

RS Bks 2011/10/12 611.992/0002-BKS/2011

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 12.10.2011

Norm

ORF-G §2 Abs1

1. ORF-G § 2 heute
2. ORF-G § 2 gültig ab 01.01.2024 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
3. ORF-G § 2 gültig von 01.01.2016 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
4. ORF-G § 2 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
5. ORF-G § 2 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
6. ORF-G § 2 gültig von 04.09.1999 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 194/1999
7. ORF-G § 2 gültig von 29.09.1984 bis 03.09.1999

Leitsatz

Dem Wort „geboten“ ist gerade nicht die Bedeutung von „unerlässlich“ beizumessen. Vielmehr muss - berücksichtigt man die Materialien - eine Beurteilung im Sinne der von der KOA hervorgehobenen Kosten-Nutzen Relation Platz greifen. KOA hat zu Recht ua. anhand des in den Erl ausdrücklich erwähnten „Merchandising“ die Rechtsansicht vertreten, dass im konkreten Fall die „Weiterverwertung“ bereits im Rundfunk- und Onlineangebot verwerteter Inhalte gegen gleichzeitige Nennung der Quelle für die Vermarktung der „Leistungen“ des ORF - unter kaufmännisch-wirtschaftlichen Gesichtspunkten unter Berücksichtigung werbe„strategischer“ Aspekte – als nutzbringend „angezeigt“ (dh. geboten) ist. Andererseits ist davon auszugehen, dass eine Maßnahme oder Tätigkeit zur Vermarktung (mag sie auch mit Rundfunk und Online in engem Zusammenhang stehen) nicht schon dann innerhalb des Unternehmensgegenstandes liegt, wenn sie bloß „opportun“, „zweckmäßig“ oder „empfehlenswert“ ist.

Zuletzt aktualisiert am

19.10.2011

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