jusline®
»» Recht. Schnell

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

§ 19 PrR-G Werbung, Sponsoring

PrR-G - Privatradiogesetz

Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 16.08.2023

1. (1)Werbung (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von gesponserten Sendungen) darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.
2. (1a)Nicht in die höchstzulässige Dauer nach Abs. 1 einzurechnen ist die Dauer von
    1. 1.Hinweisen des Hörfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind,
    2. 2.Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit,
    3. 3.kostenlosen Spendenaufrufen zu wohltätigen Zwecken,
    4. 4.ungestalteten An- und Absagen von gesponserten Sendungen und
    5. 5.neutralen Trennelementen zwischen redaktionellem Inhalt und Spots sowie zwischen einzelnen derartigen Spots.
3. (2)Werbung für Tabakwaren und Spirituosen sowie unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbung sind unzulässig.
4. (3)Werbung muss leicht als solche erkennbar und durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt sein.
5. (4)a) Werbung darf nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.
    1. b)Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Hörfunkveranstalter 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.
    2. c)Ein Werbetreibender darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt ausüben.
6. (5)a) Eine gesponserte Sendung liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistung des Unternehmens zu fördern.
    1. b)Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:
        1. 1.Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Hörfunkveranstalters in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.
        2. 2.Sie sind als gesponserte Sendung durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmanfang oder am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage).
        3. 3.Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische

verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen.

2. c)Gesponserte Sendungen dürfen nicht von natürlichen Personen oder juristischen Personen in Auftrag gegeben werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung gemäß Abs. 2 oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.
3. d)Bei gesponserten Sendungen von Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln bzw. das Anbieten medizinischer Leistungen umfasst, darf nur auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht aber auf therapeutische Behandlungen oder auf Arzneimittel, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
4. e)Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht im Sinne von Abs. 5 lit. a finanziell unterstützt werden.

7. (6)Die Übertragung von Gottesdiensten und Sendungen religiösen Inhalts darf nicht durch Werbung unterbrochen werden. Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal für Werbung unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt.
8. (7)Der Hörfunkveranstalter hat für sein Sendegebiet ein Tarifwerk des Werbefunks festzusetzen.

In Kraft seit 01.01.2021 bis 31.12.9999

© 2025 JUSLINE
JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.
www.jusline.at