, die der Informationsvermittlung im politischen Kontext dient, einschließlich Magazinsendungen, als eine Sendung zur politischen Information qualifiziert werden.

Unter Berücksichtigung des gegenständlichen Sachverhalts vermag das Vorbringen der BF, wonach das Format „XXXX“ weder als Nachrichtensendung noch als Sendung zur politischen Information einzustufen sei, nicht zu überzeugen und kann diesem daher nicht gefolgt werden. Unter Berücksichtigung des gegenständlichen Sachverhalts vermag das Vorbringen der BF, wonach das Format „römisch 40“ weder als Nachrichtensendung noch als Sendung zur politischen Information einzustufen sei, nicht zu überzeugen und kann diesem daher nicht gefolgt werden.

Ferner kann auch dem Vorbringen der BF, wonach die zwei Beiträge kaum dreieinhalb Minuten gedauert hätten, nicht gefolgt werden, zumal es nach Überzeugung des Gerichts nicht auf die Länge einer Sendung ankommen kann, sondern dabei vielmehr auf den Inhalt der Sendung abzustellen und sicherzustellen ist, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit gewahrt bleibt und jeder Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung in sensiblen Themen wie der Politik durch werbetreibende Dritte ausgeschlossen wird. Andernfalls könnten sensible politische Themen in Form von kurzen Beiträgen, zB in gesponserte Magazinsendungen eingebaut und somit der Schutzzweck der hier gegenständlichen gesetzlichen Bestimmung umgangen werden.

3.3.6. Zum Vorbringen der BF betreffend das Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofs vom 29.02.2008, 2005/04/0275:

Der Verwaltungsgerichtshof führte in seiner oben genannten Entscheidung aus, dass die englische Sprachfassung „current affairs programmes“ für eine weitere Auslegung spreche als die belangte Behörde im (dortigen) Beschwerdefall vorgenommen habe, da sie diesen Begriff sowohl für Sendungen zur politischen Information als auch für „Magazine über das aktuelle Zeitgeschehen“ verwende. Der belangten Behörde könne vor diesem Hintergrund nicht entgegengetreten werden, wenn sie im Beschwerdefall davon ausgegangen sei, dass drei Beiträge der gegenständlichen Sendung auf Grund des Umstandes, dass diese sich mit politischen Vorkommnissen auseinander gesetzt bzw. breiten Raum zur Darlegung von politischen Sichtweisen geboten habe, als Sendungen zur politischen Information qualifiziert werden könnten.

Die BF bringt in der Beschwerde vor, dass auf die oben genannte Entscheidung nur eingeschränkt zurückgegriffen werden könne, da in dieser Entscheidung der Verwaltungsgerichtshof von der Möglichkeit eines weiter gefassten Verständnisses dieses Begriffs ausgegangen sei, wonach auch „Magazine über das tagesaktuelle Tagesgeschehen“ erfasst sein könnten. Dies könne im konkreten Fall aber nicht mehr zutreffen, da sich diese Prämisse des Verwaltungsgerichtshofs auf die zur Zeit seiner Entscheidung geltende Richtlinie 97/36/EG gestützt habe, die in Art. 11 Abs. 5 den Begriff „Magazine über das aktuelle Zeitgeschehen“ auch tatsächlich erhalten habe. Die aktuell geltende Richtlinie 2010/13/EU kenne einen solchen Begriff nicht (Beschwerde S. 3). Die BF bringt in der Beschwerde vor, dass auf die oben genannte Entscheidung nur eingeschränkt zurückgegriffen werden könne, da in dieser Entscheidung der Verwaltungsgerichtshof von der Möglichkeit eines weiter gefassten Verständnisses dieses Begriffs ausgegangen sei, wonach auch „Magazine über das tagesaktuelle Tagesgeschehen“ erfasst sein könnten. Dies könne im konkreten Fall aber nicht mehr zutreffen, da sich diese Prämisse des Verwaltungsgerichtshofs auf die zur Zeit seiner Entscheidung

geltende Richtlinie 97/36/EG gestützt habe, die in Artikel 11, Absatz 5, den Begriff „Magazine über das aktuelle Zeitgeschehen“ auch tatsächlich erhalten habe. Die aktuell geltende Richtlinie 2010/13/EU kenne einen solchen Begriff nicht (Beschwerde S. 3).

Dazu ist auszuführen, dass, wie bereits dargelegt, die Qualifikation einer Sendung als Sendung zur politischen Information erkennbar nicht auf ein bestimmtes Programmformat abstellt, sondern vielmehr deren Inhalt ausschlaggebend für die Qualifikation ist. Dies ist vor allem auch daran erkennbar, dass – wie von der BF zutreffend vorgebracht – die aktuell geltende Richtlinie den Begriff „Magazin über das aktuelle Zeitgeschehen“ nicht (mehr) kennt. Aus der einschlägigen gesetzlichen Bestimmung kann nach Überzeugung des erkennenden Gerichts vielmehr abgeleitet werden, dass auf den Inhalt der Sendung sowie den Schutzzweck der Norm abzustellen und zu klären ist, ob es sich bei den Beiträgen um eine Sendung handelt, die der politischen Information dient und einen politischen Charakter aufweist (vgl. VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275; Punkt 3.4.). Dazu ist auszuführen, dass, wie bereits dargelegt, die Qualifikation einer Sendung als Sendung zur politischen Information erkennbar nicht auf ein bestimmtes Programmformat abstellt, sondern vielmehr deren Inhalt ausschlaggebend für die Qualifikation ist. Dies ist vor allem auch daran erkennbar, dass – wie von der BF zutreffend vorgebracht – die aktuell geltende Richtlinie den Begriff „Magazin über das aktuelle Zeitgeschehen“ nicht (mehr) kennt. Aus der einschlägigen gesetzlichen Bestimmung kann nach Überzeugung des erkennenden Gerichts vielmehr abgeleitet werden, dass auf den Inhalt der Sendung sowie den Schutzzweck der Norm abzustellen und zu klären ist, ob es sich bei den Beiträgen um eine Sendung handelt, die der politischen Information dient und einen politischen Charakter aufweist vergleiche VwGH 29.02.2008, 2005/04/0275; Punkt 3.4.).

Auch teilt das erkennende Gericht die Meinung der BF, wonach der der obigen Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs zugrundeliegende Sachverhalt mit dem gegenständlichen nicht vergleichbar sei, nicht. Denn gegenständlich setzten sich die Beiträge – wie oben ausgeführt – mit politischen Vorkommnissen im 10. Wiener Gemeindebezirk, insbesondere mit der rechtsradikalen Gruppe „Graue Wölfe“ vor allem durch die Zuschaltung eines Nahost-Experten auseinander und zeigten auch Ausschnitte von einer Rede des Bundeskanzlers im Rahmen einer Pressekonferenz zu diesen Vorkommnissen. Bei der Rede des Bundeskanzlers im Rahmen der Pressekonferenz handelt es sich um eine offizielle Stellungnahme zum damals aktuellen politischen Ereignis und vermittelte sie die diesbezüglichen politische Standpunkte der österreichischen Bundesregierung. Nach Ansicht des erkennenden Gerichts dient dies als Grundlage für weitere politische Diskussionen und Analysen.

3.3.7. Zusammenfassend ist daher der Ansicht der belangten Behörde, wonach die inkriminierte Sendung als eine Sendung zur politischen Information eingeordnet werden könne, nicht entgegenzutreten.

3.3.8. Zur Verletzung des § 37 Abs. 4 AMD-G: 3.3.8. Zur Verletzung des Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G:

Gemäß § 37 Abs. 4 AMD-G dürfen Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden. Gemäß Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G dürfen Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information nicht gesponsert werden.

Im Beschwerdefall ist es nicht strittig, dass es sich bei den in der inkriminierten Sendung ausgestrahlten Sponsorhinweisen zugunsten der Unternehmen „XXXX“, „XXXX“, „XXXX“, „XXXX“, „XXXX“ und „XXXX“ jeweils um Sponsorhinweise iSd § 37 Abs. 1 Z 2 iVm § 2 Z 32 AMD-G handelte (vgl. Bescheid S. 15f). Im Beschwerdefall ist es nicht strittig, dass es sich bei den in der inkriminierten Sendung ausgestrahlten Sponsorhinweisen zugunsten der Unternehmen „römisch 40“, „römisch 40“, „römisch 40“, „römisch 40“, „römisch 40“ und „römisch 40“ jeweils um Sponsorhinweise iSd Paragraph 37, Absatz eins, Ziffer 2, in Verbindung mit Paragraph 2, Ziffer 32, AMD-G handelte vergleiche Bescheid S. 15f).

Wie bereits ausgeführt, handelte es sich bei der inkriminierten Sendung um eine Sendung zur politischen Information, die als solche nicht gesponsert werden darf, weshalb gegenständlich eine Verletzung des § 37 Abs. 4 AMD-G vorliegt. Wie bereits ausgeführt, handelte es sich bei der inkriminierten Sendung um eine Sendung zur politischen Information, die als solche nicht gesponsert werden darf, weshalb gegenständlich eine Verletzung des Paragraph 37, Absatz 4, AMD-G vorliegt.

3.4. Zur Verletzung des § 38 Abs. 1 AMD-G: 3.4. Zur Verletzung des Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G:

Gemäß § 2 Z 27 erster Satz AMD-G ist unter Produktplatzierung jede Form audiovisueller kommerzieller

Kommunikation zu verstehen, 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. Gemäß Paragraph 2, Ziffer 27, erster Satz AMD-G ist unter Produktplatzierung jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu verstehen, 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.

Die BF bestreitet weder, dass die Einblendung der Marke „XXXX“ in der inkriminierten Sendung als Produktplatzierung einzuordnen ist, noch, dass das Tatbestandsmerkmal „gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung“ für die Einbeziehung oder Bezugnahme der entsprechenden Marken (hier: „XXXX“ und „XXXX“) in die inkriminierte Sendung nicht erfüllt sei. Die BF bestreitet weder, dass die Einblendung der Marke „römisch 40“ in der inkriminierten Sendung als Produktplatzierung einzuordnen ist, noch, dass das Tatbestandsmerkmal „gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung“ für die Einbeziehung oder Bezugnahme der entsprechenden Marken (hier: „römisch 40“ und „römisch 40“) in die inkriminierte Sendung nicht erfüllt sei.

Hingegen bestehen zwischen den Parteien Uneinigkeiten hinsichtlich der anzuwendenden Fassung der hier einschlägigen Rechtsgrundlage und der von der belangten Behörde vorgenommenen Qualifizierung des Brotkorbs mit dem Markenaufdruck „XXXX“ als Produktplatzierung. Hingegen bestehen zwischen den Parteien Uneinigkeiten hinsichtlich der anzuwendenden Fassung der hier einschlägigen Rechtsgrundlage und der von der belangten Behörde vorgenommenen Qualifizierung des Brotkorbs mit dem Markenaufdruck „römisch 40“ als Produktplatzierung.

3.4.1. Zum Vorbringen der BF, wonach die belangte Behörde im angefochtenen Bescheid die alte Fassung der hier einschlägigen gesetzlichen Bestimmung herangezogen habe:

Die BF bringt vor, dass die belangte Behörde in ihrer Entscheidung die Bestimmung § 38 Abs. 1 AMD-G in ihrer alten Fassung (nämlich BGBl. I Nr. 86/2015) zugrunde gelegt habe, obwohl zum Zeitpunkt der Erlassung des angefochtenen Bescheides bereits die neue Fassung, nämlich BGBl. I Nr. 150/2020 in Kraft getreten sei. Hierdurch habe sie gegen das in § 1 Abs. 2 VStG verankerte Günstigkeitsprinzip verstoßen. Die BF bringt vor, dass die belangte Behörde in ihrer Entscheidung die Bestimmung Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in ihrer alten Fassung (nämlich Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015,) zugrunde gelegt habe, obwohl zum Zeitpunkt der Erlassung des angefochtenen Bescheides bereits die neue Fassung, nämlich Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 150 aus 2020, in Kraft getreten sei. Hierdurch habe sie gegen das in Paragraph eins, Absatz 2, VStG verankerte Günstigkeitsprinzip verstoßen.

3.4.1.1. Anzuwendende Rechtsgrundlage:

Die rechtliche Beurteilung hinsichtlich eines möglichen Verstoßes der BF gegen die Bestimmungen der §§ 37 und 38 AMD-G erfolgt anhand der Rechtslage, die zum Zeitpunkt der Ausstrahlung der betreffenden Fernsehsendung galt. Hierzu wird auf die ständige Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs verwiesen (vgl. etwa VwGH 16.04.2021, 2019/03/0016; VwGH 28.2.2014, 2012/03/0019, VwSlg 18794 A; 18.9.2013, 2011/03/0156, jeweils mwN). Auch wenn die Ausführungen des Verwaltungsgerichtshofs die Bestimmungen des ORF-G betreffen, können diese auch auf die im Wesentlichen wortgleichen Bestimmungen des AMD-G übertragen werden. Die rechtliche Beurteilung hinsichtlich eines möglichen Verstoßes der BF gegen die Bestimmungen der Paragraphen 37 und 38 AMD-G erfolgt anhand der Rechtslage, die zum Zeitpunkt der Ausstrahlung der betreffenden Fernsehsendung galt. Hierzu wird auf die ständige Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs verwiesen vergleiche etwa VwGH 16.04.2021, 2019/03/0016; VwGH 28.2.2014, 2012/03/0019, VwSlg 18794 A; 18.9.2013, 2011/03/0156, jeweils mwN). Auch wenn die Ausführungen des Verwaltungsgerichtshofs die Bestimmungen des ORF-G betreffen, können diese auch auf die im Wesentlichen wortgleichen Bestimmungen des AMD-G übertragen werden.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass das Verwaltungsgericht seine Entscheidung in der Regel an der zum Zeitpunkt seiner Entscheidung maßgeblichen Sach- und Rechtslage auszurichten hat (vgl. VwGH 21.10.2014, Ro 2014/03/0076, VwSlg 18.953 A/2014). Eine andere Betrachtungsweise hat aber – abgesehen vom Fall der ausdrücklichen Regelung etwa in einer Übergangsbestimmung – dann Platz zu greifen, wenn darüber abzusprechen ist, was an einem bestimmten Stichtag oder in einem konkreten Zeitraum rechtens war. Ob eine solche stichtags- bzw. zeitraumbezogene Entscheidung zu treffen ist, muss aus den maßgebenden Bestimmungen selbst ermittelt werden (vgl. VwGH 05.09.2018, Ra 2018/03/0044; VwGH 24.05.2022, Ra 2022/03/0015). Darüber hinaus ist festzuhalten, dass das Verwaltungsgericht seine Entscheidung in der Regel an der zum Zeitpunkt seiner Entscheidung maßgeblichen Sach-

und Rechtslage auszurichten hat vergleiche VwGH 21.10.2014, Ro 2014/03/0076, VwSlg 18.953 A/2014). Eine andere Betrachtungsweise hat aber – abgesehen vom Fall der ausdrücklichen Regelung etwa in einer Übergangsbestimmung – dann Platz zu greifen, wenn darüber abzusprechen ist, was an einem bestimmten Stichtag oder in einem konkreten Zeitraum rechtens war. Ob eine solche stichtags- bzw. zeitraumbezogene Entscheidung zu treffen ist, muss aus den maßgebenden Bestimmungen selbst ermittelt werden vergleiche VwGH 05.09.2018, Ra 2018/03/0044; VwGH 24.05.2022, Ra 2022/03/0015).

Wenn § 62 Abs. 1 AMD-G 2001 normiert, dass die zu treffende Entscheidung in der Feststellung besteht, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes "verletzt worden ist", weist dies eine zeitraumbezogene Komponente auf: Zu prüfen ist, ob im Zeitpunkt der inkriminierten Handlung bzw. Unterlassung, also des "Sachverhalts" iSd § 62 Abs. 1 AMD-G 2001, das AMD-G 2001 verletzt wurde. Die allfällige Feststellung der Rechtsverletzung hat sich daher auf den - regelmäßig in der Vergangenheit liegenden - Zeitpunkt bzw. Zeitraum der Tathandlung zu beziehen. Untermauert wird dieses Ergebnis dadurch, dass § 62 Abs. 1 zweiter Satz AMD-G 2001 für den Fall, dass die Rechtsverletzung im Zeitpunkt der Feststellung noch andauert, eine besondere Regelung trifft (nämlich vom Mediendienstanbieter verlangt, unverzüglich den der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechenden Zustand herzustellen). Daraus ist ersichtlich, dass die in § 62 Abs. 1 erster Satz AMD-G 2001 geregelte Feststellung auch dann zu treffen ist, wenn die Rechtsverletzung im Zeitpunkt der zu treffenden Entscheidung nicht mehr andauert, was notwendigerweise bedingt, dass zur Beurteilung, ob eine Rechtsverletzung vorlag, auf einen vergangenen Zeitpunkt abzustellen ist (VwGH 24.05.2022, Ra 2022/03/0015). Wenn Paragraph 62, Absatz eins, AMD-G 2001 normiert, dass die zu treffende Entscheidung in der Feststellung besteht, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes "verletzt worden ist", weist dies eine zeitraumbezogene Komponente auf: Zu prüfen ist, ob im Zeitpunkt der inkriminierten Handlung bzw. Unterlassung, also des "Sachverhalts" iSd Paragraph 62, Absatz eins, AMD-G 2001, das AMD-G 2001 verletzt wurde. Die allfällige Feststellung der Rechtsverletzung hat sich daher auf den - regelmäßig in der Vergangenheit liegenden - Zeitpunkt bzw. Zeitraum der Tathandlung zu beziehen. Untermauert wird dieses Ergebnis dadurch, dass Paragraph 62, Absatz eins, zweiter Satz AMD-G 2001 für den Fall, dass die Rechtsverletzung im Zeitpunkt der Feststellung noch andauert, eine besondere Regelung trifft (nämlich vom Mediendienstanbieter verlangt, unverzüglich den der Rechtsansicht der Regulierungsbehörde entsprechenden Zustand herzustellen). Daraus ist ersichtlich, dass die in Paragraph 62, Absatz eins, erster Satz AMD-G 2001 geregelte Feststellung auch dann zu treffen ist, wenn die Rechtsverletzung im Zeitpunkt der zu treffenden Entscheidung nicht mehr andauert, was notwendigerweise bedingt, dass zur Beurteilung, ob eine Rechtsverletzung vorlag, auf einen vergangenen Zeitpunkt abzustellen ist (VwGH 24.05.2022, Ra 2022/03/0015).

Angewendet auf den konkreten Fall bedeutet dies, dass die Feststellung der Rechtsverletzung nach § 38 AMD-G durch die belangte Behörde zu Recht unter Zugrundelegung der im Zeitpunkt der Rechtsverletzung bzw. der Ausstrahlung der betreffenden Fernsehsendung geltenden Fassung erfolgte. Die Anwendung der zum Zeitpunkt der Rechtsverletzung geltenden Fassung, nämlich § 38 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 durch die belangte Behörde auf den gegenständlichen Fall steht daher im Einklang mit der oben zitierten Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs, weshalb darin keine Rechtsverletzung oder eine Verletzung des Günstigkeitsprinzips erkannt werden kann. Angewendet auf den konkreten Fall bedeutet dies, dass die Feststellung der Rechtsverletzung nach Paragraph 38, AMD-G durch die belangte Behörde zu Recht unter Zugrundelegung der im Zeitpunkt der Rechtsverletzung bzw. der Ausstrahlung der betreffenden Fernsehsendung geltenden Fassung erfolgte. Die Anwendung der zum Zeitpunkt der Rechtsverletzung geltenden Fassung, nämlich Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015, durch die belangte Behörde auf den gegenständlichen Fall steht daher im Einklang mit der oben zitierten Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs, weshalb darin keine Rechtsverletzung oder eine Verletzung des Günstigkeitsprinzips erkannt werden kann.

Ferner hat das erkennende Verwaltungsgericht bei seiner Beurteilung ebenfalls eine stichtagsbezogene Entscheidung zu treffen und somit die zum Zeitpunkt der Verletzung des § 38 Abs. 1 AMD-G geltende Fassung, nämlich idF BGBl. I Nr. 86/2015, zu berücksichtigen. Wie bereits oben erläutert, ist es in diesem speziellen Fall von entscheidender Bedeutung, ob der § 38 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 zum Zeitpunkt der Ausstrahlung der inkriminierten Sendung verletzt wurde. Ferner hat das erkennende Verwaltungsgericht bei seiner Beurteilung ebenfalls eine stichtagsbezogene Entscheidung zu treffen und somit die zum Zeitpunkt der Verletzung des Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G geltende Fassung, nämlich in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015, zu berücksichtigen. Wie bereits oben

erläutert, ist es in diesem speziellen Fall von entscheidender Bedeutung, ob der Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015, zum Zeitpunkt der Ausstrahlung der inkriminierten Sendung verletzt wurde.

3.4.1.2. § 38 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 – und damit in der im Zeitpunkt Ausstrahlung der betreffenden Fernsehsendung geltenden Fassung – lautete: 3.4.1.2. Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015, – und damit in der im Zeitpunkt Ausstrahlung der betreffenden Fernsehsendung geltenden Fassung – lautete:

„§ 38. (1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.“ § 38. (1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Absatz 2 und 3 unzulässig.

(2) Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung. (2) Nicht unter das Verbot des Absatz eins, fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen. (3) Ausgenommen vom Verbot des Absatz eins, sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.“

§ 38 Abs. 1 AMD-G idF BGBl. I Nr. 150/2020 lautet: Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 150 aus 2020, lautet:

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

Nach der aktuellen Regelung ist die Produktplatzierung nunmehr grundsätzlich erlaubt, jedoch in bestimmten Sendungskategorien ausdrücklich verboten, da vor allem das allgemeine Verbot der Produktplatzierung, abgesehen von einigen Ausnahmen, keine ausreichende Rechtssicherheit für Mediendiensteanbieter geschaffen habe (vgl. 462 der Beilagen XXVII. GP - Regierungsvorlage – Erläuterungen, S. 11), wobei Produktplatzierung in Sendungen zur politischen Information verboten ist. Nach der aktuellen Regelung ist die Produktplatzierung nunmehr grundsätzlich erlaubt, jedoch in bestimmten Sendungskategorien ausdrücklich verboten, da vor allem das allgemeine Verbot der Produktplatzierung, abgesehen von einigen Ausnahmen, keine ausreichende Rechtssicherheit für Mediendiensteanbieter geschaffen habe vergleiche 462 der Beilagen römisch 27 . Gesetzgebungsperiode - Regierungsvorlage – Erläuterungen, S. 11), wobei Produktplatzierung in Sendungen zur politischen Information verboten ist.

Wie bereits unter Punkt 3.3. ausgeführt, handelt es sich bei der inkriminierten Sendung um eine Sendung zur politischen Information. Selbst wenn man daher den Sachverhalt nach der neuen Rechtslage (idF BGBl. I Nr. 150/2020) beurteilen würde, wäre für die BF nichts zu gewinnen, da nur Produktplatzierungen mit Ausnahme von Sendungen zur politischen Information gestattet sind, weshalb die Ausführungen der BF, wonach die belangte Behörde aufgrund des Günstigkeitsvergleichs die aktuell geltende Fassung auf den Sachverhalt anzuwenden gehabt habe und dies einem Entfall der Strafbarkeit gleichkommen würde, ohnehin nicht zutreffend sind. Wie bereits unter Punkt 3.3. ausgeführt, handelt es sich bei der inkriminierten Sendung um eine Sendung zur politischen Information. Selbst wenn man daher den Sachverhalt nach der neuen Rechtslage in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 150 aus 2020,) beurteilen würde, wäre für die BF nichts zu gewinnen, da nur Produktplatzierungen mit Ausnahme von Sendungen zur politischen Information gestattet sind, weshalb die Ausführungen der BF, wonach die belangte Behörde aufgrund des Günstigkeitsvergleichs die aktuell geltende Fassung auf den Sachverhalt anzuwenden gehabt habe und dies einem Entfall der Strafbarkeit gleichkommen würde, ohnehin nicht zutreffend sind.

3.4.2. Qualifikation des Brotkorbs mit dem Aufdruck „ XXXX “ als Produktplatzierung 3.4.2. Qualifikation des Brotkorbs mit dem Aufdruck „ römisch 40 “ als Produktplatzierung:

Die BF bestreitet die Qualifikation des Brotkorbs mit dem Aufdruck „ XXXX “ als Produktplatzierung und führt aus, dass es sich dabei um einen im Rahmen des AMD-G zulässigen Hinweis auf den Sponsor während der Sendung handle.

Ferner habe sich weder die Moderatorin noch einer der Gäste vom Inhalt des Brotkorbs bedient. Daher sei der Brotkorb kein Teil der Sendungshandlung (vgl. Beschwerde S. 5). Die BF bestreitet die Qualifikation des Brotkorbs mit dem Aufdruck „römisch 40“ als Produktplatzierung und führt aus, dass es sich dabei um einen im Rahmen des AMD-G zulässigen Hinweis auf den Sponsor während der Sendung handle. Ferner habe sich weder die Moderatorin noch einer der Gäste vom Inhalt des Brotkorbs bedient. Daher sei der Brotkorb kein Teil der Sendungshandlung (vgl. Beschwerde S. 5).

3.4.2.1. Mit diesem Vorbringen zeigt die Beschwerde keine Rechtswidrigkeit des angefochtenen Bescheides auf:

Zur Unterscheidung zwischen Sponsoring und Produktplatzierung kann dem Erwägungsgrund 91 der Richtlinie 2010/13/EU Folgendes entnommen werden:

„Das entscheidende Kriterium zur Unterscheidung zwischen „Sponsoring“ und „Produktplatzierung“ ist der Umstand, dass bei der Produktplatzierung der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist, weshalb die Definition in Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe m das Wort „innerhalb“ enthält. Hinweise auf Sponsoren dagegen können während einer Sendung gezeigt werden, sind aber nicht Teil der Handlung.“

3.4.2.2. Vorauszuschicken ist, dass der Produktplatzierung – wie auch der Werbung – die Absicht der Absatzförderung eines Unternehmens immanent ist. Anders als die Werbung beschränkt sich die Produktplatzierung allerdings darauf, dass ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung in eine Sendung einbezogen und darauf Bezug genommen wird, sodass diese – wie das ORF-G in Übereinstimmung mit Art 1 Abs 1 lit m der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU (AVMD-RL) definiert – "innerhalb einer Sendung erscheinen". Im ErwG 91 dieser RL wird näher ausgeführt, "dass bei der Produktplatzierung der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist". Bei der Produktplatzierung findet somit – im Rahmen von Fernsehsendungen – eine bloße Zurschaustellung des Produkts durch Einbeziehung oder Bezugnahme in die Sendung statt (etwa VwGH 18. 9. 2013, 2012/03/0162 = ZfV 2014/333; 28. 2. 2014, 2012/03/0019).

3.4.2.2. Vorauszuschicken ist, dass der Produktplatzierung – wie auch der Werbung – die Absicht der Absatzförderung eines Unternehmens immanent ist. Anders als die Werbung beschränkt sich die Produktplatzierung allerdings darauf, dass ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung in eine Sendung einbezogen und darauf Bezug genommen wird, sodass diese – wie das ORF-G in Übereinstimmung mit Artikel eins, Absatz eins, Litera m, der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU (AVMD-RL) definiert – "innerhalb einer Sendung erscheinen". Im ErwG 91 dieser RL wird näher ausgeführt, "dass bei der Produktplatzierung der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist". Bei der Produktplatzierung findet somit – im Rahmen von Fernsehsendungen – eine bloße Zurschaustellung des Produkts durch Einbeziehung oder Bezugnahme in die Sendung statt (etwa VwGH 18. 9. 2013, 2012/03/0162 = ZfV 2014/333; 28. 2. 2014, 2012/03/0019).

Zur Abgrenzung von Produktplatzierung und Sponsoring wurde in der Rechtsprechung festgehalten, dass sowohl Produktplatzierung als auch Sponsoring entgeltlich erfolgen und ihnen gemeinsam ist, dass in beiden Fällen letztlich der Name, die Marke, die Leistungen, die Waren usw. eines Unternehmens gefördert werden. Beim Sponsoring wird dieser Werbeeffect zugunsten des Sponsors durch seine Kennzeichnung im Rahmen des gesetzlich vorgeschriebenen Sponsorhinweises erreicht (VwGH 21. 11. 2011, 2011/03/0048). Nicht jede Zurschaustellung von Produkten (etwa auch eines Sponsors) in einer Sendung ist umgekehrt als Produktplatzierung zu qualifizieren. Es muss sich vielmehr um ein "Markenprodukt" handeln und die Zurschaustellung muss "werbewirksam" erfolgen (VwGH 26. 7. 2007, 2005/04/0153 = ZfV 2008/448).

3.4.2.3. Zum Tatbestandsmerkmal „ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen“:

Im vorliegenden Fall ist zu beurteilen, welcher Konnex zwischen dem Hinweis auf ein Produkt, eine Dienstleistung oder Marke (fallbezogen: das Logo einer Bäckerei, die auch als Sponsor der Sendung agiert) und der Handlung einer Sendung erforderlich ist, um von Produktplatzierung ausgehen zu können. In diesem Zusammenhang bezeichnet es ErwG 91 der AVMD-RL als das entscheidende Kriterium, dass bei der Produktplatzierung – wie bereits erwähnt – der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist, weshalb die Definition in Art 1 Abs 1 lit m AVMD-RL das Wort "innerhalb" enthalte, während Hinweise auf Sponsoren, die während einer Sendung gezeigt würden, nicht Teil der Handlung seien. Im vorliegenden Fall ist zu beurteilen, welcher Konnex zwischen dem Hinweis auf ein Produkt, eine Dienstleistung oder Marke (fallbezogen: das Logo einer Bäckerei, die auch als Sponsor der Sendung agiert) und

der Handlung einer Sendung erforderlich ist, um von Produktplatzierung ausgehen zu können. In diesem Zusammenhang bezeichnet es ErwG 91 der AVMD-RL als das entscheidende Kriterium, dass bei der Produktplatzierung – wie bereits erwähnt – der Hinweis auf ein Produkt in die Handlung der Sendung eingebaut ist, weshalb die Definition in Artikel eins, Absatz eins, Litera m, AVMD-RL das Wort "innerhalb" enthalte, während Hinweise auf Sponsoren, die während einer Sendung gezeigt würden, nicht Teil der Handlung seien.

Aus den unbestrittenen Feststellungen ergibt sich, dass der für eine Produktplatzierung erforderliche Konnex mit der Handlung der inkriminierten Sendung eindeutig dadurch hergestellt wird, dass der Brotkorb mit dem Markenaufdruck „ XXXX “ werbewirksam in den Sendungsverlauf einbezogen bzw. auf diesen Bezug genommen wird: Aus den unbestrittenen Feststellungen ergibt sich, dass der für eine Produktplatzierung erforderliche Konnex mit der Handlung der inkriminierten Sendung eindeutig dadurch hergestellt wird, dass der Brotkorb mit dem Markenaufdruck „ römisch 40 “ werbewirksam in den Sendungsverlauf einbezogen bzw. auf diesen Bezug genommen wird:

In der inkriminierten Sendung stand der Brotkorb mit Gebäck mit dem Aufdruck der bekannten Bäckerei-Marke bzw. des Logos „ XXXX “ gut sichtbar während der gesamten Sendung auf dem Tisch des Studios und unmittelbar vor der Moderatorin. Dabei wurde dieser bewusst und auffällig präsentiert, um das Produkt (verschiedene Gebäcksorten) und die Marke hervorzuheben und sie ins Bewusstsein der Zuschauer zu rufen. Die Zurschaustellung erfolgte gegenständlich durch die bewusste und auffällige Positionierung des vollen Brotkorbs mit dem Markenaufdruck am Tisch des Studios und ist dieser ganz klar als ein Teil der Handlung einzustufen, da dieser vor allem gut sichtbar war und ein Teil der visuellen Gestaltung der Sendung wurde. In der inkriminierten Sendung stand der Brotkorb mit Gebäck mit dem Aufdruck der bekannten Bäckerei-Marke bzw. des Logos „ römisch 40 “ gut sichtbar während der gesamten Sendung auf dem Tisch des Studios und unmittelbar vor der Moderatorin. Dabei wurde dieser bewusst und auffällig präsentiert, um das Produkt (verschiedene Gebäcksorten) und die Marke hervorzuheben und sie ins Bewusstsein der Zuschauer zu rufen. Die Zurschaustellung erfolgte gegenständlich durch die bewusste und auffällige Positionierung des vollen Brotkorbs mit dem Markenaufdruck am Tisch des Studios und ist dieser ganz klar als ein Teil der Handlung einzustufen, da dieser vor allem gut sichtbar war und ein Teil der visuellen Gestaltung der Sendung wurde.

Wenn die BF vorbringt, dass sich weder die Moderatorin noch einer der Gäste vom Inhalt des Brotkorbs bedient habe, ist auszuführen, dass dieser Umstand gegenständlich unwesentlich für die Qualifikation als Produktplatzierung ist, da wie bereits oben dargelegt die Einbindung des Brotkorbs in die Sendung subtil durch das Erscheinen des Brotkorbs als Teil der Umgebung auf dem Tisch erfolgte. Nach Ansicht des erkennenden Gerichts ist für die Qualifikation als Produktplatzierung nicht entscheidend, ob das Produkt während der Sendung konsumiert wurde oder nicht.

Ferner ist festzuhalten, dass die Bäckerei-Marke „ XXXX “ in Österreich seit vielen Jahren etabliert ist und einen hohen Bekanntheitsgrad genießt. Die XXXX betreibt zahlreiche Bäckereifilialen in Wien, Niederösterreich, Salzburg und Bratislava und ist auch in Supermärkten und Lebensmittelgeschäften mit ihren Produkten vertreten. Die Bäckerei hat zudem eine lange Tradition in der österreichischen Bäckereibranche (vgl. XXXX . Folglich handelt es sich bei dem Logo „ XXXX “ um eine Marke, die dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Zuschauer der inkriminierten Sendung bekannt ist. Ferner ist festzuhalten, dass die Bäckerei-Marke „ römisch 40 “ in Österreich seit vielen Jahren etabliert ist und einen hohen Bekanntheitsgrad genießt. Die römisch 40 betreibt zahlreiche Bäckereifilialen in Wien, Niederösterreich, Salzburg und Bratislava und ist auch in Supermärkten und Lebensmittelgeschäften mit ihren Produkten vertreten. Die Bäckerei hat zudem eine lange Tradition in der österreichischen Bäckereibranche vergleiche römisch 40 . Folglich handelt es sich bei dem Logo „ römisch 40 “ um eine Marke, die dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Zuschauer der inkriminierten Sendung bekannt ist.

3.4.2.4. Zum Tatbestandsmerkmal „gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung“:

Zur Entgeltlichkeit kommerzieller Kommunikation hielt der Verwaltungsgerichtshof in seinem Beschluss vom 21.06.2021, Ra 2020/03/0109, in einem Revisionsverfahren betreffend den ORF zusammenfassend fest:

„Für die Beurteilung der Entgeltlichkeit kommerzieller Kommunikation ist nach der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofs grundsätzlich ein objektiver Maßstab anzulegen; entscheidend ist also nicht die tatsächliche Vereinbarung eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung, sondern ob für die konkret zu beurteilende Ausstrahlung (Äußerung, Erwähnung oder Darstellung) nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Beitrag zur Finanzierung zu leisten wäre. Diese im Zusammenhang mit der Produktplatzierung entwickelte Judikatur (VwGH 27.1.2006, 2004/04/0114) wurde in weiterer Folge auf die Beurteilung der Entgeltlichkeit von Werbung und von

Sponsoring übertragen (vgl. VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, 21.10.2011, 2009/03/0173, 22.5.2013, 2010/03/0008, 26.2.2016, Ra 2016/03/0021). „Für die Beurteilung der Entgeltlichkeit kommerzieller Kommunikation ist nach der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofs grundsätzlich ein objektiver Maßstab anzulegen; entscheidend ist also nicht die tatsächliche Vereinbarung eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung, sondern ob für die konkret zu beurteilende Ausstrahlung (Äußerung, Erwähnung oder Darstellung) nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Beitrag zur Finanzierung zu leisten wäre. Diese im Zusammenhang mit der Produktplatzierung entwickelte Judikatur (VwGH 27.1.2006, 2004/04/0114) wurde in weiterer Folge auf die Beurteilung der Entgeltlichkeit von Werbung und von Sponsoring übertragen vergleiche VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, 21.10.2011, 2009/03/0173, 22.5.2013, 2010/03/0008, 26.2.2016, Ra 2016/03/0021).“

Die Frage der Entgeltlichkeit wird vom Verwaltungsgerichtshof daher jedenfalls für das ORF-G anhand eines objektiven Maßstabs beurteilt. Dabei ist es nicht maßgebend, ob die Beteiligten für das Erscheinen eines Produktes, einer Dienstleistung oder – wie etwa im gegenständlichen Beschwerdefall – einer entsprechenden Marke innerhalb einer Sendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um ein In-Erscheinung-Treten bestimmter Art handelt, nämlich um ein solches, welches nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt bzw. eine Gegenleistung erfolgt.

Das Bundesverwaltungsgericht geht nun davon aus, dass – wie es auch der Verwaltungsgerichtshof im Fall zum PrR-G (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0173, unter ausdrücklichem Hinweis auf das zum ORF-G ergangene Erkenntnis VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) nicht beanstandet hat – ein wie die BF nach den Grundsätzen der Marktwirtschaft agierendes Unternehmen ein anderes Unternehmen bzw. dessen Marke nur dann (exklusiv) in eine Sendung einbezieht, wenn es hierfür eine Gegenleistung erwarten kann. Die Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes zum objektiven Maßstab beschränkt sich damit keineswegs nur auf kommerzielle Kommunikation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Das Bundesverwaltungsgericht geht nun davon aus, dass – wie es auch der Verwaltungsgerichtshof im Fall zum PrR-G vergleiche VwGH 21.10.2011, 2009/03/0173, unter ausdrücklichem Hinweis auf das zum ORF-G ergangene Erkenntnis VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172) nicht beanstandet hat – ein wie die BF nach den Grundsätzen der Marktwirtschaft agierendes Unternehmen ein anderes Unternehmen bzw. dessen Marke nur dann (exklusiv) in eine Sendung einbezieht, wenn es hierfür eine Gegenleistung erwarten kann. Die Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes zum objektiven Maßstab beschränkt sich damit keineswegs nur auf kommerzielle Kommunikation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Wie die belangte Behörde aufgezeigt hat und die BF nicht bestreitet, werden derartige Produktplatzierungen wie im gegenständlichen Fall von kommerziell tätigen Mediendiensteanbieter üblicherweise nur gegen Leistung eines angemessenen Entgelts vorgenommen. Dass die BF dafür allenfalls tatsächlich (doch) kein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erhalten habe, schade dem nicht. Insbesondere in Hinblick auf die Platzierung des Logos von „XXXX“ ist dabei ohne Bedeutung, dass für das Sponsoring ein (marktübliches) Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung geleistet wurde. Der sich daraus abhängig von der tatsächlichen Entgelthöhe allenfalls ergebende Einwand, für die Produktplatzierung kein Entgelt erhalten zu haben, dringe gegen eine nach dem objektiven Maßstab zu bestimmende Entgeltlichkeit nicht durch, da es sonst im Belieben der Beteiligten stünde, über die Zulässigkeit einer Erwähnung oder Darstellung von Waren, Marken etc. außerhalb von Werbesendungen nach Gutdünken zu disponieren (vgl. VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114). Wie die belangte Behörde aufgezeigt hat und die BF nicht bestreitet, werden derartige Produktplatzierungen wie im gegenständlichen Fall von kommerziell tätigen Mediendiensteanbieter üblicherweise nur gegen Leistung eines angemessenen Entgelts vorgenommen. Dass die BF dafür allenfalls tatsächlich (doch) kein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erhalten habe, schade dem nicht. Insbesondere in Hinblick auf die Platzierung des Logos von „römisch 40“ ist dabei ohne Bedeutung, dass für das Sponsoring ein (marktübliches) Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung geleistet wurde. Der sich daraus abhängig von der tatsächlichen Entgelthöhe allenfalls ergebende Einwand, für die Produktplatzierung kein Entgelt erhalten zu haben, dringe gegen eine nach dem objektiven Maßstab zu bestimmende Entgeltlichkeit nicht durch, da es sonst im Belieben der Beteiligten stünde, über die Zulässigkeit einer Erwähnung oder Darstellung von Waren, Marken etc. außerhalb von Werbesendungen nach Gutdünken zu disponieren vergleiche VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114).

Das Merkmal der Entgeltlichkeit, welches in der Beschwerde nicht bestritten wird, sowie das Merkmal der werbewirksamen Platzierung der genannten Marken in der inkriminierten Sendung sind gegenständlich damit erfüllt.

Der Vollständigkeit halber ist festzuhalten, dass es für die Qualifikation des Brotkorbs mit dem Logo „XXXX“ als

Produktplatzierung nicht von Bedeutung ist, dass es sich dabei um das Logo einer Bäckerei handelt, die auch als Sponsor der Sendung agiert. Ein Sponsoringvertrag und ein Vertrag über eine Produktplatzierung sind zwei verschiedene Vereinbarungen, die nebeneinander (und unabhängig voneinander) bestehen können. Vor diesem Hintergrund stehen die Ausführungen der BF, wonach es sich bei dem Brotkorb mit dem Markenaufdruck auf dem Tisch im Studio um einen zulässigen Hinweis auf den Sponsor handle, dessen Qualifikation als Produktplatzierung nicht entgegen. Der Vollständigkeit halber ist festzuhalten, dass es für die Qualifikation des Brotkorbs mit dem Logo „römisch 40“ als Produktplatzierung nicht von Bedeutung ist, dass es sich dabei um das Logo einer Bäckerei handelt, die auch als Sponsor der Sendung agiert. Ein Sponsoringvertrag und ein Vertrag über eine Produktplatzierung sind zwei verschiedene Vereinbarungen, die nebeneinander (und unabhängig voneinander) bestehen können. Vor diesem Hintergrund stehen die Ausführungen der BF, wonach es sich bei dem Brotkorb mit dem Markenaufdruck auf dem Tisch im Studio um einen zulässigen Hinweis auf den Sponsor handle, dessen Qualifikation als Produktplatzierung nicht entgegen.

Die Ausführungen der belangten Behörde, wonach für die Marken „XXXX“ und „XXXX“ Produktplatzierung im Sinne von § 2 Z 27 AMD-G vorliege, können insoweit nicht beanstandet werden. Die Ausführungen der belangten Behörde, wonach für die Marken „römisch 40“ und „römisch 40“ Produktplatzierung im Sinne von Paragraph 2, Ziffer 27, AMD-G vorliege, können insoweit nicht beanstandet werden.

§ 38 Abs. 1 AMD-G erklärt Produktplatzierung für unzulässig. Diese Anordnung steht unter dem Vorbehalt der Regelungen des § 38 Abs. 2 und 3 AMD-G. Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G erklärt Produktplatzierung für unzulässig. Diese Anordnung steht unter dem Vorbehalt der Regelungen des Paragraph 38, Absatz 2 und 3 AMD-G.

Zunächst fällt gemäß § 38 Abs. 2 AMD-G die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung nicht unter das Verbot des Abs. 1 leg. cit.; des Weiteren sind gemäß § 38 Abs. 3 AMD-G Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung vom Verbot des Abs. 1 leg. cit. ausgenommen. Diese Ausnahme gilt wiederum nicht für Kindersendungen. Zunächst fällt gemäß Paragraph 38, Absatz 2, AMD-G die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung nicht unter das Verbot des Absatz eins, leg. cit.; des Weiteren sind gemäß Paragraph 38, Absatz 3, AMD-G Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung vom Verbot des Absatz eins, leg. cit. ausgenommen. Diese Ausnahme gilt wiederum nicht für Kindersendungen.

Zur Auslegung der Begrifflichkeit „Sendungen der leichten Unterhaltung“ gilt es zu beachten, dass insbesondere Nachrichten, politische Magazine oder Diskussionssendungen nicht unter „leichte Unterhaltung“ zu subsumieren sind (vgl. Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze⁴ [2018] 210). Zur Auslegung der Begrifflichkeit „Sendungen der leichten Unterhaltung“ gilt es zu beachten, dass insbesondere Nachrichten, politische Magazine oder Diskussionssendungen nicht unter „leichte Unterhaltung“ zu subsumieren sind vergleiche Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze⁴ [2018] 210).

„Leichte Unterhaltungssendungen“ sind z.B. Shows, aber auch Comedy-Sendungen (vgl. Ladeur, Rz 14 zu § 44 RfStV, in Hahn/Vesting, Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, 2. Auflage). Sie zeichnen sich dadurch aus, dass bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen. Die Amtliche Begründung des deutschen Rundfunkstaatsvertrages nennt beispielhaft auch Quizsendungen. Auch Musikunterhaltungssendungen, Comedy-Sendungen und vergleichbare Formate sind als leichte Unterhaltungssendungen zu qualifizieren. (vgl. Holznagel/Stenner, Rz 31 zu § 44 RfStV, in Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, vgl. ferner Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner, RStV, Bd. II, § 44 Rn. 22). Gleichzeitig müssen aber kumulative Bedingungen erfüllt sein, weil die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit nicht beeinträchtigt werden darf, die Produktplatzierung nicht spezielle verkaufsfördernde Hinweise enthalten sowie das Produkt nicht zu stark herausgestellt sein darf und schließlich eine eindeutige Kennzeichnung erfolgt. Beim Kriterium der starken Herausstellung kann sich die Unzulässigkeit insbesondere aus dem wiederholten Auftreten der betreffenden Marken, Waren oder Dienstleistungen oder aus der Art und Weise ihrer Hervorhebung ergeben. Dabei ist auch der Inhalt der Programme zu berücksichtigen, in die sie eingefügt werden (z. B. Spielfilme, Informationsprogramme) (vgl. S. 20 des angefochtenen Bescheides; 611 der Beilagen XXIV. GP - Regierungsvorlage - Vorblatt und Erläuterungen, S. 45). „Leichte Unterhaltungssendungen“ sind z.B. Shows, aber auch Comedy-Sendungen vergleiche Ladeur, Rz 14 zu Paragraph 44, RfStV, in Hahn/Vesting, Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht, 2. Auflage). Sie zeichnen sich dadurch aus, dass

bei ihnen unterhaltende Elemente klar im Vordergrund stehen. Die Amtliche Begründung des deutschen Rundfunkstaatsvertrages nennt beispielhaft auch Quizsendungen. Auch Musikunterhaltungssendungen, Comedy-Sendungen und vergleichbare Formate sind als leichte Unterhaltungssendungen zu qualifizieren. vergleiche Holznagel/Stenner, Rz 31 zu Paragraph 44, RfStV, in Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, vergleiche ferner Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner, RStV, Bd. römisch zwei, Paragraph 44, Rn. 22). Gleichzeitig müssen aber kumulative Bedingungen erfüllt sein, weil die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit nicht beeinträchtigt werden darf, die Produktplatzierung nicht spezielle verkaufsfördernde Hinweise enthalten sowie das Produkt nicht zu stark herausgestellt sein darf und schließlich eine eindeutige Kennzeichnung erfolgt. Beim Kriterium der starken Herausstellung kann sich die Unzulässigkeit insbesondere aus dem wiederholten Auftreten der betreffenden Marken, Waren oder Dienstleistungen oder aus der Art und Weise ihrer Hervorhebung ergeben. Dabei ist auch der Inhalt der Programme zu berücksichtigen, in die sie eingefügt werden (z. B. Spielfilme, Informationsprogramme) vergleiche S. 20 des angefochtenen Bescheides; 611 der Beilagen römisch 24 . Gesetzgebungsperiode - Regierungsvorlage - Vorblatt und Erläuterungen, S. 45).

Wie bereits ausgeführt, ist die inkriminierte Sendung als eine Sendung zur politischen Information zu qualifizieren, auch wenn sie gegenständlich vereinzelt unterhaltende Elemente beinhaltet hatte. Die belangte Behörde führte zu Recht aus, dass der informative (politische) Charakter der Beiträge klar überwiegt hat (S. 21 des angefochtenen Bescheides).

Die inkriminierte Sendung ist daher eine Sendung zur politischen Information, die unter keinen Ausnahmetatbestand des § 38 Abs. 2 oder 3 AMD-G fällt und daher gem. Abs. 1 leg. cit. unzulässig war. Die inkriminierte Sendung ist daher eine Sendung zur politischen Information, die unter keinen Ausnahmetatbestand des Paragraph 38, Absatz 2, oder 3 AMD-G fällt und daher gem. Absatz eins, leg. cit. unzulässig war.

3.5. Zur Verpflichtung zur Veröffentlichung und zur Übermittlung von Aufzeichnungen

§ 62 Abs. 3 AMD-G ordnet an, dass die Regulierungsbehörde (die belangte Behörde) auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen kann und dem Mediendienstanbieter auftragen kann, wann, in welcher Form und in welchem Programm oder Mediendienst diese Veröffentlichung zu erfolgen hat. Paragraph 62, Absatz 3, AMD-G ordnet an, dass die Regulierungsbehörde (die belangte Behörde) auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen kann und dem Mediendienstanbieter auftragen kann, wann, in welcher Form und in welchem Programm oder Mediendienst diese Veröffentlichung zu erfolgen hat.

Von dieser Möglichkeit machte die belangte Behörde Gebrauch und erkannte darauf, dass die BF den Text:

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

Am 30.06.2020 wurden in der Sendung „ XXXX “ unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt. Zudem wurde diese Sendung, die eine Sendung zur politischen Information ist, verbotenerweise gesponsert. Dadurch wurde gegen die Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendiensteegesetzes verstoßen.“ Am 30.06.2020 wurden in der Sendung „ römisch 40 “ unzulässige Produktplatzierungen ausgestrahlt. Zudem wurde diese Sendung, die eine Sendung zur politischen Information ist, verbotenerweise gesponsert. Dadurch wurde gegen die Bestimmungen des Audiovisuelle Mediendiensteegesetzes verstoßen.“

innen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr in ihrem Fernsehprogramm „ XXXX zu verlesen bzw. einzublenden habe. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) zwischen 07:00 und 09:00 Uhr in ihrem Fernsehprogramm „ römisch 40 zu verlesen bzw. einzublenden habe.

Festzuhalten ist, dass in der Beschwerde gegen diesen Spruchpunkt darauf verwiesen wird, dass die der BF aufgetragene Veröffentlichung in Bezug auf den Spruchpunkt 1. b) im Hinblick auf die grundlegende Änderung der darin festgestellte Rechtsverletzung betreffenden Rechtslage nicht mehr zweckentsprechend sei. Im Hinblick auf die veraltete Rechtslage, die der Feststellung dieser Rechtsverletzung zugrunde gelegen sei, könne von einem Interesse der Öffentlichkeit an der angemessenen Unterrichtung über die Entscheidung keine Rede sein.

Wie bereits unter Punkt 3.4.1.1. eingehend aufgeführt, ist der gegenständliche Sachverhalt nach dem § 38 Abs. 1 AMD-G idFBGBl. I Nr. 86/2015, und somit nach seiner alten Fassung, welche im Zeitpunkt der Ausstrahlung der

inkriminierten Sendung in Geltung stand, zu beurteilen, weshalb die Ausführungen der BF, wonach im Hinblick auf die grundlegende Änderung der die darin festgestellte Rechtsverletzung betreffenden Rechtslage nicht mehr zweckentsprechend sei, nicht zutreffend sind bzw. darauf nicht weiter einzugehen ist. Wie bereits unter Punkt 3.4.1.1. eingehend aufgeführt, ist der gegenständliche Sachverhalt nach dem Paragraph 38, Absatz eins, AMD-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 86 aus 2015,, und somit nach seiner alten Fassung, welche im Zeitpunkt der Ausstrahlung der inkriminierten Sendung in Geltung stand, zu beurteilen, weshalb die Ausführungen der BF, wonach im Hinblick auf die grundlegende Änderung der die darin festgestellte Rechtsverletzung betreffenden Rechtslage nicht mehr zweckentsprechend sei, nicht zutreffend sind bzw. darauf nicht weiter einzugehen ist.

Die belangte Behörde verweist allerdings diesbezüglich zutreffend darauf, dass die Veröffentlichung der Entscheidung ein „contrarius actus“ zur beanstandeten Sendung sein soll. Der VfGH hat das Interesse der Öffentlichkeit, über Rechtsverletzungen eines Rundfunkveranstalters informiert zu werden, unterschiedslos auch im Bereich privater Rundfunkveranstalter angenommen, zumal die Veröffentlichung auch dem Informationsbedürfnis anderer Marktteilnehmer dient (VfGH 14.11.2007, 2005/04/0180; Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze4, 617).

Unter diesen Gesichtspunkten ist weder der angeordneten Verlesung eines Textes, noch dem Zeitpunkt der Verlesung an einem Werktag wie jenem, an dem die Rechtsverletzung begangen wurde und innerhalb eines ähnlichen Zeitrahmens wie jenem, in dem die in Rede stehenden Beiträge gesendet wurden, entgegenzutreten.

Die Beschwerde wendet weiters im Speziellen nichts gegen den Spruchpunkt 3. des angefochtenen Bescheides ein, mit dem die belangte Behörde der BF aufträgt, zum Nachweis der Veröffentlichung iSd Spruchpunktes 2. entsprechende Aufzeichnungen der Sendung vorzulegen, in der die Veröffentlichung der Entscheidung erfolgt ist. Da auf Basis des § 29 Abs. 1 AMD-G Mediendienstanbieter auf ihre Kosten von allen Bestandteilen ihrer audiovisuellen Mediendienste Aufzeichnungen herzustellen haben, die eine vollständige und originalgetreue Wiedergabe des Mediendienstes ermöglichen, wobei diese mindestens zehn Wochen lang aufzubewahren sind und diese über Verlangen der Regulierungsbehörde zur Verfügung zu stellen sind, ist auch dieser Spruchpunkt nicht zu beanstanden. Dass sich dieses Verlangen auf einen letztlich zukünftig zu sendenden audiovisuellen Mediendienst bezieht, schadet hierbei jedenfalls nicht, hatte der VfGH doch zur weitgehend identen Bestimmung des § 36 Abs. 5 ORF-G idFBGBl. I Nr. 97/2004 diese Form der Anordnung nicht beanstandet (VfGH 23.05.2007, 2006/04/0204). Die Beschwerde wendet weiters im Speziellen nichts gegen den Spruchpunkt 3. des angefochtenen Bescheides ein, mit dem die belangte Behörde der BF aufträgt, zum Nachweis der Veröffentlichung iSd Spruchpunktes 2. entsprechende Aufzeichnungen der Sendung vorzulegen, in der die Veröffentlichung der Entscheidung erfolgt ist. Da auf Basis des Paragraph 29, Absatz eins, AMD-G Mediendienstanbieter auf ihre Kosten von allen Bestandteilen ihrer audiovisuellen Mediendienste Aufzeichnungen herzustellen haben, die eine vollständige und originalgetreue Wiedergabe des Mediendienstes ermöglichen, wobei diese mindestens zehn Wochen lang aufzubewahren sind und diese über Verlangen der Regulierungsbehörde zur Verfügung zu stellen sind, ist auch dieser Spruchpunkt nicht zu beanstanden. Dass sich dieses Verlangen auf einen letztlich zukünftig zu sendenden audiovisuellen Mediendienst bezieht, schadet hierbei jedenfalls nicht, hatte der VfGH doch zur weitgehend identen Bestimmung des Paragraph 36, Absatz 5, ORF-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 97 aus 2004, diese Form der Anordnung nicht beanstandet (VfGH 23.05.2007, 2006/04/0204).

3.6. ENDERGEBNIS:

Die vorliegende Beschwerde war damit als unbegründet abzuweisen.

ZU SPRUCHTEIL B):

UNZULÄSSIGKEIT DER REVISION

Gemäß § 25a Abs. 1 VwGG hat das Verwaltungsgericht im Spruch seines Erkenntnisses oder Beschlusses auszusprechen, ob die Revision gemäß Art. 133 Abs. 4 B-VG zulässig ist. Der Ausspruch ist kurz zu begründen. Gemäß Paragraph 25 a, Absatz eins, VwGG hat das Verwaltungsgericht im Spruch seines Erkenntnisses oder Beschlusses auszusprechen, ob die Revision gemäß Artikel 133, Absatz 4, B-VG zulässig ist. Der Ausspruch ist kurz zu begründen.

Nach Art. 133 Abs. 4 B-VG ist gegen ein Erkenntnis des Verwaltungsgerichtes die Revision zulässig, wenn sie von der Lösung einer Rechtsfrage abhängt, der grundsätzliche Bedeutung zukommt, insbesondere weil das Erkenntnis von der

Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes abweicht, eine solche Rechtsprechung fehlt oder die zu lösende Rechtsfrage in der bisherigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes nicht einheitlich beantwortet wird. Dazu wird auf die umfangreiche Zitierung der zahlreichen und eindeutigen Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes (vgl. oben Punkt II.3.3.3. bis II.3.5.) verwiesen. Nach Artikel 133, Absatz 4, B-VG ist gegen ein Erkenntnis des Verwaltungsgerichtes die Revision zulässig, wenn sie von der Lösung einer Rechtsfrage abhängt, der grundsätzliche Bedeutung zukommt, insbesondere weil das Erkenntnis von der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes abweicht, eine solche Rechtsprechung fehlt oder die zu lösende Rechtsfrage in der bisherigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes nicht einheitlich beantwortet wird. Dazu wird auf die umfangreiche Zitierung der zahlreichen und eindeutigen Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes vergleiche oben Punkt römisch zwei.3.3.3. bis römisch zwei.3.5.) verwiesen.

Die Revision ist gemäß Art 133 Abs. 4 B-VG nicht zulässig, da keiner der vorgenannten Fälle vorliegt. Auch sind keine sonstigen Hinweise auf eine grundsätzliche Bedeutung der zu lösenden Rechtsfrage ersichtlich. Die vorliegende Entscheidung folgt der in der Begründung zitierten höchstgerichtlichen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs. Die Revision ist gemäß Artikel 133, Absatz 4, B-VG nicht zulässig, da keiner der vorgenannten Fälle vorliegt. Auch sind keine sonstigen Hinweise auf eine grundsätzliche Bedeutung der zu lösenden Rechtsfrage ersichtlich. Die vorliegende Entscheidung folgt der in der Begründung zitierten höchstgerichtlichen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofs.

Schlagworte

audiovisueller Mediendienst Entgelt Entgeltlichkeit Günstigkeitsprinzip Günstigkeitsvergleich mündliche Verhandlung objektiver Maßstab politischer Charakter Produktplatzierung Rechtsverletzung Sponsoring Verkehrs(ge)brauch Veröffentlichungspflicht

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:BVWG:2023:W148.2246367.1.00

Im RIS seit

08.11.2023

Zuletzt aktualisiert am

08.11.2023

Quelle: Bundesverwaltungsgericht BVwg, <https://www.bvwg.gv.at>

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at