

RS Bks 2007/2/26 611.001/0012-BKS/2006

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 26.02.2007

Norm

PrTV-G §34

PrTV-G §46

PrTV-G §62

Leitsatz

Die völlig ununterscheidbare Einbindung werblicher Elemente in ein scheinbar redaktionelles Format sowie die gezielte Verwendung journalistische Stilformen für die Unterbringung werblicher Botschaften erfüllen den Tatbestand der Schleichwerbung. Es ist nicht nach den subjektiven Motiven des Rundfunkveranstalters oder des auftraggebenden Unternehmens sondern nach einem objektiven Maßstab zu beurteilen, inwieweit einer bestimmten Äußerung (Erwähnung, Darstellung) in einer Sendung eine Absatzförderungseignung innewohnt und daher mit ihr erkennbar das Ziel verfolgt wird, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern.

Dokumentnummer

BKSR_20070226_611001_0012_BKS_2006_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