jusline®
»» Recht. Schnell

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

RS Vfgh 2022/12/5 E992/2022 ua

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 05.12.2022

Index

16/02 Rundfunk
16/01 Medien, Presseförderung

Norm

B-VG Art7 Abs1 / Gesetz
EMRK Art10
EU-Grundrechte-Charta Art11
AMD-G §2, §31, §43
MedienG §26
Richtlinie 2018/1808/EU zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU (RL über audiovisuelle Mediendienste) Art1
VfGG §7 Abs1

1. B-VG Art. 7 heute
2. B-VG Art. 7 gültig ab 01.08.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 114/2013
3. B-VG Art. 7 gültig von 01.01.2004 bis 31.07.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 100/2003
4. B-VG Art. 7 gültig von 16.05.1998 bis 31.12.2003 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 68/1998
5. B-VG Art. 7 gültig von 14.08.1997 bis 15.05.1998 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 87/1997
6. B-VG Art. 7 gültig von 01.07.1988 bis 13.08.1997 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 341/1988
7. B-VG Art. 7 gültig von 01.01.1975 bis 30.06.1988 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 444/1974
8. B-VG Art. 7 gültig von 19.12.1945 bis 31.12.1974 zuletzt geändert durch StGBl. Nr. 4/1945
9. B-VG Art. 7 gültig von 03.01.1930 bis 30.06.1934

1. EMRK Art. 10 heute
2. EMRK Art. 10 gültig ab 01.11.1998 zuletzt geändert durch BGBl. III Nr. 30/1998
3. EMRK Art. 10 gültig von 03.09.1958 bis 31.10.1998

1. AMD-G § 2 heute
2. AMD-G § 2 gültig ab 01.11.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 190/2021
3. AMD-G § 2 gültig von 01.01.2021 bis 31.10.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
4. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2015 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
5. AMD-G § 2 gültig von 01.01.2014 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 84/2013
6. AMD-G § 2 gültig von 28.03.2012 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2012
7. AMD-G § 2 gültig von 01.10.2010 bis 27.03.2012 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
8. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2007 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2007
9. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2004 bis 31.07.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
10. AMD-G § 2 gültig von 01.08.2001 bis 31.07.2004

1. MedienG § 26 heute
2. MedienG § 26 gültig ab 01.01.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 125/2022
3. MedienG § 26 gültig von 01.01.1982 bis 31.12.2022

1. VfGG § 7 heute
2. VfGG § 7 gültig ab 22.03.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 16/2020
3. VfGG § 7 gültig von 01.01.2015 bis 21.03.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 101/2014
4. VfGG § 7 gültig von 01.01.2015 bis 31.12.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 92/2014
5. VfGG § 7 gültig von 01.03.2013 bis 31.12.2014 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 33/2013
6. VfGG § 7 gültig von 01.07.2008 bis 28.02.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 4/2008
7. VfGG § 7 gültig von 01.01.2004 bis 30.06.2008 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 100/2003
8. VfGG § 7 gültig von 01.10.2002 bis 31.12.2003 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 123/2002
9. VfGG § 7 gültig von 01.01.1991 bis 30.09.2002 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 329/1990
10. VfGG § 7 gültig von 01.07.1976 bis 31.12.1990 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 311/1976

Leitsatz

Keine Verletzung im Recht auf Meinungsäußerungsfreiheit betreffend Verstöße gegen das Trennungs- und Erkennbarkeitsgebot durch die Ausstrahlung von Fernsehwerbung in anderen Sendungs- und Programmteilen; Verstoß eines – in einer Sendung ausgestrahlten – unkommentierten Werbespots für Restaurants in einem Einkaufszentrum gegen das Trennungsgebot sowie eines werblich gestalteten Beitrags über einen "Atemschutzmasken-Shop" gegen das Verbot der Schleichwerbung; kein Verstoß gegen den Gleichheitsgrundsatz der unterschiedlichen werberechtlichen Regelungen für audiovisuelle Kommunikation und für traditionelle Printmedien im Hinblick auf die Entgeltlichkeit von Veröffentlichungen in Printmedien

Rechtssatz

Trennungs- und Erkennbarkeitsgebote (werberechtliches Trennungsgebot des §43 Abs2 Audiovisuelle MediendiensteG (AMD-G) oder das Verbot der Schleichwerbung gemäß §31 Abs2 legcit zur Erkennbarkeit von Werbung in audiovisuellen Mediendiensten zur Sicherung der Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit der Massenmedien als "public watchdog" in der demokratischen Gesellschaft) greifen zwar in die durch Art10 EMRK geschützte Medienfreiheit ein, sie belasten die beschwerdeführende Partei aber nicht mit Nachteilen, die im Vergleich zum Gewicht der rechtfertigenden Gründe außer Verhältnis stünden.

Denkmögliche Anwendung des AMD-G: Das BVwG prüft, ob bei kommerzieller Kommunikation (Fernsehwerbung) eine Erwähnung oder Darstellung vorliegt, für die üblicherweise nach dem Verkehrsgebrauch Entgelt zu leisten wäre. Auch im Zusammenhang mit dem Verbot der Schleichwerbung gemäß §31 Abs2 AMD-G kommt es nicht notwendig darauf an, dass für den Bericht über den "Atemschutzmasken-Shop" tatsächlich ein Entgelt gezahlt wurde, sondern es stellt auf die durch den konkreten Inhalt und die Gestaltung des Beitrages erkennbare Absicht, einen Werbezweck zu erreichen. Diese Anwendung der Regelungen über das werberechtliche Trennungsgebot und das Verbot der Schleichwerbung hält sich bei der notwendigen Einzelfallbeurteilung im Rahmen jener Grenzen, die Art10 Abs2 EMRK der Regulierung audiovisueller kommerzieller Kommunikation vorgibt.

Die Definition der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation im AMD-G folgt den Vorgaben aus Art1 Abs1 lith RL über audiovisuelle Mediendienste. Angesichts der Unbedenklichkeit dieser Regelungen im Hinblick auf Art10 EMRK (und auch Art11 GRC), sieht der VfGH keinen Anlass für ein Vorabentscheidungsersuchen an den EuGH, zumal dessen Rsp im Zusammenhang mit dem Verbot von Schleichwerbung die vom BVwG vorgenommene Auslegung stützen dürfte.

Keine gleichheitsrechtlichen Bedenken gegen §43 Abs2 AMD-G bzw §31 Abs2 leg cit im Hinblick auf§26 MedienG: Diese Regelungen dienen dem Schutz der Rezipientinnen und Rezipienten sowie der Unabhängigkeit der (elektronischen) Massenmedien und der Sicherung der Glaubwürdigkeit ihrer Berichterstattung und damit der Sicherstellung eines offenen demokratischen Meinungsbildungsprozesses. Diese Gewährleistungen gelten auch für die Auslegung des §26 MedienG, sodass allenfalls dessen Bedeutung im Lichte des Art10 EMRK dahingehend in Rede steht, ob Unterschiede zwischen der werberechtlichen Regulierung audiovisueller Kommunikation und der Regelung des

Kennzeichnungsgebotes für Werbung in Printmedien dahingehend bestehen, dass diese Kennzeichnungspflicht nur für Veröffentlichungen, für die (unmittelbar) tatsächlich ein Entgelt geleistet wird, den Anforderungen des Art10 EMRK Rechnung trägt.

Entscheidungstexte

- E992/2022 ua
  Entscheidungstext VfGH Erkenntnis 05.12.2022 E992/2022 ua

Schlagworte

Medienrecht, Meinungsäußerungsfreiheit, EU-Recht Richtlinie, Privatfernsehen, Werbung, Informationsfreiheit

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VFGH:2022:E992.2022

Zuletzt aktualisiert am

15.02.2023

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

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