

TE Vwgh Erkenntnis 2007/11/14 2005/04/0167

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 14.11.2007

Index

E6j;

001 Verwaltungsrecht allgemein;

10/01 Bundes-Verfassungsgesetz (B-VG);

16/02 Rundfunk;

Norm

62006CJ0195 ORF VORAB;

B-VG Art140;

KOG 2001 §11;

ORF-G 2001 §13 Abs1;

ORF-G 2001 §13 Abs3;

ORF-G 2001 §13 Abs7;

ORF-G 2001 §14 Abs5;

ORF-G 2001 §14 Abs6;

ORF-G 2001 §17 Abs1;

ORF-G 2001 §17 Abs2;

ORF-G 2001 §17 Abs5;

ORF-G 2001 §36 Abs5;

ORF-G 2001 §37 Abs4;

VwRallg;

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Senatspräsident Dr. Gruber und die Hofräte Dr. Rigler, Dr. Bayjones, Dr. Grünstäudl und Dr. Kleiser als Richter, im Beisein der Schriftführerin Mag. Schenk, 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 1. Juni 2005, Zl. 611.009//0016- BKS/2005, betreffend Verletzungen des ORF-Gesetzes, zu Recht erkannt:

Spruch

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

Begründung

Mit dem angefochtenen Bescheid stellte die belangte Behörde - soweit hier relevant - fest, dass die

beschwerdeführende Partei am 7. September 2004 um ca. 18.59 Uhr in ORF 2 im Programm des Landesstudios Vorarlberg durch die Unterlassung der eindeutigen Kennzeichnung der Patronanzsendung "Mein Garten" an ihrem Beginn durch eine Ansage (Namen oder Firmenemblem des Auftraggebers) § 17 Abs. 2 Z. 2 ORF-G verletzt habe (Spruchpunkt IV.).

Gleichzeitig stellte die belangte Behörde fest, dass die beschwerdeführende Partei am 6. und 7. September 2004 zu näher genannten Zeitpunkten in ORF 2 jeweils im Rahmen eines Programmhinweises auf die Sendung "Willkommen Österreich" Werbung ausgestrahlt habe, diese jedoch nicht eindeutig optisch oder akustisch von anderen Programmteilen getrennt habe und damit gegen § 13 Abs. 3 ORF-G verstoßen habe (Spruchpunkte V. und VI.). Schließlich wurde die beschwerdeführende Partei gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G zur Veröffentlichung der genannten Entscheidungen und gemäß § 36 Abs. 5 leg. cit. zur Erbringung eines Nachweises über diese Veröffentlichung verpflichtet (Spruchpunkt VII.).

In der Begründung verwies die belangte Behörde auf eine Anzeige der KommAustria und auf mit dieser übermittelte Aufzeichnungen der genannten Fernsehsendungen. Demnach stehe folgender Sachverhalt als erwiesen fest:

"IV. Am 07.09.2004 wird in ORF2 im Programm des Landesstudios Vorarlberg um ca. 18.59 Uhr nach einem Hinweis auf die 'Herbstmesse Dornbirn' die Sendung 'Mein Garten' ausgestrahlt. Während der Sendung ist der Präsentator HG zu sehen und ein Insert mit seinem Namen kennzeichnet ihn als 'Radio Vorarlberg Gärtner'. Am Ende der ca. 20 Sekunden dauernden Sendung wird in einem Bildfenster der Text 'Mit Unterstützung von: Gartenpark GR' eingeblendet. Danach folgt ein Hinweis auf den Bludener Klostermarkt.

V. Am 06.09.2004 wird in ORF2 im Programm des Landesstudios Tirol um ca. 18.50 Uhr unmittelbar im Anschluss an das Börsen ABC das Logo von ORF2 in Form eines sich bewegenden Würfels eingeblendet. Rechts oben im Bild ist zusätzlich das Logo des Landesstudios Tirol zu sehen. Sodann folgt die Ankündigung:

'Täglich bis zu 7.000 EUR und sensationelle Preise ...!'

Darauf schließt folgende rund eineinhalb Minuten dauernde Präsentation diverser Preise an (der gesprochene Text ist kursiv niedergeschrieben):

a. 'Ein Wasserbett mit Bodytonetechnologie, dem neuen System für Wasserbetten von 'L and S' (gleichzeitig wird das Logo von L and S eingeblendet sowie der Gegenwert des Bettes in Höhe von EUR 2.700), b. 'Für die schnelle Küche - Tiroler Käsesteaks für die schnelle Küche zum Braten, Grillen und Backen und ein Wochenende von TM' (unter Einblendung des Logos von TM und des Gegenwertes in Höhe von EUR 400), c. 'einen CF Geschirrspüler mit neuem Korbsystem für 15 Maßgedecke' (unter Einblendung des Logos der Firma C und des Gegenwertes von EUR 499), d. 'herbstliche Arrangements und Gestecke aus frischen Blumen und Pflanzen von ihren Gärtnern und Floristen'(unter Einblendung des Verbandslogos der Gärtner und Floristen sowie des Gegenwertes von EUR 363), e. 'ein Kochgeschirrsatz 'CC' 6 Einzelkomponenten zum Kochen und Servieren von W' (unter Einblendung des Firmenlogos W sowie des Gegenwertes von EUR 248), f. 'Zum Selbstverlegen 'Marmoleum Klick' der Bodenbelag aus Leinöl und anderen natürlichen Rohstoffen von ' (unter Einblendung des Logos von 'f' sowie deren Internetadresse www.fl.at sowie des Gegenwertes in Höhe von EUR 400). g. 'ein C Malpaket inklusive wasservermalbare Buntstifte ausgezeichnet von der ÖQA' (unter Einblendung des Firmenlogos, des Gegenwertes in Höhe von EUR 363 sowie des Gütesiegels der ÖQA (Österreichische Qualität)), h. 'ein Naturhaarschlafsystem RK mit Aloe Vera und Bio-NEEM von R-R um den Haushalt' (unter Einblendung des Logos der Firma R sowie des Gegenwertes in Höhe von EUR 1.739)j. 'ein Bherd mit Cerankochfeld und Edelstahloberfläche von Möbelhaus F aus Vöcklabruck, einem Partner der G-Gruppe' (eingeblendet ist das Firmenlogo von Möbel F sowie jenes von B und das Logo der G Möbel Gruppe Austria sowie der Gegenwert des Herdes in Höhe von EUR 2.000). Die Preise werden jeweils durch Videoaufnahmen in einem Split-Screen präsentiert, wobei die Produkte unter anderem in ihrer Verwendung gezeigt werden (etwa durch Zubereitung der Speisen, Verlegen des Fußbodens, Malen mit den Farben, Einschalten des Herdes etc...). Am Rande sind jeweils die Firmenlogos der Unternehmen eingeblendet, die die Preise zur Verfügung stellen bzw. Hersteller der Produkte sind, sowie der Wert des jeweiligen Preises. Zwischen den einzelnen Preisen wird jeweils für kurze Zeit eine sich bewegende schimmernde geometrische Form (doppelte Pyramide) eingespielt. Nach dem letzten präsentierten Preis folgt ein Hinweis auf die Sendung 'Willkommen Österreich' mit Einblendung der Sendezeit, des Namens der Sendung und des Kanals ORF2 (durch Einspielung des ORF2 Logos): 'Also mitmachen und gewinnen, die Willkommen Österreich Gewinnshow!'

Daraufhin wird ein Standbild von 'tirol.orf.at' eingeblendet, auf dem drei Schlagzeilen zu sehen sind und einige

Sekunden danach wird auf ORF 2 bundesweit umgestellt (durch Einblendung des ORF Logos ORF2).

VI. Am 07.09.2004 wird in ORF2 um ca. 18.52 Uhr nach der Sendung 'Gut beraten Österreich' und einem Programmhinweis auf diese Sendung das Logo von ORF2 in Form eines sich bewegenden Würfels eingeblendet. Sodann folgt die Ankündigung: 'Als wir uns überlegt haben, was es diese Woche zu gewinnen geben soll, dachten wir an ...'.

Darauf folgt die eben unter V. geschilderte Präsentation. Am Ende der Präsentation folgt ein Programmhinweis auf die Sendung 'Musikantenstadl' am 25.09.2004 in ORF2."

Zu Spruchpunkt IV. führte die belangte Behörde aus, die beschwerdeführende Partei habe sich im Verwaltungsverfahren damit gerechtfertigt, dass der Hinweis auf die Unterstützung durch den genannten Gartenpark am Ende der Sendung nicht als Sponsorhinweis, sondern als Offenlegung dafür gedacht gewesen sei, dass der Fachkommentar der Sendung vom Inhaber dieses Gartenparks stamme. Die belangte Behörde halte diese Argumentation insofern für unglaubwürdig, als der Hinweis auf den Gartenpark angesichts der bereits erfolgten Einblendung des Namens des Präsentators während der Sendung entbehrlich sei. Auch in anderen Sendungen der beschwerdeführenden Partei, in denen Vertreter von Unternehmen zu Wort kämen und ihren Fachkommentar abgäben, sei es nicht üblich, diese Form der Unterstützung am Ende der Sendung offen zu legen. Die belangte Behörde habe daher die beschwerdeführende Partei aufgefordert, bekannt zu geben, ob und in welcher Höhe die beschwerdeführende Partei für den genannten Hinweis ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten habe. Dem sei die beschwerdeführende Partei unter Hinweis auf Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse nicht nachgekommen. Es könne aber nicht hingegenommen werden, dass § 17 ORF-G dadurch umgangen werde, dass die Auskunft über den geleisteten Beitrag zur Finanzierung im Sinne der genannten Gesetzesbestimmung verweigert werde. Im konkreten Fall gelange die belangte Behörde im Rahmen der Beweiswürdigung zu dem Ergebnis, dass die beschwerdeführende Partei von der Firma Gartenpark ein Entgelt für die Nennung im Abspann erhalten habe, weil auf Grund allgemeiner Erfahrungssätze davon ausgegangen werden müsse, dass kein der freien Marktwirtschaft unterliegendes Unternehmen ein anderes Unternehmen in einer Sendung namhaft mache, ohne hierfür ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung zu erhalten. Im Übrigen werde auf die Verletzung der Mitwirkungspflicht der beschwerdeführenden Partei verwiesen. Abgesehen davon sei davon auszugehen, dass auch das Zurverfügungstellen einer versierten Expertenmeinung, wie gegenständlich des Fachkommentars eines Experten für Botanik, einen "Beitrag zur Finanzierung" im Sinne des § 17 Abs. 1 ORF-G darstelle. Dieser Begriff sei weit zu verstehen, es fielen darunter auch dem ORF zur Verfügung gestellte geldwerte Leistungen, die er ansonsten durch den Einsatz eigener Mittel aufbringen müsste. Aus all dem ergebe sich, dass die gegenständliche Sendung eine Patronanzsendung im Sinne des § 17 ORF-G gewesen sei. Da die beschwerdeführende Partei den Beginn dieser Sendung nicht eindeutig im Sinne des § 17 Abs. 2 Z. 2 ORF-G gekennzeichnet habe, liege ein Verstoß gegen die letztgenannte Bestimmung vor.

Zu den Spruchpunkten V. und VI. führte die belangte Behörde aus, der festgestellte Sachverhalt sei als Werbung im Sinne des § 13 Abs. 1 ORF-G und nicht, wie die beschwerdeführende Partei meine, als zulässiges Product-Placement im Sinne des § 14 Abs. 5 ORF-G anzusehen. Die gegenständliche Präsentation verschiedener Produkte beinhalte (abgesehen von einer Ausnahme) weit mehr als die notwendige Information über den Gewinn und den Spender der Preise für die gegenständliche Gewinnshow, weil nicht nur die Preise der Produkte, sondern auch filmische Darstellungen ihres Gebrauchs gezeigt und Hinweise auf die Produkteigenschaften, wie etwa die beim Wasserbett verwendete Technologie, die Zusammensetzung des gezeigten Fußbodens aus Leinöl und anderen natürlichen Rohstoffen und seine Eignung zum Selbstverlegen, gegeben worden seien. Durch diese zusätzlichen Informationen sei das präsentierte Waren- und Leistungsangebot übermäßig herausgestrichen worden, sodass Werbung im Sinne des § 13 Abs. 1 ORF-G vorliege. Dieses Hervorheben des Waren- und Leistungsangebotes sei gegenständlich gegen Entgelt bzw. eine Gegenleistung (nämlich das Zurverfügungstellen der Preise für die ORF-Gewinnshow) gesendet worden und habe das Ziel verfolgt, den Absatz der spezifisch dargestellten Waren zu fördern. Daher hätte die beschwerdeführende Partei diese Werbung gemäß § 13 Abs. 3 ORF-G optisch oder akustisch eindeutig von anderen Programmteilen - gegenständlich vom Programmhinweis für die Sendung "Willkommen Österreich" - trennen müssen. Eine solche Trennung habe die beschwerdeführende Partei unterlassen, ja die zu gewinnenden Preise sogar im Sendungsdesign von "Willkommen Österreich" präsentiert. Der Zuseher eines Programmhinweises für die Sendung "Willkommen Österreich" rechne in einem solchen Programmhinweis nicht mit kommerzieller Werbung. Die beschwerdeführende Partei habe somit gegen § 13 Abs. 3 ORF-G verstoßen.

Zu der vorliegenden Beschwerde, die sich ausschließlich gegen die zitierten Spruchteile des angefochtenen Bescheides richtet, hat die belangte Behörde die Verwaltungsakten vorgelegt und von der Erstattung einer Gegenschrift abgesehen.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

Die im Beschwerdefall maßgebenden Bestimmungen des ORF-Gesetzes, BGBl. Nr. 379/1984 in der hier maßgebenden Fassung vor der Novelle BGBl. I Nr. 159/2005, lauten:

"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.

...

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

...

Patronanzsendungen (Sponsoring)

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

(2) Patronanzsendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Inhalt und Programmplatz einer Patronanzsendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Österreichischen Rundfunks in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.

2. Sie sind als Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Anfang und am Ende eindeutig zu kennzeichnen (An- und Absage). Hinweise auf den Auftraggeber während der Sendung sind unzulässig.

..."

Zu Spruchpunkt IV.:

In der Beschwerde bleibt unbestritten, dass die in Rede stehende Sendung an ihrem Anfang nicht durch den Namen oder das Firmenemblem des Sponsors gekennzeichnet war. Die beschwerdeführende Partei vertritt vielmehr den Standpunkt, dass sie zur Kennzeichnung nicht verpflichtet gewesen sei, weil ein Sponsoring nicht vorgelegen sei. Entgegen den Sachverhaltsfeststellungen der belangten Behörde, die auf einer unschlüssigen und einer unzulässigen Beweiswürdigung (Verwertung der Aussageverweigerung auf Grund von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen) beruhen, sei nämlich kein Entgelt für die Nennung des Gartenparks im Abspann geleistet worden. Eine andere Gegenleistung, wie das Zurverfügungstellen eines Fachkommentars, erfülle jedoch nach Ansicht der beschwerdeführenden Partei die Tatbestandsvoraussetzung des "Beitrags zur Finanzierung" im Sinne des § 17 Abs. 1 ORF-G nicht. Selbst wenn jedoch ein Entgelt geleistet worden wäre, wäre der Sachverhalt als zulässiges Product-Placement im Sinne des § 14 Abs. 5 ORF-G zu qualifizieren, das nach der Legaldefinition u.a. dann vorliege, wenn der Name eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt erwähnt wird. Die letztgenannte Bestimmung setze eine Wiedererkennbarkeit des gezeigten Produktes bzw. der Dienstleistung (hier: des Gartenparks) nach Ansicht der beschwerdeführenden Partei nicht voraus.

Mit diesem Vorbringen ist die beschwerdeführende Partei gemäß § 43 Abs. 2 VwGG grundsätzlich auf das hg. Erkenntnis vom 26. Juli 2007, Zl. 2005/04/0153, zu verweisen, in dem der Verwaltungsgerichtshof die

Patronanzsendung (Sponsoring) vom Product-Placement abgegrenzt hat. In diesem Erkenntnis wurde zur Patronanzsendung u.a. ausgeführt, dass der Beitrag zur Finanzierung im Sinne des § 17 Abs. 1 ORF-G nicht in Geld bestehen müsse. Daher kommt es gegenständlich nicht darauf an, ob die Feststellung der Entgeltlichkeit, wie die Beschwerde vorbringt, mit einem Verfahrensfehler behaftet ist. Entscheidend ist vielmehr, dass die belangte Behörde in einer Alternativbegründung angenommen hat, dass für die Förderung des Namens des Gartencenters zumindest eine nicht in Geld bestehende Leistung in Form des Zurverfügungstellens einer Expertenmeinung erbracht wurde. Dies wird in der Beschwerde nicht bestritten.

Dem Einwand der Beschwerde, es habe sich gegenständlich um ein zulässiges Product-Placement im Sinne des § 14 Abs. 5 ORF-G gehandelt (für welches das Gesetz die im Spruch des angefochtenen Bescheides genannte An- bzw. Absage nicht vorsieht), steht nach dem zitierten Erkenntnis entgegen, dass gegenständlich weder behauptet wurde noch evident ist, dass in der Sendung eine Marke oder ein Markenprodukt zur Schau gestellt wurden.

Zu Spruchpunkt V. und VI.:

Die Beschwerde wendet sich primär gegen die Rechtsansicht der belangten Behörde, wonach die Darstellung von Preisen im Rahmen der gegenständlichen Gewinnspielankündigung eine kommerzielle Werbung im Sinne des § 13 Abs. 1 ORF-G sei. So sei zwischen der Darstellung der jeweiligen Preise die für die Sendung "Willkommen Österreich" markante graphische Figur (doppelte Pyramide) als Bildtrenner eingeblendet worden, sodass für den Zuseher klar gewesen sei, dass es sich um eine bloße Gewinnspielankündigung und nicht um Werbung handle. Den Texten habe außerdem jegliche werbliche Ausschmückung, wie sie in einem normalen Werbespot vorkommen, gefehlt. Auch das gesendete Bildmaterial sei nicht mit jenem vergleichbar gewesen, wie es üblicherweise in Werbesendungen verwendet werde. Ebenso sei auf Musikelemente bzw. Sprecher aus der "klassischen Werbung" verzichtet worden. Es habe sich daher lediglich um eine neutrale Produktbeschreibung gehandelt, die nicht unter den Begriff Werbung zu subsumieren sei.

Zu diesem Vorbringen ist zunächst darauf hinzuweisen, dass die belangte Behörde ohnehin davon ausgegangen ist, dass das bloße Präsentieren von Preisen eines Gewinnspieles keine Werbung darstelle. Sie hat den angefochtenen Bescheid allerdings darauf gestützt, dass in den gegenständlichen Fällen die Gewinne nicht bloß gezeigt worden seien, sondern dass zusätzlich einerseits Hinweise auf die Produkteigenschaften und andererseits auch eine filmische Darstellung ihres Gebrauches erfolgt seien. Diese Sachverhaltsannahmen bleiben in der Beschwerde unbestritten.

Der Verfassungsgerichtshof hat in seinem Erkenntnis vom 8. Oktober 2003, B 1540/02, VfSlg. 17.006, unter Bezug auf § 13 Abs. 1 ORF-G ausgesprochen, dass völlig neutrale und informierende Hinweise per se nicht als 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, sei eine Frage der Auslegung des Gesetzes.

Der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften (EuGH) hat jüngst in seinem Urteil vom 18. Oktober 2007 in der Rechtssache C-195/06, KommAustria gegen ORF, dargelegt, dass bei der Beurteilung, ob Fernsehwerbung vorliegt, alle Aspekte der Sendung bzw. des entsprechenden Sendungsteiles und nicht bloß die Form der Äußerung zu berücksichtigen sind, um festzustellen, ob sie die Absicht zum Ausdruck bringen, über das Fernsehen Werbebotschaften an die Zuschauer zu senden (Rz 41). Eine Äußerung könne auch dann als Fernsehwerbung angesehen werden, wenn die als Gewinn angebotenen Waren und Dienstleistungen Gegenstand von Präsentationen oder Verkaufsförderungsmaßnahmen wären, die einen Anreiz für die Zuschauer schaffen sollen, diese Waren und Dienstleistungen zu erwerben (Rz 45).

Wie erwähnt, hat die belangte Behörde gegenständlich darauf abgestellt, dass die Preise der Gewinnshow im Fernsehen nicht bloß gezeigt wurden, sondern dass konkrete Produkteigenschaften, wie die verwendete Technologie (so beim gezeigten Wasserbett) oder wie etwa die Zusammensetzung und Eignung der Produkte (so beim gezeigten Geschirr und beim Fußboden) dargestellt worden seien. Durch die Einblendung von Videoaufnahmen in einer sogenannten Split-Screen, also einer Teilfläche des Fernsehbildes, sei auch die Verwendung der als Preise vorgestellten Produkte (so etwa die Zubereitung der Speisen, das Verlegen des Fußbodens, usw.) gezeigt worden. Aus diesen unstrittigen Feststellungen ergibt sich, dass die Darstellung insgesamt geeignet war, bislang uninformierte oder

unentschlossene Zuseher für den Erwerb dieser Produkte zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Darstellung, nämlich den Absatz dieser Produkte zu fördern (§ 13 Abs. 1 ORF-G), zu schließen ist. Der belangten Behörde ist daher nicht entgegen zu treten, wenn sie die beschriebene Darstellung der Produkte als Werbung im Sinne der letztgenannten Bestimmung qualifizierte.

Die beschwerdeführende Partei wendet außerdem ein, dass selbst dann, wenn man das Vorliegen von Werbung im Sinne des § 13 Abs. 1 ORF-G bejahte, kein Verstoß gegen den Abs. 3 dieser Bestimmung erfolgt sei, weil die Darstellung der Produkte von anderen Programmteilen getrennt worden sei. Unter Bezugnahme auf die Beschlüsse des Oberlandesgerichtes Wien (4 R 16/03g) und des Obersten Gerichtshofes (4 Ob 66/03i) vertritt die beschwerdeführende Partei die Auffassung, dass man bei Heranziehung dieser Rechtsprechung zu dem Ergebnis komme, die Werbung sei "stets als solche erkennbar" gewesen.

Was zunächst die zitierten Beschlüsse betrifft, so ist daraus für den gegenständlichen Fall schon deshalb nichts zu gewinnen, weil ihnen andere Sachverhalte zu Grunde lagen (vgl. dazu die Ausführungen im bereits zitierten hg. Erkenntnis Zl. 2005/04/0153).

Gegenständlich hat die belangte Behörde eine Verletzung des § 13 Abs. 3 ORF-G angenommen, weil die Werbung für verschiedene Produkte in einem Programmhinweis eingebettet war (Programmhinweis auf die Sendung "Willkommen Österreich") und von diesem nicht eindeutig getrennt wurde. Auch die Beschwerde behauptet nicht konkret, dass und vor allem in welcher Form die gegenständliche Werbung vom vorangegangenen Beginn des Programmhinweises oder vom nachfolgenden Ende dieses Programmhinweises optisch oder akustisch getrennt worden sei. Daran ändert nichts, dass - während der Werbung - eine Graphik (Doppelpyramide) die jeweils beworbenen Produkte voneinander abgrenzte. Die belangte Behörde ist daher zutreffend zu dem Ergebnis gelangt, dass gegenständlich die durch § 13 Abs. 3 ORF-G vorgeschriebene Trennung der Werbung von anderen Programmteilen unterblieben ist.

Zu Spruchpunkt VII.:

Diesbezüglich hat der Verwaltungsgerichtshof im zitierten Erkenntnis, Zl. 2005/04/0153, mit Hinweis auf das Erkenntnis vom 23. Mai 2007, Zl. 2006/04/0204, ausgeführt, dass er gegen die Anordnung, die beschwerdeführende Partei habe eine Entscheidung über die Verletzung des ORF-G zu veröffentlichen und hierüber Nachweise zu erbringen, nicht für rechtswidrig erachtet.

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

Da die belangte Behörde die Zuerkennung von Kosten nicht beantragt hat, entfällt eine diesbezügliche Entscheidung.

Wien, am 14. November 2007

Gerichtsentscheidung

EuGH 62006J0195 ORF VORAB

Schlagworte

Auslegung unbestimmter Begriffe VwRallg3/4 Auslegung Anwendung der Auslegungsmethoden Verhältnis der wörtlichen Auslegung zur teleologischen und historischen Auslegung Bedeutung der Gesetzesmaterialien VwRallg3/2/2

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2007:2005040167.X00

Im RIS seit

06.12.2007

Zuletzt aktualisiert am

17.10.2011

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

© 2024 JUSLINE

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

www.jusline.at