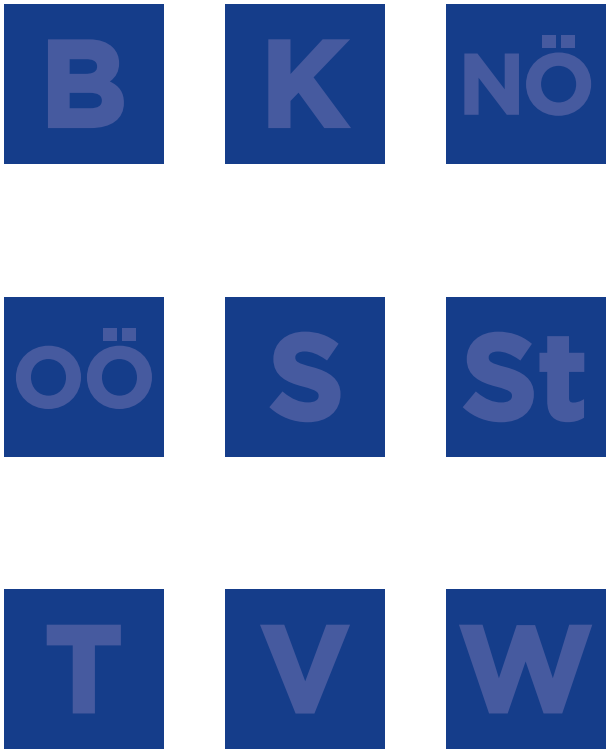
ORF ENTERPRISE



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN LANDESSTUDIOS

Gültig ab: 01.01.2026

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR WERBESENDUNGEN (GÜLTIG AB: 01. 01. 2026)

RADIOWERBUNG IN BUNDESLANDWEITEN PROGRAMMEN UND REGIONALE FERNSEHWERBUNG

Der Österreichische Rundfunk (ORF) führt nach den Bestimmungen des ORF-Gesetzes und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbung in der jeweils gültigen Fassung entsprechende Werbeaufträge in bundeslandweiten Radioprogrammen und regionalen Fernsehprogrammen durch. Für Radio und Fernsehwerbung in den österreichweiten Programmen gelten gesonderte Allgemeine Geschäftsbedingungen.

1. ALLGEMEINES

a) Die Werbung im Radio im Sinne der Regelungen des ORF-Gesetzes steht für wahrheitsgemäße Ankündigungen wirtschaftlicher Art (Wirtschaftswerbung) oder zur Unterstützung einer Sache oder Idee (ideelle Werbung) zur Verfügung. Werbung in Radio und Fernsehen darf nicht irreführen und/oder den Interessen der Verbraucher schaden. In der Werbung müssen der gute Geschmack und die auf die Werbung Bezug habenden gesetzlichen Bestimmungen, hier vor allem, aber nicht abschließend, des ORF-Gesetzes, des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb und des Medien-(Straf)rechtes beachtet werden.

b) Für Werbung stehen bestimmte Zeiten in den Regionalradios (9 Programme der Landesstudios) und unter den besonderen Voraussetzungen des Punktes 1 d) in den regionalen Fernsehprogrammen der 9 Landesstudios vor 17.00 Uhr und vor 19.00 Uhr zur Verfügung.

c) Die gesetzlich werbefreien Tage laut ORF-Gesetz (derzeit: Karfreitag, 1. November, 24. Dezember) sind einzuhalten. Der ORF behält sich darüber hinaus vor, bestimmte Tage von Werbung freizuhalten.

d) Ideelle Werbung von öffentlichen Einrichtungen wird in den sechs Wochen vor Nationalratswahlen, Landtagswahlen, Wahlen zum Europäischen Parlament, der Wahl der Bundespräsidentin/des Bundespräsidenten und vor Volksabstimmungen, Volksbefragungen und Volksbegehren nicht ausgestrahlt. Diese Einschränkung gilt nicht für Einschaltungen, die kein politisches Thema berühren. Öffentliche Einrichtungen sind Rechtsträger, die aufgrund eines gesetzlichen Auftrages mit Aufgaben der Verwaltung betraut sind, die Österreichische Hochschüler:innenschaft, die gesetzlichen beruflichen Interessensvertretungen, der Österreichische Gewerkschaftsbund und die Vereinigung der österreichischen Industrie.

e) Voraussetzungen für die regionale Fernsehwerbung: Zulässige regionale Fernsehwerbung ist die auf je ein Bundesland beschränkte Werbung für Veranstaltungen und Kampagnen in den Bereichen Sport, Kunst und Kultur, soweit diesen in der österreichischen Medienberichterstattung üblicherweise kein breiter Raum zukommt, sowie in den Bereichen Volkskultur und Brauchtum und darüber hinaus Werbung für gemeinwirtschaftliche Gesundheitsdienstleistungen, Verkehrssicherheit und Konsumentenschutz. Die Werbung darf nur von folgenden Rechtsträgern in Auftrag gegeben werden:

I) Länder und Gemeinden;

II) sonstige juristische Personen des öffentlichen Rechts, soweit sie landesweit tätig sind;

III) gemeinnützige Rechtsträger (§§ 34 ff Bundesabgabenordnung, BGBl. Nr. 194/1961);

IV) Unternehmen, die ausschließlich gemeinwirtschaftliche Aufgaben in den im ersten Satz genannten Bereichen wahrnehmen und an denen ein Land allein oder mit anderen der Kontrolle des Rechnungshofs unterliegenden Rechtsträgern mit mindesten 50 vH des Stamm-, Grund- oder Eigenkapitals beteiligt ist, oder die ein Land allein oder gemeinsam mit anderen solchen Rechtsträgern betreibt. Die Werbung darf darüber hinaus vom ORF nur dann ausgestrahlt werden, wenn der Auftraggeber nachweist, dass er für den Gegenstand der Werbung auch kommerzielle Kommunikation im zumindest gleichen Ausmaß bei anderen, zu Rundfunk komplementären Medienunternehmen in Auftrag gegeben hat oder geben wird.

2. BUCHUNGSABWICKLUNG

Aufträge für Werbung im ORF werden von der ORF Landesstudio Service GmbH & Co KG im Auftrag des ORF entgegengenommen. Der ORF stellt den Auftraggebern Termin- oder Streupläne zur Verfügung. Sie werden den von den Auftraggebern (wie nachstehend unter Punkt a) beschrieben) gegengezeichneten ORF Angeboten zugrunde gelegt und sind Bestandteil des Auftrages.

a) An den ORF übermittelte Buchungswünsche werden seitens des ORF umgehend bearbeitet und in Form eines firmenmäßig gezeichneten Angebots an den Auftraggeber übermittelt. Ist ein Buchungswunsch zur Zeit der Anfrage erfüllbar, so kann dieser fix gebucht werden. Buchungen werden nach Bestätigung durch den Auftraggeber rechtsverbindlich (Auftrag). Aufträge werden nur für namentlich bezeichnete Unternehmen/für die für die regionale Fernsehwerbung zulässigen Auftraggeber bei gleichzeitiger Angabe der Marke, des Produktes bzw. der Dienstleistung/der Veranstaltung oder Kampagne der regionalen Fernsehwerbung, für die geworben werden soll, angenommen. Im Falle einer Verschiedenheit zwischen Auftraggeber des ORF und Werbekunden (mit dem der ORF diesfalls kein Vertragsverhältnis begründet) ist der Werbekunde dem ORF im Auftrag bekannt zu geben. Auch wenn der Auftraggeber ein für einen Werbekunden tätiger Werbemittler (vgl. Punkt 12) ist, so ist ausschließlich der Werbemittler Berechtigter und Verpflichteter aus dem von ihm mit dem ORF begründeten Vertragsverhältnis. Gesetzliche Ansprüche gegenüber dem Werbekunden, vor allem solche bereicherungsrechtlicher Natur, bleiben dem ORF insbesondere für den Fall vorbehalten, dass der Auftraggeber, aus welchem Grunde auch immer, die von ihm für die Durchführung der Werbesendung geschuldete Gegenleistung nicht an den ORF erbringt.

b) Alle Aufträge, die mit Buchungseröffnung vorliegen, werden bei der Terminplanung der Werbespots gleichrangig behandelt.

c) Die Annahme eines Auftrages kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden. Auch bei rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen behält sich der ORF vor, Werbung wegen ihrer Herkunft, wegen des Inhalts oder der technischen Form zurückzuweisen bzw. nicht weiter auszustrahlen. In diesen Fällen werden die Gründe der Ablehnung dem Auftraggeber mitgeteilt.

d) Aufträge für Radio- und Fernsehwerbung werden innerhalb eines Kalenderjahres abgewickelt.

e) Der ORF verpflichtet sich zur technisch einwandfreien Ausstrahlung von Werbung. Für die Empfangsqualität übernimmt er keine wie immer geartete Haftung.

3. BESCHRÄNKUNGEN

Ausgeschlossen ist/sind:

a) Unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbung;

b) Werbung, die die Menschenwürde oder die Grundrechte anderer verletzt;

c) Werbung, die Diskriminierungen nach Rasse oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder Glauben oder Staatsangehörigkeit oder sexueller Ausrichtung enthält;

d) Werbung mit religiösem oder parteipolitischem Inhalt sowie Werbung, die religiöse oder politische Überzeugungen verletzt;

e) Werbung, die an den Aberglauben appelliert;

f) Werbung, die Verhaltensweisen fördert, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden;

g) Werbung für Spirituosen, Zigaretten oder andere Tabakerzeugnisse;

h) Werbung, die den Umgang mit Alkohol sowie mögliche Auswirkungen von Alkoholkonsum verharmlost;

i) Werbung für rezeptpflichtige Arzneimittel sowie Werbung für Arzneimittel und Medizinprodukte, die nicht der Rezeptpflicht unterliegen, deren Name aber das gleiche Fantasiewort oder den gleichen wissenschaftlich üblichen Ausdruck wie der Name eines rezeptpflichtigen Arzneimittels enthält;

j) Werbung für therapeutische Behandlungen und Medizinprodukte, die nur auf ärztliche Verschreibung erhältlich sind;

k) Werbung, die Verhaltensweisen fördert, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden;

l) Werbung für Produkte, die Anlass zur Verharmlosung von Gewalt geben, wie insbesondere Kriegsspielzeug, wobei darunter auch Spiele der Unterhaltungselektronik und ähnliches zu verstehen sind;

m) erbung, die sich eines „Aufhängers" bedient, der offiziellen Rundfunkmitteilungen, Katastrophenmeldungen und Notrufen vorbehalten bleiben muss (z. B. „Wir unterbrechen das Programm/die Werbung", Verwendung der Kennung von Verkehrsmeldungen usw.);

n) Werbung im Radio, die sich Sirenen, anderer Geräusche oder Tonfolgen (z. B. Martinshorn, Hupen) bedient, die jeweils geeignet sind, die Aufmerksamkeit – insbesondere von Lenkern eines Kraftfahrzeuges – zu beeinträchtigen;

o) Werbung, in der Angestellte oder freie Mitarbeiter:innen des ORF mitwirken, sofern die Zustimmung zur Mitwirkung nicht vorher vom ORF ausdrücklich erklärt wurde;

p) Werbung, in der entweder in Bild oder Ton Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen oder die regelmäßig als programmgestaltende und journalistische Mitarbeiter:innen des ORF sonstige Sendungen moderieren. Jede Auskunft über die gesetzliche Vereinbarkeit der Werbetätigkeit einer ORF-Moderatorin/eines ORF-Moderators seitens des ORF oder der ORF Landesstudio Service GmbH & Co KG oder einer sonstigen Tochtergesellschaft erfolgt nach Treu und Glauben und ist unentgeltlich. Eine Haftung für diese Auskünfte wird jedoch ausgeschlossen;

q) Werbung, in der aktive Politiker in Bild und/oder Ton auftreten und die daher dem umfassenden gesetzlichen Objektivitäts- und Pluralismusauftrag des ORF widerspricht;

r) Teleshopping im Fernsehen, das sind Sendungen direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen gegen Entgelt. Als direktes Angebot an die Öffentlichkeit gilt beispielsweise die Angabe einer Telefonnummer, durch die ein Bestellvorgang unmittelbar eingeleitet oder eine Dienstleistung unmittelbar in Anspruch genommen werden kann;

s) Heiratsanzeigen, Anzeigen über privaten Geldverleih;

t) Werbung im Radio, die zeitweise (länger als eine Sekunde) absolut stumm ist sowie Werbung im Fernsehen, die zeitweise (länger als 3 Sekunden) eine Schwarzblende integriert und gleichzeitig nicht mit einem gut wahrnehmbaren gestalteten Ton unterlegt ist. Am Spotanfang bzw. Spotende sind weder stumme Sekunden (Radio) noch Schwarzblenden (Fernsehen) zulässig;

u) Werbung, die rechtswidrige Praktiken fördert;

v) Werbung, die irreführt und den Interessen der Verbraucher:innen schadet;

w) Werbung, die, insbesondere unter gegebenen äußeren Umständen, den Anstand verletzt;

x) Werbung, die die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigt;

y) Werbung, die aufgrund gesetzlicher Bestimmungen Verordnungen oder Standesordnungen bestimmter Berufsgruppen bzw. gerichtlicher oder behördlicher Anordnung unzulässig ist.

4. SONSTIGE BESCHRÄNKUNGEN

a) Heilmittelwerbung (Werbung für rezeptfreie Arzneimittel) und Werbung für rezeptfreie Medizinprodukte: Diese ist nur nach den entsprechenden gesetzlichen Bestimmungen (z. B. Arzneimittelgesetz, Medizinproduktegesetz) und den Verordnungen der Bundesministerin/des Bundesministers für Gesundheit möglich. Allfällige behördliche Genehmigungen für die Zulassung der Werbetexte sind den Aufträgen bzw. Einschaltplänen beizuschließen. Werbung für rezeptfreie Arzneimittel, Medizinprodukte und für therapeutische Behandlungen, die ohne ärztliche Verschreibung erhältlich sind, muss ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden. Bei der Gestaltung dieser Werbespots im Radio und im Fernsehen ist es untersagt zu werben:

- **I)** mit Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen;
- **II)** mit Angaben, dass das Heilmittel (Produkt) ärztlich oder klinisch empfohlen oder geprüft ist;
- **III)** mit der Wiedergabe von Krankheitsgeschichten;
- **IV)** mit der bildlichen Darstellung von krankheitlichen Veränderungen des Körpers unter Mitwirkung eines

Arzneimittels durch vergleichende Darstellungen des Körperzustandes vor und nach der Anwendung;

V) mit Werbeaussagen, die geeignet sind, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen. Gemäß § 52 Abs 2 Arzneimittelgesetz müssen Radio- und Fernsehspots für rezeptfreie Arzneien durch den Hinweis: „Über Wirkung und mögliche unerwünschte Wirkungen informieren Gebrauchsinformation, Arzt oder Apotheker“ am Spotende ergänzt werden. Dieser Hinweis wird zur Spotlänge hinzugerechnet und unterliegt denselben Tarifbestimmungen wie der Spot selbst.

b) Weiters ist laut Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz untersagt, in der Werbung einem Lebensmittel Eigenschaften der Vorbeugung, Behandlung oder Heilung einer menschlichen Krankheit zuzuschreiben oder den Eindruck dieser Eigenschaften entstehen zu lassen.

c) Gemäß Art. 72 Biozidprodukteverordnung ist jeder Werbung für Biozidprodukte folgender Hinweis hinzuzufügen: „Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformation lesen“. Diese Sätze müssen sich von der eigentlichen Werbung deutlich abheben und gut lesbar oder hörbar sein. In der Werbung darf das Wort „Biozidprodukte“ in den vorgeschriebenen Sätzen durch den eindeutigen Verweis auf die beworbene Produktart ersetzt werden. In der Werbung für Biozidprodukte darf das Produkt nicht in einer Art und Weise dargestellt werden, die hinsichtlich der Risiken des Produkts für die Gesundheit von Mensch oder Tier oder für die Umwelt oder seiner Wirksamkeit irreführend ist. Die Werbung für ein Biozidprodukt darf auf keinen Fall die Angaben „Biozidprodukt mit niedrigem Risikopotenzial“, „ungiftig“, „unschädlich“, „natürlich“, „umweltfreundlich“, „tierfreundlich“ oder ähnliche Hinweise enthalten. Dieser Hinweis wird zur Spotlänge hinzugerechnet und unterliegt denselben Tarifbestimmungen wie der Spot selbst.

d) Für die Bewerbung bestimmter Produkte oder Dienstleistungen sehen gesetzliche Bestimmungen (z. B. Glücksspielgesetz, Bankwesengesetz, Kapitalmarktgesetz, Investmentfondsgesetz etc.) und Standesordnungen bestimmter Berufsgruppen besondere Auflagen und Beschränkungen vor. Es liegt in der Verantwortung des Auftraggebers (vgl. Punkt 7 a, h) dem ORF rechtzeitig mitzuteilen, ob bzw. unter welchen Auflagen oder Beschränkungen ein Produkt oder eine Dienstleistung im Radio und Fernsehen beworben werden darf und ob bzw. welche Gefahrenhinweise, Sicherheitsratschläge oder Ähnliches daher mit veröffentlicht werden müssen. Ein solcher Hinweis wird zur Spotlänge hinzugerechnet und unterliegt denselben Tarifbestimmungen wie der Spot selbst.

e) Alkoholwerbung: Jegliche Alkoholwerbung im Zusammenhang mit Kindern, Jugendlichen oder Kraftfahrern ist verboten. In der Alkoholwerbung ist jede nicht-produktbezogen argumentierende Werbung in Wort und Bild ausgeschlossen. Die Werbeaussage hat sich auf die Empfehlung eines bestimmten Produktes oder einer bestimmten Produktgruppe zu beschränken. Darüber hinaus ist Werbung für alkoholische Getränke nur unter Einhaltung folgender Kriterien zulässig:

I) sie darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und den übermäßigen Genuss solcher Getränke fördern;

II) sie darf insbesondere nicht Minderjährige beim Alkoholgenuss darstellen;

III) es darf keinerlei Verbindung zwischen einer Verbesserung der physischen Leistung und Alkoholgenuss oder dem Führen von Kraftfahrzeugen und Alkoholgenuss hergestellt werden;

IV) es darf nicht der Eindruck erweckt werden, Alkoholgenuss fördere sozialen oder sexuellen Erfolg;

V) die Werbung darf nicht eine therapeutische, stimulierende, beruhigende oder konfliktlösende Wirkung von Alkohol suggerieren;

VI) Enthaltsamkeit oder Mäßigung in Bezug auf den Genuss alkoholischer Getränke darf nicht negativ dargestellt werden;

VII) die Höhe des Alkoholgehalts von Getränken darf nicht als positive Eigenschaft hervorgehoben werden;

VIII) es darf nicht zum Genuss von alkoholischen Getränken aufgefordert werden, z. B. „Trinkt …“.

f) Minderjährige in Werbebotschaften: Werbung darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen und hat daher zu deren Schutz insbesondere folgenden Anforderungen zu genügen:

I) sie darf keine direkten Aufrufe zu Kauf oder Miete von Waren oder Dienstleistungen an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen;

II) sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen;

III) sie darf nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern:innen und anderen Vertrauenspersonen haben;

IV) sie darf Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen;

V) unmittelbar vor und nach Kindersendungen ist das Ausstrahlen von an unmündige Minderjährige gerichtete Werbung unzulässig. Im Übrigen gelten für die Gestaltung derartiger Werbespots sinngemäß die Internationalen Verhaltensregeln für die Werbepraxis.

g) Werbung für intime persönliche Gegenstände bedarf einer gesonderten Genehmigung durch den ORF.

h) Werbung, die in Form, Inhalt oder Aussage auf Programme oder Programmelemente des ORF oder anderer Rundfunkunternehmen Bezug nimmt, bedarf der Genehmigung des ORF.

i) Der ORF behält sich vor, Werbemaßnahmen, die vom Österreichischen Werberat („Werberat“) beanstandet wurden, nicht auszustrahlen (einschließlich des sofortigen Stopps einer bereits laufenden Werbekampagne). Er kann aus diesem Grund sowohl die Annahme eines Werbeauftrages ablehnen als auch von rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen zurücktreten. Auf Ansuchen des Werberates ist der ORF berechtigt, Werbespots, die im ORF ausgestrahlt wurden und einer Prüfung unterzogen werden, an den Werberat ohne gesonderte Zustimmungserklärung des Auftraggebers zu übermitteln.

j) Der ORF behält sich vor, Werbung wegen ihres Inhalts nicht in jedem Sendungsumfeld und zu jeder Sendezeit, sondern erst zu späterer Tageszeit zu senden.

k) Bei der Gestaltung der Werbung ist auf das Klang- und/oder Erscheinungsbild des Mediums Rücksicht zu nehmen, in dem die betreffende Werbung gesendet werden soll. Vor allem muss der Zeitgeist des jeweiligen Mediums mitberücksichtigt sein. Werbung in Fremdsprachen bedarf einer Abstimmung mit dem ORF.

l) Darüber hinaus gelten die Bestimmungen des Verhaltenskodizes „unangebrachter audiovisueller kommerzieller Kommunikation für Kindersendungen“ der österreichischen Rundfunkveranstalter in seiner jeweils geltenden Fassung.

m) Der Stiftungsrat kann weitere inhaltliche Beschränkungen festlegen.

5. TECHNISCHE ANFORDERUNGEN

a) Radio

I) Spotlängen

Die Spotlänge beträgt üblicherweise mindestens 10 Sekunden und maximal 40 Sekunden. Für Spots mit einer Länge von weniger als 10 Sekunden oder mehr als 40 Sekunden ist das Einvernehmen mit dem ORF herzustellen. Davon ausgenommen sind Spots mit einer Länge von 5 Sekunden. Spots mit einer Länge unter 5 Sekunden können aus technischen Gründen keinesfalls angenommen werden. Als Einzelstellung können ausschließlich Spots mit einer Länge von mindestens 10 Sekunden gebucht werden.

II) Sendematerial

Anlieferung durch Spot-Upload unter „spotupload.ORF.at“ im Dateiformat mp2, mp3 oder wav (256 kbit, 48 kHz, -9db). Ablieferungstermine siehe Punkt 6.

b) Fernsehen

I) Spotlängen

Die Spotlänge beträgt üblicherweise 15 Sekunden oder mehr. Für Spots mit einer Länge unter 15 Sekunden, mit Ausnahme von Spots mit einer Länge von 5 oder 10 Sekunden, ist das Einvernehmen mit dem ORF herzustellen. Spots mit einer Länge von unter 5 Sekunden können aus technischen Gründen keinesfalls angenommen werden.

II) Sendematerial

Anlieferung durch Spot-Upload unter „spotupload.ORF.at“

Bild- und Tonträger im HD Format

Container: MXF OP1A

Codec: XDCAM HD 422/1920x1080/25i (INTERLACED!)

Audio: 8 Audiotracks/mit je einem Audiokanal/24Bit,

EBU-Norm R128 nach SMPTE RDD-09

Der Spot beginnt mit dem ersten Bild (upperfield first).

Ablieferungstermine siehe Punkt 6.

6. TERMINE

Zwischen Buchungs- und Ausstrahlungstermin müssen drei Arbeitstage (Montag bis Freitag) liegen. Die sendefertigen Bild- und/oder Tonträger sind mindestens zwei Arbeitstage vor Erstausstrahlung gemeinsam mit dem Einschaltplan dem ORF zur Prüfung zur Verfügung zu stellen. In Sonderfällen sind kürzere Fristen möglich. Diese bedürfen einer Sondervereinbarung. Es treten die Rechtsfolgen des Rücktritts durch den Auftraggeber (siehe Punkt 9) ein, sofern die Anlieferung nicht rechtzeitig erfolgt.

7. INHALT UND DURCHFÜHRUNG

a) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit der Werbespots und erklärt, den ORF von allen Ansprüchen, die im Zusammenhang mit der betreffenden Werbesendung gegenüber dem ORF geltend gemacht werden könnten, schad- und klaglos zu stellen; dies schließt insbesondere den Erwerb aller urheber-, leistungsschutz- und persönlichkeitsrechtlichen Einwilligungen zur Produktion und Sendung einschließlich aller für letztgenannte jeweils erforderlichen Nebenrechte ein. Der Auftraggeber räumt dem ORF die sachlich und zeitlich unbeschränkten und örtlich auf in und ausgehend von Österreich beschränkten Rechte zur Nutzung in jedem Programm und Online-Angebot des ORF ein. Der ORF ist insbesondere berechtigt, die Werbesendung in jedem technischen Verfahren zu senden (z. B. auch als livestream), zur Verfügung zu stellen, zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich vorzuführen sowie sonst zu nutzen. Der Auftraggeber nimmt zur Kenntnis, dass die Sendungen des ORF im Ausland weitergesendet werden.

b) Der Auftraggeber hat offenzulegen, ob und welche KI-Systeme zur Erstellung des Werbespots verwendet wurden und verpflichtet sich, die Bestimmungen der KI-VO umzusetzen. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für eine konforme Umsetzung (insb. in Hinblick auf die erforderliche Kennzeichnung von KI-Inhalten) und hält den ORF diesbezüglich schad- und klaglos.

c) Bei Werbespots, in denen Stimmen eingesetzt werden, die Assoziationen zu bestimmten, allgemein bekannten Personen oder Charakteren hervorrufen, ist vom Auftraggeber eine bestätigende schriftliche Erklärung über die Identität der Sprecherin/des Sprechers mit der allgemein bekannten Person beizubringen. Wenn keine Identität der Sprecherin/des Sprechers mit der imitierten Person vorliegt, ist ein schriftlicher Nachweis, dass die imitierte Person mit der Nachahmung oder Verwendung ihrer Stimme zu Werbezwecken einverstanden ist, zu erbringen. Ebenso ist bei sonstigen Imitationen in Bild oder Ton das Einverständnis der imitierten Person oder der Person, die den dargestellten Charakter verkörpert, in schriftlicher Form nachzuweisen.

d) Der ORF ist gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, die rechtliche Zulässigkeit des Inhaltes der Werbespots zu überprüfen. Der ORF behält sich das Recht vor, vorgelegte Bild- und Tonträger auf Verwendbarkeit und Zulässigkeit zu prüfen. Wenn eine Kopie unbrauchbar ist oder eine Ausstrahlung aus anderen Gründen nicht vorgenommen werden kann, wird der ORF den Auftraggeber unter Nennung der Gründe benachrichtigen (siehe auch Punkt 2 c).

e) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass die von ihm beauftragten Werbespots, insbesondere hinsichtlich deren Inhalt, Gestaltung und Mitwirkenden, im Einklang mit Regeln, die diese Mitwirkenden gegenüber Sport oder auch sonstigen Verbänden und Einrichtungen, dem ÖOC oder IOC oder ähnlichen Einrichtungen zu beachten haben, stehen. Den ORF treffen diesbezüglich keine Prüfungspflicht und keine Haftung.

f) Der Auftraggeber hat für die anfallenden Herstellungskosten, einschließlich der Abgeltung sämtlicher Urheber-, Leistungsschutz- und Persönlichkeitsrechte, aufzukommen.

g) Werbespots im ORF dürfen in anderen Werbemedien nur angekündigt werden, wenn ausdrücklich verbal darauf hingewiesen wird, dass die jeweilige Werbespot im Werbe-Fernsehen oder im Werbe-Radio des ORF erfolgt (ist). Formulierungen wie etwa: „Das Österreichische Fernsehen zeigt" oder „Heute Abend im Österreichischen Rundfunk" sind nicht gestattet.

h) Alle Bild- und/oder Tonträger für Radio und Fernsehen, die älter als 12 Monate (ab Erstsendung) sind, werden auf Risiko des Auftraggebers aus dem Archiv des ORF gelöscht. Bei einer neuerlichen Schaltung ist dem ORF vom Auftraggeber der Spot inklusive Unterlagen (siehe Punkt 6) zur Verfügung zu stellen.

i) Der Auftraggeber ist verpflichtet, Werbung, die besonderen Kennzeichnungs- bzw. Hinweisverpflichtungen unterliegt (vgl. Punkt 4 a, c, d, Punkt 7 i, j), gegenüber dem ORF im Spot Upload (unter: Beschreibung) als solche zu deklarieren.

j) Sofern der Auftraggeber § 3a Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) bzw. den dazu ergangenen Richtlinien unterliegt, wird der ORF eine diesen Bestimmungen entsprechende Kennzeichnung des in Auftrag gegebenen Werbespots ausstrahlen. Der Auftraggeber hat die erforderliche Kennzeichnung im korrekten Wortlaut zu integrieren. Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung hinsichtlich der Bekanntgabepflichten und inhaltlichen Anforderungen des MedKF-TG und hat den ORF von allen Ansprüchen, die im Zusammenhang mit der betreffenden Schaltung gegenüber dem ORF geltend gemacht werden könnten, schad- und klaglos zu halten.

8. ÄNDERUNG BZW. WIDERRUF DES AUFTRAGES DURCH DEN ORF

a) Der ORF ist verpflichtet, die mit dem Auftraggeber im Zusammenhang mit der Annahme des Werbeauftrages vereinbarten Sendezeiten einzuhalten, außer in Fällen höherer Gewalt, einer betrieblichen Zwangslage oder bei Anlässen besonderer Aktualität, die eine Änderung des vorgesehenen Programms aus dem erwähnten Anlass zwangsläufig erforderlich machen. In solchen Fällen werden die Werbespots einvernehmlich nachgeholt oder es wird der für die entfallene Sendung bezahlte Betrag inklusive Werbeabgabe und Umsatzsteuer gutgeschrieben bzw. in begründeten Ausnahmefällen rückerstattet. Darüber hinausgehende Ansprüche, insbesondere Schadenersatzansprüche, sind ausgeschlossen.

b) Darüber hinaus behält sich der ORF die Möglichkeit vor, bei sonstigen Programmänderungen oder -verschiebungen von Aufträgen zurückzutreten. Dieses Rücktrittsrecht gilt für jene Werbespots, deren geplanter Ausstrahlungszeitpunkt während oder unmittelbar (15 Minuten) vor oder nach dem Zeitraum des geänderten oder verschobenen Programmteils liegt. Der ORF wird in solchen Fällen seinen Rücktritt vor dem geplanten Ausstrahlungstermin schriftlich bekanntgeben. Der ORF wird sich bemühen, nach Möglichkeit jenen Auftraggebern, die vom Ausfall einer Werbesendung auf Grund einer Programmänderung oder -verschiebung betroffen sind, Angebote für eventuell in diesem Zeitraum geplante Werbespots zu legen. Im Falle des Rücktritts auf Grund von Programmänderungen oder – verschiebungen werden bereits bezahlte Beträge inklusive Werbeabgabe und Umsatzsteuer gutgeschrieben bzw. in begründeten Ausnahmefällen rückerstattet. Darüber hinaus gehende Ansprüche, insbesondere Schadenersatzansprüche, sind ausgeschlossen.

9. ÄNDERUNGEN BZW. RÜCKTRITT DURCH DEN AUFTRAGGEBER

Änderungen des Auftrages und des Einschaltplanes sind bis spätestens zwei Arbeitstage (Redaktionsschluss 9.00 Uhr) vor dem Tag der geplanten Sendung möglich. Spätere Änderungen können aus produktionstechnischen Gründen nicht mehr berücksichtigt werden. Der Rücktritt von einem Auftrag oder von einem Teil desselben durch den Auftraggeber ist bis spätestens sechs Wochen vor dem Sendetermin ohne Verrechnung einer Stornogebühr möglich. Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) zu einem späteren Zeitpunkt, ist vom Auftraggeber Stornogebühr in nachfolgender Höhe zu bezahlen: innerhalb von sechs

Wochen vor dem Sendetermin 10 %, innerhalb von vier Wochen vor dem Sendetermin 30 %, innerhalb von zwei Wochen vor dem Sendetermin 50 %, innerhalb von einer Woche vor dem Sendetermin 100 %. Basis für die Berechnung der Stornogebühr ist der entsprechende Werbepreis (d. h. ohne Abzug von Rabatten = Auftragsbruttosumme) zuzüglich Umsatzsteuer in gesetzlich vorgeschriebener Höhe.

10. HAFTUNG

a) Der Auftraggeber ist verpflichtet die Ausstrahlung der Spots zu prüfen und Reklamationen innerhalb von zwei Monaten ab Ausstrahlung schriftlich anzubringen. Ansprüche, insbesondere aus Gewährleistung, Schadenersatz, einer sonstigen Leistungsstörung oder einer aliud-Leistung, aus späteren Reklamationen sind ausgeschlossen. Überdies ist die Haftung des ORF, außer in Fällen des Vorsatzes, ausgeschlossen.

b) Verstößt eine Werbesendung des Auftraggebers gegen gesetzliche Bestimmungen, Verordnungen oder Standesordnungen bestimmter Berufsgruppen bzw. gegen eine gerichtliche oder behördliche Anordnung, hat der Auftraggeber den ORF bezüglich aller Ansprüche Dritter, Kosten, Aufwendungen, Auslagen, Strafen, vermögenswerter Nachteile etc., die aus oder im Zusammenhang mit der betreffenden Werbesendung gegenüber dem ORF geltend gemacht werden, seien sie zivil-, verwaltungsoder strafrechtlicher Natur, schad- und klaglos zu stellen.

11. WERBEPREISE UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Werbepreise exklusive Werbeabgabe und Umsatzsteuer in gesetzlich vorgeschriebener Höhe – die gemäß Punkt 13 noch dazukommen – werden für Radio und Fernsehen jeweils nach dem neuesten Stand bekannt gegeben. Auch für laufende Aufträge findet der neue Werbepreis mit dem Zeitpunkt seines Inkrafttretens Anwendung. Dem Auftraggeber steht in diesem Fall für Werbeblöcke, deren Preise erhöht wurden, die Möglichkeit eines Rücktritts gemäß Punkt 9 zu, ohne dass in diesem Fall Stornogebühren anfallen. Sämtliche Werbepreise und Zuschläge sind in der jeweils aktuellen Fassung der Tarife auf der Homepage der ORF-Enterprise GmbH & Co KG bzw. der ORF Landesstudio Service GmbH & Co KG veröffentlicht.

12. RABATTE

Der ORF vergibt für Werbeaufträge, die innerhalb eines Kalenderjahres im Radio und im Fernsehen (bundeslandweite Programme) erteilt werden, Rabatte laut jeweils geltendem Tarif, veröffentlicht auf der Homepage der ORF-Enterprise GmbH & Co KG bzw. der ORF Landesstudio Service GmbH & Co KG.

a) Radio

Es werden Mengenrabatte (als Cash-Rabatt) und Rabatte in Form von Spots und Zuschlägen vergeben. Rabatte in Form von Zuschlägen sind so zu verstehen, dass diese Zuschläge nicht verrechnet werden, d.h. der Wert der Zuschläge entspricht somit dem Rabatt. Rabatte in Form von Spots können nur als ganze Spots vergeben werden. Die Aufteilung in Spots und Zuschläge ebenso wie deren Einsatz obliegt der jeweiligen Niederlassung der ORF Landesstudio Service GmbH & Co KG im Auftrag des ORF. Wird der dem Werbekunden zustehende Mengenrabatt fristgerecht (bis zum 20. jeden Monats) schriftlich bei der ORF-Enterprise GmbH & Co KG Verrechnung angemeldet, wird dieser bereits ab dem nächsten Monat berücksichtigt. Nicht angemeldete Mengenrabatte können nur quartalsweise berücksichtigt werden. Die Feststellung des dem Werbekunden tatsächlich zustehenden Mengenrabatts sowie die entsprechende Abrechnung (Gutschrift oder Nachbelastung) erfolgt per 31.12. des betreffenden Kalenderjahres.

b) Konzernrabattierung

Für den Fall gesellschaftsrechtlicher Beteiligung einzelner Werbekunden* untereinander, werden unter folgenden Voraussetzungen Rabatte gewährt: Für die Gewährung einer Konzernrabattierung werden, basierend auf den Bestimmungen des Punktes 12 a), die Auftragssummen nur jener Werbekunden (Mutter, Tochter, Enkel:innen- usw. unternehmen) zusammengerechnet, an welchen – ausgehend gerechnet von einem gemeinsamen Mutterunternehmen – das Mutterunternehmen

mit zumindest 51 % beteiligt ist, dies unabhängig davon, ob sich die prozentmäßige Höhe der Beteiligung insgesamt durch direkte oder indirekte Beteiligung errechnet. Ein und dasselbe Unternehmen kann nur im Rahmen einer Konzernrabattierung, also nur im Rahmen eines bestimmten Unternehmerverbandes begünstigt werden. Die maßgeblichen gesellschaftsrechtlichen Beteiligungsverhältnisse sind von den einzelnen Werbekunden in firmenmäßig gezeichneten und an die ORF-Enterprise GmbH & Co KG gerichteten Schreiben unter Beischließung entsprechender Schriftstücke bis spätestens 31. Dezember des jeweiligen Kalenderjahres nachzuweisen. Wird der Nachweis bis zum 30. Juni (Datum des Poststempels) des jeweiligen Kalenderjahres erbracht, wird die Konzernrabattierung rückwirkend mit dem Datum der Konzernbildung, längstens jedoch mit 1. Jänner des jeweiligen Kalenderjahres gewährt, sonst erst ab 1. Jänner des darauf folgenden Jahres. Änderungen der gesellschaftsrechtlichen Beteiligungsverhältnisse sind der ORF-Enterprise unverzüglich zu melden. Unrechtmäßig konsumierte Konzernrabatte werden fällig und in Rechnung gestellt.

* Darunter sind ausschließlich Anbieter von Produkten oder Dienstleistungen zu verstehen, für die im Radio und Fernsehen Werbeaufträge erteilt werden oder die solche (für sich) selbst erteilen, nicht aber die als Auftraggeber gegenüber dem ORF tätigen Werbemittler.

c) Fernsehen

Rabatte werden als Cash-Rabatte und in Form von Spots vergeben. Rabatte in Form von Spots können nur als ganze Spots vergeben werden. Der dem Werbekunden gesamt zustehende Rabatt ergibt sich aus der Höhe seines verbindlich gebuchten Umsatzvolumens für das betreffende Kalenderjahr zum Ende dieses Kalenderjahres. Das geplante Umsatzvolumen für das betreffende Kalenderjahr muss der ORF-Enterprise spätestens mit der ersten Buchung und in der Folge auch bei unterjährigen Änderungen schriftlich bekannt gegeben werden (=Umsatzanmeldung), damit die für das Kalenderjahr vorläufig zustehende Rabattierung laufend (=kampagnenbegleitend aliquot zum jeweils eingebuchten Umsatzvolumen im Anspruchsmonat) berücksichtigt werden kann. Bei fehlender Umsatzanmeldung wird jener Rabatt gewährt, der sich aus dem zum aktuellen Zeitpunkt verbindlich gebuchten Jahresumsatzvolumen (wobei ausschließlich Fixbuchungen berücksichtigt werden) ableitet. Rabatte, die im Anspruchsmonat auf Wunsch des Werbekunden nicht eingesetzt werden, verfallen. Liegt zum Ende eines Anspruchsmonats eine Übererfüllung seitens des ORF vor, wird die ORF-Enterprise diese in einem der Folgemonate ausgleichen. Ergibt sich während des Kalenderjahres ein höherer Rabattanspruch, wird dieser ab Einlangen der entsprechenden Umsatzanmeldung gewährt. Ergibt sich während des Kalenderjahres ein geringerer Rabattanspruch, wird ab Einlangen der entsprechenden Umsatzanmeldung der Einsatz weiterer Rabatte solange ausgesetzt, bis der bereits erfüllte Rabatt den tatsächlichen Anspruch erreicht. Liegt per 31.12. eines Kalenderjahres eine Rabattübererfüllung seitens des ORF vor, erfolgt der Ausgleich in Form einer Nachbelastung. Sämtliche Rabatte, die nicht innerhalb des betreffenden Kalenderjahres eingesetzt werden, verfallen und werden nicht für das Folgejahr gutgeschrieben.

d) Mittlerrabatte

Mittlerrabatte werden gewerberechtlich berechtigten Werbungsmittlern* unter der Bedingung gewährt, dass diese daraus ihre Kosten decken. Ist dies nicht der Fall (wird z. B. ein Teil des Mittlerrabatts an den Werbekunden weitergegeben), behält sich der ORF die entsprechende Kürzung der Mittlerrabatte vor. Bemessungsgrundlage dieser Mittlerrabatte ist der um allfällige Rabatte verminderte Werbepreis.

* Der Nachweis ist durch Vorlage des Gewerbescheins spätestens mit der ersten Buchung zu erbringen.

13. ABGABEN UND STEUERN

Sämtliche mit dem Abschluss und der Durchführung des Werbeauftrages anfallenden Steuern und sonstigen Abgaben sind vom Auftraggeber zu zahlen. Insbesondere die Werbeabgabe und die Umsatzsteuer in gesetzlich vorgeschriebener Höhe gehen zu Lasten des Auftraggebers und sind dem ORF gleichzeitig mit

dem Werbepreis zu bezahlen. Der ORF ist jedenfalls berechtigt, die Werbeabgabe bzw. Umsatzsteuer vom Auftraggeber vor ihrer Abfuhr an die Finanzbehörde einzuziehen. Auch die zu einem späteren Zeitpunkt durch Abgabenbescheid vorgeschriebene Werbeabgabe oder Umsatzsteuer ist bei Fälligstellung durch den ORF (in Form einer Rechnung) diesem gegen nachträgliche Verrechnung (vgl. Punkt 14) zu akontieren. Die Umsatzsteuer kommt insbesondere zu sämtlichen an den ORF zu erbringenden Gegenleistungen (Werbepreise, Aufwand und Kostenersätze, Werbeabgaben etc.) noch hinzu; sie ist zum selben Zeitpunkt fällig. Gleichermaßen sind dem ORF allfällige Nebenansprüche bezüglich der Werbeabgabe bzw. Umsatzsteuer ungeachtet des Grundes ihrer Entstehung zu ersetzen. Soweit der ORF als gesetzlicher Schuldner der Werbeabgabe bzw. Umsatzsteuer Administrativverfahren bzw. Verfahren vor den Gerichtshöfen öffentlichen Rechts oder europäischen Instanzen (des Europarats oder der EU) im Interesse der Auftraggeber führt, ist er berechtigt, den ihm hierdurch entstandenen Aufwand einschließlich Zinsen dem Auftraggeber anteilig (gemessen am Verhältnis der Auftragswerte abzüglich Rabatte der betroffenen Auftraggeber) nach Feststehen des Aufwandes in Rechnung zu stellen. Die vorstehenden Regelungen dieses Punktes und sonstige, die Werbeabgabe bzw. Umsatzsteuer betreffenden Regelungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbung gelten sinngemäß für der Werbeabgabe bzw. Umsatzsteuer vergleichbare Abgaben, die im Empfangsgebiet außerhalb Österreichs erhoben werden. Soweit eine Überwälzung, Erklärung und Abfuhr der Werbeabgabe in Übereinstimmung mit dem Erlass des Bundesministeriums für Finanzen zur Durchführung des Werbeabgabegesetzes 2000 erfolgt, bewirkt eine solche Vorgangsweise keine (schlüssige) Änderung der Bezug habenden Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbung. Der Auftraggeber bestätigt, dass er Unternehmer im Sinne des österreichischen UStG ist, seinen steuerlichen Sitz an der im Auftrag angeführten Adresse hat und dort sein Unternehmen betreibt. Er bestätigt im Falle eines ausländischen Sitzes zudem, dass die Leistungen ihm mit dem angeführten Sitz zuzurechnen sind und er in Österreich keine Betriebsstätte hat. Der Auftraggeber verpflichtet sich bei Nachfrage eine Bestätigung darüber zu erbringen, dass er als Unternehmer im Sinne des öUStG gilt. Bei Aufnahme erstmaliger Geschäftsbeziehungen mit einem Vertragspartner eines EU-Mitgliedstaates wird dieser dem ORF seine UID Nummer in der Form nachweisen, dass er eine Kopie des gültigen UID Bescheides übermittelt. Sollte sich sein Umsatzsteuerstatus sowie die UID Nummer ändern, wird der Vertragspartner den ORF unverzüglich darüber informieren. Der Auftraggeber verpflichtet sich, für sämtliche mit dem Abschluss und der Durchführung des Werbeauftrages anfallenden Steuern und Abgaben, die er im Weg der Selbstberechnung abzuführen hat („Selbstbemessungsabgaben"), einen geeigneten Nachweis über die Abfuhr der Selbstbemessungsabgabe bereitzuhalten und dem ORF auf Verlangen vorzulegen. Sollte der Auftraggeber im Wege der Selbstberechnung die Steuern und Abgaben abzuführen haben, wird er bei Haftung des ORF für diese Selbstbemessungsabgaben den ORF diesbezüglich schad- und klaglos halten. Zur Schadloshaltung zählen auch die Kosten einer angemessenen Rechtsverteidigung und die Nebengebühren.

14. ZAHLUNG (FÄLLIGKEIT, ZAHLUNGSVERZUG)

Der Werbepreis einschließlich Werbeabgabe und Umsatzsteuer ist nach erfolgter Rechnungslegung, spätestens mit einem Zahlungsziel von 21 Tagen ab Rechnungsdatum (einlangend auf das auf der Rechnung ausgewiesene Konto des ORF), fällig. Die Verrechnung erfolgt monatlich nach Maßgabe der ausgestrahlten Werbespots. Hinsichtlich einer durch Abgabenbescheid vorgeschriebenen Werbeabgabe oder Umsatzsteuer einschließlich Nebenansprüchen gilt ungeachtet einer Akontierung gemäß Punkt 13 als vereinbart, dass der Ersatzanspruch des ORF gegenüber dem Auftraggeber erst mit Rechtskraft des (im Falle erfolgter Aufhebung durch einen Gerichtshof öffentlichen Rechts zeitlich letzten) Abgabenbescheides entsteht. Bei Auftragserteilung an Kunden bzw. Agenturen, die in den vergangenen 36 Monaten keine Buchungen vorgenommen haben, sowie bei bestehenden oder zu erwartenden Zahlungsschwierigkeiten kann der ORF für den Zeitraum von drei Schalt- bzw. Kalendermonaten Zahlungen vor Erfüllung des Auftrags verlangen. Erfolgt die Vorauszahlung nicht fristgerecht (bis zehn Tage vor Erstausstrahlung), gilt der

Auftrag als storniert. Zusätzlich zu den Rechtsfolgen des Punktes 9 ist der Auftraggeber jedenfalls verpflichtet, dem ORF jeglichen daraus entstandenen Einnahmenentgang zu ersetzen. Bei verspäteter Zahlung werden Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe in Anrechnung gebracht. Bei Zahlungsverzug bzw. unpünktlicher Zahlung ist der ORF berechtigt, die Ausstrahlung aller weiteren Werbespots einzustellen und vom Auftrag zurückzutreten. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, den Forderungen des ORF Gegenforderungen entgegenzuhalten (Kompensationsausschluss), es sei denn, diese wurden vom ORF zuvor schriftlich anerkannt oder rechtskräftig gerichtlich festgestellt. Allfällige Mahnspesen gehen zu Lasten des Auftraggebers. Die Bestimmungen der Punkte 9 und 13 gelten gegenüber Vorstehendem nur subsidiär.

15. ORF-AWARDS

Spots, die erstmals im Bewertungszeitraum im ORF-Fernsehen oder im ORF-Radio ausgestrahlt werden, sind für die ORF AWARDS teilnahmeberechtigt. Der Bewertungszeitraum wird jährlich neu definiert und ist den jeweils aktuellen Teilnahmebedingungen (veröffentlicht unter enterprise.ORF.at/awards) zu entnehmen.

16. SCHLUSSBESTIMMUNGEN

Erfüllungsort ist Wien. Es gilt österreichisches Recht. Als Gerichtsstand wird das sachlich zuständige, die Handelsgerichtsbarkeit ausübende Gericht in Wien vereinbart. Der Auftraggeber (Werbemittler oder Werbekunde) hat den ORF wegen sämtlicher Ansprüche Dritter in Zusammenhang mit einem nach diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen erteilten Auftrag schad- und klaglos zu halten. Dazu zählen auch die Kosten der Rechtsverteidigung. Sollten einzelne Bestimmungen unwirksam oder undurchführbar sein oder werden, so berührt dies die Gültigkeit der übrigen Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht. Unwirksame oder undurchführbare Bestimmungen werden durch neue Bestimmungen ersetzt, die der in den unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmungen enthaltenen Regelung in rechtlich zulässiger Weise gerecht wird. Entsprechendes gilt für Regelungslücken. Der ORF und der Auftraggeber verpflichten sich zur Behebung der Lücke auf eine Art und Weise hinzuwirken, die dem am nächsten kommt, was sie nach Sinn und Zweck des Auftrags bestimmt hätten, wenn der Punkt bedacht worden wäre. Änderungen und/oder Ergänzungen eines erteilten Auftrags bedürfen zu ihrer Rechtswirksamkeit der Schriftform. Mündliche Nebenabreden wurden nicht getroffen. Die Geschäftsbedingungen für Werbung gelten bis auf Widerruf durch den ORF. Der Auftraggeber anerkennt deren Geltung jedenfalls durch die Ermöglichung der Durchführung der Werbesendung seitens des ORF, indem er die insbesondere in den Punkten 5 und 7 geregelten Vorleistungen seinerseits erbringt. Der ORF behält sich das Recht vor, diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen jederzeit zu ändern. Im Falle einer solchen Änderung sind auch für Aufträge, die im Zeitpunkt der Änderung erteilt aber nicht (komplett) abgewickelt sind, die jeweils zum Zeitpunkt der einzelnen Ausstrahlung geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich.

Die jeweils aktuelle Fassung der AGB finden Sie immer auf der Homepage der ORF-Enterprise GmbH & Co KG unter enterprise.ORF.at bzw. der Homepage der ORF Landesstudio Service GmbH & Co KG (unter werbenmal9.ORF.at).