

RS Lvwg 2015/11/16 VGW- 021/051/31180/2014

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 16.11.2015

Rechtssatznummer

1

Entscheidungsdatum

16.11.2015

Index

82/02 Gesundheitsrecht allgemein

40/01 Verwaltungsverfahren

Norm

TabakG §1 Z7

TabakG §11 Abs1

TabakG §14 Abs1 Z3

VStG §9 Abs1

1. VStG § 9 heute
2. VStG § 9 gültig ab 05.01.2008 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 3/2008
3. VStG § 9 gültig von 01.01.2002 bis 04.01.2008 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 137/2001
4. VStG § 9 gültig von 01.01.1999 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 158/1998
5. VStG § 9 gültig von 01.02.1991 bis 31.12.1998

Rechtssatz

Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen, Personengruppen, Organisationen oder Veranstaltungen in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen mit der Erwartung, eine die eigenen Kommunikations- und Marketingziele unterstützende Gegenleistung zu erhalten.

Das durch § 11 Abs. 1 des Tabakgesetzes im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Tabakprodukten verpönte Sponsoring liegt daher dann vor, wenn mit einer Unterstützung – etwa für Künstler – Marketingziele verbunden sind, die wie hier, durch die Nennung des Unternehmens als Sponsor erfüllt werden. Das durch Paragraph 11, Absatz eins, des Tabakgesetzes im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Tabakprodukten verpönte Sponsoring liegt daher dann vor, wenn mit einer Unterstützung – etwa für Künstler – Marketingziele verbunden sind, die wie hier, durch die Nennung des Unternehmens als Sponsor erfüllt werden.

Dass eine Nennung von Wirtschaftsunternehmen, die karitative, künstlerische oder ähnliche Events fördern, durch diese Unternehmen zur Erreichung eines Imagegewinns auch erwartet wird, grenzt das Sponsoring von einer bloßen Spendentätigkeit ab.

Aus Sicht des erkennenden Richters des Verwaltungsgerichtes Wien stellt aber die bloße Nennung eines Sponsors, auch wenn diese durch die Platzierung des Firmenlogos auf einer Einladung erfolgt, noch keine eigenständige Werbemaßnahme des Veranstalters dar. Die Nennung der Sponsoren einer Veranstaltung auf Einladungen und Veranstaltungshinweisen ist die übliche und von Sponsoren auch ohne konkrete Vereinbarung erwartete Gegenleistung für die Sponsortätigkeit. Geldleistungen, auch von Wirtschaftsunternehmen, bei denen die Nennung des Unternehmens weder gewünscht noch erwartet wird, stellen – wie bereits dargelegt – kein Sponsoring, sondern Spenden dar.

Anders ausgedrückt wird eine Geld- oder Sachleistung eines Wirtschaftsunternehmens gerade durch die Nennung des Unterstützers, etwa auf Einladungen und Veranstaltungshinweisen, erst zum Sponsoring.

Daraus folgt aber, dass wenn wie hier keine über die Nennungen des Sponsors hinausgehende Bewerbung dieses Unternehmens oder der von diesem erzeugten oder vertriebenen Produkte durch den Empfänger einer Geld- oder Sachleistung erfolgt, eine eigenständige Werbetätigkeit noch nicht vorliegt.

Schlagworte

zur Abgrenzung von Werbung und Sponsoring im Sinne des TabakG bzw. zur Frage, ob im Fall einer Sponsortätigkeit auch die geförderte Organisation oder Einzelperson Normadressat des § 11 Abs. 1 des Tabakgesetzes ist

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:LVWGWl:2015:VGW.021.051.31180.2014

Zuletzt aktualisiert am

11.12.2015

Quelle: Landesverwaltungsgericht Wien LVwg Wien, <http://www.verwaltungsgericht.wien.gv.at>

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at