jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

TE Bvwg Erkenntnis 2026/7/27 W179 2294815-1

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 27.07.2026

Entscheidungsdatum

27.07.2026

Norm

B-VG Art133 Abs4
KOG §2 Abs1 Z9
KOG §36
ORF-G §1a Z10
ORF-G §1a Z6
ORF-G §1a Z7
ORF-G §1a Z8
ORF-G §13 Abs1
ORF-G §13 Abs3
ORF-G §14 Abs1
ORF-G §14 Abs9
ORF-G §16 Abs1
ORF-G §16 Abs5 Z3
ORF-G §17
ORF-G §35
ORF-G §36 Abs1 Z1 litb
ORF-G §36 Abs4
ORF-G §37 Abs1
ORF-G §37 Abs4
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 24.05.2018zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 138/2017
3. B-VG Art. 133 gültig ab 01.01.2019zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 22/2018
4. B-VG Art. 133 gültig von 25.05.2018 bis 31.12.2018zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 22/2018
5. B-VG Art. 133 gültig von 01.08.2014 bis 24.05.2018zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 164/2013
6. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2014 bis 31.07.2014zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 51/2012
7. B-VG Art. 133 gültig von 01.01.2004 bis 31.12.2013zuletzt 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 StGBl. Nr. 4/1945
11. B-VG Art. 133 gültig von 03.01.1930 bis 30.06.1934

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

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

1. 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 § 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 § 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 § 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 § 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 § 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 § 14 heute
2. ORF-G § 14 gültig ab 01.01.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 58/2025
3. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2024 bis 31.12.2025 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
4. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
5. ORF-G § 14 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
6. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2006 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 159/2005
7. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2002 bis 31.12.2005 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
8. ORF-G § 14 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

1. ORF-G § 14 heute
2. ORF-G § 14 gültig ab 01.01.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 58/2025
3. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2024 bis 31.12.2025 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
4. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
5. ORF-G § 14 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
6. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2006 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 159/2005
7. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2002 bis 31.12.2005 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
8. ORF-G § 14 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

1. ORF-G § 16 heute
2. ORF-G § 16 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. ORF-G § 16 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 16 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
5. ORF-G § 16 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 32/2001
6. ORF-G § 16 gültig von 29.09.1984 bis 31.03.2001

1. ORF-G § 16 heute
2. ORF-G § 16 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. ORF-G § 16 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 16 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
5. ORF-G § 16 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 32/2001
6. ORF-G § 16 gültig von 29.09.1984 bis 31.03.2001

1. ORF-G § 17 heute
2. ORF-G § 17 gültig ab 01.08.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
3. ORF-G § 17 gültig von 01.10.2010 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 17 gültig von 01.01.2006 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 159/2005
5. ORF-G § 17 gültig von 01.01.2002 bis 31.12.2005 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
6. ORF-G § 17 gültig von 21.11.1986 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 612/1986
7. ORF-G § 17 gültig von 29.09.1984 bis 20.11.1986

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 § 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. 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

,

W179 2294815-1/5E
W179 2297227-1/5E
IM NAMEN DER REPUBLIK!W179 2294815-1/5E, W179 2297227-1/5E, IM NAMEN DER REPUBLIK!

Das Bundesverwaltungsgericht hat durch die Richter Mag. Eduard Hartwig PAULUS als Vorsitzenden sowie Mag. Florian KLICKA, BA als Beisitzer und Dr. Susanne PFANNER als Beisitzerin über die gemeinsam erhobene Beschwerde 1.) des XXXX , sowie 2.) des (vormaligen) XXXX , [nunmehr interimistisch: XXXX , gegen den Bescheid der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) vom XXXX , GZ XXXX , (ausschließlich) hinsichtlich seiner Spruchpunkte 2. und 3., betreffend Verstöße gegen das ORF-Gesetz, (mitbeteiligte Partei: XXXX), zu Recht erkannt:Das Bundesverwaltungsgericht hat durch die Richter Mag. Eduard Hartwig PAULUS als Vorsitzenden sowie Mag. Florian KLICKA, BA als Beisitzer und Dr. Susanne PFANNER als Beisitzerin über die gemeinsam erhobene Beschwerde 1.) des römisch 40 , sowie 2.) des (vormaligen) römisch 40 , [nunmehr

interimistisch: römisch 40 , gegen den Bescheid der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) vom römisch 40 , GZ römisch 40 , (ausschließlich) hinsichtlich seiner Spruchpunkte 2. und 3., betreffend Verstöße gegen das ORF-Gesetz, (mitbeteiligte Partei: römisch 40), zu Recht erkannt:

SPRUCH

A) Beschwerde:

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

B) Revision:

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

Text

Entscheidungsgründe:

I. Verfahrensgang:römisch eins. Verfahrensgang:

1. Vorauszuschicken ist: Ausgangspunkt für das vorliegende Verfahren sind drei Beiträge im Fernsehprogramm der erstbeschwerdeführenden Partei, die 1.) im Rahmen der Sendung XXXX im Programm XXXX , 2.) im Rahmen der Sendung XXXX im Programm XXXX sowie 3.) im Rahmen der Sendung XXXX im Programm XXXX ausgestrahlt wurden.1. Vorauszuschicken ist: Ausgangspunkt für das vorliegende Verfahren sind drei Beiträge im Fernsehprogramm der erstbeschwerdeführenden Partei, die 1.) im Rahmen der Sendung römisch 40 im Programm römisch 40 , 2.) im Rahmen der Sendung römisch 40 im Programm römisch 40 sowie 3.) im Rahmen der Sendung römisch 40 im Programm römisch 40 ausgestrahlt wurden.

Dagegen wurde mit Schreiben der mitbeteiligten Partei vom X X X X Popularbeschwerde an die Kommunikationsbehörde Austria (kurz: KommAustria; im Folgenden auch: belangte Behörde) erhoben. Diese wies die belangte Behörde mit dem vorliegenden Bescheid (siehe zu dessen vollständigen Spruch sogleich) hinsichtlich der behaupteten Verletzung von § 13 Abs 1, Abs 3 Z 3 und Z 6 ORF-G (untersagte kommerzielle Kommunikation) in den drei oben angeführten Sendungen ab (Spruchpunkt 1.), gab ihr hinsichtlich der behaupteten Verletzung von § 16 Abs 1 ORF-G (unzulässige Produktplatzierung) in der Sendung XXXX Folge (Spruchpunkt 2.), erkannte auf Veröffentlichung der Entscheidung bezogen auf Spruchpunkt 2. (Spruchpunkt 3.), und trug auf, einen Nachweis darüber zu erbringen (Spruchpunkt 4.). Die in weiterer Folge von den beschwerdeführenden Parteien vor dem Bundesverwaltungsgericht gemeinsam erhobene (Bescheid-)Beschwerde richtet sich ausschließlich gegen die behördlichen Spruchpunkt 2. und 3.Dagegen wurde mit Schreiben der mitbeteiligten Partei vom römisch 40 Popularbeschwerde an die Kommunikationsbehörde Austria (kurz: KommAustria; im Folgenden auch: belangte Behörde) erhoben. Diese wies die belangte Behörde mit dem vorliegenden Bescheid (siehe zu dessen vollständigen Spruch sogleich) hinsichtlich der behaupteten Verletzung von Paragraph 13, Absatz eins,, Absatz 3, Ziffer 3 und Ziffer 6, ORF-G (untersagte kommerzielle Kommunikation) in den drei oben angeführten Sendungen ab (Spruchpunkt 1.), gab ihr hinsichtlich der behaupteten Verletzung von Paragraph 16, Absatz eins, ORF-G (unzulässige Produktplatzierung) in der Sendung römisch 40 Folge (Spruchpunkt 2.), erkannte auf Veröffentlichung der Entscheidung bezogen auf Spruchpunkt 2. (Spruchpunkt 3.), und trug auf, einen Nachweis darüber zu erbringen (Spruchpunkt 4.). Die in weiterer Folge von den beschwerdeführenden Parteien vor dem Bundesverwaltungsgericht gemeinsam erhobene (Bescheid-)Beschwerde richtet sich ausschließlich gegen die behördlichen Spruchpunkt 2. und 3.

Soweit die Popularbeschwerde vom XXXX (auch) die Verletzung näher bezeichneter Bestimmungen der §§ 4 und 10 ORF-G moniert, war sie Gegenstand eines gesonderten Verfahrens vor der belangten Behörde, das dort zur Zahl XXXX geführt wurde und nun beim Bundesverwaltungsgericht unter der Zahl XXXX anhängig ist und gesondert entschieden werden wird.Soweit die Popularbeschwerde vom römisch 40 (auch) die Verletzung näher bezeichneter Bestimmungen der Paragraphen 4 und 10 ORF-G moniert, war sie Gegenstand eines gesonderten Verfahrens vor der belangten Behörde, das dort zur Zahl römisch 40 geführt wurde und nun beim Bundesverwaltungsgericht unter der Zahl römisch 40 anhängig ist und gesondert entschieden werden wird.

2. Mit dem hier verfahrensgegenständlichen Bescheid sprach die KommAustria Nachstehendes (wortwörtlich) aus:

„I. Spruch

1. Die Beschwerde von XXXX gegen XXXX wird, soweit diese Verletzungen der Bestimmungen gemäß § 13 Abs. 1, Abs. 3 Z 3 und 6 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 116/2023, behauptet, gemäß §§ 35, 36 Abs. 1 Z 1 lit. b iVm § 37 Abs. 1 ORF-G als unbegründet abgewiesen.1. Die Beschwerde von römisch 40 gegen römisch 40 wird, soweit diese Verletzungen der Bestimmungen gemäß Paragraph 13, Absatz eins,, Absatz 3, Ziffer 3 und 6 ORF-Gesetz (ORF-G), Bundesgesetzblatt Nr. 379 aus 1984, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 116 aus 2023,, behauptet, gemäß Paragraphen 35, 36, Absatz eins, Ziffer eins, Litera b, in Verbindung mit Paragraph 37, Absatz eins, ORF-G als unbegründet abgewiesen.

2. Der Beschwerde wird, soweit diese eine Verletzung der Bestimmung des § 16 Abs. 1 ORF-G behauptet, Folge gegeben und gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 6/2024, iVm mit §§ 35, 36 Abs. 1 Z 1 lit. b und 37 Abs. 1 ORF-G festgestellt, dass XXXX am XXXX im Fernsehprogramm XXXX die Bestimmung des § 16 Abs. 1 ORF-G dadurch verletzt hat, dass er mit der Sendung XXXX eine Nachrichtensendung ausgestrahlt hat, die aufgrund der in dieser XXXX erfolgten Darstellung eines XXXX der Marke XXXX Produktplatzierung enthalten hat.2. Der Beschwerde wird, soweit diese eine Verletzung der Bestimmung des Paragraph 16, Absatz eins, ORF-G behauptet, Folge gegeben und gemäß Paragraph 2, Absatz eins, Ziffer 9, KommAustria-Gesetz (KOG), Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 32 aus 2001, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 6 aus 2024,, in Verbindung mit mit Paragraphen 35, 36, Absatz eins, Ziffer eins, Litera b und 37 Absatz eins, ORF-G festgestellt, dass römisch 40 am römisch 40 im Fernsehprogramm römisch 40 die Bestimmung des Paragraph 16, Absatz eins, ORF-G dadurch verletzt hat, dass er mit der Sendung römisch 40 eine Nachrichtensendung ausgestrahlt hat, die aufgrund der in dieser römisch 40 erfolgten Darstellung eines römisch 40 der Marke römisch 40 Produktplatzierung enthalten hat.

3. Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. XXXX wird aufgetragen, den Spruchpunkt 2. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm XXXX an einem Werktag (Montag bis Freitag) im Rahmen XXXX durch Verlesung und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen: 3. Die KommAustria erkennt gemäß Paragraph 37, Absatz 4, ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. römisch 40 wird aufgetragen, den Spruchpunkt 2. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung im Fernsehprogramm römisch 40 an einem Werktag (Montag bis Freitag) im Rahmen römisch 40 durch Verlesung und Einblendung des Textes im Bild zu veröffentlichen:

„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über XXXX Folgendes festgestellt:„Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über römisch 40 Folgendes festgestellt:

A m X X X X wurde im Fernsehprogramm X X X X die Nachrichtensendung X X X X ausgestrahlt, die Produktplatzierung enthalten hat. Dadurch wurde gegen die Bestimmung des ORF-Gesetzes, wonach Produktplatzierung in Nachrichtensendungen unzulässig ist, verstoßen.“A m römisch 40 wurde im Fernsehprogramm römisch 40 die Nachrichtensendung römisch 40 ausgestrahlt, die Produktplatzierung enthalten hat. Dadurch wurde gegen die Bestimmung des ORF-Gesetzes, wonach Produktplatzierung in Nachrichtensendungen unzulässig ist, verstoßen.“

Darüber hinaus hat er die diese Veröffentlichung enthaltende Sendung für sieben Tage nach Ausstrahlung unter XXXX zum Abruf bereit zu halten.Darüber hinaus hat er die diese Veröffentlichung enthaltende Sendung für sieben Tage nach Ausstrahlung unter römisch 40 zum Abruf bereit zu halten.

4. XXXX wird gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.“ 4. römisch 40 wird gemäß Paragraph 36, Absatz 4, ORF-G aufgetragen, binnen weiterer zwei Wochen der KommAustria einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln.“

3. Gegen diesen Bescheid wendet sich die 1.) XXXX sowie 2.) XXXX gemeinsam erhobene (Bescheid-)Beschwerde – wobei ausschließlich die Spruchpunkte 2. und 3. angefochten werden (der Spruchpunkt 4.

[Nachweis der erfolgten Veröffentlichung] wird hingegen nicht angefochten) – und macht Rechtswidrigkeit des Inhaltes geltend; dies mit dem Antrag3. Gegen diesen Bescheid wendet sich die 1.) römisch 40 sowie 2.) römisch 40 gemeinsam erhobene (Bescheid-)Beschwerde – wobei ausschließlich die Spruchpunkte 2. und 3. angefochten werden (der Spruchpunkt 4. [Nachweis der erfolgten Veröffentlichung] wird hingegen nicht angefochten) – und macht Rechtswidrigkeit des Inhaltes geltend; dies mit dem Antrag

„das BVwG möge den angefochtenen Bescheid XXXX aufheben bzw. abändern“. „das BVwG möge den angefochtenen Bescheid römisch 40 aufheben bzw. abändern“.

Eine mündliche Verhandlung wird nicht beantragt.

Begründend wird in der (Bescheid-)Beschwerde im Wesentlichen ausgeführt, das Zeigen des verfahrensgegenständlichen Geräts habe allein der wirklichkeitstreuen Darstellung der Pressekonferenz und gleichzeitig der Betonung des im Beitrag behandelten Themas gedient, sei daher ausschließlich redaktionellen Zwecken geschuldet gewesen, habe keinen kommerziellen Hintergrund gehabt und sei auch nicht gegen Entgelt erfolgt. Die Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes zu Sponsorhinweise (VwGH 26.02.2026, Ra 2015/03/0087) sei auf den vorliegenden Sachverhalt umzulegen.

4. Die belangte Behörde legt den Verwaltungsakt vor, verzichtet auf eine Beschwerdevorentscheidung sowie auf die Durchführung einer mündlichen Verhandlung und beantragt, die (Bescheid-)Beschwerde abzuweisen.

5. Im Nachgang der hg Beschwerdemitteilung an die mitbeteiligte Partei samt Einräumung der Möglichkeit, eine Beschwerdeverhandlung zu beantragen, stellt diese folgenden (wortwörtlichen) Antrag:

„das Verfahren über die Beschwerde XXXX , eingebracht gegen den Bescheid der KommAustria vom XXXX , erhalten am XXXX , ohne weiteren Aufschub gesetzmäßig und mündlich durchzuführen“. [Fettdruck BVwG]„das Verfahren über die Beschwerde römisch 40 , eingebracht gegen den Bescheid der KommAustria vom römisch 40 , erhalten am römisch 40 , ohne weiteren Aufschub gesetzmäßig und mündlich durchzuführen“. [Fettdruck BVwG]

Der Betreff dieses Antragsschreibens lautet: „Antrag auf Abhaltung einer mündlichen Verhandlung betreffend die Beschwerde XXXX vom XXXX gegen den Bescheid der KommAustria vom XXXX GZ XXXX “.Der Betreff dieses Antragsschreibens lautet: „Antrag auf Abhaltung einer mündlichen Verhandlung betreffend die Beschwerde römisch 40 vom römisch 40 gegen den Bescheid der KommAustria vom römisch 40 GZ römisch 40 “.

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

1. Feststellungen (Sachverhalt):

1. Aufgrund des von der belangten Behörde durchgeführten und vom Bundesverwaltungsgericht nachgeprüften Ermittlungsverfahrens wird – wie schon durch die belangte Behörde – folgender (vorliegend) entscheidungswesentlicher – und von den beiden beschwerdeführenden Parteien unbestritten gebliebener – Sachverhalt festgestellt:

„2. Sachverhalt

Auf Grund des durchgeführten Ermittlungsverfahrens steht folgender entscheidungswesentlicher Sachverhalt fest:

2.1. Zur Rundfunkteilnehmereigenschaft des Beschwerdeführers und dessen Unterstützern

Der Beschwerdeführer entrichtet die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen.

Von den vorgelegten XXXX Unterschriften war in drei Fällen keine Zuordnung möglich. Von den verbleibenden XXXX Unterschriften sind XXXX von Personen geleistet worden, die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen entrichten. XXXX Unterschriften sind von Personen geleistet worden, die von der Entrichtung der Rundfunkgebühren befreit sind. XXXX Unterschriften sind von Personen geleistet worden, die Rundfunkgebühren für Radioempfangseinrichtungen entrichten, XXXX betrifft eine Meldung einer Firma, die Rundfunkgebühren für Radioempfangsanlagen entrichtet. XXXX Unterschriften stammen von Personen, die selbst keine Rundfunkgebühren entrichten, aber mit einer die Rundfunkgebühren

entrichtenden oder von dieser befreiten Person im gemeinsamen Haushalt wohnen.Von den vorgelegten römisch 40 Unterschriften war in drei Fällen keine Zuordnung möglich. Von den verbleibenden römisch 40 Unterschriften sind römisch 40 von Personen geleistet worden, die Rundfunkgebühren für Radio- und Fernsehempfangsanlagen entrichten. römisch 40 Unterschriften sind von Personen geleistet worden, die von der Entrichtung der Rundfunkgebühren befreit sind. römisch 40 Unterschriften sind von Personen geleistet worden, die Rundfunkgebühren für Radioempfangseinrichtungen entrichten, römisch 40 betrifft eine Meldung einer Firma, die Rundfunkgebühren für Radioempfangsanlagen entrichtet. römisch 40 Unterschriften stammen von Personen, die selbst keine Rundfunkgebühren entrichten, aber mit einer die Rundfunkgebühren entrichtenden oder von dieser befreiten Person im gemeinsamen Haushalt wohnen.

2.2. Beschwerdegegner

Der Beschwerdegegner ist gemäß § 1 Abs. 1 iVm Abs. 2 ORF-G eine XXXX mit Rechtspersönlichkeit und Sitz in XXXX , deren Zweck die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags gemäß den §§ 3 bis 5 ORF-G darstellt.Der Beschwerdegegner ist gemäß Paragraph eins, Absatz eins, in Verbindung mit Absatz 2, ORF-G eine römisch 40 mit Rechtspersönlichkeit und Sitz in römisch 40 , deren Zweck die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags gemäß den Paragraphen 3 bis 5 ORF-G darstellt.

2.3. Verfahrensgegenständliche Sendungen

2.3.1. Sendung XXXX 2.3.1. Sendung römisch 40

Am XXXX wird im Fernsehprogramm XXXX XXXX um XXXX die Sendung XXXX ausgestrahlt.Am römisch 40 wird im Fernsehprogramm römisch 40 römisch 40 um römisch 40 die Sendung römisch 40 ausgestrahlt.

XXXX Neben den angekündigten Beiträgen enthält die Sendung auch einen über die vorzeitige Auflösung der XXXX sowie den beschwerde-gegenständlichen Beitrag XXXX . römisch 40 Neben den angekündigten Beiträgen enthält die Sendung auch einen über die vorzeitige Auflösung der römisch 40 sowie den beschwerde-gegenständlichen Beitrag römisch 40 .

Die Moderatorin der Sendung, XXXX , moderiert diesen Beitrag aus dem Studio wie folgt an: XXXX Die Moderatorin der Sendung, römisch 40 , moderiert diesen Beitrag aus dem Studio wie folgt an: römisch 40

Zu Beginn dieses Beitrags ist ein XXXX zu sehen, dessen Marke XXXX um XXXX Uhr für XXXX erkennbar ist. Zu Beginn dieses Beitrags ist ein römisch 40 zu sehen, dessen Marke römisch 40 um römisch 40 Uhr für römisch 40 erkennbar ist.

Daran anschließend ist um XXXX Uhr, während ein Sprecher aus dem Off die Inhalte der Pressekonferenz XXXX zusammenfasst, in der Bildmitte ein XXXX der Marke XXXX zu sehen. Dieses ist vor den Tischen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Pressekonferenz platziert (siehe Abbildung 1). Daran anschließend ist um römisch 40 Uhr, während ein Sprecher aus dem Off die Inhalte der Pressekonferenz römisch 40 zusammenfasst, in der Bildmitte ein römisch 40 der Marke römisch 40 zu sehen. Dieses ist vor den Tischen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Pressekonferenz platziert (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: XXXX Abbildung 1: römisch 40

Danach wird sukzessive aus dem Bild herausgezoomt, so dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Pressekonferenz ins Bild kommen (siehe Abbildung 2).

Abbildung 2: XXXX Abbildung 2: römisch 40

Abbildung 3: XXXX Abbildung 3: römisch 40

Die Darstellung dieses XXXX einschließlich XXXX dauert bis XXXX Uhr und damit XXXX .Die Darstellung dieses römisch 40 einschließlich römisch 40 dauert bis römisch 40 Uhr und damit römisch 40 .

Währenddessen führt der Sprecher aus dem Off aus: XXXX Währenddessen führt der Sprecher aus dem Off aus: römisch 40

Anschließend führt XXXX , als Teilnehmerin an der Pressekonferenz aus: XXXX Anschließend führt römisch 40 , als Teilnehmerin an der Pressekonferenz aus: römisch 40

Der Sprecher aus dem Off setzt fort: XXXX Der Sprecher aus dem Off setzt fort: römisch 40

Während dieser Überleitung ist um XXXX Uhr für XXXX erneut die Marke XXXX auf einem Gerät, das gerade eingeschaltet wird, zu erkennen (siehe Abbildung 4). Während dieser Überleitung ist um römisch 40 Uhr für römisch 40 erneut die Marke römisch 40 auf einem Gerät, das gerade eingeschaltet wird, zu erkennen (siehe Abbildung 4).

Abbildung 4: XXXX Abbildung 4: römisch 40

XXXX römisch 40

Um XXXX Uhr wird wiederum Bildmaterial von der Pressekonferenz XXXX eingespielt. Dabei ist erneut für XXXX vor dem Tisch mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der Pressekonferenz das XXXX der Marke XXXX zu erkennen (vgl. Abbildung 3). Ein XXXX oder XXXX erfolgt hier nicht. Um römisch 40 Uhr wird wiederum Bildmaterial von der Pressekonferenz römisch 40 eingespielt. Dabei ist erneut für römisch 40 vor dem Tisch mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der Pressekonferenz das römisch 40 der Marke römisch 40 zu erkennen vergleiche Abbildung 3). Ein römisch 40 oder römisch 40 erfolgt hier nicht.

XXXX ist während dieses Beitrags auf dem Podium zu erkennen (vgl. wiederum Abbildung 3). Er wird in dem Beitrag weder vorgestellt noch wird eine Wortmeldung von ihm wiedergegeben.“ römisch 40 ist während dieses Beitrags auf dem Podium zu erkennen vergleiche wiederum Abbildung 3). Er wird in dem Beitrag weder vorgestellt noch wird eine Wortmeldung von ihm wiedergegeben.“

2. Beweiswürdigung:

1. Die erhobene Beschwerde rügt ausschließlich die behördliche rechtliche Würdigung zu den Spruchpunkten 2. und 3., bekämpft allerdings nicht (substantiiert) die von der belangten Behörde diesbezüglich getroffenen Feststellungen; ebenso wenig bestreiten die beschwerdeführenden Parteien die zugehörige behördliche Beweiswürdigung, weshalb der im bekämpften Bescheid für die angefochtenen Spruchpunkte festgestellte und vom Bundesverwaltungsgericht überprüfte und für zutreffend befundene Sachverhalt auch dieser Entscheidung als entscheidungswesentlich zu Grunde gelegt werden kann.

2. Im Übrigen bestreitet auch die mitbeteiligte Partei den Sachverhalt, der den angefochtenen Spruchpunkten und in weiterer Folge der vorliegenden Entscheidung zugrunde liegt, nicht.

3. Rechtliche Beurteilung:

1. Das gemeinsam erhobene Rechtsmittel der beschwerdeführenden Parteien wurde rechtzeitig erhoben und ist zulässig.

2. Gemäß § 6 BVwGG iVm § 36 KommAustria-Gesetz (KOG) entscheidet das Bundesverwaltungsgericht über Beschwerden in jenen Fällen, in denen die KommAustria belangte Behörde ist (§ 9 Abs 2 VwGVG), durch Senat. Im gegenständlichen Fall richtet sich die Beschwerde der beschwerdeführenden Parteien gegen einen Bescheid der KommAustria, die auch belangte Behörde im vorgenannten Sinne ist. Somit liegt Senatszuständigkeit vor. 2. Gemäß Paragraph 6, BVwGG in Verbindung mit Paragraph 36, KommAustria-Gesetz (KOG) entscheidet das Bundesverwaltungsgericht über Beschwerden in jenen Fällen, in denen die KommAustria belangte Behörde ist (Paragraph 9, Absatz 2, VwGVG), durch Senat. Im gegenständlichen Fall richtet sich die Beschwerde der beschwerdeführenden Parteien gegen einen Bescheid der KommAustria, die auch belangte Behörde im vorgenannten Sinne ist. Somit liegt Senatszuständigkeit vor.

3.1. Anzuwendendes Recht:

3. Aus § 37 Abs 1 und Abs 2 ORF-G ergibt sich, dass die Feststellung einer Rechtsverletzung nach dem ORF-G eine zeitraumbezogene Entscheidung ist (vgl VwGH 07.06.2022, Ro 2022/03/0038).3. Aus Paragraph 37, Absatz eins und Absatz 2, ORF-G ergibt sich, dass die Feststellung einer Rechtsverletzung nach dem ORF-G eine zeitraumbezogene Entscheidung ist vergleiche VwGH 07.06.2022, Ro 2022/03/0038).

4. Die im vorliegenden Fall relevanten Bestimmungen des Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-Gesetz, ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr 116/2023, lauten wortwörtlich (auszugsweise) wie folgt:4. Die im vorliegenden Fall relevanten Bestimmungen des Bundesgesetz über den Österreichischen

Rundfunk (ORF-Gesetz, ORF-G), Bundesgesetzblatt Nr. 379 aus 1984, in der Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr 116 aus 2023,, lauten wortwörtlich (auszugsweise) wie folgt:

„Begriffsbestimmungen

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnetParagraph eins a, Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

[…]

6. ‚Kommerzielle Kommunikation' jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee

dient und einer Sendung oder einem Angebot gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 8;dient und einer Sendung oder einem Angebot gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der Litera a, als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Ziffer 8,;

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;

8. ‚Fernseh- oder Hörfunkwerbung (Werbung)'

a) jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern oder

b) jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gesendet wird;

[…]

10. ‚Produktplatzierung' jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (§ 2 Z 26b AMD-G) erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind;10. ‚Produktplatzierung' jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (Paragraph 2, Ziffer 26 b, AMD-G) erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind;

[…].

Kommerzielle Kommunikation

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.

[…]

(3) Kommerzielle Kommunikation darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,

2. Diskriminierungen nach Rasse oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder Glauben oder Staatsangehörigkeit oder sexueller Ausrichtung enthalten,

3. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden,

4. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden,

5. rechtswidrige Praktiken fördern,

6. irreführen und den Interessen der Verbraucher schaden oder

7. die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigen.

[…].

Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten

§ 14. (1) Werbung muss leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Sie ist durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.Paragraph 14, (1) Werbung muss leicht als solche erkennbar und somit vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Sie ist durch optische, akustische oder räumliche Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.

[…]

(9) Auf Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken im Programm- und Online-Angebot finden die Bestimmungen der § 13 Abs. 1, 3 und 9 sowie des § 14 Abs. 1 und Abs. 3 erster Satz sinngemäß Anwendung.(9) Auf Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken im Programm- und Online-Angebot finden die Bestimmungen der Paragraph 13, Absatz eins, 3 und 9 sowie des Paragraph 14, Absatz eins und Absatz 3, erster Satz sinngemäß Anwendung.

[…].

Produktplatzierung

§ 16. (1) Produktplatzierung (§ 1a Abs. 1 Z 10) ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig. Paragraph 16, (1) Produktplatzierung (Paragraph eins a, Absatz eins, Ziffer 10,) ist vorbehaltlich der Regelungen der Absatz 2 und 3 unzulässig.

(2) Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung. Diese Ausnahme gilt nicht für Nachrichtensendungen sowie Sendungen zur politischen Information.(2) Nicht unter das Verbot des Absatz eins, fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung. Diese Ausnahme gilt nicht für Nachrichtensendungen sowie Sendungen zur politischen Information.

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen Verbrauchersendungen. Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten.(3) Ausgenommen vom Verbot des Absatz eins, sind

Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen Verbrauchersendungen. Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten.

(4) […]

(5) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, haben folgenden Anforderungen zu genügen:

1. Ihr Inhalt oder ihre Platzierung darf keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit beeinträchtigt wird.

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

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

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie im Falle von Unterbrechungen gemäß § 15 bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie im Falle von Unterbrechungen gemäß Paragraph 15, bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Konsumenten zu verhindern.

(6) Abs. 5 Z 4 kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Österreichischen Rundfunk selbst oder von einem mit dem Österreichischen Rundfunk verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und diese keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatten.(6) Absatz 5, Ziffer 4, kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Österreichischen Rundfunk selbst oder von einem mit dem Österreichischen Rundfunk verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und diese keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatten.

Sponsoring

§ 17. (1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:Paragraph 17, (1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernseh- oder Hörfunkprogrammen ihr Programmplatz dürfen vom Sponsor auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.

2. Sie sind durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen (Sponsorhinweise). Sponsorhinweise während einer Sendung sind unzulässig. Das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung gilt nicht für die Einblendung von Hinweisen während der Übertragung von Veranstaltungen sowie während deren Wiederholung oder zeitversetzter Ausstrahlung, sofern der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise haben und hierfür weder unmittelbar noch mittelbar ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten.

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

(2) Sponsoring von natürlichen oder juristischen Personen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen, für die kommerzielle Kommunikation gemäß § 13 oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist, ist untersagt. Beim Sponsoring durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht jedoch auf bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.(2) Sponsoring von natürlichen oder juristischen Personen, deren Haupttätigkeit

die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen, für die kommerzielle Kommunikation gemäß Paragraph 13, oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist, ist untersagt. Beim Sponsoring durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht jedoch auf bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.

(3) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht im Sinne von Abs. 1 finanziell unterstützt werden.(3) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht im Sinne von Absatz eins, finanziell unterstützt werden.

(4) Auf Sponsorhinweise zugunsten von Medieninhabern periodischer Druckwerke findet § 14 Abs. 8 sinngemäß Anwendung.(4) Auf Sponsorhinweise zugunsten von Medieninhabern periodischer Druckwerke findet Paragraph 14, Absatz 8, sinngemäß Anwendung.

(5) Sofern es sich bei einer gesponserten Sendung nicht um eine solche zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handelt, sind Sponsorhinweise – mit Ausnahme der in Abs. 1 Z 2 letzter Satz beschriebenen Hinweise – in die in § 14 geregelte Werbezeit einzurechnen. Die einzurechnende Dauer der Sponsorhinweise regionaler Sendungen im Fernsehen bestimmt sich nach dem Verhältnis des durch die regionale Sendung technisch erreichten Bevölkerungsanteils zur Gesamtbevölkerung Österreichs.(5) Sofern es sich bei einer gesponserten Sendung nicht um eine solche zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handelt, sind Sponsorhinweise – mit Ausnahme der in Absatz eins, Ziffer 2, letzter Satz beschriebenen Hinweise – in die in Paragraph 14, geregelte Werbezeit einzurechnen. Die einzurechnende Dauer der Sponsorhinweise regionaler Sendungen im Fernsehen bestimmt sich nach dem Verhältnis des durch die regionale Sendung technisch erreichten Bevölkerungsanteils zur Gesamtbevölkerung Österreichs.

(6) Die Gestaltung von Sendungen oder Sendungsteilen nach thematischen Vorgaben Dritter gegen Entgelt ist unzulässig. Die Ausstrahlung einer Sendung darf nicht von der Bedingung abhängig gemacht werden, dass ein Beitrag zur Finanzierung der Sendung geleistet wird.

[…].

Rechtsaufsicht

§ 36. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet neben den anderen in diesem Bundesgesetz und im KommAustria-Gesetz genannten Fällen – soweit dafür nicht eine andere Verwaltungsbehörde oder ein Gericht zuständig ist – über die Verletzung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes mit Ausnahme der Bestimmungen des 5a. Abschnittes oder über die Verletzung des Umfangs eines Angebotskonzepts einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilten AuflagenParagraph 36, (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet neben den anderen in diesem Bundesgesetz und im KommAustria-Gesetz genannten Fällen – soweit dafür nicht eine andere Verwaltungsbehörde oder ein Gericht zuständig ist – über die Verletzung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes mit Ausnahme der Bestimmungen des 5a. Abschnittes oder über die Verletzung des Umfangs eines Angebotskonzepts einschließlich allfälliger nach Paragraph 6 b, Absatz 2, erteilten Auflagen

1. auf Grund von Beschwerden

a. […]

b. eines die Rundfunkgebühr entrichtenden oder von dieser befreiten Rundfunkteilnehmers im Sinne des Rundfunkgebührengesetzes, 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 sowie

c. […]

2. bis 3. […]

(2) Die Unterstützung einer Beschwerde gemäß Abs. 1 Z 1 lit. b ist durch eine Unterschriftenliste

nachzuweisen, aus der die Identität der Personen, die die Beschwerde unterstützen, festgestellt werden kann.(2) Die Unterstützung einer Beschwerde gemäß Absatz eins, Ziffer eins, Litera b, ist durch eine Unterschriftenliste nachzuweisen, aus der die Identität der Personen, die die Beschwerde unterstützen, festgestellt werden kann.

(3) Beschwerden sind innerhalb von sechs Wochen, Anträge sind innerhalb von sechs Monaten, gerechnet vom Zeitpunkt der behaupteten Verletzung dieses Bundesgesetzes, einzubringen. Offensichtlich unbegründete Beschwerden und Anträge sind ohne weiteres Verfahren zurückzuweisen.

(4) […]

Entscheidung

§ 37. (1) Die Entscheidung der Regulierungsbehörde besteht in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.Paragraph 37, (1) Die Entscheidung der Regulierungsbehörde besteht in der Feststellung, ob und durch welchen Sachverhalt eine Bestimmung dieses Bundesgesetzes verletzt worden ist.

(2) bis 3. […]

(4) Die Regulierungsbehörde kann auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung erkennen und dem Österreichischen Rundfunk oder einer Tochtergesellschaft auftragen, wann, in welcher Form und in welchem Programm oder in welchem Online-Angebot diese Veröffentlichung zu erfolgen hat.“

3.2. Zu Spruchpunkt A) Beschwerde:

3.2.1. Rechtlicher Rahmen:

5. Gemäß § 1a Z 10 ist Produktplatzierung „jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (§ 2 Z 26b AMD-G) erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind“ (vgl die nahezu idente Definition in § 2 Z 27 AMD-G sowie die Definition in Art 1 Buchst m AVMD-RL)5. Gemäß Paragraph eins a, Ziffer 10, ist Produktplatzierung „jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (Paragraph 2, Ziffer 26 b, AMD-G) erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind“ vergleiche die nahezu idente Definition in Paragraph 2, Ziffer 27, AMD-G sowie die Definition in Artikel eins, Buchst m AVMD-RL).

§ 1a Z 6 ORF-G definiert „kommerzielle Kommunikation“ im Wesentlichen als „jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder b) der Unterstützung einer Sache oder Idee dient und einer Sendung […] gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung […]“. Paragraph eins a, Ziffer 6, ORF-G definiert „kommerzielle Kommunikation“ im Wesentlichen als „jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder b) der Unterstützung einer Sache oder Idee dient und einer Sendung […] gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der Litera a, als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung […]“.

6. Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes soll bei Produktplatzierung letztlich der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw eines Unternehmens gefördert werden, wobei es um deren werbewirksame Platzierung (Zurschaustellung) in einer Sendung geht; ein Zurschaustellen erfolgt erst dann

werbewirksam, wenn dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Konsumenten eines Fernsehprogramms das zur Schau gestellte Produkt als Marke bekannt ist (VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019; vgl zur erforderlichen Darstellung eines Markenproduktes bzw einer Markendienstleistung auch: Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze4 [2018] Seite 446). 6. Nach der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes soll bei Produktplatzierung letztlich der Name, die Marke, die Leistung, die Waren usw eines Unternehmens gefördert werden, wobei es um deren werbewirksame Platzierung (Zurschaustellung) in einer Sendung geht; ein Zurschaustellen erfolgt erst dann werbewirksam, wenn dem durchschnittlichen informierten und aufmerksamen Konsumenten eines Fernsehprogramms das zur Schau gestellte Produkt als Marke bekannt ist (VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019; vergleiche zur erforderlichen Darstellung eines Markenproduktes bzw einer Markendienstleistung auch: Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze4 [2018] Seite 446).

Nach § 1a Z 10 Satz 1 ORF-G setzt der dort genannte Fall der Produktplatzierung (anders als der in Satz 2 geschilderte Fall) ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung voraus. Wesentlich dabei ist, dass in diesem Zusammenhang ein objektiver Maßstab anzulegen ist: Entscheidend ist demnach nicht die tatsächliche Vereinbarung eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung, sondern ob für die konkret zu beurteilende Ausstrahlung (Äußerung, Erwähnung oder Darstellung) nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Beitrag zur Finanzierung zu leisten wäre (VwGH 21.06.2021, Ra 2020/03/0109 mHa VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114; Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze4 [2018] Seite 20 mwN).Nach Paragraph eins a, Ziffer 10, Satz 1 ORF-G setzt der dort genannte Fall der Produktplatzierung (anders als der in Satz 2 geschilderte Fall) ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung voraus. Wesentlich dabei ist, dass in diesem Zusammenhang ein objektiver Maßstab anzulegen ist: Entscheidend ist demnach nicht die tatsächliche Vereinbarung eines Entgelts oder einer sonstigen Gegenleistung, sondern ob für die konkret zu beurteilende Ausstrahlung (Äußerung, Erwähnung oder Darstellung) nach dem üblichen Verkehrsgebrauch ein Beitrag zur Finanzierung zu leisten wäre (VwGH 21.06.2021, Ra 2020/03/0109 mHa VwGH 27.01.2006, 2004/04/0114; Kogler/Traimer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze4 [2018] Seite 20 mwN).

7. Zur Einordnung der Produktplatzierung zwischen Sponsoring einerseits und (Schleich-) Werbung andererseits wird in den Erläuterungen zur RV 611 BlgNr, XXIV. GP (zu § 16 ORF-G) ausgeführt: „Für das Vorliegen von Produktplatzierung ist im Sinne der bestehenden Rechtsprechung der Regulierungsbehörden und des Verwaltungsgerichtshofes eine Mindesterkennbarkeit des Produktes zu verlangen, andernfalls keine Produktplatzierung vorliegt (arg. „erscheinen“) und gegebenenfalls die Regelungen zum Sponsoring zur Anwendung kommen. Überschreitet die Darstellung die Grenze hin zu einer objektiven Absatzförderungseignung, etwa durch übermäßiges Hervorheben der Produkteigenschaften oder qualitativ-wertende Aussagen, kommen die Bestimmungen zur Werbung, allenfalls bei Vorliegen einer Irreführungseignung jene zur Schleichwerbung zur Anwendung. Die Definition erfasst auch Produktplatzierungen bei denen das Entgelt oder die sonstige Gegenleistung nicht dem Mediendiensteanbieter zu Gute gekommen ist.“7. Zur Einordnung der Produktplatzierung zwischen Sponsoring einerseits und (Schleich-) Werbung andererseits wird in den Erläuterungen zur Regierungsvorlage 611 BlgNr, römisch 24 . Gesetzgebungsperiode (zu Paragraph 16, ORF-G) ausgeführt: „Für das Vorliegen von Produktplatzierung ist im Sinne der bestehenden Rechtsprechung der Regulierungsbehörden und des Verwaltungsgerichtshofes eine Mindesterkennbarkeit des Produktes zu verlangen, andernfalls keine Produktplatzierung vorliegt (arg. „erscheinen“) und gegebenenfalls die Regelungen zum Sponsoring zur Anwendung kommen. Überschreitet die Darstellung die Grenze hin zu einer objektiven Absatzförderungseignung, etwa durch übermäßiges Hervorheben der Produkteigenschaften oder qualitativ-wertende Aussagen, kommen die Bestimmungen zur Werbung, allenfalls bei Vorliegen einer Irreführungseignung jene zur Schleichwerbung zur Anwendung. Die Definition erfasst auch Produktplatzierungen bei denen das Entgelt oder die sonstige Gegenleistung nicht dem Mediendiensteanbieter zu Gute gekommen ist.“

Vgl dazu auch VwGH 28.02.2014, 2012/03/0019: „Die Einordnung der Produktplatzierung als eine Form der kommerziellen Kommunikation zeigt, dass auch der Produktplatzierung die Absicht der Absatzförderung

immanent ist. Insofern besteht zwischen Werbung und Produktplatzierung kein Unterschied; auch die Schleichwerbung setzt derartige (werbliche) Absichten voraus, legt sie aber im Unterschied zur Werbung und Produktplatzierung nicht offen und kann dadurch in die Irre führen."

8. Gemäß § 16 Abs 1 ORF-G sind Produktplatzierungen grundsätzlich unzulässig. Nicht unter das Verbot des Abs 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, wobei diese Ausnahme nicht für Nachrichtensendungen sowie Sendungen zur politischen Information gilt (Abs 2 leg cit). Weiters sind vom Verbot des Abs 1 ausgenommen: Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, wobei diese Ausnahme nicht für Kindersendungen oder Verbrauchersendungen gilt. Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten (Abs 3 leg cit).8. Gemäß Paragraph 16, Absatz eins, ORF-G sind Produktplatzierungen grundsätzlich unzulässig. Nicht unter das Verbot des Absatz eins, fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, wobei diese Ausnahme nicht für Nachrichtensendungen sowie Sendungen zur politischen Information gilt (Absatz 2, leg cit). Weiters sind vom Verbot des Absatz eins, ausgenommen: Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung, wobei diese Ausnahme nicht für Kindersendungen oder Verbrauchersendungen gilt. Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten (Absatz 3, leg cit).

Eine Produktplatzierung muss – wenn sie ausnahmsweise zulässig sein soll – den in § 16 Abs 5 ORF-G normierten Anforderungen genügen, wozu insbesondere zählt, dass sie „das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen" darf (Abs 5 Z 3 leg cit).Eine Produktplatzierung muss – wenn sie ausnahmsweise zulässig sein soll – den in Paragraph 16, Absatz 5, ORF-G normierten Anforderungen genügen, wozu insbesondere zählt, dass sie „das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen" darf (Absatz 5, Ziffer 3, leg cit).

3.2.2. Zum angefochtenen Spruchpunkt 2. (Produktplatzierung):

9. Bei der inkriminierten Sendung XXXX handelt es sich – wie notorisch bekannt, und sich zudem aus Gestaltung und Inhalt der einzelnen Beiträge ergibt – unzweifelhaft um eine Nachrichtensendung (vgl die Definition in § 1a Z 5a ORF-G: „Sendung mit einzelnen Nachrichtenbeiträgen zur Berichterstattung über aktuelle politische, wirtschaftliche, soziale oder kulturelle Ereignisse"; die dahingehenden Ausführungen im gegenständlichen Bescheid [Seite 19] wurden im Übrigen auch nicht bekämpft). Daraus folgt, dass eine Produktplatzierung in diesem Format unzulässig ist, die Ausnahmen nach § 16 ORF-G Abs 2 (arg: „gilt nicht für Nachrichtensendungen") und Abs 3 (arg: „Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung") sind im gegenständlichen Fall nicht anwendbar.9. Bei der inkriminierten Sendung römisch 40 handelt es sich – wie notorisch bekannt, und sich zudem aus Gestaltung und Inhalt der einzelnen Beiträge ergibt – unzweifelhaft um eine Nachrichtensendung vergleiche die Definition in Paragraph eins a, Ziffer 5 a, ORF-G: „Sendung mit einzelnen Nachrichtenbeiträgen zur Berichterstattung über aktuelle politische, wirtschaftliche, soziale oder kulturelle Ereignisse"; die dahingehenden Ausführungen im gegenständlichen Bescheid [Seite 19] wurden im Übrigen auch nicht bekämpft). Daraus folgt, dass eine Produktplatzierung in diesem Format unzulässig ist, die Ausnahmen nach Paragraph 16, ORF-G Absatz 2, (arg: „gilt nicht für Nachrichtensendungen") und Absatz 3, (arg: „Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung") sind im gegenständlichen Fall nicht anwendbar.

10. Im inkriminierten Beitrag XXXX in der XXXX vom XXXX sind, wie festgestellt, an mehreren Stellen XXXX erkennbar: 1.) ab XXXX für XXXX ein Gerät der Marke XXXX ; 2.) ab XXXX für XXXX ein Gerät der Marke XXXX (während des Berichts von der Pressekonferenz XXXX), 3.) ab XXXX für XXXX wieder ein Gerät der Marke XXXX , und 4.) ab XXXX für XXXX wieder ein Gerät der Marke XXXX .10. Im inkriminierten Beitrag römisch 40 in der römisch 40 vom römisch 40 sind, wie festgestellt, an mehreren Stellen römisch 40 erkennbar: 1.) ab

römisch 40 für römisch 40 ein Gerät der Marke römisch 40 ; 2.) ab römisch 40 für römisch 40 ein Gerät der Marke römisch 40 (während des Berichts von der Pressekonferenz römisch 40), 3.) ab römisch 40 für römisch 40 wieder ein Gerät der Marke römisch 40 , und 4.) ab römisch 40 für römisch 40 wieder ein Gerät der Marke römisch 40 .

11. Die beschwerdeführenden Parteien machen im Rahmen der Beschwerde zunächst geltend, das Zeigen des Gerätes habe allein der wirklichkeitstreuen Darstellung der Pressekonferenz und gleichzeitig der Betonung des im Beitrag behandelten Themas gedient, sei daher ausschließlich redaktionellen Zwecken geschuldet gewesen und habe keinen kommerziellen Hintergrund gehabt.

11.1. Zunächst ist den beschwerdeführenden Parteien zuzustimmen, dass – wie sich auch aus den obigen Ausführungen ergibt – es sich einerseits nicht bei jeder Darstellung eines Produktes oder einer Dienstleistung in einer Sendung um eine Produktplatzierung iSd § 1a Z 10 ORF-G handelt, andererseits nicht jede Produktplatzierung gegen § 16 Abs 1 ORF-G verstößt (vgl abermals § 16 Abs 2 und Abs 3 ORF-G). Das Bundesverwaltungsgericht geht daher – in Übereinstimmung mit der belangten Behörde – davon aus, dass es sich bei den (jeweils sehr kurzen) Einblendungen 1.) ab XXXX , 2.) ab XXXX und 3.) ab XXXX um keine „werbewirksame Zurschaustellung“ eines Produktes iSd zuvor dargestellten Rechtsprechung des VwGH handelt und schon deshalb um keine unzulässige Produktplatzierung, sondern der Illustration des im Beitrag behandelten Themas dient. Dafür spricht insbesondere die kurze Dauer (jeweils XXXX) und die Art der Darstellung (keine Hervorhebung).11.1. Zunächst ist den beschwerdeführenden Parteien zuzustimmen, dass – wie sich auch aus den obigen Ausführungen ergibt – es sich einerseits nicht bei jeder Darstellung eines Produktes oder einer Dienstleistung in einer Sendung um eine Produktplatzierung iSd Paragraph eins a, Ziffer 10, ORF-G handelt, andererseits nicht jede Produktplatzierung gegen Paragraph 16, Absatz eins, ORF-G verstößt vergleiche abermals Paragraph 16, Absatz 2 und Absatz 3, ORF-G). Das Bundesverwaltungsgericht geht daher – in Übereinstimmung mit der belangten Behörde – davon aus, dass es sich bei den (jeweils sehr kurzen) Einblendungen 1.) ab römisch 40 , 2.) ab römisch 40 und 3.) ab römisch 40 um keine „werbewirksame Zurschaustellung“ eines Produktes iSd zuvor dargestellten Rechtsprechung des VwGH handelt und schon deshalb um keine unzulässige Produktplatzierung, sondern der Illustration des im Beitrag behandelten Themas dient. Dafür spricht insbesondere die kurze Dauer (jeweils römisch 40) und die Art der Darstellung (keine Hervorhebung).

11.2. Anders verhält es sich bei der – XXXX dauernden – Darstellung des XXXX der (dem durchschnittlichen Zuseher zweifellos bekannten) Marke XXXX ab XXXX : Dabei wird, wie festgestellt, während ein Sprecher aus dem Off die Inhalte der Pressekonferenz zusammenfasst, - in der Bildmitte - das Gerät samt Markennamen gezeigt, welches vor den Tischen der Teilnehmenden platziert ist. Im Anschluss wird sukzessive aus dem Bild herausgezoomt und die Teilnehmenden erscheinen im Bild. Die Gesamtdauer dieser Einstellung XXXX , die anfängliche Großaufnahme in der Bildmitte (!) samt Markennamen sowie das XXXX ergeben in einer Zusammenschau für das Bundesverwaltungsgericht (im Gegensatz zu den zuvor angeführten drei Einstellungen) unzweifelhaft eine „werbewirksame Zurschaustellung“ des dargestellten Gerätes samt Markenamen. 11.2. Anders verhält es sich bei der – römisch 40 dauernden – Darstellung des römisch 40 der (dem durchschnittlichen Zuseher zweifellos bekannten) Marke römisch 40 ab römisch 40 : Dabei wird, wie festgestellt, während ein Sprecher aus dem Off die Inhalte der Pressekonferenz zusammenfasst, - in der Bildmitte - das Gerät samt Markennamen gezeigt, welches vor den Tischen der Teilnehmenden platziert ist. Im Anschluss wird sukzessive aus dem Bild herausgezoomt und die Teilnehmenden erscheinen im Bild. Die Gesamtdauer dieser Einstellung römisch 40 , die anfängliche Großaufnahme in der Bildmitte (!) samt Markennamen sowie das römisch 40 ergeben in einer Zusammenschau für das Bundesverwaltungsgericht (im Gegensatz zu den zuvor angeführten drei Einstellungen) unzweifelhaft eine „werbewirksame Zurschaustellung“ des dargestellten Gerätes samt Markenamen.

12. Neben der Darstellung eines Markenproduktes setzt Produktplatzierung nach § 1a Z 10 Satz 1 ORF-G ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung voraus. Wie bereits ausgeführt, ist diesbezüglich ein objektiver Maßstab anzulegen. Ausschlaggebend ist, ob nach dem üblichen Verkehrsgebrauch für die konkrete inkriminierte Darstellung (hier: die XXXX dauernde Darstellung des XXXX der Marke XXXX ab XXXX) ein Finanzierungsbeitrag zu leisten wäre (vgl abermals VwGH 21.06.2021, Ra

2020/03/0109) bzw ihr ein wirtschaftlicher Wert zukommen (vgl zum Sponsoring: VwGH 24.04.2018, Ro 2018/03/0002). Dies ist, insbesondere aufgrund der Dauer und der oben beschriebenen Art der Darstellung (Bildmitte samt Markennamen und XXXX), vorliegend zweifelsfrei zu bejahen.12. Neben der Darstellung eines Markenproduktes setzt Produktplatzierung nach Paragraph eins a, Ziffer 10, Satz 1 ORF-G ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung für die Erwähnung oder Darstellung voraus. Wie bereits ausgeführt, ist diesbezüglich ein objektiver Maßstab anzulegen. Ausschlaggebend ist, ob nach dem üblichen Verkehrsgebrauch für die konkrete inkriminierte Darstellung (hier: die römisch 40 dauernde Darstellung des römisch 40 der Marke römisch 40 ab römisch 40) ein Finanzierungsbeitrag zu leisten wäre vergleiche abermals VwGH 21.06.2021, Ra 2020/03/0109) bzw ihr ein wirtschaftlicher Wert zukommen vergleiche zum Sponsoring: VwGH 24.04.2018, Ro 2018/03/0002). Dies ist, insbesondere aufgrund der Dauer und der oben beschriebenen Art der Darstellung (Bildmitte samt Markennamen und römisch 40), vorliegend zweifelsfrei zu bejahen.

13. Soweit im Rahmen der Beschwerde vorgebracht wird, im vorliegenden Fall sei auf ein konkret geleistetes Entgelt abzustellen, und in diesem Zusammenhang auf die Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes zu Sponsorhinweise (VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087) verwiesen wird, ist zunächst festzuhalten, dass sich der dieser Entscheidung zugrunde liegende Sachverhalt entscheidend vom hier gegenständlichen unterscheidet: Im von den beschwerdeführenden Parteien ins Treffen geführten Verfahren vor dem Verwaltungsgerichtshof zum Sponsorhinweis ging es um die – aufgrund des Objektivitätsgebotes gebotene – Offenlegung der beruflichen Zuordnung eines Fragen stellenden Journalisten zu einer bestimmten österreichischen Tageszeitung den Zusehern gegenüber (siehe insb Rz 22). Allerdings trifft diese Entscheidung gerade keine endgültige Aussage darüber, ob ein objektiver Maßstab (üblicher Verkehrsgebrauch) anzuwenden oder auf ein konkret geleistetes Entgelt abzustellen ist (vgl insb Rz 19: „Es kann dahingestellt bleiben, ob die Kritik XXXX an der Beurteilung des Sponsorings nach einem objektiven Maßstab (üblicher Verkehrsgebrauch), wie er in der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes vorgenommen worden ist [vgl Rz 8], zutrifft bzw es erforderlich machen könnte, den Gerichtshof der Europäischen Union im Wege eines Vorabentscheidungsersuchens zu befassen.“). Die Entgeltlichkeit ist daher weiterhin – somit auch im konkreten Fall – nach einem objektiven Maßstab zu beurteilen (siehe dazu insb das Erkenntnis VwGH 06.09.2023, Ra 2022/03/0175, welches sich ausführlich mit dem von den beschwerdeführenden Parteien angeführten Erkenntnis VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087 auseinandersetzt). Dass einer Produktplatzierung ausgehend in der Bildmitte mit allseits bekanntem Markennamen samt stetigen Herauszoomen für eine Dauer von XXXX zumindest ein wirtschaftlicher Wert zukommt, ist schwerlich zu bestreiten und der KommAustria diesbezüglich ausdrücklich zuzustimmen. Zumal XXXX auf Grund der Anordnung des Geräts im Raum nicht gezwungen war, dieses beginnend von der Bildmitte aus samt Markennamen unter XXXX für eine Dauer von XXXX zu filmen. 13. Soweit im Rahmen der Beschwerde vorgebracht wird, im vorliegenden Fall sei auf ein konkret geleistetes Entgelt abzustellen, und in diesem Zusammenhang auf die Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes zu Sponsorhinweise (VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087) verwiesen wird, ist zunächst festzuhalten, dass sich der dieser Entscheidung zugrunde liegende Sachverhalt entscheidend vom hier gegenständlichen unterscheidet: Im von den beschwerdeführenden Parteien ins Treffen geführten Verfahren vor dem Verwaltungsgerichtshof zum Sponsorhinweis ging es um die – aufgrund des Objektivitätsgebotes gebotene – Offenlegung der beruflichen Zuordnung eines Fragen stellenden Journalisten zu einer bestimmten österreichischen Tageszeitung den Zusehern gegenüber (siehe insb Rz 22). Allerdings trifft diese Entscheidung gerade keine endgültige Aussage darüber, ob ein objektiver Maßstab (üblicher Verkehrsgebrauch) anzuwenden oder auf ein konkret geleistetes Entgelt abzustellen ist vergleiche insb Rz 19: „Es kann dahingestellt bleiben, ob die Kritik römisch 40 an der Beurteilung des Sponsorings nach einem objektiven Maßstab (üblicher Verkehrsgebrauch), wie er in der Rechtsprechung des Verwaltungsgerichtshofes vorgenommen worden ist [vgl Rz 8], zutrifft bzw es erforderlich machen könnte, den Gerichtshof der Europäischen Union im Wege eines Vorabentscheidungsersuchens zu befassen.“). Die Entgeltlichkeit ist daher weiterhin – somit auch im konkreten Fall – nach einem objektiven Maßstab zu beurteilen (siehe dazu insb das Erkenntnis VwGH 06.09.2023, Ra 2022/03/0175, welches sich ausführlich mit dem von den beschwerdeführenden Parteien angeführten Erkenntnis VwGH 26.02.2016, Ra 2015/03/0087 auseinandersetzt). Dass einer

Produktplatzierung ausgehend in der Bildmitte mit allseits bekanntem Markennamen samt stetigen Herauszoomen für eine Dauer von römisch 40 zumindest ein wirtschaftlicher Wert zukommt, ist schwerlich zu bestreiten und der KommAustria diesbezüglich ausdrücklich zuzustimmen. Zumal römisch 40 auf Grund der Anordnung des Geräts im Raum nicht gezwungen war, dieses beginnend von der Bildmitte aus samt Markennamen unter römisch 40 für eine Dauer von römisch 40 zu filmen.

14. Die belangte Behörde ist daher zutreffend zu dem Ergebnis gelangt, dass durch die Einbeziehung des XXXX der Marke XXXX in der Sendung XXXX im Programm des XXXX am XXXX (in der Dauer von XXXX von XXXX) eine gemäß § 16 Abs 1 ORF-Gesetz unzulässige Produktplatzierung erfolgte.14. Die belangte Behörde ist daher zutreffend zu dem Ergebnis gelangt, dass durch die Einbeziehung des römisch 40 der Marke römisch 40 in der Sendung römisch 40 im Programm des römisch 40 am römisch 40 (in der Dauer von römisch 40 von römisch 40) eine gemäß Paragraph 16, Absatz eins, ORF-Gesetz unzulässige Produktplatzierung erfolgte.

3.2.3. Zum angefochtenen Spruchpunkt 3. (Veröffentlichungspflicht):

15. Das gemeinsam erhobene Rechtsmittel der beschwerdeführenden Parteien macht zur ausgesprochenen Veröffentlichungspflicht (behördlicher Spruchpunkt 3.) keine eigenständigen Beschwerdegründe geltend, sondern stützt sich allenfalls implizit darauf, dass der Spruchpunkt aufzuheben sei, weil entgegen dem behördlichen Spruchpunkt 2. kein Verstoß gegen das ORF-G vorliege.

Da die vorliegende Entscheidung der Beschwerde hinsichtlich Spruchpunkt 2. nicht Rechnung trägt, ist auch Spruchpunkt 3. zu bestätigen.

3.2.4. Ergebnis:

16. Die (sich ausschließlich gegen Spruchpunkt 2. und 3. des angefochtenen Bescheides richtende) gemeinsame erhobene Beschwerde ist somit – ausweislich § 28 Abs 1 u Abs 2 VwGVG iVm § 1a Z 10, § 16 Abs 1, § 36 Abs 1 Z 1 lit b, § 37 Abs 1 u Abs 4 ORF-G iVm § 36, § 37 KOG – als unbegründet abzuweisen.16. Die (sich ausschließlich gegen Spruchpunkt 2. und 3. des angefochtenen Bescheides richtende) gemeinsame erhobene Beschwerde ist somit – ausweislich Paragraph 28, Absatz eins, u Absatz 2, VwGVG in Verbindung mit Paragraph eins a, Ziffer 10,, Paragraph 16, Absatz eins,, Paragraph 36, Absatz eins, Ziffer eins, Litera b,, Paragraph 37, Absatz eins, u Absatz 4, ORF-G in Verbindung mit Paragraph 36,, Paragraph 37, KOG – als unbegründet abzuweisen.

3.3. Absehen von der Durchführung einer mündlichen Verhandlung:

17. Die erhobene Beschwerde rügt ausschließlich die behördliche rechtliche Würdigung zu den Spruchpunkten 2. und 3., bekämpft allerdings nicht (substantiiert) die von der belangten Behörde diesbezüglich getroffenen Feststellungen; ebenso wenig bestreiten die beschwerdeführenden Parteien die zugehörige behördliche Beweiswürdigung. Außerdem hat sich der entscheidungsrelevante Sachverhalt als geklärt erwiesen. Es sind fallbezogen ausschließlich rechtliche Fragen zu klären, die betreffend § 1a Z 10 iVm § 16 ORF-G gegenständlich nicht derart komplex sind, dass sie einer Erörterung in einer mündlichen Verhandlung bedürfen. Die beschwerdeführenden Parteien haben die Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung nicht beantragt. Die belangte Behörde verzichtete ausdrücklich auf eine mündliche Verhandlung. Im Übrigen bestreitet auch die mitbeteiligte Partei den Sachverhalt, der dem angefochtenen Bescheid und in weiterer Folge der vorliegenden Entscheidung zugrunde liegt, nicht, zumal der Rechtsansicht der einzig eine Verhandlung beantragenden (mitbeteiligten) Partei mit der hiergerichtlichen Beschwerdeabweisung Rechnung getragen wird. Da dem Absehen von einer mündlichen Verhandlung ferner Art 6 EMRK oder Art 47 GRC nicht entgegenstehen, konnte eine öffentliche mündliche Verhandlung somit entfallen.17. Die erhobene Beschwerde rügt ausschließlich die behördliche rechtliche Würdigung zu den Spruchpunkten 2. und 3., bekämpft allerdings nicht (substantiiert) die von der belangten Behörde diesbezüglich getroffenen Feststellungen; ebenso wenig bestreiten die beschwerdeführenden Parteien die zugehörige behördliche Beweiswürdigung. Außerdem hat sich der entscheidungsrelevante Sachverhalt als geklärt erwiesen. Es sind fallbezogen ausschließlich rechtliche Fragen zu klären, die betreffend Paragraph eins a, Ziffer 10, in Verbindung mit Paragraph 16, ORF-G gegenständlich nicht derart komplex sind, dass sie einer Erörterung in einer mündlichen Verhandlung bedürfen. Die beschwerdeführenden Parteien haben die Durchführung einer öffentlichen mündlichen Verhandlung nicht beantragt. Die belangte Behörde verzichtete

ausdrücklich auf eine mündliche Verhandlung. Im Übrigen bestreitet auch die mitbeteiligte Partei den Sachverhalt, der dem angefochtenen Bescheid und in weiterer Folge der vorliegenden Entscheidung zugrunde liegt, nicht, zumal der Rechtsansicht der einzig eine Verhandlung beantragenden (mitbeteiligten) Partei mit der hiergerichtlichen Beschwerdeabweisung Rechnung getragen wird. Da dem Absehen von einer mündlichen Verhandlung ferner Artikel 6, EMRK oder Artikel 47, GRC nicht entgegenstehen, konnte eine öffentliche mündliche Verhandlung somit entfallen.

3.4. Zu Spruchpunkt B) Revision:

18. 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.18. 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.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 (VwGH 28.05.2014, Ro 2014/07/0053).

Im vorliegenden Beschwerdeverfahren war die Rechtsfrage zu klären, ob die beschwerdeführende Partei durch gegenständliche Darstellung eines Markenproduktes § 16 Abs 1 ORF-G verletzt hat.Im vorliegenden Beschwerdeverfahren war die Rechtsfrage zu klären, ob die beschwerdeführende Partei durch gegenständliche Darstellung eines Markenproduktes Paragraph 16, Absatz eins, ORF-G verletzt hat.

Die Revision ist gemäß Art 133 Abs 4 B-VG nicht zulässig, weil keiner der vorgenannten Fälle vorliegt, zumal die Rechtslage auf dem Boden der zitierten Rechtsprechung eindeutig ist. Auch sind keine sonstigen Hinweise auf eine grundsätzliche Bedeutung der zu lösenden Rechtsfrage ersichtlich. Es war daher auch in diesem Punkt spruchgemäß zu entscheiden.Die Revision ist gemäß Artikel 133, Absatz 4, B-VG nicht zulässig, weil keiner der vorgenannten Fälle vorliegt, zumal die Rechtslage auf dem Boden der zitierten Rechtsprechung eindeutig ist. Auch sind keine sonstigen Hinweise auf eine grundsätzliche Bedeutung der zu lösenden Rechtsfrage ersichtlich. Es war daher auch in diesem Punkt spruchgemäß zu entscheiden.

Schlagworte

Erkennbarkeit Irreführung Kennzeichnungspflicht mündliche Verhandlung Produktplatzierung Rechtsaufsicht Rechtsverletzung Schleichwerbung Sponsoring Veröffentlichungspflicht Verwaltungsübertretung Verwaltungsverfahren Werbung

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:BVWG:2026:W179.2294815.1.00

Im RIS seit

15.09.2026

Zuletzt aktualisiert am

15.09.2026

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

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at