

Bundeskommunikationssenat Bescheid vom 30.11.2001, ZI 611.904/0002-BKS/2001 – *Ablehnung von Werbezeiten*

**Das (nunmehr) in § 13 ORF-G normierte Objektivitätsgebot wird durch eine bloß pauschale und undifferenzierte Zurückweisung der von einem Printmedium gewünschten Werbezeitenbuchung im ORF verletzt.**

Leitsatz verfasst von RA Dr. *Clemens Thiele*, LL.M.

## **B E S C H E I D**

Der Bundeskommunikationssenat hat durch den Vorsitzenden Dr. Schalich, die weiteren Mitglieder Dr. Pöschl, DDr. Grabenwarter und Dr. Karasek sowie das Ersatzmitglied Mag. Nedwed über die Beschwerde der Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H., 1020 Wien, Taborstraße 1-3, gegen das Schreiben des ORF vom 5.11.2001, KD/MAR/148/01, wegen Werbebuchung erstes Quartal 2002 wie folgt entschieden:

### **Spruch**

Der Beschwerde wird gemäß § 29 Abs 1 ORF-G i.V.m. § 5 Abs 3 ORF-G Folge gegeben. Es wird festgestellt, dass der ORF durch Ablehnung von Werbezeiten mit Schreiben vom 5.11.2001 § 5 Abs 3 ORF-G verletzt hat.

### **Begründung:**

Mit Schreiben vom 24.10.2001 hat die Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. für das erste Quartal 2002 für die nachfolgenden Medien der Verlagsgruppe Sendezeiten gebucht:

Medium	1. Quartal gesamt	Sekunden gesamt
NEWS	5.627.619	975
TV Media	17.214.479	2.080
Format	3.730.761	660
E-Media	3.149.733	390
Woman	2.082.621	210
Profil	3.730.761	660
Trend	2.000.060	450
Gusto	465.442	90
Autorevue	683.199	120
Rennbahnexpress	715.191	345
Gesamt	39.399.866	5.980

Mit Schreiben vom 5.11.2001 hat der ORF den Werbeauftrag in der von der Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. gebuchten Form nach § 13 Abs 8 ORF-G abgelehnt, insbesondere wies der ORF darauf hin, dass die Sendezeit für die Werbung im Fernsehen für periodische Druckwerke für Medieninhaber auf zwei Minuten pro Woche begrenzt sei. § 13 Abs 8 ORF-G normiere zusätzlich die Notwendigkeit einer Vergabe dieser wöchentlichen Zweiminutensendezeit zu gleichen und nicht diskriminierenden Bedingungen, sodass der Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. maximal ein Bruchteil dieser Sendezeit zugeteilt werden könnte. Die Bestellung überschreitet die dem ORF auferlegten Beschränkungen um ein Vielfaches und müsse daher vom ORF zurückgewiesen werden.

Dagegen erhob die Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. Beschwerde gemäß § 27 Abs 1 Z 1 lit. a ORF-G. Sie beantragte, der Bundeskommunikationssenat möge feststellen, dass der ORF § 4 Abs 1 Z 1 des ORF-G und Art. 10 der MRK verletzt habe.

Die Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. übersehe nicht, dass die Bestimmungen des ORF-G über die Werbezeiten erst mit 1.1.2002 in Kraft treten, doch solle auch die Werbung erst ab 1.1.2002 ausgestrahlt werden. Auch die Werbeplanungen des ORF für das erste Quartal 2002 seien spätestens zwei Monate im Voraus definitiv zu fixieren, sodass eine kurzfristige Ermöglichung einer solchen Werbebuchung zwingend notwendig sei und nicht nach dem 1.1.2002 stattfinden könne.

Eine umgehende Entscheidung sei daher dringend erforderlich, da für die Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. sonst ein nicht wieder gutzumachender Schaden entstehen würde.

Der Generalintendant des ORF, dem gemäß § 14 Abs 2 KOG Bundesgesetzblatt I Nr 32/2001 Parteistellung zukommt, hat keine Stellungnahme abgegeben.

Der Beschwerdegegner hat am 22.11.2001 eine Stellungnahme abgegeben. Das Tatsachenvorbringen wurde dahingehend ergänzt, dass das mit Schreiben vom 24.10.2001 bekannt gegebene Buchungsvolumen der Beschwerdeführerin für das erste Quartal 2002 im Falle der Annahme durch den Beschwerdegegner pro Woche durchschnittlich 12 Minuten und 11 Sekunden Werbezeit für periodische Druckwerke der Beschwerdeführerin bedeutet hätte. Gemäß 13 Abs 8 i.V.m. § 49 Abs 2 ORF-G dürfe die Werbung im Fernsehen für periodische Druckwerke ab dem 1.1.2002 nicht mehr als 2 Minuten der gesamten wöchentlichen Werbezeit betragen. Weiters habe die Vergabe von Sendungen nach dieser Bestimmung gegenüber allen Medieninhaber dieser Druckwerke zu gleichen und nicht diskriminierenden Bedingungen zu erfolgen. Die Ablehnung des Werbeauftrages der Beschwerdeführerin hätte daher sowohl aufgrund der quantitativen Überschreitung des genannten wöchentlichen zweiminütigen Werbelimits, als auch zur Wahrung der Gleichbehandlung aller Medieninhaber zu erfolgen. Auch sei der Wortlaut des § 13 Abs 8 ORF-G hinreichend klar, sodass keine Zweifel über den Inhalt der Regelung aufkommen, die im Wege der verfassungskonformen Interpretation beseitigt hätten werden müssen.

Die Beschwerde der Verlagsgruppe NEWS Gesellschaft m.b.H. ist berechtigt. Gem. § 5 Abs 3 ORF-G (*ab 1.1.2001 gleich lautend: § 13 Abs 1 ORF-G*) kann der Österreichische Rundfunk im Rahmen seiner Hörfunk- und Fernsehprogramme Sendezeiten gegen Bezahlung für kommerzielle Werbung vergeben. Wie der Verfassungsgerichtshof in seinem Erk. VfSlg 10948/1986 ausgesprochen hat, sind auch jene Programmteile, in denen Werbung gesendet wird, den Grundsätzen der Objektivität, der Unparteilichkeit, der Pluralität und Ausgewogenheit nach Art I Abs 3 Rundfunk BVG unterworfen. Lediglich das den Grundsätzen zukommende Gewicht und die Art und Weise, wie den Grundsätzen Rechnung zu tragen ist, unterscheidet sich von anderen Darbietungen in den Programmen des ORF. Bei Werbesendung ist es nach Ansicht des Verfassungsgerichtshofes verfassungsrechtlich unbedenklich, wenn zunächst gem der Norm des § 5 Abs 3 ORF-G (arg. „gegen Bezahlung“) die dort zum Ausdruck kommende kaufmännische Zielsetzung Berücksichtigung findet. Ausdrücklich hebt der Verfassungsgerichtshof hervor, dass die in diesem Punkt vergleichsweise dürftige Regelung keineswegs so verstanden werden dürfe, dass es dem ORF freistünde, Sendezeiten für kommerzielle Werbung an die Interessenten (u.a.) nach Willkür oder unter Ausschluss einzelner Unternehmer zu vergeben.

Genau eine solche Willkür durch Ausschluss eines Unternehmens wäre aber die Folge der abschlägigen Antwort des ORF in seinem Schreiben vom 5.11.2001. Sie hätte – nimmt man das Schreiben mangels gegenteiliger Anhaltspunkte beim Wort – zur Folge, dass die

Verlagsgruppe NEWS für keines ihrer Printmedien Werbung im ersten Quartal betreiben dürfte. Auch angesichts der nach neuer Rechtslage zu erwartenden Beschränkungen durfte der ORF nach dem Objektivitätsgebot des BVG Rundfunk i.V.m. der bereits geltenden (und nach dem 1.1.2002 unverändert fortgeltenden) Norm des § 5 Abs 3 ORF-G nicht zurückweisen. Mit dieser pauschalen und undifferenzierten „Zurückweisung“ der Bestellung verletzte der ORF sohin das dem § 5 Abs 3 ORF-G inhärente, auch für die Vergabe von Werbung geltende Objektivitätsgebot. Das Vorbringen des ORF in seiner Stellungnahme ist nicht geeignet, diese Einschätzung in Frage zu stellen, abgesehen davon, dass das gewünschte Buchungsvolumen nicht wie in der Stellungnahme angegeben 12 Minuten 11 Sekunden, sondern bloß 7 Minuten 40 Sekunden pro Woche beträgt.

Dahingestellt bleiben kann, ob – für den Fall weiterer vergleichbarer Buchungen anderer Eigentümer von periodischen Druckwerken und vergleichbaren Vorgehens gegenüber diesen – das Objektivitätsgebot verletzt wäre und ob der am 1.1.2002 in Kraft tretende § 13 Abs 8 ORF-G verfassungswidrig sein wird oder aber – wie die Beschwerdeführerin meint – verfassungskonformer Interpretation zugänglich ist, weil der Bundeskommunikationssenat diese Vorschrift nicht anzuwenden hatte.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

## ***Anmerkung***\*

Die vorliegende E erlaubt einen kurzen Blick auf die im Rundfunkbereich bereits seit längerem bestehenden gesetzlichen Neuerungen. Daneben bietet sie den Anlass, sich einmal mehr mit dem „Dauerbrenner Objektivitätsgebot“ in der Medienlandschaft Österreichs auseinander zu setzen.

Seit 1.1.2002 hat der Bundeskommunikationssenat im Wesentlichen die Aufgaben der bisherigen Rundfunkkommission übernommen. Gemäß § 35 Abs 1 ORF-G obliegt dem Bundeskommunikationssenat (kurz: BuKoS) die Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk. Er entscheidet ferner über behauptete Verletzungen von Bestimmungen des ORF-G und des PrivatfernsehG.

Im vorliegenden Fall wurde der BuKoS materiell deshalb tätig, weil die Verlagsgruppe NEWS behauptete, der ORF habe seinen „Programmauftrag“ nach § 4 Abs 1 Z 1 ORF-G verletzt, indem er die Sendezeit für Werbung im Fernsehen für periodische Druckwerke für Medieninhaber auf zwei Minuten beschränkte.

Der BuKoS gab der Beschwerde Folge. Im Wesentlichen mit der Begründung eine derartige „Vergabe von Fernsehwerbezeiten“ verstoße gegen das Objektivitätsgebot des § 5 Abs 3 ORF-G (nunmehr § 13 Abs 1 ORF-G). Nach dieser Bestimmung ist der Österreichische Rundfunk verpflichtet, im Rahmen seiner Hörfunk- und Fernsehprogramme Sendezeiten gegen Bezahlung für kommerzielle Werbung zu vergeben. Gemäß § 13 Abs 8 ORF-G hat die Vergabe dieser Sendezeiten und der Tarife gegenüber allen Medieninhabern dieser Druckwerke zu gleichen und nichtdiskriminierenden Bedingungen zu erfolgen. Unter Berufung auf die Willkür-Judikatur des VfGH (Erk. vom 27.6.1986, B 658/85, VfSlg 10.948) wäre die abschlägige Antwort des ORF als gesetzwidrig aufzufassen, da die Verlagsgruppe NEWS dadurch für keines ihrer Printmedien mehr Fernsehwerbung im ersten Jahresquartal machen dürfte.

---

\* RA Dr. Clemens Thiele, LL.M. Tax (GGU), [Anwalt.Thiele@eurolawyer.at](mailto:Anwalt.Thiele@eurolawyer.at).