

TE Bvwg Erkenntnis 2019/5/7 W120 2179674-1

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 07.05.2019

Entscheidungsdatum

07.05.2019

Norm

B-VG Art. 133 Abs4

EMRK Art. 10

KOG §36

ORF-G §1a Z7

ORF-G §10 Abs4

ORF-G §10 Abs5

ORF-G §10 Abs6

ORF-G §13 Abs1

ORF-G §35

ORF-G §36 Abs1 Z1 litb

ORF-G §37 Abs1

ORF-G §37 Abs4

ORF-G §38 Abs1 Z2

ORF-G §4 Abs5

VwGVG §24 Abs1

VwGVG §28 Abs1

VwGVG §28 Abs2

1. B-VG Art. 133 heute
 2. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2019 bis 24.05.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
 3. B-VG Art. 133 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 22/2018
 4. B-VG Art. 133 gültig von 25.05.2018 bis 31.12.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 22/2018
 5. B-VG Art. 133 gültig von 01.08.2014 bis 24.05.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 164/2013
 6. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2014 bis 31.07.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 51/2012
 7. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2004 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 100/2003
 8. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.1975 bis 31.12.2003 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 444/1974
 9. B-VG Art. 133 gültig von 25.12.1946 bis 31.12.1974 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 211/1946
 10. B-VG Art. 133 gültig von 19.12.1945 bis 24.12.1946 zuletzt geändert durch StGBI. Nr. 4/1945
 11. B-VG Art. 133 gültig von 03.01.1930 bis 30.06.1934
1. EMRK Art. 10 heute

2. EMRK Art. 10 gültig ab 01.11.1998 zuletzt geändert durch BGBl. III Nr. 30/1998

3. EMRK Art. 10 gültig von 03.09.1958 bis 31.10.1998

1. KOG § 36 heute

2. KOG § 36 gültig ab 01.01.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 84/2013

3. KOG § 36 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

1. ORF-G § 1a heute

2. ORF-G § 1a gültig ab 01.01.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023

3. ORF-G § 1a gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020

4. ORF-G § 1a gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

1. ORF-G § 10 heute

2. ORF-G § 10 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020

3. ORF-G § 10 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

4. ORF-G § 10 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

5. ORF-G § 10 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

1. ORF-G § 10 heute

2. ORF-G § 10 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020

3. ORF-G § 10 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

4. ORF-G § 10 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

5. ORF-G § 10 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

1. ORF-G § 10 heute

2. ORF-G § 10 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020

3. ORF-G § 10 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

4. ORF-G § 10 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

5. ORF-G § 10 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

1. ORF-G § 13 heute

2. ORF-G § 13 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020

3. ORF-G § 13 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

4. ORF-G § 13 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

5. ORF-G § 13 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

1. ORF-G § 35 heute

2. ORF-G § 35 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

3. ORF-G § 35 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

4. ORF-G § 35 gültig von 12.07.2000 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 49/2000

5. ORF-G § 35 gültig von 01.01.1999 bis 11.07.2000 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 1/1999

1. ORF-G § 36 heute

2. ORF-G § 36 gültig ab 24.04.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 20/2026

3. ORF-G § 36 gültig von 01.01.2024 bis 23.04.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023

4. ORF-G § 36 gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020

5. ORF-G § 36 gültig von 01.08.2014 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2014

6. ORF-G § 36 gültig von 01.10.2010 bis 31.07.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

7. ORF-G § 36 gültig von 01.08.2004 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004

8. ORF-G § 36 gültig von 01.01.2002 bis 31.07.2004 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

9. ORF-G § 36 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 32/2001

10. ORF-G § 36 gültig von 30.12.2000 bis 31.03.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 142/2000

11. ORF-G § 36 gültig von 01.01.1999 bis 29.12.2000 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 1/1999

1. ORF-G § 37 heute

2. ORF-G § 37 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010

3. ORF-G § 37 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001

1. ORF-G § 37 heute
 2. ORF-G § 37 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 3. ORF-G § 37 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
1. ORF-G § 38 heute
 2. ORF-G § 38 gültig ab 01.01.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
 3. ORF-G § 38 gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 4. ORF-G § 38 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 5. ORF-G § 38 gültig von 01.08.2007 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2007
 6. ORF-G § 38 gültig von 01.01.2002 bis 31.07.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
1. ORF-G § 4 heute
 2. ORF-G § 4 gültig ab 01.01.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
 3. ORF-G § 4 gültig von 09.09.2023 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
 4. ORF-G § 4 gültig von 24.12.2020 bis 08.09.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
 5. ORF-G § 4 gültig von 01.10.2010 bis 23.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
 6. ORF-G § 4 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
 7. ORF-G § 4 gültig von 06.01.1999 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 1/1999
 8. ORF-G § 4 gültig von 29.09.1984 bis 05.01.1999
1. VwGVG § 24 heute
 2. VwGVG § 24 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
 3. VwGVG § 24 gültig von 01.01.2017 bis 31.12.2018 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 24/2017
 4. VwGVG § 24 gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2016
1. VwGVG § 28 heute
 2. VwGVG § 28 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
 3. VwGVG § 28 gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2018
1. VwGVG § 28 heute
 2. VwGVG § 28 gültig ab 01.01.2019 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
 3. VwGVG § 28 gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2018

Spruch

W120 2179063-1/5E

W120 2179674-1/5E

IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Bundesverwaltungsgericht hat durch den Richter Dr. Christian Eisner als Vorsitzenden, die Richterin Dr. Margret Kronegger als Beisitzerin und den Richter Mag. Walter Tolar als Beisitzer über die Beschwerde 1. des Generaldirektors des ORF Dr. Alexander Wrabetz und

2. des Österreichischen Rundfunks gegen den Bescheid der KommAustria vom 24.10.2017, KOA 12.042/17-007, nach Durchführung einer öffentlich mündlichen Verhandlung zu Recht erkannt:

A)

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

B)

Die ordentliche Revision ist nicht zulässig.

Text

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

I. Verfahrensgang:römisch eins. Verfahrensgang:

1. Mit Bescheid vom 24.10.2017, KOA 12.042/17-007, sprach die belangte Behörde aufgrund einer Beschwerde gemäß §§ 35 und 36 Abs 1 Z 1 lit b iVm § 37 Abs 1 ORF-G Folgendes aus:1. Mit Bescheid vom 24.10.2017, KOA 12.042/17-007,

sprach die belangte Behörde aufgrund einer Beschwerde gemäß Paragraphen 35 und 36 Absatz eins, Ziffer eins, Litera b, in Verbindung mit Paragraph 37, Absatz eins, ORF-G Folgendes aus:

"1. Die KommAustria stellt aufgrund der Beschwerde gemäß §§ 35 und 36 Abs. 1 Z 1 lit. b iVm § 37 Abs. 1 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 115/2017, fest, dass der ORF die Bestimmung des § 13 Abs. 1 Satz 2 ORF-G idF BGBl. I Nr. 120/2016 dadurch verletzt hat, dass der am 04.04.2017 im Fernsehprogramm ,ORF XXXX ' von Minute XXXX bis XXXX im Rahmen der von ca. XXXX bis ca. XXXX Uhr ausgestrahlten Sendung , XXXX ' gesendete Beitrag , XXXX ' Schleichwerbung zugunsten des Unternehmens XXXX enthalten hat."1. Die KommAustria stellt aufgrund der Beschwerde gemäß Paragraphen 35 und 36 Absatz eins, Ziffer eins, Litera b, in Verbindung mit Paragraph 37, Absatz eins, ORF-Gesetz (ORF-G), Bundesgesetzblatt Nr. 379 aus 1984, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 115 aus 2017,, fest, dass der ORF die Bestimmung des Paragraph 13, Absatz eins, Satz 2 ORF-G in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 120 aus 2016, dadurch verletzt hat, dass der am 04.04.2017 im Fernsehprogramm ,ORF römisch 40 ' von Minute römisch 40 bis römisch 40 im Rahmen der von ca. römisch 40 bis ca. römisch 40 Uhr ausgestrahlten Sendung , römisch 40 ' gesendete Beitrag , römisch 40 ' Schleichwerbung zugunsten des Unternehmens römisch 40 enthalten hat.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde hinsichtlich des jeweils im Rahmen der Sendung , XXXX ' am 25.03.2017 ausgestrahlten Beitrages ,Weiter Widerstand', des am 01.04.2017 ausgestrahlten Beitrages ,Daheim unterwegs an der XXXX ' und des am 04.04.2017 ausgestrahlten Beitrages , XXXX ' gemäß §§ 35, 36 Abs. 1 Z 1 lit. b iVm § 4 Abs. 5 sowie § 10 Abs. 4, 5 und 6 ORF-G als unbegründet abgewiesen.2. Im Übrigen wird die Beschwerde hinsichtlich des jeweils im Rahmen der Sendung , römisch 40 ' am 25.03.2017 ausgestrahlten Beitrages ,Weiter Widerstand', des am 01.04.2017 ausgestrahlten Beitrages ,Daheim unterwegs an der römisch 40 ' und des am 04.04.2017 ausgestrahlten Beitrages , römisch 40 ' gemäß Paragraphen 35, 36, Absatz eins, Ziffer eins, Litera b, in Verbindung mit Paragraph 4, Absatz 5, sowie Paragraph 10, Absatz 4, 5 und 6 ORF-G als unbegründet abgewiesen.

3. Dem ORF wird gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Werktag (Montag bis Freitag) in seinem Fernsehprogramm ,ORF XXXX ' in der Sendung , XXXX ' in folgender Weise durch Verlesung zu veröffentlichen:3. Dem ORF wird gemäß Paragraph 37, Absatz 4, ORF-G aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft dieses Bescheides an einem Werktag (Montag bis Freitag) in seinem Fernsehprogramm ,ORF römisch 40 ' in der Sendung , römisch 40 ' in folgender Weise durch Verlesung zu veröffentlichen:

,Die Kommunikationsbehörde Austria hat aufgrund einer Beschwerde Folgendes festgestellt:

Der ORF hat am 4. April 2017 im Fernsehprogramm, ORF XXXX in der Sendung XXXX ' den Beitrag , XXXX ' ausgestrahlt, der verbotenerweise Schleichwerbung enthielt Dadurch hat der ORF gegen einschlägige gesetzliche Bestimmungen verstoßen."Der ORF hat am 4. April 2017 im Fernsehprogramm, ORF römisch 40 in der Sendung römisch 40 ' den Beitrag , römisch 40 ' ausgestrahlt, der verbotenerweise Schleichwerbung enthielt Dadurch hat der ORF gegen einschlägige gesetzliche Bestimmungen verstoßen."

4. Der KommAustria sind gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G binnen weiterer zwei Wochen Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung vorzulegen."4. Der KommAustria sind gemäß Paragraph 36, Absatz 4, ORF-G binnen weiterer zwei Wochen Aufzeichnungen dieser Veröffentlichung zum Nachweis der Erfüllung des Auftrages zur Veröffentlichung vorzulegen."

Ausgangspunkt des Verfahrens war eine Beschwerde vom 23.04.2017, gegen den ORF wegen

- "des Beitrages "Weiter Widerstand", welcher am 25.03.2017 im Rahmen der Sendung " XXXX " im Fernsehprogramm ORF XXXX ausgestrahlt wurde;• "des Beitrages "Weiter Widerstand", welcher am 25.03.2017 im Rahmen der Sendung " römisch 40 " im Fernsehprogramm ORF römisch 40 ausgestrahlt wurde;

- des Beitrages "Daheim unterwegs an der XXXX ", welcher am 01.04.2017 im Rahmen der Sendung " XXXX " im Fernsehprogramm ORF• des Beitrages "Daheim unterwegs an der römisch 40 ", welcher am 01.04.2017 im Rahmen der Sendung " römisch 40 " im Fernsehprogramm ORF

XXXX ausgestrahlt wurde; sowie römisch 40 ausgestrahlt wurde; sowie

- des Beitrages " XXXX ", welcher am 04.04.2017 im Rahmen der Sendung " XXXX " im Fernsehprogramm ORF XXXX ausgestrahlt wurde."• des Beitrages " römisch 40 ", welcher am 04.04.2017 im Rahmen der Sendung " römisch 40 " im

Fernsehprogramm ORF römisch 40 ausgestrahlt wurde."

2. Mit Schreiben vom 8.5.2017 wurde die GIS Gebühren Info Service GmbH von der belangten Behörde ersucht Auskunft darüber zu erteilen, wieviele und welche der Unterstützer der Beschwerde Rundfunkgebühren für Fernseh- und Radioempfangseinrichtungen entrichtet haben oder davon befreit sind sowie welche Personen selbst keine Rundfunkgebühr entrichten, aber mit einer Person im gemeinsamen Haushalt leben, die die Rundfunkgebühr entrichtet oder von dieser Gebühr befreit ist.

3. Von der GIS wurde am 24.5.2017 ein Schreiben übermittelt und eine Liste angeschlossen, aus der ersichtlich ist, welche Personen die Rundfunkgebühr für Fernseh- und Radio-Empfangseinrichtungen entrichtet haben oder von der Entrichtung der Gebühr befreit sind und jene Personen, bei denen an der angegebenen Adresse die Rundfunkgebühr von jemanden anderen "anderer TN" entrichtet wird. Dies wurde den Beschwerdeführern mit Schreiben vom 29.5.2017 zur Kenntnis und allfälligen Stellungnahme übermittelt. Es wurde keine Stellungnahme erstattet.

4. Begründend wurde insbesondere ausgeführt:

4.1.1. Die belangte Behörde gehe davon aus, dass es sich bei dem am 04.04.2017 im Fernsehprogramm "ORF XXXX " von Minute XXXX bis XXXX im Rahmen der von ca. XXXX bis ca. XXXX Uhr ausgestrahlten Sendung " XXXX " gesendeten Beitrag " XXXX " um Schleichwerbung handle. Die Erfüllung des Tatbestands der Schleichwerbung setze einerseits die Absicht, einen Werbezweck zu erreichen, und andererseits die Eignung zur Irreführung über diesen Werbezweck voraus (vgl. VwGH 14.11.2007, 2005/04/0245). Von der (grundsätzlich zulässigen) Werbung unterscheide sich die unzulässige Schleichwerbung durch die Irreführung über den Werbezweck. Sei der Werbezweck einer Sendung bzw. eines Sendeteils offensichtlich und werde der Zuschauer über den Werbezweck nicht in die Irre geführt, so liege von vornherein keine Schleichwerbung vor. Bei der Beurteilung, ob eine Erwähnung oder Darstellung von Waren und Dienstleistungen über den eigentlichen Zweck, nämlich den Werbezweck, irreführen könne, sei auf den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer abzustellen (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0172, mit Hinweis auf VwGH 30.11.2010, 2009/03/0174). 4.1.1. Die belangte Behörde gehe davon aus, dass es sich bei dem am 04.04.2017 im Fernsehprogramm "ORF römisch 40 " von Minute römisch 40 bis römisch 40 im Rahmen der von ca. römisch 40 bis ca. römisch 40 Uhr ausgestrahlten Sendung " römisch 40 " gesendeten Beitrag " römisch 40 " um Schleichwerbung handle. Die Erfüllung des Tatbestands der Schleichwerbung setze einerseits die Absicht, einen Werbezweck zu erreichen, und andererseits die Eignung zur Irreführung über diesen Werbezweck voraus vergleiche VwGH 14.11.2007, 2005/04/0245). Von der (grundsätzlich zulässigen) Werbung unterscheide sich die unzulässige Schleichwerbung durch die Irreführung über den Werbezweck. Sei der Werbezweck einer Sendung bzw. eines Sendeteils offensichtlich und werde der Zuschauer über den Werbezweck nicht in die Irre geführt, so liege von vornherein keine Schleichwerbung vor. Bei der Beurteilung, ob eine Erwähnung oder Darstellung von Waren und Dienstleistungen über den eigentlichen Zweck, nämlich den Werbezweck, irreführen könne, sei auf den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer abzustellen vergleiche VwGH 21.10.2011, 2009/03/0172, mit Hinweis auf VwGH 30.11.2010, 2009/03/0174).

Schleichwerbung erfülle somit die Tatbestände der Werbung, wozu auch die Entgeltlichkeit und das Ziel der unmittelbaren Absatzförderung zählen würden. Hinzu komme die

Irreführungseignung hinsichtlich des eigentlichen Zwecks der Darstellung.

Für die Qualifikation einer Äußerung als Werbung sei entscheidend, ob die gegen Entgelt oder eine Gegenleistung gesendete Äußerung bzw. Darstellung insgesamt geeignet sei, das bislang uninformierte oder unentschlossene Publikum für den Erwerb eines Produkts zu gewinnen, sodass auch auf das Ziel der Darstellung, nämlich den Absatz dieser Produkte zu fördern, geschlossen werden könne (vgl. VwGH 12.12.2007, 2005/04/0244; 14.11.2007, 2005/04/0167). Bei der Beurteilung seien alle Aspekte der Sendung bzw. des Sendungsteils zu berücksichtigen [EuGH 18.10.2007, Rs C-195/06, Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)/Österreichischer Rundfunk (ORF)]. Dieser Grundsatz sei so zu verstehen, dass eine Darstellung, die geeignet sei, eine Absatzförderung entgeltlicher Produkte, Dienstleistungen, Rechte und Verbindlichkeiten herbeizuführen, als Werbung anzusehen sei (vgl. BKS 09.03.2009, 611.001/0007-B KS/2008). Für die Qualifikation einer Äußerung als Werbung sei entscheidend, ob die gegen Entgelt oder eine Gegenleistung gesendete Äußerung bzw. Darstellung insgesamt geeignet sei, das bislang uninformierte oder unentschlossene Publikum für den Erwerb eines Produkts zu gewinnen, sodass auch auf das Ziel der Darstellung, nämlich den Absatz dieser Produkte zu fördern, geschlossen werden könne vergleiche VwGH 12.12.2007,

2005/04/0244; 14.11.2007, 2005/04/0167). Bei der Beurteilung seien alle Aspekte der Sendung bzw. des Sendungsteils zu berücksichtigen [EuGH 18.10.2007, Rs C-195/06, Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)/Österreichischer Rundfunk (ORF)]. Dieser Grundsatz sei so zu verstehen, dass eine Darstellung, die geeignet sei, eine Absatzförderung entgeltlicher Produkte, Dienstleistungen, Rechte und Verbindlichkeiten herbeizuführen, als Werbung anzusehen sei (vergleiche BKS 09.03.2009, 611.001/0007-B KS/2008).

Die belangte Behörde sei der Auffassung, dass das Ziel der unmittelbaren Absatzförderung aufgrund der mehrfachen und umfassenden Darstellung des Leistungs- und Produktportfolios der XXXX in Bezug auf das Produkt " XXXX " im gegenständlichen Beitrag und damit auch die Werblichkeit zu bejahen sei: Die belangte Behörde sei der Auffassung, dass das Ziel der unmittelbaren Absatzförderung aufgrund der mehrfachen und umfassenden Darstellung des Leistungs- und Produktportfolios der römisch 40 in Bezug auf das Produkt " römisch 40 " im gegenständlichen Beitrag und damit auch die Werblichkeit zu bejahen sei:

Zwar beinhalte der erste Teil des Beitrages Informationen, die dem Grunde nach Bestandteil redaktioneller Berichterstattung sein könnten (Interview mit einem Mitarbeiter und dem Vorstandsdirektor eines Unternehmens sowie eine allgemeine Darstellung desselben bzw. Informationen zur Versorgungssicherheit).

Dies ändere sich jedoch ab Minute XXXX der Sendung " XXXX " Dies ändere sich jedoch ab Minute römisch 40 der Sendung " römisch 40 " .

Dass ab Minute XXXX der Sendung " XXXX " über die " XXXX " als zusätzliches Angebot der XXXX berichtet werde, sei geeignet, die Erbringung von Dienstleistungen bzw. die Absatzförderung entgeltlicher Produkte der XXXX zu fördern. Dass ab Minute römisch 40 der Sendung " römisch 40 " über die " römisch 40 " als zusätzliches Angebot der römisch 40 berichtet werde, sei geeignet, die Erbringung von Dienstleistungen bzw. die Absatzförderung entgeltlicher Produkte der römisch 40 zu fördern.

Dies zeige sich ua in den Aussagen des Moderators (arg. "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause."; "Es geht nicht immer nur um Strom und Co. XXXX und seine Innovationsabteilung haben ein hölzernes Büro-Haus entworfen, in dem verschiedene Kleinfirmen, Start-Ups oder Einzel-Unternehmer zusammenarbeiten können." und "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende XXXX . Dies zeige sich ua in den Aussagen des Moderators (arg. "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause."; "Es geht nicht immer nur um Strom und Co. römisch 40 und seine Innovationsabteilung haben ein hölzernes Büro-Haus entworfen, in dem verschiedene Kleinfirmen, Start-Ups oder Einzel-Unternehmer zusammenarbeiten können." und "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende römisch 40 .

XXXX macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."). Diese Aussagen würden das Augenmerk besonders auf das - zu den Stromdienstleistungen - zusätzliche Produkt- und Leistungsangebot der XXXX lenken. Auch die mehrmalig bildlich ansprechende und großflächige Darstellung der "römisch 40 macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."). Diese Aussagen würden das Augenmerk besonders auf das - zu den Stromdienstleistungen - zusätzliche Produkt- und Leistungsangebot der römisch 40 lenken. Auch die mehrmalig bildlich ansprechende und großflächige Darstellung der "

XXXX " und deren Innenräume sowie die Darstellung in Zeitraffer des Aufbaues würden auf das Ziel der Absatzförderung hinweisen, da die Bewerbung des Produkt- und Dienstleistungsangebotes der XXXX im Vordergrund stehe. römisch 40 " und deren Innenräume sowie die Darstellung in Zeitraffer des Aufbaues würden auf das Ziel der Absatzförderung hinweisen, da die Bewerbung des Produkt- und Dienstleistungsangebotes der römisch 40 im Vordergrund stehe.

An dieser Stelle sei auch auf die während der Einblendung von ansprechendem Bildmaterial vom Moderator und von XXXX gesprochenen Texte (arg. "[...] Die XXXX besteht aus Holz-Modulen, ist an einem Tag aufgebaut und in zwei Wochen einzugsbereit." sowie "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Module dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern.") zu verweisen, die jeweils eine Hervorhebung des Waren- und Leistungsangebotes bzw. qualitativ-wertende Aussagen beinhalten würden und den Zuseher zum Erwerb der Produkte bzw. zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen der XXXX animieren sollten. An dieser Stelle sei auch auf die während der Einblendung von ansprechendem Bildmaterial vom Moderator und von römisch 40 gesprochenen Texte (arg. "[...] Die römisch 40 besteht aus Holz-Modulen, ist an einem Tag aufgebaut und in

zwei Wochen einzugsbereit." sowie "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Module dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern.") zu verweisen, die jeweils eine Hervorhebung des Waren- und Leistungsangebotes bzw. qualitativ-wertende Aussagen beinhalten würden und den Zuseher zum Erwerb der Produkte bzw. zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen der römisch 40 animieren sollten.

Diese miteinander verwobenen Aussagen von XXXX und dem Sprecher des Beitrages würden durch die Wortwahl darauf abzielen, das genannte Unternehmen qualitativ wertend hervorzuheben und würden folglich werblichen Zwecken dienen (vgl. BKS 23.06.2005, 611.001/0011-BKS/2005). Durch die zahlreichen und eindeutig wertenden Hervorhebungen des Unternehmens würden die Darstellungen über Sachinformationen hinausgehen. Diese miteinander verwobenen Aussagen von römisch 40 und dem Sprecher des Beitrages würden durch die Wortwahl darauf abzielen, das genannte Unternehmen qualitativ wertend hervorzuheben und würden folglich werblichen Zwecken dienen (vergleiche BKS 23.06.2005, 611.001/0011-BKS/2005). Durch die zahlreichen und eindeutig wertenden Hervorhebungen des Unternehmens würden die Darstellungen über Sachinformationen hinausgehen.

Die zahlreich eingeblendeten Aufnahmen der " XXXX " und deren Aufbau würden die Passage des Beitrages von Minute XXXX bis Minute XXXX der Sendung " XXXX " darüber hinaus mit einem Imagefilm bzw. Werbespot vergleichbar erscheinen lassen. Die zahlreich eingeblendeten Aufnahmen der " römisch 40 " und deren Aufbau würden die Passage des Beitrages von Minute römisch 40 bis Minute römisch 40 der Sendung " römisch 40 " darüber hinaus mit einem Imagefilm bzw. Werbespot vergleichbar erscheinen lassen.

Diese Annahme bestätige sich ua aufgrund der Ansicht des auf der Webseite der XXXX bereitgestellten Imagevideos. Es sei bei der Gestaltung des Sendungsteils offenkundig mehrfach auf Sequenzen aus dem Imagevideo der XXXX zurückgegriffen und diese an unterschiedlichen Stellen in den verfahrensgegenständlichen Beitrag integriert worden. Dies zeige sich ua an den deckungsgleichen Aufnahmen in. Diese Annahme bestätige sich ua aufgrund der Ansicht des auf der Webseite der römisch 40 bereitgestellten Imagevideos. Es sei bei der Gestaltung des Sendungsteils offenkundig mehrfach auf Sequenzen aus dem Imagevideo der römisch 40 zurückgegriffen und diese an unterschiedlichen Stellen in den verfahrensgegenständlichen Beitrag integriert worden. Dies zeige sich ua an den deckungsgleichen Aufnahmen in

- Abb. 1 und Abb. 6 (" XXXX " Ecke); Abb. 1 und Abb. 6 (" römisch 40 " Ecke),
- Abb. 2 und Abb. 9 (" XXXX " schräg); Abb. 2 und Abb. 9 (" römisch 40 " schräg),
- Abb. 3 und Abb. 14 (" XXXX " schräg Nahansicht); Abb. 3 und Abb. 14 (" römisch 40 " schräg Nahansicht),
- Abb. 4 und Abb. 13 (" XXXX " frontal); Abb. 4 und Abb. 13 (" römisch 40 " frontal),
- Abb. 5 und Abb. 15 (Besprechungsraum),
- Abb. 6 und Abb. 12 (Aufbau schwebend),
- Abb. 7 und Abb. 10 (Aufbau Nahansicht), sowie
- Abb. 8 und Abb. 11 (Aufbau Kran).

An der vorstehend dargestellten, mittels der in der Rechtsprechung entwickelten Kriterien bejahten Werblichkeit der betreffenden Passagen des verfahrensgegenständlichen Beitrages könne daher auch angesichts des Umstands, dass diese zu einem nicht unwesentlichen Teil aus ansprechendem Bildmaterial aus einem Image- bzw. Werbefilm des beworbenen Unternehmens gestaltet geworden sei, keinerlei Zweifel bestehen. Somit sei auch in Zusammenschau mit der Entgeltlichkeit davon auszugehen, dass die Erwähnung und Darstellung der Produkte, Dienstleistungen und Tätigkeiten der XXXX , insbesondere der " XXXX ", absichtlich zu Werbezwecken erfolgen würden. An der vorstehend dargestellten, mittels der in der Rechtsprechung entwickelten Kriterien bejahten Werblichkeit der betreffenden Passagen des verfahrensgegenständlichen Beitrages könne daher auch angesichts des Umstands, dass diese zu einem nicht unwesentlichen Teil aus ansprechendem Bildmaterial aus einem Image- bzw. Werbefilm des beworbenen Unternehmens gestaltet geworden sei, keinerlei Zweifel bestehen. Somit sei auch in Zusammenschau mit der Entgeltlichkeit davon auszugehen, dass die Erwähnung und Darstellung der Produkte, Dienstleistungen und Tätigkeiten der römisch 40 , insbesondere der " römisch 40 ", absichtlich zu Werbezwecken erfolgen würden.

Die Entgeltlichkeit einer Darstellung sei anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen. Entscheidend sei daher nicht, ob für die Werbung iSd § 13 Abs 1 zweiter Satz ORF-G ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart (oder

bezahlt) worden sei, sondern ob für die Ausstrahlung des jeweils konkret zu beurteilenden Hinweises nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Entgelt bzw. eine Gegenleistung zu leisten wäre. 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 liege dem Gesetz aber nicht zugrunde (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/017, mit Hinweis auf VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, mwN). Die Entgeltlichkeit einer Darstellung sei anhand eines objektiven Maßstabs zu beurteilen. Entscheidend sei daher nicht, ob für die Werbung iSd Paragraph 13, Absatz eins, zweiter Satz ORF-G ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart (oder bezahlt) worden sei, sondern ob für die Ausstrahlung des jeweils konkret zu beurteilenden Hinweises nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Entgelt bzw. eine Gegenleistung zu leisten wäre. 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 liege dem Gesetz aber nicht zugrunde (vergleiche VwGH 21.10.2011, 2009/03/017, mit Hinweis auf VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, mwN).

Die belangte Behörde gehe davon aus, dass für die gegenständlichen Darstellungen bzw. Erwähnung der Leistungen eine geldwerte Gegenleistung erbracht worden sei und somit das Tatbestandselement der Entgeltlichkeit vorliege. Auch nach dem Verkehrsgebrauch sei davon auszugehen, dass eine solcherart werblich gestaltete Präsentation eines Unternehmens üblicherweise gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolge.

Die belangte Behörde erachte auch das Tatbestandselement der Eignung zur Irreführung über den Werbezweck im gegenständlichen Fall als gegeben. Von Bedeutung sei vorliegend, dass die gesamte Passage des verfahrensgegenständlichen Beitrages und damit auch die werblichen Botschaften und Bilder in ein scheinbar redaktionelles Format eingebettet seien. Bei der Sendung "XXXX" handle es sich um eine klassische Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information, im Rahmen derer der verfahrensgegenständliche Beitrag gesendet werde. Die Erwartungshaltung liege zweifelsfrei auf der Präsentation typischer Elemente einer Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information, im konkreten Fall also aufgrund des Beitragstitels "XXXX" auf der Darstellung von besonderen Leistungen des Unternehmens XXXX. Der Zuseher müsse daher grundsätzlich erwarten, gewisse - auch positive - Informationen über Tätigkeiten und Leistungen dieses Unternehmens zu erhalten, allerdings müsse er im Rahmen der Sendung "XXXX" nicht mit werbespotartigen, spezifischen leistungsfördernden Darstellungen der Vorzüge der XXXX, samt Produktvorstellung ("XXXX"), rechnen (vgl. BKS 28.02.2007, 611.001/0012-BKS/2006). Die belangte Behörde erachte auch das Tatbestandselement der Eignung zur Irreführung über den Werbezweck im gegenständlichen Fall als gegeben. Von Bedeutung sei vorliegend, dass die gesamte Passage des verfahrensgegenständlichen Beitrages und damit auch die werblichen Botschaften und Bilder in ein scheinbar redaktionelles Format eingebettet seien. Bei der Sendung "römisch 40" handle es sich um eine klassische Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information, im Rahmen derer der verfahrensgegenständliche Beitrag gesendet werde. Die Erwartungshaltung liege zweifelsfrei auf der Präsentation typischer Elemente einer Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information, im konkreten Fall also aufgrund des Beitragstitels "römisch 40" auf der Darstellung von besonderen Leistungen des Unternehmens römisch 40. Der Zuseher müsse daher grundsätzlich erwarten, gewisse - auch positive - Informationen über Tätigkeiten und Leistungen dieses Unternehmens zu erhalten, allerdings müsse er im Rahmen der Sendung "römisch 40" nicht mit werbespotartigen, spezifischen leistungsfördernden Darstellungen der Vorzüge der römisch 40, samt Produktvorstellung ("römisch 40"), rechnen (vergleiche BKS 28.02.2007, 611.001/0012-BKS/2006).

Die Eigenschaft der Sendung "XXXX" als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information und der Aufbau des Beitrages würden dazu führen, dass die Zuseher durch die anfängliche neutrale Berichterstattung über die XXXX und deren Tätigkeiten den Beitrag als klassischen Nachrichtenbeitrag bzw. Beitrag zur politischen Information wahrnehmen würden. Ausgehend von diesem klassischen Nachrichtenbeitrag bzw. Beitrag zur politischen Information beginne ca. ab Minute XXXX der Sendung ein "schleichender" Übergang zu den werblichen Aussagen bzw. Darstellungen zugunsten der XXXX. Die Eigenschaft der Sendung "römisch 40" als Nachrichtensendung bzw. Sendung zur politischen Information und der Aufbau des Beitrages würden dazu führen, dass die Zuseher durch die anfängliche neutrale Berichterstattung über die römisch 40 und deren Tätigkeiten den Beitrag als klassischen Nachrichtenbeitrag bzw. Beitrag zur politischen Information wahrnehmen würden. Ausgehend von diesem klassischen Nachrichtenbeitrag bzw. Beitrag zur politischen Information beginne ca. ab Minute römisch 40 der Sendung ein "schleichender" Übergang zu den werblichen Aussagen bzw. Darstellungen zugunsten der römisch 40.

Von besonderer Bedeutung sei dabei auch, dass journalistische Stilformen, für die Platzierung von Werbebotschaften verwendet würden, die dazu geeignet seien, den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer über den eigentlichen Zweck der Darstellung, nämlich die XXXX zu bewerben, in die Irre zu führen. Ein Beispiel seien die im Zuge des Interviews mit XXXX klar geäußerten Vorteile der " XXXX " und somit des Leistungsangebotes der XXXX , wie etwa "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Modale dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern." Weiters sei auch der scheinbar "objektive" Text des Moderators, bei dem in allgemeine Informationen über die " XXXX " gezielt absatzfördernde Aussagen zugunsten der XXXX eingebettet werden würden, zur Irreführung geeignet. Als Beispiel sei hier etwa folgender Text des Moderators genannt: "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende XXXX , XXXX macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie." Von besonderer Bedeutung sei dabei auch, dass journalistische Stilformen, für die Platzierung von Werbebotschaften verwendet würden, die dazu geeignet seien, den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer über den eigentlichen Zweck der Darstellung, nämlich die römisch 40 zu bewerben, in die Irre zu führen. Ein Beispiel seien die im Zuge des Interviews mit römisch 40 klar geäußerten Vorteile der " römisch 40 " und somit des Leistungsangebotes der römisch 40 , wie etwa "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Modale dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern." Weiters sei auch der scheinbar "objektive" Text des Moderators, bei dem in allgemeine Informationen über die " römisch 40 " gezielt absatzfördernde Aussagen zugunsten der römisch 40 eingebettet werden würden, zur Irreführung geeignet. Als Beispiel sei hier etwa folgender Text des Moderators genannt: "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende römisch 40 , römisch 40 macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."

Aufgrund des redaktionellen Umfelds, insbesondere der Einbettung in ein scheinbar redaktionelles Format, sei eine falsche Erwartungshaltung des durchschnittlichen Zusehers erzeugt worden (vgl. ua BKS 16.11.2009, 611.196/0004-BKS/2009) und sei insoweit die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zwecks der Darstellung - nämlich Werbung für die XXXX auszustrahlen - in die Irre geführt. Bei diesem Ergebnis könne nach der Rechtsprechung schließlich auch dahinstehen, ob tatsächlich ein Entgelt geleistet worden sei (vgl. EuGH 09.06.2011, Rs C 52/10, Eleftheri tileorasi AE "ALTER CHANNEL" und Konstantinos Giannikos/Ypourgos Typou kai Meson Mazikis Enimerosis und Ethniko Symvoulío Radiotileorasis) wonach die Existenz eines Entgelts oder einer ähnlichen Gegenleistung keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung sei, dass eine beabsichtigte Schleichwerbung vorliege). Aufgrund des redaktionellen Umfelds, insbesondere der Einbettung in ein scheinbar redaktionelles Format, sei eine falsche Erwartungshaltung des durchschnittlichen Zusehers erzeugt worden vergleiche ua BKS 16.11.2009, 611.196/0004-BKS/2009) und sei insoweit die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zwecks der Darstellung - nämlich Werbung für die römisch 40 auszustrahlen - in die Irre geführt. Bei diesem Ergebnis könne nach der Rechtsprechung schließlich auch dahinstehen, ob tatsächlich ein Entgelt geleistet worden sei vergleiche EuGH 09.06.2011, Rs C 52/10, Eleftheri tileorasi AE "ALTER CHANNEL" und Konstantinos Giannikos/Ypourgos Typou kai Meson Mazikis Enimerosis und Ethniko Symvoulío Radiotileorasis) wonach die Existenz eines Entgelts oder einer ähnlichen Gegenleistung keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung sei, dass eine beabsichtigte Schleichwerbung vorliege).

Davon ausgehend sei bei dem am 04.04.2017 von Minute XXXX bis XXXX der Sendung " XXXX " ausgestrahlten Beitrag " XXXX " eine Verletzung gemäß § 38 Abs 1 Z 2 iVm § 13 Abs 1 zweiter Satz ORF-G festzustellen gewesen. Davon ausgehend sei bei dem am 04.04.2017 von Minute römisch 40 bis römisch 40 der Sendung " römisch 40 " ausgestrahlten Beitrag " römisch 40 " eine Verletzung gemäß Paragraph 38, Absatz eins, Ziffer 2, in Verbindung mit Paragraph 13, Absatz eins, zweiter Satz ORF-G festzustellen gewesen.

Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stütze sich auf § 37 Abs. 4 Die Verpflichtung zur Veröffentlichung stütze sich auf Paragraph 37, Absatz 4

ORF-G.

Nach der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts (vgl. VfSlg. 12.497/1990 und VwGH 15.09.2004, ZI. 2003/04/0045) sei die Veröffentlichung der Entscheidung als "contrarius actus" zu einem solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass "tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert" erzielt werde. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung solle diesem Anliegen eines "contrarius actus" Rechnung getragen werden. Nach der Rechtsprechung der Gerichtshöfe öffentlichen Rechts vergleiche VfSlg. 12.497 aus 1990, und VwGH 15.09.2004, ZI. 2003/04/0045) sei die Veröffentlichung der Entscheidung als "contrarius actus" zu einem

solchen Zeitpunkt im entsprechenden Programm aufzutragen, dass "tunlichst der gleiche Veröffentlichungswert" erzielt werde. Mit der Veröffentlichung einer Kurzfassung der Entscheidung solle diesem Anliegen eines "contrarius actus" Rechnung getragen werden.

Die Zweitbeschwerdeführerin wurde zu einer Veröffentlichung binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) in ihrem Fernsehprogramm "ORF XXXX " in der Sendung " XXXX " durch Verlesung durch einen Sprecher verpflichtet. Die Zweitbeschwerdeführerin wurde zu einer Veröffentlichung binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) in ihrem Fernsehprogramm "ORF römisch 40 " in der Sendung " römisch 40 " durch Verlesung durch einen Sprecher verpflichtet.

5. Gegen diesen Bescheid wendet sich die vorliegende Beschwerde, in welcher im Wesentlichen Folgendes ausgeführt wurde:

5.1. Die belangte Behörde gehe zu Unrecht vom Vorliegen des objektiven Tatbestands der Schleichwerbung aus.

5.1.1. Die belangte Behörde stelle im Ergebnis absolute Berichterstattungsregeln bzw. -verbote auf, über welche Gegenstände und in welcher Aufbereitung die redaktionelle Berichterstattung von Rundfunkveranstaltern zulässig sei, und zwar ohne auf konkrete Umstände bzw. Tatsachen des Einzelfalls abzustellen. Solche von der Lebensrealität abgehobenen Regeln seien gesetzwidrig und im Sinne des Art 10 EMRK unverhältnismäßig. Schon aus diesem Grund werde der angefochtene Bescheid aufzuheben sein. 5.1.1. Die belangte Behörde stelle im Ergebnis absolute Berichterstattungsregeln bzw. -verbote auf, über welche Gegenstände und in welcher Aufbereitung die redaktionelle Berichterstattung von Rundfunkveranstaltern zulässig sei, und zwar ohne auf konkrete Umstände bzw. Tatsachen des Einzelfalls abzustellen. Solche von der Lebensrealität abgehobenen Regeln seien gesetzwidrig und im Sinne des Artikel 10, EMRK unverhältnismäßig. Schon aus diesem Grund werde der angefochtene Bescheid aufzuheben sein.

5.1.2. Es sei gewiss richtig, dass der verfahrensgegenständliche Beitrag positive Merkmale über eine Dienstleistung der XXXX enthalte, jedoch sei nicht jede "positive" und/oder die "Vorzüge" von Gegenständen in den Vordergrund stellende Berichterstattung in Nachrichtensendungen verboten. " XXXX " berichte immer wieder neben politischen oder wirtschaftlichen Nachrichten im engsten Sinn auch über positive Beispiele, Innovationen und Entwicklungen im steirischen Gesellschafts- und Wirtschaftsleben. So sei also dieser Beitrag als Teil eines Konzepts von positiven Nachrichten innerhalb von " XXXX " zu sehen. Das gegenständliche Büro-Haus " XXXX " sei ein Beispiel für Entwicklungen im Arbeitsleben und Unternehmerdasein. Co-Working, EPU's, Start Ups etc. würden auch die Anforderungen an Büros und Arbeitsräume für Unternehmen verändern. Die " XXXX " sei daher prototypisch für diese Veränderungen im Wirtschaftsleben, welches es zu illustrieren gegolten habe. Nicht der Aspekt "Absatzförderung" sei im Mittelpunkt der Reportage gestanden, sondern ein Beispiel des Wandels der Arbeits- und Lebenswelt. (Jung-)Unternehmer hätten einen anderen Zugang und andere Bedürfnisse, was die Nutzung von Arbeitsräumen betreffe. 5.1.2. Es sei gewiss richtig, dass der verfahrensgegenständliche Beitrag positive Merkmale über eine Dienstleistung der römisch 40 enthalte, jedoch sei nicht jede "positive" und/oder die "Vorzüge" von Gegenständen in den Vordergrund stellende Berichterstattung in Nachrichtensendungen verboten. " römisch 40 " berichte immer wieder neben politischen oder wirtschaftlichen Nachrichten im engsten Sinn auch über positive Beispiele, Innovationen und Entwicklungen im steirischen Gesellschafts- und Wirtschaftsleben. So sei also dieser Beitrag als Teil eines Konzepts von positiven Nachrichten innerhalb von " römisch 40 " zu sehen. Das gegenständliche Büro-Haus " römisch 40 " sei ein Beispiel für Entwicklungen im Arbeitsleben und Unternehmerdasein. Co-Working, EPU's, Start Ups etc. würden auch die Anforderungen an Büros und Arbeitsräume für Unternehmen verändern. Die " römisch 40 " sei daher prototypisch für diese Veränderungen im Wirtschaftsleben, welches es zu illustrieren gegolten habe. Nicht der Aspekt "Absatzförderung" sei im Mittelpunkt der Reportage gestanden, sondern ein Beispiel des Wandels der Arbeits- und Lebenswelt. (Jung-)Unternehmer hätten einen anderen Zugang und andere Bedürfnisse, was die Nutzung von Arbeitsräumen betreffe.

Der für den inkriminierten Beitrag zuständige Redakteur sei einer der innovativsten Redakteure des ORF XXXX . Für manche solle eine Nachrichtensendung ihre Themen ausschließlich "nüchtern" präsentieren, in vielen Bereichen gehe die Entwicklung aber in Richtung eines stärker emotionalisierenden Zugangs in der Erzählweise. Eine absichtliche Absatzförderung sei nicht Bestandteil der gestalterischen Motivation, zumal das Produkt " XXXX " sich an eine sehr spezielle Gruppe richte. Der "Durchschnittsseher" von " XXXX " habe daran überhaupt kein Kaufinteresse, sondern lediglich ein Informationsinteresse. Der für den inkriminierten Beitrag zuständige Redakteur sei einer der innovativsten

Redakteure des ORF römisch 40. Für manche solle eine Nachrichtensendung ihre Themen ausschließlich "nüchtern" präsentieren, in vielen Bereichen gehe die Entwicklung aber in Richtung eines stärker emotionalisierenden Zugangs in der Erzählweise. Eine absichtliche Absatzförderung sei nicht Bestandteil der gestalterischen Motivation, zumal das Produkt "römisch 40" sich an eine sehr spezielle Gruppe richte. Der "Durchschnittsseher" von "römisch 40" habe daran überhaupt kein Kaufinteresse, sondern lediglich ein Informationsinteresse.

Die Nutzung von Drittmaterial ("Imagefilm") sei durchaus Teil eines Konzepts, das einer ansprechenden Bildsprache verpflichtet sei. Nutzung von Drittmaterial zur Verbesserung der Beitragsqualität sei ein üblicher Vorgang im Produktionsprozess. Auch in diesem Falle sei bestehendes Bildmaterial genutzt worden, das vom Gestalter nach journalistischen Kriterien bearbeitet worden sei.

Im Kern liege die unrichtige rechtliche Einschätzung der belangten Behörde in der unreflektierten Anwendung des objektiven Entgeltbegriffs - somit vergleichbar dem Fall des Einblendungsverbots von Logos in Sendungen zur politischen Information (vgl. VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087). Wie der Verwaltungsgerichtshof hier festgehalten habe, gebe es Fallkonstellationen, bei denen es sehr wohl darauf ankomme, ob tatsächlich (und nicht nur hypothetisch) Sponsoring stattgefunden habe, also (tatsächlich) ein Finanzierungsbeitrag durch einen Sponsor geleistet worden sei. Sei das nicht der Fall oder lasse sich die tatsächliche Leistung eines Finanzierungsbeitrages nicht feststellen, so läge ein Verstoß nur dann vor, wenn für den Zuseher zumindest der "begründete Eindruck" entstehe, dass die betreffende Sendung gesponsert worden sei. Im Kern liege die unrichtige rechtliche Einschätzung der belangten Behörde in der unreflektierten Anwendung des objektiven Entgeltbegriffs - somit vergleichbar dem Fall des Einblendungsverbots von Logos in Sendungen zur politischen Information vergleiche VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087). Wie der Verwaltungsgerichtshof hier festgehalten habe, gebe es Fallkonstellationen, bei denen es sehr wohl darauf ankomme, ob tatsächlich (und nicht nur hypothetisch) Sponsoring stattgefunden habe, also (tatsächlich) ein Finanzierungsbeitrag durch einen Sponsor geleistet worden sei. Sei das nicht der Fall oder lasse sich die tatsächliche Leistung eines Finanzierungsbeitrages nicht feststellen, so läge ein Verstoß nur dann vor, wenn für den Zuseher zumindest der "begründete Eindruck" entstehe, dass die betreffende Sendung gesponsert worden sei.

Zum Hintergrund der Zielsetzung des Beitrages bzw. des Themenbereichs - positive Beispiele für Entwicklungen im Gesellschafts- und Wirtschaftsleben - gehöre es auch, die Vorzüge neuer Entwicklungen hervorzuheben. Dies - und keine Absatzförderung - sei im gegenständlichen Beitrag unter Zugrundelegung einer ansprechenden Bildgestaltung geschehen. Würde eine solche Zielsetzung unabhängig davon zur verbotenen Schleichwerbung führen, ob irgendwelche entgeltlichen Verbindungen und/oder kommerziellen Absichten des Rundfunkveranstalters vorhanden seien, verböte man Formen der Berichterstattung absolut, auf die die Zuseher im Sinne der Informationsfreiheit Anspruch hätten. Dies wäre mit Art 10 EMRK nicht vereinbar. Indem die belangte Behörde dies verkannt habe, habe sie den angefochtenen Bescheid mit Rechtswidrigkeit belastet. Zum Hintergrund der Zielsetzung des Beitrages bzw. des Themenbereichs - positive Beispiele für Entwicklungen im Gesellschafts- und Wirtschaftsleben - gehöre es auch, die Vorzüge neuer Entwicklungen hervorzuheben. Dies - und keine Absatzförderung - sei im gegenständlichen Beitrag unter Zugrundelegung einer ansprechenden Bildgestaltung geschehen. Würde eine solche Zielsetzung unabhängig davon zur verbotenen Schleichwerbung führen, ob irgendwelche entgeltlichen Verbindungen und/oder kommerziellen Absichten des Rundfunkveranstalters vorhanden seien, verböte man Formen der Berichterstattung absolut, auf die die Zuseher im Sinne der Informationsfreiheit Anspruch hätten. Dies wäre mit Artikel 10, EMRK nicht vereinbar. Indem die belangte Behörde dies verkannt habe, habe sie den angefochtenen Bescheid mit Rechtswidrigkeit belastet.

Der Bescheid werde daher im 1. Spruchpunkt aufzuheben und zu ermitteln seien, ob für die strittigen Aussagen tatsächlich ein Entgelt geleistet worden sei. An dieser Stelle werde festgehalten, dass es keinerlei entgeltliche oder entgeltgleiche Beziehung im Zusammenhang mit dem inkriminierten Beitrag gegeben habe oder gebe. Auch die Spruchpunkte 3. und 4. würden daher aufzuheben sein.

Die Beschwerdelegitimation der mitbeteiligten Partei im Verfahren vor der belangten Behörde bzw. die Zuständigkeit der KommAustria zur inhaltlichen Entscheidung sei davon abhängig, dass es sich um die Beschwerde "eines die Rundfunkgebühr entrichtenden oder von dieser befreiten Rundfunkteilnehmers im Sinne des Rundfunkgebührengesetzes handelt sofern die Beschwerde von mindestens 120 solchen Personen oder Personen, die mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen, unterstützt wird".

Der angefochtene Bescheid, der die Beschwerdelegitimation als gegeben erachtet, sei diesbezüglich in verschiedener Hinsicht fehlerbehaftet:

Der Bescheid halte fest, dass von insgesamt 172 Unterstützern der Beschwerde nur 61 - darunter auch die Beschwerdeführerin Frau XXXX - die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen entrichten. 13 Personen seien von der Entrichtung der Rundfunkgebühr für Radio- und Fernsehempfangsanlagen befreit. 14 der angeführten Personen entrichteten nur die Rundfunkgebühren für Radioempfangsanlagen, eine Person sei von der Entrichtung der Rundfunkgebühr für Radioempfangsanlagen befreit. In Summe seien daher insgesamt 88 (bzw 89) Personen (wenn die Beschwerdeführerin Frau XXXX mitgezählt würde) "relevante" Unterstützer. Der Bescheid halte fest, dass von insgesamt 172 Unterstützern der Beschwerde nur 61 - darunter auch die Beschwerdeführerin Frau römisch 40 - die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen entrichten. 13 Personen seien von der Entrichtung der Rundfunkgebühr für Radio- und Fernsehempfangsanlagen befreit. 14 der angeführten Personen entrichteten nur die Rundfunkgebühren für Radioempfangsanlagen, eine Person sei von der Entrichtung der Rundfunkgebühr für Radioempfangsanlagen befreit. In Summe seien daher insgesamt 88 (bzw 89) Personen (wenn die Beschwerdeführerin Frau römisch 40 mitgezählt würde) "relevante" Unterstützer.

Daran anschließend halte die Behörde fest (Hervorhebung hinzugefügt): "46 weitere Unterschriften sind von Personen abgegeben worden, die zwar selbst keine Rundfunkgebühr entrichten, aber wahrscheinlich im selben Haushalt mit Personen wohnen, die Rundfunkgebühren entrichten, in 37 Fällen hat der Unterzeichner keiner Teilnehmernummer zugeordnet werden können. " (angefochtener Bescheid S. 12)

Mit der Feststellung, dass 46 Personen "wahrscheinlich" im selben Haushalt mit Personen wohnten, die Rundfunkgebühren entrichteten, habe die KommAustria keine rechtserhebliche Tatsache festgestellt, da die Beschwerdelegitimation davon abhängt, ob ein Unterstützer tatsächlich mit einem Rundfunkteilnehmer oder Gleichgestellten im gemeinsamen Haushalt wohne.

Die Behörde habe daher unter Außerachtlassung wesentlicher Verfahrensvorschriften jedwede Ermittlungstätigkeit dahingehend unterlassen, die Vermutung hinsichtlich eines gemeinsamen Haushaltes durch weitere Nachforschungen zu erhärten. Dies belaste den Bescheid mit Rechtswidrigkeit. Die Behörde hätte zur Auffassung gelangen können bzw müssen, dass 15 bzw 16 Personen (arg.: 120-89-31; 46-31=16) nicht mit einem Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnten.

6. Die belangte Behörde legte die Beschwerde samt Verfahrensakten dem Bundesverwaltungsgericht vor.

7. Am 12.3.2019 fand vor dem Bundesverwaltungsgericht eine öffentlich mündliche Verhandlung statt.

II. Das Bundesverwaltungsgericht hat erwogen römisch zwei. Das Bundesverwaltungsgericht hat erwogen:

1. Feststellungen:

1.1. Von den 172 Unterstützern der Beschwerde entrichten 61 - darunter auch die Beschwerdeführerin - die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen. 13 Personen sind von der Entrichtung der Rundfunkgebühr für Radio- und Fernsehempfangsanlagen befreit. 14 der angeführten Personen entrichten nur die Rundfunkgebühren für Radioempfangsanlagen, eine Person ist von der Entrichtung der Rundfunkgebühr für Radioempfangsanlagen befreit.

46 weitere Unterschriften sind von Personen abgegeben worden, die zwar selbst keine Rundfunkgebühr entrichten, aber im selben Haushalt mit Personen wohnen, die Rundfunkgebühren entrichten oder davon befreit sind. In 37 Fällen hat der Unterzeichner keiner Teilnehmernummer zugeordnet werden können.

Beitrag vom 04.04.2017 in der Sendung " XXXX " Beitrag vom 04.04.2017 in der Sendung " römisch 40 "

Am 04.04.2017 wurde im Rahmen der von ca. XXXX bis ca. XXXX Uhr ausgestrahlten Sendung " XXXX " im Fernsehprogramm ORF XXXX von Minute XXXX bis XXXX der Beitrag " XXXX " gesendet. Dieser dauerte Am 04.04.2017 wurde im Rahmen der von ca. römisch 40 bis ca. römisch 40 Uhr ausgestrahlten Sendung " römisch 40 " im Fernsehprogramm ORF römisch 40 von Minute römisch 40 bis römisch 40 der Beitrag " römisch 40 " gesendet. Dieser dauerte

XXXXrömisch 40

Der Bericht beginnt mit folgender Anmoderation:

"Sie stehen ganz besonders unter Strom. Die Zukunftsmacher der XXXX , die wir Ihnen heute vorstellen wollen. In vielen Bereichen setzen sie auf Innovation: Beim künftigen Zusammen-Arbeiten ebenso wie bei Fragen der Energie-Effizienz und der Digitalisierung." "Sie stehen ganz besonders unter Strom. Die Zukunftsmacher der römisch 40 , die wir Ihnen heute vorstellen wollen. In vielen Bereichen setzen sie auf Innovation: Beim künftigen Zusammen-Arbeiten ebenso wie bei Fragen der Energie-Effizienz und der Digitalisierung."

Der Bericht beginnt mit der Musik von Raumschiff Enterprise und eine Stimme aus dem Off führt aus:

"Es sieht aus wie auf der Brücke des Raumschiff Enterprise. Das hier ist aber das Herzstück, das Nervenzentrum, der steirischen Energieversorgung."

Danach spricht XXXX von der Zentralen Netzleitwarte der XXXX : "Ich bin XXXX und Sorge für eine sichere Strom- und Gasversorgung in der XXXX ." Danach spricht römisch 40 von der Zentralen Netzleitwarte der römisch 40 : "Ich bin römisch 40 und Sorge für eine sichere Strom- und Gasversorgung in der römisch 40 ."

Die Moderation geht weiter: "Die zentrale Netzleitwarte der XXXX steht in XXXX an einem geheimen Ort und ist streng gesichert. Die Daten des 30.000 Kilometer langen Energiesystems werden hier auf Landkarten und in Schaltkreisen dargestellt. 20 Personen achten rund um die Uhr darauf, dass Strom- und Gas in der gesamten XXXX fließen." Die Moderation geht weiter: "Die zentrale Netzleitwarte der römisch 40 steht in römisch 40 an einem geheimen Ort und ist streng gesichert. Die Daten des 30.000 Kilometer langen Energiesystems werden hier auf Landkarten und in Schaltkreisen dargestellt. 20 Personen achten rund um die Uhr darauf, dass Strom- und Gas in der gesamten römisch 40 fließen."

XXXX spricht wieder: "Wir können eingreifen, wenn es notwendig ist. Wenn der Lastfluss geändert werden muss, können wir Transformator regeln, äh, Schaltungen vornehmen, Leitungen abschalten, Umschaltungen vornehmen im Störfall. Geht alles hier ferngesteuert von XXXX aus." römisch 40 spricht wieder: "Wir können eingreifen, wenn es notwendig ist. Wenn der Lastfluss geändert werden muss, können wir Transformator regeln, äh, Schaltungen vornehmen, Leitungen abschalten, Umschaltungen vornehmen im Störfall. Geht alles hier ferngesteuert von römisch 40 aus."

Der Moderator fährt fort: "Muss eine Trafostation erneuert und ausgetauscht werden, ist Schluss mit Fernsteuerung. Dann ist Handarbeit gefragt. Die XXXX versorgt täglich 600.000 XXXX . Deren Bedürfnisse im Hinblick auf Energie-Effizienz und Nachhaltigkeit steigen." Der Moderator fährt fort: "Muss eine Trafostation erneuert und ausgetauscht werden, ist Schluss mit Fernsteuerung. Dann ist Handarbeit gefragt. Die römisch 40 versorgt täglich 600.000 römisch 40 . Deren Bedürfnisse im Hinblick auf Energie-Effizienz und Nachhaltigkeit steigen."

Der Vorstandsdirektor XXXX spricht: "Früher hatten wir einen Messwert für einen Kunden. Jetzt wird's mit Smart Meter viel mehr Information geben. Das ist das eine Thema. Auf der anderen Seite sehen wir, dass Smart-Home-Lösungen nachgefragt werden, wo's auch immer wieder um Messtechnik, Steuerungstechnik, Regelungstechnik gibt." Der Vorstandsdirektor römisch 40 spricht: "Früher hatten wir einen Messwert für einen Kunden. Jetzt wird's mit Smart Meter viel mehr Information geben. Das ist das eine Thema. Auf der anderen Seite sehen wir, dass Smart-Home-Lösungen nachgefragt werden, wo's auch immer wieder um Messtechnik, Steuerungstechnik, Regelungstechnik gibt."

Ab Minute XXXX der Sendung " XXXX " werden folgende Bilder eingeblendet Ab Minute römisch 40 der Sendung " römisch 40 " werden folgende Bilder eingeblendet.

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 1 in Minute XXXX) (" XXXX " Ecke) (Abb. 1 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " Ecke)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 2 in Minute XXXX) (" XXXX " schräg) (Abb. 2 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " schräg)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 3 in Minute XXXX) (" XXXX " schräg Nahansicht) (Abb. 3 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " schräg Nahansicht)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 4 in Minute XXXX) (" XXXX " frontal)(Abb. 4 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " frontal)

Während der Einblendung dieser Bilder fährt der Moderator fort: "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause. Dabei dreht sich in der , XXXX ' alles um's Arbeiten."Während der Einblendung dieser Bilder fährt der Moderator fort: "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause. Dabei dreht sich in der , römisch 40 ' alles um's Arbeiten."

Ab Minute 14:24 spricht XXXX von der Innovationsabteilung der XXXX Ab Minute 14:24 spricht römisch 40 von der Innovationsabteilung der römisch 40 :

"Ich bin da XXXX . Und wir haben uns überlegt, wie wir in Zukunft besser zusammenarbeiten können."Ich bin da römisch 40 . Und wir haben uns überlegt, wie wir in Zukunft besser zusammenarbeiten können."

Ab Minute XXXX führt wiederum der Moderator aus: "Es geht nicht immer nur um Strom und Co. XXXX und seine Innovationsabteilung haben ein hölzernes Büro-Haus entworfen, in dem verschiedene Kleinfirmen, Start-Ups oder Einzel-Unternehmer zusammenarbeiten können. Die XXXX besteht aus Holz-Modulen, ist an einem Tag aufgebaut und in zwei Wochen einzugsbereit."Ab Minute römisch 40 führt wiederum der Moderator aus: "Es geht nicht immer nur um Strom und Co. römisch 40 und seine Innovationsabteilung haben ein hölzernes Büro-Haus entworfen, in dem verschiedene Kleinfirmen, Start-Ups oder Einzel-Unternehmer zusammenarbeiten können. Die römisch 40 besteht aus Holz-Modulen, ist an einem Tag aufgebaut und in zwei Wochen einzugsbereit."

Während der Moderator spricht, werden ua folgende Bilder eingeblendet:

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 5 in Minute XXXX) (Besprechungsraum)(Abb. 5 in Minute römisch 40) (Besprechungsraum)

Es folgen Bilder vom Aufbau der " XXXX " in ZeitrafferEs folgen Bilder vom Aufbau der " römisch 40 " in Zeitraffer.

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 6 in Minute XXXX) (Aufbau schwebend)(Abb. 6 in Minute römisch 40) (Aufbau schwebend)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 7 in Minute XXXX) (Aufbau Nahansicht)(Abb. 7 in Minute römisch 40) (Aufbau Nahansicht)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 8 in Minute XXXX) (Aufbau Kran)(Abb. 8 in Minute römisch 40) (Aufbau Kran)

Ab Minute 14:51 spricht wiederum XXXX : "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Module dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern."Ab Minute 14:51 spricht wiederum römisch 40 : "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Module dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern."

Der Moderator sagt ab Minute XXXX : "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende , XXXX '. XXXX macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."Der Moderator sagt ab Minute römisch 40 : "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende , römisch 40 '. römisch 40 macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."

1.2. " XXXX " der XXXX1.2. " römisch 40 " der römisch 40

1.2.1. Imagevideo zum Produkt " XXXX " der XXXX1.2.1. Imagevideo zum Produkt " römisch 40 " der römisch 40

Auf der Website des Unternehmens XXXX fand sich unter der Adresse <https://www. XXXX> zumindest im Zeitraum vom 25.03.2017 bis 09.07.2017 ein "Imagefilm" der XXXX über das Produkt " XXXX " mit einer Länge von ca. 01:44 Minuten. In diesem Imagevideo sind ua folgende Bildsequenzen enthalten:Auf der Website des Unternehmens römisch 40 fand sich unter der Adresse <https://www. römisch 40> zumindest im Zeitraum vom 25.03.2017 bis 09.07.2017 ein "Imagefilm" der römisch 40 über das Produkt " römisch 40 " mit einer Länge von ca. 01:44 Minuten. In diesem Imagevideo sind ua folgende Bildsequenzen enthalten:

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 9 in Minute XXXX) (" XXXX " schräg)(Abb. 9 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " schräg)

Im Imagevideo wird der Aufbau der " XXXX " im Zeitraffer dargestelltIm Imagevideo wird der Aufbau der " römisch 40 " im Zeitraffer dargestellt.

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 10 in Minute XXXX) (Aufbau Nahansicht)(Abb. 10 in Minute römisch 40) (Aufbau Nahansicht)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 11 in Minute XXXX) (Aufbau Kran)(Abb. 11 in Minute römisch 40) (Aufbau Kran)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 12 in Minute XXXX) (Aufbau schwebend)(Abb. 12 in Minute römisch 40) (Aufbau schwebend)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 13 in Minute XXXX) (" XXXX " frontal)(Abb. 13 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " frontal)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 14 in Minute XXXX) (" XXXX " schräg Nahansicht)(Abb. 14 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " schräg Nahansicht)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 15 in Minute XXXX) (Besprechungsraum)(Abb. 15 in Minute römisch 40) (Besprechungsraum)

Bild kann nicht dargestellt werden

(Abb. 16 in Minute XXXX) (" XXXX " Ecke)(Abb. 16 in Minute römisch 40) (" römisch 40 " Ecke)

1.2.2. Weitere Informationen zum Produkt " XXXX " der XXXX1.2.2. Weitere Informationen zum Produkt " römisch 40 " der römisch 40

Unter der Adresse <https://www.XXXX> fanden sich zumindest im Zeitraum vom 25.03.2017 bis zum 09.07.2017 folgende weiterführende Information zur " XXXX " :Unter der Adresse [https://www. römisch 40](https://www.römisch 40) fanden sich zumindest im Zeitraum vom 25.03.2017 bis zum 09.07.2017 folgende weiterführende Information zur " römisch 40 " :

" XXXX" römisch 40

Smarte Gebäudemodule aus nachhaltigen Baustoffen.

XXXX sind energieautonome, transportfähige und flexibel erweiterbare Gebäude aus Holz, die mit ihren äußeren Werten genauso punkten wie mit ihrem Inneren. Die klare Linienführung sowie natürliche, ökologische Materialien lassen den modular gestaltbaren Gebäudetrend richtig gut aussehen. Höchste Funktionalität, in Kombination mit innovativer Elektro-Mobilität, wird Sie nachhaltig begeistern.römisch 40 sind energieautonome, transportfähige und flexibel erweiterbare Gebäude aus Holz, die mit ihren äußeren Werten genauso punkten wie mit ihrem Inneren. Die klare Linienführung sowie natürliche, ökologische Materialien lassen den modular gestaltbaren Gebäudetrend richtig gut aussehen. Höchste Funktionalität, in Kombination mit innovativer Elektro-Mobilität, wird Sie nachhaltig begeistern.

Ein Partner. Für beliebig viele XXXX Ein Partner. Für beliebig viele römisch 40 .

Die XXXX plant, errichtet und betreibt für Sie Ihre höchst individuelle Lösung. Egal, wofür Sie das Gebäude nutzen möchten. Egal, ob dauerhaft oder temporär - Sie entscheiden."Die römisch 40 plant, errichtet und betreibt für Sie Ihre höchst individuelle Lösung. Egal, wofür Sie das Gebäude nutzen möchten. Egal, ob dauerhaft oder temporär - Sie entscheiden."

Unter der Adresse <https://www.XXXX> fanden sich zumindest im Zeitraum vom 25.03.2017 bis zum 09.07.2017 folgende Informationen zum Kauf bzw. der Anmietung einer " XXXX " :Unter der Adresse [https://www. römisch 40](https://www.römisch 40) fanden sich zumindest im Zeitraum vom 25.03.2017 bis zum 09.07.2017 folgende Informationen zum Kauf bzw. der Anmietung einer " römisch 40 " :

"Miete oder Kauf

Alles aus einer Hand - E-Mobilität und Service inklusive.

XXXXrömisch 40

Volle Kostenkontrolle, 100 % Transparenz, schnell & einfach!

Profitieren Sie von unserem Komplettpaket:

Individuelle Planung

Abwicklung Behördenverfahren

Errichtung (inkl. Finanzierung)

Betrieb / Facility Services"

2. Beweiswürdigung:

Zur Feststellung des für die Entscheidung maßgebenden Sachverhaltes wurde im Rahmen des Ermittlungsverfahrens Beweis erhoben mittels Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung vor dem Bundesverwaltungsgericht sowie durch Einsichtnahme in den Akt der belangten Behörde - insbesondere in den Beitrag " XXXX " und den angefochtenen Bescheid vom 24.10.2017 - und in die vorliegende Beschwerde. Die Feststellungen zur Rundfunkteilnehmereigenschaft und dem gemeinsamen Haushalt zwischen den Unterstützern der Beschwerde und einem Rundfunknehmer entsprechen den Feststellungen von der belangten Behörde. Aufgrund des Akteninhaltes steht fest, dass 46 weitere Unterschriften von Personen abgegeben worden sind, die zwar selbst keine Rundfunkgebühr entrichten, aber im selben Haushalt mit Personen wohnen, die Rundfunkgebühren entrichten oder von diesen befreit sind. Dies ergibt sich aus der Aufforderung der belangten Behörde an die GIS vom 8.5.2017 und aus dem Antwortschreiben der GIS vom 24.5.2017. Diese hat 46 Personen eine Teilnehmernummer zugeordnet sowie "anderer TN" dazu vermerkt. Daraus ergibt sich für das Bundesverwaltungsgericht, dass an der angegebenen Adresse Rundfunkgebühren entrichtet werden oder eine Befreiung erteilt wurde und die unterstützende Person dort im gemeinsamen Haushalt lebt. Eine vertiefende Beurteilung, dass entgegen der Anführung der GIS an den jeweiligen Adressen kein gemeinsamer Haushalt besteht, war von der belangten Behörde ohne entsprechenden Anhaltspunkt, wie etwa dem Vorbringen der Beschwerdeführerin, nicht vorzunehmen. Zur Feststellung des für die Entscheidung maßgebenden Sachverhaltes wurde im Rahmen des Ermittlungsverfahrens Beweis erhoben mittels Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung vor dem Bundesverwaltungsgericht sowie durch Einsichtnahme in den Akt der belangten Behörde - insbesondere in den Beitrag " römisch 40 " und den angefochtenen Bescheid vom 24.10.2017 - und in die vorliegende Beschwerde. Die Feststellungen zur Rundfunkteilnehmereigenschaft und dem gemeinsamen Haushalt zwischen den Unterstützern der Beschwerde und einem Rundfunknehmer entsprechen den Feststellungen von der belangten Behörde. Aufgrund des Akteninhaltes steht fest, dass 46 weitere Unterschriften von Personen abgegeben worden sind, die zwar selbst keine Rundfunkgebühr entrichten, aber im selben Haushalt mit Personen wohnen, die Rundfunkgebühren entrichten oder von diesen befreit sind. Dies ergibt sich aus der Aufforderung der belangten Behörde an die GIS vom 8.5.2017 und aus dem Antwortschreiben der GIS vom 24.5.2017. Diese hat 46 Personen eine Teilnehmernummer zugeordnet sowie "anderer TN" dazu vermerkt. Daraus ergibt sich für das Bundesverwaltungsgericht, dass an der angegebenen Adresse Rundfunkgebühren entrichtet werden oder eine Befreiung erteilt wurde und die unterstützende Person dort im gemeinsamen Haushalt lebt. Eine vertiefende Beurteilung, dass entgegen der Anführung der GIS an den jeweiligen Adressen kein gemeinsamer Haushalt besteht, war von der belangten Behörde ohne entsprechenden Anhaltspunkt, wie etwa dem Vorbringen der Beschwerdeführerin, nicht vorzunehmen.

Dass die belangte Behörde in ihren Feststellungen "wahrscheinlich" in diesem Zusammenhang verwendet hat, steht der Feststellungen des Bundesverwaltungsgerichtes nicht entgegen, da wie ausgeführt der Akteninhalt die Feststellung rechtfertigt, dass 46 weitere Unterschriften von Personen abgegeben worden sind, die zwar selbst keine Rundfunkgebühr entrichten, aber im selben Haushalt mit Personen wohnen, die Rundfunkgebühren entrichten oder von diesen befreit sind. Dass die GIS in diesem Zusammenhang von "wahrscheinlich" spricht ist dem Umstand geschuldet, dass eine definitive Beurteilung des gemeinsamen Haushaltes nur durch eine Überprüfung an der jeweiligen Adresse erfolgen kann. Ohne entsprechenden Anhaltspunkt ist im vorliegenden Zusammenhang eine konkrete Überprüfung aber nicht erforderlich, weshalb auch nicht von "wahrscheinlich" gesprochen werden muss.

3. Rechtliche Beurteilung:

Zu Spruchpunkt A)

3.1. Gemäß § 6 BVwGG entscheidet das Bundesverwaltungsgericht durch Einzelrichter, sofern nicht in Bundes- oder

Landesgesetzen die Entscheidung durch Senate vorgesehen ist (im Wesentlichen gleichlautend Art 135 Abs 1 B-VG sowie § 2 VwGVG). Die entsprechende Anordnung einer Senatszuständigkeit enthält § 36 KOG, wonach das Bundesverwaltungsgericht über Beschwerden in jenen Fällen, in denen die KommAustria belangte Behörde ist (§ 9 Abs 2 VwGVG), durch Senat entscheidet.

3.1. Gemäß Paragraph 6, BVwGG entscheidet das Bundesverwaltungsgericht durch Einzelrichter, sofern nicht in Bundes- oder Landesgesetzen die Entscheidung durch Senate vorgesehen ist (im Wesentlichen gleichlautend Artikel 135, Absatz eins, B-VG sowie Paragraph 2, VwGVG). Die entsprechende Anordnung einer Senatszuständigkeit enthält Paragraph 36, KOG, wonach das Bundesverwaltungsgericht über Beschwerden in jenen Fällen, in denen die KommAustria belangte Behörde ist (Paragraph 9, Absatz 2, VwGVG), durch Senat entscheidet.

Das Verfahren der Verwaltungsgerichte mit Ausnahme des Bundesfinanzgerichtes ist durch das VwGVG geregelt (§ 1 leg cit). Gemäß § 58 Abs 2 VwGVG bleiben entgegenstehende Das Verfahren der Verwaltungsgerichte mit Ausnahme des Bundesfinanzgerichtes ist durch das VwGVG geregelt (Paragraph eins, leg cit). Gemäß Paragraph 58, Absatz 2, VwGVG bleiben entgegenstehende

Bestimmungen, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Bundesgesetzes bereits kundgemacht wurden, in Kraft.

Gemäß § 38 VwGVG iVm § 39 Abs 2 AVG wurden die vorliegenden Beschwerdeverfahren aus Gründen der Zweckmäßigkeit, Raschheit, Einfachheit und Kostenersparnis zur gemeinsamen Verhandlung und Entscheidung verbunden. Gemäß Paragraph 38, VwGVG in Verbindung mit Paragraph 39, Absatz 2, AVG wurden die vorliegenden Beschwerdeverfahren aus Gründen der Zweckmäßigkeit, Raschheit, Einfachheit und Kostenersparnis zur gemeinsamen Verhandlung und Entscheidung verbunden.

In der Beschwerde wird die Beschwerdelegitimation angefochten und argumentiert, dass die belangte Behörde unzuständig gewesen sei.

§ 36 Abs 1 Z 1 lit b ORF-G sieht vor, dass neben der Beschwerde durch einen die Rundfunkgebühr entrichtenden oder von dieser befreiten Rundfunkteilnehmers im Sinne des Rundfunkgebührengesetzes, die Unterstützung von mindestens 120 solchen Personen oder Personen, die mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen, als Voraussetzung für die Zulässigkeit einer Beschwerde erforderlich ist. Paragraph 36, Absatz eins, Ziffer eins, Litera b, ORF-G sieht vor, dass neben der Beschwerde durch einen die Rundfunkgebühr entrichtenden oder von dieser befreiten Rundfunkteilnehmers im Sinne des Rundfunkgebührengesetzes, die Unterstützung von mindestens 120 solchen Personen oder Personen, die mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen, als Voraussetzung für die Zulässigkeit einer Beschwerde erforderlich ist.

Strittig sind jene 46 Personen, die aus Sicht der belangten Behörde mit einem die Rundfunkgebühr entrichtenden oder mit einem von dieser Gebühr befreiten Rundfunkteilnehmer im gemeinsamen Haushalt wohnen. In der rechtlichen Beurteilung geht die belangte Behörde von einem solchen gemeinsamen Haushalt aus. In den Feststellungen verwendet sie Formulierung "wahrscheinlich im selben Haushalt" wohnen.

Wie bereits in der Beweiswürdigung ausgeführt, durfte die belangte Behörde von einer zulässigen Beschwerde ausgehen, weshalb das entsprechende Vorbringen nicht zur Rechtswidrigkeit des angefochtenen Bescheides führt.

3.2. In der Beschwerde wird zusammengefasst ins Treffen geführt, dass der objektive Tatbestand nicht erfüllt sei. Die Beschwerde wendet sich gegen die Spruchpunkte 1., 3. und 4., sodass nur der am 04.04.2017 im Fernsehprogramm "ORF XXXX " von Minute XXXX bis XXXX im Rahmen der von ca. XXXX bis ca. XXXX Uhr ausgestrahlte Sendung " XXXX " gesendete Beitrag " XXXX " verfahrensgegenständlich ist.

3.2. In der Beschwerde wird zusammengefasst ins Treffen geführt, dass der objektive Tatbestand nicht erfüllt sei. Die Beschwerde wendet sich gegen die Spruchpunkte 1., 3. und 4., sodass nur der am 04.04.2017 im Fernsehprogramm "ORF römisch 40 " von Minute römisch 40 bis römisch 40 im Rahmen der von ca. römisch 40 bis ca. römisch 40 Uhr ausgestrahlte Sendung " römisch 40 " gesendete Beitrag " römisch 40 " verfahrensgegenständlich ist.

3.3. Zur Verletzung des § 13 Abs 1 zweiter Satz ORF-G. 3.3. Zur Verletzung des Paragraph 13, Absatz eins, zweiter Satz ORF-G

Diesbezüglich wird von den Beschwerdeführern vorgebracht, dass die belangte Behörde im angefochtenen Bescheid

absolute Berichterstattungsregeln und -verbote aufstelle, diese Regeln iSd Art 10 EMRK unverhältnismäßig seien, es im journalistischen Spielraum der zweitbeschwerdeführenden Partei liege, auch positive Nachrichten über Unternehmen bzw. Produkte in Nachrichtensendungen auszustrahlen, der Durchschnittsseher von " XXXX " überhaupt kein Kaufinteresse, sondern ein Informationsinteresse habe und die Nutzung von Drittmaterial ("Imagefilm") zur Verbesserung der Beitragsqualität ein üblicher Vorgang im Produktionsprozess sei. Zudem wende die belangte Behörde den objektiven Entgeltbegriff unreflektiert an, da es gemäß der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes (vgl. VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087) Fallkonstellationen gebe, bei denen es sehr wohl darauf ankomme, ob tatsächlich (und nicht nur hypothetisch) Sponsoring stattgefunden habe. Diesbezüglich wird von den Beschwerdeführern vorgebracht, dass die belangte Behörde im angefochtenen Bescheid absolute Berichterstattungsregeln und -verbote aufstelle, diese Regeln iSd Artikel 10, EMRK unverhältnismäßig seien, es im journalistischen Spielraum der zweitbeschwerdeführenden Partei liege, auch positive Nachrichten über Unternehmen bzw. Produkte in Nachrichtensendungen auszustrahlen, der Durchschnittsseher von " römisch 40 " überhaupt kein Kaufinteresse, sondern ein Informationsinteresse habe und die Nutzung von Drittmaterial ("Imagefilm") zur Verbesserung der Beitragsqualität ein üblicher Vorgang im Produktionsprozess sei. Zudem wende die belangte Behörde den objektiven Entgeltbegriff unreflektiert an, da es gemäß der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes vergleiche VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087) Fallkonstellationen gebe, bei denen es sehr wohl darauf ankomme, ob tatsächlich (und nicht nur hypothetisch) Sponsoring stattgefunden habe.

"Der Bescheid wird daher aufzuheben und zu ermitteln sein, ob für die strittigen Aussagen tatsächlich ein Entgelt geleistet worden ist."

3.3.1. Die im vorliegenden Fall relevanten Bestimmungen des Bundesgesetzes über den

Österreichischen Rundfunk (ORF-G), BGBl Nr 379/1984 idF BGBl I Nr 50/2010, lauten auszugsweise: Österreichischen Rundfunk (ORF-G), Bundesgesetzblatt Nr 379 aus 1984, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr 50 aus 2010,, lauten auszugsweise:

Inhaltliche Anforderungen und Beschränkungen

§ 13. (1) Kommerzielle Kommunikation muss als solche leicht erkennbar sein. Schleichwerbung und unter der Wahrnehmungsgrenze liegende kommerzielle Kommunikation in Programmen und Sendungen sind untersagt. Paragraph 13, (1) Kommerzielle Kommunikation muss als solche leicht erkennbar sein. Schleichwerbung und unter der Wahrnehmungsgrenze liegende kommerzielle Kommunikation in Programmen und Sendungen sind untersagt.

[...]

Begriffsbestimmungen

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet [...] Paragraph eins a, Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet [...]

7. ‚Schleichwerbung‘ die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen, wenn sie vom Österreichischen Rundfunk oder einer seiner Tochtergesellschaften 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;

[...]"

Schleichwerbung ist "die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen, wenn sie vom Österreichischen Rundfunk oder einer seiner Tochtergesellschaften absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann." Schleichwerbung ist untersagt.

Damit setzt Schleichwerbung einerseits die Absicht, einen Werbezweck zu erreichen, und andererseits die Eignung zur Irreführung über diesen Werbezweck voraus (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0172). Von der (grundsätzlich zulässigen) Werbung unterscheidet sich die unzulässige Schleichwerbung durch die Irreführung über den Werbezweck. Ist der Werbezweck einer Sendung bzw. eines Sendungsteils offensichtlich und wird der Zuschauer über den Werbezweck nicht in die Irre geführt, so liegt von vornherein keine Schleichwerbung vor. Bei der Beurteilung, ob eine Erwähnung

oder Darstellung von Waren und Dienstleistungen über den eigentlichen Zweck, nämlich den Werbezweck, irreführen kann, ist auf den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer abzustellen (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0172; 30.09.2010, 2009/03/0174). Damit setzt Schleichwerbung einerseits die Absicht, einen Werbezweck zu erreichen, und andererseits die Eignung zur Irreführung über diesen Werbezweck voraus (vergleiche VwGH 21.10.2011, 2009/03/0172). Von der (grundsätzlich zulässigen) Werbung unterscheidet sich die unzulässige Schleichwerbung durch die Irreführung über den Werbezweck. Ist der Werbezweck einer Sendung bzw. eines Sendungsteils offensichtlich und wird der Zuschauer über den Werbezweck nicht in die Irre geführt, so liegt von vornherein keine Schleichwerbung vor. Bei der Beurteilung, ob eine Erwähnung oder Darstellung von Waren und Dienstleistungen über den eigentlichen Zweck, nämlich den Werbezweck, irreführen kann, ist auf den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer abzustellen (vergleiche VwGH 21.10.2011, 2009/03/0172; 30.09.2010, 2009/03/0174).

Die belangte Behörde ging im angefochtenen Bescheid davon aus, dass das Ziel der unmittelbaren Absatzförderung aufgrund der mehrfachen und umfassenden Darstellung des Leistungs- und Produktportfolios der XXXX bezüglich des Produktes " XXXX " im gegenständlichen Beitrag und damit auch dessen Werblichkeit zu bejahen sei. Die belangte Behörde ging im angefochtenen Bescheid davon aus, dass das Ziel der unmittelbaren Absatzförderung aufgrund der mehrfachen und umfassenden Darstellung des Leistungs- und Produktportfolios der römisch 40 bezüglich des Produktes " römisch 40 " im gegenständlichen Beitrag und damit auch dessen Werblichkeit zu bejahen sei.

Für die belangte Behörde war vor allem die Vorstellung des konkreten Produktes " XXXX " als eines der Angebote der XXXX ab Minute XXXX geeignet, die Erbringung von Dienstleistungen bzw. die Absatzförderung entgeltlicher Produkte eines bestimmten Unternehmens, nämlich der XXXX , zu fördern. Für die belangte Behörde war vor allem die Vorstellung des konkreten Produktes " römisch 40 " als eines der Angebote der römisch 40 ab Minute römisch 40 geeignet, die Erbringung von Dienstleistungen bzw. die Absatzförderung entgeltlicher Produkte eines bestimmten Unternehmens, nämlich der römisch 40 , zu fördern.

Aus Sicht des Bundesverwaltungsgerichtes ist der Ansicht der belangten Behörde beizupflichten, dass die werbliche Absicht des gegenständlichen Beitrages bereits unmittelbar aus dessen Gestaltung abgeleitet werden könne. Wie zutreffender Weise von der belangten Behörde dargelegt wird, wird dies insbesondere mittels der Aussagen des Moderators (arg. "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause."; "Es geht nicht immer nur um Strom und Co. XXXX und seine Innovationsabteilung haben ein hölzernes Büro-Haus entworfen, in dem verschiedene Kleinfirmer, Start-Ups oder Einzel-Unternehmer zusammenarbeiten können."; "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende XXXX . XXXX macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie.") erkennbar. Aus Sicht des Bundesverwaltungsgerichtes ist der Ansicht der belangten Behörde beizupflichten, dass die werbliche Absicht des gegenständlichen Beitrages bereits unmittelbar aus dessen Gestaltung abgeleitet werden könne. Wie zutreffender Weise von der belangten Behörde dargelegt wird, wird dies insbesondere mittels der Aussagen des Moderators (arg. "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause."; "Es geht nicht immer nur um Strom und Co. römisch 40 und seine Innovationsabteilung haben ein hölzernes Büro-Haus entworfen, in dem verschiedene Kleinfirmer, Start-Ups oder Einzel-Unternehmer zusammenarbeiten können."; "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende römisch 40 . römisch 40 macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie.") erkennbar.

Durch die konkrete Gestaltung des Beitrages - insbesondere auch aufgrund der bildlichen Darstellungen - werden ausschließlich das Angebot eines bestimmten Unternehmens und dessen besondere Eigenschaften in den Vordergrund gerückt (vgl. dazu auch VwGH 18.09.2013, 2011/03/0156). Dabei fällt nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes insbesondere die mehrmalig bildlich ansprechende und großflächige Darstellung der " XXXX " und deren Innenräume ins Gewicht. Durch die konkrete Gestaltung des Beitrages - insbesondere auch aufgrund der bildlichen Darstellungen - werden ausschließlich das Angebot eines bestimmten Unternehmens und dessen besondere Eigenschaften in den Vordergrund gerückt (vergleiche dazu auch VwGH 18.09.2013, 2011/03/0156). Dabei fällt nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes insbesondere die mehrmalig bildlich ansprechende und großflächige Darstellung der " römisch 40 " und deren Innenräume ins Gewicht.

Auch mittels der Aussagen des Moderators und des Mitarbeiters der Innovationsabteilung der XXXX wie "Die XXXX besteht aus Holz-Modulen, ist an einem Tag aufgebaut und in zwei Wochen einzugsbereit." und "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Module dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern." soll der Zuseher dieses Beitrages zum Erwerb der Produkte bzw. zur Inanspruchnahme der

Dienstleistungen der XXXX , insbesondere zum Erwerb eines dieser hölzernen Büro-Häuser, animiert werden und die Vorzüge gerade dieser hölzernen Büro-Häuser dieses Unternehmens werden herausgestrichen. Auch mittels der Aussagen des Moderators und des Mitarbeiters der Innovationsabteilung der römisch 40 wie "Die römisch 40 besteht aus Holz-Modulen, ist an einem Tag aufgebaut und in zwei Wochen einzugsbereit." und "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Module dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern." soll der Zuseher dieses Beitrages zum Erwerb der Produkte bzw. zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen der römisch 40 , insbesondere zum Erwerb eines dieser hölzernen Büro-Häuser, animiert werden und die Vorzüge gerade dieser hölzernen Büro-Häuser dieses Unternehmens werden herausgestrichen.

Alles in allem wirkt die Passage des Beitrages von Minute XXXX bis Minute XXXX aufgrund der zahlreich eingeblendeten Aufnahmen der " XXXX " und deren Aufbau für den unvoreingenommenen Zuseher insgesamt wie mit einem Imagefilm bzw. mit einem Werbespot vergleichbar. Alles in allem wirkt die Passage des Beitrages von Minute römisch 40 bis Minute römisch 40 aufgrund der zahlreich eingeblendeten Aufnahmen der " römisch 40 " und deren Aufbau für den unvoreingenommenen Zuseher insgesamt wie mit einem Imagefilm bzw. mit einem Werbespot vergleichbar.

Ab Minute 14:24 spricht XXXX von der Innovationsabteilung der XXXX Ab Minute 14:24 spricht römisch 40 von der Innovationsabteilung der römisch 40 :

"Ich bin da XXXX . Und wir haben uns überlegt, wie wir in Zukunft besser zusammenarbeiten können." "Ich bin da römisch 40 . Und wir haben uns überlegt, wie wir in Zukunft besser zusammenarbeiten können."

Dabei fällt besonders ins Gewicht, dass bewusst an die Gefühle der Zuseher appelliert wird. "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause."

spricht gezielt diese Gefühlsebene an und ist nicht als neutrale Berichterstattung einzuordnen. Die XXXX wird als intensiv nach Holz duftend beschrieben, was dem Zuseher ein behagliches Gefühl vermitteln soll bzw. bei ihm auslösen soll. Gerade dies sind Faktoren, die auch typischerweise in der Werbung eingesetzt werden. spricht gezielt diese Gefühlsebene an und ist nicht als neutrale Berichterstattung einzuordnen. Die römisch 40 wird als intensiv nach Holz duftend beschrieben, was dem Zuseher ein behagliches Gefühl vermitteln soll bzw. bei ihm auslösen soll. Gerade dies sind Faktoren, die auch typischerweise in der Werbung eingesetzt werden.

Dass mit dieser Einschätzung - wie von den Beschwerdeführern in ihrer Beschwerde vorgebracht - die belangte Behörde für die Beschwerdeführer absolute Berichterstattungsregeln und -verbote aufzustellen versucht habe, die gemäß Art 10 EMRK unverhältnismäßig seien, kann vom Bundesverwaltungsgericht nicht erkannt werden, zumal es nicht um die Einhaltung von Berichterstattungsregeln und -verbote geht, sondern um den Eindruck, den der vorliegende Beitrag dem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer vermittelt. Es ist den Beschwerdeführern auch nicht unmöglich, die Leistungen eines Unternehmens positiv darzustellen, solange dabei eben nicht die Grenze zur Werbung oder Schleichwerbung überschritten wird. Die besagten Äußerungen - aufgrund der Kürze des Beitrages fallen auch die wenigen kurzen vorzitierten Passagen erheblich ins Gewicht, zumal sie einen relevanten Umfang des Beitrags erreichen - sind nicht solche, mit denen objektiv berichtet wird, sondern appellieren diese an den Durchschnittszuseher, die beschriebene Leistung oder das Produkt zu erwerben. Damit wird diese Grenze fallbezogen aber überschritten. Dass mit dieser Einschätzung - wie von den Beschwerdeführern in ihrer Beschwerde vorgebracht - die belangte Behörde für die Beschwerdeführer absolute Berichterstattungsregeln und -verbote aufzustellen versucht habe, die gemäß Artikel 10, EMRK unverhältnismäßig seien, kann vom Bundesverwaltungsgericht nicht erkannt werden, zumal es nicht um die Einhaltung von Berichterstattungsregeln und -verbote geht, sondern um den Eindruck, den der vorliegende Beitrag dem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer vermittelt. Es ist den Beschwerdeführern auch nicht unmöglich, die Leistungen eines Unternehmens positiv darzustellen, solange dabei eben nicht die Grenze zur Werbung oder Schleichwerbung überschritten wird. Die besagten Äußerungen - aufgrund der Kürze des Beitrages fallen auch die wenigen kurzen vorzitierten Passagen erheblich ins Gewicht, zumal sie einen relevanten Umfang des Beitrags erreichen - sind nicht solche, mit denen objektiv berichtet wird, sondern appellieren diese an den Durchschnittszuseher, die beschriebene Leistung oder das Produkt zu erwerben. Damit wird diese Grenze fallbezogen aber überschritten.

Abgesehen davon wird diese Auffassung - wie die belangte Behörde bereits im angefochtenen Bescheid festhielt - durch den Umstand untermauert, dass bei der Gestaltung des gegenständlichen Beitrages mehrfach auf Sequenzen aus dem auf der Webseite der XXXX bereitgestellten Imagevideo zurückgegriffen und der vorliegende Beitrag daher

auch zu einem nicht unwesentlichen Teil aus ansprechendem Bildmaterial eines unternehmenseigenen Image- bzw. Werbefilms gestaltet wurde (welcher Umstand von den Beschwerdeführern in ihrer Beschwerde und in der mündlichen Verhandlung auch nicht bestritten wurde). Daran ändert auch der Umstand nichts, dass - wie von den Beschwerdeführern ins Treffen geführt wurde - die Nutzung von Drittmaterial ein üblicher Vorgang im Produktionsprozess zur Verbesserung der Beitragsqualität ist. Es ist dabei auch ohne Belang, dass dem Moderator diese Herkunft des Bildmaterials nicht bewusst gewesen ist, da er dies nach eigenen Angaben in der mündlichen Verhandlung aus dem Archiv des ORF bezogen hat. Die Qualität der Bilder und deren konkrete Einbettung in den Beitrag sind jedenfalls so, dass der Durchschnittszuseher wie zuvor ausgeführt, werbegleich beeinflusst wird. Abgesehen davon wird diese Auffassung - wie die belangte Behörde bereits im angefochtenen Bescheid festhielt - durch den Umstand untermauert, dass bei der Gestaltung des gegenständlichen Beitrages mehrfach auf Sequenzen aus dem auf der Webseite der römisch 40 bereitgestellten Imagevideo zurückgegriffen und der vorliegende Beitrag daher auch zu einem nicht unwesentlichen Teil aus ansprechendem Bildmaterial eines unternehmenseigenen Image- bzw. Werbefilms gestaltet wurde (welcher Umstand von den Beschwerdeführern in ihrer Beschwerde und in der mündlichen Verhandlung auch nicht bestritten wurde). Daran ändert auch der Umstand nichts, dass - wie von den Beschwerdeführern ins Treffen geführt wurde - die Nutzung von Drittmaterial ein üblicher Vorgang im Produktionsprozess zur Verbesserung der Beitragsqualität ist. Es ist dabei auch ohne Belang, dass dem Moderator diese Herkunft des Bildmaterials nicht bewusst gewesen ist, da er dies nach eigenen Angaben in der mündlichen Verhandlung aus dem Archiv des ORF bezogen hat. Die Qualität der Bilder und deren konkrete Einbettung in den Beitrag sind jedenfalls so, dass der Durchschnittszuseher wie zuvor ausgeführt, werbegleich beeinflusst wird.

Vor diesem Hintergrund ist der belangten Behörde auch beizupflichten, wenn diese das Tatbestandselement der Eignung zur Irreführung über den Werbezweck im gegenständlichen Fall als gegeben annahm. Gerade auch die Einbettung der gesamten Passage sowie damit auch der werblichen Botschaften und der Bilder in ein redaktionelles Format sprechen für diese Einordnung. Die belangte Behörde stützte sich bei dieser Annahme zutreffender Weise auf einen Missbrauch journalistischer Stilformen, wie etwa die im Zuge des Interviews mit XXXX klar geäußerten Vorteile der " XXXX " und somit des Leistungsangebotes der XXXX (arg. "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Modale dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern.") oder der scheinbar unvoreingenommene Text des Moderators, in welchen neben den allgemeinen Informationen über die " XXXX " gezielt absatzfördernde Aussagen zugunsten der XXXX eingebettet werden (arg. "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende XXXX . XXXX macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."), die dazu geeignet sind, den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer über den eigentlichen Zweck der Darstellung, nämlich die XXXX zu bewerben, in die Irre zu führen. Vor diesem Hintergrund ist der belangten Behörde auch beizupflichten, wenn diese das Tatbestandselement der Eignung zur Irreführung über den Werbezweck im gegenständlichen Fall als gegeben annahm. Gerade auch die Einbettung der gesamten Passage sowie damit auch der werblichen Botschaften und der Bilder in ein redaktionelles Format sprechen für diese Einordnung. Die belangte Behörde stützte sich bei dieser Annahme zutreffender Weise auf einen Missbrauch journalistischer Stilformen, wie etwa die im Zuge des Interviews mit römisch 40 klar geäußerten Vorteile der " römisch 40 " und somit des Leistungsangebotes der römisch 40 (arg. "Das kann erweiterbar gemacht werden, man kann noch mehrere Modale dazu bauen, man kann's aber auch - für Start Ups sehr interessant - auch wieder verkleinern.") oder der scheinbar unvoreingenommene Text des Moderators, in welchen neben den allgemeinen Informationen über die " römisch 40 " gezielt absatzfördernde Aussagen zugunsten der römisch 40 eingebettet werden (arg. "Über 50 Anfragen gibt es schon für die intensiv nach Holz duftende römisch 40 . römisch 40 macht sich unterdessen schon Gedanken über die nächsten Innovationen, dann zum Thema Lebensenergie."), die dazu geeignet sind, den durchschnittlich informierten und aufmerksamen Zuschauer über den eigentlichen Zweck der Darstellung, nämlich die römisch 40 zu bewerben, in die Irre zu führen.

Wenn die Beschwerdeführer nunmehr in ihrer Beschwerde vorbringen, dass es im journalistischen Spielraum der zweitbeschwerdeführenden Partei liege, auch positive Nachrichten über Unternehmen bzw. Produkte in Nachrichtensendungen auszustrahlen, ist auszuführen, dass nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes der Zuschauer bei einer Nachrichtensendung bzw. einer Sendung zur politischen Information wie " XXXX " bei dem konkreten in dieser Sendung eingebetteten Beitrag mit dem Titel " XXXX " gewisse - unter Umständen auch - zwar positive Informationen über das Tätigkeits- und Leistungsfeld dieses Unternehmens erwartet, jedoch beziehen sich seine Erwartungen bezüglich dieses im Rahmen einer Nachrichtensendung bzw. einer Sendung zur politischen

Information ausgestrahlten Beitrages nicht auf eine werbespotartige und spezifisch leistungsfördernde Darstellung der Vorzüge des Unternehmens XXXX samt Präsentation der Vorzüge eines durch dieses Unternehmen vertriebenen Produktes. Nachvollziehbar wurde in der mündlichen Verhandlung ausgeführt, dass es in diesen Beiträgen darum geht, Industriebetriebe positiv zu beleuchten. Im konkreten Fall sollte auch die Eigenschaft der XXXX als Industriebetrieb hervorgestrichen werden. All dies ist aus Sicht des Bundesverwaltungsgerichtes unproblematisch. Wenn die Beschwerdeführer nunmehr in ihrer Beschwerde vorbringen, dass es im journalistischen Spielraum der zweitbeschwerdeführenden Partei liege, auch positive Nachrichten über Unternehmen bzw. Produkte in Nachrichtensendungen auszustrahlen, ist auszuführen, dass nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes der Zuschauer bei einer Nachrichtensendung bzw. einer Sendung zur politischen Information wie "römisch 40" bei dem konkreten in dieser Sendung eingebetteten Beitrag mit dem Titel "römisch 40" gewisse - unter Umständen auch - zwar positive Informationen über das Tätigkeits- und Leistungsfeld dieses Unternehmens erwartet, jedoch beziehen sich seine Erwartungen bezüglich dieses im Rahmen einer Nachrichtensendung bzw. einer Sendung zur politischen Information ausgestrahlten Beitrages nicht auf eine werbespotartige und spezifisch leistungsfördernde Darstellung der Vorzüge des Unternehmens römisch 40 samt Präsentation der Vorzüge eines durch dieses Unternehmen vertriebenen Produktes. Nachvollziehbar wurde in der mündlichen Verhandlung ausgeführt, dass es in diesen Beiträgen darum geht, Industriebetriebe positiv zu beleuchten. Im konkreten Fall sollte auch die Eigenschaft der römisch 40 als Industriebetrieb hervorgestrichen werden. All dies ist aus Sicht des Bundesverwaltungsgerichtes unproblematisch.

In der konkreten Gestaltung des Beitrags wurde allerdings der Zuseher durch die unvermittelte Überleitung zu der XXXX, ohne konkrete Hinführung auf das beabsichtigte Thema des Beitrags, die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder der XXXX, in die Irre geführt. Gerade auch, dass der Zuseher quasi unvermittelt mit den Mitarbeitern der XXXX und deren werblichen Botschaften konfrontiert wurde, eine Überleitung unterlassen wurde, sondern auch vom ORF-Moderator werbliche Botschaften für die XXXX wie zuvor ausgeführt getätigt wurden, spricht für diese Qualifikation. Nach dem Interview mit XXXX wird während der Einblendung von Bildern der XXXX vom Moderator gesagt: "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause. Dabei dreht sich in der , XXXX ' alles um's Arbeiten." In der konkreten Gestaltung des Beitrags wurde allerdings der Zuseher durch die unvermittelte Überleitung zu der römisch 40, ohne konkrete Hinführung auf das beabsichtigte Thema des Beitrags, die unterschiedlichen Tätigkeitsfelder der römisch 40, in die Irre geführt. Gerade auch, dass der Zuseher quasi unvermittelt mit den Mitarbeitern der römisch 40 und deren werblichen Botschaften konfrontiert wurde, eine Überleitung unterlassen wurde, sondern auch vom ORF-Moderator werbliche Botschaften für die römisch 40 wie zuvor ausgeführt getätigt wurden, spricht für diese Qualifikation. Nach dem Interview mit römisch 40 wird während der Einblendung von Bildern der römisch 40 vom Moderator gesagt: "Und auch hier fühlt man sich wie zuhause. Dabei dreht sich in der , römisch 40 ' alles um's Arbeiten."

Im Anschluss wird der Zuseher von XXXX in der XXXX direkt abgeholt und es werden die Vorzüge der XXXX präsentiert. Im Anschluss wird der Zuseher von römisch 40 in der römisch 40 direkt abgeholt und es werden die Vorzüge der römisch 40 präsentiert.

Um Missverständnisse zu vermeiden, ist festzuhalten, dass keines dieser Elemente alleine Beurteilung als Schleichwerbung des Beitrags hervorruft, sondern das konkrete Zusammenspiel all dieser Faktoren im konkreten Einzelfall.

Folglich wird durch die neutrale Berichterstattung über die XXXX zu Beginn des Beitrages " XXXX " mittels werbespotartigen, spezifisch leistungsfördernden Darstellungen der Vorzüge der XXXX im weiteren Verlauf des Beitrages in "schleichender Weise" Werbung zugunsten der XXXX ausgestrahlt. Folglich wird durch die neutrale Berichterstattung über die römisch 40 zu Beginn des Beitrages " römisch 40 " mittels werbespotartigen, spezifisch leistungsfördernden Darstellungen der Vorzüge der römisch 40 im weiteren Verlauf des Beitrages in "schleichender Weise" Werbung zugunsten der römisch 40 ausgestrahlt.

Dem Umstand, ob beim "Durchschnittsseher" - wie von den Beschwerdeführern ins Treffen geführt wurde - konkret das Interesse besteht, das Produkt " XXXX " zu erwerben oder dieser nur ein Informationsinteresse besitzt, kann nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes bei der Beurteilung der Werblichkeit des Beitrages keine Bedeutung zukommen. Dem Umstand, ob beim "Durchschnittsseher" - wie von den Beschwerdeführern ins Treffen geführt wurde - konkret das Interesse besteht, das Produkt " römisch 40 " zu erwerben oder dieser nur ein Informationsinteresse besitzt, kann nach Auffassung des Bundesverwaltungsgerichtes bei der Beurteilung der Werblichkeit des Beitrages keine Bedeutung zukommen.

Für das Bundesverwaltungsgericht besteht aufgrund des anzulegenden objektiven Maßstabs an der Entgeltlichkeit des in Rede stehenden Beitrages kein Zweifel.

Entscheidend ist nicht, ob ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart (oder bezahlt) wurde, sondern ob für die Ausstrahlung des jeweils konkret zu beurteilenden Hinweises nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Entgelt bzw. eine Gegenleistung zu leisten wäre. 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 zugrunde (vgl. VwGH 21.10.2011, 2009/03/0017, mit Verweis auf VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, mwN). Entscheidend ist nicht, ob ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung vereinbart (oder bezahlt) wurde, sondern ob für die Ausstrahlung des jeweils konkret zu beurteilenden Hinweises nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Entgelt bzw. eine Gegenleistung zu leisten wäre. 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 zugrunde vergleiche VwGH 21.10.2011, 2009/03/0017, mit Verweis auf VwGH 19.11.2008, 2005/04/0172, mwN).

Auch im konkreten Fall ist davon auszugehen, dass ein Fernsehveranstalter einem Unternehmen nur dann werbewirksam gestaltete Programmzeit einräumen wird, wenn dafür eine Gegenleistung erfolgt (vgl. VwGH 18.09.2013, 2011/03/0156; 21.10.2011, 2009/03/0172). Auch gemäß der Judikatur des Gerichtshofes der Europäischen Union (vgl. EuGH 09.06.2011, Rs C 52/10, Eleftheri tileorasi AE "ALTER CHANNEL" und Konstantinos Giannikos/Ypourgos Typou kai Meson Mazikis Enimerosis und Ethniko Symvoulío Radiotileorasis) ist die Existenz eines Entgelts oder einer ähnlichen Gegenleistung keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung, dass eine beabsichtigte Schleichwerbung vorliegt. Auch im konkreten Fall ist davon auszugehen, dass ein Fernsehveranstalter einem Unternehmen nur dann werbewirksam gestaltete Programmzeit einräumen wird, wenn dafür eine Gegenleistung erfolgt vergleiche VwGH 18.09.2013, 2011/03/0156; 21.10.2011, 2009/03/0172). Auch gemäß der Judikatur des Gerichtshofes der Europäischen Union vergleiche EuGH 09.06.2011, Rs C 52/10, Eleftheri tileorasi AE "ALTER CHANNEL" und Konstantinos Giannikos/Ypourgos Typou kai Meson Mazikis Enimerosis und Ethniko Symvoulío Radiotileorasis) ist die Existenz eines Entgelts oder einer ähnlichen Gegenleistung keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung, dass eine beabsichtigte Schleichwerbung vorliegt.

Mit dem Verweis auf das Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes (vgl. VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087) vermögen die Beschwerdeführer daher keine Rechtswidrigkeit des angefochtenen Bescheid aufzuzeigen, zumal der Verwaltungsgerichtshof in diesem Erkenntnis auch bei nicht erfolgter Leistung eines Finanzierungsbeitrages einen Verstoß gegen § 17 Abs 3 ORF-G erkannte, wenn für den Zuseher zumindest der begründete Eindruck entsteht, dass die betreffende Nachrichtensendung oder Sendung zur politischen Information gesponsert wurde. Mit dem Verweis auf das Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes (vgl. VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087) vermögen die Beschwerdeführer daher keine Rechtswidrigkeit des angefochtenen Bescheid aufzuzeigen, zumal der Verwaltungsgerichtshof in diesem Erkenntnis auch bei nicht erfolgter Leistung eines Finanzierungsbeitrages einen Verstoß gegen Paragraph 17, Absatz 3, ORF-G erkannte, wenn für den Zuseher zumindest der begründete Eindruck entsteht, dass die betreffende Nachrichtensendung oder Sendung zur politischen Information gesponsert wurde.

Es handelt sich im vorliegenden Fall daher um Schleichwerbung, weshalb der objektive Tatbestand somit als verwirklicht anzusehen ist.

Zu Spruchpunkt B)

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

Nach Art 133 Abs 4 B-VG ist gegen ein Erkenntnis des Verwaltungsgerichtes die Revision zulässig, wenn sie von der Lösung einer Rechtsfrage abhängt, der grundsätzliche Bedeutung zukommt, insbesondere weil das Erkenntnis von der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes abweicht, eine solche Rechtsprechung fehlt oder die zu lösende Rechtsfrage in der bisherigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes nicht einheitlich beantwortet wird. Ist die Rechtslage eindeutig, liegt keine die Zulässigkeit einer Revision begründende Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung vor (vgl. jüngst VwGH 28.02.2018, Ro 2017/04/0120). Nach Artikel 133, Absatz 4, B-VG ist gegen ein

Erkenntnis des Verwaltungsgerichtes die Revision zulässig, wenn sie von der Lösung einer Rechtsfrage abhängt, der grundsätzliche Bedeutung zukommt, insbesondere weil das Erkenntnis von der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes abweicht, eine solche Rechtsprechung fehlt oder die zu lösende Rechtsfrage in der bisherigen Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes nicht einheitlich beantwortet wird. Ist die Rechtslage eindeutig, liegt keine die Zulässigkeit einer Revision begründende Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung vor (vergleiche jüngst VwGH 28.02.2018, Ro 2017/04/0120).

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

Schlagworte

Beschwerdelegitimation, Beschwerderecht, contrarius actus,
Dienstleistungen, Entgeltlichkeit, Informationsinteresse,
Irreführung, mündliche Verhandlung, objektiver Maßstab,
Rechtsaufsicht, Schleichwerbung, Sponsoring, Verhältnismäßigkeit,
Verkehrs(ge)brauch, Veröffentlichungspflicht, Werbung

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:BVWG:2019:W120.2179674.1.00

Zuletzt aktualisiert am

30.10.2019

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

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at