jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE Bvwg Erkenntnis 2021/9/8 W194 2135500-1

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 08.09.2021

Entscheidungsdatum

08.09.2021

Norm

B-VG Art133 Abs4
KOG §36
ORF-G §14 Abs1
ORF-G §14 Abs5
ORF-G §17 Abs1 Z2
ORF-G §17 Abs5
ORF-G §36 Abs4
ORF-G §37 Abs4
VwGG §63 Abs1
VwGVG §24 Abs4
VwGVG §28 Abs1
VwGVG §28 Abs2

Spruch

W194 2135500-1/22E

IM NAMEN DER REPUBLIK!

Das Bundesverwaltungsgericht hat durch die Richterin Dr. Daniela Sabetzer als Vorsitzende und die Richter Dr. Christian Eisner und Dr. Stefan Keznickl als Beisitzer über die Beschwerde des Österreichischen Rundfunks (ORF) gegen die Spruchpunkte 1.e. und 2. des Bescheides der Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) vom 28.07.2016, KOA 1.850/16-044, zu Recht erkannt:

A)

Der Beschwerde wird insoweit Folge gegeben, als

a) Spruchpunkt 1.e. des angefochtenen Bescheides dahingehend abgeändert wird, dass die Wortfolge „Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von
ca. 8 Minuten und 4 Sekunden“ nunmehr lautet: „Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. sieben Minuten und 28 Sekunden“; und

b) Spruchpunkt 2. des angefochtenen Bescheides hinsichtlich der Wortfolge „Am 10. Mai 2016 wurden im Programm von Radio Burgenland Werbung und Sponsorhinweise im Ausmaß von 8 Minuten und 4 Sekunden ausgestrahlt. Dadurch wurde die gesetzlich festgelegte Werbezeitgrenze von 6 Minuten um 2 Minuten und 4 Sekunden überschritten." dahingehend abgeändert wird, dass diese Wortfolge nunmehr lautet: „Am 10. Mai 2016 wurden im Programm von Radio Burgenland Werbung und Sponsorhinweise im Ausmaß von sieben Minuten und 28 Sekunden ausgestrahlt. Dadurch wurde die gesetzlich festgelegte Werbezeitgrenze von 6 Minuten um eine Minute und 28 Sekunden überschritten."

Spruchpunkt 2. des angefochtenen Bescheides lautet damit insgesamt nunmehr wie folgt: „Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) im regionalen Hörfunkprogramm Radio Burgenland zwischen 06:00 Uhr und 13:00 Uhr zwei Mal in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen: ‚Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den ORF Folgendes festgestellt: Am 10. Mai 2016 wurden im Programm von Radio Burgenland Werbung und Sponsorhinweise im Ausmaß von sieben Minuten und 28 Sekunden ausgestrahlt. Dadurch wurde die gesetzlich festgelegte Werbezeitgrenze von 6 Minuten um eine Minute und 28 Sekunden überschritten. Weiters wurde im Programm von Radio Burgenland in mehreren Fällen gegen das gesetzliche Gebot verstoßen, Werbung durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.'"

B)

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

Text

Entscheidungsgründe:

I. Verfahrensgang:

1. Mit Bescheid vom 28.07.2016 stellte die belangte Behörde (KommAustria) unter Spruchpunkt 1. fest, dass die beschwerdeführende Partei (ORF) am 10.05.2016 im regionalen Hörfunkprogramm Radio Burgenland

„a. um ca. 07:28:45 Uhr sowie um ca. 11:25:17 Uhr jeweils im Anschluss an Programmhinweise zur Berichterstattung über die Veranstaltung , XXXX ' einen Hinweis zugunsten von XXXX ausgestrahlt hat, wobei diese Werbung an ihrem Beginn nicht durch akustische Mittel eindeutig vom vorangehenden Programm-teil getrennt war, wodurch § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G jeweils verletzt wurde;

b. um ca. 13:25:34 Uhr im Anschluss an einen Programmhinweis zur Berichterstattung über die Veranstaltung , XXXX ' einen Hinweis zugunsten von XXXX ausgestrahlt hat, wobei diese Werbung weder an ihrem Beginn noch an ihrem Ende durch akustische Mittel eindeutig von den vorangehenden bzw. den nachfolgenden Programmteilen getrennt war, wodurch § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verletzt wurde;

c. um ca. 07:55:52 Uhr unmittelbar vor einem Programmhinweis auf die Sendung ‚Mahlzeit Burgenland' einen Hinweis zugunsten von XXXX ausgestrahlt hat, wobei diese Werbung weder an ihrem Beginn noch an ihrem Ende durch akustische Mittel eindeutig von den vorangehenden bzw. den nachfolgenden Programmteilen getrennt war, wodurch § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verletzt wurde;

d. von ca. 12:09:35 Uhr bis ca. 12:10:43 Uhr einen werblich gestalteten Sendungsteil über XXXX ausgestrahlt hat, wobei diese Werbung weder an ihrem Beginn noch an ihrem Ende durch akustische Mittel eindeutig von den vorangehenden bzw. den nachfolgenden Programmteilen getrennt war, wodurch § 14 Abs. 1 Satz 2 ORF-G verletzt wurde;

e. durch die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. 8 Minuten und 4 Sekunden die Bestimmung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G verletzt hat, wonach in bundeslandweiten Programmen gesendete Werbung und Sponsorhinweise im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten dürfen, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind."

Unter einem erkannte die KommAustria gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung dieser Entscheidung unter

näher bestimmten Vorgaben (Spruchpunkt 2.) und trug der beschwerdeführenden Partei auf, binnen weiterer zwei Wochen gemäß § 36 Abs. 4 ORF-G einen Nachweis der Veröffentlichung in Form von Aufzeichnungen zu übermitteln (Spruchpunkt 3.).

2. Gegen diesen Bescheid erhob die beschwerdeführende Partei mit Schreiben vom 29.08.2016 Beschwerde.

3. Mit Erkenntnis des Bundesverwaltungsgerichtes vom 21.12.2018, W219 2135500-1/10E, wurde der Beschwerde insofern stattgegeben, als es das in Spruchpunkt 1.e. des angefochtenen Bescheides angeführte Gesamtausmaß der ausgestrahlten Werbung und Sponsorhinweise (aufgrund zweier gemäß § 17 Abs. 5 erster Satz ORF-G nicht in die Werbezeit einzurechnender Sponsorhinweise) auf ca. 7 Minuten und 55 Sekunden reduzierte und Spruchpunkt 2. des Bescheides betreffend die Veröffentlichung entsprechend korrigierte (Spruchpunkt A I.). Im Übrigen wurde die Beschwerde als unbegründet abgewiesen (Spruchpunkt A II.) und ausgesprochen, dass die Revision gemäß Art. 133 Abs. 4 B-VG nicht zulässig sei (Spruchpunkt B).

4. Gegen diese Entscheidung erhob die beschwerdeführende Partei außerordentliche Revision an den Verwaltungsgerichtshof.

5. Mit Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes vom 16.04.2021, Ra 2019/03/0016-7, wurde der Revision teilweise Folge gegeben und dazu ausgesprochen:

„Das angefochtene Erkenntnis wird in dem Umfang, als damit über die Spruchpunkte 1.e. und 2. des Bescheides der KommAustria vom 28. Juli 2016 abgesprochen wurde, wegen Rechtswidrigkeit des Inhaltes aufgehoben.

Im Übrigen wird die Revision als unbegründet abgewiesen."

6. Am 12.05.2021 wurde die gegenständliche Rechtssache der Gerichtsabteilung W194 des Bundesverwaltungsgerichtes zugewiesen.

7. Mit Schreiben des Bundesverwaltungsgerichtes vom 20.05.2021 wurde den Parteien des Verfahrens Gelegenheit zur Stellungnahme zum Stand des Verfahrens eingeräumt. Zudem wurden die Parteien eingeladen, allfällige Informationen, welche für das gegenständliche Verfahren relevant sein könnten, mitzuteilen.

8. Stellungnahmen der Parteien langten hierauf nicht ein.

9. Mit Schreiben des Bundesverwaltungsgerichtes vom 13.07.2021 wurde den Parteien des Verfahrens mitgeteilt, dass unter Bedachtnahme auf die vom Verwaltungsgerichtshof in seinem Erkenntnis vom 16.04.2021 aufgestellten Grundsätze eine Neuberechnung der am 10.05.2016 im gegenständlichen Programm gesendeten Werbezeit zu erfolgen habe. Das Bundesverwaltungsgericht gehe dabei zusammengefasst vorläufig davon aus, dass an diesem Tag Werbung im Ausmaß von 448 Sekunden bzw. sieben Minuten und 28 Sekunden gesendet worden sei. Dazu wurde den Parteien Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben.

10. Die belangte Behörde übermittelte am 23.07.2021 eine Stellungnahme, in der sie ausführte:

„In der in Punkt 6. des Schreibens vom 13.07.2021 angeführten Auflistung wurden offensichtlich die beiden ungestalteten Sponsorhinweise zugunsten des , XXXX ' um ca. 07:05:59 Uhr und ca. 07:39:22 Uhr mit einer Dauer von jeweils fünf Sekunden nicht einbezogen. Diese sind nach Ansicht der KommAustria gemäß § 17 Abs. 5 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 112/2015, weiterhin in die Gesamtwerbezeit einzubeziehen (siehe dazu Punkt 2.1, 2.5. und 4.6. des Bescheids der KommAustria vom 28.07.2016, KOA 1.850/16-044).

In diesem Fall erhöht sich die unter Punkt 6. des Schreibens angeführte Gesamtwerbedauer am 10.05.2016 um zehn Sekunden von 448 Sekunden auf 458 Sekunden bzw. auf sieben Minuten und 38 Sekunden. Zum selben Ergebnis gelangt man, zieht man von der ursprünglichen, im zitierten Bescheid der KommAustria unter Punkt 2.5 angeführten Gesamtwerbedauer von acht Minuten und vier Sekunden die aus den Erwägungen des BVwG errechnete Gesamtdauer der Schwarzblenden und Werbetrenner im Ausmaß von 26 Sekunden ab.

Es wird daher angeregt, die Berechnung der Werbezeit entsprechend anzupassen, was zu einer Gesamtwerbedauer im Ausmaß von sieben Minuten und 38 Sekunden führt.

Darüber hinaus werden gegen die Erwägungen des BVwG keine Einwände erhoben."

11. Eine Stellungnahme der beschwerdeführenden Partei langte neuerlich nicht ein.

II. Das Bundesverwaltungsgericht hat erwogen:

1. Feststellungen:

1.1. Zum angefochtenen Bescheid:

1.1.1. Mit dem angefochtenen Bescheid stellte die belangte Behörde mit Spruchpunkt 1.e. fest, dass die beschwerdeführende Partei am 10.05.2016 im Programm Radio Burgenland

„durch die Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. 8 Minuten und 4 Sekunden die Bestimmung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G verletzt hat, wonach in bundeslandweiten Programmen gesendete Werbung und Sponsorhinweise im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten dürfen, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind."

Mit Spruchpunkt 2. des angefochtenen Bescheides wurde ausgesprochen:

„Die KommAustria erkennt gemäß § 37 Abs. 4 ORF-G auf Veröffentlichung ihrer Entscheidung. Dem ORF wird aufgetragen, den Spruchpunkt 1. binnen sechs Wochen ab Rechtskraft der Entscheidung an einem Werktag (Montag bis Freitag) im regionalen Hörfunkprogramm Radio Burgenland zwischen 06:00 Uhr und 13:00 Uhr zwei Mal in folgender Weise durch Verlesung durch einen Sprecher zu veröffentlichen: ‚Die Kommunikationsbehörde Austria hat im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den ORF Folgendes festgestellt: Am 10. Mai 2016 wurden im Programm von Radio Burgenland Werbung und Sponsorhinweise im Ausmaß von 8 Minuten und 4 Sekunden ausgestrahlt. Dadurch wurde die gesetzlich festgelegte Werbezeitgrenze von 6 Minuten um 2 Minuten und 4 Sekunden überschritten. Weiters wurde im Programm von Radio Burgenland in mehreren Fällen gegen das gesetzliche Gebot verstoßen, Werbung durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.'"

1.1.2. Im angefochtenen Bescheid traf die belangte Behörde – soweit vorliegenden relevant – zu den gesendeten Sponsorhinweisen sowie zur Dauer der Werbung und Sponsorhinweise am 10.05.2016 die folgenden Feststellungen (Auszug):

„2.1. Sponsorhinweise zu Gunsten des XXXX um ca. 07:05:59 und 07:39:22 Uhr

Um 07:05:59 und um 07:39:22 Uhr erfolgt jeweils nach den Verkehrsmeldungen folgender 5-sekündige Sponsorhinweis: „Gute und sichere Fahrt wünscht XXXX ." Danach folgt jeweils die Signation der Sendung „Guten Morgen Burgenland".

2.2. Sponsorhinweise im Rahmen eines Programmhinweises für „ XXXX " zu Gunsten von XXXX

2.2.1. Hinweis um ca. 07:28:45 Uhr

[...] Unmittelbar danach folgt um ca. 07:28:45 Uhr ohne Trennung folgender etwa 6-sekündiger Hinweis: „Präsentiert von XXXX "

[...]

2.2.2. Hinweis um ca. 11:25:17 Uhr

[...] Unmittelbar danach folgt um ca. 11:25:15 Uhr ohne Trennung folgender etwa 7-sekündiger Hinweis: „Präsentiert von XXXX" [...]

2.2.3. Hinweis um ca. 13:25:34 Uhr

[...] Unmittelbar danach folgt um ca. 13:25:34 Uhr ohne Trennung folgender etwa 6-sekündiger Hinweis: „Präsentiert von XXXX " [...]

2.3. Sponsorhinweise zu Gunsten von XXXX

2.3.1. Sponsorhinweis im Rahmen eines Programmhinweises für die Sendung „Mahlzeit Burgenland" um ca. 07:55:52 Uhr

[...] Unmittelbar nach diesem ca. 5-sekündigen Hinweis setzt ohne Trennung ein männlicher Sprecher fort: [...]

2.3.2. Hinweise während der Sendestunden von 11:00:00 bis 13:00:00 Uhr

Anschließend an den Wetterbericht nach den 11-Uhr-Nachrichten erfolgt die Signation der Sendung „Mahlzeit Burgenland", an deren Ende um ca. 11:04:13 Uhr folgender ca. zweisekündiger Sponsorhinweis gesendet wird: „Präsentiert von XXXX " [...] Am Ende der Sendung Mahlzeit Burgenland erfolgt um ca. 12:59:49 Uhr folgender, ca. 5-

sekündiger Hinweis: „Mahlzeit Burgenland, präsentiert von XXXX

2.4. Sendungsteil zum XXXX ab ca. 12:09:35 Uhr

Im Rahmen der Sendung „Mahlzeit Burgenland“ mit dem Gast XXXX wird ab ca. 12:09:35 Uhr nach einem Musikstück folgender Sendungsteil ausgestrahlt: [...] Danach wird um ca. 12:10:43 Uhr das Thema gewechselt und über einen XXXX gesprochen.

2.5. Dauer der Werbung und Sponsorhinweise am 10.05.2016

Am 10.05.2016 wurde im Hörfunkprogramm Radio Burgenland [weiters] folgende Werbung ausgestrahlt:

Von ca. 06:59:11 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 06:59:54 Uhr (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...] der Spot für die ORF-Nachlese dauerte ca. 00:00:20. [...]

Von ca. 07:28:45 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 07:30:26 Uhr (Beginn des nachfolgenden Jingles) wurden fünf Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...]

Von ca. 07:59:08 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 07:59:54 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...]

Von ca. 08:59:02 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 08:59:54 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...]

Von ca. 09:58:50 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 09:59:53 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden fünf Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...]

Von ca. 11:25:18 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 11:26:04 Uhr (Beginn der nachfolgenden Signation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...]

Von ca. 14:27:04 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 14:27:46 Uhr (Beginn der nachfolgenden Signation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. [...] der Spot für die ORF-Nachlese dauerte ca. 00:00:15. [...]

Von ca. 16:59:38 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 16:59:55 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurde ein Werbespot (XXXX) ausgestrahlt. [...]“

1.2. Mit Erkenntnis des Bundesverwaltungsgerichtes vom 21.12.2018, W219 2135500-1/10E, wurde der Beschwerde hinsichtlich Spruchpunkt 1.e. des angefochtenen Bescheides insoweit Folge gegeben als dieser Spruchpunkt „dahingehend abgeändert wird, dass die Wortfolge ‚Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. 8 Minuten und 4 Sekunden‘ nunmehr zu lauten hat: ‚Ausstrahlung von Werbung und Sponsorhinweisen im Gesamtausmaß von ca. 7 Minuten und 55 Sekunden‘“ [Spruchpunkt A) I. a)]. Das Bundesverwaltungsgericht stellte dazu ua. fest, dass angesichts der Tatsache, dass einzelne Sendungsabschnitte zu Unrecht in die Werbezeit eingerechnet worden seien (konkret die Sponsorhinweise zu Gunsten des „ XXXX “ im Umfeld des Radio Burgenland Verkehrsservice), jedenfalls eine Reduzierung der im bekämpften Bescheid festgestellten Werbezeitüberschreitung zu erfolgen habe. Zudem wurde Spruchpunkt 2. des angefochtenen Bescheides in diesem Sinne abgeändert [Spruchpunkt A) I. b)].

1.3. Mit Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes vom 16.04.2021, Ra 2019/03/0016-7, wurde das Erkenntnis des Bundesverwaltungsgerichtes vom 21.12.2018 in dem Umfang, als damit über die Spruchpunkte 1.e. und 2. des angefochtenen Bescheides abgesprochen wurde, wegen Rechtswidrigkeit des Inhaltes aufgehoben.

Die Spruchpunkte 1.a., 1.b., 1.c. und 1.d. des angefochtenen Bescheides sind rechtskräftig.

2. Beweiswürdigung:

Die getroffenen Feststellungen sind im Verfahren unstrittig und den zitierten Entscheidungen zu entnehmen, die allesamt Teil der dem Bundesverwaltungsgericht vorliegenden Akten sind.

Die von der belangten Behörde im angefochtenen Bescheid getroffenen Feststellungen zur Dauer der Werbezeit wurden gegenständlich (unter II.1.1.2.) in dem für die infolge des Erkenntnisses des Verwaltungsgerichtshofes erforderliche Neuberechnung der Dauer der Werbung notwendigen Umfang herangezogen (vgl. zu den Berechnungen, die dem angefochtenen Bescheid zugrunde liegen, II.3.6. und zur Neuberechnung durch das Bundesverwaltungsgericht II.3.7.).

Soweit festgestellt wurde, dass die Spruchpunkte 1.a., 1.b., 1.c. und 1.d. des angefochtenen Bescheides rechtskräftig sind, ist darauf hinzuweisen, dass die Beschwerde hinsichtlich dieser Spruchpunkte vom Bundesverwaltungsgericht mit Erkenntnis vom 21.12.2018 als unbegründet abgewiesen wurde und die Revision in dieser Hinsicht vom Verwaltungsgerichtshof mit Erkenntnis vom 16.04.2021 ebenfalls als unbegründet abgewiesen wurde.

Die zitierten vom Bundesverwaltungsgericht in seinem Erkenntnis vom 21.12.2018 getroffenen Feststellungen können auch der vorliegenden Entscheidung zugrunde gelegt werden, da im aufhebenden Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes vom 16.04.2021 ausschließlich die Beurteilung der Rechtsfrage der Einrechnung von „stillen Sekunden" und „Trennelementen" in die Werbezeit beanstandet wurde.

Zudem ist zu berücksichtigen, dass den Parteien des Verfahrens mit Schreiben des Bundesverwaltungsgerichtes vom 20.05.2021 und 13.07.2021 Gelegenheit zur Stellungname gegeben wurde und die beschwerdeführende Partei beide Schreiben unbeantwortet ließ (vgl. I.7.ff). Soweit die belangte Behörde am 23.07.2021 eine Stellungnahme zur Berechnung der Werbezeit übermittelte, ist auf die Ausführungen in der rechtlichen Beurteilung zu verweisen (vgl. II.3.7.).

3. Rechtliche Beurteilung:

Zu A)

3.1. § 14 Abs. 4 und 5 ORF-G idFBGBl. I Nr. 50/2010 lautet:

„(4) Eines der österreichweiten Programme des Hörfunks gemäß § 3 Abs. 1 Z 1 hat von Werbung frei zu bleiben. In österreichweit verbreiteten Hörfunkprogrammen ist Werbung nur österreichweit zulässig. Hörfunkwerbung darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. In einem Programm darf Werbung im Jahresdurchschnitt 8 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Hörfunkwerbung, die in bundeslandweiten Programmen gesendet wird, ist nur einmal zu zählen und darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Die Dauer von Werbung, die zeitgleich in mehr als einem bundeslandweiten Programm ausgestrahlt wird (Ringwerbung), ist jeweils in die fünfminütige Werbedauer des betreffenden bundeslandweiten Programms einzurechnen.

(5) In Fernsehprogrammen ist Werbung nur österreichweit zulässig. Österreichweite Fernsehwerbung darf im Jahresdurchschnitt die Dauer von 42 Minuten pro Tag pro Programm nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Nicht in die nach dem vorstehenden Satz oder nach § 4b Abs. 2 vierter Satz und § 4c Abs. 2 fünfter Satz höchstzulässige Werbezeit einzurechnen ist Werbung für vom Österreichischen Rundfunk finanzierte oder mitfinanzierte Kinofilme. Innerhalb einer vollen Stunde darf der Anteil der Fernsehwerbung 20 vH nicht überschreiten. Unter Stunden sind die 24 gleichen Teile eines Kalendertages zu verstehen."

§ 17 Abs. 5 ORF-G idF BGBl. I Nr. 86/2015 lautet:

„(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."

Gemäß § 17 Abs. 1 Z 2 letzter Satz ORF-G gilt das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung 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.

3.2. Durch die Aufhebung des Erkenntnisses des Bundesverwaltungsgerichtes vom 21.12.2018, W219 2135500-1/10E, im angesprochenen Umfang tritt die Rechtssache (in dieser Hinsicht) in die Lage zurück, in der sie sich vor Erlassung des angefochtenen Erkenntnisses befunden hat (vgl. § 42 Abs. 3 VwGG).

Die verfahrensgegenständliche Beschwerde (I.2.) gegen den angefochtenen Bescheid (I.1.) ist damit unerledigt, soweit sie sich gegen die Spruchpunkte 1.e. und 2. des angefochtenen Bescheides richtet.

3.3. Wenn der Verwaltungsgerichtshof einer Revision stattgegeben hat, sind die Verwaltungsgerichte und die Verwaltungsbehörden gemäß § 63 Abs. 1 VwGG verpflichtet, in der betreffenden Rechtssache mit den ihnen zu Gebote stehenden rechtlichen Mitteln unverzüglich den der Rechtsanschauung des Verwaltungsgerichtshofes entsprechenden Rechtszustand herzustellen.

Im vorliegenden Fall hat der Verwaltungsgerichtshof zu den Maßstäben der Berechnung des zeitlichen Umfangs von Hörfunkwerbung im Sinne des ORF-G bezogen auf die gegenständlichen strittigen Rechtsfragen Folgendes ausgesprochen:

„[...]

25 II. Erwägungen:

26 Im vorliegenden Fall ist strittig, ob die gegenständlichen Hinweise zugunsten von XXXX sowie zugunsten von XXXX (Spruchpunkte 1.a., 1.b. und 1.c. des Bescheides), welche im Zusammenhang mit Programmankündigungen ausgestrahlt wurden, rechtlich als ‚Sponsorhinweise' oder als ‚Werbung' zu qualifizieren sind. Weiters ist strittig, ob die zwischen einzelnen Werbespots ausgestrahlten ‚stillen Sekunden' sowie die zur Trennung der Werbung von anderen Programmteilen eingesetzten akustischen Mittel in die im Hörfunk höchstzulässige Werbezeit nach § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G einzurechnen sind.

27 Zu den Hinweisen auf Sponsoren:

28 Unstrittig ist, dass die in Rede stehenden Hinweise zugunsten von näher genannten Sponsoren im gegenständlichen Fall unmittelbar vor bzw. unmittelbar nach Programmankündigungen zu den gesponserten Sendungen ausgestrahlt wurden, nicht hingegen im Zusammenhang mit der gesponserten Sendung selbst.

29 Sowohl die KommAustria als auch das BVwG stuften diese Hinweise, welche abseits der gesponserten Sendung ausgestrahlt wurden, unter Verweis auf das Urteil des EuGH vom 17. Februar 2016, Sanoma Media Finland Oy/Nelonen Media, C-314/14, als (Hörfunk-)Werbung ein. Die revisionswerbende Partei wendet mit näherer Begründung ein, das genannte Urteil des EuGH sei – ebenso wie die AVMD-RL – auf den gegenständlichen Revisionsfall gar nicht anwendbar, zumal das ORF-G in § 14 Abs. 4 für den Bereich des Hörfunks eine von der AVMD-RL differenzierte Regelung treffe.

[...]

42 Zusammenfassend ist das BVwG – wie auch die KommAustria – somit zutreffend zum Ergebnis gelangt, dass Hinweise auf Sponsoren, welche abseits der gesponserten Sendung ausgestrahlt werden – wie hier im Zusammenhang mit bloßen Programmankündigungen –, nicht als ‚Sponsorhinweise' iSd § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G zu qualifizieren, sondern unter den Begriff der ‚Werbung' zu subsumieren sind. Derartige Hinweise sind sohin einerseits gemäß § 14 Abs. 1 ORF-G eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen und andererseits gemäß § 14 Abs. 4 bzw. Abs. 5 ORF-G in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen. Diese Auslegung ist – aufgrund der im ORF-G aus der AVMD-RL übernommenen Regelungen zum Sponsoring und zu ‚Sponsorhinweisen' – neben dem Bereich des Fernsehens auch für den Bereich des Hörfunks maßgeblich.

[...]

44 Zur Einrechnung von ‚stillen Sekunden' und ‚Trennelementen' in die Werbezeit:

45 Im gegenständlichen Revisionsfall ist weiters strittig, ob sogenannte ‚stille Sekunden' im Hörfunk, also kurze Sendepausen, welche zwischen einzelnen Werbespots eingefügt sind, und die zur Trennung der Werbung von anderen Programmteilen im Hörfunk eingesetzten akustischen Mittel in die Werbezeit einzurechnen sind.

46 Die KommAustria sowie das BVwG haben die Einrechnung der ‚stillen Sekunden' und der ‚Trennelemente' in die gemäß § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G im Hörfunk höchstzulässige Werbezeit unter Verweis auf das bereits genannte Urteil des EuGH Sanoma Media Finland Oy bejaht. Die revisionswerbende Partei wendet dagegen ein, dass § 14 Abs. 4 ORF-G für den Hörfunk eine vom Fernsehen abweichende Regelung treffe.§ 14 Abs. 4 ORF-G setze weder europarechtliche Normen um, noch orientiere sich diese Bestimmung an der AVMD-RL. Aus diesem Grund sei auch die Interpretation der AVMD-RL durch den EuGH betreffend die Einrechnung von ‚schwarzen Sekunden' auf den Hörfunk nicht übertragbar. Das ORF-G selbst sehe nicht vor, dass ‚schwarze Sekunden' im Hörfunk in die Werbezeit einzurechnen seien.

47 Dieses Vorbringen erweist sich im Ergebnis als begründet:

[...]

59 Ausgehend davon können – entgegen der Rechtsansicht der KommAustria und des BVwG – die Ausführungen des EuGH im Urteil Sanoma Media Finland Oy, soweit sie die Einrechnung von ‚schwarzen Sekunden' in die stündliche Werbezeitbeschränkung im Fernsehen gemäß Art. 23 Abs. 1 AVMD-RL betreffen, nicht auf die Einrechnung von ‚stillen Sekunden' in die tägliche Werbezeitbeschränkung im Hörfunk gemäß § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G übertragen werden. Diese Überlegungen gelten in diesem Sinn für die Einrechnung der im Hörfunk eingesetzten akustischen Trennmittel.

60 Soweit das BVwG sohin die ‚stillen Sekunden' sowie die zur Trennung der Werbung von anderen Programmteilen eingesetzten akustischen Mittel in die gemäß § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G für den Hörfunk festgelegte höchstzulässige (tägliche) Werbezeit miteinberechnet hat, hat es das Erkenntnis mit Rechtswidrigkeit des Inhaltes belastet."

3.4. Gemäß § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G ist Hörfunkwerbung, die in bundeslandweiten Programmen gesendet wird, nur einmal zu zählen und darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von fünf Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.

Daraus ergibt sich eine höchstzulässige Dauer der Werbung (samt Sponsorhinweisen) pro Tag von sechs Minuten.

Der Verwaltungsgerichtshof stellte im zitierten Erkenntnis hinsichtlich der Frage der Einberechnung der stillen Sekunden und der Trennelemente in die gemäß § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G im Hörfunk höchstzulässige Werbezeit nunmehr klar, dass stille Sekunden sowie die zur Trennung der Werbung von anderen Programmteilen eingesetzten akustischen Mittel nicht in die gemäß § 14 Abs. 4 fünfter Satz ORF-G für den Hörfunk festgelegte höchstzulässige (tägliche) Werbezeit miteinzuberechnen sind.

Des Weiteren hielt der Verwaltungsgerichtshof fest und bestätigte damit die Erwägungen des Bundesverwaltungsgerichtes im Erkenntnis vom 21.12.2018, dass Hinweise auf Sponsoren, welche abseits der gesponserten Sendung ausgestrahlt werden – wie hier im Zusammenhang mit bloßen Programmankündigungen –, nicht als Sponsorhinweise im Sinne des § 17 Abs. 1 Z 2 ORF-G zu qualifizieren, sondern unter den Begriff der Werbung zu subsumieren sind. Derartige Hinweise sind damit gemäß § 14 Abs. 4 bzw. Abs. 5 ORF-G in die höchstzulässige Werbezeit einzurechnen.

3.5. Unter Bedachtnahme auf diese Grundsätze hat nunmehr eine Neuberechnung der am 10.05.2016 im regionalen Hörfunkprogramm Radio Burgenland gesendeten Werbezeit zu erfolgen:

3.6. Im angefochtenen Bescheid traf die belangte Behörde zu den gesendeten Sponsorhinweisen sowie zur Dauer der Werbung und Sponsorhinweise am 10.05.2016 ua. die folgenden Feststellungen:

„2.1. Sponsorhinweise zu Gunsten des XXXX um ca. 07:05:59 und 07:39:22 Uhr

Um 07:05:59 und um 07:39:22 Uhr erfolgt jeweils nach den Verkehrsmeldungen folgender 5-sekündige Sponsorhinweis: „Gute und sichere Fahrt wünscht XXXX ." Danach folgt jeweils die Signation der Sendung „Guten Morgen Burgenland".

2.2. Sponsorhinweise im Rahmen eines Programmhinweises für „ XXXX " zu Gunsten von XXXX

2.2.1. Hinweis um ca. 07:28:45 Uhr

[...] Unmittelbar danach folgt um ca. 07:28:45 Uhr ohne Trennung folgender etwa 6-sekündiger Hinweis: „Präsentiert von XXXX "

[...]

2.2.2. Hinweis um ca. 11:25:17 Uhr

[...] Unmittelbar danach folgt um ca. 11:25:15 Uhr ohne Trennung folgender etwa 7-sekündiger Hinweis: „Präsentiert von XXXX " [...]

2.2.3. Hinweis um ca. 13:25:34 Uhr

[...] Unmittelbar danach folgt um ca. 13:25:34 Uhr ohne Trennung folgender etwa 6-sekündiger Hinweis: „Präsentiert von XXXX " [...]

2.3. Sponsorhinweise zu Gunsten von XXXX

2.3.1. Sponsorhinweis im Rahmen eines Programmhinweises für die Sendung „Mahlzeit Burgenland" um ca. 07:55:52 Uhr

[...] Unmittelbar nach diesem ca. 5-sekündigen Hinweis setzt ohne Trennung ein männlicher Sprecher fort: [...]

2.3.2. Hinweise während der Sendestunden von 11:00:00 bis 13:00:00 Uhr

Anschließend an den Wetterbericht nach den 11-Uhr-Nachrichten erfolgt die Signation der Sendung „Mahlzeit Burgenland", an deren Ende um ca. 11:04:13 Uhr folgender ca. zweisekündiger Sponsorhinweis gesendet wird: „Präsentiert von XXXX " [...] Am Ende der Sendung Mahlzeit Burgenland erfolgt um ca. 12:59:49 Uhr folgender, ca. 5-sekündiger Hinweis: „Mahlzeit Burgenland, präsentiert von XXXX

2.4. Sendungsteil zum XXXX ab ca. 12:09:35 Uhr

Im Rahmen der Sendung „Mahlzeit Burgenland" mit dem Gast XXXX wird ab ca. 12:09:35 Uhr nach einem Musikstück folgender Sendungsteil ausgestrahlt: [...] Danach wird um ca. 12:10:43 Uhr das Thema gewechselt und über einen XXXX gesprochen.

2.5. Dauer der Werbung und Sponsorhinweise am 10.05.2016

Am 10.05.2016 wurde im Hörfunkprogramm Radio Burgenland [weiters] folgende Werbung ausgestrahlt:

Von ca. 06:59:11 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 06:59:54 Uhr (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:00:43; der Spot für die ORF-Nachlese dauerte ca. 00:00:20. Die Dauer des Werbeblocks ohne diesen Spot betrug somit ca. 00:00:23.

Von ca. 07:28:45 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 07:30:26 Uhr (Beginn des nachfolgenden Jingles) wurden fünf Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:01:41.

Von ca. 07:59:08 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 07:59:54 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:00:46.

Von ca. 08:59:02 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 08:59:54 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:00:52.

Von ca. 09:58:50 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 09:59:53 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurden fünf Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:01:03.

Von ca. 11:25:18 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 11:26:04 Uhr (Beginn der nachfolgenden Signation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:00:46.

Von ca. 14:27:04 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 14:27:46 Uhr (Beginn der nachfolgenden Signation) wurden drei Werbespots (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:00:42; der Spot für die ORF-Nachlese dauerte ca. 00:00:15. Die Dauer des Werbeblocks ohne diesen Spot betrug somit ca. 00:00:27.

Von ca. 16:59:38 Uhr (Beginn des Werbetrenners) bis 16:59:55 (Beginn der nachfolgenden Sendungssignation) wurde ein Werbespot (XXXX) ausgestrahlt. Die Dauer betrug ca. 00:00:17.

Die Dauer der am 10.05.2016 ausgestrahlten Werbung (abzüglich der Spots für die ORF-Nachlese) und Sponsorhinweise betrug daher in Summe ca. 00:08:04."

3.7. Ausgehend davon, folgt für das Bundesverwaltungsgericht ua. in Anwendung der vom Verwaltungsgerichtshof im zitierten Erkenntnis aufgestellten Grundsätze, dass am 10.05.2016 Werbung in folgendem Umfang im Programm von Radio Burgenland gesendet wurde:

? Sponsorhinweise im Rahmen eines Programmhinweises für „ XXXX " zu Gunsten von XXXX : Werbung im Ausmaß von insgesamt 19 Sekunden

? Sponsorhinweise zugunsten von XXXX : Werbung im Ausmaß von insgesamt 12 Sekunden

? Sendungsteil zum XXXX : Werbung im Ausmaß von einer Minute und acht Sekunden

? drei Werbespots ab 06:59:11 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus zwei Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt 20 Sekunden

? fünf Werbespots ab 07:28:45 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus vier Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt einer Minute und 36 Sekunden

? drei Werbespots ab 07:59:08 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus zwei Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt 43 Sekunden

? drei Werbespots ab 08:59:02 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus zwei Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt 49 Sekunden

? fünf Werbespots ab 09:58:50 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus vier Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt 58 Sekunden

? drei Werbespots ab 11:25:18 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus zwei Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt 43 Sekunden

? drei Werbespots ab 14:27:04 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn sowie minus zwei Sekunden für Schwarzblenden): Werbung im Ausmaß von insgesamt 24 Sekunden

? ein Werbespot ab 16:59:38 Uhr (minus eine Sekunde für den Werbetrenner zu Beginn): Werbung im Ausmaß von 16 Sekunden

Daraus errechnet sich eine Gesamtwerbezeit im Ausmaß von 448 Sekunden bzw. sieben Minuten und 28 Sekunden.

Die beschwerdeführende Partei überschritt damit an diesem Tag die höchstzulässige Werbezeit um eine Minute und 28 Sekunden, weswegen (wenn auch mit geringerem Überschreiten als im angefochtenen Bescheid angeführt) weiterhin eine Verletzung des § 14 Abs. 4 Satz 5 iVm § 17 Abs. 5 ORF-G vorliegt.

Hierbei muss berücksichtigt werden, dass den Parteien des Verfahrens diese Berechnungen und Erwägungen mit Schreiben des Bundesverwaltungsgerichtes vom 13.07.2021 zur Kenntnis und Stellungnahme übermittelt wurden (vgl. I.9.), die beschwerdeführende Partei keine Stellungnahme einbrachte und den Berechnungen des Bundesverwaltungsgerichtes damit nicht entgegentrat.

Soweit die belangte Behörde in ihrer Stellungnahme (vgl. I.10.) darauf verwies, dass sich die vom Bundesverwaltungsgericht angenommene Gesamtwerbedauer um zehn Sekunden erhöhen würde, da die beiden ungestalteten Sponsorhinweise zugunsten des „ XXXX “ um ca. 07:05:59 Uhr und ca. 07:39:22 Uhr mit einer Dauer von jeweils fünf Sekunden einzubeziehen wären, ist ihr Folgendes zu entgegnen:

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 § 17 Abs. 1 Z 2 letzter Satz ORF-G beschriebenen Hinweise [im Zusammenhang mit der Übertragung von Veranstaltungen, wenn der ORF ua. keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise hat] – in die in § 14 geregelte Werbezeit einzurechnen (§ 17 Abs. 5 erster Satz ORF-G).

Mit dem vorliegend vom Verwaltungsgerichtshof teilweise behobenen Erkenntnis des Bundesverwaltungsgerichtes vom 21.12.2018, W219 2135500-1/10E, wurde zu diesem Punkt ausgeführt (vgl. II.3.6), dass das Bundesverwaltungsgericht im Erkenntnis vom 12.01.2018, W219 2123858-1/13E, in einem Fall, der dem hier vorliegenden wesensgleich sei, ausgesprochen habe, bei der gesponserten Sendung „Radio Tirol Verkehrsservice“ handle es sich um eine Sendung „zugunsten […] sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke“ im Sinne des § 17 Abs. 5 erster Satz ORF-G. Dasselbe gelte für den hier in Rede stehenden „Radio Burgenland Verkehrsservice“. Die belangte Behörde habe somit die beiden – nicht werblich gestalteten – Sponsorhinweise zugunsten des „ XXXX “ mit einer Dauer von jeweils fünf Sekunden zu Unrecht in die Werbezeit eingerechnet.

Das Bundesverwaltungsgericht sieht vor diesem Hintergrund sowie in Anbetracht des verfahrensgegenständlichen Erkenntnisses des Verwaltungsgerichtshofes keinen Anlass seine rechtliche Würdigung bezüglich der beiden gegenständlichen ungestalteten Sponsorhinweise abzuändern, zumal auch die Stellungnahme der belangten Behörde diese nicht begründet bestreitet.

Die in Rede stehenden beiden Sponsorhinweise zugunsten des „ XXXX “ sind unter Beachtung des § 17 Abs. 5 erster Satz ORF-G vor diesem Hintergrund nicht in die Werbezeit gemäß § 14 Abs. 4 ORF-G einzuberechnen.

3.8. Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

Zum Absehen von einer Verhandlung im fortgesetzten Verfahren:

Die beschwerdeführende Partei hat in der Beschwerde die Durchführung einer Verhandlung beantragt.

Gemäß § 24 VwGVG kann das Verwaltungsgericht ungeachtet eines Parteiantrags von einer Verhandlung absehen, wenn die Akten erkennen lassen, dass die mündliche Erörterung eine weitere Klärung der Rechtssache nicht erwarten lässt, und einem Entfall der Verhandlung weder Art. 6 Abs. 1 der Konvention zum Schutze der Menschenrechte und Grundfreiheiten noch Art. 47 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union entgegenstehen.

Aus der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes ergibt sich zu§ 24 Abs. 4 VwGVG Folgendes (vgl. zB 09.07.2019, Ra 2019/08/0101):

„Die Akten lassen dann im Sinne des § 24 Abs. 4 VwGVG erkennen, dass die mündliche Erörterung eine weitere Klärung der Rechtssache nicht erwarten lässt, wenn von vornherein absehbar ist, dass die mündliche Erörterung nichts zur Ermittlung der materiellen Wahrheit beitragen kann. Dies ist dann der Fall, wenn in der Beschwerde kein dem Ergebnis des behördlichen Ermittlungsverfahrens entgegenstehender oder darüber hinaus gehender, für die Beurteilung relevanter Sachverhalt behauptet wurde und auch keine Rechtsfragen aufgeworfen werden, deren Erörterung in einer mündlichen Verhandlung vor dem Verwaltungsgericht erforderlich wäre. Ein bloß unsubstantiiertes Bestreiten des von der Verwaltungsbehörde festgestellten Sachverhaltes kann aber außer Betracht bleiben (VwGH 17.2.2015, Ra 2014/09/0007 u.a., mwN). Art. 6 Abs. 1 EMRK oder Art. 47 GRC stehen einem Entfall der Verhandlung nicht entgegen, wenn es ausschließlich um rechtliche oder sehr technische Fragen geht oder wenn das Vorbringen des Revisionswerbers angesichts der Beweislage und angesichts der Beschränktheit der zu entscheidenden Fragen nicht geeignet ist, irgendeine Tatsachen- oder Rechtsfrage aufzuwerfen, die eine mündliche Verhandlung erforderlich macht. Der Verzicht auf eine mündliche Verhandlung kann auch in Fällen gerechtfertigt sein, in welchen lediglich Rechtsfragen beschränkter Natur oder von keiner besonderen Komplexität aufgeworfen werden (VwGH 12.12.2017, Ra 2015/05/0043).“

Die Voraussetzungen des § 24 Abs. 4 VwGVG liegen gegenständlich vor, da im Beschwerdefall von vornherein absehbar war, dass die mündliche Erörterung nichts zur Ermittlung der materiellen Wahrheit beitragen kann. Der im Beschwerdefall festgestellte Sachverhalt ist unbestritten. Soweit den Parteien Gelegenheit zur schriftlichen Stellungnahme gegeben wurde, muss darauf hingewiesen werden, dass insbesondere Stellungnahmen der beschwerdeführenden Partei nicht einlangten (vgl. I.7.ff).

Es geht im Beschwerdefall ausschließlich um rechtliche Fragen; schon insoweit stehen Art. 6 Abs. 1 EMRK oder Art. 47 GRC nach der zitierten Judikatur einem Entfall der Verhandlung nicht entgegen. Zudem muss berücksichtigt werden, dass die im gegenständlichen Fall strittigen Rechtsfragen anhand des verfahrensgegenständlichen Erkenntnisses des Verwaltungsgerichtshofes zu lösen waren (vgl. § 63 Abs. 1 VwGG).

Zu B)

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

Gemäß 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.

Die Revision ist nicht zulässig.

Es liegt weder einer der vorgenannten Fälle, noch liegen sonstige Hinweise auf eine grundsätzliche Bedeutung der zu lösenden Rechtsfrage vor. Die vorliegende Entscheidung folgt dem verfahrensgegenständlich ergangenen Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes.

Schlagworte

akustische Trennung Berechnung Dauer Ersatzentscheidung Neuberechnung Sponsoring Spruchpunkt - Abänderung Veröffentlichungspflicht Werbung

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:BVWG:2021:W194.2135500.1.00

Im RIS seit

18.01.2022

Zuletzt aktualisiert am

18.01.2022

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

© 2025 JUSLINE

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

www.jusline.at