



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR BEITRÄGE IM DIENST DER ÖFFENTLICHKEIT

GÜLTIG AB: 01.06.2020

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR BEITRÄGE IM DIENST DER ÖFFENTLICHKEIT (GÜLTIG AB: 01.06.2020)

Der Österreichische Rundfunk (im Folgenden kurz „ORF“) strahlt in seinen TV- und Radioprogrammen nicht nur kommerzielle Werbung für Produkte, Unternehmen und Dienstleistungen aus, sondern ist auch eine Plattform für die Kommunikation öffentlicher, sozialer und sonstiger gesellschaftlicher Anliegen (Social-PR-Aktionen). Darüber hinaus können für derartige Anliegen auch Schaltungen auf ORF.at vorgenommen werden. Unter Social-PR-Aktionen sind kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken sowie Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit zu verstehen. Letztere werden durch diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen geregelt, für kostenlose Spendenaufrufe bestehen eigene Regelungen.

Grundsätzlich gelten auch für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit die Bestimmungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbesendungen bzw. für Werbung auf ORF.at in der jeweils aktuellen Fassung sinngemäß. Der ORF behält sich das Recht vor, diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit 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 bzw. Schaltung geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich. Darüber hinaus werden für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit folgende spezielle Regelungen festgehalten:

1. ALLGEMEINES

Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit müssen einen überwiegenden Informationscharakter aufweisen (z. B. Information über Neuerungen, Probleme, Missstände, Gefahren, über Verbesserungs- und Lösungsvorschläge und Standpunkte des Auftraggebers).

Bei Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit stehen daher nicht kommerzielle, sondern gesellschaftliche Interessen im Dienst der Öffentlichkeit im Vordergrund. Das können Anliegen des Umweltschutzes, der Gesundheitsvorsorge, der Verkehrssicherheit, des Verbraucherschutzes oder allgemeine soziale oder gemeinnützige Anliegen sein. Mit Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit werden Sachinformationen bereitgestellt, aus denen die Allgemeinheit oder auch nur eine anhand genereller Kriterien bestimmbar Personengruppe einen gewissen persönlichen Nutzen ziehen kann, indem auf ein gemeinnütziges Angebot hingewiesen wird oder Verhaltensweisen nahegelegt werden,

deren Einhaltung der Allgemeinheit oder den beschriebenen Personengruppen in irgendeiner Weise mittelbar oder unmittelbar zum Vorteil gereichen soll.

Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit dürfen nicht darauf ausgerichtet sein, die Nachfrage nach Produkten oder Dienstleistungen zu steigern oder Konsumenten zum Kauf anzuregen. Sie dürfen auch nicht Wirtschaftsunternehmen in werblicher Form darstellen. Kommuniziert werden dürfen nur solche Themen, die öffentliche Anliegen transportieren, auf Missstände aufmerksam machen und/oder Verbesserungen bewirken. Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit dürfen keine parteipolitische Werbung beinhalten.

Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit werden nur für die im Punkt 5 genannten Auftraggeber ausgestrahlt/geschaltet.

2. ANNAHME, DURCHFÜHRUNG UND TERMINE

Der ORF entscheidet aufgrund der zeitgerechten (mindestens zwei Wochen im Voraus) Vorlage eines sendefertigen Konzeptes inklusive eines beigefügten Treatments (Text, Storyboard), ob der Spot/Banner als Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit eingesetzt werden kann. Der Auftraggeber hat dem ORF geeignete, inhaltlich den gesetzlichen Bestimmungen entsprechende Bild- und Tonträger zu übergeben (es gelten die entsprechenden Bestimmungen der AGB für Werbesendungen sowie ORF.at sinngemäß).

Die Kampagnendauer für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit ist mit maximal drei Monaten, die Anzahl der täglichen Sendungen/Schaltungen mit maximal sechs limitiert. Der Auftraggeber ist in der Platzierung von Beiträgen im Dienst der Öffentlichkeit an die beim ORF aktuell vorhandenen Möglichkeiten gebunden. Tandem-Spots sind im Rahmen eines Beitrages im Dienst der Öffentlichkeit nicht durchführbar.

Spezielle Terminwünsche des Auftraggebers werden nach Maßgabe der Verfügbarkeit dieser Termine vom ORF berücksichtigt. Im Radio bestehen für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit nur begrenzte Verfügbarkeiten.

Der ORF behält sich vor, im Einzelfall Terminverschiebungen vorzunehmen.

Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit werden nicht unmittelbar vor oder nach Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen ausgestrahlt.

3. PREISE

Die jeweils aktuellen Tarife für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit sind auf der Homepage der ORF-Enterprise veröffentlicht, abrufbar unter enterprise.ORF.at.

Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit können der Werbeabgabe unterliegen, eine generelle Befreiung solcher Beiträge von der Werbeabgabe besteht nicht. Es obliegt daher dem Auftraggeber, eine allfällige Pflicht zur Entrichtung der Werbeabgabe vorab zu klären. Im Übrigen gelten die Bestimmungen des Punktes 14. „Abgaben und Steuern“ der Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Werbesendungen Radio- und Fernsehwerbung in den österreichweiten Programmen.

4. KENNZEICHNUNG DES BEITRAGES

IM DIENST DER ÖFFENTLICHKEIT

TV: Jeder Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit ist durch die Voranstellung eines Social Bumpers eindeutig als solcher zu kennzeichnen. Der Social Bumper wird vom ORF bereitgestellt und entsprechend platziert.

Radio: Jeder Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit ist durch die Voranstellung eines Social Sounders eindeutig als solcher zu kennzeichnen. Jeder Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit ist vom Auftraggeber inklusive des Social Sounders beim ORF anzuliefern. Der Social Sounder ist auf der Homepage der ORF-Enterprise unter enterprise.ORF.at abrufbar.

Online: Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit, die in Form von Spots (TV oder Radio) geschaltet werden, sind entsprechend der in diesem Punkt zu „TV“ bzw. „Radio“ angeführten Gestaltungsrichtlinien zu kennzeichnen. Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit, die in Form von Bannern geschaltet werden, sind mit einem Social Pointer zu kennzeichnen. Der Social Pointer ist vom Auftraggeber am oberen Rand im Werbemittel zu platzieren. Der Social Pointer ist auf der Homepage der ORF-Enterprise unter enterprise.ORF.at abrufbar.

5. AUFTRAGGEBER

5.1. Einschaltungen für öffentliche Einrichtungen

a) Der Kreis der Auftraggeber ist beschränkt auf Rechtsträger, die aufgrund eines gesetzlichen Auftrags mit Aufgaben der Verwaltung betraut sind, die Österreichische Hochschulinnenschaft, die gesetzlichen

beruflichen Interessensvertretungen, den Österreichischen Gewerkschaftsbund und die Vereinigung der österreichischen Industrie.

- b) Einschaltungen sind auf Themen beschränkt, die den gesetzlichen bzw. statuarischen Wirkungsbereich des Auftraggebers betreffen, gesellschaftliche Relevanz haben und für das angesprochene Publikumssegment von Belang sind.
- c) Keine Einschaltungen werden in den sechs Wochen vor Nationalratswahlen, Landtagswahlen, Wahlen zum Europäischen Parlament, der Wahl der Bundespräsidenten und vor Volksabstimmungen, Volksbefragungen und Volksbegehren vorgenommen. Diese Einschränkung gilt nicht für Einschaltungen, die kein politisches Thema berühren (z.B. Informationen über Sicherheitsmerkmale einer Banknote).

5.2. Einschaltungen für sonstige Einrichtungen

- a) Der Kreis der Auftraggeber ist auf juristische Personen und Personenvereinigungen beschränkt, die anerkanntermaßen gemeinnützige gesellschaftliche Ziele insbesondere auf dem Gebiet der Bildung und Wissenschaft, der Gesundheit und Unfallverhütung, des Natur-, Tier- und Umweltschutzes, der Kultur, der Entwicklungszusammenarbeit und der sozialen Integration vertreten.
- b) Einschaltungen sind auf Themen beschränkt, die gesellschaftliche Relevanz haben.

5.3. Kennzeichnung des Auftraggebers

Der Auftraggeber eines Beitrages im Dienst der Öffentlichkeit ist zwingend am Ende des Spots eindeutig in Wort und/oder Bild zu benennen. Während der Gesamtdauer der Kennzeichnung ist keinerlei musikalische Untermalung oder die Verwendung sonstiger Geräusche oder Töne zulässig. Dabei ist die offizielle Bezeichnung (z.B. Name, Firma oder gesetzliche Bezeichnung) des Auftraggebers im ungekürzten und vollen Wortlaut gemäß Firmenbuch, Vereinsregister, gesetzlicher Bestimmungen und dergleichen zu benutzen. Die bildliche (= schriftliche) Darstellung der jeweiligen Bezeichnung ist zwar ausreichend, jedoch genügt in diesem Zusammenhang die Verwendung bloß eines Logos nicht. Die zusätzliche Verwendung von Logos ist möglich. Bei jedem Beitrag im Dienst der Öffentlichkeit muss als Auftraggeber die dahinter stehende Einrichtung als solche auftreten, nicht jedoch Vertreter oder Repräsentanten dieser Einrichtung. Zulässig ist beispielsweise die Bezeichnung „das Bundesministerium“, hingegen ist die Bezeichnung „der/die Bundesministerin“ unzulässig.

a) Formulierung im TV

Eine entgeltliche Information der/des ... unter Beifügung der Bezeichnung des Organs des Auftraggebers. Die Kennzeichnung erfolgt für die Dauer von mindestens drei Sekunden und wird zur Spotlänge hinzugerechnet.

b) Formulierung im Radio

Formulierung wie im TV. Die Kennzeichnung erfolgt in üblicher Sprechgeschwindigkeit und wird zur Spotlänge hinzugerechnet.

c) Formulierungen für Online

bei abrufbaren Spots aus TV oder Radio:

Kennzeichnung wie im TV oder Radio.

bei Bannerschaltungen:

entgeltliche Einschaltung oder bezahlte Anzeige, jeweils unter Beifügung der Bezeichnung des Auftraggebers oder des Organs des Auftraggebers. Die Kennzeichnung erfolgt am unteren Rand im Werbemittel.

6. ORF-AWARDS

Spots und Display-Werbeformen, die erstmals im Bewertungszeitraum im ORF-Fernsehen oder im ORF-Radio ausgestrahlt oder im ORF.at-Netzwerk geschaltet 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.

7. BESCHRÄNKUNGEN

Einschaltungen sind ausgeschlossen, die

- politische Parteien oder Politiker vorstellen
- zu einem bestimmten Wahl- oder Abstimmungsverhalten oder einer Teilnahme an Kundgebungen auffordern,
- religiösen Charakter haben,
- als kommerzielle Werbung anzusehen sind,
- offenkundig unrichtige Tatsachenangaben enthalten,
- Gestaltungselemente enthalten, die eine Verwechselbarkeit mit Sendungen des ORF begründen,
- den allgemeinen Anforderungen für Werbesendungen nicht entsprechen.

Einschaltungen in Fremdsprachen bedürfen einer Abstimmung mit dem ORF. **Die jeweils aktuelle Fassung der AGB finden Sie immer auf der Homepage der ORF-Enterprise unter enterprise.ORF.at.**