

familien^v

Der Katholische
Familienverband Österreichs

16/JN-196/HC

Herrn Bundeskanzler
Dr. Wolfgang Schüssel
Bundeskanzleramt
Ballhausplatz 2
1014 Wien

Wien, 17. Mai 2001

Stellungnahme zum Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz über die Aufgaben und die Einrichtungen des Österreichischen Rundfunks (Rundfunkgesetz-RFG), BGBl.Nr.379/1984, in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. 32/2001 geändert wird.

Sehr geehrter Herr Bundeskanzler!

Der Katholische Familienverband Österreichs nimmt zur vorgeschlagenen Änderung des Rundfunkgesetzes wie folgt Stellung:

Zum Programmauftrag:

Der Katholische Familienverband Österreichs begrüßt die detaillierte Beschreibung des gesetzlichen Programmauftrags mit der Intention, den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu stärken. Wir stehen auch positiv zu der Absicht, „anspruchsvolles“ Programm in der Prime-Time anzustreben. Es geht allerdings aus dem Gesetzesentwurf nicht klar hervor, was darunter zu verstehen ist. Auch bleibt die Frage offen, ob in den anderen Zeitzonen, wie etwa im Kinder- und Jugendprogramm, nun keine Pflicht besteht, „anspruchsvolles“ Programm auszustrahlen. Es ist aus unserer Sicht wünschenswert, dass die Pflicht zu einem „anspruchsvollen“ Programm in allen Sendebereichen gilt.

Zu Werbung und Patronanzsendungen:

Die vorgeschlagene Einschränkung von Werbeformen, wie Unterbrecherwerbung, Product-Placement und Patronanz, ist grundsätzlich zu begrüßen, nicht zuletzt deshalb, weil es auch den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF stärkt. Allerdings darf es nicht dazu kommen, dass mit einer Schwächung der Marktstellung des ORF, der sich ja zu gleichen Teilen aus



Programmentgelten und aus Werbeeinnahmen finanziert, auch Leistungseinschränkungen zu Lasten der Hörer- und Seher einhergehen. Ebenfalls aus unserer Sicht abzulehnen ist eine damit möglicherweise verbundene Erhöhung der Programmentgelte. Vielmehr sollten alle Einsparungspotenziale innerhalb des ORF, nicht aber beim Programm, genutzt werden. Sollte trotz dieser Einsparungen eine Anpassung der Werbezeiten notwendig sein, so kann dies nur in ohnedies stark mit Werbung durchsetzten Programmteilen, wie etwa im Sport, geschehen, keineswegs darf eine solche aber das Kinder-, Jugend- und Familienprogramm im engeren Sinne weiter mit Werbung belasten.

Bei der Werbung am Nachmittag und Vorabend ist außerdem künftig in allen ORF-Programmen (Radio und TV) darauf Bedacht zu nehmen, dass Werbung für Filme, die für Minderjährige nicht geeignet sind, nur zu Sendezeiten verbreitet werden, zu denen diese von Minderjährigen üblicherweise nicht wahrgenommen werden.

Zu den Bestimmungen, die den Publikumsrat betreffen:

Die Umbenennung in „Publikumsrat“ ist zu begrüßen, ebenso erscheint uns die Mitgliederzahl zweckmäßig.

- Zu den Unvereinbarkeitsbestimmungen:

Diese schießen in einem Punkt (§ 28 Abs. 2 Z 3) über das Ziel hinaus (*Personen, die in einem Arbeits- oder Gesellschaftsverhältnis zu einem sonstigen Medieninhaber stehen*). Demnach könnten künftig sehr viele Unternehmen bzw. Organisationen außerhalb der Medienbranche darunter fallen, nur weil sie über ein Medienwerk verfügen. Es ist unlogisch, ArbeitnehmerInnen aller Interessenvertretungen und Lobbies aus der Hörer- und Sehervertretung auszuschließen. Es sollten daher heißen:

Personen, die in einem Arbeits- oder Gesellschaftsverhältnis zu einem sonstigen Medienunternehmen stehen

- Zur geschlechtlichen Ausgewogenheit:

Frauen sind derzeit – entgegen ihrer Bedeutung als stärkste Bevölkerungsgruppe – in der Hörer- und Sehervertretung stark unterrepräsentiert. Es sollte im Gesetz dafür Vorsorge getroffen werden, dass hier in Zukunft zumindest annähernd Ausgewogenheit herrscht, etwa bei der Bestellung der Mitglieder durch den Bundeskanzler.

- Zur Direktwahl von Mitgliedern des Publikumsrates:

Der vorliegende Vorschlag erscheint nicht praktikabel, nicht nur wegen des großen Aufwandes, sondern auch weil es keine wirklich demokratische Abstimmungsmöglichkeit gibt (Identitätsprüfung der Wahlberechtigten etc.).

familien^v

Der Katholische
Familienverband Österreichs

Außerdem halten wir es für bedenklich, dass es in Hinkunft zwei „Sorten“ von Vertretern des Publikums geben soll: sogenannte demokratisch Legitimierte einerseits und bloß von ihren Organisationen Entsandte andererseits.

- Zu den Kompetenzen des Publikumsrates:

Der Publikumsrat sollte in Hinkunft nicht nur Vorschläge hinsichtlich der Programmgestaltung geben dürfen, sondern auch bei der Erstellung der allgemeinen Programmrichtlinien (§ 30 Abs. 2 Z1) und in Rechtsaufsichtverfahren mitwirken können (Parteistellung im Bundeskommunikationssenat).

Für den

Katholischen Familienverband Österreichs

R. Baumgartner
Mag. Rosina Baumgartner
Generalsekretärin

Johannes Fenz
Johannes Fenz
Präsident