

Es hörte sich nach Schleichwerbung an..

Transparenz, Gewissenhaftigkeit, Kennzeichnung – drei Begriffe, die im öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF großgeschrieben werden. Ein Gewinnspiel des Radiosenders Ö3 könnte dem ORF jetzt teuer zu stehen kommen. Der Vorwurf: Schleichwerbung.



Gewinnspiele sind beliebt, besonders dann, wenn Geld im Spiel ist. Im September 2011 veranstaltete der Radiosender Ö3 gemeinsam mit den Österreichischen Lotterien ‚Das große Lotto-Zusatzzahlenspiel im Hitradio Ö3‘. Der Kooperationsvertrag zwischen Lotterien und Sender beinhaltete Produktplatzierungen im Wert von 206.550 Euro, sowie ein Preisgeld von 300.000 Euro. Zusätzlich vereinbarten die Vertragspartner die namentliche Nennung der Lotterien in jeder Spielrunde. Diese sogenannten ‚Ö3-Items‘ wurden jedoch zu häufig eingesetzt und gelten somit als Schleichwerbung. Ö3 kündigte das Gewinnspiel, nicht wie vertraglich vorgesehen, 30 mal an, sondern insgesamt 60 mal.

15 Privatradios meldeten ein mögliches Vergehen des ORF bei der Medienbehörde KommAustria. Diese entschied im Jahr 2013, dass es sich ausschließlich um Product Placement handle. Die Privatradios erwirkten daraufhin ein Verfahren gegen Ö3 beim Verwaltungsgerichtshof und zeigten den Sender an. Der Verwaltungsgerichtshof hob den Bescheid der KommAustria auf und begründete dies damit, dass für den ORF ein ungerechtfertigter, wirtschaftlicher Vorteil entstand.

Das Höchstgericht entschied in einem Verfahren Anfang 2018, dass es sich um eine Verletzung des Schleichwerbeverbots handelte. Dem ORF droht nun, neben der an Product-Placement verrechneten Summe, auch das ausgespielte Preisgeld abführen zu müssen.

Radio- und Fernsehsender sowie Presse- und Internetunternehmen müssen bei ihren Tätigkeiten ein sogenanntes ‚Trennungsgebot‘ beachten. Das heißt, sie müssen den redaktionell gestalteten Teil des Programms oder der Zeitung eindeutig vom werbenden Teil trennen und kennzeichnen. Dieser Trennungsgrundsatz ist sowohl im österreichischen Mediengesetz, als auch explizit im ORF-Gesetz verankert. Durch diese Verpflichtung soll Schleichwerbung ausgeschlossen werden.

In den letzten Jahren vollzog sich im Mediensystem ein Wandel hin zu verstärkter Ökonomisierung und Kommerzialisierung - dieser Prozess erreichte auch den ORF und seine Hörfunksender. Die zunehmende private Konkurrenz im Radio-Werbemarkt bedeutet sinkende Werbeeinnahmen für Öffentlich-Rechtliche - und damit zusätzlichen finanziellen Druck. Privatradios und -fernsehsender können ihre Werbeslots günstiger anbieten und nehmen dem ORF wichtige Einnahmequellen weg. Um auf dem Werbemarkt mithalten zu können, ist der ORF auf Kooperationsverträge, wie jenen mit den Österreichischen Lotterien, angewiesen.

Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist das Vorgehen des ORF zu kritisieren, da im ORF-Gesetz die Kennzeichnungspflicht von Werbung klar definiert ist. Schleichwerbung ist verboten, Medienunternehmen dürfen sich nicht dem Druck der Werbewirtschaft beugen und dagegen verstoßen. Die Profitorientierung und die gesellschaftlichen Aufgaben öffentlich-rechtlicher Medien stehen in einem spannungsgeladenen Verhältnis. Sender haben ihren Hörern gegenüber Verantwortung und dürfen sie nicht mit versteckter Manipulation in die Irre führen. Die verschleierte Werbung des Radiosenders Ö3 ist daher auch aus medienethischer Sicht bedenklich. Das Publikum muss klar erkennen können, wo Werbung anfängt und wo sie aufhört.

Der ORF hätte sich in diesem Fall viel Ärger und Geld sparen können. Die korrekte Angabe von Produktplatzierungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurde bereits 2010 im Medienpaket festgelegt. Fast sieben Jahre später muss der ORF mit den Spätfolgen seiner unsauberen Arbeitsweise umgehen und sich der Kritik stellen. Die diesbezüglich Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofes: überfällig und richtig.

Von *Nadine Kleinbauer* und *Martin Oberbichler*

Quellen:

Bender, Markus (2012): Ethische ansprüche an Radioprogramme. Eine Bestandsaufnahme. Unveröffentlichte Bachelorarbeit, Hochschule Mittweida.

DerStandard.at (2018): ORF muss bis zu halbe Million wegen Schleichwerbung auf Ö3 zahlen. Online unter:

<http://derstandard.at/2000071916412/Hoehchstgericht-ORF-muss-halbe-Million-wegen-Schleichwerbung-auf-Oe3-zahlen> (15.01.2018).

Kurier (2013): ORF unter Schleichwerbung-Verdacht. Online unter:
<https://kurier.at/wirtschaft/orf-unter-schleichwerbung-verdacht/85.742.400> (20.01.2018).

Marciniec, Florian (2018): Rundfunk. Schleichwerbung im Radio kann Bußgeld nach sich ziehen. Online unter:
<https://www.e-recht24.de/news/marketing-seo/2015-10-08-14-03-59.html> (15.01.2018).

Meier, Werner A./Jarren, Otfried (2001): Ökonomisierung und Kommerzialisierung von Medien und Mediensystem Einleitende Bemerkungen zu einer (notwendigen) Debatte. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, 49. Jg. H. 2, S. 145-158.

Foto: pixabay.com