



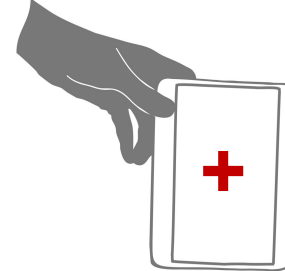
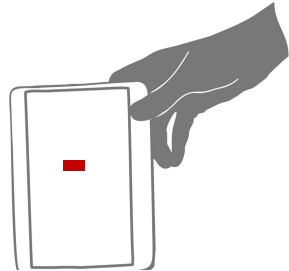
# Übersicht

- **Juristisch for Beginners** 3
- **Rundfunkrechtliche Verpflichtungen** 5
- **Was heißt hier Werbung?** 11
- **Rahmenrichtlinie** 15
- **Infos zur Werbebeobachtung** 16
- **Absolute und inhaltliche Verbote** 17
- **Rechtsfolgen** 20
- **Wichtige Gesetzesstellen** 21



# Juristisch for Beginners

## Negative & positive Seite der Juristerei



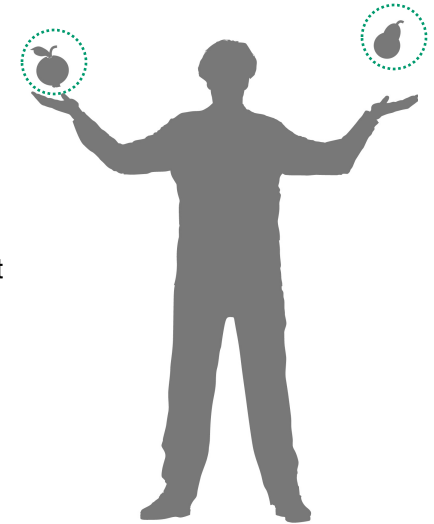
- Spitzfindigkeit
- Wortverdreherei
- I-Tüpfelreiterei
- Realitätsferne

**Und es stimmt.**

- Genauigkeit
- Entscheidungstransparenz
- Verlässlichkeit
- Ein gutes Werkzeug für die Beurteilung einer unabsehbaren Vielfalt menschlicher Verhaltenskonstellationen => Realitätsnähe

**Das stimmt auch.**

# Juristisch for Beginners



- **Juristerei braucht Schärfe**

Am Beispiel eines Gerichtsurteils: Vorbringen, Sachverhalt, Beweiswürdigung, Rechtliche Beurteilung.

- **Gesetze verleiten zu Kurzschlüssen**

Viele Wörter in Gesetzen sind auch in der Alltagssprache in Verwendung. Die Alltagsbedeutung stimmt nicht unbedingt mit der juristischen Bedeutung überein.

- **Recht ≠ Gerechtigkeit**

Recht im Sinne von Gesetzen könnt ihr als Werkzeug/Rohstoff/Wissen begreifen.  
Gerechtigkeit dagegen eher als idealisiertes „Wertewerk“ sehen.

- **Norm dient der Normalisierung**

**Norm** → Generalisierung, Festlegen eines Beurteilungsmassstab: „der mit den rechtlichen Werten verbundene Durchschnittsmensch“. Folge: je weniger eine Person/Konstellation/Verhalten IN DER Norm ist, desto eher wird sie systematisch übersehen/diskriminiert. Sie war bei der Formulierung der Norm nicht im Blick. Man dachte nicht an sie. **Normalisierung** = „Eingemeindung“ in die Norm

- **Rechtsempfinden ≠ Recht und der Hausverstand arbeitet für Billa**

RechtsEMPFINDEN hat viel mit Gefühlen auf der Basis von persönlichen Werten zu tun. Der Hausverstand schadet in der Juristerei.

- **Recht hat ein intimes Verhältnis mit Herrschaft**

und Herrschaft hat eine Naheverhältnis mit Gewalt: „herrschende Meinung“ ein juristischer Fachterminus

- **Die rechtsaktivistische Herausforderung**

Die herrschende Meinung im eigenen Interesse zu beeinflussen, wenn man sie nicht vertritt.

- **Disclaimer :-)**

Es handelt sich bei diesen Aussagen um Annäherungen, Illustrationen, Vereinfachungen und nicht um 100% Wahrheiten.

# Rundfunkrechtliche Verpflichtungen



...in Bezug aufs Programm - durch seine **Lizenzanträge**  
und die dazugehörigen **Zulassungsbescheide**?

# Rundfunkrechtliche Verpflichtungen

1

2

3

4

2. Die Programme entsprechen der **'Objektivität'** und **'Meinungsvielfalt'**.  
(§ 16 Abs 1 PrR-G)

4. **Werbefreie Programme.**  
(§ 29 KOG)

2. Dass Freie Radios als „Veranstalter ... in ihren Programmen *in angemessener Weise* insbesondere **das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben** im Versorgungsgebiet **darstellen**“.  
(§ 16 Abs 2 PrR-G)

3. Dass „**Berichterstattung und Informationssendungen**“ den anerkannten **journalistischen Grundsätzen** entsprechen und dass Nachrichten vor ihrer Verbreitung mit der *nach den Umständen gebotenen Sorgfalt* auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen sind. (§ 16 Abs 5 PrR-G)





# Rundfunkrechtliche Verpflichtungen

1

2

3

4

## 1. Das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben darstellen

(§ 16 Abs 2 PrR-G)

BKS: die Zielsetzung des PrR-G ist, dass die nach dem PrR-G zugelassenen HörfunkveranstalterInnen **in ihren Programmen in angemessener Weise insbesondere das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben im Versorgungsgebiet darstellen**“. Das ist der „Programmauftrag“ des Privaten Hörfunks.

„Dabei ist den im Versorgungsgebiet *wesentlichen* gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen nach Maßgabe redaktioneller Möglichkeiten Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen zu geben.“

(§ 16 Abs 2 PrR-G)



### Argument im Sinne der Freien Radios:

Ausdrücklicher Auftrag zur Einbeziehung von Meinungen der Zivilgesellschaft muss besonders für die Freien Radios gelten, die die Beteiligung gesellschaftlicher Gruppen bereits in der Regel in Ihren Zulassungsanträgen sowie in der Charta der FR stehen haben.

# Rundfunkrechtliche Verpflichtungen

1

2

3

4

## 2. Objektivität und Meinungsvielfalt

(§ 16 Abs 1 PrR-G)

Zitiert aus den Erläuterungen:

Programmauflagen werden gegenüber privaten Programmveranstaltern

jedenfalls „**in ihrer Intensität unterschiedlich zu strukturieren**“

sein als gegenüber öffentlich-rechtlichen Rundfunk.



**Argument iS der FR:** Anspruch an Objektivität darf insbesondere bei privaten nicht kommerziellen Veranstaltern sowohl vor dem Hintergrund ihrer Funktion als Komplementärmedien als auch aufgrund der ganz überwiegenden ehrenamtlichen Programmproduzent\_innen nicht überspannt werden.



# Rundfunkrechtliche Verpflichtungen

1

2

3

4

## 3. Erhöhter Anspruch in Bezug auf Informationssendungen und Nachrichten

(§ 16 Abs 5 PrR-G)

Und zwar, dass „**Berichterstattung und Informationssendungen**“ den anerkannten **journalistischen Grundsätzen** entsprechen und dass **Nachrichten** vor ihrer Verbreitung mit der *nach den Umständen* gebotenen **Sorgfalt** auf Wahrheit und Herkunft geprüft werden.

„**Journalistische Grundsätze**“: Gründliche Recherche, Prüfung der Verlässlichkeit der Quelle, Sorgfalt, Ausgewogenheit – siehe auch Ethikcode des österreichischen Presserates



### Anmerkung:

Eine interessante Frage ist, haben die Freien Radios aus eigener Perspektive welche *journalistischen* Grundsätze und wenn ja, welche?

# Rundfunkrechtliche Verpflichtungen

1

2

3

4

## 4. Werbefreie Programme


(§ 29 KOG)

- a) Die meisten Freien Radios haben die Erteilung einer **Sendezulassung als werbefreies Radio** beantragt.
  
- b) In § 29 KOG wird Werbefreiheit als **eines der Kriterien des nichtkommerziellen Hörfunks** festgeschrieben. Übrigens auf Wunsch der Freien Radios! Und sie steht in der Charta der Freien Radios.



**Anmerkung:** Die Freien Radios haben sich gewissermaßen (selbst)verpflichtet, werbefrei zu sein und es wurde auch mit der Schaffung von § 29 KOG rechtlich relevant festgelegt, dass sie sich durch Werbefreiheit auszeichnen.

# Was heißt hier Werbung?



Seit 2010 einheitlicher  
Überbegriff für Werbung,  
Sponsoring, Produkt-  
platzierung im ORF-G und  
AMD-G: „**Kommerzielle  
Kommunikation**“

Dieser ist laut herrschender  
Rechtsprechung und Lehre  
auch auf das PrR-G zu  
übertragen.

# Was heißt hier Werbung?

## Wie schaut es speziell für Freie Radios aus?

- Der in § 19 Abs 1 1. Satz PrR-G festgelegte Rahmen, in dem Werbung erlaubt ist, ist für Freie Radios nur sehr eingeschränkt anwendbar, weil sie eben werbefrei sein wollen und in der Folge auch zur **Werbefreiheit** verpflichtet sind. (§ 19 PrR-G im Anhang)
- **Werbung** bedeutet laut derzeitigem Gesetzeswortlaut: „**Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von gesponserten Sendungen**“. Diese sind entsprechend **im nicht kommerziellen Rundfunk nicht zulässig**.
- Daraus folgt: die 172 Minuten sind für Freie Radios irrelevant, weil **NULL Minuten Werbung** erlaubt sind.



# Was heißt hier Werbung?

## Ist dann im Programm Freie Radios rund um Jingles, Sponsoring irgendwas möglich???

Gehen wir der Einfachheit halber mal davon aus, dass der Gesetzgeber jene Formen nicht als Werbung definiert, die er ausdrücklich von der Anrechnung auf die höchstzulässigen Werbezeiten ausnimmt, dann dürfen die Freie Radios folgendes und davon soviel sie wollen. (§ 29 KÖG iVm § 19 PrR-G)



- „**Hinweise** des Hörfunkveranstalters“ auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von Sendungen abgeleitet sind.

Programmhinweise sind keine Werbung, sondern Programm!

- Beiträge im **Dienst der Öffentlichkeit**

Jedenfalls fallen darunter: „gemeinnützige Meldungen wie zB zur Strassensicherheit, Gesundheitskampagnen, staatsbürgerlichen Pflichten“. Der BKS sagt zB als Themen kommen auch folgende in Frage: Verwendung der E-Card, Notwendigkeit der Verwendung von BIC oder IBAN, „ja selbst umweltpolitisch umstrittene Hinweise zur Sammlung von Plastikflaschen oder ähnliches“, jedoch: keinerlei politische Werbung. Eine Einschaltung im Dienst der Öffentlichkeit muss jedenfalls leicht als solche erkennbar sein. Entgeltlichkeit nicht gänzlich ausgeschlossen.

- **Kostenlose** Spendenaufrufe zu **wohltätigen Zwecken**

- **Ungestaltete** An- und Absagen von gesponserten Sendungen

Bsp aus der Rsp: die nachfolgende/so eben gehörte Sendung ist powered by oder mit Unterstützung von 'Name des Unternehmens, der Marke' – keine Werbewirkung!!! (Zulässigkeit ist auch im Hinblick auf ein Ausbildungsradio entschieden) Es gibt hier auch wie powered by Kino X - „Spür das Kino“, die vom BKS nicht als werblich eingestuft wurden. Dagegen bei „der Felber, der bäckt selber“ sieht BKS sehr wohl eine Werbewirkung. => hauchdünn. Wer auf Nummer sicher gehen will, sagt nur den Unternehmens- oder Markennamen! HIER IST KLAR EINE EINNAHMEMÖGLICHKEIT GEGEBEN. Trennungsgebot!



# Was heißt hier Werbung?

## Die Überprüfung erfolgt anhand folgender Merkmale:

- **Förderungsziel** - „Zweck“  
mittelbar oder unmittelbar für **Waren, Dienstleistungen** und **Image** von wirtschaftlich tätigen Personen oder **Unternehmen** und für **Ideen/eine ideelle Sache**
- **Förderungseignung**  
Es zählt, dass der durchschnittliche Konsument zum Kauf animiert wird, nicht ob der Werber das beabsichtigt hat.
- **Leistung/Gegenleistungsbeziehung** zwischen Beworbenen und Hörfunkveranstalter\_innen  
(auch Tauschgeschäfte = unbare Gegengeschäfte, zB Sender-PR auf Drucksorten) **Erfasst ist jeder für die Verbreitung der Ankündigung direkt oder indirekt zukommende oder gewährte Vorteil.**
- **Beifügung** zu einer Sendung / **Einfügung** in eine Sendung
- **Objektiver Massstab**  
Handelt es sich um eine Erwähnung „die nach der Verkehrsauffassung üblicherweise gegen Entgelt erfolgt“

**Anm. zu Veranstaltungs- & Kulturhinweisen ohne jede Gegenleistung:**  
Diese sind uU. durch Programmauftrag das öffentliche, kulturelle, wirtschaftliche Leben im Versorgungsgebiet darzustellen gedeckt, eventuell sogar wenn diese werbliche Wirkung entfalten. ABER keinerlei Entgeltlichkeit!!! (Argument: Hierfür werden bereits öffentliche Mittel zur Verfügung gestellt)



# Rechtlicher Kontext & Rahmen für Programmgestaltung & Werbefreiheit in Freien Radios

## 1. Die Darstellung des öffentlichen, kulturellen & wirtschaftlichen Lebens im Versorgungsgebiet

„Dabei ist den im Versorgungsgebiet wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen nach Maßgabe redaktioneller Möglichkeiten Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen zu geben.“ (§ 16 Abs 2 PrR-G)

Der ausdrückliche Auftrag zur Einbeziehung von Meinungen der Zivilgesellschaft muss besonders für die Freien Radios gelten. Bei diesen geht die Verpflichtung zur Beteiligung gesellschaftlicher Gruppen in der Regel aus ihren Sendezulassungen hervor. Weiters hat sich jedes Freie Radio in Österreich verpflichtet, **sozialen, kulturellen und ethnischen Minderheiten** sowie Personen und Gruppen, die wegen ihrer gesellschaftlichen Marginalisierung oder sexistischen oder rassistischen Diskriminierung in den Medien kaum oder nicht zu Wort kommen, **Vorrang** einzuräumen. (Punkt 1 der Charta der Freien Radios Österreich, zu deren Umsetzung sich alle Freien Radios in Österreich verpflichtet haben – [www.freie-radios.at/charta.html](http://www.freie-radios.at/charta.html))



## 2. Objektivität & Meinungsvielfalt

Die Programme sollen einen Beitrag zur 'Objektivität' & 'Meinungsvielfalt' des österreichischen Rundfunksystems leisten.

## 3. Die Berichterstattung & Informationssendungen halten die journalistischen Grundsätze ein

- Journalistische Grundsätze sind:
- Gründliche Recherche
  - Prüfung der Verlässlichkeit der Quelle
  - Sorgfalt
  - Ausgewogenheit

Insbesondere Nachrichten sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf **Wahrheit und Herkunft** zu prüfen.

Grundsätze für die publizistische Arbeit - Ehrenkodex für die österreichische Presse: [http://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/grundsaeetze\\_fuer\\_die\\_publizistische\\_arbeit\\_ehrenkodex\\_fuer\\_die\\_oesterreichische\\_presse\\_idf\\_vom\\_02.12.2013.pdf](http://www.presserat.at/rte/upload/pdfs/grundsaeetze_fuer_die_publizistische_arbeit_ehrenkodex_fuer_die_oesterreichische_presse_idf_vom_02.12.2013.pdf)

## 4. Die Programme Freier Radios sind werbefrei

Die Werbefreiheit ist eines der gesetzlichen Kriterien des nicht-kommerziellen Rundfunk, **spricht: der Freien Radios**. Übrigens auf Wunsch der Freien Radios.

Wann ist etwas Werbung?

→ Siehe nächste Seite.

# Wann ist etwas Werbung im Freien Radio?

Wenn ALLE folgenden Kriterien gleichzeitig vorliegen:

**a**

Mit einem Spot/Jingle oder in einer Moderation/Reportage/Magazin ist mittelbar oder unmittelbar die **Absicht** verbunden, die **positive Wahrnehmung** eines Unternehmens/Produkts/Dienstleistung **ABER AUCH** einer ideellen Sache/Organisation beim Publikum **zu fördern**.

**b**

Die Art & Weise der **positiven Darstellung** muss ganz grundsätzlich **geeignet sein**, **durchschnittliche Hörer\_innen** zum **Kauf eines Produktes**, zur Inanspruchnahme einer Dienstleistung **oder zur Unterstützung** einer ideellen Sache **zu animieren**.

**c**

Es besteht **irgendeine Form der Leistungs-/Gegenleistungsbeziehung**.  
  
Das kann Geld sein oder jede Form eines **Tauschgeschäftes**, wie z.B. Eintrittskarten, Getränkebons, Inserate, oder vergünstigtes Webdesign.

**a + b + c = ⚡ Konflikt mit dem Gesetz & dem Konzept Freier Radios**

Liegen für einen Spot oder den Teil einer Sendung die Kriterien **a + b + c** vor, verstossen die Verantwortlichen in aller Regel **damit gegen die Werbefreiheit Freier Radios** und gegen die geltenden Rundfunkgesetze (PrR-G, KOG).

⚡ **Verstösst ein Freies Radio gegen die Werbefreiheit kann das zur Folge haben:**

- **Geldstrafe** bis 3600 € (als Verwaltungsübertretung § 27 Abs 2 PrR-G).
- **Zulassungsentzug** bei wiederholter oder schwerer Rechtsverletzung.



**Will jemand deine Sendung finanziell oder durch sonstige Leistungen unterstützen, für die man üblicherweise bezahlen muss?**

Dann ist das in Form von Sponsoring grundsätzlich möglich. Eine solche Vereinbarung kann rechtmäßig aber nur mit dem Medieninhaber, sprich: mit deiner Radiostation abgeschlossen werden. Bekommt deine Sendung also ein solches Unterstützungsangebot, dann wende dich unbedingt als erstes an deine Ansprechperson im Radio!

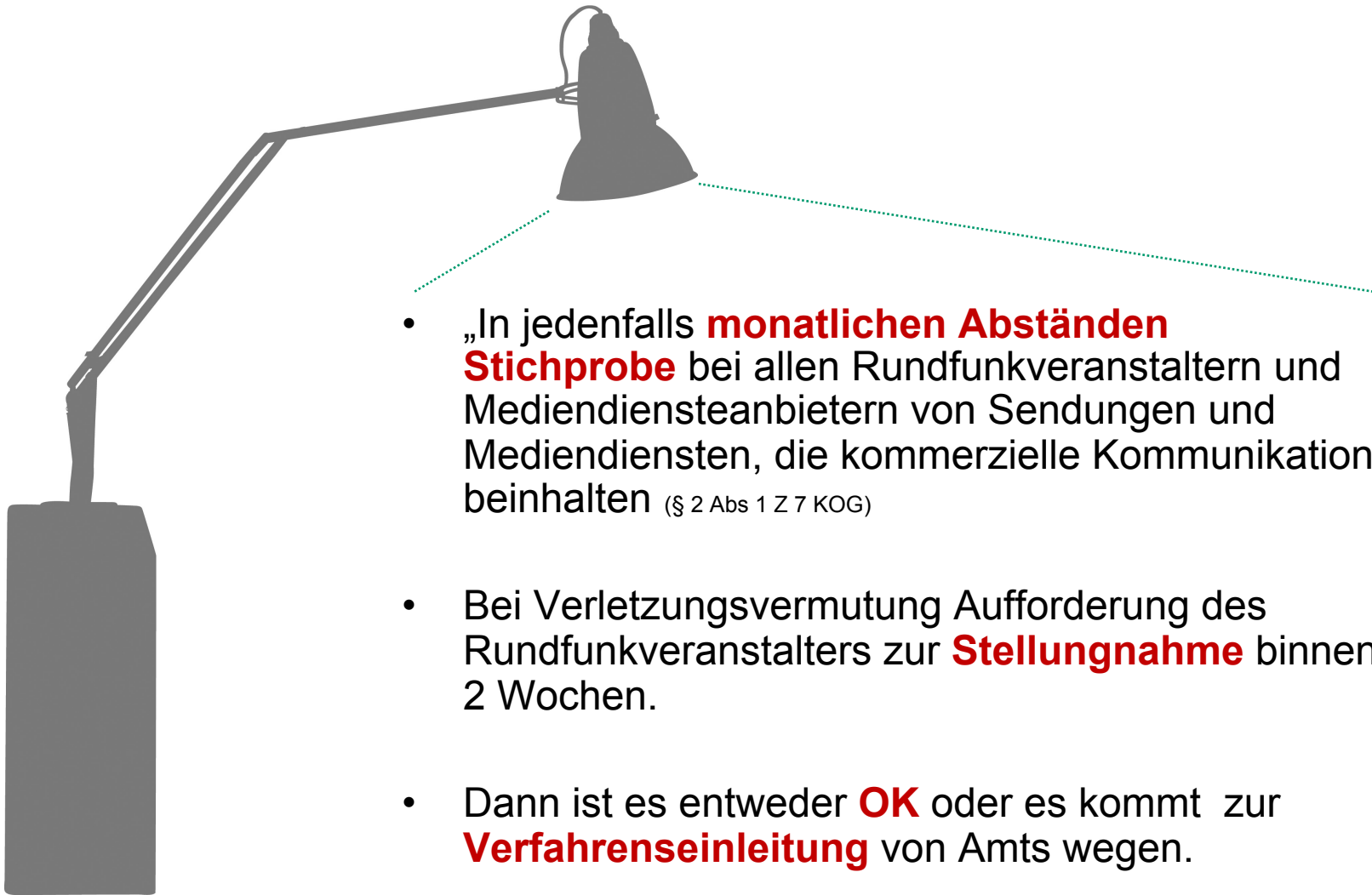


**Wie kannst du eine solche einseitig positive und somit den Eindruck der Werbung erweckende Sendung vermeiden?**

Z.B. mittels Relativierung durch kritische Aspekte/divergierende Stimmen sowie durch die Untermauerung mit Fakten.



# Infos zur Werbebeobachtung

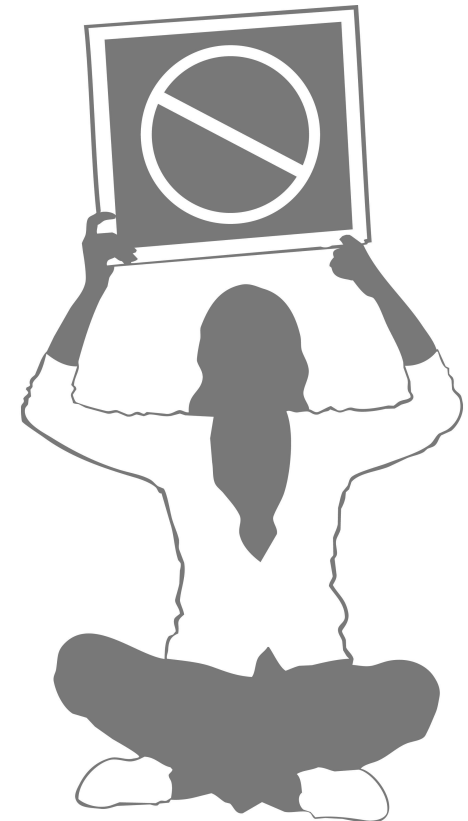


- „In jedenfalls **monatlichen Abständen** **Stichprobe** bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten (§ 2 Abs 1 Z 7 KOG)
- Bei Verletzungsvermutung Aufforderung des Rundfunkveranstalters zur **Stellungnahme** binnen 2 Wochen.
- Dann ist es entweder **OK** oder es kommt zur **Verfahrenseinleitung** von Amts wegen.

# Absolute Verbote

## Absolute Verbote für jede Form der Kommerziellen Kommunikation

- **Verletzung der Menschenwürde**
- **Diskriminierungen**  
Rasse, ethnische Herkunft, Nationalität, Religion, Glaube, Behinderung, Alter, sexuelle Orientierung – deswegen gibt es keine sexistische Werbung ;-))
- **Einfluss auf die redaktionelle Unabhängigkeit**  
des Rundfunkveranstalters  
Keinerlei Einfluss auf redaktionelles Programm sowohl betreffend Inhalt als auch Programmplatz (Wer wird initiativ? => Verbot der Themenplatzierung)



# Inhaltliche Verbote

## Verbote jeder Form von kommerzieller Kommunikation für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen



- **Tabakerzeugnisse, Spirituosen** mehr als 15 Vol%, verschreibungspflichtige Arzneimittel und **Medizinprodukte**
- Förderung von Verhaltensweisen, die **Gesundheit** oder **Sicherheit** gefährden oder den **Umweltschutz** in hohem Masse gefährden
- Förderung **rechtswidriger Praktiken** (z.B. illegales Glücksspiel) Absicht des Gesetzgebers: Verbraucher\_innenschutz

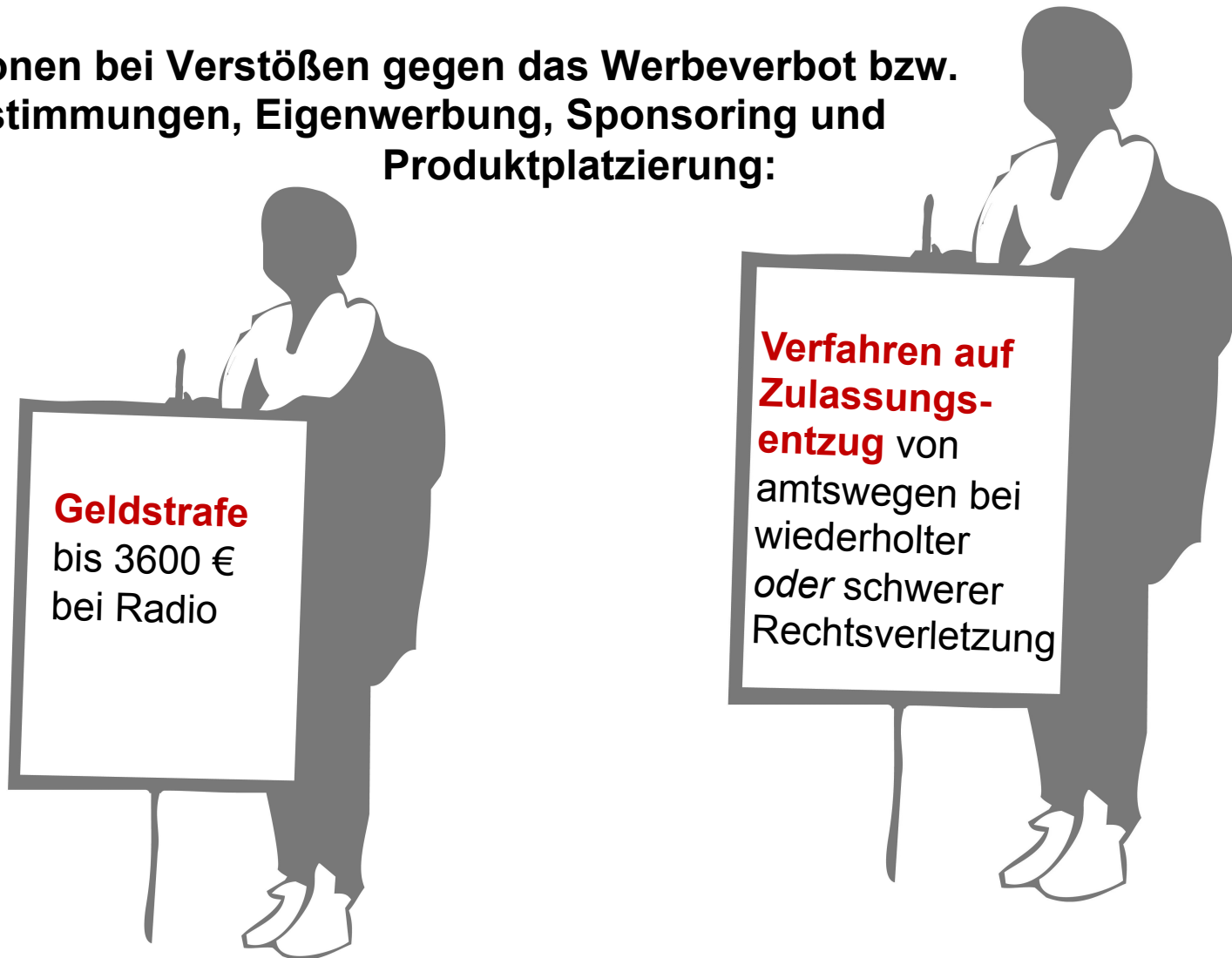
# Wichtig für Freie Radios

**Für alle Ausnahmen von der Anrechnung auf die höchstzulässigen Werbezeiten gilt also auch:**

- Keine Verletzung der **Menschenwürde**
- **Diskriminierungsverbot**: Geschlecht, Rasse, Ethnische Herkunft, Nationalität, Religion, Glaube, Behinderung, Alter, Sexuelle Orientierung
- **Redaktionelle Unabhängigkeit** des Rundfunkveranstalters darf nicht gefährdet sein
- Nicht die **Gesundheit** gefährdend
- Nicht die **Umwelt** in hohem Masse gefährdend
- Keine **rechtswidrigen** Praktiken fördern
- Keine **Irreführung** der Verbraucher\_innen
- **Leicht erkennbar** – keine Schleichwerbung
- **Trennungsgebot** – vom redaktionellen Inhalt klar unterscheidbar!

# Rechtsfolgen

**Sanktionen bei Verstößen gegen das Werbeverbot bzw. die Bestimmungen, Eigenwerbung, Sponsoring und Produktplatzierung:**



# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem Privatradiogesetz (PrR-G) | Stand 11/2015

## Antrag auf Zulassung

### § 5 PrR-G

- (1) Anträge auf Erteilung einer Zulassung können jederzeit, sofern nicht § 13 zur Anwendung kommt, bei der Regulierungsbehörde eingebracht werden.
- (2) Anträge auf Erteilung einer Zulassung haben jedenfalls zu enthalten:
  1. bei juristischen Personen und Personengesellschaften die Satzung oder den Gesellschaftsvertrag;
  2. Nachweise über die Erfüllung der in den §§ 7 bis 9 genannten Voraussetzungen;
  3. eine Darstellung über die für die Verbreitung des Programms vorgesehenen Übertragungswege:
    - a) im Fall von analogem terrestrischem Hörfunk: eine Darstellung der für die Verbreitung geplanten Übertragungskapazitäten, insbesondere den geplanten Sendestandort, die geplante Frequenz, die Sendestärke und die Antennencharakteristik;
    - b) im Fall von digitalem terrestrischem Hörfunk: insbesondere Nachweise über das Vorliegen von Vereinbarungen über die Nutzung von Übertragungskapazitäten eines Multiplex-Betreibers für den Fall der Zulassungserteilung sowie Angaben über das versorgte Gebiet;
    - c) im Fall des Satellitenhörfunks: Angaben, über welchen Satelliten und welche Erd-Satelliten-Sendestationen das Programm verbreitet werden soll, Angaben über das versorgte Gebiet sowie Angaben darüber, dass der Antragsteller bereits Vereinbarungen zur Nutzung dieses Satelliten mit dem Satellitenbetreiber für den Fall der Zulassungserteilung getroffen hat;
- (3) Der Antragsteller hat zusammen mit dem Nachweis der Zulassungsvoraussetzungen gemäß Abs. 2 glaubhaft zu machen, dass er fachlich, finanziell und organisatorisch die Voraussetzungen für eine regelmäßige Veranstaltung und Verbreitung des geplanten Programms erfüllt und dass die Programmgrundsätze gemäß § 16 eingehalten werden, dies insbesondere durch Vorlage eines Programmkonzepts und des geplanten Programmschemas sowie des vom Zulassungswerber in Aussicht genommenen Redaktionsstatutes.
- (4) Die Regulierungsbehörde kann den Antragsteller im Zuge der Prüfung des Antrages zur Ergänzung seiner Angaben auffordern und insbesondere eine Offenlegung der Eigentumsverhältnisse sowie der Rechtsbeziehungen zu Gebietskörperschaften, Hörfunkveranstaltern und Unternehmen im Medienbereich verlangen.
- (5) Der Antragsteller hat die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung bestehenden Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse zusammen mit dem Antrag sowie alle diesbezüglichen Änderungen binnen 7 Tagen ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Antragstellers im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Diese Verpflichtungen lassen andere gesetzliche Offenlegungspflichten unberührt.“

# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem Privatradiogesetz (PrR-G) | Stand 11/2015



## Programmgrundsätze

### § 16 PrR-G

- (1) Die auf Grund dieses Bundesgesetzes veranstalteten Programme haben den Grundsätzen der Objektivität und Meinungsvielfalt zu entsprechen.
- (2) Die Veranstalter haben in ihren Programmen in angemessener Weise insbesondere das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben im Versorgungsgebiet darzustellen. Dabei ist den im Versorgungsgebiet wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen nach Maßgabe redaktioneller Möglichkeiten Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen zu geben.
- (3) Sendungen dürfen keinen pornographischen oder gewaltverherrlichenden Inhalt haben.
- (4) Alle Sendungen müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten und dürfen nicht zu Hass auf Grund von Rasse, Geschlecht, Behinderung Religion und Nationalität aufstacheln.
- (5) Berichterstattung und Informationssendungen haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen. Nachrichten sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Wahrheit und Herkunft zu prüfen.
- (6) Abs. 2 gilt nicht für Programme, die auf im Wesentlichen gleichartige Inhalte (Spartenprogramme) oder Zielgruppen beschränkt sind.



# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem Privatradiogesetz (PrR-G) | Stand 11/2015



## Werbung, Sponsoring

### § 19 PrR-G

- (1) Werbesendungen (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von gesponserten Sendungen) dürfen im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.
- (2) Werbesendungen für Tabakwaren und Spirituosen sowie unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbung sind unzulässig.
- (3) Werbung muss klar als solche erkennbar und durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt sein.
- (4) a) Werbung darf nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.
  - 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.
  - c) Ein Werbetreibender darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt ausüben.
- (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.

(Fortsetzung auf der nächsten Seite.)

# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem Privatradiogesetz (PrR-G) | Stand 11/2015



## Werbung, Sponsoring

### § 19 PrR-G

(Fortsetzung vorheriger Seite)

(5) b) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

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. Sie sind als gesponserte Sendung durch den Namen des Auftraggebers am Programmanfang und am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- und Absage).
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.

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.

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.

e) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht im Sinne von Abs. 1 finanziell unterstützt werden.

(6) Die Übertragung von Gottesdiensten, Sendungen religiösen Inhalts, Kindersendungen, Nachrichtensendungen und aktuellen Magazinen (Nachrichtenmagazinen) darf nicht durch Werbung unterbrochen werden.

(7) Der Hörfunkveranstalter hat für sein Sendegebiet ein Tarifwerk des Werbefunks festzusetzen.“

# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem Privatradiogesetz (PrR-G) | Stand 11/2015



## Verwaltungsstrafbestimmungen

### § 27 PrR-G

- (1) **Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 2 180 Euro zu bestrafen, wer**
  1. der Anzeigepflicht bei Änderungen gemäß § 5 Abs. 5 nicht nachkommt,
  2. die Anzeigepflicht nach § 22 Abs. 3 oder Abs. 4 verletzt.
  
- (2) **Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 3 600 Euro zu bestrafen, wer die Anforderungen des § 19 Abs. 1, 2 oder 4 lit. a und b oder § 20 verletzt.**
  
- (3) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 7 260 Euro zu bestrafen, wer entgegen § 1 Abs. 3 Hörfunk im Sinne dieses Bundesgesetzes ohne Zulassung veranstaltet.
  
- (4) Eine Verwaltungsübertretung gemäß Abs. 1 bis 3 liegt nicht vor, wenn die Tat den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist.
  
- (5) Verwaltungsstrafen gemäß Abs. 1 bis 3 sind von der Regulierungsbehörde zu verhängen. Die Strafgebühren fließen dem Bund zu.

# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem Privatradiogesetz (PrR-G) | Stand 11/2015



## Widerruf der Zulassung

### § 28 PrR-G

- (1) **Bei wiederholten oder schwer wiegenden Rechtsverletzungen durch den Hörfunkveranstalter** oder wenn der Hörfunkveranstalter die in den §§ 7 bis 9 genannten Voraussetzungen nicht mehr erfüllt oder der Anzeigepflicht gemäß § 7 Abs. 6 erster Satz nicht nachgekommen ist, **hat die Regulierungsbehörde von Amts wegen das Verfahren zum Entzug der Zulassung einzuleiten.**
- (2) Das Verfahren zum Entzug der Zulassung ist weiters einzuleiten, wenn ein Veranstalter von Hörfunk den Charakter des von ihm im Antrag auf Zulassung dargestellten und in der Zulassung genehmigten Programms (§ 3 Abs. 2) wie insbesondere durch eine Änderung der Programmgestaltung oder eine wesentliche Änderung der Programmdauer grundlegend verändert hat.
- (3) Die Regulierungsbehörde hat eine öffentliche mündliche Verhandlung abzuhalten.
- (4) Liegt eine Rechtsverletzung im Sinne des Abs. 1 oder 2 vor, so hat die Regulierungsbehörde
  1. außer in den Fällen der Z 2 dem Hörfunkveranstalter mit Bescheid aufzutragen, den rechtmäßigen Zustand herzustellen und geeignete Vorkehrungen zu treffen, um künftige Rechtsverletzungen zu vermeiden; der Hörfunkveranstalter hat diesem Bescheid binnen der von der Regulierungsbehörde festgesetzten, längstens achtwöchigen Frist zu entsprechen und darüber der Regulierungsbehörde zu berichten;
  2. in den Fällen, in denen gegen einen Hörfunkveranstalter bereits mehr als einmal ein Bescheid gemäß Z 1 ergangen ist oder wenn der Hörfunkveranstalter einem Bescheid gemäß Z 1 nicht entspricht, die Zulassung zu entziehen.

# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem KommAustria-Gesetz (KOG) | Stand 11/ 2015



## **Aufgaben und Ziele der KommAustria hinsichtlich der Werbebeobachtung:**

### **§ 2 KOG**

#### **(1) Z 7**

Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften sowie der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G und der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Im Fall des Österreichischen Rundfunks sind auch die Online-Angebote erfasst. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, sind jene Ergebnisse, bei denen sie eine Verletzung der genannten Bestimmungen vermutet, dem Österreichischen Rundfunk (seiner Tochtergesellschaft) oder dem privaten Rundfunkveranstalter bzw. Mediendienstanbieter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln. Unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme hat die KommAustria bei begründetem Verdacht die Verletzung von Amts wegen weiter zu verfolgen

# Wichtige Gesetzesstellen

Aus dem KommAustria-Gesetz (KOG) | Stand 11/ 2015

## Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks

### § 29 KOG

- (1) Zur Förderung des privaten nichtkommerziellen Rundfunks und seiner Inhalte sind der RTR-GmbH jährlich 3 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG in zwei gleich hohen Teilbeträgen per 30. Jänner und 30. Juni zu überweisen. Diese Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk nach Maßgabe dieses Bundesgesetzes zu verwenden.
- (2) Die Mittel dienen der Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks innerhalb der österreichischen Medienlandschaft sowie seiner Unterstützung in der Erbringung eines vielfältigen und hochwertigen Programmangebots, welches insbesondere einen Beitrag zur Förderung der österreichischen Kultur, des österreichischen und europäischen Bewusstseins sowie der Information und Bildung der Bevölkerung leistet. Die Mittel können nach Maßgabe der zu erstellenden Richtlinien insbesondere für die Förderung des Programmangebotes durch finanzielle Unterstützung der Herstellung und Erstrahlung von Sendungen oder der Förderung von Projekten, welche zur Herstellung und Ausstrahlung von Sendungen führen, ferner für die Förderung der fach einschlägigen Aus- und Weiterbildung der programmgestaltenden, kaufmännischen und rundfunktechnischen Mitarbeiter von Veranstaltern oder für die Förderung der Durchführung und Verbesserung qualitativer und quantitativer Reichweitenerhebungen und vergleichbarer Datenerhebungen von oder im Auftrag von Veranstaltern verwendet werden.
- (3) Aus den Mitteln des Fonds können nur nichtkommerzielle Hörfunkveranstalter nach dem PrR-G und nichtkommerzielle Fernsehveranstalter nach dem AMD-G, die audiovisuelle Rundfunkprogramme im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks veranstalten (Veranstalter), gefördert werden, ebenso nichtkommerzielle Veranstalter, die nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegen, aber ein speziell auf österreichisches Publikum ausgerichtetes Rundfunkprogramm ausstrahlen. **Nichtkommerzielle Veranstalter sind solche, die nicht auf Gewinn ausgerichtet sind und deren Programm keine Werbung beinhaltet und die einen offenen Zugang der Allgemeinheit zur Gestaltung von Sendungen ihres Programms gewährleisten.** Von der Förderung ausgeschlossen sind nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegende Veranstalter, die von der Veranstaltung von Rundfunk nach § 10 Abs. 2 Z 4 AMD-G oder § 8 Z 4 PrR-G ausgeschlossen wären. Im Rahmen der Ausbildungsförderung können auch Rechtsträger von Veranstaltern gefördert werden.