

RS Bks 2011/12/14 611.009/0007- BKS/2011

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 14.12.2011

Norm

ORF-G §1a Abs1

ORF-G §16 Abs1

ORF-G §16 Abs5

1. ORF-G § 1a heute
2. ORF-G § 1a gültig ab 01.01.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
3. ORF-G § 1a gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
4. ORF-G § 1a gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
1. ORF-G § 16 heute
2. ORF-G § 16 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. ORF-G § 16 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 16 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
5. ORF-G § 16 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 32/2001
6. ORF-G § 16 gültig von 29.09.1984 bis 31.03.2001
1. ORF-G § 16 heute
2. ORF-G § 16 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. ORF-G § 16 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 16 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
5. ORF-G § 16 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 32/2001
6. ORF-G § 16 gültig von 29.09.1984 bis 31.03.2001

Leitsatz

Dass bei der Beurteilung eines zu starken Herausstellens auch auf die dramaturgisch-redaktionelle Rechtfertigung abgestellt werden kann, ergibt sich unmittelbar aus der Entstehungsgeschichte der entsprechenden Richtlinienbestimmung. Die auf der Jacke angebrachten Logos sind schon aufgrund ihrer Größe stark herausgestellt, ja reichen sie in Teilen sogar über die Jacke hinaus. Bekleidung jeglicher Marke ist oft mit Logos ausgestattet, die überproportional aufgeklebten Fremdlogos auf der Jacke sind aber im vorliegenden Fall in besonders aufdringlicher Art und Weise für den konkreten Einsatz im Rahmen der Sendung auf der Kleidung (für die Kamera) platziert. Mit einer Dauer von 5 Minuten und 47 Sekunden werden die jeweiligen Marken höchst prominent und „plakativ“ präsentiert bzw. „platziert“.

Die Logos auf der Logowand nehmen 50 bis 60% des Bildschirms ein und ihre Präsentation ist somit nicht dezent, sondern aufdringlich groß ausgefallen. Hinzu tritt auch hier der zeitliche Aspekt der mit insgesamt 5 Minuten und 47 Sekunden bemessenen Darstellung und die Eigenständigkeit der die Produktplatzierungen beinhaltenden Szenen.

Zuletzt aktualisiert am

20.12.2011

Quelle: Bundeskommunikationssenat BKS, <https://www.ris.bka.gv.at/Bks>

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at