

RS Bks 2003/5/19 611.923/005-BKS/2003

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 19.05.2003

Norm

ORF-G §1

ORF-G §13

ORF-G §14

1. ORF-G § 1 heute
2. ORF-G § 1 gültig ab 01.10.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
3. ORF-G § 1 gültig von 01.08.2007 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 52/2007
4. ORF-G § 1 gültig von 01.01.2002 bis 31.07.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
5. ORF-G § 1 gültig von 01.01.1991 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 10/1991
6. ORF-G § 1 gültig von 23.12.1987 bis 31.12.1990 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 606/1987
7. ORF-G § 1 gültig von 01.01.1986 bis 22.12.1987 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 563/1985

1. ORF-G § 13 heute
2. ORF-G § 13 gültig ab 01.01.2021 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 150/2020
3. ORF-G § 13 gültig von 01.10.2010 bis 31.12.2020 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 50/2010
4. ORF-G § 13 gültig von 01.01.2002 bis 30.09.2010 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 83/2001
5. ORF-G § 13 gültig von 29.09.1984 bis 31.12.2001

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

Entscheidung zu

§ 14 ORF-G (Product Placement),

§ 13 Abs. 3 ORF-G (Kennzeichnung von Werbung),

§ 13 Abs. 9 ORF-G (Verbot der Cross-Promotion)

§ 14 Abs. 2 ORF-G (Schleichwerbung)

§ 1 Abs. 4, 2 Abs. 1 und 4 Abs. 3 ORF-G (zur Verwendung von

Rufnummern für Mehrwertdienste)

- -Strichaufzählung
Ist Product Placement bei Sendungen nicht notwendig, ist es generell unzulässig. Notwendig, wenn auf Grund der Art der Sendung und des Sendungszusammenhangs Erwähnung nicht vermeidbar;
- -Strichaufzählung
Wenn ein deutlich erkennbares Product Placement vorliegt, kann nicht gleichzeitig Schleichwerbung vorliegen.
- -Strichaufzählung
Auf Grund der Eigenart der beschwerdegegenständlichen Veranstaltung und Sendung ist von einer natürlichen Pause auszugehen, ohne dass der ORF beliebig eigenständige Teile konstruieren könnte. Im gegenständlichen Fall keine Verpflichtung die Sendung „künstlich“ zu verlängern. Enge Grenzen der Möglichkeiten der Unterbrechung – grundsätzliches Verbot der Unterbrecherwerbung.
- -Strichaufzählung
Beschwerdegegenständliche Sendung nicht geeignet, Unverwechselbarkeit des ORF zu „gefährden“. Bei Beurteilung des Erscheinungsbildes ist auf das Gesamtauftreten und die gesamte Programmgestaltung abzustellen. Unverwechselbarkeit solange nicht beeinträchtigt, als ORF durch andere Sendungen gewährleistet, dass er seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag hinreichend nachkommt.

Dokumentnummer

BKSR_20030519_611923_005_BKS_2003_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