



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN ORF TELETEXT

GÜLTIG AB: 01.01.2018

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR WERBUNG IM ORF TELETEXT (Gültig ab 01.01.2018)

Der Österreichische Rundfunk (ORF) führt nach den Bestimmungen des ORF-Gesetzes und den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbung im ORF TELETEXT in der jeweils gültigen Fassung Werbeaufträge für Schaltungen im ORF TELETEXT durch.

1. ALLGEMEINES

a) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle entgeltlichen Werbeschaltungen im ORF TELETEXT (im Folgenden kurz „TELETEXT“). Als „Schaltung“ wird die Veröffentlichung eines Werbemittels auf den Seiten des TELETEXT bezeichnet. Ein „Werbemittel“ i. S. der nachfolgenden Bestimmungen ist eine vom Auftraggeber gebuchte Darstellung auf den Seiten des TELETEXT. Ein bestimmter Erfolg der Schaltung wird nicht gewährleistet.

Die Werbeflächen im TELETEXT stehen für wahrheitsgemäße Ankündigungen wirtschaftlicher Art (Wirtschaftswerbung) oder zur Unterstützung einer Sache oder Idee (ideelle Werbung) zur Verfügung.

Werbung darf nicht irreführen und/oder den Interessen der Verbraucher/innen 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, des Medien- (Straf)rechtes, des Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetzes, des Arzneimittelgesetzes, des Chemikaliengesetzes, des Markenschutzgesetzes, des Musterschutzgesetzes, des Patentschutzgesetzes, des Urheberrechtsgesetzes, jeweils in der geltenden Fassung, beachtet werden.

b) Politische Werbung

Für die Vergabe von Werbeflächen für politische Werbung sind zusätzlich die Rahmenbedingungen für politische Werbung in der jeweils gültigen Fassung, veröffentlicht unter enterprise.ORF.at, zu beachten.

c) Ideelle Werbung von öffentlichen Einrichtungen wird in den sechs Wochen vor Nationalratswahlen, Landtagswahlen, Wahlen zum Europäischen Parlament, der Wahl des/der Bundespräsidenten/in 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 Inter-

essensvertretungen, der Österreichische Gewerkschaftsbund und die Vereinigung der österreichischen Industrie.

2. BUCHUNGSABWICKLUNG

Aufträge zur Schaltung von Werbung im TELETEXT werden von der ORF-Enterprise GmbH & Co KG (im Folgenden kurz „ORF-E“) im Auftrag des Österreichischen Rundfunks (im Folgenden kurz „ORF“) entgegengenommen.

a) Die Aufträge und Terminwünsche werden umgehend auf die Verfügbarkeit der gewünschten Werbeflächen geprüft und in Form einer schriftlichen Auftragsbestätigung dem Auftraggeber zugeleitet. Sie werden erst nach schriftlicher Annahme durch den Auftraggeber rechtsverbindlich. Neben- oder Änderungsabreden bedürfen ebenfalls der Schriftform. Das Formerfordernis der Schriftlichkeit wird durch E-Mail erfüllt.

b) Aufträge werden nur für namentlich bezeichnete Unternehmen bei gleichzeitiger Angabe der Marke, des Produktes bzw. der Dienstleistung, 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 11) 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 Werbeschaltung geschuldete Gegenleistung nicht an den ORF erbringt.

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

d) Alle Aufträge, die zum jeweiligen Buchungstermin vorliegen, werden bei der Terminplanung der Werbeschaltungen gleichrangig behandelt.

e) Aufträge für Werbung im TELETEXT werden innerhalb eines Kalenderjahres abgewickelt.

- f) Der ORF verpflichtet sich zu technisch einwandfreien Werbeschaltungen. Für die Empfangsqualität übernimmt er keine wie immer geartete Haftung.

3. BESCHRÄNKUNGEN

Jede Art von Werbung, die aufgrund gesetzlicher Bestimmungen (wie z.B. aber nicht abschließend aufgrund der Bestimmungen des ORF-Gesetzes oder des Mediengesetzes in der jeweils geltenden Fassung), Verordnungen oder Standesordnungen bestimmter Berufsgruppen bzw. gerichtlicher oder behördlicher Anordnung unzulässig ist, hat der Auftraggeber zu unterlassen.

Ausgeschlossen ist/sind insbesondere:

- 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 Inhalt sowie Werbung, die religiöse 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) Werbung, in der Angestellte und/oder freie Mitarbeiter/innen des ORF mitwirken, sofern die Zustimmung zur Mitwirkung nicht vorher vom ORF ausdrücklich erklärt wurde;
- n) Heiratsanzeigen, Anzeigen über privaten Geldverleih;
- o) Werbung, die rechtswidrige Praktiken fördert;
- p) Werbung, die irreführt und den Interessen der Verbraucher schadet;

- q) Werbung, die, insbesondere unter den gegebenen äußeren Umständen, den Anstand verletzt;
- r) Werbung, die die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigt.

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 des des/der Bundesministers/in für Gesundheit möglich. Allfällige behördliche Genehmigungen für die Zulassung der Werbetexte sind den Aufträgen 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 Werbung ist es untersagt zu werben mit:

- I. Gutachten, Zeugnissen, wissenschaftlichen oder fachlichen Veröffentlichungen;
- II. Angaben, dass das Heilmittel (Produkt) ärztlich oder klinisch empfohlen oder geprüft ist;
- III der Wiedergabe von Krankheitsgeschichten;
- IV der bildlichen Darstellung von krankheitlichen Veränderungen des Körpers unter Mitwirkung eines Arzneimittels durch vergleichende Darstellungen des Körperzustandes vor und nach der Anwendung;
- V Werbeaussagen, die geeignet sind, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen.

Gemäß § 52 Abs 2 Arzneimittelgesetz muss Werbung für rezeptfreie Arzneimittel durch den Hinweis „Über Wirkung und mögliche unerwünschte Wirkung informieren Gebrauchsinformation, Arzt oder Apotheker“ ergänzt werden. Dieser Hinweis wird zur Werbung hinzugerechnet und unterliegt denselben Tarifbestimmungen wie die Werbung 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. Der Biozid-Produkte-Hinweis wird zur Werbung hinzugerechnet und unterliegt denselben Tarifbestimmungen wie die Werbung 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, dem ORF rechtzeitig mitzuteilen, ob bzw. unter welchen Auflagen oder Beschränkungen ein Produkt oder eine Dienstleistung beworben werden darf und ob bzw. welche Gefahrenhinweise, Sicherheitsratschläge oder Ähnliches mit veröffentlicht werden müssen. Ein solcher Hinweis wird zur Werbung hinzugerechnet und unterliegt denselben Tarifbestimmungen wie die Werbung selbst.
- e)** Alkoholwerbung: Jedwede Alkoholwerbung im Zusammenhang mit Kindern, Jugendlichen oder Kraftfahrern ist verboten. In der Alkoholwerbung ist jede nicht-produktbezogene argumentierende Werbung 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.** Die Werbung 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. Enthaltensamkeit 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, Lehrer/innen und anderen Vertrauenspersonen haben;

IV. Sie darf Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen;

V. Werbung im Umfeld von Inhalten, die sich an unmündige Minderjährige richten, ist unzulässig. Im Übrigen gelten für die Gestaltung derartiger Werbemittel sinngemäß die Internationalen Verhaltensregeln für die Werbepaxis.

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, Werbung wegen ihres Inhaltes nicht zur Schaltung in jedem redaktionellen Umfeld und zu jeder Uhrzeit, sondern erst zur Schaltung zu einer späteren Tageszeit anzunehmen.

j) Bei der Gestaltung der Werbung ist auf das Erscheinungsbild des Mediums Rücksicht zu nehmen, in dem die betreffende Werbung geschaltet werden soll. Vor allem muss der Zeitgeist des jeweiligen Mediums mitberücksichtigt sein. Werbung in Fremdsprachen bedarf einer Abstimmung mit dem ORF.

k) Der ORF behält sich vor, Werbemaßnahmen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht zu schalten (einschließlich des sofortigen Stopps einer bereits laufenden Werbekampagne). Der ORF kann aus diesem Grund sowohl die Annahme eines Werbeauftrages ablehnen als auch von rechtsverbindlich angenommenen Aufträgen zurücktreten.

l) Der Stiftungsrat kann weitere inhaltliche Beschränkungen festlegen.

5. TERMINE

Aufträge müssen spätestens zwei Arbeitstage (Montag bis Freitag) vor dem ersten Schalttermin erteilt werden. Die Werbemittel müssen vor Erstschaltung vom Auftraggeber abgenommen werden.

6. INHALT UND DURCHFÜHRUNG

- a) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit der Werbeschaltungen und erklärt, den ORF von allen Ansprüchen, die im Zusammenhang mit der betreffenden Werbeschaltung 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 Veröffentlichung 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 Werbeschaltung 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 ORF hat das Recht aber nicht die Pflicht, den Inhalt der Werbung zu prüfen. Der ORF ist berechtigt, Werbung bzw. Werbeinhalte, die rechtswidrigen Inhalt aufweisen bzw. Hinweise enthalten, die auf rechtswidrige Inhalte verweisen, unverzüglich und ohne Vorankündigung einzustellen bzw. einstellen zu lassen. Dem Auftraggeber erwachsen in diesem Fall keinerlei Ansprüche gegenüber dem ORF.
- c) Der Auftraggeber hat für die Kosten sämtlicher in diesen AGB vereinbarten Nutzungen, einschließlich der Abgeltung sämtlicher Urheber-, Leistungsschutz- und Persönlichkeitsrechte, aufzukommen.
- d) Der Auftraggeber ist verpflichtet, Werbung, die besonderen Kennzeichnungs- bzw. Hinweisverpflichtungen unterliegt (vgl. Punkt 4.1., 4.3., 4.4. und 6.5.), gegenüber dem ORF auf der Auftragsbestätigung als solche zu deklarieren.
- e) Sofern der Auftraggeber § 3a Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) bzw. den dazu ergangenen Richtlinien unterliegt, wird der ORF eine Kennzeichnung der in Auftrag gegebenen Werbeschaltung mit den Worten „entgeltliche Einschaltung“ oder „bezahlte Anzeige“ mitveröffentlichen. Der Auf-

traggeber hat eine solche Kennzeichnung deutlich sichtbar 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.

- f) Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass die von ihm beauftragte Werbung, 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.

7. ÄNDERUNG UND WIDERRUF DES AUFTRAGS DURCH DEN ORF

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

8. RÜCKTRITT DURCH DEN AUFTRAGGEBER

Der Rücktritt von einem Auftrag oder von einem Teil desselben durch den Auftraggeber ist bis spätestens eine Woche vor dem Schalttermin ohne Verrechnung einer Stornogebühr möglich. Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) innerhalb der einen Woche vor dem Schalttermin bzw. während der Werbeschaltung, so ist vom Auftraggeber die volle Auftragsbruttosumme zu bezahlen. Die direkte Weitergabe von Schaltterminen durch einen Auftraggeber ist unzulässig.

9. HAFTUNG

- a) Der Auftraggeber ist verpflichtet die Schaltung zu prüfen und Reklamationen innerhalb von zwei Monaten ab Schaltung schriftlich anzubringen. Ansprüche (z. B. aus Verschulden bei Vertragsabschluss, aus positiver Vertragsverletzung, wegen Verzug, wegen Unmöglichkeit der Leistung, wegen Mangelfolgeschäden oder wegen unerlaubter Handlungen), insbesondere jegliche Art

von Schadenersatzansprüchen, Gewährleistung, einer sonstigen Leistungsstörung oder einer aliud-Leistung, des Auftraggebers gegen den ORF aus späteren Reklamationen sind ausgeschlossen. Überdies ist eine Haftung des ORF außer in Fällen des Vorsatzes, ausgeschlossen.

- b) Obwohl der ORF alle Anstrengungen unternimmt, um selbst die Genauigkeit und Verlässlichkeit seiner Dienste zu gewähren, erkennt der Auftraggeber an, dass der ORF nicht für Verluste oder Schäden in Anspruch genommen werden kann, die auf Unterbrechungen, Ungenauigkeiten, Unterlassungen, Datenverlust oder Verzögerungen bei der Lieferung zurückzuführen sind.
- c) Verstößt eine Werbeschaltung des Auftraggebers gegen gesetzliche Bestimmungen 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 Werbeschaltung gegenüber dem ORF geltend gemacht werden, seien sie zivil-, verwaltungs- oder strafrechtlicher Natur, schad- und klaglos zu stellen.

10. TARIFE UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Werbepreise exklusive Werbeabgabe und Umsatzsteuer in gesetzlich vorgeschriebener Höhe – die gemäß Punkt 12 noch dazukommen – werden 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 die Möglichkeit zum Rücktritt gemäß Punkt 8 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-E veröffentlicht, abrufbar unter enterprise.ORF.at.

Der Werbepreis ist nach erfolgter Rechnungslegung, spätestens mit einem Zahlungsziel von 21 Tagen ab Rechnungsdatum (einlangend auf das in der Rechnung ausgewiesene Konto des ORF), fällig. Die Verrechnung erfolgt monatlich nach Maßgabe der durchgeführten Werbeschaltungen. Bei Auftragserteilung an Neukunden/-agenturen sowie bei bestehenden oder zu erwartenden Zahlungsschwierigkeiten kann der ORF 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 8 ist der Auftraggeber jedenfalls verpflichtet, dem ORF jeglichen daraus entstandenen Einnahmenentgang zu ersetzen.

Unter Neulunden/-agenturen sind Auftraggeber zu verstehen, die in den vergangenen 36 Monaten keine Buchung im ORF Teletext vorgenommen haben.

Bei verspäteter Zahlung werden Verzugszinsen in gesetzlicher Höhe in Anrechnung gebracht. Bei Zahlungsverzug bzw. unpünktlicher Zahlung ist der ORF berechtigt, alle weiteren Werbeschaltungen 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.

11. RABATTE

a) Der ORF vergibt für Werbeaufträge, die innerhalb eines Kalenderjahres im ORF Teletext erteilt werden, Rabatte laut jeweils geltendem Tarif.

b) *Mittlerrabatte (Agenturprovision)*

Mittlerrabatte werden gewerberechtlich berechtigten Werbemittlern* 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

12. ABGABEN UND STEUERN

Sämtliche mit dem Abschluss und der Durchführung des Werbeauftrages anfallenden Steuern und sonstigen Abgaben sind vom Auftraggeber zu zahlen. Insbesondere die Umsatzsteuer geht zu Lasten des Auftraggebers und ist dem ORF gleichzeitig mit dem Werbepreis zu bezahlen. Der ORF ist jedenfalls berechtigt, die Umsatzsteuer vom Auftraggeber vor ihrer Abfuhr an die Finanzbehörde einzuziehen. Auch die zu einem späteren Zeitpunkt durch Abgabenbescheid vorgeschriebene Umsatzsteuer ist bei Fälligkeit durch den ORF (in Form einer Rechnung) diesem gegen nachträgliche Verrechnung zu akontieren. Die Umsatzsteuer kommt insbesondere zu sämtlichen an den ORF zu erbringenden Gegenleistungen (Werbepreise, Aufwands- und Kostenersätze etc.) noch hinzu; sie ist zum selben Zeitpunkt fällig. Gleichmaßen sind dem ORF allfällige Nebenansprüche bezüglich der Umsatzsteuer ungeachtet des Grundes ihrer Entstehung zu ersetzen. Soweit der ORF als gesetzlicher Schuldner der Umsatzsteuer Administrativverfahren bzw. Verfahren vor den Gerichts-

höfen 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 aller Rabatte der betroffenen Auftraggeber) nach Festsetzen des Aufwandes in Rechnung zu stellen. Die vorstehenden Regelungen dieses Punktes und sonstige, die Umsatzsteuer betreffenden Regelungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß für der Umsatzsteuer vergleichbare Abgaben, die im Empfangsgebiet außerhalb Österreichs erhoben werden. Hinsichtlich einer durch Abgabenbescheid vorgeschriebenen Umsatzsteuer einschließlich Nebenansprüchen gilt ungeachtet einer Akontierung als vereinbart, dass der Ersatzanspruch des ORF gegenüber dem Auftraggeber erst mit Rechtskraft des (im Falle erfolgter Aufhebung durch einen Gerichtshof öffentlichen Rechts: des zeitlich letzten) Abgabenbescheides entsteht.

Der Auftraggeber bestätigt, dass er Unternehmer im Sinne des öUStG ist, seinen steuerlichen Sitz an der im Auftrag angeführten Adresse hat und die Leistungen ihm mit dem angeführten Sitz zuzurechnen sind. 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.

13. 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.

Diese Geschäftsbedingungen gelten bis auf Widerruf durch den ORF. Der Auftraggeber anerkennt deren Geltung jedenfalls durch die Ermöglichung der Durchführung der Werbeschaltung seitens des ORF, indem er die insbesondere in Punkt 6 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 Schaltung geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich.

Die jeweils aktuelle Fassung der AGB finden Sie immer auf der Homepage der ORF-Enterprise unter enterprise.ORF.at.