

TE Vwgh Erkenntnis 2011/10/21 2011/03/0048

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 21.10.2011

Index

001 Verwaltungsrecht allgemein;
16/02 Rundfunk;

Norm

ORF-G 2001 §14 Abs2;
ORF-G 2001 §17 Abs1;
ORF-G 2001 §17 Abs2 Z2;
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 16. Juni 2008, ZI 611.966/0004-BKS/2008, betreffend Verletzung des ORF-Gesetzes (mitbeteiligte Partei: V GmbH in S, vertreten durch Dr. Michael Krüger Rechtsanwalt GmbH in 1010 Wien, Seilergasse 4/15; weitere Partei: Bundeskanzler), zu Recht erkannt:

Spruch

Der angefochtene Bescheid wird wegen Rechtswidrigkeit des Inhaltes aufgehoben.

Der Bund hat der beschwerdeführenden Partei Aufwendungen in der Höhe von EUR 1.106,40 binnen zwei Wochen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Begründung

Mit dem angefochtenen Bescheid stellte die belangte Behörde fest, dass der ORF am 16. und 23. Februar, sowie am 1. und 8. März 2008 um jeweils etwa 19.00 Uhr bei der Ausstrahlung der Sendung "Schauplatz Börse" im regionalen Fernsehprogramm ORF 2 Vorarlberg dadurch gegen § 14 Abs 2 ORF-Gesetz (ORF-G) verstoßen habe, dass er in redaktionelle Inhalte dieser Sendung verkaufsfördernde Hinweise für Kapitalmarktprodukte und Dienstleistungen eingebunden 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 fest, dass der ORF am 16. und 23. Februar, sowie am 1. und 8. März 2008 um jeweils etwa 19.00 Uhr bei der Ausstrahlung der Sendung "Schauplatz Börse" im regionalen Fernsehprogramm ORF 2 Vorarlberg dadurch gegen Paragraph 14, Absatz 2, ORF-Gesetz (ORF-G) verstoßen habe, dass er in redaktionelle Inhalte dieser Sendung verkaufsfördernde Hinweise für

Kapitalmarktprodukte und Dienstleistungen eingebunden 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.

Dieser Entscheidung legte die belangte Behörde folgenden - unstrittigen - Sachverhalt zu Grunde (Anonymisierung durch den Verwaltungsgerichtshof):

"Schauplatz Börse am 16.02.2008:

Der österreichische Rundfunk (ORF) hat am 16.02.2008 gegen 19.00 Uhr (Dauer 01:12 Minuten) im regionalen Fernsehprogramm von ORF Vorarlberg die Sendung 'Schauplatz Börse' gesendet. Im Vorspann der Sendung werden einige Sekunden lang visuell verschiedene Szenen hektischer Börsenbetriebsamkeit gezeigt. Dann erfolgte die Ansage 'Schauplatz Börse präsentiert von den Vorarlberger Rbanken', welche auch textlich eingeblendet wird. Dieser Text wird um das Rlogo (Gkreuz) und den Werbeslogan 'R' ergänzt.

Während der gesamten Sendung bleibt am Bildschirm das ORF-Logo ORF-V eingeblendet. Zu Beginn der Sendung und an deren Ende ist jeweils für einen längeren Zeitraum im Hintergrund die Sendungsbezeichnung 'Schauplatz Börse' zu sehen. Am unteren Bildrand läuft ein für Börse-Sendungen charakteristisches Laufband mit Aktien- und Währungskursen, die die Veränderung gegenüber der Vorwoche darstellen.

Die Sendung wird in einem Fernsehstudio von einem Moderator präsentiert. Am Beginn der Moderation wird kurz der Name des Moderators eingeblendet (Th K.-Investmentbanking). Dieser trägt folgenden Text vor:

'M, ein Konzern, der als Paradebeispiel für den Erfolg eines Unternehmens in der neueren Wirtschaftsgeschichte steht. (Für einige Sekunden wird im Hintergrund das Logo von M eingeblendet). Nach der Gründung 1975 begann bereits 1980 der steile Aufstieg, als damals I dem jungen Unternehmen den Auftrag gab, ein Betriebssystem zu entwickeln. Mit dem späteren W-System wurde M dann weltweit zum dominanten Softwareunternehmen. Die heutigen Eckdaten des Unternehmenskonzerns lauten 80.000 Beschäftigte, Umsatz bei rund 37 Mrd Dollar und ein Nettogewinn von 4,7 Mrd Dollar. M präsentierte zuletzt ausgezeichnete Quartalszahlen. Das Ergebnis wird dabei durch die neuen Produkte, das Betriebssystem V und O getragen. (Für einige Sekunden werden die Logos von V und O eingeblendet). Auch die geplante Übernahme von Y soll jährlich Vorteile von mindestens 1 Mrd Dollar bringen. Die Aktien von M sind trotz dieser Rahmenbedingungen sehr günstig bewertet. In Bezug auf Kurs-Gewinn-Verhältnis so günstig, wie seit dem Börsegang 1986 nicht mehr.' 'M, ein Konzern, der als Paradebeispiel für den Erfolg eines Unternehmens in der neueren Wirtschaftsgeschichte steht. (Für einige Sekunden wird im Hintergrund das Logo von M eingeblendet). Nach der Gründung 1975 begann bereits 1980 der steile Aufstieg, als damals römisch eins dem jungen Unternehmen den Auftrag gab, ein Betriebssystem zu entwickeln. Mit dem späteren W-System wurde M dann weltweit zum dominanten Softwareunternehmen. Die heutigen Eckdaten des Unternehmenskonzerns lauten 80.000 Beschäftigte, Umsatz bei rund 37 Mrd Dollar und ein Nettogewinn von 4,7 Mrd Dollar. M präsentierte zuletzt ausgezeichnete Quartalszahlen. Das Ergebnis wird dabei durch die neuen Produkte, das Betriebssystem römisch fünf und O getragen. (Für einige Sekunden werden die Logos von römisch fünf und O eingeblendet). Auch die geplante Übernahme von Y soll jährlich Vorteile von mindestens 1 Mrd Dollar bringen. Die Aktien von M sind trotz dieser Rahmenbedingungen sehr günstig bewertet. In Bezug auf Kurs-Gewinn-Verhältnis so günstig, wie seit dem Börsegang 1986 nicht mehr.'

Im Abspann der Sendung erfolgt der Hinweis 'Schauplatz Börse wurde ihnen präsentiert von den Vorarlberger Rbanken'. Abermals wird das Rlogo samt Werbeslogan 'R' eingeblendet.

Die Sendung 'Schauplatz Börse' wird in dieser Form auch am 23.02.2008 (Dauer 01:10 Minuten), am 01.03.2008 (Dauer 01:08 Minuten) und am 08.03.2008 (Dauer 01:06 Minuten) mit folgenden Moderationstexten ausgestrahlt:

... Schauplatz Börse am 23.02.2008

'Investoren sehen in Rohstoffen immer häufiger eine profitable Anlagemöglichkeit. Wegen ihres geringen Gleichlaufs mit Aktien und Anleihen werden sie gerne zur Risikostreuung eingesetzt. Ein gutes Beispiel ist der Weizenpreis. Dieser hat sich seit Anfang 2006 praktisch verdreifacht. Trotzdem ist Weizen nicht teuer. Berücksichtigt man nämlich die Entwicklung der US-Konsumentenpreise, dann kostet Weizen real in etwa genauso viel wie 1981. Das Verhältnis aus Angebot, Nachfrage und Lagerbeständen ist bei Weizen aber insgesamt extrem. Viele Agraranalysten halten es daher für wahrscheinlich, dass wir einen weiteren Preisanstieg um 50 % bis 2009 sehen werden. Doch wie können sich

private Investoren am leichtesten Zugang zu den Chancen der Rohstoffmärkte schaffen? Hier bietet sich der große Markt für Index-Zertifikate an, eine liquide und kostengünstige Chance, ihr Portfolio weiter zu diversifizieren und von Rohstofftrends zu profitieren.'

... Schauplatz Börse am 01.03.2008

'In diesem Jahr wird das globale Wirtschaftswachstum wohl zum ersten Mal seit 2003 unter die Marke von vier Prozent fallen. Auch in den sogenannten BRIC-Ländern, also Brasilien, Russland, Indien und China wird das Tempo nachlassen. In erster Linie wird die Exportquote der BRIC-Länder zurückgehen. Nur Russland, das hauptsächlich Rohstoffe exportiert, bildet eine Ausnahme. Eine weitere Herausforderung für diese Länder stellt die Inflationsrate dar. So liegt die Teuerung in Russland beispielsweise bei fast 13 Prozent. Dennoch werden die vier Staaten insgesamt über 50 Prozent des weltweiten Wachstums stellen. Die BRIC-Länder waren und sind für Investoren hoch interessant. Auch wenn das Wachstum insgesamt in diesem Jahr nicht spektakulär ausfallen sollten. Für Anleger, die in die BRICs investieren möchten, bieten sich hauptsächlich Zertifikate an, die je nach Risikoneigung mit und ohne Absicherungsfunktion ausgestattet sind.'

... Schauplatz Börse am 08.03.2008

'Die Börse in Tokio gehört in den vergangenen Jahren zu den absoluten 'Minus-Performern'. Kein anderer wichtiger Markt hat so stark verloren. Seit dem Platzen der Japanblase vor fast 20 Jahren hat sich die einstige Vorzeigevolkswirtschaft nicht mehr erholt. Der Nikkei-Index, der in der Hochzeit des japanischen Wirtschaftswunders jenseits der 40.000 Punkte notierte, steht derzeit bei knapp 13.000 Punkten. Fast zwei Drittel der in Tokio gelisteten Aktien notieren bereits unter dem Buchwert. Bei mehr als einem Viertel der Beteiligungspapiere liegt das Kursgewinnverhältnis unter 10. Damit ist der japanische Aktienmarkt also extrem billig. Solch niedrige Bewertungen deuten nicht notwendigerweise auf sichere Kursgewinne hin, aber generell bin ich der Ansicht, dass sich der japanische Markt heuer überdurchschnittlich gut schlagen sollte.'

Beim Moderator der Sendung handelt es sich um einen bei einem Unternehmen der Gruppe der Vorarlberger Rbanken beschäftigten Investment-Experten (unbestritten). Auf der Website dieser Gruppe findet sich an prominenter Stelle der Startseite ein Link mit dem Titel 'Schauplatz Börse'. Dieser Link führt zu einem Webangebot, das unter 'Thema des Monats' Kapitalmarktderivate etwa der konzernverbundenen R Cbank bewirbt, die annähernd zeitgleich in der Sendung 'Schauplatz Börse' angepriesen werden. Im März 2008 waren dies 'Soft Commodities', also Rohstoff-Zertifikate ... Zur Geschäftstätigkeit der genossenschaftlich organisierten Gruppe der Vorarlberger Rbanken gehört die Vermögensverwaltung für Kunden, der Handel mit und die Verwahrung und Verwaltung von Kapitalmarktprodukten, wie sie in den dargestellten Sendungen genannt werden ...".

Rechtlich folgte die belangte Behörde, dass der ORF mit der Ausstrahlung der beanstandeten Sendungen gegen das Verbot der Schleichwerbung nach § 14 Abs 2 ORF-G verstoßen habe. Rechtlich folgte die belangte Behörde, dass der ORF mit der Ausstrahlung der beanstandeten Sendungen gegen das Verbot der Schleichwerbung nach Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G verstoßen habe.

Der Werbezweck der beanstandeten Sendungen ergebe sich aus der Art und dem Inhalt der Präsentation. In allen vier Sendungen sei es letztlich um Tipps für (potentielle) Anleger/Käufer von Wertpapieren und anderen Kapitalmarktprodukten gegangen. Diese hätten sich keineswegs auf die bloße Wiedergabe von Fakten und Fachwissen des - moderierenden - Experten beschränkt. Sie hätten vielmehr auch zahlreiche qualitativ-wertende Aussagen, die besondere Eigenschaften der genannten Produkte hervorgehoben hätten, enthalten. In der Sendung vom 16. Februar 2008 sei etwa über die Aktien von M berichtet worden. Der Moderator habe M als ein "Paradebeispiel für den Erfolg eines Unternehmens in der neueren Wirtschaftsgeschichte" genannt und auf die "ausgezeichneten Quartalszahlen" hingewiesen. Umsatz- und Gewinnzahlen sowie die für das Ergebnis verantwortlichen neuen Produkte seien genannt worden (V und O). Abschließend seien die aus der Übernahme eines weiteren Unternehmens (Y) zu erwartenden Vorteile (1 Mrd Dollar) ebenso erwähnt worden wie die günstige Bewertung von M-Aktien ("so günstig, wie seit dem Börsengang 1986 nicht mehr"). Die Sendung vom 23. Februar 2008 sei im Kern - nach Ausführungen zur Entwicklung des Weizenpreises - darauf hinausgelaufen, Index-Zertifikate für Rohstoffe als nach Meinung von "Investoren und Agraranalysten profitable Anlagemöglichkeit" anzupreisen. In der Sendung vom 1. März 2008 seien nach einer allgemeinen Einleitung über die (Welt-)Wirtschaftsentwicklung Investitionen in den sogenannten BRIC-Staaten als für "Investoren hoch interessant" bezeichnet worden. Anlegern, die in BRICs investieren wollen, seien

Zertifikate "je nach Risikoneigung mit und ohne Absicherungsfunktion" empfohlen worden. In der Sendung vom 8. März 2008 habe der Moderator nach einer Einleitung über die Kapitalmarktentwicklung in Japan darauf hingewiesen, dass wegen der niedrigen Kurswerte und des guten Kurs-Gewinn-Verhältnisses der "japanische Aktienmarkt extrem billig" sei, und er der Ansicht sei, dass "sich der japanische Markt heuer überdurchschnittlich gut schlagen sollte". Der Werbebezug der beanstandeten Sendungen ergebe sich aus der Art und dem Inhalt der Präsentation. In allen vier Sendungen sei es letztlich um Tipps für (potentielle) Anleger/Käufer von Wertpapieren und anderen Kapitalmarktprodukten gegangen. Diese hätten sich keineswegs auf die bloße Wiedergabe von Fakten und Fachwissen des - moderierenden - Experten beschränkt. Sie hätten vielmehr auch zahlreiche qualitativ-wertende Aussagen, die besondere Eigenschaften der genannten Produkte hervorgehoben hätten, enthalten. In der Sendung vom 16. Februar 2008 sei etwa über die Aktien von M berichtet worden. Der Moderator habe M als ein "Paradebeispiel für den Erfolg eines Unternehmens in der neueren Wirtschaftsgeschichte" genannt und auf die "ausgezeichneten Quartalszahlen" hingewiesen. Umsatz- und Gewinnzahlen sowie die für das Ergebnis verantwortlichen neuen Produkte seien genannt worden (römisch fünf und O). Abschließend seien die aus der Übernahme eines weiteren Unternehmens (Y) zu erwartenden Vorteile (1 Mrd Dollar) ebenso erwähnt worden wie die günstige Bewertung von M-Aktien ("so günstig, wie seit dem Börsengang 1986 nicht mehr"). Die Sendung vom 23. Februar 2008 sei im Kern - nach Ausführungen zur Entwicklung des Weizenpreises - darauf hinausgelaufen, Index-Zertifikate für Rohstoffe als nach Meinung von "Investoren und Agraranalysten profitable Anlagemöglichkeit" anzupreisen. In der Sendung vom 1. März 2008 seien nach einer allgemeinen Einleitung über die (Welt-)Wirtschaftsentwicklung Investitionen in den sogenannten BRIC-Staaten als für "Investoren hoch interessant" bezeichnet worden. Anlegern, die in BRICs investieren wollen, seien Zertifikate "je nach Risikoneigung mit und ohne Absicherungsfunktion" empfohlen worden. In der Sendung vom 8. März 2008 habe der Moderator nach einer Einleitung über die Kapitalmarktentwicklung in Japan darauf hingewiesen, dass wegen der niedrigen Kurswerte und des guten Kurs-Gewinn-Verhältnisses der "japanische Aktienmarkt extrem billig" sei, und er der Ansicht sei, dass "sich der japanische Markt heuer überdurchschnittlich gut schlagen sollte".

Diese Aussagen seien objektiv geeignet gewesen, bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb von Kapitalmarktprodukten zu gewinnen, und zwar in concreto von M-Aktien, von Index-Zertifikaten für Rohstoffe, von Zertifikaten bezogen auf Indizes der BRIC-Länder sowie von Aktien der Tokioter-Börse im Allgemeinen. Daraus sei auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen.

Der "Werbebezug zu Gunsten der einzigen Auftraggeberin der Patronanzsendungen" (gemeint: die Absicht, einen Werbebezug zu erreichen) sei wegen der unstrittig geleisteten Finanzierungsbeiträge (§ 17 Abs 1 ORF-G) gemäß § 14 Abs 2 Satz 3 ORF-G zu vermuten. Dazu komme, dass der Handel mit und die Verwahrung/Verwaltung von Kapitalmarktprodukten zur Geschäftstätigkeit der Auftraggeberin gehöre. Diese Produkte könnten zwar auch bei anderen Finanzdienstleistern bezogen werden, sodass kein exklusiver Werbeeinfluss zugunsten der Vorarlberger R-Gruppe eingetreten sei. Wegen der unmittelbaren Abfolge von Werbebotschaft einerseits und Sponsorhinweis andererseits sei der werbliche Effekt aber jedenfalls auch zugunsten der Sponsorin eingetreten, sodass das Tatbestandsmerkmal der Absatzförderungsabsicht erfüllt sei. Dass der moderierende Experte bei einem Unternehmen der patronisierenden Bankengruppe (R Vorarlberg) beschäftigt sei, bestärke diese Annahme noch. Wie weit dieser Umstand eine Einflussnahme der Auftraggeberin auf Sendungsinhalte und/oder Themen im Sinne des § 17 Abs 2 Z 1 und Abs 7 ORF-G bedingt habe, sei hier nicht zu erörtern. Letztlich ergebe sich die Absatzförderungsabsicht aber auch klar aus der Verknüpfung von konkreten Kapitalmarkt-Angeboten mit dem Titel "Schauplatz Börse" auf der Website der Vorarlberger Rbanken. Der "Werbebezug zu Gunsten der einzigen Auftraggeberin der Patronanzsendungen" (gemeint: die Absicht, einen Werbebezug zu erreichen) sei wegen der unstrittig geleisteten Finanzierungsbeiträge (Paragraph 17, Absatz eins, ORF-G) gemäß Paragraph 14, Absatz 2, Satz 3 ORF-G zu vermuten. Dazu komme, dass der Handel mit und die Verwahrung/Verwaltung von Kapitalmarktprodukten zur Geschäftstätigkeit der Auftraggeberin gehöre. Diese Produkte könnten zwar auch bei anderen Finanzdienstleistern bezogen werden, sodass kein exklusiver Werbeeinfluss zugunsten der Vorarlberger R-Gruppe eingetreten sei. Wegen der unmittelbaren Abfolge von Werbebotschaft einerseits und Sponsorhinweis andererseits sei der werbliche Effekt aber jedenfalls auch zugunsten der Sponsorin eingetreten, sodass das Tatbestandsmerkmal der Absatzförderungsabsicht erfüllt sei. Dass der moderierende Experte bei einem Unternehmen der patronisierenden Bankengruppe (R Vorarlberg) beschäftigt sei, bestärke diese Annahme noch. Wie weit dieser Umstand eine Einflussnahme der Auftraggeberin auf Sendungsinhalte und/oder Themen im

Sinne des Paragraph 17, Absatz 2, Ziffer eins und Absatz 7, ORF-G bedingt habe, sei hier nicht zu erörtern. Letztlich ergebe sich die Absatzförderungsabsicht aber auch klar aus der Verknüpfung von konkreten Kapitalmarkt-Angeboten mit dem Titel "Schauplatz Börse" auf der Website der Vorarlberger Rbanken.

Aufmerksame Zuseher seien zwar allenfalls in der Lage, auch aus jeder anderen Sendung, deren Konzept mit jenem von "Schauplatz Börse" vergleichbar sei, für (potentielle) Anleger vorteilhafte Informationen herauszufiltern. Von bloßen Informationssendungen dieser Art unterschieden sich die vier ausgewerteten Sendungen von "Schauplatz Börse" dadurch, dass sie die Zuseher, wie sich nicht auf den ersten Blick, sondern erst im Ergebnis herausstelle, zielgerichtet auf bestimmte Produkte hingeführt hätten.

Dies führe zum zweiten Tatbestandselement der Irreführungseignung. Bei der Beantwortung der Frage, ob diese gegeben sei, bilde der durchschnittlich informierte und aufmerksame Zuschauer den Maßstab. Die Berichterstattung über die Entwicklung bestimmter Märkte, die wirtschaftliche Situation einzelner Unternehmen, die Beschaffenheit bestimmter Produkte und - allgemein - über attraktive Anlageformen gehöre zu den typischen Inhalten von Börse- oder Wirtschaftsmagazinen. Informationen dieser Art würden daher von Rezipienten dieser Sendungen geradezu erwartet. Diese Erwartungshaltungen eines durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zusehers seien jedoch beim Format einer solchen Informationssendung, die im vorliegenden Fall zeitlich im Umfeld regionaler Nachrichten ("Vorarlberg Heute") angesiedelt und überdies mit einem ähnlichen Setting wie die Börseninformationen der "Zeit im Bild" um 13.00 Uhr versehen seien (Laufband mit Kursänderungen, Studio ...), auf eine objektive Darstellung von Börse- und Wirtschaftsgeschehen gerichtet. Nicht erwartet werde eine Vermengung von redaktionellen Inhalten, also Sachinformationen etwa über die Entwicklung der Getreidepreise, mit mehr oder minder verhaltenen Kaufempfehlungen für bestimmte Kapitalmarktprodukte. Der Erwartungshaltung der Zuschauer werde durch eine so geartete Sendungsgestaltung zwar teilweise entsprochen, gleichzeitig werde aber der eigentliche Werbezweck der Sendung auch verschleiert. Der Werbezweck sei damit bei "Schauplatz Börse" keinesfalls offensichtlich gewesen, die Erwartungshaltung des Zusehers über den Inhalt der Sendung werde getäuscht.

Gegen diesen Bescheid wendet sich die vorliegende Beschwerde mit dem Antrag, ihn wegen Rechtswidrigkeit seines Inhaltes aufzuheben.

Die belangte Behörde legte die Verwaltungsakten unter Verzicht auf eine Gegenschrift vor; die mitbeteiligte Partei erstattete eine Stellungnahme und beantragte, die Beschwerde kostenpflichtig abzuweisen.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

1. Die Beschwerde bestreitet (zusammengefasst), dass durch die gegenständlichen Sendungen gegen das Verbot der Schleichwerbung verstoßen worden sei.

Die belangte Behörde gehe davon aus, dass die Sendung Schleichwerbung zugunsten der Sendungssponsorin gewesen sei. Die Sponsorin werde in der Sendung aber überhaupt nicht genannt, ihre Dienstleistungen würden in der Sendung weder erwähnt noch dargestellt. Letztlich reduziere sich der von der belangten Behörde angenommene Werbeeffect darauf, dass der Zuschauer möglicherweise von den Sendungsinhalten auf die Dienstleistungen der Sendungssponsorin rückschließe (in dem Sinn, dass man die Kapitalmarktprodukte wohl auch bei ihr beziehen könne). Das gehe nach Ansicht der beschwerdeführenden Partei über den Regelungsbereich des § 14 Abs 2 ORF-G hinaus, weil hiermit das Verbot des Sponsoring von Sendungen, deren Inhalte sich auf den Tätigkeitsbereich des Sendungssponsors beziehen bzw mit diesem in einem gewissen Zusammenhang stehen, verbunden wäre. Das sei mit § 17 ORF-G unvereinbar. Wenn das Sponsoring zulässigerweise den Zweck verfolge, das Image des Sendungssponsors zu heben, sei hiermit wohl zwangsläufig verbunden, dass der Sponsor eine Sendung wähle, deren Seherkreis an diesem Image auch Interesse zeige. Nach Auffassung der beschwerdeführenden Partei könne daher Schleichwerbung nur zu Gunsten derjenigen Unternehmen stattfinden, deren Firmen, Marken, Dienstleistungen usw in der Sendung auch tatsächlich Erwähnung fänden. Das sei aber im konkreten Sachverhalt nicht gegeben gewesen. Die belangte Behörde gehe davon aus, dass die Sendung Schleichwerbung zugunsten der Sendungssponsorin gewesen sei. Die Sponsorin werde in der Sendung aber überhaupt nicht genannt, ihre Dienstleistungen würden in der Sendung weder erwähnt noch dargestellt. Letztlich reduziere sich der von der belangten Behörde angenommene Werbeeffect darauf, dass der Zuschauer möglicherweise von den Sendungsinhalten auf die Dienstleistungen der Sendungssponsorin rückschließe (in dem Sinn, dass man die Kapitalmarktprodukte wohl auch bei ihr beziehen könne). Das gehe nach Ansicht der beschwerdeführenden Partei über den Regelungsbereich des Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G hinaus, weil

hiermit das Verbot des Sponsoring von Sendungen, deren Inhalte sich auf den Tätigkeitsbereich des Sendungssponsors beziehen bzw mit diesem in einem gewissen Zusammenhang stehen, verbunden wäre. Das sei mit Paragraph 17, ORF-G unvereinbar. Wenn das Sponsoring zulässigerweise den Zweck verfolge, das Image des Sendungssponsors zu heben, sei hiermit wohl zwangsläufig verbunden, dass der Sponsor eine Sendung wähle, deren Seherkreis an diesem Image auch Interesse zeige. Nach Auffassung der beschwerdeführenden Partei könne daher Schleichwerbung nur zu Gunsten derjenigen Unternehmen stattfinden, deren Firmen, Marken, Dienstleistungen usw in der Sendung auch tatsächlich Erwähnung fänden. Das sei aber im konkreten Sachverhalt nicht gegeben gewesen.

Im Übrigen seien die gegenständlichen Sendungen nicht werblich gestaltet gewesen, sondern hätten "schlicht und einfach moderner, redaktioneller Sendungsgestaltung" entsprochen. Auch reichten die mittelbaren und auf eine ganze Branche bezogenen Effekte nicht aus, um Schleichwerbung zugunsten der Sendungssponsorin anzunehmen. Schließlich fehle im gegenständlichen Fall auch die Werbeabsicht. Die Auffassung der belangten Behörde, der Werbezweck sei wegen der unstrittig geleisteten Finanzierungsbeiträge zu vermuten, sei verfehlt, weil ein Finanzierungsbeitrag im Sinn des § 17 ORF-G nicht als Entgelt im Sinn des § 14 Abs 2 ORF-G (das heißt als ein solches mit Bezug zu Sendungsinhalten) qualifiziert werden könne. Nach den Feststellungen der belangten Behörde gebe es keinen Hinweis dafür, dass der Finanzierungsbeitrag auch oder in Wahrheit überwiegend dafür geleistet worden sei, dass in der Sendung bestimmte Aussagen getätigt werden. Schon deshalb wäre bei richtiger Würdigung davon auszugehen gewesen, dass für die Sendungsinhalte kein Entgelt geleistet worden sei. Daran fehle es jedenfalls auch dann, wenn die Sendungsinhalte unter Beachtung mehrerer Sendungen letztlich breitgestreut auf vielfältige Bereiche eines Themas (hier des Kapitalmarkts) bezogen seien und von einem exklusiven oder deutlich überwiegenden Werbezweck zugunsten des Sponsors nicht gesprochen werden könne.

Im Übrigen seien die gegenständlichen Sendungen nicht werblich gestaltet gewesen, sondern hätten "schlicht und einfach moderner, redaktioneller Sendungsgestaltung" entsprochen. Auch reichten die mittelbaren und auf eine ganze Branche bezogenen Effekte nicht aus, um Schleichwerbung zugunsten der Sendungssponsorin anzunehmen. Schließlich fehle im gegenständlichen Fall auch die Werbeabsicht. Die Auffassung der belangten Behörde, der Werbezweck sei wegen der unstrittig geleisteten Finanzierungsbeiträge zu vermuten, sei verfehlt, weil ein Finanzierungsbeitrag im Sinn des Paragraph 17, ORF-G nicht als Entgelt im Sinn des Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G (das heißt als ein solches mit Bezug zu Sendungsinhalten) qualifiziert werden könne. Nach den Feststellungen der belangten Behörde gebe es keinen Hinweis dafür, dass der Finanzierungsbeitrag auch oder in Wahrheit überwiegend dafür geleistet worden sei, dass in der Sendung bestimmte Aussagen getätigt werden. Schon deshalb wäre bei richtiger Würdigung davon auszugehen gewesen, dass für die Sendungsinhalte kein Entgelt geleistet worden sei. Daran fehle es jedenfalls auch dann, wenn die Sendungsinhalte unter Beachtung mehrerer Sendungen letztlich breitgestreut auf vielfältige Bereiche eines Themas (hier des Kapitalmarkts) bezogen seien und von einem exklusiven oder deutlich überwiegenden Werbezweck zugunsten des Sponsors nicht gesprochen werden könne.

2. Mit diesem Vorbringen zeigt die Beschwerde eine inhaltliche Rechtswidrigkeit des angefochtenen Bescheids auf.

Ob die beschwerdeführende Partei gegen die Bestimmungen des ORF-G verstoßen hat, richtet sich nach der Rechtslage, die im Zeitpunkt der Ausstrahlung der genannten Fernsehsendungen in Geltung war (vgl dazu etwa das hg Erkenntnis vom 8. September 2011, ZI 2011/03/0028, mwN). Ob die beschwerdeführende Partei gegen die Bestimmungen des ORF-G verstoßen hat, richtet sich nach der Rechtslage, die im Zeitpunkt der Ausstrahlung der genannten Fernsehsendungen in Geltung war vergleiche , dazu etwa das hg Erkenntnis vom 8. September 2011, ZI 2011/03/0028, mwN).

Die im Beschwerdefall somit maßgeblichen Bestimmungen des ORF-G, BGBl Nr 379/1984 idF BGBl I Nr 83/2011, lauten: Die im Beschwerdefall somit maßgeblichen Bestimmungen des ORF-G, Bundesgesetzblatt Nr 379 aus 1984, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr 83 aus 2011,, lauten:

"§ 13. (1) Der Österreichische Rundfunk kann im Rahmen seiner Hörfunk- und Fernsehprogramme Sendezeiten gegen Bezahlung für kommerzielle Werbung vergeben. Kommerzielle Werbung ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern.

...

§ 14. (1) ...Paragraph 14, (1) ...

1. (2) Absatz 2, Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Österreichischen Rundfunk absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

...

1. (4) Absatz 4, Ein Werbetreibender und Auftraggeber einer Patronanzsendung darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt ausüben.

...

§ 17. (1) Eine Patronanzsendung im Fernsehen liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern. Paragraph 17, (1) Eine Patronanzsendung im Fernsehen liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.

1. (2) Absatz 2, Patronanzsendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Inhalt und Programmplatz einer Patronanzsendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Österreichischen Rundfunks in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.
2. Sie sind als Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Anfang oder am Ende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage). Hinweise auf den Auftraggeber während der Sendung sind unzulässig.
3. Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen, anregen.

...

1. (7) Absatz 7, Die Gestaltung von Sendungen und Sendungsteilen nach thematischen Vorgaben Dritter gegen Entgelt ist unzulässig."

3. (Unzulässige) Schleichwerbung nach § 14 Abs 2 ORF-G ist dadurch umschrieben, dass in Programmen des ORF Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Werbeabsicht dargestellt oder erwähnt werden, und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Werbezwecks dieser Erwähnungen oder Darstellungen irreführt werden kann. 3. (Unzulässige) Schleichwerbung nach Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G ist dadurch umschrieben, dass in Programmen des ORF Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Werbeabsicht dargestellt oder erwähnt werden, und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Werbezwecks dieser Erwähnungen oder Darstellungen irreführt werden kann.

Im gegenständlichen Fall ging die belangte Behörde davon aus, dass mit den in Beschwerde gezogenen Sendungen Schleichwerbung zugunsten der Sendungssponsorin (Auftraggeberin) gemacht wurde. Unstrittig ist aber, dass deren Dienstleistungen (welche nach den Feststellungen der belangten Behörde die Vermögensverwaltung für Kunden und den Handel mit sowie die Verwahrung und Verwaltung von Kapitalmarktprodukten, wie sie in den Sendungen genannt wurden, umfassen) in den Sendungen weder dargestellt noch erwähnt wurden.

Schon deshalb sind die Tatbestandsvoraussetzungen der von der belangten Behörde herangezogenen Norm nicht erfüllt.

Die belangte Behörde argumentiert, dass die unmittelbare Abfolge von Werbebotschaft einerseits und Sponsorhinweis andererseits einen Werbeeffect auch zugunsten der Sponsorin habe. Dem ist entgegenzuhalten, dass die Kennzeichnung des Auftraggebers der Patronanzsendung immer (auch) der Förderung dieses Auftraggebers dient, was sich schon aus dem in § 17 Abs 1 ORF-G angeführten Zweck einer Patronanzsendung ergibt. Dem Gesetz kann auch nicht entnommen werden, dass ein Sponsoring von Sendungen aus dem Geschäftsbereich des Sponsors unzulässig wäre. Demnach lässt sich aus der bloßen Abfolge von (in § 17 Abs 2 Z 2 ORF-G vorgeschriebenen) Sponsorhinweisen in der An- und Absage einerseits und der - sei es auch zum Teil werblich wirkenden - Bewertung von Kapitalmarktprodukten in den Sendungen andererseits, ohne weitere Erwähnung oder Darstellung der damit zusammenhängenden Tätigkeiten der Auftraggeberin, eine unzulässige Schleichwerbung zugunsten der Auftraggeberin nicht begründen. Die belangte Behörde argumentiert, dass die unmittelbare Abfolge von Werbebotschaft einerseits und Sponsorhinweis andererseits einen Werbeeffect auch zugunsten der Sponsorin habe. Dem ist entgegenzuhalten, dass die Kennzeichnung des Auftraggebers der Patronanzsendung immer (auch) der Förderung dieses Auftraggebers dient, was sich schon aus dem in Paragraph 17, Absatz eins, ORF-G angeführten Zweck einer Patronanzsendung ergibt. Dem Gesetz kann auch nicht entnommen werden, dass ein Sponsoring von Sendungen aus dem Geschäftsbereich des Sponsors unzulässig wäre. Demnach lässt sich aus der bloßen Abfolge von (in Paragraph 17, Absatz 2, Ziffer 2, ORF-G vorgeschriebenen) Sponsorhinweisen in der An- und Absage einerseits und der - sei es auch zum Teil werblich wirkenden - Bewertung von Kapitalmarktprodukten in den Sendungen andererseits, ohne weitere Erwähnung oder Darstellung der damit zusammenhängenden Tätigkeiten der Auftraggeberin, eine unzulässige Schleichwerbung zugunsten der Auftraggeberin nicht begründen.

Dass der moderierende Experte, wie die belangte Behörde ergänzend ausführt, bei einem Unternehmen der patronisierenden Bankengruppe beschäftigt ist, deckt die Annahme der Schleichwerbung zugunsten der Auftraggeberin fallbezogen nicht. Wäre dieser Umstand in der Sendung ersichtlich geworden (etwa dadurch, dass der Experte als Mitarbeiter der Auftraggeberin bezeichnet worden oder aber dem durchschnittlichen Zuseher als ein solcher bekannt gewesen wäre), ließe sich überlegen, ob durch seine Beratung eine (über den Werbezweck irreführende) Darstellung von Dienstleistungen der Auftraggeberin stattgefunden hat. Für diese Sichtweise bieten die Feststellungen der belangten Behörde aber keine Deckung. Daraus lässt sich nicht entnehmen, dass für einen Zuseher der Bezug des in den Sendungen auftretenden Investment-Experten zur Auftraggeberin erkennbar gewesen wäre, weshalb sein Auftritt nicht geeignet ist, daraus eine Darstellung und Erwähnung von Leistungen der Auftraggeberin abzuleiten.

Nichts Anderes gilt für den weiteren, von der belangten Behörde angesprochenen Umstand der Verknüpfung von "konkreten Kapitalmarkt-Angeboten mit dem Titel 'Schauplatz Börse' auf der Website der Vorarlberger Rbanken". Wäre diese "Verknüpfung" etwa durch einen Hinweis auf die entsprechende Internet-Website im Programm ersichtlich gewesen, könnte eine unzulässige (Schleich-)Werbung zugunsten der Auftraggeberin in Betracht kommen; in Ermangelung eines derartigen Hinweises in den beanstandeten Sendungen ist ein Konnex zu den Dienstleistungen der Auftraggeberin aber nicht herzustellen.

Ausgehend davon lässt sich die behördliche Qualifikation der Sendungen als unzulässige Schleichwerbung anhand des festgestellten Sachverhalts nicht aufrecht erhalten und es braucht auf weitere von der Beschwerde angesprochene Rechtsfragen in diesem Zusammenhang (insbesondere die Anwendbarkeit der Rechtsvermutung des § 14 Abs 2 letzter Satz ORF-G unter bloßer Bezugnahme auf den unbestritten bezahlten Finanzierungsbeitrag gemäß § 17 Abs 1 ORF-G) nicht näher eingegangen zu werden. Ausgehend davon lässt sich die behördliche Qualifikation der Sendungen als unzulässige Schleichwerbung anhand des festgestellten Sachverhalts nicht aufrecht erhalten und es braucht auf weitere von der Beschwerde angesprochene Rechtsfragen in diesem Zusammenhang (insbesondere die Anwendbarkeit der Rechtsvermutung des Paragraph 14, Absatz 2, letzter Satz ORF-G unter bloßer Bezugnahme auf den unbestritten bezahlten Finanzierungsbeitrag gemäß Paragraph 17, Absatz eins, ORF-G) nicht näher eingegangen zu werden.

Nach den getroffenen Feststellungen wären vielmehr Überlegungen dahingehend indiziert gewesen, ob die Sendungssponsorin im gegenständlichen Fall auf den Gegenstand und Inhalt der Sendungen in unzulässiger Weise (§§ 14 Abs 4, 17 Abs 2 Z 1 und Abs 7 ORF-G) Einfluss genommen haben könnte. Derartiges ließ die belangte Behörde nach der Bescheidbegründung aber ausdrücklich unerörtert. Nach den getroffenen Feststellungen wären vielmehr Überlegungen dahingehend indiziert gewesen, ob die Sendungssponsorin im gegenständlichen Fall auf den

Gegenstand und Inhalt der Sendungen in unzulässiger Weise (Paragraphen 14, Absatz 4, 17, Absatz 2, Ziffer eins und Absatz 7, ORF-G) Einfluss genommen haben könnte. Derartiges ließ die belangte Behörde nach der Bescheidbegründung aber ausdrücklich unerörtert.

Der angefochtene Bescheid war daher gemäß § 42 Abs 2 Z 1 VwGG wegen Rechtswidrigkeit des Inhaltes aufzuheben. Der angefochtene Bescheid war daher gemäß Paragraph 42, Absatz 2, Ziffer eins, VwGG wegen Rechtswidrigkeit des Inhaltes aufzuheben.

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

Wien, am 21. Oktober 2011

Schlagworte

Anzuwendendes Recht Maßgebende Rechtslage VwRallg2

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2011:2011030048.X00

Im RIS seit

11.01.2012

Zuletzt aktualisiert am

09.01.2015

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

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at