

## „Werbung“ auf dorf. Was erlaubt ist und was nicht. Leitfaden für ProduzentInnen

Damit ein Beitrag auf Sendung gehen kann, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein, die in der „Sendevereinbarung“ oder den „Programmrichtlinien“ festgehalten sind. Gerade für den Bereich „Werbung“ gelten Rahmenbedingungen, die zu beachten sind. Um Missverständnisse zu vermeiden empfehlen wir, die nachfolgenden Informationen genau zu lesen.

Die Prinzipien „Werbefreiheit“ und „Nichtkommerzialisierung“ bzw. „Gemeinnützigkeit“ unterscheiden sogenannte nichtkommerzielle Programme wie dorf strikt vom Öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ORF) und den Kommerziellen Sendern (ATV, Lt1 ...)

Seit 2009 definiert der Gesetzgeber im KommAustria Gesetz „Nichtkommerzielle Rundfunkveranstalter“ als solche, „*die nicht auf Gewinn ausgerichtet sind und deren Programm keine Werbung beinhaltet*“. Die weiteren relevanten Bestimmungen zum Thema „Werbung auf dorf“ finden sich im „Audiovisuellen Mediendiensteegesetz (AMD-G)“ (ehemals „Privatfernsehgesetz“), im Lizenzbescheid für dorf, in den „Grundsätzen der Programmgestaltung“ von **dorf**, in der „Charta für Community Fernsehen in Österreich“ und im Gesellschaftsvertrag von dorf.

Vom „Audiovisuellen Mediendiensteegesetz“ (AMD-G) werden dabei auch „Werbeformen“ erfasst, die grundsätzlich (wenn auch mit Einschränkungen) auch auf dorf zulässig sind – so z.B. „Sponsoring“ oder „Patronanzsendungen“.

Sendungen auf **dorf** müssen zunächst einmal die geltenden gesetzlichen Voraussetzungen einhalten. Für auch auf **dorf** mögliche „Werbeformen“ wie z.B. „Sponsoring“ gelten gesetzliche Bestimmungen, die von allen TV-Anbietern einzuhalten sind. Andere „Werbeformen“ wie z.B. „Schleichwerbung“ sind prinzipiell verboten. Zusätzlich gelten noch die selbstdefinierten Vorgaben von **dorf** - z.B. aus den Programmrichtlinien. Weil diese Vorgaben aber auch im Lizenzbescheid von **dorf** festgehalten sind, ist **dorf** auch behördlich verpflichtet, sie einzuhalten.

Ein Beitrag, der gegen die gesetzlichen oder programmlichen Grundlagen von **dorf** verstößt, kann für **dorf** und für den/die SendungsmacherIn erhebliche Schwierigkeiten mit sich bringen - und sogar bis zum Lizenzentzug von **dorf** führen.

Im Nachfolgenden sind die wesentlichen Rahmenbedingungen zum Thema „Werbung“ zusammen gefasst. Gerade rund um „Werbung“ gibt es genug Graubereiche. Es macht daher Sinn, sich bei Unklarheiten am besten schon vor der Produktion eines Beitrages an die Geschäftsführung von dorf zu wenden.

# 1) Allgemein zum Thema „Werbung“

## 1.1 Kennzeichnungspflicht

Werbung muss als leicht als solche erkennbar und vom redaktionellen Inhalt eines Programms unterscheidbar sein. Die Kennzeichnungspflicht gilt nicht nur für klassische Spotwerbung sondern auch für Sponsoring und Patronanzsendungen.

## 1.2. Gesetzliche Werbeverbote & Beschränkungen

Der Gesetzgeber sieht im Bereich der klassischen Fernsehwerbung eine Reihe von Verboten u. Einschränkungen vor, die für alle Fernsehveranstalter gelten.

Werbung von Zigaretten, Spirituosen und Tabakerzeugnissen ist z.B. grundsätzlich untersagt.

Viele dieser Einschränkungen betreffen die maximale tägliche Werbezeit oder Werbeformen (z.B. Teleshopping), die für **dorf** jedoch ohnehin nicht in Frage kommen.

### Verbot von Schleichwerbung

*„Schleichwerbung, unter der Wahrnehmungsgrenze liegende audiovisuelle kommerzielle Kommunikation sowie vergleichbare Praktiken sind untersagt.“*

Unter Schleichwerbung versteht der Gesetzgeber:

*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;*

**Achtung:** Schleichwerbung ist auf dorf tv absolut verboten. Auch dann wenn nichts dafür bezahlt wird! Vorsicht ist also geboten, wenn bestimmte Produkte (z.B. Bierflaschen, Zigarettenpackerl, Logos ...) im Bild auftauchen. Um Missverständnisse zu vermeiden, sollte jede Nennung von Produkten, Logos oder Marken vermieden werden – ausgenommen natürlich die Nennung ist in einem Bericht oder Beitrag redaktionell notwendig oder aus technischen Gründen nicht vermeidbar (zb. bei einem Strasseninterview die Läden im Hintergrund). In jeden Fall sollten sich SendungsmacherInnen in ihrer Arbeit immer aber die Frage stellen, ob ein Beitrag als „Schleichwerbung“ interpretiert werden könnte.

## 2) „Werbeformen“, die auf dorf tv untersagt sind.

Eine Reihe von per definitionem „Werbeformen“ wären – im Unterschied zu „Schleichwerbung“ - laut Gesetz einem TV-Veranstalter zwar nicht grundsätzlich verboten. Auf dorf tv sind sie es aber trotzdem – aus guten Gründen. Schliesslich ist dorf tv nichtkommerziell und unabhängig.

### 2.1. Verbot von „kommerzieller Produktwerbung“ (z.B. klassische Spot-Werbung)

Darunter verstehen wir (auch im Sinne der Definition von Werbung im AMD-G): „*Jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen ... (Fernsehwerbung) ... entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ... 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*“

Die wesentlichen Merkmale „kommerzieller Produktwerbung“ sind also:

- Information über gewerbliche Produkte oder Dienstleistungen
- Gegen Entgelt, Bezahlung oder eine andere Gegenleistung (auch Sachleistung!)
- Mit dem Ziel, den Absatz von Produkten oder Dienstleistungen zu fördern.

Das „Verbot kommerzieller Produktwerbung“ bedeutet natürlich nicht, dass über Produkte oder Dienstleistungen im redaktionellen Programm von **dorf** allgemein nicht mehr berichtet oder informiert werden darf. Hinzu kommen Situationen, in denen es praktisch unmöglich ist, dass ein Produkt (z.B. eine Kleidungsmarke) oder eine Geschäftsbezeichnung nicht im Bild sichtbar sind.

Entscheidend ist ob die Information, Äusserung oder Einblendung (im Abgrenzung zur „redaktionellen Berichterstattung“) „werblich gestaltet“ ist und ob die konkrete Darstellung geeignet ist, *„bislang uninformierte oder unentschlossene Zuseher für den Erwerb zu gewinnen, woraus auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen ist“*

Als typische werbliche Gestaltungselemente gelten dabei nach der ständigen Rechtsprechung:

- *qualitativ-wertende Aussagen*
- *werbliche Botschaften in Form eines Leistungsvergleiches mit anderen Unternehmen*
- *das Herausstreichen des Waren- und Leistungsangebotes bzw. besonderer Produkteigenschaften*
- *direkte Kaufappelle durch Nennung einer Bezugsquelle.*

Wenn eine Information in diesem Sinne als „kommerzielle Werbung“ gilt, ist die Frage

ob für eine Information bezahlt wurde oder nicht (oder eine Bezahlung nicht nachgewiesen werden kann) keine zwingende Voraussetzung.

Die Grenzen zwischen redaktioneller Berichterstattung und Werbung verschwimmen bekanntlich häufig im kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Schon die (unabsichtliche) Einblendung eines Firmennamens kann in manchen Situationen den Charakter von Werbung haben.

In den Programmgrundsätzen von dorf ist daher ausdrücklich festgelegt:  
*„Namensnennungen von Firmen oder bestimmten Produkten sind zu vermeiden.“*

## 2.2. Verbot von „politischer und religiöser Werbung“

Bei politischer und religiöser Werbung handelt es sich im Sinne des AMD-G um sogenannte „*ideelle Werbung*“. Darunter versteht der Gesetzgeber „*jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird.*“

Aus der Charta für Community Fernsehen in Österreich:  
*„Community TVs sind im Besitz, in der Organisationsform, in der Herausgabe und in der Programmgestaltung unabhängig von staatlichen, kommerziellen und religiösen Institutionen und politischen Parteien.“*

Politische Parteien sind von der Programmgestaltung bei dorf daher grundsätzlich ausgeschlossen. Darüber hinaus ist im Gesellschaftsvertrag „*Werbung für politische Parteien (insbesondere Belangsendungen)*“ verboten.

In den Programmgrundsätzen ist festgehalten: „*Werbung für wahlwerbende Gruppen ist unzulässig.*“

Das Verbot „politischer Werbung“ gilt analog auch für „religiöse Werbung“. „*Nicht anerkannte religiöse Gemeinschaften und Gruppen*“ sind laut den Programmgrundsätzen von dorf von der Programmgestaltung grundsätzlich ausgeschlossen. Darüber hinaus auch ist „*unmittelbare Religionsausübung*“ (also etwa die Übertragung von Gottesdiensten oder das Beten in Sendungen) nicht gestattet

Das Verbot von „*politischer und religiöser Werbung*“ ist selbstverständlich nicht gleichzusetzen mit einem generellen Verbot von Sendungen solchen Inhalts.

Es bleibt den ProduzentInnen unbenommen, in ihren Sendebeträgen politische, weltanschauliche oder religiöse Themen aufzugreifen und darzustellen. Erst wenn die Inhalte die Grenze zur ideellen Werbung überschreiten, wird ein Beitrag unzulässig – also wenn etwa durch „*qualitativ-wertende Aussagen*“ für eine „*wahlwerbende Gruppe*“ oder eine „*religiöse Gruppierung*“ geworben wird.

### **3. „Werbeformen“, die auf dorf tv möglich.**

#### **3.1. Sponsoring & Patronanzen**

Das Sponsoring von einzelnen Sendungen ist bei **dorf** grundsätzlich erlaubt. Dadurch soll den ProduzentInnen die Akquisition kleinerer Produktionsbudgets möglich sein.

#### **Gesetzliche Definition von „Sponsoring“ aus dem AMD-G:**

*„jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern“*

#### **Für gesponsorte Sendungen gelten folgende gesetzliche Anforderungen, die auch für Sponsoring auf dorf tv anzuwenden sind:**

##### Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit

*Ihr Inhalt und bei Fernsehsendungen ihr Programmplatz dürfen auf keinen Fall in einer Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.*

##### Kennzeichnungspflicht

*Sie sind durch den Namen, das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen, eindeutig als gesponsert zu kennzeichnen, bei Sendungen insbesondere an ihrem Anfang oder an ihrem Ende durch eine An- oder Absage.*

##### Abgrenzung von „Werbung“

*Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Waren oder Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen, anregen.*

##### Verbote

*Sendungen dürfen nicht von natürlichen oder juristischen Personen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die Werbung verboten ist.*

*Beim Sponsoring durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und therapeutischen Behandlungen umfasst, darf nur auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht aber auf Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verschreibung erhältlich sind.*

*Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden.*

## **Ergänzend zu den rechtlichen Voraussetzungen gelten für das Sponsoring von Sendungen auf dorf tv nachfolgende Bestimmungen:**

1. Um Missverständnisse und falsche Erwartungen (auf allen Seiten) zu vermeiden rät dorf tv allen SendungsmacherInnen, die sich auf die Suche nach Sponsoren machen wollen, sich bereits vorher bei der Geschäftsführung von dorf tv über die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten von Sponsoring ausreichend zu informieren.
2. Jedes „Sponsoring“ muss (auch bei Sachsponsoring) mit der Geschäftsführung vorab geklärt werden.
3. Das Sponsoring wird mittels „Sponsorvertrag“ zwischen Sponsor und DORF TV GmbH schriftlich vereinbart. In der Vereinbarungen werden die jeweiligen Leistungen festgehalten.
4. Die Höhe des Sponsorings, die Präsentation des Sponsors (z.B. Logonennung im Abspann) und jener Anteil am Sponsoringbeitrag, der den SendungsmacherInnen zweckgebunden als Produktionsbudget zur Verfügung steht (z.B. für den Ankauf von eigenem Equipment, DVDs, Reisekosten etc.) werden für jedes Sponsoring individuell vereinbart.
5. Der Sponsorbetrag wird dem Sponsor von dorf tv in Rechnung gestellt.

## **Je nach Höhe und Art des Sponsorings haben Sponsoren von Sendungen auf dorf tv folgende Möglichkeiten:**

### Im Programm von dorf:

Nennung des Sponsors (oder Logo) am Ende und/oder Beginn einer Sendung („*diese Sendung wird unterstützt von ...*“, „*diese Sendung wurde Ihnen präsentiert von ...*“)

### Auf der Website von dorf:

Nennung des Sponsors (oder Logo) in der Rubrik „Partner“ oder „Förderer“.

Nennung des Sponsors in der Sendungsbeschreibung. Banner auf der Startseite von dorf tv sind nicht möglich.

### Auf Drucksorten von dorf

Nennung des Sponsors (oder Logo) auf Drucksorten zur jeweiligen Sendung. Z.B. Flyer zu einer Sendung. Nennung auf allgemeinen Drucksorten von dorf tv (z.B. als „offizieller Partner von dorf tv“) müssen gesondert vereinbart werden.

### **3.2. Eigenwerbung & Programmhinweise**

Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind möglich. Eigenwerbung sind z.B. Programmhinweise und Programmtrailer aber auch die Eigenpromotion des Senders dorf.

## **Rückfragen und Kontakt**

### **Gabriele Kepplinger**

Geschäftsführung, Programmleitung

E-Mail: [gabriele.kepplinger@dorftv.at](mailto:gabriele.kepplinger@dorftv.at)

Mobil: 0699 17244880

### **Otto Tremetzberger**

Geschäftsführung, Kaufmännische Leitung

E-Mail: [otto.tremetzberger@dorftv.at](mailto:otto.tremetzberger@dorftv.at)

Mobil: 0699 17244870