

Werbebeschränkungen auf Comedy Central Austria, DMAX Austria, KurierTV, Laola1, Nickelodeon Austria und TLC Austria



KURIERTV LAOLA1



Generelle Verbote/Infos:

- Verbot der Verletzung von Menschenwürde
- Verbot der Diskriminierung nach Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Nationalität, Religion, Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung
- Verbot der Förderung von Verhaltensweisen, welche die Gesundheit oder Sicherheit gefährden
- Verbot der Förderung von Verhaltensweisen, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden
- Werbeverbot für Tabakerzeugnisse
- Verbot der Förderung rechtswidriger Praktiken – wie zB: Bewerbung verbotener Glücksspiele
- Verbot der Schleichwerbung
- Arzneimittel und Medizinprodukte: Es sind lediglich Werbeinhalte erlaubt, die rezeptfreie Arzneimittel/Medizinprodukte beinhalten. Rezeptpflichtige Arzneimittel/Medizinprodukte sind nicht erlaubt! Und: Teleshoppingverbot für Arzneimittel und therapeutische Behandlungen (§ 34 Abs 3 AMD-G).
- Spots ab 90“ müssen mit „Dauerwerbesendung“ im Bild gekennzeichnet sein
- Social-Spots müssen für mind. 3 Sekunden die Kennzeichnung „Social Spot“ klar ersichtlich im oberen Bildrand enthalten

Alkoholwerbung:

- Bier: Ausstrahlung ab 18.00 Uhr
- Sekt und „Alkopops“: Ausstrahlung ab 20.00 Uhr
- Hochprozentiges: Ausstrahlung ab 22.00 Uhr
- Achtung: keinerlei Ausstrahlung von Werbung zu Alkohol auf Nickelodeon
- Achtung: unzulässig ist auch Produktplatzierung von Spirituosen sowie
- Sponsoring

Wichtige Kriterien bei Alkoholwerbung sind:

- Verbot der Darstellung von Minderjährigen beim Alkoholgenuss; Verbot der speziellen Ausrichtung der Werbung an die Zielgruppe der Minderjährigen;
- b) Verbot der von Werbeinhalten, die eine Verbindung herstellen zwischen einer Verbesserung der psychischen Leistung mit Alkoholgenuss oder dem Führen von Kraftfahrzeugen und Alkoholgenuss;
- Es darf durch die Werbung nicht der Eindruck erweckt werden, Alkoholgenuss fördere sozialen oder sexuellen Erfolg;
- Verbot der Suggestion einer therapeutischen, stimulierenden, beruhigenden oder konfliktlösenden Wirkung von Alkohol;
- Verbot der Förderung von Unmäßigkeit im Genuss alkoholischer Getränke sowie Verbot der negativen Darstellung von Enthaltbarkeit oder Mäßigkeit;
- Verbot der Hervorhebung des Alkoholgehaltes von Getränken als positive Eigenschaft.

Speziell für Kinderbuchungen:

- Keine direkte oder indirekte Kaufaufforderung
- Gebot der leichten Erkennbarkeit: audiovisuelle kommerzielle Kommunikation „Werbung“ – muss leicht als solche erkennbar sein: Beispiel ein SpongeBob Produkt darf zB. nicht im Programm Umfeld von SpongeBob platziert werden
- Minderjährige nicht dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen
- nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern oder Vertrauenspersonen haben
- Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Glückspielwerbung:

- Explizit gibt es keine Glücksspielspezifischen Bestimmungen. Es wird jedoch nahegelegt Beschränkungen und Bestimmungen zur Bewerbung von anderen legalen Produkten mit Suchtgefährdungspotenzial (Alkohol und Tabak) relevante und inhaltliche Bestimmungen (Auspielung nicht an Kinder, o.ä. heranzuziehen. Der österreichische Werberat hat hierzu als Grundlage die Selbstverpflichtung der einzelnen Unternehmen herangezogen und gebeten einen verantwortungsvollen Maßstab zu gestalten: Die konkrete Umsetzung umfasst unter anderem die
 - Werbestrategien und Massnahmen den Grundsätzen der Legalität, Anständigkeit, Ehrlichkeit und Wahrheit entsprechen
 - Werbestrategien keine falschen Gewinn-Wahrscheinlichkeiten kommunizieren
 - Werbestrategien und -massnahmen nicht zum unbedachten oder exzessiven Spiel anregen
 - Glücksspiel nicht als Problemlösung zur Bewältigung finanzieller Schwierigkeiten dargestellt wird
 - Glücksspiel nicht als erstrebenswerte Alternative zu Erwerbstätigkeit dargestellt wird
 - Werbestrategien und Werbemassnahmen vulnerable Gruppen nicht gezielt ansprechen,
 - Werbestrategien und -massnahmen insbesondere Kinder und Jugendliche nicht ansprechen
 - Werbestrategien und Werbemassnahmen keine Bevölkerungsgruppen diskriminieren
 - Werbestrategien und Werbemassnahmen keine Gewalt, sexuelle Ausbeutung oder illegales Verhalten beinhalten oder fördern
 - Werbestrategien und -massnahmen keine Verweise auf Einrichtungen, die Sofortkredite oder Sofortdarlehen anbieten, beinhalten
 - Werbestrategien und -massnahmen durch spezifische Kommunikationsstrategien Spielteilnehmer zu verantwortungsvollem Spielen anhalten.
 - Keine kostenpflichtigen Angebote auf der Homepage / Zielseite

Weitere Beschränkungen:

Weiteres erfahren Sie gerne auf Anfrage unter dispo.at@goldbach.com oder telefonisch unter **+43 1 3708808-23**