

RS Bks 2009/11/16 611.057/0001- BKS/2009

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 16.11.2009

Norm

PrR-G §19 Abs3

PrR-G §19 Abs4

PrR-G §25

PrR-G §26

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

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

1. PrR-G § 25 heute
2. PrR-G § 25 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
3. PrR-G § 25 gültig von 01.08.2004 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
4. PrR-G § 25 gültig von 01.04.2001 bis 31.07.2004

1. PrR-G § 26 heute
2. PrR-G § 26 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
3. PrR-G § 26 gültig von 01.08.2004 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 97/2004
4. PrR-G § 26 gültig von 01.04.2001 bis 31.07.2004

Leitsatz

Es ist davon auszugehen, dass die verfahrensgegenständlichen Erwähnungen des Produkts und seines Inhalts üblicherweise gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgen. Jedenfalls ist vor allem beim abschließenden Hinweis, dass es das neue Magazin „ab heute wieder“ gibt, ein Unterschied zum Inhalt von verkehrsüblichen Werbespots nur mehr durch die redaktionelle Umrahmung durch die Äußerungen des Moderators zu erkennen. Der gegenständliche Beitrag ist weiters geeignet, Zuhörerinnen und Zuhörer über den eigentlichen Zwecks in die Irre zu führen. Der Beitrag unter dem Titel „Nix wie weg – Arabella Reiseträume“ ist als werbliche Aussage zu bewerten. Es ist davon auszugehen, dass die exklusiven werblichen Darstellungen mit der unbestreitbar geplanten Einspielung einer wie ein Werbeslogan wirkenden Aussage einer Repräsentantin des Unternehmens und der abschließenden direkten Aufforderung der Moderatorin, ins Reisebüro zu gehen und gerade den J. -Katalog zu holen, üblicherweise gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erfolgen.

Zuletzt aktualisiert am

22.12.2009

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