



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR WERBUNG AUF ORF.AT

GÜLTIG AB: 01.05.2023

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN FÜR WERBUNG AUF ORF.AT (GÜLTIG AB: 22. 11. 2022)

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

1. ALLGEMEINES

- a)** Die Werbung auf ORF.at 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 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 die Vergabe von Werbeflächen für politische Werbung sind die Rahmenbedingungen für politische Werbung auf ORF.at 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 Interessensvertretungen, der Österreichische Gewerkschaftsbund und die Vereinigung der österreichischen Industrie.

2. BUCHUNGSABWICKLUNG

- a)** Aufträge für Werbung auf ORF.at werden von der ORF-Enterprise GmbH & Co KG im Auftrag des ORF entgegengenommen.
Buchungen bzw. Reservierungen können in Form von Platzierungen und/oder dynamischen Schaltungen vorgenommen werden:
 - I.** Bei Platzierungen werden die Werbemittel fix auf der/den vereinbarte/n Seite/n auf ORF.at (Frontpage, Subsites) positioniert und erscheinen somit bei jedem Aufruf dieser gebuchten Seite/Seiten bis zur Erreichung der vereinbarten AdImpressions.

II. Dynamische Werbeschaltungen werden gleichmäßig über die gewünschte/n Seite/n von ORF.at verteilt und erscheinen bis zum Erreichen der vereinbarten AdImpressions.

- b)** Buchungsabwicklung Platzierungen Frontpage:
An den ORF übermittelte Buchungsanfragen werden seitens des ORF umgehend bearbeitet und in Form eines Angebotes an den Auftraggeber übermittelt.
- c)** Reservierungsanfragen Platzierungen Frontpage:
Für die Frontpage von ORF.at können neben Buchungen auch Reservierungen vorgenommen werden. Davon ausgenommen ist die jährliche Buchungseröffnung in der Zeit von 9:00 bis 10:00. An diesem Tag (Termin abrufbar unter enterprise.ORF.at) können in der angegebenen Zeitschiene ausschließlich Buchungen getätigt werden. An den ORF übermittelte Reservierungsanfragen werden seitens des ORF umgehend bearbeitet. Bei Verfügbarkeit informiert der ORF über die vorgenommene Reservierung sowie über die Reihung der Reservierung (die Reihung erfolgt nach dem Zeitpunkt des Einlangens der Reservierungsanfrage-„first come, first serve“).
Sofern eine Buchungsanfrage für einen reservierten Termin an den ORF herangetragen wird, wird der erstgereichte Werbekunde bzw. Werbungsmittler darüber informiert und hat die Möglichkeit, die Reservierung binnen drei Arbeitstagen vorzeitig in eine Buchung umzuwandeln. Sofern von dieser Option kein Gebrauch gemacht wird, erlischt seine Reservierung.
Erstgereichte Reservierungen werden acht Wochen vor dem Schalttermin in Buchungen umgewandelt. Der ORF informiert über eine solche bevorstehende Umwandlung fünf Wochentage vor Umwandlung. Sofern der Werbekunde von seiner kostenfreien Rücktrittsmöglichkeit keinen Gebrauch macht findet – ohne weitere Rücksprache – die Umwandlung in eine Buchung statt.
- d)** Buchungsabwicklung Platzierungen Subsites und dynamische Werbeschaltungen:
An den ORF übermittelte Buchungswünsche werden seitens des ORF umgehend bearbeitet und in Form eines Angebotes an den Auftraggeber übermittelt.
- e)** Buchungen auf ORF.at werden nach Bestätigung durch den Auftraggeber rechtsverbindlich (Auftrag). 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.

- f) Buchungsanfragen für die Startseite von ORF.at (Frontpage) werden erst ab Buchungseröffnung (Termin abrufbar unter enterprise.ORF.at) für das folgende Kalenderjahr (01.01.–31.12.) entgegengenommen. Alle übrigen Seiten von ORF.at können laufend gebucht werden.
- g) 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 zu schalten. In diesen Fällen werden die Gründe der Ablehnung dem Auftraggeber mitgeteilt.
- h) Aufträge für Werbung werden innerhalb eines Kalenderjahres abgewickelt.

3. BESCHRÄNKUNGEN

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, die sich eines „Aufhängers“ bedient, der offiziellen Rundfunkmitteilungen, Katastrophenmeldungen und Notrufen vorbehalten bleiben muss (z. B. „Sondersendung anlässlich ...“ usw.);
- n) Werbung, in der Angestellte oder freie Mitarbeiter/innen des ORF mitwirken, sofern die Zustimmung zur Mitwirkung nicht vorher vom ORF ausdrücklich erklärt wurde;
- o) 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 eines/r ORF-Moderators/in seitens des ORF oder der ORF-E erfolgt nach Treu und Glauben und ist unentgeltlich. Eine Haftung für diese Auskünfte wird jedoch ausgeschlossen;
- p) Heiratsanzeigen, Anzeigen über privaten Geldverleih;
- q) Werbung, die rechtswidrige Praktiken fördert;
- r) Werbung, die irreführt und den Interessen der Verbraucher schadet;
- s) Werbung, die, insbesondere unter den gegebenen äußeren Umständen, den Anstand verletzt.
- t) Werbung, die die redaktionelle Unabhängigkeit beeinträchtigt.
- u) Werbung, die, insbesondere unter gegebenen äußeren Umständen, den Anstand verletzt;
- v) Werbung, die die redaktionelle Unabhängigkeit verletzt.
- w) 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 des/der Bundesministers/in für Gesundheit möglich. Allfällige behördliche Genehmigungen für die Zulassung der Werbetexte sind den Aufträgen beizuschließen. Werbung für rezept-

freie 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: Jegliche Alkoholwerbung im Zusammenhang mit Kindern, Jugendlichen oder Kraftfahrern ist verboten. In der Alkoholwerbung ist jede nicht-produktbezogen 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. 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. Enthaltbarkeit oder Mäßigkeit 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.** 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, Werbemaßnahmen, die vom Österreichischen Werberat beanstandet wurden, nicht zu schalten (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.
 - j)** Der ORF behält sich vor, Werbung wegen ihres Inhalts nicht in jedem redaktionellen Umfeld und zu jeder Uhrzeit, sondern erst zu einer späteren Tageszeit zu schalten.
 - k)** Bei der Gestaltung der Werbung ist in Bild und Ton auf das Erscheinungsbild von ORF.at Rücksicht zu nehmen. Vor allem muss der Zeitgeist von ORF.at mitberücksichtigt sein. Werbung in Fremdsprachen bedarf einer Abstimmung mit dem ORF.
 - l)** Der Stiftungsrat kann weitere inhaltliche Beschränkungen festlegen.

5. DATENSCHUTZ/UNZULÄSSIGE VORGANGSWEISEN BEI WERBESCHALTUNGEN

- a)** Der Auftraggeber hat im Zuge seiner Werbeschaltungen jegliche Maßnahmen zu unterlassen, die zu einer Verletzung gesetzlicher Bestimmungen, insbesondere von datenschutz- oder telekommunikationsrechtlichen oder des ORF-G, durch ihn oder Unternehmen des ORF-Konzerns führen können. Dazu zählen insbesondere eine unzulässige Nutzung der Verarbeitungs- und Speicherfunktionen von Endeinrichtungen der Endnutzer und jede Erhebung von Informationen aus Endeinrichtungen sowie eine unzulässige Verarbeitung personenbezogener Daten.
- b)** Sofern sich der Auftraggeber im Rahmen der Abwicklung der Werbeschaltungen eines Dritten bedient (z. B. Ad-Serving- und Ad-Operating-Dienstleister), ist der Auftraggeber verpflichtet, die in diesem Punkt festgelegten Verpflichtungen vertraglich auf den Dritten zu überbinden und deren Einhaltung in geeigneter Weise zu kontrollieren. Das gleiche gilt, wenn der Auftraggeber Werbemittler für einen Dritten ist.
- c)** Der Auftraggeber ist hinsichtlich jeglicher von ihm oder Dritten iSd lit. b) beabsichtigter bzw. verwendeter Maßnahmen verpflichtet, dem ORF, auf Nachfrage, vor Beginn der Schaltung schriftlich und detailliert bekanntzugeben, welche Technologien (Cookies, Tracking-Pixels, Web-Beacons, etc.) er einzusetzen beabsichtigt, was die genaue Funktion dieser einzelnen Technologien ist, wofür die ermittelten Daten verwendet, wie lange dieselben gespeichert werden und woraus sich deren rechtliche Zulässigkeit ergibt (unbeschadet der lit. a). Eine solche Bekanntgabe entbindet den Auftraggeber jedoch – auch im Falle, dass seitens des ORF darauf nicht reagiert wird – nicht der Verantwortung hinsichtlich der Einhaltung der vorstehenden Bestimmungen bzw. den dargestellten Rechtsfolgen.
- d)** Der ORF ist berechtigt (jedoch nicht verpflichtet), auch ohne vorherige Information des Auftraggebers Technologien einzusetzen, die die Einhaltung der hier gegenständlichen Verbote seitens des Auftraggebers kontrollieren bzw. derartige Verstöße automatisiert verhindern. Wenn dadurch die Werbeschaltungen des Auftraggebers be- oder verhindert werden, berechtigt dies den Auftraggeber nicht zur Erhebung von Forderungen gegenüber dem ORF.
- e)** Jeder Verstoß gegen die vorstehenden Bestimmungen – egal ob durch den Auftraggeber oder Dritte iSd lit. b) – wird als schwerwiegende Vertragsverletzung angesehen. Im Falle des begründeten Verdachtes auf einen solchen Verstoß ist der ORF berechtigt, mit sofortiger Wirkung den Auftrag vorläufig bis zu einer ihn überzeugenden Widerlegung durch den Auftraggeber auszusetzen. Kann der Auftraggeber den Verdacht nicht binnen 2 Wochen widerlegen, gilt der Verstoß als erwiesen und der ORF ist berechtigt, die weitere Schaltung im Rahmen des gegenständlichen Auftrags abzulehnen, behält jedoch den Anspruch auf das für die Werbeschaltung vereinbarte Entgelt.
- f)** Der Auftraggeber haftet dem ORF unabhängig von eigenem Verschulden für jeglichen Schaden, der durch eine Verletzung der vorstehenden Bestimmungen durch ihn oder Dritte iSd lit. b) (§ 1313a ABGB) entsteht. Dies gilt insbesondere für alle gegen Unternehmen des ORF-Konzerns und/oder deren Organe verhängte

(Verwaltungs-)Strafen, die damit in Zusammenhang stehenden Rechtsverfolgungskosten und die Kosten von durch die Regulierungsbehörde oder gerichtlich angeordneten Entscheidungsveröffentlichungen. Der ORF hat hinsichtlich von Kausalität und Höhe des Schadens nur einen Anscheinsbeweis im Sinne überwiegender Wahrscheinlichkeit zu erbringen; diesfalls liegt die Beweislast bei der Entkräftung des Anscheinsbeweises (Beweis des Gegenteils) beim Auftraggeber.

6. TECHNISCHE ANFORDERUNGEN, TERMINE UND ANLIEFERUNG VON WERBEMITTELN

- a)** Zwischen Buchungs- und Schalttermin müssen fünf Arbeitstage (Montag bis Freitag) liegen.
- b)** Die Anlieferung der Werbemittel hat entweder physisch an die ORF-E oder über einen Streaming Link oder Tag-in-Tag unter Einhaltung der IAB Standards zu erfolgen. Werbemittel „in Tag“ dürfen nicht ohne Zustimmung des ORF verändert werden.
- c)** Die notwendigen Informationen, Daten, Dateien und sonstiges Material sind vollständig, fehlerfrei, den Aufträgen entsprechend und für die vereinbarte Schaltung tauglich – dem ORF spätestens drei Arbeitstage vor dem Schalttermin zur Verfügung zu stellen. Für HTML5-Werbemittel gilt eine davon abweichende Anlieferung von fünf Arbeitstagen vor dem Schalttermin.
- d)** Der Auftraggeber trägt alleine die Verantwortung, geforderte Heavy-Ad-Intervention-Kriterien von beispielsweise Chrome- oder Edge-Browser zu erfüllen. Allfällige von einer Heavy-Ad-Intervention blockierte Werbemittel-Auslieferungen werden weder rückvergütet noch nachgeholt. Darüber hinausgehende Ansprüche, insbesondere Schadenersatzansprüche, sind ausgeschlossen.
- e)** Bei Ausfall einer gebuchten Platzierung aufgrund einer verspäteten Werbemittel-Anlieferung werden 100% der Bruttoauftragssumme verrechnet.
- f)** Da die Ausspielung von Werbemitteln plattformübergreifend erfolgt, ist die Anlieferung von Fallbacks und mobilen Werbeformaten zusätzlich zu den Desktop-Werbeformaten verpflichtend.
- g)** Der Auftraggeber erklärt mit der Übermittlung der Werbemittel, dass diese frei von schadhafte Daten (z. B. Viren) sind.
Der ORF haftet nicht für etwaige Schäden, die Dritten (Usern) durch schadhafte Werbemittel, schadhafte Datenträger oder schadhafte Server des Auftraggebers entstehen.
- h)** Weiterführende Informationen zu den technischen Anforderungen von Werbemitteln auf ORF.at sind in der jeweils gültigen Fassung unter Technische Spezifikationen auf der Homepage der ORF-Enterprise veröffentlicht.

7. INHALT UND DURCHFÜHRUNG

- a)** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für Inhalt und rechtliche Zulässigkeit der Werbung und erklärt, den ORF von allen Ansprüchen, die im Zusammenhang mit der betreffenden Werbung 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 Werbung 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.
- b)** Bei Werbung, in der Stimmen eingesetzt werden, die Assoziationen zu bestimmten, allgemein bekannten Personen oder Charakteren hervorrufen, ist vom Auftraggeber eine bestätigende schriftliche Erklärung über die Identität des/r Sprechers/in mit der allgemein bekannten Person beizubringen. Wenn keine Identität des/r Sprechers/in 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.
- c)** Der ORF ist gegenüber dem Auftraggeber nicht verpflichtet, die rechtliche Zulässigkeit des Inhaltes der Werbung zu prüfen. Der ORF behält sich das Recht vor, angelieferte Werbemittel auf Verwendbarkeit und Zulässigkeit zu prüfen. Wenn Daten oder Datenträger fehlerhaft oder unbrauchbar sind oder eine Schaltung aus anderen Gründen nicht vorgenommen werden kann, wird der ORF den Auftraggeber unter Nennung der Gründe benachrichtigen (siehe auch Punkt 2g). Der ORF ist darüber hinaus berechtigt, Werbung, die rechtswidrigen Inhalt aufweist bzw. Links enthält, die auf rechtswidrige Inhalte verweisen, unverzüglich und ohne Vorkündigung einzustellen bzw. einstellen zu lassen. Dem Auftraggeber erwachsen in diesem Fall keinerlei Ansprüche gegenüber dem ORF.
- d)** 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 gegen

über Sport- oder auch sonstigen Verbänden und Einrichtungen, dem ÖOC oder IOC oder ähnlichen Einrichtungen zu beachten haben, steht. Den ORF treffen diesbezüglich keine Prüfungspflicht und keine Haftung.

- e) Der Auftraggeber hat für die anfallenden Herstellungskosten einschließlich der Abgeltung sämtlicher Urheber-, Leistungsschutz- und Persönlichkeitsrechte, aufzukommen.
- f) Der Auftraggeber ist verpflichtet, Werbung, die besonderen Kennzeichnungs- bzw. Hinweisverpflichtungen unterliegt (vgl. Punkt 4 a), 4 c), 4 d) sowie 7 e) gegenüber dem ORF als solche zu deklarieren.
- g) Sofern der Auftraggeber § 3a Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) bzw. den dazu ergangenen Richtlinien unterliegt, wird der ORF eine diesen Bestimmungen entsprechende Kennzeichnung der in Auftrag gegebenen Werbeschaltung mitveröffentlichen. 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 UND WIDERRUF DES AUFTRAGES DURCH DEN ORF

- a) Der ORF ist verpflichtet, die mit dem Auftraggeber im Zusammenhang mit der Annahme des Werbeauftrages vereinbarten Schalttermine/-zeiten einzuhalten, außer in Fällen höherer Gewalt, einer betrieblichen Zwangslage oder bei Anlässen besonderer Aktualität, die eine Änderung der vorgesehenen redaktionellen Inhalte 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 inklusive Steuern und Abgaben in gesetzlicher Höhe gutgeschrieben bzw. in begründeten Ausnahmefällen rückerstattet. Darüber hinausgehende Ansprüche, insbesondere Schadenersatzansprüche, sind ausgeschlossen.
- b) Für Fälle der Unmöglichkeit der Leistung oder des gänzlichen oder teilweisen Ausfalls der Werbeschaltung aufgrund von nicht im Bereich des ORF liegenden technischen Mängeln (auch höhere Gewalt) wird jegliche Gewährleistung und Haftung ausgeschlossen. Hierzu zählen insbesondere Störungen der Kommunikationsnetze außerhalb des ORF, welche durch Rechnerausfall bei ISPs oder Online-Diensten, durch unvollständige oder nicht aktualisierte Angebote auf Proxyservern

oder durch einen Ausfall des Adservers hervorgerufen wurden. Der Entgeltanspruch des ORF bleibt unberührt. In diesen Fällen wird die Werbeschaltung innerhalb angemessener Zeit nachgeholt.

- c) Bei teilweisem Ausfall der Werbeschaltung, der dem ORF zurechenbar ist, kann Entgeltminderung (Berechnung nach dem AdReport des ORF; verrechnet werden ausgelieferte AdImpressions) oder – wenn für den ORF möglich – die Verlängerung der Kampagne (Nachschaltung der nach dem AdReport des ORF noch ausstehenden AdImpressions) bei vollem Entgeltanspruch des ORF vereinbart werden. Ausschlaggebend ist in jedem Fall, insbesondere bei Tag-in-Tag-Schaltungen, der Ad-Report des ORF.

9. ÄNDERUNGEN BZW. RÜCKTRITT DURCH DEN AUFTRAGGEBER

- a) Die kostenfreie Stornierung von Reservierungen und Stand by Buchungen ist jederzeit möglich.
- b) Die kostenfreie Stornierung von Fix-Buchungen ist wie folgt möglich:
 - I. Die kostenfreie Stornierung von Platzierungen auf der Frontpage von ORF.at ist bis acht Wochen vor dem Schalttermin möglich. Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) von einer gebuchten Platzierung auf der Frontpage von ORF.at innerhalb von acht Wochen vor dem Schalttermin, so sind vom Auftraggeber 50% der von der Stornierung betroffenen Bruttoauftragssumme zu bezahlen. Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) innerhalb von sechs Wochen vor dem Schalttermin oder während einer Werbeschaltung, so ist vom Auftraggeber die von der Stornierung betroffene Bruttoauftragssumme zur Gänze zu bezahlen.
 - II. Die kostenfreie Stornierung von sonstigen Platzierungen ist bis vier Wochen vor dem Schalttermin möglich. Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) von sonstigen Platzierungen innerhalb von vier Wochen vor dem Schalttermin oder während einer Werbeschaltung, so ist vom Auftraggeber die von der Stornierung betroffene Bruttoauftragssumme zur Gänze zu bezahlen.
 - III. Die kostenfreie Stornierung einer dynamischen Kampagne ist bis acht Arbeitstage vor dem Start der Schaltung möglich. Danach werden 50% der Bruttoauftragssumme als Stornogebühr verrechnet. Bei Stornierung einer laufenden dynamischen Kampagne werden die bereits ausgelieferten AdImpressions (Berechnung nach dem AdReport des ORF) sowie 50% der restlichen Bruttoauftragssumme als Stornogebühr verrechnet. Eine Verschiebung der Kampagne um mehr als 30 Tage gilt als Stornierung.

Ausgenommen davon sind dynamische Buchungen von Instream-Kampagnen, für die eine kostenfreie Stornierung nur vier Wochen vor dem Schalttermin möglich ist. Erfolgt ein Rücktritt (zur Gänze oder teilweise) von einer Instream-Kampagne innerhalb von vier Wochen vor dem Schalttermin oder während einer Werbeschaltung, so ist vom Auftraggeber die von der Stornierung betroffene Bruttoauftragssumme zur Gänze zu bezahlen.

- c) Unabhängig von zuvor beschriebenen Stornoregelungen (vgl. Punkt 9 a und Punkt 9 b) werden im Falle eines Rücktritts von einer Fix-Buchung jedenfalls Bearbeitungsgebühren in der Höhe von EUR 250 in Rechnung gestellt.

10. HAFTUNG

- a) Der Auftraggeber ist verpflichtet die Durchführung der Werbeschaltungen zu prüfen und Reklamationen innerhalb von zwei Monaten ab Schaltung schriftlich anzubringen. Ansprüche, insbesondere aus Gewährleistung, Schadenersatz, einer sonstigen Leistungsstörung oder einer aliud-Leistung, 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 Angebote 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 Auslieferung zurückzuführen sind.
- c) Verstößt die Werbung 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 Werbung gegenüber dem ORF geltend gemacht werden, seien sie zivil-, verwaltungs- oder strafrechtlicher Natur, schad- und klaglos zu stellen.

11. WERBEPREISE

Werbepreise exklusive Steuern und Abgaben in gesetzlich vorgeschriebener Höhe – die gemäß Punkt 13 noch dazu kommen – werden für ORF.at 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 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 veröffentlicht, abrufbar unter enterprise.ORF.at.

12. RABATTE

Der ORF vergibt für Werbeaufträge, die innerhalb eines Kalenderjahres auf ORF.at erteilt werden, Rabatte laut jeweils geltendem Tarif.

a) Mengenrabatt

Wird der dem Werbekunden zustehende Mengenrabatt fristgerecht (bis zum 20. jeden Monats) schriftlich bei der ORF-Enterprise Verrechnung angemeldet (= Umsatzanmeldung), wird dieser bereits ab dem nächsten Monat berücksichtigt. 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 basierend auf den Bestimmungen des Punktes 12 a und unter folgenden Voraussetzungen Rabatte gewährt: Für die Gewährung einer Konzernrabattierung werden 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 Unternehmensverbandes begünstigt werden. Die maßgeblichen gesellschaftsrechtlichen Beteiligungsverhältnisse sind von den einzelnen Werbekunden in firmenmäßig gezeichneten und an die ORF-Enterprise 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 auf ORF.at Werbeaufträge erteilt werden oder die solche (für sich) selbst erteilen, nicht aber die als Auftraggeber gegenüber dem ORF tätigen Werbemittler.

c) *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.

13. ABGABEN UND STEUERN

Sämtliche mit dem Abschluss und der Durchführung des Werbeauftrages anfallenden Steuern und sonstigen Abgaben sind vom Auftraggeber zu tragen und zusätzlich zum vereinbarten Werbepreis zu zahlen. Insbesondere die Umsatzsteuer und die Werbeabgabe in gesetzlich vorgesehener Höhe gehen zu Lasten des Auftraggebers und sind dem ORF gleichzeitig mit dem Werbepreis zu bezahlen. Ebenso sind allfällige ausländische Steuern (wie z.B. eine Abzugsteuer, die Werbeleistungen erfasst) vom Auftraggeber zu tragen; der Auftraggeber wird den ORF diesbezüglich schad- und klaglos halten. 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 Fälligestellung durch den ORF (in Form einer Rechnung) diesem gegen nachträgliche Verrechnung (vgl. dazu Punkt 14) 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. Gleichermaßen 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 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 aller Rabatte der betroffenen Auftraggeber) nach Feststehen des Aufwandes in Rechnung zu stellen. Die vorstehenden Regelungen dieses Punktes und sonstige, die Umsatzsteuer betreffenden Regelungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß für mit 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 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 ist einschließlich Abgaben und Steuern in gesetzlicher Höhe 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 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 Erstaussahlung), 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, 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 Kunden. Die Bestimmungen der Punkte 9 und 13 gelten gegenüber Vorstehendem nur subsidiär.

15. ORF-AWARDS

Display-Werbeformen, die erstmals im Bewertungszeitraum 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](https://www.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.

Diese Geschäftsbedingungen gelten bis auf Widerruf durch den ORF. Der Auftraggeber anerkennt deren Geltung jedenfalls durch die Ermöglichung der Durchführung der Werbe-

schaltung seitens des ORF, indem er die insbesondere in den Punkten 6 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 Schaltung geltenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen maßgeblich.

Die jeweils aktuelle Fassung der AGB finden Sie immer auf der Homepage der ORF-E unter [enterprise.ORF.at](https://www.enterprise.ORF.at).