

Werbung oder nicht

Die österreichische Judikatur legt den Begriff Werbung bzw. Werbematerial sehr weit aus. Dieser umfasst sämtliche Marketingmaßnahmen sowohl kommerzieller, gewerblicher Werbung als auch Imagekampagnen oder Werbung für soziale und gesellschaftspolitische Anliegen. Der Gesetzgeber regelt eindeutig, welche Publikationen bzw. Printprodukte nicht unter den Begriff Werbematerial fallen.

Es stellt sich die Frage, ob es eine gesetzliche Definition von Werbung gibt. Welche Schreiben fallen unter amtliche Mitteilungen? Wie ist Werbung davon abgegrenzt? Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation fasst die Thematik kompakt zusammen. Das Werberecht ist eine Querschnittsmaterie, die ihre Basis in verschiedenen Quellen hat. Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) enthält eine grundsätzliche gesetzliche Definition des Begriffs Werbung. Das ORF-Gesetz, das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, das Privatradio-Gesetz, das E-Commerce-Gesetz und das Telekommunikationsgesetz enthalten ebenfalls gesetzliche Definitionen der Begriffe „Kommerzielle Kommunikation“, „Werbung“ oder „Produktplatzierung“. Interpretativ dazu legen die Höchstgerichte diese Begriffe rechtsverbindlich aus. Es ist auf alle Werbenachrichten abzustellen, die auf den Absatz von Waren und die Erbringung von Dienstleistungen ausgerichtet sind. Danach gilt bereits ein bloßes Angebot als Werbung.

Diese Begriffsdefinition gilt für die konkrete Bewerbung von Waren und Dienstleistungen, sowohl B2B als auch B2C. Auch rein unternehmensbezogene Aussagen ohne Bezugnahme auf ein konkretes Produkt (z. B. Event Sponsoring, Public Relation, allgemeine Imagepflege) sind vom Begriff Werbung umfasst.

Keine Werbung

Amtliche Mitteilungen – z. B. von Gemeinden –, in denen über Straßensperren, Sperrmüllabholung etc. informiert wird, sind nicht als Werbung zu qualifizieren. Informationen, die im öffentlichen Interesse liegen können (z. B. Gottesdienste, Wochenenddienste von Ärzten und Apotheken, Sperrmüllabfuhr etc.), sind dann nicht als Werbematerial anzusehen, wenn daraus eindeutig hervorgeht, dass der Medieninhaber bzw. Absender eine Gebietskörperschaft (z. B. Land Niederösterreich, Stadtgemeinde etc.) bzw. eine öffentlich-rechtliche oder amtliche Institution ist. Das Postmarktgesetz und die Gewerbeordnung umfassen die Sendung und Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften. Gemäß § 3 Postmarktgesetz ist Direktwerbung eine Sendung, die allein aus Anzeigen- und Marketing- oder Werbematerial besteht. Medien- und Druckwerke, die nicht unter diese Definition fallen, gelten nicht als Direktwerbung. Daher sind z. B. Gratis-Zeitungen, auch wenn sie in erheblichem Maße werbefinanziert sind, nicht als Werbung zu qualifizieren. Die Robinsonliste und der Flugblattverzichter finden in diesem Fall keine Anwendung.

Postalische Zustellung

Grundsätzlich dürfen nach der österreichischen Rechtslage (Zustellgesetz, Gewerbeordnung und Postmarktgesetz) adressierte und

unadressierte Werbemittel zugestellt werden.
Als **adressierte Werbung** gelten Werbemittel, wenn sie eine Zustelladresse und einen individuellen Empfänger (also eine Person) aufweisen. Das Zustellgesetz enthält die Regelung, dass derartige Sendungen an die Zustelladresse als Abgabestelle zugestellt werden dürfen. Jeder hat das Recht, für sich die Zustellung von adressiertem Werbematerial durch Unteragung der Verwendung seiner Daten für Werbezwecke auszuschließen. Gegenüber Adressverlagen und Direktmarketingunternehmen kann dies nach der Gewerbeordnung auch durch Eintragung in die sogenannte Robinsonliste geschehen.

Als **teiladressierte Werbesendungen** gelten solche, die eine Zustelladresse, aber keinen individuellen Empfänger aufweisen (z. B. „An einen Gartenfreund"). Grundsätzlich wird die Robinsonliste auch in diesen Fällen beachtet. Als **unadressierte Werbesendungen** gelten solche, die weder eine Zustelladresse noch einen individuellen Empfänger aufweisen (z. B. „An einen Haushalt"). Die Zusendung von unadressierten Werbesendungen kann u. a. durch den Flugblattverzichter ausgeschlossen werden. Die Robinsonliste findet in diesem Fall keine Anwendung.

Flugblattverzichter
Ein an einer Haus- oder Wohnungstür bzw. am Briefkasten angebrachter Aufkleber „Flugblattverzichter" soll die Zustellung von nicht persönlich adressierten Werbematerialien durch gewerbliche Werbemittelverteiler verhindern. Er wird in jedem Fall beachtet, gilt allerdings nur dann, wenn er an der Wohnungstür, nicht jedoch am Haustor (bei Häusern mit mehreren Mietern), gut sichtbar angebracht ist. Jede natürliche Person und jedes Unternehmen ist verpflichtet, den Werbeverzichtskleber, der an Haustüren und Briefkästen angebracht ist, auf jeden Fall zu beachten. Es könnte eine Besitzstörungsklage drohen.

Foto: 123rf.com/wavebreakmediamicro