

# TE Vwgh Erkenntnis 2008/1/28 2005/04/0155

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 28.01.2008

## Index

16/02 Rundfunk;

## Norm

ORF-G 2001 §13 Abs3;

ORF-G 2001 §17 Abs2 Z2;

## Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Senatspräsident Dr. Gruber und die Hofräte Dr. Rigler und Dr. Grünstäudl als Richter, im Beisein des Schriftführers Mag. Eisner, über die Beschwerde des Österreichischen Rundfunks (ORF) in Wien, vertreten durch Korn Frauenberger Rechtsanwälte OEG in 1040 Wien, Argentinierstraße 20/1/3, gegen den Bescheid des Bundeskommunikationssenates vom 23. Mai 2005, Zl. 611.009/0018- BKS/2004, betreffend Verletzung des ORF-Gesetzes, zu Recht erkannt:

## Spruch

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

## Begründung

Mit dem angefochtenen Bescheid hat die belangte Behörde - soweit hier relevant - festgestellt, die beschwerdeführende Partei habe am 1. Oktober 2004 gegen § 13 Abs. 3 ORF-G verstoßen, weil sie es unterlassen habe, die in ORF 1 ausgestrahlten Werbespots durch eindeutige optische oder akustische Mittel vom nachfolgenden Sponsorhinweis für die Sendung "Die Millionenshow" zu trennen (Spruchteil I.). Gleichzeitig wurde der beschwerdeführenden Partei aufgetragen, diese Entscheidung in näher genannter Weise zu veröffentlichen und der belangten Behörde einen Nachweis hierüber zu erbringen (Spruchteil III.).

In der Begründung stellte die belangte Behörde zu Spruchteil I. Folgendes fest:

"Nach mehreren Werbespots (zuletzt für das Magazin 'News'), welche um ca. 20.14 Uhr enden, erscheint unmittelbar darauf nach einer Schwarzblende ein zerfallenes altes Haus auf einer grünen Wiese. Kurz danach hält eine Hand ein Mobiltelefon ins Bild, in dessen Display deutlich das Firmenlogo von 'Unser Lagerhaus' (also ein Umriss eines Hauses, in dem die Worte: (oberhalb) Unser (unterhalb) Lagerhaus, mit dem Firmenlogo der Raiffeisen Bank geschrieben stehen) zu sehen sind. Dann setzt eine weibliche Stimme mit folgenden Worten ein: 'HöchsteZeit zum Renovieren'. Daraufhin wird in einem weißen Balken neuerlich das Firmenlogo (wie oben beschrieben, nur diesmal in Farbe) samt Internetadresse über das Bild mit dem zerfallenen Haus geblendet, bis letzteres völlig verdeckt ist. Währenddessen

spricht die weibliche Stimme folgende Worte: 'Diese Sendung widmet Ihnen unser Lagerhaus'. Daraufhin ertönt die bekannte Signation mit dem Intro für die Millionenshow. Währenddessen wird im Bild folgender Satz eingeblendet: 'Mit freundlicher Unterstützung von AWD und LAGERHAUS'.

In der rechtlichen Beurteilung führte die belangte Behörde aus, dass § 13 Abs. 3 ORF-G die eindeutige Trennung der Werbung von anderen Programmteilen verlange. Daher müsse die Werbung auch eindeutig vom Sponsorhinweis, also von der An- und Absage der Patronanzsendung, die Teil des Programms seien, getrennt werden. Diese eindeutige Trennung des Werbeblocks vom nachfolgenden Sponsorhinweis sei im gegenständlichen Fall unterblieben. Was zunächst die genannte, nur wenige Sekundenbruchteile dauernde Schwarzblende betreffe, so könne diese vom Zuseher nicht eindeutig als Trennung wahrgenommen werden, weil Schwarzblenden bei Rundfunksendungen in vielfacher Art und Weise verwendet würden. Gegenständlich sei für den Zuseher aber auch durch den Sponsorhinweis selbst das Ende des vorangegangenen Werbeblocks nicht eindeutig erkennbar geworden. Gerade durch die erwähnte werbliche Gestaltung dieses Sponsorhinweis habe der Zuseher nämlich vorerst nicht erkennen können, ob er sich noch im Werbeblock befinde oder bereits in der Ansage einer Patronanzsendung.

Gegen diesen Bescheid richtet sich die vorliegende Beschwerde, über die der Verwaltungsgerichtshof in einem gemäß § 12 Abs. 1 Z. 2 VwGG gebildeten Senat erwogen hat:

Mit ihrem Hauptargument, gegenständlich sei schon durch die Schwarzblende eine eindeutige Trennung zwischen dem Werbeblock und dem anschließenden Programmteil erfolgt, ist die beschwerdeführende Partei gemäß § 43 Abs. 2 VwGG auf das hg. Erkenntnis vom 12. Dezember 2007, Zl. 2005/04/0243, zu verweisen.

Im vorliegenden Fall war aber auch der Sponsorhinweis (Ansage der Patronanzsendung im Sinne des § 17 Abs. 2 Z. 2 erster Satz ORF-G) nicht geeignet, eine eindeutige Trennung im Sinne des § 13 Abs. 3 ORF-G herbeizuführen, und zwar schon deshalb, weil nach den oben wiedergegebenen Feststellungen der belangten Behörde auch der Sponsorhinweis an seinem Beginn wie ein Werbespot gestaltet war. Der Ansicht der belangten Behörde, der durchschnittliche Zuseher habe bei Betrachtung dieses Sponsorhinweises nicht zweifelsfrei erkennen können, ob es sich dabei noch um die Fortsetzung des vorangegangenen Werbespots handle, kann daher nicht entgegengetreten werden, sodass die Eindeutigkeit der Trennung im Sinne des § 13 Abs. 3 ORF-G fehlte.

Nach dem Gesagten war die Beschwerde gemäß § 42 Abs. 1 VwGG als unbegründet abzuweisen.

Die belangte Behörde hat keine Kosten beantragt, sodass eine Entscheidung über den Aufwandsersatz entfällt.

Wien, am 28. Jänner 2008

#### **European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:VWGH:2008:2005040155.X00

#### **Im RIS seit**

25.02.2008

#### **Zuletzt aktualisiert am**

01.10.2008

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

© 2026 JUSLINE

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

[www.jusline.at](http://www.jusline.at)