jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE Vfgh Erkenntnis 2003/10/8 B1540/02

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 08.10.2003

Index

16 Medienrecht
16/02 Rundfunk

Norm

B-VG Art7 Abs1 / Gesetz
B-VG Art7 Abs1 / Verwaltungsakt
EMRK Art10
EMRK Art10 Abs2
ORF-G §13 Abs9
PrivatfernsehG (PrTV-G) §11
PrivatfernsehG (PrTV-G) §2, §4
KartellG 1988 §34, §35
UWG §1

Leitsatz

Keine Verletzung der Meinungsäußerungsfreiheit und des Gleichheitsrechtes durch das Verbot der Bewerbung von Radioprogrammen des ORF im Fernsehen - "cross promotion"; geeignete Maßnahme zum Schutz privater Mitbewerber; kein auch auf reine Information bezogenes Werbeverbot; keine Unverhältnismäßigkeit, keine Überschreitung des rechtspolitischen Gestaltungsspielraums; keine unsachliche Benachteiligung des ORF gegenüber privaten Fernsehsendern; keine verfassungswidrige Gesetzesauslegung durch Bedachtnahme auf die Besonderheiten eines audiovisuellen Mediums

Spruch

Der Beschwerdeführer ist durch den angefochtenen Bescheid weder in einem verfassungsgesetzlich gewährleisteten Recht noch wegen Anwendung einer rechtswidrigen generellen Norm in seinen Rechten verletzt worden.

Die Beschwerde wird abgewiesen.

Begründung

Entscheidungsgründe:

I . 1. Mit dem angefochtenen Bescheid gab der Bundeskommunikationssenat einer gegen den Österreichischen Rundfunk (in der Folge: ORF) gerichteten Beschwerde eines in Österreich niedergelassenen Hörfunkveranstalters Folge und stellte fest, daß der ORF dadurch gegen §13 Abs9 ORF-G verstoßen habe, daß er am 25. März 2002 um ca. 23 Uhr

im Programm ORF 1 den TV-Spot "Toni, der Lehrbub" gesendet hat. Im Übrigen wies der Bundeskommunikationssenat die Beschwerde ab.

2. In seiner gegen diesen Bescheid gemäß Art144 B-VG erhobenen Beschwerde macht der ORF die Verletzung in Rechten wegen Anwendung des - von ihm als verfassungswidrig erachteten - §13 Abs9 ORF-G sowie die Verletzung in seinen verfassungsgesetzlich gewährleisteten Rechten auf Freiheit der Meinungsäußerung (Art10 EMRK) und auf Gleichheit aller Staatsbürger vor dem Gesetz (Art7 B-VG) geltend und beantragt die kostenpflichtige Aufhebung dieses Bescheides.

3. Der Bundeskommunikationssenat hat die Verwaltungsakten vorgelegt. In seiner Gegenschrift verteidigt er den angefochtenen Bescheid und beantragt die Abweisung der Beschwerde. Die im Verfahren vor dem Bundeskommunikationssenat beschwerdeführende Partei hat eine Äußerung abgegeben, in der sie der Beschwerde ebenfalls entgegentritt und ihre Abweisung beantragt. Das Bundeskanzleramt-Verfassungsdienst hat über Einladung des Verfassungsgerichtshofes eine Äußerung abgegeben, in der es der behaupteten Verfassungswidrigkeit des dem Bescheid zugrundeliegenden Gesetzes entgegentritt.

II. Der Verfassungsgerichtshof hat über die - zulässige - Beschwerde erwogen:

1. Im angefochtenen Bescheid stellt der Bundeskommunikationssenat fest, der ORF habe am 25. März 2003 um 23 Uhr einen Spot gesendet, in dem ein Hase auftritt, der folgenden

Text spricht:

"Grias eich, i bin der Toni, der Lehrbua vom Osterhasen. Mei

Chef hat gsagt, i soll eich was ausrichten: Ö3 gewinnen und Autos hören. [...] Na, anders hat er gsagt, soll i sagen: Ö3 hören und in die Osterferien Autos gwinnen! Ja so wars."

Danach sei der Text: "Ö3-Osterfestspiele. Morgen kurz nach 9 Uhr in Ö3 Extra: Die Ö3-Osterfestspiele in Hitradio Ö3" eingeblendet worden, der auch von einer "Off-Sprecherin" verlesen wurde. Während des Spots sei ein vom ORF für sein Hörfunkprogramm "Ö3" verwendetes Logo sichtbar geworden.

Nach einer Erörterung der Zulässigkeitsvoraussetzungen für die gemäß den §§35 und 36 ORF-G erhobene Beschwerde und nach Darstellung der maßgeblichen Rechtslage führt der angefochtene Bescheid aus:

"Um das Werbeverbot in §13 Abs9 ORF-G nicht auszuhöhlen, verbietet sich daher die Auffassung, wonach der Sendungsinhaltshinweis werblich gestaltet werden darf [...]. Daran ändern auch die Überlegungen zu einer verfassungskonformen Interpretation nichts, da der durch das Verbot der 'Cross-Promotion' bewirkte Eingriff in das Grundrecht auf Meinungsäußerungsfreiheit gemäß Art10 MRK durchaus eine zulässige Maßnahme zur Pluralismussicherung darstellt (vgl. EGMR, Informationsverein Lentia, Serie A Nr 276 Z38 = JBl 1994,324).

Der in Rede stehende Spot 'Toni, der Lehrbub' weist alle Merkmale einer kommerziellen Werbung im Sinne des §13 Abs1 ORF-G auf, da er durch die originelle audio-visuelle Gestaltung eine typische Imagewerbung darstellt. Der neutral gehaltene Hinweis auf die 'Ö3 Osterfestspiele' in der Sendung 'Ö3 Extra' des Hörfunkprogramms 'Ö3' durch Verlesung und die Einblendung eines Inserts tritt gegenüber dem Aufmerksamkeit heischenden, im Dialekt sprechenden Hasen völlig in den Hintergrund. Der Hinweis auf die Sendung lässt sich nur noch als Ausgangspunkt für den vom Hasen kommunizierten Text deuten, nicht jedoch als Hinweis auf einen Sendungsinhalt. Besonders deutlich tritt der Charakter der Imagewerbung in der Passage 'Ö3 hören und in die Osterferien Autos g(e)winnen!' zutage, die durch die Assoziation 'Ö3 hören' und 'g(e)winnen' nur als Förderung des Images des genannten Hörfunkprogramms zu deuten ist."

2. Der dem angefochtenen Bescheid zugrundeliegende §13 ORF-G hat folgenden Wortlaut:

"3. Abschnitt

Werbung und Patronanzsendungen

Definition der Werbung und Werbezeiten

§13. (1) Der Österreichische Rundfunk kann im Rahmen seiner Hörfunk- und Fernsehprogramme Sendezeiten gegen Bezahlung für kommerzielle Werbung vergeben. Kommerzielle Werbung ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als

Eigenwerbung gesendet wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern.

(2) Die Vergabe von Sendezeiten für direkte Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen gegen Entgelt (Teleshopping), ist dem Vsterreichischen Rundfunk untersagt.

(3) Werbung muss klar als solche erkennbar sein. Sie ist durch optische oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.

(4) Unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbesendungen sowie jede Form der Werbung für Spirituosen und Tabakwaren sind untersagt. Der Stiftungsrat kann auf Vorschlag des Bundesministers für soziale Sicherheit und Generationen weitere im Interesse der Volksgesundheit notwendige Beschränkungen hinsichtlich der kommerziellen Werbung festlegen.

(5) Soweit nach diesem Bundesgesetz nicht anderes bestimmt ist, setzt der Stiftungsrat auf Vorschlag des Generaldirektors den Umfang der Werbesendungen in den Programmen des Österreichischen Rundfunks fest. Sendezeiten für kommerzielle Werbung dürfen am Karfreitag sowie am 1. November und am 24. Dezember nicht vergeben werden. Für die Berechnung der höchstzulässigen Werbezeit nach diesem Bundesgesetz gelten Hinweise des Österreichischen Rundfunks auf eigene Programme und Sendungen sowie auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen abgeleitet sind, sowie Beiträge im Dienste der Allgemeinheit und kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken nicht als Werbung.

(6) Eines der österreichweiten Programme des Hörfunks gemäß §3 hat von Werbesendungen frei zu bleiben. In österreichweit verbreiteten Hörfunkprogrammen sind Werbesendungen nur österreichweit zulässig. Hörfunkwerbesendungen dürfen im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. In einem Programm dürfen Werbesendungen im Jahresdurchschnitt 8 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Hörfunkwerbesendungen, die in bundeslandweiten Programmen gesendet werden, sind nur einmal zu zählen und dürfen im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Die Dauer von Werbesendungen, die zeitgleich in mehr als einem bundeslandweiten Programm ausgestrahlt werden (Ringwerbesendungen), ist jeweils in die fünfminütige Werbedauer des betreffenden bundeslandweiten Programms einzurechnen.

(7) In Programmen des Fernsehens sind Werbesendungen nur österreichweit zulässig. Fernsehwerbesendungen dürfen im Jahresdurchschnitt die Dauer von 5 vH der täglichen Sendezeit pro Programm nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Für die Ermittlung der Dauer der zulässigen Fernsehwerbung ist eine tägliche Sendezeit unabhängig vom tatsächlichen Ausmaß mit höchstens 14 Stunden pro Tag und Programm zu Grunde zu legen. Innerhalb einer vollen Stunde darf der Sendezeitanteil der Fernsehwerbung nicht 20 vH überschreiten. Unter Stunden sind die 24 gleichen Teile eines Kalendertages zu verstehen.

(8) Werbung im Fernsehen für periodische Druckwerke darf auf den Titel (Namen des Druckwerks) und die Blattlinie, nicht aber auf deren Inhalte hinweisen. Die dafür eingeräumte Sendezeit darf nicht mehr als zwei Minuten der gesamten wöchentlichen Werbezeit betragen. Die Vergabe dieser Sendezeiten und der Tarife hat gegenüber allen Medieninhabern dieser Druckwerke zu gleichen und nichtdiskriminierenden Bedingungen zu erfolgen. Näheres regelt das Tarifwerk des Werbefunks (§21 Abs1 Z7).

(9) Die Bewerbung von Hörfunkprogrammen des Österreichischen Rundfunks in Fernsehprogrammen des Österreichischen Rundfunks (§3 Abs1) und umgekehrt ist, sofern es sich nicht um Hinweise auf einzelne Sendungsinhalte handelt, unzulässig."

3. In der Beschwerde behauptet der ORF, das in §13 Abs9 ORF-G normierte Verbot der Bewerbung von Fernsehprogrammen des ORF im ORF-Hörfunkprogramm und umgekehrt (sog. "cross promotion") sei verfassungswidrig.

3.1. Nach §13 ORF-G sei es dem ORF prinzipiell erlaubt, Eigenwerbung zu betreiben (§13 Abs1 ORF-G). Sofern solche Eigenwerbung darin bestehe, daß im Fernsehen auf das eigene Radioprogramm (oder umgekehrt) aufmerksam gemacht werde, sei der ORF aufgrund des §13 Abs9 ORF-G gezwungen, sich auf "Hinweise auf einzelne

Sendungsinhalte" zu beschränken. Eine über diese Beschränkung hinaus gehende Werbung für Hörfunkprogramme im Fernsehen (und vice versa) sei selbst dann nicht zulässig, wenn der ORF für diese Werbung einen Teil des zeitlichen Werbekontingents nach §13 Abs6 ORF-G erübrigen sollte.

3.1.1. Zum behaupteten Widerspruch des §13 Abs9 ORF-G zur Freiheit der Meinungsäußerung:

3.1.1.1. Aus den Gesetzesmaterialien gehe hervor, daß das Werbeverbot die Intention verfolge, einseitige Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern, zumal dem ORF angesichts der ihm zur Verfügung stehenden Möglichkeit, mehrere Fernseh- und Hörfunkprogramme zu veranstalten und diese gegenseitig zu bewerben, ein "unvergleichbar starker Wettbewerbsvorteil" gegenüber privaten Veranstaltern zukomme. Aus den Gesetzesmaterialien lasse sich ableiten, daß die Werbebeschränkung des §13 Abs9 ORF-G im Sinne des Art10 Abs2 EMRK primär auf den Eingriffstatbestand "Schutz der Rechte anderer" gestützt sei, und nur in zweiter Linie mit dem Ziel der Sicherung des Pluralismus gerechtfertigt werde. Es könne jedoch dahingestellt bleiben, welches der nach Art10 EMRK zulässigen Eingriffsziele von der Regelung verfolgt wird, weil für die Vereinbarkeit der Regelung mit Art10 EMRK auch erforderlich sei, daß das Werbeverbot zur Erreichung der legitimen Ziele "geeignet" ist. Schon ein Vergleich mit dem Verbot der Inhaltswerbung für periodische Druckwerke (§13 Abs8 ORF-G) werfe die Frage auf, warum Hinweise auf den "medialen Inhalt" in einem Fall verboten sind (nämlich gem. §13 Abs8 ORF-G) und im anderen Fall erlaubt sind (nämlich gem.§13 Abs9 ORF-G) und wie beide Regelungen gleichzeitig der Medienvielfalt oder der Verhinderung von Wettbewerbsverzerrungen dienen können.

Dem ist zu entgegnen, daß mit diesem Vergleich zwischen dem Verbot der Inhaltswerbung für Printmedien im ORF-Fernsehen und der Beschränkung auf "Hinweise auf einzelne Sendungsinhalte" bei der Eigenwerbung nicht dargetan wird, daß die Regelung des §13 Abs9 ORF-G nicht zur Erreichung von legitimen Eingriffszielen im Sinne des Art10 Abs2 EMRK "geeignet" wäre:

Dem Gesetzgeber kann nicht entgegengetreten werden, wenn er §13 Abs9 ORF-G als Maßnahme zum Schutz privater Mitbewerber am Rundfunkmarkt für geeignet erachtet, zumal der ORF in Österreich sowohl beim terrestrischen Fernsehen als auch beim Hörfunk eine marktbeherrschende Stellung innehat, die mit einem massiven Vorteil im Wettbewerb mit privaten Rundfunkveranstaltern verbunden ist. Das Bundeskanzleramt-Verfassungsdienst weist zu Recht darauf hin, daß aufgrund dieser Vormachtstellung im Bereich von zwei verschiedenen (Massen-)Medien für den ORF ein Synergieeffekt nutzbar wird, weil er im Fall von Eigenwerbung durch geringe Produktions- und Marketingkosten "bei gleichzeitiger ungleich höherer Erzielung an Reichweiten" einen Vorteil habe. Ein grundsätzliches Verbot der Bewerbung eigener Programme ist geeignet, die Ausnutzung dieser Marktposition hintanzuhalten. Entgegen der vom ORF in der Beschwerde vertretenen Auffassung verliert dieses grundsätzliche Verbot seine Eignung nicht dadurch, daß mit der (zulässigen) Ankündigung des Inhalts einzelner Sendungen, etwa im Rahmen von sog. "Trailern", eine gewisse Eigenwerbung im Ergebnis möglich ist.

Mit ihrem Vergleich zwischen der Regelung des §13 Abs9 ORF-G und der (insoweit weiter gehenden) - verfassungsrechtlich unbedenklichen (vgl. das Erkenntnis des Verfassungsgerichtshofes vom 25. Juni 2003, G304/01) - Beschränkung des §13 Abs8 ORF-G übersieht die Beschwerde darüber hinaus, daß die gemäß§13 Abs9 ORF-G erlaubte Bezugnahme auf den Sendungsinhalt schon insofern nicht mit der Printmedienwerbung vergleichbar ist, als es sich um Hinweise auf Inhalte eigener Sendungen des ORF handelt, von denen zu erwarten ist, daß sie ihrerseits in Erfüllung des Programmauftrags (§4 ORF-G) und unter Wahrung der Objektivität und der Unabhängigkeit des ORF gesendet werden (vgl. auch dazu die eben zitierte Entscheidung vom 25. Juni 2003, in der Verfassungsgerichtshof ausgeführt hat, daß die verfassungsgesetzlich in ArtI Abs2 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks festgelegten Ziele der Objektivität und Unabhängigkeit des ORF für die Rechtfertigung beschränkender gesetzlicher Regelungen von Bedeutung sein können).

3.1.1.2. Die Beschwerde verweist auch darauf, daß das ORF-Gesetz als "geeignete und angemessene Beschränkung des ORF" für Werbung im Auftrag Dritter ohnedies eine Werbezeitenregelung vorsehe. Es sei daher "auch bezüglich der Eigenwerbung" konsequent, dem ORF nicht bestimmte Formen der Eigenwerbung gänzlich zu untersagen, sondern diese (jetzt unzulässigen) Formen der Eigenwerbung einer eigenen Werbezeitenregelung zu unterstellen. Damit zeige sich, daß eine gelindere Möglichkeit der Einschränkung von Eigenwerbung durch den ORF möglich wäre. Nach

Auffassung des Beschwerdeführers hätte der Gesetzgeber eine gelindere und (damit grundrechtskonforme) Regelung wählen können, wenn er auch für die "cross-promotion" des ORF kein Verbot, sondern ein eigenes Zeitkontingent für Eigenwerbung vorgesehen hätte. In der vorliegenden Form jedoch sei der Eingriff nicht verhältnismäßig.

Die Beschwerde verkennt, daß §13 Abs9 ORF-G verhindern soll, daß der ORF den Vorteil ausnützt, daß er - anders als private Rundfunkveranstalter - in der Lage ist, bundesweit sowohl im Fernsehen als auch im Hörfunk für das jeweils andere Programm zu werben. Dem Beschwerdevorbringen ist entgegenzuhalten, daß selbst im Fall eines solchen "Sonder-Kontingents" für Eigenwerbung des ORF der bereits erwähnte Vorteil des ORF zum Tragen käme, zumal den privaten Rundfunkbetreibern in Österreich derzeit eine gleichwertige Möglichkeit von (sich gegenseitig verstärkender) Eigenwerbung mittels Hörfunk und Fernsehen überhaupt nicht zur Verfügung steht. Angesichts dessen ist die vom Gesetzgeber im Rahmen seiner rechtspolitischen Gestaltungsfreiheit gewählte strengere Regelung nicht unverhältnismäßig.

3.1.1.3. Einen Widerspruch zur Freiheit der Meinungsäußerung sieht die Beschwerde weiters auch darin, daß §13 Abs9 ORF-G "nicht nur die reine Imagewerbung" verbiete, "die durch das Fehlen eines spezifisch auf das Programm oder auf Sendungen bezogenen Inhalts gekennzeichnet ist", sondern auch "völlig neutrale und informierende Hinweise, die, ohne auf einen Sendungsinhalt Bezug zu nehmen, das andere Programm darstellen und gleichzeitig fördern wollen".

Das Vorbringen läuft offenbar darauf hinaus, daß der Gesetzgeber den Anwendungsbereich des §13 Abs9 ORF-G in verfassungswidriger Weise zu weit gefaßt habe, weil dieser über eine bestimmte Form von "Werbung" (nämlich "Imagewerbung") hinausgehe und auch "neutrale Informationen" erfasse.

Der Verfassungsgerichtshof hat Werbeverbote in verschiedenen Rechtsbereichen dann als verfassungswidrig angesehen, wenn die damit verbundene Beschränkung so weit ging, daß reine Tatsachenmitteilungen sowie nützliche und sachliche Informationen ausnahmslos auch dann untersagt waren, wenn dieses Verbot in keinem der Tatbestände des Art10 Abs2 EMRK Deckung findet (vgl. zur Frage von verfassungsrechtlich nicht gedeckten Werbeverboten für Rechtsanwälte:

VfSlg. 12942/1991 und 16220/2001, für Ärzte: VfSlg. 13554/1993, für Tierärzte 13675/1994; vgl. weiters auch VfSlg. 15291/1998, 15292/1998 ua.).

Um einen solchen Fall handelt es sich bei dem in §13 Abs9 ORF-G vorgesehenen Verbot jedoch gerade deswegen nicht, weil das Verbot nicht auch "reine Information" betrifft, sondern lediglich die "Bewerbung" der Hörfunk und Fernsehprogramme des ORF durch das jeweils andere Medium. Das ORF-G definiert den Begriff "[Eigen-]werbung" mit folgender Umschreibung: "Jede Äußerung ..., die

... [als Eigenwerbung] gesendet wird, mit dem Ziel, ... die Erbringung von Dienstleistungen ... zu fördern" (§13 Abs1 ORF-G). Das Gesetz schreibt daher nicht vor, daß "völlig neutrale und informierende Hinweise" per se als (verbotene) Werbung zu qualifizieren sind. Maßgeblich für die Qualifikation als "Werbung" im Sinne des ORF-G ist vielmehr, ob die betreffende Äußerung "mit dem Ziel ... zu fördern" gesendet wird. In welchen Fällen einer bestimmten Äußerung dieses spezifische "Ziel zur Förderung" unterstellt werden muß, ist eine Frage der Auslegung des Gesetzes. Reine Information ist vom Anwendungsbereich des §13 Abs9 ORF-G daher nicht betroffen. Der Verfassungsgerichtshof ist daher nicht der Auffassung, daß der Gesetzgeber mit dieser Bestimmung gegen Art10 EMRK verstoßen hat.

3.1.2. Zur behaupteten Gleichheitswidrigkeit des §13 Abs9

ORF-G:

Nach Auffassung des ORF verstößt die in Rede stehende Werbebeschränkung auch gegen den Gleichheitssatz, weil er dadurch "ohne sachliche Rechtfertigung unterschiedlich behandelt werde" und weil das Verbot auch sonst nicht sachlich begründbar sei.

Dazu führt der Beschwerdeführer aus:

3.1.2.1. §13 Abs9 ORF-G beschränke den ORF, weil er die Möglichkeit habe, mehrere Fernseh- und Hörfunkprogramme zu veranstalten und diese gegenseitig zu bewerben. "Ähnliches" werde im Bereich des privaten Rundfunks zwar teilweise durch §11 Abs2 PrTV-G unterbunden, wonach ein Medieninhaber von der Veranstaltung von (bundesweitem) terrestrischem Fernsehen sowie von Kabel- oder Satellitenrundfunk ausgeschlossen ist, wenn er bereits als Hörfunkveranstalter innerhalb seines Verbreitungsgebietes mehr als 30 % Reichweite hat (§11 Abs2 Z1 PrTV-G). Von

der Veranstaltung von nicht bundesweitem terrestrischen Fernsehen, Kabel- oder Satellitenrundfunk sei ein Medieninhaber aber erst dann ausgeschlossen, wenn er zusätzlich zu seiner 30 %-igen Reichweite beim Hörfunk auch noch auf einem anderem relevanten Markt eine Reichweite von über 30 % erreicht (entweder am Markt der Tagespresse oder der Wochenpresse oder in einem Kabelnetz; vgl. §11 Abs3 PrTV-G).

Wie aus den Gesetzesmaterialien zu §11 PrTV-G hervorgeht, hat der Gesetzgeber mit den dort festgelegten Schwellenwerten beabsichtigt, "zur Aufrechterhaltung der Meinungs- und Angebotsvielfalt zu verhindern, dass Medieninhaber, die in einem der angeführten 'Medienmärkte' (Hörfunk, Kabelnetzinfrastruktur, Tagespresse, Wochenpresse) eine sehr starke Marktposition einnehmen, zusätzlich auf dem Rundfunkmarkt tätig werden und dadurch die Meinungs- und Angebotsvielfalt insgesamt verringert wird" (vgl. die Erläuterungen zur RV, 635 BlgNR, 21. GP). Die unterschiedliche Behandlung bei der Zulassung von nicht bundesweitem Fernsehen wird in den Erläuterungen zur Regierungsvorlage damit begründet, daß es "im regionalen/lokalen Bereich" gerechtfertigt erscheine, "auch Verlegern oder Inhabern von Kabelnetzen, die die Schwellenwerte überschreiten, was in kleinen regionalen oder lokalen Märkten vielfach der Fall sein wird, die Möglichkeit zu geben, Fernsehen zu veranstalten, ohne dass die Meinungs- und Angebotsvielfalt dadurch verringert wird, insbesondere weil zum regionalen/lokalen Programm in diesem Fall noch bundesweite Programme hinzutreten".

Soweit der ORF eine sachlich nicht gerechtfertigte Benachteiligung erblickt, die zur Verfassungswidrigkeit des §13 Abs9 ORF-G führe, kann ihm der Verfassungsgerichtshof nicht folgen:§11 PrTV-G soll im Rahmen des Zulassungsverfahrens davor schützen, daß durch eine Heranbildung von starken Verflechtungen zwischen Printmedien, Hörfunk- und Fernsehveranstaltern Wettbewerbsverzerrungen entstehen und die Medienvielfalt geschmälert wird. Die Zulässigkeit der gegenseitigen Bewerbung ("cross-promotion") innerhalb eines "Medienverbunds" ist indes nicht Gegenstand dieser Regelung - insofern vergleicht die Beschwerde Unvergleichbares. Für den Fall, daß einem solchen "Medienverbund" im relevanten Markt eine beherrschende Stellung zukommt und diese beherrschende Stellung durch gegenseitige Bewerbung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen in wettbewerbsverzerrender Weise ausgenützt werden sollte, bieten die §§34, 35 KartG und §1 UWG eine hinreichende Handhabe. Der Umstand, daß dem ORF (im Unterschied zu privaten Veranstaltern) eine gegenseitige Bewerbung seiner Fernseh- und Hörfunkprogramme generell verboten ist, findet seine sachliche Rechtfertigung in der besonderen Stellung des ORF, der als gesetzlich zum Betrieb von öffentlich-rechtlichem Rundfunk eingerichteter - besonderen Pflichten und Finanzierungsmodalitäten unterworfener - Rundfunkveranstalter in einem Markt tätig ist, in dem ihm als langjährigen Monopolisten nach wie vor eine marktbeherrschende Stellung zukommt.

3.1.2.2. Gleichheitswidrig sei §13 Abs9 ORF-G auch deshalb, weil "der Gesetzgeber jene Konkurrenten des ORF außer Acht lasse, die sich außerhalb der österreichischen Kontrolle befinden". Die bloße "Weiterverbreitung" von Rundfunkprogrammen bedürfe keiner Zulassung. Unter "Weiterverbreitung" sei aber gemäß §2 Z16 PrTV-G auch die Übertragung eines Rahmenprogramms zu verstehen, in das sogenannte "Fensterprogramme" von insgesamt 120 Minuten täglich eingefügt werden. "Cross-promotion" zwischen verbundenen in- und ausländischen Fernseh- und Hörfunkprogrammen sei daher sehr wohl möglich. Es finde dadurch eine Ungleichbehandlung von Rundfunkunternehmen statt, die sachlich nicht zu rechtfertigen sei.

Entgegen der Auffassung der Beschwerde läßt sich aus §2 PrTV-G keineswegs ableiten, daß der Veranstalter eines "Fensterprogramms" grundsätzlich keiner Zulassungspflicht nach dem PrTV-G unterliegt: Das Gegenteil ergibt sich bereits aus §4 Abs4 Z3 PrTV-G, wonach ein Antrag auf Erteilung einer Zulassung Angaben darüber enthalten muß, "ob das Programm als Fensterprogramm in einem bestimmten Rahmenprogramm verbreitet werden soll". Auch ein (in Österreich niedergelassener) Veranstalter des von einem Dritten bloß weiterverbreiteten "Rahmenprogramms" unterliegt grundsätzlich der Zulassungspflicht.

Jene Fälle, in denen "cross-promotion" durch im Ausland niedergelassene Rundfunkveranstalter möglich ist (weil diese keiner solchen Beschränkung unterliegen), sind - angesichts der für den ORF derzeit im österreichischen Rundfunkmarkt gegebenen Lage - nicht mit den Anwendungsfällen des §13 Abs9 ORF-G vergleichbar. Der Gesetzgeber hat den ORF gegenüber im Ausland niedergelassenen Rundfunkveranstaltern schon insofern nicht in unsachlicher Weise diskriminiert, als Fälle ausländischer Rundfunkunternehmen, die am Österreichischen Rundfunkmarkt sowohl beim Radio als auch beim Fernsehen eine vergleichbar starke (marktbeherrschende) Position einnehmen, derzeit vernachlässigbar sind.

3.1.2.3. Wenn es die Beschwerde als gleichheitswidrig ansieht, daß der ORF dadurch benachteiligt sei, weil private Rundfunkunternehmer, die mit privaten Presseunternehmen wirtschaftlich verbunden sind, in Printmedien für eigene Sendungen werben können, so kann ihr schon deshalb nicht gefolgt werden, weil - wie auch das Bundeskanzleramt-Verfassungsdienst zu Recht hervorhebt - §13 Abs9 ORF-G den ORF nicht daran hindert, Eigenwerbung in Printmedien zu betreiben.

3.2. Die Beschwerde hat daher Bedenken, daß die im angefochtenen Bescheid angewendete Gesetzesbestimmung des §13 Abs9 ORF-G verfassungswidrig wäre, nicht entstehen lassen; auch sind aus der Sicht der vorliegenden Beschwerde keine sonstigen verfassungsrechtlichen Bedenken gegen §13 Abs9 ORF-G entstanden. Der Beschwerdeführer ist daher nicht in seinen Rechten wegen Anwendung eines verfassungswidrigen Gesetzes verletzt worden.

4. Zu den behaupteten Vollzugsfehlern:

4.1. Ein Bescheid, der in die Meinungsäußerungsfreiheit eingreift, verletzt nach der ständigen Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofs dieses Grundrecht ua. dann, wenn er in denkunmöglicher Handhabung eines verfassungsmäßigen Gesetzes erlassen wurde (VfSlg. 3762/1960, 5463/1967, 6166/1970 und 6465/1971). Einer denkunmöglichen Gesetzesanwendung kommt es gleich, wenn die Behörde dem Gesetz fälschlich einen verfassungswidrigen - hier also: die besonderen Schranken des Art10 EMRK mißachtenden - Inhalt unterstellt (VfSlg. 10386/1985, 10700/1985, 12086/1989).

4.2. Davon kann hier keine Rede sein. In der Beschwerde wird behauptet, die belangte Behörde habe dem Gesetz einen verfassungswidrigen Inhalt dadurch unterstellt, daß sie von der Annahme ausgegangen sei, die in §13 Abs9 ORF-G vorgesehene Regelung "verbiete jede werbliche Gestaltung des Sendungsinhaltshinweises". Es kann hier dahingestellt bleiben, ob eine solche Interpretation des Gesetzes verfassungswidrig wäre, weil die tragende Begründung des angefochtenen Bescheides - entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers - keineswegs ausschließlich darauf abstellt, ob der in Rede stehende Fernsehspot "werblich ausgestaltet" ist. Wie aus der oben (Pkt. II.1.) wiedergegebenen Begründung des angefochtenen Bescheides hervorgeht, beurteilte die belangte Behörde den Fernsehspot anhand seines Inhalts und war bemüht herauszuarbeiten, ob bei dem Spot ein bestimmter Sendungsinhalt im Vordergrund stand (hier: die Sendung Ö3 Extra des nächsten Tages) oder ob damit vielmehr das Programm Ö 3 als solches beworben werden sollte. Daß sie sich bei dieser Beurteilung nicht auf den bloßen Wortlaut der Äußerung beschränkt, sondern auch deren Form in Betracht gezogen hat, ist aus verfassungsrechtlicher Sicht unbedenklich, zumal damit auch der Besonderheit eines audiovisuellen Mediums Rechnung getragen wird.

5. Die behauptete Verletzung im verfassungsgesetzlich gewährleisteten Recht auf Freiheit der Meinungsäußerung hat sohin nicht stattgefunden. Das Verfahren hat auch nicht ergeben, daß der Beschwerdeführer in seinem verfassungsgesetzlich gewährleisteten Recht auf Gleichheit aller Staatsbürger vor dem Gesetz oder in sonstigen - von ihm nicht geltend gemachten - verfassungsgesetzlich gewährleisteten Rechten verletzt wurde.

6. Die Beschwerde war daher abzuweisen.

7. Dies konnte gemäß §19 Abs4 erster Satz VfGG ohne mündliche Verhandlung in nichtöffentlicher Sitzung beschlossen werden.

Schlagworte

Kartellrecht, Meinungsäußerungsfreiheit, Rundfunk, Privatfernsehen, Werbung, Wettbewerb unlauterer

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VFGH:2003:B1540.2002

Dokumentnummer

JFT_09968992_02B01540_00

Quelle: Verfassungsgerichtshof VfGH, http://www.vfgh.gv.at

© 2025 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at