

RS Bks 2007/12/10 611.001/0011-BKS/2007

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 10.12.2007

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

Bei der Beurteilung einer Sponsoransage als verkaufsfördernd kommt es nicht auf ihre subjektive Wirkung bei einer gewissen Zahl von Hörern in bestimmten Situationen an, sondern es ist stets abstrakt zu prüfen, ob für das durchschnittliche Publikum eine Anregung zum Kauf von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen verwirklicht wird;

Dokumentnummer

BKSR_20071210_611001_0011_BKS_2007_01

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