

Gericht

OGH

Rechtssatznummer

RS0067666

Entscheidungsdatum

09.10.1990

Geschäftszahl

4Ob124/90; 4Ob129/90; 4Ob172/90; 4Ob85/91; 4Ob74/91; 3Ob46/91 (3Ob47/91 -3Ob66/91, 3Ob1053/91); 4Ob124/91; 4Ob60/92; 4Ob56/99k; 4Ob113/08h; 4Ob62/09k; 6Ob204/12m; 4Ob60/16a

Norm

MedienG §26

Rechtssatz

§ 26 MedG wurde aus der Erwägung eingeführt, dass das Leserpublikum redaktionellen Beiträgen ein größeres Vertrauen als Anzeigen entgegenbringe, weil diese offensichtlich den Interessen derer dienen, die dafür zahlen; das führe dazu, dass die Werbung mitunter bestrebt ist, Anzeigen den äußeren Schein redaktioneller Mitteilungen zu geben, um sich damit deren publizistisches Gewicht zu verschaffen. Tatsächlich misst der durchschnittliche Zeitungsleser einem Beitrag, den er für eine von der Redaktion verantwortete Berichterstattung hält, wesentlich mehr Glaubwürdigkeit zu als einer Werbung.

Entscheidungstexte

TE OGH 1990-10-09 4 Ob 124/90

Veröff: EvBl 1991/79 S 352

TE OGH 1990-10-09 4 Ob 129/90

Veröff: MR 1990,237

TE OGH 1991-01-29 4 Ob 172/90

nur: § 26 MedG wurde aus der Erwägung eingeführt, dass das Leserpublikum redaktionellen Beiträgen ein größeres Vertrauen als Anzeigen entgegenbringe, weil diese offensichtlich den Interessen derer dienen, die dafür zahlen; das führe dazu, dass die Werbung mitunter bestrebt ist, Anzeigen den äußeren Schein redaktioneller Mitteilungen zu geben, um sich damit deren publizistisches Gewicht zu verschaffen. (T1) Veröff: WBl 1991,73 = MR 1991,75

TE OGH 1991-07-09 4 Ob 85/91

nur T1; Beisatz: Damit sollte der gegen solche Täuschungen vorher durch § 26 PresseG gewährte Schutz stärker herausgearbeitet und dahin verdeutlicht werden, dass sämtliche entgeltliche Veröffentlichungen der Kennzeichnungspflicht unterliegen, auch wenn sie nicht geradezu den Charakter einer Anpreisung oder Ankündigung haben. (T2) Veröff: MR 1992,39

TE OGH 1991-05-28 4 Ob 74/91

nur: § 26 MedG wurde aus der Erwägung eingeführt, dass das Leserpublikum redaktionellen Beiträgen ein größeres Vertrauen als Anzeigen entgegenbringe, weil diese offensichtlich den Interessen derer dienen, die dafür zahlen. (T3)

TE OGH 1991-10-16 3 Ob 46/91

Vgl auch

TE OGH 1991-11-19 4 Ob 124/91

Vgl auch; Veröff: MR 1992,75

TE OGH 1992-10-29 4 Ob 60/92

nur T3; Veröff: ÖBl 1992,205 = MR 1992,255 (Korn)

TE OGH 1999-03-09 4 Ob 56/99k

TE OGH 2008-07-08 4 Ob 113/08h

Auch

TE OGH 2009-07-14 4 Ob 62/09k

Auch; nur T1

TE OGH 2012-11-16 6 Ob 204/12m

Vgl auch; Beisatz: Bei § 26 MedG handelt es sich auch um eine Konsumentenschutzbestimmung. (T4)

TE OGH 2016-09-26 4 Ob 60/16a

Vgl aber; Beisatz: Der durchschnittlich aufmerksame und kritische Leser geht heute davon aus, dass auch redaktionelle Beiträge in periodischen Medien nicht „neutral“ sind und keine absolute Objektivität in Anspruch nehmen können, weil sie von – zumeist auch namentlich genannten – Journalisten stammen, die ihre persönliche Meinung zum Ausdruck bringen, sei es in politischen, wissenschaftlichen oder wirtschaftlichen Belangen. (T5)

Beisatz: Siehe auch RS0131044. (T6)

European Case Law Identifier

ECLI:AT:OGH0002:1990:RS0067666