

§ 33 KOG Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation

KOG - KommAustria-Gesetz

⌚ Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 20.07.2024

1. (1) Zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation sind der KommAustria jährlich 0,075 Millionen Euro vom Bund per 31. Jänner zu überweisen. Die Mittel sind von der KommAustria unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation“ nutzbringend anzulegen und nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwalten.
2. (2) Die KommAustria hat einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle (§ 32a Abs. 2) im Bereich der kommerziellen Kommunikation in Medien im Sinne der Gewährleistung der Unabhängigkeit dieser Einrichtung und zur Sicherstellung der Wahrnehmung ihrer satzungsgemäßen Aufgaben sowie einer wirksamen Durchsetzung ihrer Entscheidungen und Beschlüsse auf Ansuchen zur Deckung der angefallenen Kosten jährlich einen Zuschuss im Ausmaß des in Abs. 1 genannten Betrages, zuzüglich allfälliger Rücklagen und Zinsen, zu gewähren. Das Ansuchen hat Nachweise über die in Erfüllung der Aufgaben angefallenen Kosten zu enthalten. Die KommAustria hat Richtlinien zu erstellen, die insbesondere nähere Regelungen über Form und Inhalt von Ansuchen sowie Fristen für die Einbringung derartiger Ansuchen zu enthalten haben.
3. (3) Nicht durch Zahlungen in Anspruch genommene sowie durch Förderungszusage gebundene, aber noch nicht ausbezahlte Mittel des Fonds sind jährlich einer Rücklage zuzuführen. Die Rücklage wird gebildet aus vorhandenen Rücklagemitteln des Vorjahres und den sich jährlich bildenden Reserven einschließlich der anfallenden Nettozinsen.
4. (3a) Beginnend mit dem Jahr 2021 ist für die Gewährung des vollen Betrags der zur Verfügung stehenden Mittel Voraussetzung, dass die Verhaltensrichtlinien einer Einrichtung der Selbstkontrolle Bestimmungen über
 1. 1. unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke und
 2. 2. für Kinder unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel und Getränke, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung wie insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker enthalten, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, enthalten.
5. (3b) Die Verhaltensrichtlinien sollen darauf abzielen,
 1. 1. die Einwirkung audiovisueller Kommunikation für alkoholische Getränke auf Minderjährige und
 2. 2. die Einwirkung audiovisueller Kommunikation für in Abs. 3a Z 2 angeführte Lebensmittel und Getränke auf Kinder wirkungsvoll zu verringern. Für die in Abs. 3a Z 2 angeführten Lebensmittel und Getränke haben die Verhaltensrichtlinien vorzusehen, dass deren positive Ernährungseigenschaften nicht hervorgehoben werden sollen. Die Verhaltensrichtlinien haben unter Berücksichtigung der Empfehlungen europäischer Einrichtungen der Selbstregulierung im Werbebereich in einem angemessenen Interessenausgleich auch auf einschlägige Empfehlungen europäischer Verbraucherschutzverbände Bedacht zu nehmen. Diese Verhaltensrichtlinien sollen ferner insbesondere im Hinblick auf die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für in Abs. 3a Z 2 angeführte Lebensmittel und Getränke anerkannte Ernährungsleitlinien berücksichtigen. Sie sind unter Hinzuziehung der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit zu erarbeiten.
6. (3c) Der KommAustria ist jährlich bis 31. März des Folgejahres über die Wirksamkeit der Regelungen der Verhaltensrichtlinien sowie über die Art, Anzahl und Erledigung von Beschwerdefällen zu berichten. Diese hat ihre Bewertung und Empfehlungen zur Wirksamkeit in ihrem Tätigkeitsbericht (§ 19) darzustellen.
7. (4) Das Prüfungsrecht des Rechnungshofes bestimmt sich nach § 13 Abs. 3 des Rechnungshofgesetzes.

In Kraft seit 01.01.2024 bis 31.12.9999

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at