

TE Vwgh Erkenntnis 2011/10/21 2011/03/0043

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 21.10.2011

Index

E3L E06202050;
E6j;
001 Verwaltungsrecht allgemein;
16/02 Rundfunk;

Norm

31989L0552 audiovisuelle Mediendienste Art11 Abs3;
31989L0552 audiovisuelle Mediendienste Art3g Abs2;
32010L0013 audiovisuelle Mediendienste Art11 Abs3 lita;
62001CJ0245 RTL Television VORAB;
ORF-G 2001 §14 Abs5;
ORF-G 2001 §14 Abs6;
ORF-G 2001 §16 Abs3 idF 2010/I/050;
VwRallg;

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Präsident Dr. Jabloner und die Hofräte Dr. Handstanger, Dr. Lehofer, Mag. Nedwed und Mag. Samm als Richter, im Beisein des Schriftführers Dr. Zeleny, über die Beschwerde des Österreichischen Rundfunks (ORF) in Wien, vertreten durch Korn Rechtsanwälte OG in 1040 Wien, Argentinierstraße 20, gegen den Bescheid des Bundeskommunikationssenates vom 31. März 2008, ZI 611.009/0031-BKS/2007, betreffend Verletzung des ORF-Gesetzes (weitere Partei: Bundeskanzler), zu Recht erkannt:

Spruch

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

Die beschwerdeführende Partei hat dem Bund Aufwendungen in der Höhe von EUR 57,40 binnen zwei Wochen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Begründung

Mit dem angefochtenen Bescheid stellte die belangte Behörde aufgrund einer vorangegangenen Anzeige der Kommunikationsbehörde Austria unter anderem fest, dass der ORF am 13. Juli 2007 im Programm ORF 1 durch die Darstellung von O-Modellen in der Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" um ca 22.11 Uhr § 14 Abs 5 ORF-Gesetz (ORF-G) verletzt habe. Gleichzeitig trug sie ihm auf, diese Entscheidung zu einem näher bestimmten Zeitpunkt und in näher umschriebener Art und Weise zu veröffentlichen und darüber einen Nachweis in Form der Übermittlung

von Aufzeichnungen zu erbringen. Mit dem angefochtenen Bescheid stellte die belangte Behörde aufgrund einer vorangegangenen Anzeige der Kommunikationsbehörde Austria unter anderem fest, dass der ORF am 13. Juli 2007 im Programm ORF 1 durch die Darstellung von O-Modellen in der Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" um ca 22.11 Uhr Paragraph 14, Absatz 5, ORF-Gesetz (ORF-G) verletzt habe. Gleichzeitig trug sie ihm auf, diese Entscheidung zu einem näher bestimmten Zeitpunkt und in näher umschriebener Art und Weise zu veröffentlichen und darüber einen Nachweis in Form der Übermittlung von Aufzeichnungen zu erbringen.

In sachverhaltsmäßiger Hinsicht ging die belangte Behörde davon aus, dass der ORF am 13. Juli 2007 im Programm ORF 1 die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" ausgestrahlt habe. Nach einem Werbeblock (in dem auch für Fahrzeuge der Marke O geworben wurde) habe vor Sendungsbeginn eine werblich gestaltete Sponsoransage für O stattgefunden.

Zur anschließenden Sendung traf die belangte Behörde folgende Feststellungen:

"Gegen 22:11 Uhr führt der Moderator der Sendung aus: 'Die nächsten Wochen werden die (Kandidaten) üben, üben, üben, üben und schauen, dass sie sich in Punkto Fahrsicherheit verbessern. Woche für Woche werden die, die darin am Besten sind, die Chance haben, die Clique der schlechtesten Autofahrer Österreichs zu verlassen. Und damit wir sicher sein können, dass sie sich auch echte Mühe geben, winken und blinken den Besten der Besten unter den Schlechtesten funkelneue Autos.'

Danach werden die Kandidaten dabei gezeigt, wie sie sich jene Omodelle ansehen, welche von ihnen gewonnen werden können. Dabei sind Einstellungen von Omodellen zu sehen, die in einem Halbkreis bzw. V-förmig aufgestellt wurden, und zwar sowohl von sämtlichen Modellen in einer Totalen, in Form von Kameraschwenks sowie von einzelnen Fahrzeugen in Großaufnahme von außen und von innen. Die Ologos sind auf den Fahrzeugen erkennbar. Die Darstellung hat eine Gesamtdauer von rund 17 Sekunden. Fahrzeuge von O sind zumindest teilweise dauernd im Bild.

Der Moderator führt aus dem Off aus: 'Zusätzlich gibt's von uns zum neuen Gefährt einen extra Fahrsicherheitskurs, damit unsere Kandidatinnen und Kandidaten in Zukunft die Gefahren im Straßenverkehr besser meistern und selbst keine mehr darstellen.'

Am Ende der Sendung folgt gegen 22.34 Uhr eine ungestaltete Sponsoransage ('Diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von O') bei der im Bild ein Kameraschwenk über verschiedene Omodelle zu sehen ist, welche im Halbkreis aufgestellt wurden. Nach einem Werbetrenner folgt jener Owerbespot, der auch vor der Sendung ausgestrahlt wurde."

Rechtlich folgte die belangte Behörde, es sei davon auszugehen, dass die Verwendung und Darstellung der O-KFZ aufgrund einer entgeltlichen vertraglichen Vereinbarung zwischen ORF und G GmbH als Sponsor der Sendung erfolgt sei. Die Darstellung bewege sich allerdings unterhalb dessen, was als "die Schwelle zur Werbung überschreitend" zu qualifizieren wäre. Diesbezüglich habe die belangte Behörde ausgesprochen, dass "Gewinnspiele und die Darstellung der Preise dann keine Werbung im Sinne des ORF-G darstellen, wenn sich die Nennung der die Preise stiftenden Unternehmen in Grenzen hält und etwa kein übermäßiges Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebots oder keine aufdringlichen Kaufaufforderungen ... erfolgen." Auch ein Verstoß gegen § 17 Abs 2 Z 3 ORF-G liege demnach durch die Darstellung der Fahrzeuge nicht vor. Mangels werblicher Darstellung scheide auch eine Subsumtion unter den Tatbestand der Schleichwerbung aus. Rechtlich folgte die belangte Behörde, es sei davon auszugehen, dass die Verwendung und Darstellung der O-KFZ aufgrund einer entgeltlichen vertraglichen Vereinbarung zwischen ORF und G GmbH als Sponsor der Sendung erfolgt sei. Die Darstellung bewege sich allerdings unterhalb dessen, was als "die Schwelle zur Werbung überschreitend" zu qualifizieren wäre. Diesbezüglich habe die belangte Behörde ausgesprochen, dass "Gewinnspiele und die Darstellung der Preise dann keine Werbung im Sinne des ORF-G darstellen, wenn sich die Nennung der die Preise stiftenden Unternehmen in Grenzen hält und etwa kein übermäßiges Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebots oder keine aufdringlichen Kaufaufforderungen ... erfolgen." Auch ein Verstoß gegen Paragraph 17, Absatz 2, Ziffer 3, ORF-G liege demnach durch die Darstellung der Fahrzeuge nicht vor. Mangels werblicher Darstellung scheide auch eine Subsumtion unter den Tatbestand der Schleichwerbung aus.

Damit könne es sich bei der Darstellung der Autos aber um eine Form einer Produktplatzierung handeln. § 14 Abs 5 ORF-G definiere Product-Placement als die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen außerhalb von Werbesendungen gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung, sofern diese nicht geringfügig seien. Product-

Placement in diesem Sinne sei verboten, soweit nicht ein Ausnahmetatbestand gemäß § 14 Abs 5 zweiter und dritter Satz ORF-G erfüllt sei. Damit könne es sich bei der Darstellung der Autos aber um eine Form einer Produktplatzierung handeln. Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G definiere Product-Placement als die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen außerhalb von Werbesendungen gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung, sofern diese nicht geringfügig seien. Product-Placement in diesem Sinne sei verboten, soweit nicht ein Ausnahmetatbestand gemäß Paragraph 14, Absatz 5, zweiter und dritter Satz ORF-G erfüllt sei.

Ob eine Erwähnung oder Darstellung "gegen Entgelt" in diesem Sinne vorliege, sei nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes an Hand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. Entscheidend sei, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung handle, die nach der Verkehrsauffassung üblicher Weise gegen Entgelt erfolge.

Im gegenständlichen Fall sprächen mehrere Elemente für eine "nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt" erfolgende Darstellung:

"O" trete als Sponsor der Sendung auf und es bestehe auch eine vertragliche Vereinbarung über diverse Werbeleistungen im Sendungsumfeld. Dass diese Vereinbarung nicht auf die konkrete Produktplatzierung in der Sendung Bezug nehme, sei nach Auffassung der belangten Behörde insoweit nicht von Relevanz, als die Darstellung der Preise in untrennbarem Zusammenhang mit der sonstigen Vereinbarung gestanden sei und die Übereignung der Fahrzeuge die zentrale Gegenleistung von "O" dargestellt habe. Wenn nun aber der Rundfunkveranstalter solcherart als Preise zur Verfügung gestellte Produkte (möglicherweise auch von sich aus) in die Sendung einbinde, könne ein In-Rechnung-Stellen von sonstigen Leistungen im Sendungsumfeld (Trailer, Patronisierung, Werbespots etc) nicht dazu führen, dass die Darstellung der Preise in der Sendung nicht mehr als entgeltlich anzusehen wäre. Dies insbesondere deshalb, weil die "Bewertung" der sonstigen Gegenleistungen des ORF wiederum ausschließlich in seiner Disposition stehe.

Maßgeblich sei daher, dass die Darstellung der Autos als Preise durch den ORF in einem untrennbaren Kausalverhältnis zur Leistung des Vertragspartners (Übereignung der Fahrzeuge) gestanden habe. Die gegenteilige Auffassung hätte zur Konsequenz, dass Produktplatzierungen immer durch sonstige Vereinbarungen in Zusammenhang mit der Sendung, darunter insbesondere Sponsoring, "unentgeltlich" werden könnten, womit aber die Bestimmung des § 14 Abs 5 ORF-G ihren Anwendungsbereich verlieren würde. Binde daher der ORF Produkte eines Sponsors in die Sendung ein, sei nach der Verkehrsauffassung davon auszugehen, dass diese Einbindung entgeltlich erfolge, sofern die Darstellung hinreichend deutlich sei, um einem durchschnittlichen Zuseher aufzufallen. Dies könne bei der 17 Sekunden dauernden Einstellung aber nicht in Frage gestellt werden, entspreche diese Dauer doch in etwa der Dauer durchschnittlicher Werbespots. Auch habe die Einbindung tatsächlich einen nicht unerheblichen Wert gehabt (die belangte Behörde errechnete mit ausführlicher Begründung einen Werbewert von EUR 2.723,--), sodass es wenig glaubwürdig erscheine, dass die Darstellung in der Sendung nicht auch in die Kalkulation insgesamt eingeflossen sei. Maßgeblich sei daher, dass die Darstellung der Autos als Preise durch den ORF in einem untrennbaren Kausalverhältnis zur Leistung des Vertragspartners (Übereignung der Fahrzeuge) gestanden habe. Die gegenteilige Auffassung hätte zur Konsequenz, dass Produktplatzierungen immer durch sonstige Vereinbarungen in Zusammenhang mit der Sendung, darunter insbesondere Sponsoring, "unentgeltlich" werden könnten, womit aber die Bestimmung des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G ihren Anwendungsbereich verlieren würde. Binde daher der ORF Produkte eines Sponsors in die Sendung ein, sei nach der Verkehrsauffassung davon auszugehen, dass diese Einbindung entgeltlich erfolge, sofern die Darstellung hinreichend deutlich sei, um einem durchschnittlichen Zuseher aufzufallen. Dies könne bei der 17 Sekunden dauernden Einstellung aber nicht in Frage gestellt werden, entspreche diese Dauer doch in etwa der Dauer durchschnittlicher Werbespots. Auch habe die Einbindung tatsächlich einen nicht unerheblichen Wert gehabt (die belangte Behörde errechnete mit ausführlicher Begründung einen Werbewert von EUR 2.723,--), sodass es wenig glaubwürdig erscheine, dass die Darstellung in der Sendung nicht auch in die Kalkulation insgesamt eingeflossen sei.

Im nächsten Schritt sei zu prüfen, inwieweit die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" unter einen Ausnahmetatbestand entweder des § 14 Abs 5 oder des Abs 6 ORF-G falle. Im nächsten Schritt sei zu prüfen, inwieweit die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" unter einen Ausnahmetatbestand entweder des Paragraph 14, Absatz 5, oder des Absatz 6, ORF-G falle.

Der Begriff der "Fernsehserie" sei im ORF-G nicht näher definiert. An anderer Stelle § 15 Abs 4 ORF-G) trete etwa der Begriff der "Serie" bzw der "Reihe" auf, der offenkundig aus der Fernsehrichtlinie (vgl Art 11 Abs 3 der Richtlinie 89/552/EWG idF der Richtlinie 97/36/EG) übernommen worden sei. Der Europäische Gerichtshof habe in seinem Urteil vom 23. Oktober 2003, C-245/01, diesbezüglich ausgesprochen, dass es bestimmter Verbindungen zwischen Filmen bedürfe, um unter diese Privilegierung fallen zu können, darunter zB die Fortentwicklung einer Handlung oder das Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen. Aus dieser Auslegung sei für den vorliegenden Fall, in dem es nicht um Filme gehe, allein allerdings noch nichts zu gewinnen, weil Fernsehserien nach dem allgemeinen Sprachgebrauch auch in der Form von Dokumentarserien gestaltet sein können. Typischerweise verstehe man unter einer Fernsehserie eine "Folge von inhaltlich zusammengehörigen fiktionalen Fernsehsendungen, die in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt werden und eine fortgesetzte Handlung aufweisen. Die Serienfolgen sind dabei durch ein gleich bleibendes Stammpersonal und einen einheitlichen Handlungsort verknüpft; (...)" (vgl Brockhaus - Enzyklopädie in 30 Bänden, 21. Auflage, Leipzig-Mannheim, 2006). Nun werde aber eine Fernsehserie im Sinne des § 14 Abs 5 ORF-G nicht zwingend immer über die Fiktionalität ihres Inhaltes definiert. Es könnten durchaus auch Formate darunter fallen, die reale Geschehnisse zum Gegenstand haben, was sich daraus ergebe, dass auch die anderen beiden in § 14 Abs 5 ORF-G genannten Formate, nämlich Kinofilme und Fernsehfilme, durchaus nicht-fiktionaler Natur sein können, etwa in Form eines Dokumentarfilms. Umgekehrt scheine ein bloßes Abstellen auf die Kriterien "Dramaturgie in Form von Fortsetzungen, gleich bleibende Darsteller und gleich bleibendes Handlungsumfeld" insofern zu weit gehend, als damit letztlich auch die Übertragungen der Play-Off-Spiele einer Sportmannschaft als Fernsehserie qualifiziert werden könnten und auch jedes Teilen einer Reportage in Fortsetzungen diese als Fernsehserie privilegieren würde. Angesichts des grundsätzlichen Verbots des Product-Placements für den ORF scheine eine derart weite Auslegung der Ausnahmen dem Willen des Gesetzgebers nicht zu entsprechen. Als maßgebliches (und die Kategorien Kinofilm, Fernsehfilm und Fernsehserie insoweit verbindendes) Element erscheine vielmehr das Abstellen auf einen Handlungsstrang erforderlich zu sein, der über ein Drehbuch im weiteren Sinn insofern den Ablauf und das Ende der Produktion vorgebe, als der Produzent maßgeblichen redaktionellen Einfluss auf die Fortentwicklung der Handlung haben müsse und sich seine Rolle nicht bloß auf die Erstellung eines allgemeinen Handlungsrahmens beschränke, innerhalb dessen die Akteure ohne (zwingende) Vorgaben agierten.

Der Begriff der "Fernsehserie" sei im ORF-G nicht näher definiert. An anderer Stelle (Paragraph 15, Absatz 4, ORF-G) trete etwa der Begriff der "Serie" bzw der "Reihe" auf, der offenkundig aus der Fernsehrichtlinie vergleiche , Artikel 11, Absatz 3, der Richtlinie 89/552/EWG in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG) übernommen worden sei. Der Europäische Gerichtshof habe in seinem Urteil vom 23. Oktober 2003, C-245/01, diesbezüglich ausgesprochen, dass es bestimmter Verbindungen zwischen Filmen bedürfe, um unter diese Privilegierung fallen zu können, darunter zB die Fortentwicklung einer Handlung oder das Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen. Aus dieser Auslegung sei für den vorliegenden Fall, in dem es nicht um Filme gehe, allein allerdings noch nichts zu gewinnen, weil Fernsehserien nach dem allgemeinen Sprachgebrauch auch in der Form von Dokumentarserien gestaltet sein können. Typischerweise verstehe man unter einer Fernsehserie eine "Folge von inhaltlich zusammengehörigen fiktionalen Fernsehsendungen, die in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt werden und eine fortgesetzte Handlung aufweisen. Die Serienfolgen sind dabei durch ein gleich bleibendes Stammpersonal und einen einheitlichen Handlungsort verknüpft; (...)" vergleiche , Brockhaus - Enzyklopädie in 30 Bänden, 21. Auflage, Leipzig-Mannheim, 2006). Nun werde aber eine Fernsehserie im Sinne des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G nicht zwingend immer über die Fiktionalität ihres Inhaltes definiert. Es könnten durchaus auch Formate darunter fallen, die reale Geschehnisse zum Gegenstand haben, was sich daraus ergebe, dass auch die anderen beiden in Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G genannten Formate, nämlich Kinofilme und Fernsehfilme, durchaus nicht-fiktionaler Natur sein können, etwa in Form eines Dokumentarfilms. Umgekehrt scheine ein bloßes Abstellen auf die Kriterien "Dramaturgie in Form von Fortsetzungen, gleich bleibende Darsteller und gleich bleibendes Handlungsumfeld" insofern zu weit gehend, als damit letztlich auch die Übertragungen der Play-Off-Spiele einer Sportmannschaft als Fernsehserie qualifiziert werden könnten und auch jedes Teilen einer Reportage in Fortsetzungen diese als Fernsehserie privilegieren würde. Angesichts des grundsätzlichen Verbots des Product-Placements für den ORF scheine eine derart weite Auslegung der Ausnahmen dem Willen des Gesetzgebers nicht zu entsprechen. Als maßgebliches (und die Kategorien Kinofilm, Fernsehfilm und Fernsehserie insoweit verbindendes) Element erscheine vielmehr das Abstellen auf einen Handlungsstrang erforderlich zu sein, der über ein Drehbuch im weiteren Sinn insofern den Ablauf und das Ende der Produktion

vorgebe, als der Produzent maßgeblichen redaktionellen Einfluss auf die Fortentwicklung der Handlung haben müsse und sich seine Rolle nicht bloß auf die Erstellung eines allgemeinen Handlungsrahmens beschränke, innerhalb dessen die Akteure ohne (zwingende) Vorgaben agierten.

Letztlich sei es in diesem Zusammenhang auch wichtig, sich vor Augen zu führen, warum der Gesetzgeber in § 14 Abs 5 ORF-G bei grundsätzlichem Verbot des Product-Placement für den ORF Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien von diesem Verbot ausgenommen hat. Das grundsätzliche Verbot beschränke den ORF im Vergleich zu privaten Fernsehveranstaltern, was in seiner Stellung als öffentliche Rundfunkanstalt begründet und gerechtfertigt ist (siehe VfSlg 16.911/2003). Mit der Ausnahme von Kinofilmen, Fernsehfilmen und Fernsehserien von diesem Verbot trage der Gesetzgeber den Sachgegebenheiten der Produktion derartiger Formate durch den ORF oder im Auftrag des ORF Rechnung und unterstütze auf diese Weise auch die Entstehung von Filmproduktionen im weiteren Sinn. Dieser Ausnahme liege damit auch eine kulturelle Intention zugrunde. Vor diesem Hintergrund werde deutlich, dass die vom Verbot des Product-Placement für den ORF ausgenommenen Formate sich insbesondere gegen solche abgrenzen, die wie Fernsehshows in einem weiten Sinn speziell für die Unterhaltung im ORF produziert und in der Folge gesendet werden ("Casting-Shows" fielen ebenso wie Spielshows nach dem Muster von "Starmania" oder "Wetten dass" in diese Kategorie). Letztlich sei es in diesem Zusammenhang auch wichtig, sich vor Augen zu führen, warum der Gesetzgeber in Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G bei grundsätzlichem Verbot des Product-Placement für den ORF Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien von diesem Verbot ausgenommen hat. Das grundsätzliche Verbot beschränke den ORF im Vergleich zu privaten Fernsehveranstaltern, was in seiner Stellung als öffentliche Rundfunkanstalt begründet und gerechtfertigt ist (siehe VfSlg 16.911 aus 2003,). Mit der Ausnahme von Kinofilmen, Fernsehfilmen und Fernsehserien von diesem Verbot trage der Gesetzgeber den Sachgegebenheiten der Produktion derartiger Formate durch den ORF oder im Auftrag des ORF Rechnung und unterstütze auf diese Weise auch die Entstehung von Filmproduktionen im weiteren Sinn. Dieser Ausnahme liege damit auch eine kulturelle Intention zugrunde. Vor diesem Hintergrund werde deutlich, dass die vom Verbot des Product-Placement für den ORF ausgenommenen Formate sich insbesondere gegen solche abgrenzen, die wie Fernsehshows in einem weiten Sinn speziell für die Unterhaltung im ORF produziert und in der Folge gesendet werden ("Casting-Shows" fielen ebenso wie Spielshows nach dem Muster von "Starmania" oder "Wetten dass" in diese Kategorie).

Damit zeige sich, dass (wie der Kino- oder Fernsehfilm) das Format der "Fernsehserie" im Sinne des § 14 Abs 5 ORF-G wesentlich durch ein die einzelnen Sendungen in ihrem Zusammenhang prägendes redaktionelles Element und einen inhaltlichen (fiktionalen oder non-fiktionalen) Handlungsstrang gekennzeichnet sei. Diese gestaltende, inhaltliche Verbindung zwischen den einzelnen Sendungen unterscheide die Fernsehserie im vorliegenden Zusammenhang von der Verwendung wiederkehrender Formate insbesondere bei den angesprochenen Fernsehshows. Damit zeige sich, dass (wie der Kino- oder Fernsehfilm) das Format der "Fernsehserie" im Sinne des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G wesentlich durch ein die einzelnen Sendungen in ihrem Zusammenhang prägendes redaktionelles Element und einen inhaltlichen (fiktionalen oder non-fiktionalen) Handlungsstrang gekennzeichnet sei. Diese gestaltende, inhaltliche Verbindung zwischen den einzelnen Sendungen unterscheide die Fernsehserie im vorliegenden Zusammenhang von der Verwendung wiederkehrender Formate insbesondere bei den angesprochenen Fernsehshows.

Die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" sei nun im Hinblick auf § 14 Abs 5 ORF-G deutlich in die Kategorie der wiederkehrenden "Fernsehshow" und nicht in diejenige der "Fernsehserie" im hier zugrunde gelegten Sinn einzuordnen. Wiederkehrend sei im Wesentlichen das Konzept, Personen bestimmte Aufgaben erfüllen zu lassen, dies zu bewerten und daraus in einem wiederkehrenden Auswahlverfahren einen Sieger zu ermitteln (ob das wie hier sozusagen mit umgekehrten Vorzeichen oder üblicherweise im Hinblick auf den oder die Beste/n erfolgt, sei unerheblich). Neun Personen mit unterdurchschnittlichen Fahrkünsten absolvierten mehrere Wochen lang im Rahmen der jeweiligen Sendung diverse Aufgaben wie Fahr sicherheitstrainings, Einzelgespräche mit Fahrlehrern/Experten etc um ihr Fahrverhalten zu verbessern. Jede Woche werde derjenige Kandidat, der sich nach Meinung einer Jury am besten "entwickelt" habe, aus dem Team genommen, sodass am Ende der "schlechteste" Autofahrer übrigbleibe. Die redaktionelle Gestaltung beschränke sich im Wesentlichen auf das Bereitstellen des Formats, in dessen Rahmen die Aufgaben erfüllt würden. Damit unterscheide sich die Sendung insoweit nicht von einer Casting-Show wie "Starmania", für die der Bundeskommunikationssenat bereits davon ausgegangen sei, dass der Ausnahmetatbestand des § 14 Abs 5 ORF-G nicht vorliege. Die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" sei nun im Hinblick auf Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G deutlich in die Kategorie der wiederkehrenden "Fernsehshow" und nicht in diejenige der

"Fernsehserie" im hier zugrunde gelegten Sinn einzuordnen. Wiederkehrend sei im Wesentlichen das Konzept, Personen bestimmte Aufgaben erfüllen zu lassen, dies zu bewerten und daraus in einem wiederkehrenden Auswahlverfahren einen Sieger zu ermitteln (ob das wie hier sozusagen mit umgekehrten Vorzeichen oder üblicherweise im Hinblick auf den oder die beste/n erfolgt, sei unerheblich). Neun Personen mit unterdurchschnittlichen Fahrkünsten absolvierten mehrere Wochen lang im Rahmen der jeweiligen Sendung diverse Aufgaben wie Fahrsicherheitstrainings, Einzelgespräche mit Fahrlehrern/Experten etc um ihr Fahrverhalten zu verbessern. Jede Woche werde derjenige Kandidat, der sich nach Meinung einer Jury am besten "entwickelt" habe, aus dem Team genommen, sodass am Ende der "schlechteste" Autofahrer übrigbleibe. Die redaktionelle Gestaltung beschränke sich im Wesentlichen auf das Bereitstellen des Formats, in dessen Rahmen die Aufgaben erfüllt würden. Damit unterscheide sich die Sendung insoweit nicht von einer Casting-Show wie "Starmania", für die der Bundeskommunikationssenat bereits davon ausgegangen sei, dass der Ausnahmetatbestand des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G nicht vorliege.

Da die vorliegende Sendung somit nicht als Teil einer Fernsehserie zu qualifizieren sei, sei auch das Product-Placement für "O" nicht zulässig gewesen. Da auch keine sonstigen Ausnahmetatbestände etwa des § 14 Abs 6 ORF-G vorgelegen hätten, sei insoweit eine Verletzung des § 14 Abs 5 ORF-G festzustellen gewesen. Da die vorliegende Sendung somit nicht als Teil einer Fernsehserie zu qualifizieren sei, sei auch das Product-Placement für "O" nicht zulässig gewesen. Da auch keine sonstigen Ausnahmetatbestände etwa des Paragraph 14, Absatz 6, ORF-G vorgelegen hätten, sei insoweit eine Verletzung des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G festzustellen gewesen.

Gegen diesen Bescheid wendet sich die vorliegende Beschwerde mit dem Antrag, ihn wegen Rechtswidrigkeit des Inhaltes, hilfsweise wegen Rechtswidrigkeit infolge Verletzung von Verfahrensvorschriften aufzuheben.

Die belangte Behörde legte die Verwaltungsakten unter Verzicht auf eine Gegenschrift vor.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

1. Ob die beschwerdeführende Partei gegen die Bestimmungen des ORF-G verstoßen hat, richtet sich nach der Rechtslage, die im Zeitpunkt der Ausstrahlung der genannten Fernsehsendung in Geltung war (vgl dazu etwa das hg Erkenntnis vom 19. November 2008, ZI 2005/04/0172). 1. Ob die beschwerdeführende Partei gegen die Bestimmungen des ORF-G verstoßen hat, richtet sich nach der Rechtslage, die im Zeitpunkt der Ausstrahlung der genannten Fernsehsendung in Geltung war vergleiche , dazu etwa das hg Erkenntnis vom 19. November 2008, ZI 2005/04/0172).

Die im Beschwerdefall somit maßgebliche Bestimmung des § 14 Abs 5 ORF-G, BGBl Nr 379/1984 idF BGBl I Nr 83/2001, sieht vor, dass die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung, sofern diese nicht geringfügig sind, außerhalb von Werbesendungen (Product-Placement) unzulässig ist. Das Verbot von Product-Placement gilt nicht für Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien. Die mediale Unterstützung gemäß § 17 Abs 7 des Glücksspielgesetzes gilt nicht als Product-Placement. Die im Beschwerdefall somit maßgebliche Bestimmung des Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G, Bundesgesetzblatt Nr 379 aus 1984, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr 83 aus 2001,, sieht vor, dass die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung, sofern diese nicht geringfügig sind, außerhalb von Werbesendungen (Product-Placement) unzulässig ist. Das Verbot von Product-Placement gilt nicht für Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien. Die mediale Unterstützung gemäß Paragraph 17, Absatz 7, des Glücksspielgesetzes gilt nicht als Product-Placement.

Nach § 14 Abs 6 ORF-G ist Product-Placement außerhalb von Werbesendungen dann zulässig, wenn es bei der Übertragung oder Berichterstattung über Sport- Kultur- oder Wohltätigkeitsveranstaltungen notwendig ist. Dieser Absatz gilt nicht für Kinder- und Jugendsendungen. Nach Paragraph 14, Absatz 6, ORF-G ist Product-Placement außerhalb von Werbesendungen dann zulässig, wenn es bei der Übertragung oder Berichterstattung über Sport- Kultur- oder Wohltätigkeitsveranstaltungen notwendig ist. Dieser Absatz gilt nicht für Kinder- und Jugendsendungen.

2. Im hg Erkenntnis vom 27. Jänner 2006, ZI 2004/04/0114, wurde erkannt, dass Product-Placement im Sinne dieser Bestimmungen immer unzulässig ist, wenn nicht ein Ausnahmetatbestand (gemäß § 14 Abs 5 zweiter oder dritter Satz bzw gemäß § 14 Abs 6 ORF-G) zum Tragen kommt. Unzulässiges Product-Placement liegt allerdings nur vor, wenn es

gegen nicht bloß geringfügiges Entgelt erbracht wird. Ob diese Voraussetzung erfüllt ist, ist an Hand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. Es kommt nicht darauf an, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc außerhalb einer Werbesendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, nämlich um eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicher Weise gegen Entgelt erfolgt. Anderenfalls stünde es im Belieben der Beteiligten, über die Zulässigkeit einer Erwähnung oder Darstellung von Waren, Marken etc außerhalb von Werbesendungen nach Gutdünken zu disponieren. Ein solcher Standpunkt liegt dem Gesetz aber nicht zu Grunde. Entspricht die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc außerhalb einer Werbesendung daher einer Erwähnung oder Darstellung, die nach der Verkehrsauffassung gegen Entgelt erfolgt und überschreitet das für eine solche Erwähnung oder Darstellung im Verkehr übliche Entgelt die Grenze der Geringfügigkeit, so liegt verbotenes Product-Placement vor, soweit nicht ein Ausnahmetatbestand zum Tragen kommt (vgl auch das hg Erkenntnis vom 8. September 2011, ZI 2011/03/0029). 2. Im hg Erkenntnis vom 27. Jänner 2006, ZI 2004/04/0114, wurde erkannt, dass Product-Placement im Sinne dieser Bestimmungen immer unzulässig ist, wenn nicht ein Ausnahmetatbestand (gemäß Paragraph 14, Absatz 5, zweiter oder dritter Satz bzw gemäß Paragraph 14, Absatz 6, ORF-G) zum Tragen kommt. Unzulässiges Product-Placement liegt allerdings nur vor, wenn es gegen nicht bloß geringfügiges Entgelt erbracht wird. Ob diese Voraussetzung erfüllt ist, ist an Hand eines objektiven Maßstabes zu beurteilen. Es kommt nicht darauf an, ob die Beteiligten für die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc außerhalb einer Werbesendung ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart haben. Entscheidend ist vielmehr, ob es sich um eine Erwähnung oder Darstellung bestimmter Art handelt, nämlich um eine solche, die nach der Verkehrsauffassung üblicher Weise gegen Entgelt erfolgt. Anderenfalls stünde es im Belieben der Beteiligten, über die Zulässigkeit einer Erwähnung oder Darstellung von Waren, Marken etc außerhalb von Werbesendungen nach Gutdünken zu disponieren. Ein solcher Standpunkt liegt dem Gesetz aber nicht zu Grunde. Entspricht die Erwähnung oder Darstellung einer Ware, Marke etc außerhalb einer Werbesendung daher einer Erwähnung oder Darstellung, die nach der Verkehrsauffassung gegen Entgelt erfolgt und überschreitet das für eine solche Erwähnung oder Darstellung im Verkehr übliche Entgelt die Grenze der Geringfügigkeit, so liegt verbotenes Product-Placement vor, soweit nicht ein Ausnahmetatbestand zum Tragen kommt vergleiche , auch das hg Erkenntnis vom 8. September 2011, ZI 2011/03/0029).

3.1. Die Beschwerde zieht die grundsätzliche Einordnung der gegenständlichen Produktdarstellung als Product-Placement nicht in Zweifel. Auf Abgrenzungsfragen, insbesondere zum Sponsoring (vgl dazu etwa Kassai/Kogler, Produktplatzierung: Der Trojaner des Kommerzes? in: Kommunikation & Recht 2008, 722, mit Hinweisen auf den 61. Erwägungsgrund der Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (Fernsehrichtlinie); Laiß, Werberegulierung der österreichischen Rundfunkmedien 2007, 182 f), braucht daher im gegenständlichen Fall nicht näher eingegangen zu werden. 3.1. Die Beschwerde zieht die grundsätzliche Einordnung der gegenständlichen Produktdarstellung als Product-Placement nicht in Zweifel. Auf Abgrenzungsfragen, insbesondere zum Sponsoring vergleiche , dazu etwa Kassai/Kogler, Produktplatzierung: Der Trojaner des Kommerzes? in: Kommunikation & Recht 2008, 722, mit Hinweisen auf den 61. Erwägungsgrund der Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität (Fernsehrichtlinie); Laiß, Werberegulierung der österreichischen Rundfunkmedien 2007, 182 f), braucht daher im gegenständlichen Fall nicht näher eingegangen zu werden.

Sie bezweifelt jedoch, dass die vom ORF für die gegenständlichen PKW gewährte Gegenleistung nicht geeignet gewesen sei, die "Unentgeltlichkeit der Darstellung der Sachpreise in der Sendung zu bewirken". Der ORF habe die Kfz von "G" käuflich erworben. Die Bezahlung sei durch vom ORF ausschließlich außerhalb der Sendung "Österreichs schlechteste Autofahrer" zu erbringende Werbeleistungen erfolgt, wobei sowohl die Leistung (Autos) als auch die Gegenleistung (Werbeleistung) zu marktüblichen Konditionen bewertet gewesen seien. Von einer Entgeltlichkeit iSd § 14 Abs 5 ORF-G könne deshalb nicht ausgegangen werden, weil eine solche nur dann vorgelegen haben könnte, wenn die Gegenleistung des ORF für die PKW nicht angemessen gewesen wäre. Dafür böten die Feststellungen der belangten Behörde aber keine Grundlage. Sie bezweifelt jedoch, dass die vom ORF für die gegenständlichen PKW gewährte Gegenleistung nicht geeignet gewesen sei, die "Unentgeltlichkeit der Darstellung der Sachpreise in der Sendung zu bewirken". Der ORF habe die Kfz von "G" käuflich erworben. Die Bezahlung sei durch vom ORF

ausschließlich außerhalb der Sendung "Österreichs schlechteste Autofahrer" zu erbringende Werbeleistungen erfolgt, wobei sowohl die Leistung (Autos) als auch die Gegenleistung (Werbeleistung) zu marktüblichen Konditionen bewertet gewesen seien. Von einer Entgeltlichkeit iSd Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G könne deshalb nicht ausgegangen werden, weil eine solche nur dann vorgelegen haben könnte, wenn die Gegenleistung des ORF für die PKW nicht angemessen gewesen wäre. Dafür böten die Feststellungen der belangten Behörde aber keine Grundlage.

3.2. Mit diesem Vorbringen legt die Beschwerde nicht dar, dass die beanstandete Produktplatzierung in der Sendung - nach dem anzulegenden objektiven Maßstab - unentgeltlich erfolgt wäre. Aus dem Umstand, dass der ORF für den Erwerb der präsentierten Fahrzeuge Gegenleistungen erbracht haben will, die unter Außerachtlassung des Marktwertes des gegenständlichen Product-Placements dem Anschaffungswert der PKW entsprochen habe, lässt sich die Unentgeltlichkeit des Product-Placements nicht ableiten. Auch in diesem Fall hat der ORF durch die strittige Produktplatzierung eine (zusätzliche) Leistung zugunsten des Fahrzeugherstellers erbracht, die einen von der belangten Behörde festgestellten (nicht nur geringfügigen) objektiven Marktwert hatte, der die Entgeltlichkeit iSd § 14 Abs 5 ORF-G begründete. 3.2. Mit diesem Vorbringen legt die Beschwerde nicht dar, dass die beanstandete Produktplatzierung in der Sendung - nach dem anzulegenden objektiven Maßstab - unentgeltlich erfolgt wäre. Aus dem Umstand, dass der ORF für den Erwerb der präsentierten Fahrzeuge Gegenleistungen erbracht haben will, die unter Außerachtlassung des Marktwertes des gegenständlichen Product-Placements dem Anschaffungswert der PKW entsprochen habe, lässt sich die Unentgeltlichkeit des Product-Placements nicht ableiten. Auch in diesem Fall hat der ORF durch die strittige Produktplatzierung eine (zusätzliche) Leistung zugunsten des Fahrzeugherstellers erbracht, die einen von der belangten Behörde festgestellten (nicht nur geringfügigen) objektiven Marktwert hatte, der die Entgeltlichkeit iSd Paragraph 14, Absatz 5, ORF-G begründete.

4.1. Wie schon im Verfahren vor der belangten Behörde bringt die Beschwerde vor, im gegebenen Zusammenhang sei (einzig) der Ausnahmetatbestand des § 14 Abs 5 zweiter Satz ORF-G erfüllt, weil die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" als Fernsehserie anzusehen gewesen sei, für die das Verbot des Product-Placement nicht gelte. Im Einzelnen wendet sich die beschwerdeführende Partei dagegen, dass die belangte Behörde sämtliche Unterhaltungssendungen aus dem Anwendungsbereich des § 14 Abs 5 zweiter Satz ORF-G auszunehmen scheine und die Kriterien einer Fernsehserie im vorliegenden Fall für nicht gegeben ansehe. Es treffe nicht zu, dass die Kandidaten der Sendung ohne zwingende Vorgaben agierten. Vielmehr würden ihnen innerhalb eines durch das Sendungsformat vorgegebenen Plots verschiedene Aufgaben gestellt, die sie so gut wie möglich zu absolvieren hätten. Darin erschöpfe sich deren Einflussmöglichkeit auf den Inhalt der Sendung. Handlungsstrang, Spannungsbogen, Spannungsentwicklung usw würden ausschließlich vom ORF vorgegeben. Das von der belangten Behörde geforderte Element des drehbuchartig vorgezeichneten Handlungsstrangs liege daher vor. Die beschwerdeführende Partei bestreite aber, dass dieses Kriterium für die in Rede stehende Beurteilung maßgeblich sei, weil es nach der Verkehrsanschauung eindeutig als Fernsehserien zu qualifizierende Sendungen, insbesondere Stegreifproduktionen wie zB "Die liebe Familie" oder "Schillerstraße", aus dem Anwendungsbereich der gesetzlichen Regelung ausnehmen würde, was aber offenkundig nicht beabsichtigt gewesen sei. Richtigerweise komme es auf das Vorliegen eines die Dialoge usw im Detail festlegenden Drehbuchs nicht an, sondern es habe dabei zu bleiben, dass eine Fernsehserie dann vorliege, wenn eine Folge von inhaltlich zusammengehörigen Fernsehsendungen, die in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt werden und die eine fortgesetzte Handlung aufweisen, gegeben sei. Typisch sei, dass die Serienfolgen durch ein gleich bleibendes Stammpersonal und einen einheitlichen Handlungsort verknüpft seien. Alle diese Elemente lägen in Bezug auf die strittige Sendung vor. Die einzelnen Folgen der Sendung hätten über eine sich jeweils fortsetzende Handlung verfügt, die nicht bloß darin bestanden habe, dass am Ende ein Sieger gekürt worden sei. Thema der Sendungen sei vielmehr die sukzessive Verbesserung der Fähigkeiten der Teilnehmer in Bezug auf Verkehrssicherheit gewesen, die sie anhand jeweils abgewandelter neuer Aufgaben unter Beweis stellen hätten müssen. Das Stammpersonal sei im Kern gleich geblieben. Die Folgen seien in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt worden usw. 4.1. Wie schon im Verfahren vor der belangten Behörde bringt die Beschwerde vor, im gegebenen Zusammenhang sei (einzig) der Ausnahmetatbestand des Paragraph 14, Absatz 5, zweiter Satz ORF-G erfüllt, weil die Sendung "Österreichs schlechtester Autofahrer" als Fernsehserie anzusehen gewesen sei, für die das Verbot des Product-Placement nicht gelte. Im Einzelnen wendet sich die beschwerdeführende Partei dagegen, dass die belangte Behörde sämtliche Unterhaltungssendungen aus dem Anwendungsbereich des Paragraph 14, Absatz 5, zweiter Satz ORF-G auszunehmen scheine und die Kriterien einer Fernsehserie im vorliegenden Fall für nicht gegeben ansehe. Es treffe nicht zu, dass die Kandidaten der Sendung ohne zwingende Vorgaben agierten. Vielmehr würden ihnen

innerhalb eines durch das Sendungsformat vorgegebenen Plots verschiedene Aufgaben gestellt, die sie so gut wie möglich zu absolvieren hätten. Darin erschöpfe sich deren Einflussmöglichkeit auf den Inhalt der Sendung. Handlungsstrang, Spannungsbogen, Spannungsentwicklung usw würden ausschließlich vom ORF vorgegeben. Das von der belangten Behörde geforderte Element des drehbuchartig vorgezeichneten Handlungsstrangs liege daher vor. Die beschwerdeführende Partei bestreite aber, dass dieses Kriterium für die in Rede stehende Beurteilung maßgeblich sei, weil es nach der Verkehrsanschauung eindeutig als Fernsehserien zu qualifizierende Sendungen, insbesondere Stegreifproduktionen wie zB "Die liebe Familie" oder "Schillerstraße", aus dem Anwendungsbereich der gesetzlichen Regelung ausnehmen würde, was aber offenkundig nicht beabsichtigt gewesen sei. Richtigerweise komme es auf das Vorliegen eines die Dialoge usw im Detail festlegenden Drehbuchs nicht an, sondern es habe dabei zu bleiben, dass eine Fernsehserie dann vorliege, wenn eine Folge von inhaltlich zusammengehörigen Fernsehsendungen, die in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt werden und die eine fortgesetzte Handlung aufweisen, gegeben sei. Typisch sei, dass die Serienfolgen durch ein gleich bleibendes Stammpersonal und einen einheitlichen Handlungsort verknüpft seien. Alle diese Elemente lägen in Bezug auf die strittige Sendung vor. Die einzelnen Folgen der Sendung hätten über eine sich jeweils fortsetzende Handlung verfügt, die nicht bloß darin bestanden habe, dass am Ende ein Sieger gekürt worden sei. Thema der Sendungen sei vielmehr die sukzessive Verbesserung der Fähigkeiten der Teilnehmer in Bezug auf Verkehrssicherheit gewesen, die sie anhand jeweils abgewandelter neuer Aufgaben unter Beweis stellen hätten müssen. Das Stammpersonal sei im Kern gleich geblieben. Die Folgen seien in regelmäßigen Abständen ausgestrahlt worden usw.

4.2. Die belangte Behörde hat in ihrer ausführlichen Begründung, mit der sie eine rechtliche Qualifikation der gegenständlichen Sendung als Fernsehserie iSd § 14 Abs 5 zweiter Satz ORF-G abgelehnt hat, zutreffend dargelegt, dass der strittige Rechtsbegriff sich auch im einschlägigen Unionsrecht findet. Art 3g Abs 2 der (hier noch anzuwendenden) Fernsehrichtlinie lässt - sofern die Mitgliedstaaten nichts anderes beschließen - Produktplatzierung (unter anderem) in "Serien" zu. Art 11 Abs 2 der Fernsehrichtlinie enthält - im Zusammenhang mit der Zulässigkeit der Unterbrechung von Fernsehsendungen durch Werbung - neben dem Begriff der "Serien" (vgl etwa aus den englischen und französischen Fassungen: "series" und "series") auch noch jenen der "Reihen" (englisch: "serial"; französisch:"feuilletons"). 4.2. Die belangte Behörde hat in ihrer ausführlichen Begründung, mit der sie eine rechtliche Qualifikation der gegenständlichen Sendung als Fernsehserie iSd Paragraph 14, Absatz 5, zweiter Satz ORF-G abgelehnt hat, zutreffend dargelegt, dass der strittige Rechtsbegriff sich auch im einschlägigen Unionsrecht findet. Artikel 3 g, Absatz 2, der (hier noch anzuwendenden) Fernsehrichtlinie lässt - sofern die Mitgliedstaaten nichts anderes beschließen - Produktplatzierung (unter anderem) in "Serien" zu. Artikel 11, Absatz 2, der Fernsehrichtlinie enthält - im Zusammenhang mit der Zulässigkeit der Unterbrechung von Fernsehsendungen durch Werbung - neben dem Begriff der "Serien" vergleiche , etwa aus den englischen und französischen Fassungen: "series" und "series") auch noch jenen der "Reihen" (englisch: "serial"; französisch:"feuilletons").

In seinem Schlussantrag in der Rechtssache C-245/01 (RTL Television GmbH gg Niedersächsische Landesmedienanstalt für privaten Rundfunk) vor dem Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) vom 22. Mai 2003, in der es primär um die Auslegung des Begriffs der "Reihe" iS der Fernsehrichtlinie ging, führte der Generalanwalt (unter anderem) aus, dass der in der Fernsehrichtlinie verwendete Begriff der "Reihe" ungenaue Konturen habe, ebenso wie der Begriff der "Serie". Es lasse sich aber eine hinreichend genaue Skizzierung des allgemein üblichen Verständnisses der beiden Begriffe vornehmen. Damit mehrere audiovisuelle Werke eine Serie bildeten, müssten sie durch einen durchgehenden Erzählstrang miteinander verbunden sein, dessen einzelne Episoden sie darstellten. Um eine Reihe zu bilden, reiche es aus, dass mehrere solche Werke entweder durch einen durchgehenden Erzählstrang miteinander verbunden seien oder dass in ihnen dieselben Personen ("dramatis personae") vorkämen. "Formale Verbindungen" der einzelnen Sendungen seien hingegen weder erforderlich noch hinreichend (RNr 49).

Der EuGH folgte dieser Einschätzung in seinem in der oben genannten Rechtssache ergangenen Urteil vom 23. Oktober 2003 insofern, als er aussprach, dass sich die Verbindungen, die zwischen Filmen bestehen müssen, damit sie als "Reihe" iSd Fernsehrichtlinie anerkannt werden können, aus dem Inhalt der betreffenden Filme ergeben müssten. Der Begriff "Reihe" erfordere mithin materielle Verbindungen, dh Gemeinsamkeiten, die sich auf den Inhalt der betreffenden Filme bezögen (RNr 105). Verbindungen formaler Art genügten hingegen nicht (RNr 104). Als (nicht

abschließend formulierte) Beispiele für die geforderte inhaltliche Verknüpfung nannte der EuGH die Fortentwicklung einer Handlung von einer Sendung zur anderen oder das Wiederkehren einer oder mehrerer Personen in den einzelnen Sendungen.

Ob die inhaltliche Verknüpfung der einzelnen Episoden einer "Serie" im Vergleich zur "Reihe" noch enger ist (vgl idS die oben dargestellten Erwägungen des Generalanwalts; ebenso aus der Literatur etwa Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetz³ (2011), 194), musste vom EuGH fallbezogen zwar nicht beurteilt werden; sein Urteil lässt aber deutlich genug erkennen, dass es den diesbezüglichen Ausführungen des Generalanwalts nicht entgegentrat. Ob die inhaltliche Verknüpfung der einzelnen Episoden einer "Serie" im Vergleich zur "Reihe" noch enger ist vergleiche , idS die oben dargestellten Erwägungen des Generalanwalts; ebenso aus der Literatur etwa Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetz³ (2011), 194), musste vom EuGH fallbezogen zwar nicht beurteilt werden; sein Urteil lässt aber deutlich genug erkennen, dass es den diesbezüglichen Ausführungen des Generalanwalts nicht entgegentrat.

4.3. Ausgehend davon ist für den vorliegenden Fall abzuleiten, dass (auch) die "Fernsehserie" eine inhaltliche Verbindung einzelner Sendungen darstellt, die sich aus (im Vergleich zur "Reihe" engeren) materiellen Gemeinsamkeiten ergibt.

Der beschwerdeführenden Partei ist zwar zuzugeben, dass auch zwischen den hier in Rede stehenden einzelnen Sendungen ein gewisser inhaltlicher Zusammenhang bestand, der sich vor allem darin äußerte, dass die Kandidaten der Unterhaltungssendung in jeder Folge ihr Fahrkönnen unter Beweis zu stellen hatten und durch eine Jury jeweils entschieden wurde, wer diese Aufgaben am besten erfüllt hatte. Es kann der belangten Behörde aber nicht entgegen getreten werden, wenn sie die inhaltliche Verbindung der einzelnen Sendungen (in der soeben geschilderten Art und Weise) als nicht ausreichend ansah, um insgesamt von einer "Fernsehserie" sprechen zu können. Die Rahmenhandlung der Sendung bestand im Wesentlichen nur darin, einzelne Spiele mit den Kandidaten zu verbinden und an deren Ende einen Sieger zu küren. Derartige Zusammenhänge reichen aber - unter Berücksichtigung von Punkt 4.2. dieser Erwägungen - nicht aus, um die einzelnen Folgen der Sendung inhaltlich zu einer "Fernsehserie" zu verknüpfen. Der Ausnahmetatbestand des § 14 Abs 5 zweiter Satz ORF-G lag daher im gegenständlichen Fall nicht vor. Der beschwerdeführenden Partei ist zwar zuzugeben, dass auch zwischen den hier in Rede stehenden einzelnen Sendungen ein gewisser inhaltlicher Zusammenhang bestand, der sich vor allem darin äußerte, dass die Kandidaten der Unterhaltungssendung in jeder Folge ihr Fahrkönnen unter Beweis zu stellen hatten und durch eine Jury jeweils entschieden wurde, wer diese Aufgaben am besten erfüllt hatte. Es kann der belangten Behörde aber nicht entgegen getreten werden, wenn sie die inhaltliche Verbindung der einzelnen Sendungen (in der soeben geschilderten Art und Weise) als nicht ausreichend ansah, um insgesamt von einer "Fernsehserie" sprechen zu können. Die Rahmenhandlung der Sendung bestand im Wesentlichen nur darin, einzelne Spiele mit den Kandidaten zu verbinden und an deren Ende einen Sieger zu küren. Derartige Zusammenhänge reichen aber - unter Berücksichtigung von Punkt 4.2. dieser Erwägungen - nicht aus, um die einzelnen Folgen der Sendung inhaltlich zu einer "Fernsehserie" zu verknüpfen. Der Ausnahmetatbestand des Paragraph 14, Absatz 5, zweiter Satz ORF-G lag daher im gegenständlichen Fall nicht vor.

4.4. Auf die weiteren Einwände der Beschwerde gegen die Erwägungen der belangten Behörde zu den mit § 14 Abs 5 zweiter Satz ORF-G verfolgten gesetzgeberischen Intentionen braucht bei diesem Ergebnis nicht näher eingegangen zu werden. Abschließend sei lediglich angemerkt, dass der bereits zitierte Art 3g Abs 2 der Fernsehrichtlinie - mangels gegenteiliger nationaler Vorschriften - neben den "Serien" auch "Sendungen der leichten Unterhaltung" vom grundsätzlichen Verbot der Produktplatzierung ausnahm (vgl idS auch Art 11 Abs 3 lit a der nunmehr geltenden, im vorliegenden Fall aber noch nicht maßgeblichen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und Rates vom 10. März 2010). Erst mit der im gegenständlichen Fall noch nicht anzuwendenden Novelle zum ORF-G, BGBl I Nr 50/2010, trug der österreichische Gesetzgeber dieser vom Unionsrecht eingeräumten Möglichkeit Rechnung. Demgemäß ist dem ORF nunmehr - bei Einhaltung der sonstigen gesetzlichen Vorgaben - gemäß § 16 Abs 3 ORF-G (nF) gestattet, Produktplatzierung auch in "Sendungen der leichten Unterhaltung" - ausgenommen Kindersendungen - vorzunehmen, worunter - wie die Materialien (611 BlgNR 24. GP 45) erkennen lassen - auch "Shows" und "Quizsendungen", bei denen das unterhaltende Element klar im Vordergrund steht, zu verstehen sind. Dass der (österreichische) Gesetzgeber die Produktplatzierung in derartigen Sendungen (zu denen wohl auch die gegenständliche zu zählen ist) erst mit der angesprochenen Novelle erlaubte, während er sie für die

davor (also auch im vorliegenden Fall noch maßgebliche) Rechtslage ablehnte, spricht letztlich ebenfalls für das von der belangten Behörde erzielte Ergebnis. 4.4. Auf die weiteren Einwände der Beschwerde gegen die Erwägungen der belangten Behörde zu den mit Paragraph 14, Absatz 5, zweiter Satz ORF-G verfolgten gesetzgeberischen Intentionen braucht bei diesem Ergebnis nicht näher eingegangen zu werden. Abschließend sei lediglich angemerkt, dass der bereits zitierte Artikel 3 g, Absatz 2, der Fernsehrichtlinie - mangels gegenteiliger nationaler Vorschriften - neben den "Serien" auch "Sendungen der leichten Unterhaltung" vom grundsätzlichen Verbot der Produktplatzierung ausnahm vergleiche , idS auch Artikel 11, Absatz 3, Litera a, der nunmehr geltenden, im vorliegenden Fall aber noch nicht maßgeblichen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und Rates vom 10. März 2010). Erst mit der im gegenständlichen Fall noch nicht anzuwendenden Novelle zum ORF-G, Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr 50 aus 2010,, trug der österreichische Gesetzgeber dieser vom Unionsrecht eingeräumten Möglichkeit Rechnung. Demgemäß ist dem ORF nunmehr - bei Einhaltung der sonstigen gesetzlichen Vorgaben - gemäß Paragraph 16, Absatz 3, ORF-G (nF) gestattet, Produktplatzierung auch in "Sendungen der leichten Unterhaltung" - ausgenommen Kindersendungen - vorzunehmen, worunter - wie die Materialien (611 BlgNR 24. Gesetzgebungsperiode 45,) erkennen lassen - auch "Shows" und "Quizsendungen", bei denen das unterhaltende Element klar im Vordergrund steht, zu verstehen sind. Dass der (österreichische) Gesetzgeber die Produktplatzierung in derartigen Sendungen (zu denen wohl auch die gegenständliche zu zählen ist) erst mit der angesprochenen Novelle erlaubte, während er sie für die davor (also auch im vorliegenden Fall noch maßgebliche) Rechtslage ablehnte, spricht letztlich ebenfalls für das von der belangten Behörde erzielte Ergebnis.

5. Die Beschwerde war daher gemäß § 42 Abs 1 VwGG als unbegründet abzuweisen. 5. Die Beschwerde war daher gemäß Paragraph 42, Absatz eins, VwGG als unbegründet abzuweisen.

Der Ausspruch über den Aufwandsatz gründet sich auf die §§ 47 ff VwGG iVm der VwGH-Aufwandsatzverordnung 2008, BGBl II Nr 455. Der Ausspruch über den Aufwandsatz gründet sich auf die Paragraphen 47, ff VwGG in Verbindung mit der VwGH-Aufwandsatzverordnung 2008, Bundesgesetzblatt , II Nr 455.

Wien, am 21. Oktober 2011

Gerichtsentscheidung

EuGH 62001CJ0245 RTL Television VORAB

Schlagworte

Anzuwendendes Recht Maßgebende Rechtslage VwRallg2 Definition von Begriffen mit allgemeiner Bedeutung VwRallg7 Auslegung Anwendung der Auslegungsmethoden Verhältnis der wörtlichen Auslegung zur teleologischen und historischen Auslegung Bedeutung der Gesetzesmaterialien VwRallg3/2/2 Auslegung unbestimmter Begriffe VwRallg3/4

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2011:2011030043.X00

Im RIS seit

29.11.2011

Zuletzt aktualisiert am

25.01.2012

Quelle: Verwaltungsgerichtshof VwGH, <http://www.vwgh.gv.at>

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at