

Werbebeschränkungen für öffentliche Einrichtungen

Ist § 3 a MedKF-TG totes oder gelebtes Recht?

Seit 1. 7. 2012 gelten für entgeltliche Veröffentlichungen bestimmter „öffentlich-rechtlicher“ Rechtsträger besondere inhaltliche Vorgaben, insb dürfen sie ausschließlich der Deckung eines konkreten Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit dienen. Dieser Beitrag prüft, ob und allenfalls wo gewisse Defizite in der Umsetzung beobachtet werden können.

Von Michael R. Kogler

Inhaltsübersicht:

- A. Ge- und Verbote in § 3 a MedKF-TG
 1. Sachinformations-Gebot
 2. Imageförderungs- oder Vermarktungs-Verbot
 3. Zusammenhangs-Gebot
 4. Hinweis-Verbot
 5. Kennzeichnungs-Gebot
 6. Unterscheidbarkeits-Gebot
- B. Praktischer Umgang mit § 3 a MedKF-TG
 1. Unterschiedlich verstandenes Sachinformations-Gebot
 2. Unüberwindliches Hinweis-Verbot
 3. Unbekanntes Kennzeichnungs-Gebot
 4. Unbeachtetes Unterscheidbarkeits-Gebot
 5. Resümee

A. Ge- und Verbote in § 3 a MedKF-TG

Das Medienkooperations- und -förderungs -Transparenzgesetz (MedKF-TG) BGBl I 2011/125¹⁾ stellt die gesetzgeberische Reaktion auf die aus unterschiedlichen Kreisen formulierte Kritik dar, der öffentliche Bereich „fördere“ bestimmte Printmedien durch die Schaltung von Inseraten mehr als andere. Um diese Behauptung mit Zahlen verifizieren zu können, wurden spezifische Bekanntgabepflichten eingeführt.²⁾ In der parlamentarischen Behandlung des Gesetzesvorhabens wurde aber auch – wiederum als Reaktion auf bestimmte Vorfälle – eine inhaltliche Vorschrift für derartige Inserate eingefügt, um die „Nützlichkeit“ solcher entgeltlicher Einschaltungen zu erhöhen und bloße Imagewerbung öffentlicher Einrichtungen weitestgehend auszuschließen. Seit Kurzem sind die angeblich indirekt den Anlass für diese inhaltliche Regelung bildenden Vorfälle gänzlich ad acta gelegt.³⁾ Ein idealer Zeitpunkt, um zu erörtern, wie stark sich die inhaltlichen Anforderungen in § 3 a MedKF-TG und die Ausführung durch die darauf basierenden zehn Richtlinien⁴⁾ in der täglichen Praxis durchgesetzt und verfestigt haben.⁵⁾

1. Sachinformations-Gebot

§ 3 a Abs 1 Satz 1 MedKF-TG verlangt, dass ein Inserat ausschließlich der „Deckung eines konkreten Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit“ dient. Diese Anforderung stellt das Kernelement der inhaltlichen Vorgaben in § 3 a dar. In Abs 2 Z 2 und 3 leg cit finden sich spezifische Vorgaben für die Beurteilung des Beitrags zur Deckung des Informationsbedürfnisses, deren Konkretisierung den bereits angesprochenen Richtlinien überlassen wird. Maßstab für die Prüfung, ob eine Information den Anforderungen entspricht, ist ein vom Gesetzgeber vorausgesetztes und daher für alle „beworbenen“ Themen zu prognostizierendes allgemeines Bedürfnis nach Information für oder in eine/r konkrete/n Situation. § 3 a Abs 2 Z 3 MedKF-TG erweitert die Möglichkeiten dahingehend, dass eine Information nicht immer dem Bedürfnis der gesamten Allgemeinheit dienen muss, sondern auch ein Informationsbedürfnis einer „anhand genereller Kriterien bestimmbarer Personengruppe“ genügt. Ausgangspunkt der Beurteilung ist folglich der Blickwinkel eines durchschnittlichen Rezipienten. So dienen nach Ansicht des Gesetzgebers zunächst für die Allgemeinheit bestimmte „Informationen zur Rechtslage“ einem konkreten Informationsbedürfnis. Weiters nennt Abs 1 Satz 2 „Handlungs- und Verhaltensempfehlungen“ und dann noch allgemein „Sachinformationen“. Die Beurteilung, ob eine Mitteilung „Sachinformation“ darstellt, wird je nach Betrachtungswinkel durchaus unterschiedlich ausfallen können. Im Sinne der Sache darf auch das Gebot, dass eine Veröffentlichung stets einem konkreten Informationsbedürfnis dienen muss, nicht überspannt werden. Für diese Sichtweise spricht die in § 3 a Abs 2 Z 3 MedKF-TG formulierte Bedingung, dass man aus der präsentierten Sachinformation „einen gewissen Nutzen ziehen kann“. Ein persönlicher und konkret messbarer Nutzen ist da-

derung stellt das Kernelement der inhaltlichen Vorgaben in § 3 a dar. In Abs 2 Z 2 und 3 leg cit finden sich spezifische Vorgaben für die Beurteilung des Beitrags zur Deckung des Informationsbedürfnisses, deren Konkretisierung den bereits angesprochenen Richtlinien überlassen wird. Maßstab für die Prüfung, ob eine Information den Anforderungen entspricht, ist ein vom Gesetzgeber vorausgesetztes und daher für alle „beworbenen“ Themen zu prognostizierendes allgemeines Bedürfnis nach Information für oder in eine/r konkrete/n Situation. § 3 a Abs 2 Z 3 MedKF-TG erweitert die Möglichkeiten dahingehend, dass eine Information nicht immer dem Bedürfnis der gesamten Allgemeinheit dienen muss, sondern auch ein Informationsbedürfnis einer „anhand genereller Kriterien bestimmbarer Personengruppe“ genügt. Ausgangspunkt der Beurteilung ist folglich der Blickwinkel eines durchschnittlichen Rezipienten. So dienen nach Ansicht des Gesetzgebers zunächst für die Allgemeinheit bestimmte „Informationen zur Rechtslage“ einem konkreten Informationsbedürfnis. Weiters nennt Abs 1 Satz 2 „Handlungs- und Verhaltensempfehlungen“ und dann noch allgemein „Sachinformationen“. Die Beurteilung, ob eine Mitteilung „Sachinformation“ darstellt, wird je nach Betrachtungswinkel durchaus unterschiedlich ausfallen können. Im Sinne der Sache darf auch das Gebot, dass eine Veröffentlichung stets einem konkreten Informationsbedürfnis dienen muss, nicht überspannt werden. Für diese Sichtweise spricht die in § 3 a Abs 2 Z 3 MedKF-TG formulierte Bedingung, dass man aus der präsentierten Sachinformation „einen gewissen Nutzen ziehen kann“. Ein persönlicher und konkret messbarer Nutzen ist da-

- 1) Vgl dazu auch Kogler unter www.jusportal.at/neue-sachlichkeit_michael-r-kogler/
- 2) Vgl §§ 1 bis 3 und 4 bis 6 MedKF-TG und die jüngste Presseausendung der zur Erfassung zuständigen KommAustria unter www.rtr.at/de/pr/PI16012014Medien (abgefragt am 27. 1. 2014).
- 3) <http://derstandard.at/1381370959312/Verfahren-gegen-Faymann-und-Ostermayer-eingestellt>; <http://derstandard.at/1381371505771/Verfahren-zu-Regierungsinseraten-gegen-Berlakovich-eingestellt>
- 4) Richtlinien der BReg und der neun LReg; vgl www.jusportal.at/addendum-zu-neue-sachlichkeit_michael-r-kogler/. Soweit im Folgenden von den Richtlinien gesprochen wird, beziehen sich die Ausführungen auf die Richtlinien der Bundesregierung BGBl II 2012/222.
- 5) Vgl zu den rechtlichen Grundlagen auch Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013) 43 ff; zu den Anforderungen auch Kogler, Kontrolle durch Transparenz, MuR 7 – 8/11.

ÖJZ 2014/84

§ 3 a MedKF-TG

entgeltliche
Veröffent-
lichungen;
Sach-
informations-
Gebot;
Hinweis-Verbot;
Kennzeichnungs-
Gebot;
Unterscheid-
barkeits-Gebot

bei ebenso wenig vorausgesetzt wie ein unmittelbarer Vorteil. Die auf § 3 a MedKF-TG basierenden Richtlinien führen dazu aus, dass „ausschließlich Sachinformation vermittelt“ werden darf und die „transportierte“ Sachinformation „entweder der Deckung eines konkreten und aktuellen Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit dienen oder sonst einen feststellbaren potenziellen Nutzen für den Adressatenkreis der Veröffentlichung bei Verwertung der Sachinformation vermitteln muss“.⁶⁾ Ergänzt werden diese allgemeinen Bedingungen durch eine demonstrative „Positivliste“ an Beispielen.

Der Adressatenkreis dieses Gebots ist kleiner als jener der Bekanntgabepflichten des MedKF-TG und erfasst nur die in § 3 a Abs 1 leg cit angeführten Rechtsträger Bund, Länder, Gemeinden und die Sozialversicherungsträger.⁷⁾ Unternehmungen, an denen Bund, Länder und Gemeinden beherrschend beteiligt sind,⁸⁾ müssen das Gebot nicht beachten. EVN, VERBUND oder TIWAG etc sind daher nicht verpflichtet, in Printmedien nur potenziell Nützliches zu inserieren, und die ÖBB dürfen ohne Weiteres bisweilen tatsachenwidrig behaupten, dass man mit ihnen „schneller ankommt“.

2. Imageförderungs- oder Vermarktungs-Verbot

Um das vorerwähnte Gebot zu flankieren, erklärt § 3 a Abs 1 letzter Satz MedKF-TG entgeltliche Veröffentlichungen, die „keinen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses aufweisen und ausschließlich oder teilweise lediglich der Vermarktung [...] dienen“, als unzulässig. Die Richtlinien ergänzen, dass eine Vermarktung insb dann vorliegt, wenn die Veröffentlichung „überwiegend der Imagepflege [...] dient“. Auch hier gilt das bei 1. zum Adressatenkreis Gesagte: Die erwähnten Energieversorger dürfen daher in ihren entgeltlichen Schaltungen zumindest unbehindert von den Feinheiten des § 3 a Abs 1 und 2 MedKF-TG erklären, „immer für mich da“ oder der „größte Stromerzeuger aus Wasserkraft in Europa“ zu sein oder „sichere Stromversorgung zu fairen Preisen“ zu bieten. Die ÖBB dürfen deswegen auch mit dem Slogan „Jetzt kommt Bewegung rein“ ihrer innigen Hoffnung Ausdruck verleihen, „schneller an[zu]kommen“.

In der Literatur wurden der Regelung in Abs 1 verfassungsrechtliche Bedenken entgegengebracht und hinterfragt, ob die Bestimmung nicht unverhältnismäßig ist und als Verstoß gegen das aus dem Gleichheitsgrundsatz resultierende Sachlichkeitsgebot verstanden werden könnte.⁹⁾ Den diesbezüglichen Überlegungen im Schrifttum lässt sich allerdings nicht entnehmen, warum es unsachlich sein soll, wenn der Gesetzgeber von „seinen“ staatlichen Organen und Institutionen verlangt, dass sie sich nicht selbst bewerben, sondern nur für die Rechtsunterworfenen nützliche Sachinformation bezahlerweise verbreiten. Das Argument, dass eine „Bewerbung des Parlaments oder eines Landes als solches verunmöglicht“ würde, was überschießend wäre, vermag nicht zu überzeugen.¹⁰⁾ Die Gesetz gewordene (und durch Richtlinien der Länder und des Bundes vertiefte) Selbstbeschränkung normiert keine unsachliche Bürde für Parlament und Länder, wenn sie mit dem Geld der Steuerzahler entgeltliche Einschaltungen bezahlen

lassen, nur solche Werbekampagnen zu veranlassen, in denen sich zB die Teilnahme an demokratischen Mitgestaltungsmöglichkeiten als potenzieller Nutzen vermitteln lässt. Vernünftig interpretiert und vollzogen verhindern die Regelungen jedenfalls nach der hier vertretenen Auffassung weder „Kampagnen zur Erhöhung der Wahlbeteiligung“ noch den – angesichts der derzeitigen Stimmungslage besonders schwierigen – Versuch, „Jugendliche für Politik zu interessieren“.

3. Zusammenhangs-Gebot

Die durch § 3 a Abs 1 Satz 1 MedKF-TG erfassten Rechtsträger Bund, Länder, Gemeinden und Sozialversicherungsträger dürfen auch nicht alles irgendwie Nützliche bewerben. Vielmehr verlangt das Gesetz einen Zusammenhang zwischen der Sachinformation und dem Wirkungsbereich des Rechtsträgers. Die Richtlinien verdeutlichen in ihrem § 3, dass dieser Zusammenhang oder der Bezug zur Tätigkeit „eindeutig“ gegeben sein muss. Dieses Gebot lässt sich ohnehin schon aus generellen Sparsamkeits-, Wirtschaftlichkeits- und Zweckmäßigkeitserlegungen ableiten. Es verwundert daher nicht, dass die Anordnung letztlich auf einschlägige Empfehlungen des Rechnungshofs zurückgeführt werden kann.¹¹⁾

4. Hinweis-Verbot

§ 3 a Abs 4 MedKF-TG untersagt es,¹²⁾ „auf oberste Organe im Sinne von Art 19 B-VG hinzuweisen“. Bundespräsident/in, Bundesminister/innen, Staatssekretärinnen und -sekretäre und Mitglieder der Landesregierungen¹³⁾ sollten und dürften folglich nicht (auf Steuerkosten) Eigenwerbung und Imagepflege in periodischen Medien betreiben. Nach den Materialien bezieht sich das Verbot „auf eine Darstellung des Obersten Organs als Person“. Das Wort „hinweisen“ muss weit verstanden werden.¹⁴⁾ Anders als die bei 1. und 2. dargestellten Anforderungen gilt das Verbot auch für Unternehmungen, an denen Bund, Länder und Gemeinden beherrschend beteiligt sind. Es war ja angeblich auch die ein solcherart beherrschtes Transportunternehmen betreffende Inseratenkampagne, die den Anlass für das MedKF-TG bot.¹⁵⁾ Die ÖBB dürfen daher weder lächelnde noch traurige oberste Organe zeigen, die im Railjet „schneller ankommen“. Auch die

6) § 4 Abs 1 Satz 1 und Abs 2 Satz 1 der Richtlinien.

7) Vgl im Detail Kogler (FN 5) unter 4.1.1.

8) Mit Ausnahme solcher, die „weitläufig überwiegend Leistungen für die Verwaltung“ des Bundes, der Länder, der Gemeinden oder Gemeindeverbände erbringen (vgl § 3 a Abs 3 MedKF-TG).

9) Vgl *Bußjäger*, Rechtsfragen zu Medienkooperationen staatlicher Rechtsträger, ÖZW 2012, 118 ff.

10) Es bedarf daher auch nicht der von *Bußjäger* angestellten Überlegung, ob die Bestimmung in § 1 Abs 4 BVG MedKF-T dem Gesetzgeber die „Disposition über den Gleichheitsgrundsatz als einer zentralen Norm des demokratischen Rechtsstaates freistellt“.

11) Vgl die Schilderung der Entwicklungsgeschichte bei Kogler (FN 1) bei II.

12) Dem Bund, den Ländern, den Gemeinden, deren Stiftungen, Fonds und Anstalten und den Unternehmungen, an denen Bund, Länder und Gemeinden beherrschend beteiligt sind.

13) Vgl dazu die weitere Sicht *Bußjägers* (FN 9) zu den Präsidenten des NR und der Landtage.

14) Vgl auch *Fehrer/Otto/Steindl* (FN 5) 49 f.

15) Vgl <http://derstandard.at/1333528467809/Unsere-Bahn-Imagewirkung-fuer-OeBB-heute-kaum-noch-feststellbar> (abgefragt am 27. 1. 2014).

Energieversorger müssen darauf verzichten, oberste Organe beim Anschluss eines Smart-TV-Geräts an ihr sicheres Stromnetz zu zeigen.

5. Kennzeichnungs-Gebot

Das schon nach § 26 MedienG bestehende, gem § 27 leg cit mit einer Verwaltungsstrafsanktion von bis zu € 20.000,- bewehrte Gebot wurde durch § 3 a Abs 2 Z 1 MedKF-TG insoweit verstärkt, als die Bundes- und Landesrichtlinien Bestimmungen „über die Sicherstellung der eindeutigen Unterscheidbarkeit [der entgeltlichen Veröffentlichungen] von redaktionellen Beiträgen“ zu enthalten haben. Dementsprechend unterliegen Bundes- und Landes- sowie Gemeindeverwaltung¹⁶⁾ den folgenden, an sich unmissverständlichen Anforderungen, wobei nach den Richtlinien der Auftragnehmer einer Veröffentlichung im Wege einer eigenen vertraglichen Vereinbarung zu einer eindeutigen Kennzeichnung zu verpflichten ist:¹⁷⁾

- In Radio und TV sowie in Abrufdiensten ist jede entgeltliche Veröffentlichung als „entgeltliche Einschaltung“ oder „entgeltliche Information“ oder als „bezahlte Anzeige“ zu kennzeichnen.¹⁸⁾ Den drei Alternativen muss die Bezeichnung des Organs des Rechtsträgers oder ein das Organ eindeutig identifizierendes Logo beigelegt sein.
- In mindestens viermal jährlich erscheinenden Printmedien, in elektronischen Newslettern und auf Websites muss jede entgeltliche Veröffentlichung mit „entgeltliche Einschaltung“ oder „bezahlte Anzeige“ gekennzeichnet sein.¹⁹⁾ Andere Formen der Kennzeichnung entsprechen nicht den Anforderungen der Richtlinien. Eigens für diese Medienformen ist zusätzlich geregelt, dass die Kennzeichnung **deutlich sichtbar** erfolgen muss.²⁰⁾

6. Unterscheidbarkeits-Gebot

Für periodische Printmedien, elektronische Newsletter und Websites ist – wiederum in Ausführung von § 3 a Abs 2 Z 1 MedKF-TG – durch die Richtlinien spezifisch angeordnet, dass aufgrund der Gestaltung einer Veröffentlichung eine Verwechslung mit dem redaktionellen Teil des Mediums ausgeschlossen sein muss.²¹⁾ Ob diese Bestimmung eine spezifische Reaktion auf eine im Zeitpunkt der Erlassung der Richtlinien besonders große Verwechslungsgefahr zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt im Printmedienbereich darstellt, lässt sich nicht näher ergründen. Rechtlich betrachtet ist es jedenfalls eine Tatsache, dass die Kennzeichnung und die Unterscheidbarkeit keine alternativen Gestaltungsformen entgeltlicher Veröffentlichungen darstellen, sondern beiden Geboten kumulativ entsprochen sein muss.²²⁾ Wie die Verwechslungsgefahr konkret hintangehalten wird, determinieren die Richtlinien nicht näher.

B. Praktischer Umgang mit § 3 a MedKF-TG

Ob sich die vorstehend dargestellten Ge- und Verbote durchsetzen konnten, versucht die nachfolgend anhand eines achtwöchigen Reality-Checks²³⁾ von nach dem Zufallsprinzip ausgewählten, in der Bundeshauptstadt verfügbaren Printmedien angestellte subjektive Analyse zu

ergründen. Vermutlich auch, um nicht einer Behörde die Rolle des Zensors zuzuweisen, wurde im Gesetz auf die Einrichtung einer „medienrechtlichen“ Aufsicht über die Einhaltung des § 3 a MedKF-TG und auf verwaltungsstrafrechtliche Sanktionen verzichtet. Der Gesetzgeber vertraute vielmehr darauf, dass es im Eigeninteresse der betreffenden Rechtsträger liegt, sich bei der Einhaltung des MedKF-TG keine Blößen zu geben. Neben der (Medien-)Öffentlichkeit müssen die Inserate ja bisweilen auch noch die Prüfung durch strenge Augen diverser Rechnungshöfe überstehen, die auf die Idee kommen könnten, das MedKF-TG als Beurteilungsmaßstab heranzuziehen. Die Darstellungen gehen – soweit die Auftraggeberschaft einer Einschaltung nicht offenkundig war – aufgrund der in den jeweiligen entgeltlichen Veröffentlichungen beworbenen Institutionen, Einrichtungen oder Inhalte von der Annahme aus, dass diese entgeltlichen Veröffentlichungen von solchen Rechtsträgern in Auftrag gegeben wurden, die vollinhaltlich den Bestimmungen des § 3 a MedKF-TG unterliegen. Die Beobachtung erstreckte sich nur auf die allen oben dargestellten Ge- und Verboten unterliegenden Gebietskörperschaften Bund, Land und Gemeinden.

1. Unterschiedlich verstandenes Sachinformations-Gebot

In der Testphase ließen sich in qualitativer Hinsicht unterschiedliche Ausprägungen der „Sachlichkeit“ feststellen. In quantitativer Hinsicht haben die kleinformatischen entgeltlich und unentgeltlich erhältlichen Tageszeitungen den größten Beitrag zur nachfolgenden Beispielsammlung geleistet. Wer um wie viel Geld in welchem periodischen Medium wirbt, lässt sich entweder in vollständiger, aber nüchterner Listenform auf der Seite für die Beurteilung der Übereinstimmung mit den inhaltlichen Anforderungen nicht zuständigen Komm-Austria oder in unvollständiger, dafür aber bunt-spielerischer Grafikform auf einer der „umfassenden Information über die österreichische und internationale Kommunikationswirtschaft“ gewidmeten Website finden.²⁴⁾

a) Da sind zunächst aufgrund ihrer Größe und Polizeifarben unübersehbare Bewerbungsaufrufe der Polizei zu beobachten gewesen. Auf der Suche nach einer Gesamtverkehrsstrategie wurden wiederum die Burgenländer mittels eines Inserats zum Ausfüllen von Fragebögen animiert. Nüchtern, aber für den Durchschnittsbetrachter durchaus von Nutzen sind die Schaltungen des Bundesministeriums für Inneres zur Warnung vor Dämmerungseinbrechern oder auch Taschendieben auf Weihnachtsmärkten mit entsprechenden Tipps. In buntem, durchaus auffälligem Design wird ferner für die Europawebsite der Bundesregierung ge-

16) Vgl jeweils den Wortlaut der betreffenden Richtlinien (FN 4).

17) § 2 Abs 1 der Richtlinien.

18) § 2 Abs 2 Satz 1 der Richtlinien.

19) Man findet auch Bezeichnungen wie „Kooperationsschaltung“.

20) § 2 Abs 2 Satz 2 der Richtlinien.

21) § 2 Abs 3 der Richtlinien.

22) Auch im Rundfunkrecht muss Werbung getrennt und erkennbar sein, vgl zB VwGH 14. 11. 2007, 2005/04/0152.

23) Die im Folgenden beschriebenen Inserate wurden im Zeitraum von 12. 11. 2013 bis 17. 1. 2014 gesammelt.

24) www.rtr.at/de/m/veroeffentl_medkftg_datan; www.horizont.at/home/transparenz.html (abgefragt am 27. 1. 2014).

worben, die tatsächlich – dem Werbeslogan entsprechend – Wissen entdecken und nutzen lässt. Sachlich tritt die MA 57 (Frauenabteilung) mit einem Inserat für das Service für AlleinerzieherInnen auf.

b) Etwas origineller und ohne Zweifel dem Sachinformationsgebot entsprechend ist die Darstellung eines Staubsaugers oder eines italienischen Espressokochers mit dem vom Strom- und Gasregulator kreierten Slogan „Gleiche Leistung, besserer Preis“, um zum Preisvergleich und zum Anbieterwechsel anzuregen. Spielerisch mit einem Gewinnspiel nähert sich die „Energieplanung“ (= MA 20 der Stadt Wien) unter dem Motto „Wien! Voraus“ der Vermittlung von nützlichem Energiewissen.

c) Auch der durch einen traurigen Welpen bebilderte Aufruf zur Besinnung „Kein Tier unterm Weihnachtsbaum“ mit dem Appell, vor dem Schenken nachzudenken, hält dem Sachlichkeitstest stand. Zwar fragt man sich, was die Idee mit der Stadt Wien zu tun hat, der auf dem Inserat angegebene Link klärt aber auf, führt er doch unmittelbar zur „Umwelt Musterstadt Wien“ – Geschäftsgruppe Umwelt einer bestimmten Stadträtin.

Informativ und gleichzeitig an das Gewissen der Konsumenten appellierend nutzt auch das „Lebensministerium“²⁵⁾ die Weihnachtszeit, um auf einer halben Seite einer großformatigen Beilage den Gedanken des nachhaltigen Schenkens, der Verpackungsvermeidung, des gut geplanten Lebensmitteleinkaufs und der Mehrwegflaschen zu propagieren. Die ohne Zweifel nützliche Werbekampagne des Bundesministeriums für Gesundheit über die Masernimpfung ist wiederum ein Beispiel besonders hoher Originalität und – ganz im Sinne der Sache – Auffälligkeit.²⁶⁾

d) Auch wenn das MedKF-TG nicht jede werbliche Darstellung einer Sachinformation untersagt, darf andererseits zumindest aus der Sicht eines Steuerzahlers daran gezweifelt werden, ob für die Information über die Existenz von Hallenbädern wirklich ganzseitige Inserate – mit einer in der Sauna träumenden, nicht unattraktiven Frau – über die „Batterien laden[de]“ Wirkung von Wärme finanziert werden müssen. Mag die Einschaltung angesichts der über die Auffindbarkeit und die Öffnungszeiten von Bädern vermittelten Information bei großzügiger Betrachtung medientransparenzrechtlich unproblematisch sein, bleibt die – vom MedKF-TG nicht aufgeworfene – Frage nach der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit einer solchen Initiative der „Stadt fürs Leben“.

e) Ohne in den Verdacht geraten zu wollen, für Kinder nichts übrig zu haben, sei darauf hingewiesen, dass bei einer ganzseitigen entgeltlichen Einschaltung über einen „gefühlvollen Start“ in die Kleinkindergruppe „ohne herzerreißende Momente“ die nützliche Sachinformation zumindest nicht gleich offenkundig ist. Die Inseratenreihe „Services der Stadt Wien“ versucht aber genauso „Barrieren zwischen ArbeitnehmerInnen und Kulturinstitutionen abzubauen“ und die arbeitende Wiener Bevölkerung mittels „Kulturlotsinnen“ zu kultivieren.

Eine Inseratenkampagne über die „Literarischen Erlebniswelten“ für Kinder bewirbt in unzweifelhaft nützlicher Art und Weise das Angebot der Büchereien

für Kinder. Ohne jede Einschränkung ist auch eine den Frauennotruf und seine Angebote darstellende entgeltliche Einschaltung als „Services der Stadt Wien“ ein Musterbeispiel für die Übereinstimmung mit den Regelungen des MedKF-TG.

f) Anders verhält es sich mit den sich über eine ganze Seite erstreckenden Schilderungen, dass eine Stadt „sich bewusst dafür entschieden hat, wichtige Dienstleistungen wie die Abfallwirtschaft selbst wahrzunehmen“. Selbst bei wohlwollender Betrachtung ist nicht ersichtlich, was der Durchschnittskonsument vom Wissen über den „Wirbelschichtofen 4 in Simmering“ profitieren könnte. Dass die „Mülltonnen pünktlich und bei Bedarf auch mehrmals die Woche entleert“ werden, ist – nicht zuletzt weil man dafür Gebühren bezahlt – selbstverständlich, deswegen aber keine für den Konsumenten nützliche Sachinformation. Das Feigenblatt der Sachinformation ist bei diesem Inserat ein 4,3 cm x 7 cm kleines Kästchen über den „Draht zur 48er“ mit der E-Mail-Adresse, der Website und der Facebookseite der MA 48 sowie dem Quick Response Code zur „48er-App“ mit Informationen zur Entsorgung. Gleiches gilt für die Information, „dass auch am 24. 12. und am 26. 12. wie gewohnt 250 Müllfahrzeuge mit 250 LenkerInnen unterwegs sind und 100.000 Mistkübel entleeren“. Nicht ganz unähnlich in der Darstellung ist dem auch die ganzseitige entgeltliche Einschaltung über ein „350.000 Naturjuwelen in den Straßen, Parks oder im Prater“ betreuendes „Spezialteam der MA 42-Wiener Stadtgärten“. Hier erfährt man, dass „das freie Auge nicht erkennen kann, ob der Stamm hohl ist“ und dass im Zweifel zwischen dem Erhalt der Bäume und der Sicherheit der Wiener „natürlich die Menschen vorgehen“. Worin außer bei der 4,5 cm x 2,5 cm großen Spalte mit der Angabe über die Erreichbarkeit und das Angebot des sogenannten „Baumschutztelefons“ der potenzielle Nutzen läge, bleibt offen. Eine kritische Betrachtung lässt zweifeln, dass die bloß narrative Beschreibung der Tätigkeit einzelner Magistratsabteilungen in Entsprechung mit Gesetzes- und Richtlinien-Intention und -wortlaut der „Deckung eines konkreten und aktuellen Informationsbedürfnisses“ dient oder einen „feststellbaren potenziellen Nutzen für den Adressatenkreis der Veröffentlichung bei Verwertung der Sachinformation“ vermittelt.²⁷⁾

Ähnliche Gedanken drängen sich dem kritischen Betrachter bei einem Inserat über „Spitze bei Kindergartenplätzen“ auf: Wem konkret nützt das Zahlenwissen über 54.500 Kindergartenplätze und 21.000 Kleinkindergruppen, für die seit 2009 1.000 PädagogInnen aufgenommen wurden, sodass das „Barcelona-Ziel“, wonach für mindestens 33% der unter Dreijährigen Betreuungsplätze vorhanden sein müssen, von Wien mit 39,4% deutlich überschritten wurde und bei den Drei- bis Sechsjährigen

25) Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft.

26) Die Titelseite einzelner Zeitungen war mit roten Masernflecken übersät, um auf der zweiten Seite im Inserat auf die Notwendigkeit des Impfschutzes und die gratis MMR-Impfung hinzuweisen (vgl. <http://keinemasern.at>).

27) Dies gilt auch für eine mit dem Aufruf zur Bewerbung verbundene Einschaltung über das Leben der 207 Wiener HausbetreuerInnen. Die Mitteilung, dass ein Hausbesorger reinigt, Lampen tauscht und sich um Aufzüge kümmert, ist keine nützliche Sachinformation, sondern eine Selbstverständlichkeit.

die Versorgungsquote bei 104,9% liegt? Offenbar in der Erkenntnis, dass die Verwertbarkeit dieser Zahlensammlung beschränkt ist, wurde der Imageförderung noch sicherheitshalber – wohl um § 3 a MedKF-TG zu entsprechen – der Hinweis auf neue Hauptmeldezeiten für die Kindergärten hinzugefügt.²⁸⁾

Bei den mehrfach und mit unterschiedlichen Sujets erschienenen Inseraten über „Preise der Stadt Wien“ könnte die Betrachtung aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu verschiedenen Bewertungen im Lichte von § 3 a MedKF-TG führen: Unter Zugrundelegung eines kulturellen Sendungsbewusstseins mag man die Kernaussage, dass Wien „kreativ, innovativ und produktiv“ ist und die Stadt Wien deswegen seit 1947 Preise in verschiedenen Kategorien verleiht, als nützlich erachten, um die Wiener Bevölkerung durch das Wissen um die Namen der unzweifelhaft verdienten, der Wiener Durchschnittsbevölkerung vermutlich unbekanntem Preisträger weiter zu kultivieren. Nimmt man hingegen die Erwartungshaltung des Durchschnittswieners als Nützlichkeitsmaßstab, wird sich die Verwertbarkeit des Wissens über die bloßen Namen der Sieger zB in den Kategorien „Kultur- und Rechtswissenschaften“, „Architektur“ oder „Musik“ sicher in Grenzen halten.

Wien und Niederösterreich werden oft und gerne in einem Atemzug genannt: Zum „Ausgleich“ lässt sich daher hier auch ein Beispiel aus Niederösterreich anführen: Ein auf zwei Seiten mit seinem „Herzstück“ und seinem „Highlight“ dargestelltes, im Entstehen begriffenes Zentrum für Iontherapie und Forschung „erlaubt Niederösterreich auch das Mitspielen in der Weltliga der Wissenschaft“. Damit werde „ein weiterer Meilenstein in der erfolgreichen Wissenschafts- und Forschungspolitik des Landes NÖ gesetzt“. Ohne Zweifel wird das „modernste Strahlentherapie- und Forschungszentrum der Welt mit Hightech im Kampf gegen Krebs“ für Patienten nützlich sein. Erneut sei aber hinterfragt, wo denn der von Gesetz und Richtlinien verlangte „Nutzen für den Adressatenkreis der Veröffentlichung bei Verwertung der Sachinformation“ liegen könnte. Nur wenn man schon in der Vermehrung des Wissens um das Gewicht von 220 Tonnen, den Durchmesser von 7,5 Metern und die Genauigkeit von 0,3 mm des zur Bestrahlung eingesetzten Geräts einen Nutzen sähe, wäre den Anforderungen Rechnung getragen. Bei besonders geneigter Betrachtung könnte man nur den Hinweis auf die Zukunft, dass „ab 2015 die ersten Behandlungen erfolgen sollen“, als nützliche Information für Patienten identifizieren, ihre gesundheitlichen Anliegen so zu planen, dass sie in zwei Jahren nach Wiener Neustadt fahren.²⁹⁾ Ein weiteres Sujet über „Niederösterreich denkt Wissenschaft“ könnte wiederum als Musterdiskussionsbeispiel für die bisweilen schwierige Grenzziehung zwischen huldigender Selbstdarstellung eines Landes einerseits und Sachinformation zB über ein spezielles Studienangebot andererseits dienen.

g) In der Art der entgeltlichen Darstellung sind aber selbstverständlich auch Musterbeispiele unzweifelhaft nützlicher Sachinformation zu nennen: „Rat & Tat für dich & mich“ lautet die Schlagzeile eines Inserats, mit dem die Leistungen der „MAG ELF“ (Magistratsabteilung für Kinder, Jugend und Familie), der wienXtra-Angebote und der (virtuellen) Bücherei Wien samt

„schlau Links im Internet“ ansprechend und informativ aufbereitet werden. Ein anderes wirbt ähnlich im Aufbau mit der Headline „Spaß mit Sport und Kultur“, um auf die unterschiedlichsten in die Zuständigkeit unterschiedlicher Magistratsabteilungen fallender Freizeitangebote hinzuweisen. Da ist selbst der kritische Betrachter geneigt, die in den Hintergrund tretende Imagewerbung „Wien lässt Mütter, Väter und Kinder nicht allein“ oder „Schön, dass man in Wien so viele Möglichkeiten hat“ zu übersehen.

Uneingeschränkt nützlich erweist sich etwa auch die Information der Magistratsabteilung 17-Integration und Diversität über die Angebote zum „Neubeginn in einer neuen Heimat“, samt Hinweisen auf Broschüren, Apps, Projekte und Coaching.

In der Sache ebenfalls potenziell für die Allgemeinheit dienlich kann man die Schaltungen über das Radjahr 2013 mit dem Motto „Heuer fahr' ich durch!“ und dem Hinweis auf Tipps und Infos im Internet einstufen. Gleichzeitig erfährt man, dass es in Wien auch ein „Zukunftssort“ gibt, das sein Image mit „Wien! Voraus“ bewirbt.³⁰⁾ Angesichts der unter der Bevölkerung zu konstatierenden Verwirrung rund um die Begegnungs- und Fußgängerzone in Wien Mariahilf muss auch die zur Adventeinkaufszeit hochaktuelle, vom Zukunftssort beinahe täglich veranlasste Erinnerung an das richtige Verhalten der einzelnen Verkehrsteilnehmer als nützlich angesehen werden, um einander in der Begegnungszone friedlich zu begegnen. Versteht man das Sachlichkeitsgebot nicht zu streng, wird auch die für die „neue Mariahilferstraße“ geschaltete Werbung noch als für den Durchschnittswiener nützliche Aufklärungsarbeit über die Möglichkeiten des Zu- und Abfahrens, für die erfolgreiche Parkplatzsuche sowie für „freies Surfen“ und „entspannt Shoppen“ gesehen werden können.³¹⁾ Um auch bei den positiven Beispielen wieder einen Blick auf das Nachbarbundesland zu richten: Selbstverständlich ist eine optisch ansprechende bezahlte Anzeige über Seniorenheime des Landes NÖ als Sachinformation zu bewerten.

2. Unüberwindliches Hinweis-Verbot

In der öffentlichen Debatte bekannt geworden sind nur zwei – gleich in den ersten zwei Wochen der Geltung des Gesetzes aufgetretene – Fälle, die mit dem Verbot, in entgeltlichen Veröffentlichungen auf oberste Organe hinzuweisen, in Konflikt gerieten:

Einer betraf einen Landeshauptmann, der im Inserat „mit leicht geneigtem Kopf und freundlich lächelnd vor einem Stolleneingang steht“³²⁾, der andere am Tag

28) Das Sujet existiert offenbar wie auch jenes zur Müllabfuhr in unterschiedlichen – auf die Seitengröße des Printmediums abgestimmten – Varianten.

29) Die Ausführungen beruhen auf der – durch den rechts oben am Inserat angebrachten 4 x 6mm großen Abdruck des offiziellen Logos Niederösterreichs www.noel.gv.at/ verursachten – Annahme, der für die Veröffentlichung verantwortliche Rechtsträger sei das Land Niederösterreich.

30) Es wird sich wohl um die für Straßenverwaltung und -bau zuständige MA 28 handeln.

31) <http://derstandard.at/1388650148545/Mariahilfer-Strasse-Einero-t-gruene-und-eine-gruene-Kampagne> (abgefragt am 27. 1. 2014).

32) <http://derstandard.at/1341845155478/Inserate-mit-Platter-Fototrotz-Verbots> (abgefragt am 27. 1. 2014).

des Inkrafttretens des Gesetzes einen Wohnbaustadtrat, der den Leser aus einer Wohnbeilage anlächelte.³³⁾ Dem Autor selbst ist in der Testphase nur eine³⁴⁾ – drei oberste Organe im Bild darstellende – als „entgeltliche Kooperation“ bezeichnete Veröffentlichung in einem Printmedium aufgefallen, die der betreffende Rechtsträger – zumindest nach Auffassung des Autors – einer näheren Überprüfung unterziehen hätte sollen. Aus diesem nicht im Detail geprüften Fall lässt sich aber nicht schließen, dass das Hinweisverbot nicht effektiv wäre: Entgeltlich abgedruckte Weihnachtswünsche oberster Organe dürften der Vergangenheit angehören. Es dürfte generell unattraktiv geworden sein, in entgeltlichen Veröffentlichungen nicht den Namen, sondern nur den Zuständigkeitsbereich nennen zu dürfen. Wen interessiert und wem nützt das Wissen, dass es eine/n Landesrätin/Landesrat „für Bildung und Gesellschaft“ gibt, ohne zu erfahren, wer sich dahinter „verbirgt“?³⁵⁾ Bei manchen Wochenzeitungen kommen die Mitglieder der Landesregierung ohnehin auf fast jeder zweiten Seite im redaktionellen Teil vor. Warum sollte ein Land da noch für ein Inserat mit einem Bild eines obersten Organs eines Landes extra bezahlen?

3. Unbekanntes Kennzeichnungs-Gebot

Das Kennzeichnungsgebot dürfte vielen Betroffenen bzw deren Organen bis heute nicht vertraut sein. Man darf wohl nicht zu streng sein: Die Bestimmungen der Richtlinien sind erst 1 1/2 Jahre alt und vielleicht zu juristisch formuliert. Anders ist es nicht zu erklären, dass ein in Inseraten vor Einbrechern oder Taschendieben warnendes Bundesministerium wiederholt auf die notwendige Beifügung der Worte gänzlich verzichtet.³⁶⁾ Ein anderes Bundesministerium dürfte mit seinen Inseraten von solchen Durchschnittslesern ausgehen, die auf eine Distanz von 200 Metern eine Storchenei von einem Gänseei unterscheiden können. Wie sonst könnte in einem Inserat über eine vom Storch herbeigeflogene Help4Baby-App eine weiße, 1 mm hohe, schlanke Blockschrift auf hellem Rosa als **deutlich sichtbar** erachtet werden? Ebenso gute Augen dürften die für manche (oben hervorgehobene) Inseratschaltungen verantwortlichen Bediensteten der „Stadt fürs Leben“ haben. Den schärfsten Blick müssen aber die im Auffinden von Budgetlöchern so versierten Bediensteten des Finanzministeriums haben.³⁷⁾ Man könnte beinahe den Eindruck gewinnen, als schämten sich alle der Offenlegung des entgeltlichen Hintergrunds mit den zugegebenermaßen sperrig klingenden Worten „Bezahlte Anzeige“ oder „Entgeltliche Einschaltung“.

Einen Musterfall der Unsichtbarkeit der Kennzeichnung stellen schließlich mehrseitige sogenannte „Druckstrecken“ oder einem bunten Printmedium nicht nur beigelegte, sondern miteingeheftete „(Sonder-)Beilagen“ dar: Hier wird nur auf der ersten Seite auf die Entgeltlichkeit hingewiesen und auf den Folgeseiten geflissentlich auf eine Kennzeichnung verzichtet. In der Vorweihnachtszeit waren derartige 8-seitige Beilagen über das „beste Service für die WienerInnen“ jedenfalls wiederholt zu beobachten.

4. Unbeachtetes Unterscheidbarkeits-Gebot

Es ist bekannt, dass sich generell bei der Einhaltung der Kennzeichnungs- oder Erkennbarkeitsvorschrift des § 26 MedienG eine gewisse Nachlässigkeit feststellen lässt. Manchen von den Richtlinien erfassten Rechtsträgern kann man zusätzlich noch den Vorwurf machen, dass sie auch der für sie geltenden spezifischen Anordnung keine Beachtung schenken: Nicht selten findet man jedenfalls vom redaktionellen Inhalt ununterscheidbare, weil im selben Layout wie das Redaktionelle gestaltete entgeltliche Einschaltungen.³⁸⁾ Die im Vergleich zum redaktionellen Inhalt völlig unterschiedslose Gestaltung entgeltlicher – wenn auch im Lichte des MedKF-TG uneingeschränkt sachlicher – Einschaltungen ist bedauerlicherweise – wie mehrseitige Beispiele in der Testphase zeigen – keine Besonderheit sogenannter Boulevardblätter.³⁹⁾

Es ist nicht auszuschließen, dass auch durch eine wirklich deutlich sichtbare spezifische Ausgestaltung von Schriftgröße, -typ und -farbe der beigefügten Worte „entgeltliche Einschaltung“ oder „bezahlte Anzeige“ gleichzeitig dem Erfordernis der Unterscheidbarkeit Rechnung getragen wird.⁴⁰⁾ Die Verwechslungsgefahr könnte jedenfalls – freilich abhängig von der sonstigen Buntheit des Mediums – leicht durch das Schriftbild, die Farbwahl, das Design oder durch die Verwendung von Bildern ausgeschlossen werden.⁴¹⁾ Es muss aber auch hier erwähnt werden, dass für die durch die Richtlinien erfassten Rechtsträger die Unterscheidbarkeit und die Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen in periodischen Printmedien, in elektronischen Newslettern und auf Websites zwei kumulativ zu erfüllende Voraussetzungen darstellen.

5. Resümee

Der überwiegenden Zahl der in Printmedien im Beobachtungszeitraum entdeckten entgeltlichen Veröffentlichungen kann man die Einhaltung der Ge- und Verbote des MedKF-TG attestieren. Die zuvor skizzierten Beispiele lassen hoffen, dass sich der Trend

33) http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/1264942/Kopfverbot_Neuer-Verstoss (abgefragt am 27. 1. 2014).

34) Für die Europäische Kommission kommt das MedKF-TG (damit auch das Sachlichkeitsgebot und das Hinweisverbot) nicht zur Anwendung. Eine entgeltliche Einschaltung zur „EU zum Anfassen“ darf daher auch das Foto, den Namen und ein Zitat eines obersten Organs eines Bundeslands enthalten.

35) Vgl die Geschäftsverteilung der OÖ Landesregierung LGBl 2013/50 und jene der Stmk Landesregierung in LGBl 2013/4 idF LGBl 2013/71 und 2013/88.

36) Es ist nicht auszuschließen, dass der jeweilige Medieninhaber des Publikationsmediums darauf vergessen hat, obwohl er eigentlich nach den Richtlinien dazu vertraglich verpflichtet worden sein müsste (vgl FN 17).

37) In einem Inserat zur E-Rechnungspflicht ist die Wortfolge „entgeltliche Einschaltung“ nur aus einer Distanz von 5 cm zwischen Zeitungspapier und Augenpaar deutlich sichtbar.

38) Im Rundfunkrecht nennt man eine „völlig ununterscheidbare Einbindung werblicher Elemente in ein scheinbar redaktionelles Format“ jedenfalls Schleichwerbung, zB in 611.001/0012-BKS/2006, 611.956/0029-BKS/2009 oder 611.956/0006-BKS/2010.

39) Bisweilen erwecken die Beispiele den Eindruck, als sei die Identität beabsichtigt, um den flüchtigen Leser – selbst bei unzweifelhaft dem Sachlichkeitsgebot entsprechenden Inhalten – über die Entgeltlichkeit der Schaltung zumindest kurzzeitig zu täuschen.

40) Ein derartiges Beispiel fand sich zugunsten der von der Abteilung „Wien Leuchtet“ (MA 33) initiierten „Räumphase ist Leo – Bleib gelassen an der Ampel“.

41) Vgl Kogler (FN 4) unter II.6.

der unzähligen positiven Beispiele fortsetzt. Andererseits verwundert es doch, dass trotz angeblich intensiver Aufklärungsmaßnahmen unterschiedlicher Rechtsträger auch in Form von Seminaren und Broschüren⁴²⁾ zentrale Bestimmungen noch nicht so verinnerlicht wurden, dass selbst eine wohlwollende Betrachtung nichts zu beanstanden fände. Dass bei manchen Inse-

raten das vorhandene Wissen um die inhaltlichen Anforderungen des § 3a MedKF-TG vielleicht auch bewusst in den Hintergrund gedrängt wurde, ist eine reine Vermutung.

42) Es existierte jedenfalls eine Broschüre der „Stadt fürs Leben“ und eine des Bundespressedienstes.

→ In Kürze

Das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz normiert inhaltliche Anforderungen an entgeltliche Einschaltungen öffentlich-rechtlicher Rechtsträger. Während das Sachlichkeitsgebot überwiegend eingehalten wird, sind Mängel bei der Einhaltung des Kennzeichnungs- und Unterscheidbarkeitsgebots festzustellen.

→ Zum Thema

Über den Autor:

MinR Dr. Michael R. Kogler ist stv Leiter der Abteilung für Medienangelegenheiten im Verfassungsdienst des Bundeskanzleramtes. Kontaktadresse: Dr. Michael R. Kogler, Ballhausplatz 2, 1014 Wien. Tel: +43 (0)1 531 15-204 272, E-Mail: michael.kogler@bka.gv.at

Vom selben Autor erschienen:

TV (ON DEMAND) (2010).

Rechtsprechung des EGMR 2013 (1)

Der vorliegende Beitrag setzt den Überblick über ausgewählte Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte zu den materiellen Grundrechten der EMRK und ihren ZP für das Jahr 2013 fort; behandelt werden die Rsp zu Art 3 und 8 EMRK.

Von Rudolf Thienel

Inhaltsübersicht:

- A. Verbot der Folter sowie unmenschlicher und erniedrigender Behandlung (Art 3 EMRK)
- B. Achtung des Privat- und Familienlebens, der Wohnung und des Briefverkehrs (Art 8 EMRK)

A. Verbot der Folter sowie unmenschlicher und erniedrigender Behandlung (Art 3 EMRK)

Auch 2013 betrafen zahlreiche Entscheidungen die **Ausweisung, Abschiebung oder Auslieferung** von Fremden, wobei die schon in den Rechtsprechungsübersichten der letzten Jahre dargestellten Grundsätze¹⁾ weitergeführt wurden, wonach im Falle einer realen Gefahr der Misshandlung im Zielstaat Art 3 EMRK verletzt werden kann. Die Rsp ist weiterhin differenziert und einzelfallbezogen.

Dies gilt etwa für Ausweisungen oder Auslieferungen nach **Usbekistan**: Dass die allgemeine Situation in menschenrechtlicher Hinsicht problematisch ist – nach den Feststellungen des EGMR gibt es verlässliche internationale Berichte über systematische Folter von Gefangenen in Polizeigewahrsam –, steht für sich allein einer Auslieferung grds nicht entgegen. Es kommt auf die persönliche Situation des Betroffenen an. Die Auslieferung wegen eines normalen Kriminaldelikts ver-

letzt Art 3 EMRK nach Auffassung des EGMR nicht.²⁾ Ein Bf, der wegen der **Mitgliedschaft zu einer radikalen islamischen Vereinigung** gesucht wird, bezüglich deren Mitglieder es verlässliche Berichte über Folter und Misshandlung durch die Sicherheitskräfte gibt, muss aber ernsthaft befürchten, im Falle seiner Auslieferung misshandelt zu werden.³⁾ Die Auslieferung eines Mannes nach **Weißrussland**, wo er wegen eines normalen Kriminaldelikts verfolgt wird, verletzt Art 3 EMRK trotz der allgemein problematischen Menschenrechtssituation in diesem Staat nicht.⁴⁾ Die Auslieferung aus Russland nach **Tadschikistan**, wo der Betroffene wegen der Zugehörigkeit zu einer verbotenen islamischen Organisation und der Beteiligung an einem Umsturzversuch strafrechtlich verfolgt wird, verstieß hingegen gegen Art 3 EMRK. Dabei hielt der EGMR wieder fest, dass bloße diplomatische Zusicherungen oder die bloße Mitgliedschaft des Zielstaats bei internationalen Menschenrechtspakten nicht aus-

1) Vgl etwa die Zusammenfassung dieser Grundsätze im U 9. 4. 2013, 70073/10, *H und B/UK* ua, Rz 91 ff.

2) EGMR 5. 2. 2013, 30225/11, *Bakoyev*, Rz 113 ff.

3) EGMR 5. 2. 2013, 67286/10, *Zokhidov*, Rz 128 ff; der EGMR hielt in diesem Fall auch die Zusicherungen der usbekischen Beh für nicht ausreichend. Ähnlich EGMR 7. 11. 2013, 43165/10, *Ermakov*, Rz 158 ff, 14. 11. 2013, 29604/12, *Kasymakhunov*, Rz 102 ff; der EGMR stellte in diesen beiden Fällen auch eine Verletzung der Schutzpflicht durch Russland fest, weil nicht verhindert wurde, dass der Bf nach seiner Entlassung aus der Haft in Russland gewaltsam nach Usbekistan verbracht wurde.

4) EGMR 23. 5. 2013, 69235/11, *K/Russland*, Rz 62 ff.

ÖJZ 2014/85

Art 3, 8 EMRK

Grundrechte;
Überblick über
aktuelle Rsp zur
EMRK