jusline®
»» Recht. Schnell

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

§ 2 PRTV-G Begriffsbestimmungen

PRTV-G - Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz

Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 19.11.2023

§ 2.

Im Sinne dieses Gesetzes ist:

1. 1.API (Application Programme Interface – Schnittstelle für Anwendungsprogramme): die Software-Schnittstelle zwischen Anwendungen, die von Sendeanstalten oder Diensteanbietern zur Verfügung gestellt wird und den Anschlüssen in den erweiterten digitalen Fernsehgeräten für digitale Rundfunkdienste;
2. 2.audiovisuelle kommerzielle Kommunikation: Bilder mit oder ohne Ton, die
   1. a)der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder
   2. b)der Unterstützung einer Sache oder einer Idee

   dienen. Diese Bilder sind einer Sendung oder im Fall der lit. a auch einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten. Zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 40;
3. 3.audiovisueller Mediendienst: eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendiensteanbieters der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze (Art. 2 Z 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation, ABl. Nr. L 321 vom 17.12.2018, S. 36) bereitzustellen; darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;
4. 4.audiovisueller Mediendienst auf Abruf: ein audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den Empfang zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf hin aus einem vom Mediendiensteanbieter festgelegten Programmkatalog bereitgestellt wird (Abrufdienst);
5. 4a.barrierefreie Information: eine Information, die Menschen mit Seh- und/oder Hör-Beeinträchtigungen einfach zugänglich ist sowie relevante Inhalte verständlich und leicht zugänglich vermittelt;
6. 5.Basispaket: jene Rundfunkprogramme, die über eine Multiplex-Plattform für mobilen terrestrischen Rundfunk verbreitet werden und unter Aufwendungen für ein Zugangsberechtigungssystem, jedoch unabhängig davon, mit welchem Programmaggregator eine diesbezügliche Vereinbarung besteht, empfangen werden können;
7. 6.Betreiber: ein Unternehmen, das ein öffentliches Kommunikationsnetz oder eine zugehörige Einrichtung zur Übertragung von Rundfunk oder Zusatzdiensten bereitstellt oder zur Bereitstellung hievon befugt ist;
8. 7.bundesweite Zulassung (bundesweites Versorgungsgebiet): die Zulassung zur Ausstrahlung von analogem terrestrischem Fernsehen für ein Versorgungsgebiet, das unter Nutzung von analogen Übertragungskapazitäten und unter Einrechnung der Verbreitung über Kabelnetze mindestens 70 vH der österreichischen Bevölkerung umfasst;

9. 7a.Dauerwerbesendung: Werbung im Sinne von § 2 Z 40 erster Satz in Form redaktionell gestalteter Beiträge mit einer ununterbrochenen Dauer von mehr als zwölf Minuten;
10. 8.digitales Programm: ein über eine Multiplex-Plattform verbreitetes Rundfunkprogramm;
11. 9.Doppel- und Mehrfachversorgung: die Nutzung einer terrestrischen Übertragungskapazität, die technisch nicht zwingend zur Versorgung eines Versorgungsgebietes oder für eine Versorgung im Sinne des § 3 ORF-G notwendig ist;
12. 10.Eigenwerbeprogramm: Rundfunkprogramm, das dem Vertrieb eigener Produkte, Dienstleistungen, Sendungen oder Programme des Rundfunkveranstalters dient;
13. 11.Erweiterte digitale Fernsehgeräte: Set-Top-Boxen zur Verbindung mit Fernsehgeräten und integrierte digitale Fernsehgeräte zum Empfang digitaler interaktiver Fernsehdienste;
14. 12.europäische Werke:
    1. a)Werke aus den Mitgliedstaaten;
    2. b)Werke aus europäischen Drittländern, die Vertragsparteien des Europäischen Übereinkommens über grenzüberschreitendes Fernsehen des Europarates sind, sofern diese Werke die Voraussetzungen nach Z 1m erfüllen;
    3. c)Werke, die im Rahmen der zwischen der Europäischen Union und Drittländern im audiovisuellen Bereich geschlossenen Abkommen in Koproduktion hergestellt werden und die den in den einzelnen Abkommen jeweils festgelegten Voraussetzungen entsprechen.

    Die Anwendung von lit. b und c setzt voraus, dass in dem betreffenden Drittstaat keine diskriminierenden Maßnahmen gegen Werke aus den Mitgliedstaaten bestehen.
15. 13.Werke im Sinne von Z 12 lit. a und b sind Werke, die im Wesentlichen in Zusammenarbeit mit in einem oder mehreren der in Z 1l lit. a und b genannten Staaten ansässigen Autoren und Arbeitnehmern geschaffen wurden und eine der drei folgenden Voraussetzungen erfüllen:
    1. a)Sie sind von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) geschaffen worden oder
    2. b)ihre Herstellung wird von einem oder mehreren in einem bzw. mehreren dieser Staaten ansässigen Hersteller(n) überwacht und tatsächlich kontrolliert oder
    3. c)der Beitrag von Koproduzenten aus diesen Staaten zu den Gesamtproduktionskosten beträgt mehr als die Hälfte, und die Koproduktion wird nicht von einem bzw. mehreren außerhalb dieser Staaten niedergelassenen Hersteller(n) kontrolliert.
16. 14.Werke, die keine europäischen Werke im Sinne der Z 12 sind, jedoch im Rahmen von bilateralen Koproduktionsverträgen zwischen Mitgliedstaaten und Drittländern hergestellt werden, werden als europäische Werke betrachtet, sofern die Koproduzenten aus der Europäischen Gemeinschaft einen mehrheitlichen Anteil der Gesamtproduktionskosten tragen und die Herstellung nicht von einem oder mehreren außerhalb des Hoheitsgebiets der Mitgliedstaaten niedergelassenen Hersteller(n) kontrolliert wird.
17. 15.Fensterprogramm: ein zeitlich begrenztes Rundfunkprogramm, das im Rahmen eines von einem anderen Rundfunkveranstalter veranstalteten Programms (Rahmenprogramm), welches den überwiegenden Teil der Sendezeit in Anspruch nimmt, ausgestrahlt wird;
18. 16.Fernsehprogramm: ein audiovisuelles Rundfunkprogramm im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, oder ein anderer über elektronische Kommunikationsnetze verbreiteter audiovisueller Mediendienst, der von einem Mediendiensteanbieter für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendeplans bereitgestellt wird;
19. 17.Fernsehveranstalter: wer Fernsehprogramme (analog oder digital) für die Verbreitung in Kabel- und anderen elektronischen Kommunikationsnetzen, über Satellit oder auf drahtlosem terrestrischem Wege schafft, zusammenstellt und verbreitet oder durch Dritte vollständig und unverändert verbreiten lässt. Fernsehveranstalter ist nicht, wer Fernsehprogramme ausschließlich weiter verbreitet;
20. 18.Kabelinformationsprogramm: ein Kabelrundfunkprogramm, das ausschließlich aus eigengestalteten Beiträgen eines Kabelnetzbetreibers besteht und seinem Inhalt nach überwiegend auf Sachinformationen (wie örtliche Veranstaltungshinweise, Wettervorhersagen, Straßenverkehrsberichte usw.) beschränkt ist;
21. 19.Kabelnetz: eine für die Verbreitung und Weiterverbreitung genutzte Kabelinfrastruktur;

22. 20.Mediendiensteanbieter: die natürliche oder juristische Person, die die redaktionelle Verantwortung für die Auswahl der audiovisuellen Inhalte des audiovisuellen Mediendienstes trägt und bestimmt, wie diese gestaltet werden;
23. 21.Medieninhaber: ein in- oder ausländischer Inhaber einer Tages- oder Wochenzeitung oder ein in- oder ausländischer Fernseh- oder Hörfunkveranstalter;
24. 22.Medienverbund: zumindest zwei Personen oder Personengesellschaften, darunter jedenfalls ein Medieninhaber, die auf Grund der in § 11 Abs. 5 angeführten Beteiligungs- oder Einflussverhältnisse als miteinander verbunden anzusehen sind;
25. 23.mobiler terrestrischer Rundfunk: die Verbreitung oder Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen auf drahtlosem terrestrischem Weg über eine Multiplex-Plattform unter Nutzung von Standards, die speziell für den Fernsehempfang auf mobilen kleinformatigen Endgeräten optimiert sind;
26. 24.Multiplex: eine technische Einrichtung zur Umwandlung von analogen in digitale Signale und/oder zur Bündelung derselben in einen digitalen Datenstrom;
27. 25.Multiplex-Betreiber: wer die technische Infrastruktur zur Verbreitung und Bündelung der in einem digitalen Datenstrom zusammengefassten digitalen Programme und Zusatzdienste zur Verfügung stellt;
28. 26.Multiplex-Plattform: die technische Infrastruktur zur Bündelung und Verbreitung der in einen digitalen Datenstrom zusammengefassten digitalen Programme und Zusatzdienste;
29. 26a.Mutterunternehmen: ein Unternehmen, das ein oder mehrere Tochterunternehmen im Sinne von§ 244 UGB, dRGBl. S 219/1897, kontrolliert;
30. 26b.nutzergeneriertes Video: eine Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und von einem Nutzer erstellt und von diesem oder einem anderen Nutzer auf eine Video-Sharing-Plattform hochgeladen wird;
31. 27.Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;
32. 28.Programmaggregator: wer Rundfunkprogramme und Zusatzdienste zur Verbreitung oder Weiterverbreitung über Satellit oder auf drahtlosem terrestrischem Wege zu einem Programmpaket zusammenfasst und dieses an Endkunden vertreibt;
33. 28a.redaktionelle Entscheidung: eine Entscheidung, die regelmäßig im Zuge der Ausübung redaktioneller Verantwortung getroffen wird und in Zusammenhang mit dem Tagesgeschäft eines audiovisuellen Mediendienstes steht;
34. 28b.redaktionelle Verantwortung: die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;
35. 29.Schleichwerbung: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marke oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Sendungen, wenn sie vom Mediendiensteanbieter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit über ihren eigentlichen Zweck irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt;
36. 30.Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines audiovisuellen Mediendienstes, der unabhängig von seiner Länge aus einer Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendiensteanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten-, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;
37. 30a.Sendergruppe: eine Gruppe von zwei oder mehr miteinander im Sinne des§ 11 Abs. 5 verbundenen Fernsehveranstaltern;
38. 31.Spartenprogramm: ein Rundfunkprogramm mit im Wesentlichen gleichartigen Inhalten;
39. 32.Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder von

Video-Sharing-Plattformen oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten, Video-Sharing-Plattformen, nutzergenerierten Videos oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

40. 33.Teleshopping: Sendungen direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt;
41. 34.Teletext: Darbietungen zur Information mittels schriftlicher und grafischer Zeichen und Symbole sowie mittels Standbildern, die als Service für die Empfänger auf einem eigenen Kanal oder in der Austastlücke eines Fernsehsignals angeboten werden;
42. 34a.Tochterunternehmen: ein von einem Mutterunternehmen im Sinne von § 244 UGB kontrolliertes Unternehmen, einschließlich jedes mittelbar kontrollierten Tochterunternehmens eines Mutterunternehmens;
43. 35.Übertragungskapazität: die technischen Parameter, wie Sendestandort, Frequenz, Sendestärke und Antennencharakteristik für die analoge terrestrische Ausstrahlung von Fernsehprogrammen oder im Falle der Satellitenübertragung, die technischen Parameter des Satelliten und der Erd-Satelliten-Sendestationen oder im Falle der digitalen terrestrischen Ausstrahlung von Fernsehprogrammen und Zusatzdiensten, die technischen Parameter der digitalen Verbreitung durch den Multiplex-Betreiber, wie Sendestandorte, Frequenzen, Sendestärke, Datenraten und Datenvolumen;
44. 35a.Unternehmensgruppe: ein Mutterunternehmen eines Video-Sharing-Plattform-Anbieters mit allen seinen Tochterunternehmen und allen anderen mit ihnen wirtschaftlich und rechtlich verbundenen Unternehmen;
45. 35b.Verbrauchersendung: eine Sendung, in der Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten;
46. 36.Verbreitung: die auf drahtlosem terrestrischem Weg oder über Satellit oder in Kabel- und sonstigen elektronischen Kommunikationsnetzen übertragene Darbietung von Programmen oder Zusatzdiensten, die an die Allgemeinheit gerichtet sind;
47. 37.Versorgungsgebiet: der in der Zulassung durch Angabe der Übertragungskapazität sowie der zu versorgenden Gebiete umschriebene geografische Raum;
48. 37a.Video-Sharing-Plattform-Anbieter (Plattform-Anbieter): die natürliche oder juristische Person, die einen Video-Sharing-Plattform-Dienst betreibt;
49. 37b.Video-Sharing-Plattform-Dienst (Video-Sharing-Plattform): eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung oder eine wesentliche Funktion der Dienstleistung darin besteht, Sendungen (Z 30) oder nutzergenerierte Videos (Z 26b), für die der Plattform-Anbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Art. 2 Z 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation, ABl. Nr. L 321 vom 17.12.2018, S. 36, zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, und deren Organisation – einschließlich automatischer Mittel oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Markieren und Anordnen – vom Plattform-Anbieter bestimmt wird;
50. 38.Vollprogramm: ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem insbesondere Information, Bildung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden;
51. 39.Weiterverbreitung: der Empfang und die gleichzeitige, vollständige und unveränderte Übertragung von für die Allgemeinheit empfangbaren Fernsehprogrammen auf drahtlosem terrestrischem Weg oder in Kabel- und sonstigen elektronischen Kommunikationsnetzen oder über Satellit. Als Weiterverbreitung gilt auch die Übertragung eines Rahmenprogramms, sofern die Dauer der darin eingefügten Fensterprogramme den Zeitraum von insgesamt 120 Minuten täglich nicht überschreitet oder die Einfügung regionaler Sendungen des Österreichischen Rundfunks (§ 3 Abs. 2 ORF-G) in bundesweit ausgestrahlte Programme des Österreichischen Rundfunks durch einen Kabelnetzbetreiber;
52. 40.Werbung: jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung

gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung);

53. 41.Zugangsberechtigungssystem: jede technische Maßnahme und/oder Vorrichtung, die den Zugang zu einem geschützten Hörfunk- oder Fernsehdienst in unverschlüsselter Form von einem Abonnement oder einer vorherigen individuellen Erlaubnis abhängig macht;
54. 42.Zugehörige Einrichtungen: diejenigen mit einem Kommunikationsnetz (§ 4 Z 1 TKG 2021) und/oder einem Kommunikationsdienst (§ 4 Z 4 TKG 2021) verbundenen Einrichtungen, welche die Bereitstellung von Diensten über dieses Netz und/oder diesen Dienst ermöglichen und/oder unterstützen. Dieser Begriff schließt auch Zugangsberechtigungssysteme und elektronische Programmführer ein;
55. 43.Zulassung: die rundfunk- und fernmelderechtliche Bewilligung zur Ausstrahlung eines Rundfunkprogramms in einem Versorgungsgebiet mit Hilfe der zugeordneten Übertragungskapazitäten;
56. 44.Zusatzdienst: ein über eine Multiplex-Plattform zusätzlich zum digitalen Programm verbreiteter Dienst oder ein mit dem digitalen Programm verbundener ergänzender Dienst.

In Kraft seit 01.11.2021 bis 31.12.9999

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