

# RS Bks 2010/4/19 611.030/0001-BKS/2010

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 19.04.2010

## Norm

PrR-G §19 Abs3

1. PrR-G § 19 heute
2. PrR-G § 19 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. PrR-G § 19 gültig von 01.08.2015 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 86/2015
4. PrR-G § 19 gültig von 01.10.2010 bis 31.07.2015 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
5. PrR-G § 19 gültig von 01.03.2009 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 7/2009
6. PrR-G § 19 gültig von 01.01.2005 bis 28.02.2009 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 169/2004
7. PrR-G § 19 gültig von 01.04.2001 bis 31.12.2004

## Leitsatz

Ein E-Mail-Sendung ist nach ständiger Rechtsprechung des VwGH dann bei der Behörde eingebracht, wenn sie von einem betriebsbereit gehaltenen Server, den die Behörde für die Empfangnahme von an sie gerichteten E-Mail-Sendungen gewählt hat, empfangen wurde und sich damit im elektronischen Verfügungsbereich der Behörde befindet;

Es besteht kein Zweifel, dass es sich bei dem Sponsorhinweis „wurde Ihnen präsentiert von ‚Villacher Bier - Kärntens Lieblingsbier seit 1858 - Mei Villacher Bier - Prost‘“ um einen Hinweis handelt, der die Definition von Werbung erfüllt; qualitativ-wertende Aussagen wie „Kärntens Lieblingsbier“ und „Mei Villacher Bier“ setzen eindeutige Anreize zum Erwerb von Waren und dienen der Absatzförderung;

Wenn die A.K. nun durch das Abspielen eines gestaltungsgleichen Werbetrenners zwischen den „A.K. Freizeittipps“ und der werblich gestalteten Sponsoransage letztlich Werbung von Werbung trennt, verliert der Werbetrenner seine Eignung zur eindeutigen Trennung. Eine Einspielung des Werbetrenners nach Beginn der Werbung widerspricht dem Schutzzweck des § 19 Abs. 3 PrR-G. Beim Niveau der Wahrnehmbarkeit ist auf den durchschnittlichen Radiohörer abzustellen. Wenn die A.K. nun durch das Abspielen eines gestaltungsgleichen Werbetrenners zwischen den „A.K. Freizeittipps“ und der werblich gestalteten Sponsoransage letztlich Werbung von Werbung trennt, verliert der Werbetrenner seine Eignung zur eindeutigen Trennung. Eine Einspielung des Werbetrenners nach Beginn der Werbung widerspricht dem Schutzzweck des Paragraph 19, Absatz 3, PrR-G. Beim Niveau der Wahrnehmbarkeit ist auf den durchschnittlichen Radiohörer abzustellen.

## Zuletzt aktualisiert am

04.06.2010

**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](http://www.jusline.at)