

Gericht

Verwaltungsgerichtshof

Entscheidungsdatum

13.03.2024

Geschäftszahl

Ra 2022/03/0300

Beachte

Miterledigung (miterledigt bzw zur gemeinsamen Entscheidung verbunden):

Ro 2023/03/0003

Ro 2023/03/0004

Ro 2023/03/0005

Ro 2023/03/0006

Ro 2023/03/0007

Ro 2023/03/0008

Ro 2023/03/0009

Rechtssatz

Die gegenständlichen Sendungen "Lotto 6 aus 45 (mit Joker)", "Money Maker", "Bingo" und "Brieflos" weisen die Besonderheit auf, dass die Produkte der L, die in den Handlungsablauf der gegenständlichen Sendungen eingebaut wurden, nicht erst durch die Einblendung der Marken bzw. Logos im Sendungsverlauf der Auftraggeberin zuordenbar wurden und dadurch absatzfördernd wirkten. Schon die Sendungstitel in Kombination mit dem gesamten Inhalt der Sendungen und dem Umstand, dass die L bekanntermaßen als Konzessionärin iSd § 17 Abs. 7 GSpG 1989 der in den Sendungen beinhalteten Ausspielungen tätig ist, machten eine Zuordnung der Produkte zur L für den durchschnittlichen Zusehenden ungeachtet der Dauer und Häufigkeit der Einblendung von Logos und Marken möglich. Dadurch unterscheiden sich die gegenständlichen Fälle auch von anderen Formen der Produktplatzierung, bei denen ein grundsätzlich "neutraler" Gegenstand, der im Handlungsablauf einer Sendung vorkommt, erst durch die gezeigte Marke oder ein Logo einem bestimmten Auftraggeber zuordenbar wird. Das vorausgeschickt vermag der VwGH die unterschiedliche rechtliche Einordnung der vier beanstandeten Sendungen in die Kategorien Werbung oder Produktplatzierung nicht nachzuvollziehen. Für die Einordnung aller vier geprüften Sendungen als solche mit Produktplatzierungen spricht der Umstand, dass die im Zusammenhang mit Ausspielungen der L stehenden Sendungen vom ORF in allen Fällen als Sendungen der leichten Unterhaltung (iSd § 16 Abs. 3 ORF-G 2001) inszeniert wurden, bei denen es mangels gegenteiliger Anhaltspunkte nicht allein oder vorrangig um die Bewerbung von Produkten der L, sondern um die "Darbietung von Unterhaltung" ging. Sämtliche Sendungen wären daher als solche mit Produktplatzierungen einzuordnen gewesen und am Maßstab der für die Produktplatzierung getroffenen Regelungen in § 16 ORF-G 2001 zu beurteilen gewesen, der die einschlägigen Vorgaben des Art. 11 AVMD-RL umsetzt.

European Case Law Identifier

ECLI:AT:VWGH:2024:RA2022030300.L10