jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

§ 13 ORF-G Inhaltliche Anforderungen und Beschränkungen

ORF-G - ORF-Gesetz

Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 19.10.2023

(1) Kommerzielle Kommunikation muss als solche leicht erkennbar sein. Schleichwerbung und unter der Wahrnehmungsgrenze liegende kommerzielle Kommunikation in Programmen und Sendungen sind untersagt.

(2) In der kommerziellen Kommunikation 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.

(3) Kommerzielle Kommunikation darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,
2. Diskriminierungen nach Rasse oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder Glauben oder Staatsangehörigkeit oder sexueller Ausrichtung enthalten,
3. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden,
4. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden,
5. rechtswidrige Praktiken fördern,
6. irreführen und den Interessen der Verbraucher schaden oder
7. die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigen.

(4) Jede Form der kommerziellen Kommunikation für Spirituosen, Tabakerzeugnisse sowie verwandte Erzeugnisse (§ 1 TNRSG) einschließlich der zum Konsum bestimmten Geräte sowie für nur auf ärztliche Verschreibung erhältliche Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen ist verboten. Kommerzielle Kommunikation für alle anderen Arzneimittel, Medizinprodukte und für therapeutische Behandlungen muss ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden; ebenso darf kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen Tieren nicht schaden.

(5) Kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke muss folgenden Kriterien entsprechen:

1. Sie darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern.

2. Sie darf insbesondere nicht Minderjährige beim Alkoholgenuss darstellen.
3. Es darf keinerlei Verbindung zwischen einer Verbesserung der physischen Leistung und Alkoholgenuss oder dem Führen von Kraftfahrzeugen und Alkoholgenuss hergestellt werden.
4. Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, Alkoholgenuss fördere sozialen oder sexuellen Erfolg.
5. Sie darf nicht eine therapeutische, stimulierende, beruhigende oder konfliktlösende Wirkung von Alkohol suggerieren.
6. Enthaltsamkeit oder Mäßigung in Bezug auf den Genuss alkoholischer Getränke darf nicht negativ dargestellt werden.
7. Die Höhe des Alkoholgehalts von Getränken darf nicht als positive Eigenschaft hervorgehoben werden.

(6) Kommerzielle Kommunikation darf nicht zu körperlicher, geistiger oder sittlicher Beeinträchtigung Minderjähriger führen und unterliegt daher folgenden Kriterien zu deren Schutz:

1. Sie darf keine direkten Aufrufe zu Kauf oder Miete von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen.
2. Sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu anregen, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.
3. Sie darf nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern oder anderen Vertrauenspersonen haben.
4. Sie darf Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

(7) Die Darstellung von Produktionshilfen oder Preisen von unbedeutendem Wert in Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information ist unzulässig.

(8) Der Österreichische Rundfunk hat Richtlinien über auf alkoholische Getränke bezogene kommerzielle Kommunikation zu erstellen und zu beachten. Diese Richtlinien haben Bestimmungen zu enthalten, welche Formen und Inhalte der auf solche Getränke bezogenen kommerziellen Kommunikation unangebracht sind und zielen darauf ab, die Einwirkung derartiger Kommunikation auf Minderjährige wirkungsvoll zu verringern. Die Richtlinien bedürfen der Zustimmung des Stiftungsrates und sind leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen. Für die Beurteilung, was unangebracht ist, sind die Erkenntnisse und Empfehlungen einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation (§ 33 Abs. 3b KOG) heranzuziehen. Der Österreichische Rundfunk hat zur Sicherstellung bundesweit einheitlicher Richtlinien Initiativen im Wege der Selbstkontrolle (§ 32a KOG) zu unterstützen und dazu beizutragen.

(8a) Der Österreichische Rundfunk hat weiters 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, Richtlinien zu erstellen und zu beachten. Diese Richtlinien haben Bestimmungen zu enthalten, welche Formen und Inhalte der auf solche Getränke und Lebensmittel bezogenen kommerziellen Kommunikation vor, nach und in Kindersendungen unangebracht sind. Sie haben festzulegen, dass positive Eigenschaften der betreffenden Lebensmittel und Getränke nicht hervorgehoben werden dürfen. Abs. 8 dritter bis fünfter Satz ist anzuwenden.

(9) Der Stiftungsrat kann für die kommerzielle Kommunikation weitere inhaltliche und zeitliche Beschränkungen festlegen. Derart festgelegte Richtlinien sind leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

In Kraft seit 01.01.2021 bis 31.12.9999

© 2024 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at