

Kurztitel

ORF-Gesetz

Kundmachungorgan

BGBl. Nr. 379/1984 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 159/2005

Typ

BG

§/Artikel/Anlage

§ 14

Inkrafttretensdatum

01.01.2006

Außerkrafttretensdatum

30.09.2010

Abkürzung

ORF-G

Index

16/02 Rundfunk

Text**Werbegrundsätze, Product-Placement, Unterbrecherwerbung**

§ 14. (1) Werbung darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,
2. Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder Nationalität enthalten,
3. religiöse oder politische Überzeugungen verletzen,
4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden,
5. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden,
6. rechtswidrige Praktiken fördern,
7. irreführen und den Interessen der Verbraucher schaden.

(2) Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Österreichischen Rundfunk absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

(3) In der Werbung dürfen weder im Bild noch im Ton Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen oder die regelmäßig als

programmgestaltende und journalistische Mitarbeiter des Österreichischen Rundfunks sonstige Sendungen moderieren.

(4) Ein Werbetreibender oder Auftraggeber einer Patronanzsendung darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt ausüben.

(5) Die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung, sofern diese nicht geringfügig sind, außerhalb von Werbesendungen (Product-Placement) ist unzulässig. Das Verbot von Product-Placement gilt nicht für Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien. Die mediale Unterstützung gemäß § 17 Abs. 7 des Glücksspielgesetzes gilt nicht als Product-Placement.

(6) Product-Placement außerhalb von Werbesendungen ist dann zulässig, wenn es bei der Übertragung oder Berichterstattung über Sport-, Kultur- oder Wohltätigkeitsveranstaltungen notwendig ist. Dieser Absatz gilt nicht für Kinder- und Jugendsendungen.

(7) Fernsehwerbung ist in Blöcken zwischen einzelnen Sendungen auszustrahlen. Einzeln gesendete Werbespots müssen die Ausnahme bilden.

(8) Bei Sportsendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, darf die Werbung nur zwischen die eigenständigen Teile eingefügt werden, wobei die Sportsendung für jeden vollen Zeitraum von 15 Minuten (berechnet nach der programmierten Sendedauer der Sendung ohne Einrechnung der Dauer der Werbung) einmal unterbrochen werden darf und innerhalb jeder vom Beginn der Sendung an gerechneten vollen Stunde höchstens vier Unterbrechungen zulässig sind. Bei Sportübertragungen und Sendungen über ähnlich strukturierte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen darf die Werbung nur in die Pausen eingefügt werden. Das Unterbrechen anderer Fernsehsendungen in Programmen nach § 3 durch Werbung (Unterbrecherwerbung) ist unzulässig.

Schlagworte

Sportveranstaltung, Kulturveranstaltung, Kindersendung

Zuletzt aktualisiert am

20.10.2025

Gesetzesnummer

10000785

Dokumentnummer

NOR40071732