

RS Bks 2011/10/12 611.009/0004- BKS/2011

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 12.10.2011

Norm

ORF-G §17 Abs1

1. ORF-G § 17 heute
2. ORF-G § 17 gültig ab 01.08.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
3. ORF-G § 17 gültig von 01.10.2010 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 17 gültig von 01.01.2006 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 159/2005
5. ORF-G § 17 gültig von 01.01.2002 bis 31.12.2005 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
6. ORF-G § 17 gültig von 21.11.1986 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 612/1986
7. ORF-G § 17 gültig von 29.09.1984 bis 20.11.1986

Leitsatz

Aus dem Erkenntnis des VwGH Zl.2005/04/0242 lässt sich aus Sicht des BKS der Schluss ableiten, dass auch ein in einer Werbung enthaltener Sponsorhinweis die Annahme, dass die Sendung als „Patronanzsendung“ zu beurteilen ist, zu begründen vermag.

Die KOA ist davon ausgegangen, dass die zu beurteilende Sequenz „weit unter der Schwelle einer Bewerbung spezifischer Produkte oder Dienstleistungen liegt.“ Auch aus Sicht des BKS dient die zu beurteilende Sequenz nicht der Bewerbung spezifischer Produkte. Es soll vielmehr allgemein und ohne Bezug zu einem konkreten Produkt das Image des Sponsors „K. “ gefördert werden. Der Wortlaut von § 17 Abs. 2 Z 2 Satz zwei ORF-G ist eindeutig. Demgemäß sind Sponsorhinweise „während“ einer Sendung unzulässig. Wie dargestellt handelte es sich im vorliegenden Fall um einen Hinweis, der zwischen den eigenständigen Teilen einer Sportsendung im Werbeblock ausgestrahlt wurde. Betrachtet man die Systematik des ORF-G wird klar, dass die so bezeichnete „Unterbrecherwerbung“ eine Sendung eben unterbricht. Sponsorhinweise, die innerhalb eines von der Sendung getrennten Werbeblocks erfolgen sind, nicht als „Sponsorhinweise während einer Sendung“ zu beurteilen. Die KOA ist davon ausgegangen, dass die zu beurteilende Sequenz „weit unter der Schwelle einer Bewerbung spezifischer Produkte oder Dienstleistungen liegt.“ Auch aus Sicht des BKS dient die zu beurteilende Sequenz nicht der Bewerbung spezifischer Produkte. Es soll vielmehr allgemein und ohne Bezug zu einem konkreten Produkt das Image des Sponsors „K. “ gefördert werden. Der Wortlaut von Paragraph 17, Absatz 2, Ziffer 2, Satz zwei ORF-G ist eindeutig. Demgemäß sind Sponsorhinweise „während“ einer Sendung unzulässig. Wie dargestellt handelte es sich im vorliegenden Fall um einen Hinweis, der zwischen den eigenständigen Teilen einer Sportsendung im Werbeblock ausgestrahlt wurde. Betrachtet man die Systematik des ORF-G wird klar, dass die so bezeichnete „Unterbrecherwerbung“ eine Sendung eben unterbricht. Sponsorhinweise, die innerhalb eines von der Sendung getrennten Werbeblocks erfolgen sind, nicht als „Sponsorhinweise während einer Sendung“ zu beurteilen.

Zuletzt aktualisiert am

19.10.2011

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