

Kurztitel

Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz

Kundmachungsorgan

BGBI. I Nr. 84/2001 zuletzt geändert durch BGBI. I Nr. 97/2004

§/Artikel/Anlage

§ 44

Inkrafttretensdatum

01.08.2004

Außerkrafttretensdatum

28.02.2009

Text**Werbe- und Teleshoppingdauer**

§ 44. (1) Die Sendezeit für Fernsehwerbung darf 15 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Der Vomhundertsatz kann auf 20 vH angehoben werden, wenn er Teleshopping mit Ausnahme von Teleshopping-Fenstern im Sinne des Abs. 4 oder andere Formen der Werbung umfasst und wenn die Sendezeit für Werbespots insgesamt 15 vH nicht überschreitet. Werbung im Hörfunk darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.

(2) Innerhalb eines Einstundenzeitraumes, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, darf die Dauer von Werbespots und Teleshopping-Spots insgesamt 20 vH nicht überschreiten.

(3) Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, sowie Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit und kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken gelten nicht als Werbung im Sinne der vorstehenden Absätze.

(4) Teleshopping-Fenster, die in einem Programm gesendet werden, das nicht ausschließlich für Teleshopping bestimmt ist, müssen eine Dauer von mindestens 15 Minuten ohne Unterbrechung haben. Es sind höchstens acht solcher Fenster täglich zulässig. Ihre Gesamtsendedauer darf drei Stunden pro Tag nicht überschreiten. Die Fenster müssen optisch und akustisch klar als Teleshopping-Fenster gekennzeichnet sein.