

RS Bks 2005/6/23 611.001/0011-BKS/2005

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 23.06.2005

Norm

PrTV-G §38 PrTV-G §36 Abs2

PrTV-G §36 Abs4

PrTV-G §34 Abs2

Leitsatz

Dem Grundsatz der eindeutigen Trennung von Werbund vom sonstigen Programm wird nur dann entsprochen, wenn das zur Trennung verwendete Mittel ausreichend deutlich und dazu geeignet ist, dem Seher den Beginn der Werbung zu signalisieren;

Abfolge von länger dauernden Beiträgen zu einer breiten Palette unterschiedlicher Themen stellt eine Magazinsendung dar, die unter die Begünstigung des § 36 Abs. 2 PrTV-G fällt; Abfolge von länger dauernden Beiträgen zu einer breiten Palette unterschiedlicher Themen stellt eine Magazinsendung dar, die unter die Begünstigung des Paragraph 36, Absatz 2, PrTV-G fällt;

Zur Definition einer Sendung zur politischen Information;

Den privaten Rundfunkveranstaltern können im Bereich des Product-Placement nicht strengere Regeln auferlegt werden als dem ORF durch § 14 Abs. 5 und 6 Den privaten Rundfunkveranstaltern können im Bereich des Product-Placement nicht strengere Regeln auferlegt werden als dem ORF durch Paragraph 14, Absatz 5 und 6

ORF-G;

Dem Argument, dass von einer uneingeschränkten Zulässigkeit von Product-Placemanet auszugehen sei, ist nicht zuzustimmen;

Zum Vorliegen von Schleichwerbung; Das gehäufte Auftreten der Marke und die wiederholte Darstellung des Werbesujets (Plakat) und des Produkts in Verbindung mit den vom Moderator und auch vom Interviewpartner gesprochenen Texten übersteigen die Grenzen der noch zulässigen Erwähnung.

Dokumentnummer

BKSR_20050623_611001_0011_BKS_2005_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