

RS Bks 2007/3/26 611.009/0007-BKS/2007

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 26.03.2007

Norm

ORF-G §14 Abs2

1. ORF-G § 14 heute
2. ORF-G § 14 gültig ab 01.01.2026 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 58/2025
3. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2024 bis 31.12.2025 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 112/2023
4. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2021 bis 31.12.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
5. ORF-G § 14 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
6. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2006 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 159/2005
7. ORF-G § 14 gültig von 01.01.2002 bis 31.12.2005 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
8. ORF-G § 14 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

Leitsatz

§ 14 Abs. 2 ORF-G Schleichwerbung Paragraph 14, Absatz 2, ORF-G Schleichwerbung

Es ist nicht anzunehmen, dass ein auf Tourismusmarketing spezialisiertes Unternehmen freiwillig aus bloßer Generosität einen weitaus höheren Betrag bezahlen würde, als tatsächlich an Kommunikationsleistung für das zu vermarktende Gebiet erbracht wurde.

Es liegt der Schluss nahe, dass (...) von der (...) bezahlten „Einbindung im Zuge der Patronanz“ auch (...) mitumfasst war, dass eine der Tourismusbranche nahe stehende Person in der Sendung die Vorzüge genau jenes Gebiets anpreist, für das die Tourismus Marketing (...) sonst die Werbetrommel rührt (...).

Der durchschnittliche Zuseher erwartet sich von einem musikalischen Frühschoppen (...) die Aufführung von Musikstücken (...) und allenfalls auch die Vermittlung der für Frühschoppen typischen Stimmung, muss aber jedenfalls nicht damit rechnen, dass der (...) Rahmen des Frühschoppens (...) mehr oder minder getarnt zur Förderung der Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Wintertourismus genutzt wird.

Dokumentnummer

BKSR_20070326_611009_0007_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