

Kurztitel

Parteiengesetz 2012

Kundmachungsorgan

BGBI. I Nr. 56/2012

Typ

BG

§/Artikel/Anlage

§ 4

Inkrafttretensdatum

01.07.2012

Außerkrafttretensdatum

08.07.2019

Abkürzung

PartG

Index

10/12 Politische Parteien, Interessenvertretung

Beachte

Ist nur auf jene politischen Parteien anwendbar, die seit dem 1. Jänner 2000 ihre Satzung hinterlegt haben oder seit dem 1. Jänner 2000 zu Wahlen zu einem allgemeinem Vertretungskörper oder zum Europäischen Parlament angetreten sind (vgl. § 16 Abs. 4).

Text**Beschränkung der Wahlwerbungsausgaben**

§ 4. (1) Jede politische Partei darf für die Wahlwerbung zwischen dem Stichtag der Wahl und dem Wahltag zu einem allgemeinen Vertretungskörper oder dem Europäischen Parlament maximal 7 Millionen Euro ^(Anm. 1) aufwenden. Wird derselbe Wahlvorschlag von zwei oder mehreren politischen Parteien unterstützt, so gilt die Höchstsumme für die zusammengerechneten Ausgaben dieser Parteien. In die Höchstsumme sind auch die Ausgaben einzelner Wahlwerber, die auf einem von der politischen Partei eingebrachten Wahlvorschlag kandidiert haben, einzurechnen, wobei Ausgaben eines Wahlwerbers für auf seine Person abgestimmte Wahlwerbung bis zu einem Betrag in der Höhe von 15 000 Euro ^(Anm. 1) außer Betracht zu bleiben haben.

(2) Ausgaben für die Wahlwerbung sind insbesondere:

1. Außenwerbung, insbesondere Plakate,
2. Postwurfsendungen und Direktwerbung,
3. Folder,

4. Wahlkampfgeschenke zur Verteilung,
5. Inserate und Werbeeinschaltungen in Print-, Hörfunk- und audiovisuellen Medien,
6. Kinospots,
7. Bruttokosten für parteieigene Medien, soweit sie in höherer Auflage oder höherer Anzahl als in Nichtwahlkampfzeiten verbreitet werden,
8. Kosten des Internet-Werbeauftritts,
9. Kosten der für den Wahlkampf beauftragten Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- und ähnliche Agenturen und Call-Centers,
10. zusätzliche Personalkosten,
11. Ausgaben der politischen Partei für die Wahlwerber,
12. Ausgaben der politischen Partei für natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers.

(_____)

Anm. 1: siehe dazu § 14 Valorisierungsregel)

Schlagworte

Printmedien, Hörfunkmedien, Kommunikationsagentur, Mediaagentur, Werbeagentur, Direktwerbeagentur, Eventagentur, Schaltagentur, PR-Agentur

Zuletzt aktualisiert am

08.07.2019

Gesetzesnummer

20007889

Dokumentnummer

NOR40140602