



An das
Bundeskanzleramt-Verfassungsdienst
Ballhausplatz 2
1014 Wien

Betrifft: GZ 602.443/003-V/4/2001

Stellungnahme zum
Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz über die Aufgaben und die Einrichtung des Österreichischen Rundfunks (Rundfunkgesetz–RFG) geändert wird.

Vorbemerkung

Mit großem Bedauern wird aus der Sicht der Medienpädagogischen Beratungs- und Kooperationsstelle an der NÖ Landesakademie festgestellt, dass im Entwurf zum ORF-Gesetz und im Rahmen der Definition des öffentlich-rechtlichen Auftrags zumindest drei Aufgabenbereiche extrem vernachlässigt werden: **1) Bildung, 2) Familie, 3) Kinder und Jugendliche**. Dabei sind diese drei Bereiche für die Zukunft unserer Gesellschaft – insbesondere als Wissensgesellschaft - von größter Bedeutung.

Seitens der Verantwortlichen auf nationaler wie auf EU-Ebene wird betont, welche wichtige Rolle den Produktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor dem Hintergrund der Konvergenz der Medien zukommt. Das Rundfunkgesetz und seine Einhaltung stellt somit den Kern der Medienpolitik dar und ist die Messlatte für das Privatfernsehen. Was nicht vom ORF gefordert wird, kann schon gar nicht von privaten Veranstaltern gefordert werden.

Wir sind uns dessen bewusst, dass das Kinderfernsehen und die Berücksichtigung von Aspekten des Kinder- und Jugendschutzes – worauf im weiteren ausführlich eingegangen wird - nur einen kleinen Bereich des öffentlich-rechtlichen Auftrags darstellen, nichtsdestotrotz aber einen sehr wesentlichen und für die Zukunft des Landes und auch des öffentlich-rechtlichen Fernsehens insgesamt bestimmenden. Vor allem eine familienfreundliche und zukunftsorientierte Regierung sollte dies auch speziell durch Aufnahme entsprechender Passagen dokumentieren.

Eine EU-Richtlinie fordert, dass eine öffentlich-rechtliche Fernsehanstalt neben anderen Agenden wie Information, Dokumentation, Bildung ihren Aufgabenbereich Kinder- und Jugendprogramm stärken muss, will sie ihren öffentlich-

rechtlichen Status rechtfertigen. Wir schließen uns dieser Meinung an und geben dafür im weiteren nach einer allgemeinen Vorbemerkung einige Hinweise und Begründungen.

Einleitung

Die Basis für öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter bilden:

- sachgerechte und unabhängige Information
- Vielfalt, Wahlmöglichkeit, genaue und faire Informationen als Grundlage demokratischer Verfassungen
- Darstellung der öffentlichen Meinung
- Verantwortlichkeit gegenüber der Öffentlichkeit (Hearings)
- politische und finanzielle Unabhängigkeit (im Rahmen des Auftrags)
- Zugang zum Besten aus der nationalen und europäischen Kulturproduktion
- Programmangebote, die den Notwendigkeiten, Bedürfnissen (nicht nur den Interessen) aller Bevölkerungsgruppen - besonders auch Minderheiten - nachkommen
- Programmangebote, die innovativ, informativ, bildend und unterhaltend sind
- Hilfestellung beim Aufbau von Wissen und Eröffnung von Möglichkeiten durch Bildungs- und Informationsprogramme
- Orientierungshilfen und Serviceleistungen für das Publikum
- Versorgung mit Angeboten, die der ungeschützte Markt nicht produziert, weil sie zu riskant für den kommerziellen Markt sind (Vorschulkinder, Sprachsendungen, Bildungsangebote...)
- Einstieg in neue Technologien in experimenteller Weise und um sicherzustellen, dass ein qualitätsvolles Angebot auch in diesen neuen Diensten (z. B. für Kinder, Familien und auch für Schulen) zur Verfügung steht (z. B. Nutzung des Archivs)
- Sicherstellung der Finanzierung auch für längerfristige Projekte
- Bauen auf seine Stärken, seine Umfassendheit, die Professionalität und die beachtlichen Ressourcen

Öffentlich-rechtlich heißt im Dienst der Öffentlichkeit. Das Interesse der demokratischen Öffentlichkeit steht über allem. Dazu gehört die Behauptung einer kreativen (nicht sich ständig wiederholenden oder nachvollziehenden) Produktion, die genügend unterstützt, getragen und finanziell abgesichert ist (dann durch Verkauf der Rechte an Zweitverwerter wie private Anbieter und damit Lukrieren von zusätzlichen Geldern für weitere innovative Produkte).

Das Recht und Interesse der Öffentlichkeit besteht für eine unabhängige und faire Kommunikation, Wahlmöglichkeit, für unvoreingenommene Nachrichten, hohen Standard der Produktion (nicht nur technisch sondern auch inhaltlich) in allen Genres, die unser heimisches kreatives Potential herstellen kann.

Hinsichtlich der Kinder besteht für eine öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt eine ganz wesentliche Verantwortung in mehrfacher Hinsicht:

- verantwortungsbewusste Repräsentanz (Bild vom Kind)
- Förderung durch ein gesichertes, vielfältiges Qualitätsangebot
- Schutz vor Konfrontation mit beeinträchtigendem Material
- Schutz vor Ausnutzen ihrer Unerfahrenheit/Missbrauch (Instrumentalisierung, Werbung)

Der ORF ist als öffentlich-rechtliche Anstalt (unter Bezugnahme auf die Resolution des Europäischen Parlaments vom 19. September 1996) verpflichtet, im Rahmen der Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit einer Vielfalt von Qualitätsproduktionen in allen Genres, diese auch speziell für Kinder und Jugendliche und hier wieder unter Berücksichtigung der verschiedenen Entwicklungsstufen - anzubieten.

Fernsehen wird – auch bei Intensivierung der Computernutzung - über lange Zeit noch das einflussreichste Medium in unserer Gesellschaft und im Leben unserer Kinder bleiben, um kulturelle und demokratische Werte zu verbreiten und hat eine bedeutende Funktion im Bereich der ästhetischen/audio-visuellen Bildung.

Um diesen vorgenannten Aufgaben gerecht werden zu können, muss der öffentlich-rechtliche Auftrag für den ORF hinsichtlich des Kinderpublikums noch intensiv überarbeitet werden. Anregungen dafür wurden in der folgenden Stellungnahme ausgeführt.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und seine Verpflichtung gegenüber Minderjährigen

1. Notwendigkeit einer besonderen Berücksichtigung

Kinder haben aufgrund der ihnen zugestandenen besonderen Situation in unserer Gesellschaft ein Recht auf besonderen Schutz und besondere Förderung (vgl. dazu UN-Konvention über die Rechte des Kindes). Die Gesellschaft und mit ihr die Politik muss die Verantwortung für das Bild des Kindes, das in ihr vorherrscht, übernehmen. Von diesem Bild ausgehend muss sie entscheiden,

- mit welchen Aspekten und Teilen unserer Kultur sie die Kinder konfrontiert (**förderndes Qualitätsangebot und Jugendmedienschutz**)
- wie ernst Kinder und Jugendliche als Teil der Bevölkerung, für die Programm gemacht wird und damit als Zielgruppe medialer Angebote genommen werden (Ausgestaltung eines spezifischen **Kinder- und Jugendprogrammangebots**)
- wie Kinder in den Angeboten eingesetzt und im allgemeinen Programmangebot repräsentiert werden (keine Instrumentalisierung von Kindern z. B. in der Werbung und in der Politik, **Darstellung von Kindern und Jugendlichen** in Nachrichten, für Spendenaufrufe etc.)

1.1 Anwaltschaft als Aufgabe des Privilegs

Es ist die Forderung nach einer Anwaltschaft für Kinder und Jugendliche, einer Interessenvertretung der Kinder zu ihrem Schutz vor dem Hintergrund der allseitigen Kommerzialisierung zu erheben. Die Interessen, Bedürfnisse, Voraussetzungen der Kinder und die daraus resultierenden besonderen Förder- und Schutzmaßnahmen müssen deutlich bei der Planung, Produktion und Kontrolle berücksichtigt und ausgewiesen werden. Sie müssen auch Teil der Berichterstattung außerhalb der spezifischen Kinderprogrammleiste sein.

Kinder- und Jugendprogramme sind neben Information, Dokumentation, Bildung, Kultur, ein wesentlicher Aufgabenbereich der öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter in Europa. Jugendschutzmaßnahmen werden auf europäischer Ebene und für alle Medien diskutiert. Wenn schon öffentlich-rechtliche Rundfunkveranstalter Privilegien gegenüber privaten kommerziellen Konkurrenten genießen, müssen sie auch verstärkt in die Pflicht genommen werden können. Vor allem zu betonen sind

- die kulturelle Komponente (Geschichtenerzähler und Spiegel der Vielfalt in unserer Gesellschaft)
- die unparteiliche, faire und umfassende Berichterstattung als Grundlage für eine funktionierende Demokratie und die Betreuung von Minderheiten, zu denen auch die Kinder und darunter spezielle Altersgruppen wie z. B. die Vorschulkinder gehören.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss die entsprechenden Angebote (Qualitätsprogrammangebote) machen, damit die Grundvoraussetzungen gewährleistet sind, aufgrund derer unsere Kinder an der Entwicklung unseres Landes und auch Europas mitwirken können. An anspruchsvollen europäischen Koproduktionen im Kinderfernsehbereich ist mitzuwirken, wodurch sich die Wahlmöglichkeiten und die Vielfalt der Darstellungsmöglichkeiten deutlich erhöht.

1.2 Vielfältige (Qualitäts-)Angebote ohne Quotendruck und mit Mehrfachnutzungsmöglichkeit

Da schon der Begriff Kinder viele Altersstufen mit ganz unterschiedlichen Entwicklungsvoraussetzungen umfasst, muss das Kinderangebot per se vielfältig und zielgruppenspezifisch sein, soll es seinem Auftrag gerecht werden. Dies muss aber festgehalten werden und darf nicht dem goodwill des ORF überlassen bleiben.

Frei von kommerziellem Zwang und der Forderung nach Quote muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk anspruchsvolle Programme auch für kleinere Gruppen (Minderheiten, zu denen auch Kinder zählen) produzieren. Sie sind die Grundlage für die Entwicklungsmöglichkeit eines Anspruchsniveaus schon unter den jungen Fernsehkonsumenten. Dies wiederum garantiert auch auf Dauer ein Publikum für öffentlich-rechtliche Programmangebote und damit die Zukunft des öffentlich-rechtlichen ORF.

Zur Verbesserung der Finanzsituation muss ein Teil der Programmproduktion so angelegt sein, dass sie weiter- und wiederverwertbar ist: Ver-

kauf, Austausch, Videoeditionen für Bildungseinrichtungen etc. müssen mitgedacht werden. Öffentlich-rechtliche Veranstalter sollten die Schlüsselposition im Bereich von Qualitätsproduktion innehaben, indem sie

- unser kulturelles Erbe bewahren
- die audiovisuelle Industrie stärken (Film- und Fernsehabschlüssen)
- neue Wege aufsuchen (Onlineangebote).

Der Samen für die Akzeptanz von Qualitätsprodukten wird in der frühen Kindheit gelegt. Wer hier den Qualitätsanspruch vernachlässigt, sucht später vergeblich ein Publikum für sein Qualitätsprogramm.

1.3 Verantwortungsbewusstsein und Qualitätskontrolle

Eine effiziente, effektive und transparente Qualitätskontrolle ist der Schlüssel für die Sicherung der Existenz von öffentlich-rechtlichem Rundfunk. Gewährleistet sein muss allerdings die völlige redaktionelle Unabhängigkeit (sowohl politisch als auch ökonomisch) bei gestärktem Verantwortungsbewusstsein der Mitarbeiter (Ehrenkodex).

Der Rundfunkveranstalter muss zur Verantwortung gezogen werden können (basierend auf qualitativer und aktueller Forschung, auf einem ständigen, transparenten und unabhängigen **Monitoring**):

- dass der Charakter und Inhalt der Dienste die vielfältigen Interessen, Bildungs-, Orientierungs- und Unterhaltungsbedürfnisse, Sorgen (nicht nur der Interessen!) des Publikums/der speziellen Zielgruppe reflektiert (Kontrolle durch den Publikumsrat)
- dass die Veranstalter ihre wichtige soziale, kulturelle/erzieherische und politische Rolle professionell erfüllen
- durch Möglichkeiten unabhängiger Beschwerdeeinrichtungen, zu denen jeder besorgte Bürger Zugang hat
- für die Professionalität der Mitarbeiter (wofür er durch Forschung und Schulung der Mitarbeiter zu sorgen hat)

2. Quoten für Eigenproduktionen (inklusive Vielfalt in den zu produzierenden Genres) und europäische Integration

Im Hinblick auf die europäische Integration sind Eigenproduktionen zu forcieren sowie Produktionen aus anderen Mitgliedsstaaten der EU einzubinden, die die kulturelle Vielfalt Europas widerspiegeln, sowie das Leben dort berücksichtigen (EU-Richtlinie)

Für die Mitwirkung bei der Grundlegung und Festigung der Persönlichkeit und österreichischen Identität im Kinder-, Jugend- und Familienprogrammangebot sind Vorkehrungen zu treffen:

- Verankerung eines spezifischen Kinder- und Jugendprogramms im Programmauftrag
- Festlegung entsprechender Eigenproduktionsanteile im Kinderprogramm

- Festlegung der Notwendigkeit zur Genrevielfalt > also auch Spielfilme, Realfilmserien, Shows, Zeichentrickfilme, Dokumentationen, Nachrichten etc. für Kinder und Jugendliche aus heimischer Produktion
- Forderung des Zukaufs von Qualitätssendungen aus dem europäischen Umfeld
- Ausstrahlung solcher Fremdproduktionen auch in der Originalsprache (Förderung des Sprachverständnisses, der Bereitschaft, Sprachen zu lernen etc.)
- finanzielle Abzusicherung der Eigenproduktionen (insbesondere da spezielle Zusatzfinanzierungsformen wie Product Placement im Kinderprogramm untersagt sind).

3. Schutzzonen für Minderjährige

Zeiten, in denen vor allem auch Kinder im Publikum zu finden sind (Nachmittag und Vorabend, Wochenende ganztags) müssen besonders im öffentlich-rechtlichen Fernsehen als **Schutzzonen** gelten, also mit besonderem Verantwortungsbewusstsein programmiert und gestaltet werden. Als Orientierungshilfe für Erziehungsverantwortliche sind entsprechende Informationen über die ausgestrahlten Programme zur Einschätzung der Eignung für das individuelle Kind anzubieten. Durch die neuen technischen Möglichkeiten und insbesondere in der digitalen Verbreitung ist dies ja technisch kein Problem mehr.

Die Kennzeichnung als Charakterisierung der Angebote könnte mit einer anderen Form als der derzeit gewählten ebenfalls diese Funktion erfüllen. Daher sollte die **Form der Kennzeichnung**, die die Bundesregierung von sich aus festlegen kann, **neu überdacht** und nicht in der derzeitigen Form festgeschrieben werden. (Auch seitens der EU sind Studien zur Abänderung der Fernsehrichtlinie in Arbeit und werden 2002 diskutiert werden.)

3.1 Werbung

Wenn Werbung im Umfeld von Kinderprogrammangeboten integriert wird (was aber möglichst nicht der Fall sein sollte), dann darf dies nur in Form von deklarerter Spot-Werbung passieren bzw. mit deutlich erkennbarem Hinweis darauf, dass dies Werbung ist oder Sponsoring mit festgelegter Ankündigung bzw. Ansage im Abspann. Jede Form von erweitertem Product Placement als Location Placement durch redaktionelle Aufbereitung im gesprochenen Text (z. B. Anpreisung, was damit gemacht werden kann) und im Bild (damit spielende Kinder), ist per Gesetz auszuschließen. **Kinder verfügen noch nicht über entsprechende Kompetenzen, um verborgene Werbemechanismen zu erkennen und sind ihnen schutzlos ausgeliefert.**

Das setzt aber voraus, dass klare und gültige Definitionen von Werbeformen (Product Placement ist Werbung, Trailer sind Werbung, ORF-Shop-Produktankündigung ist Werbung etc.) im Programmauftrag vorgenommen werden und die **finanzielle Basis für die Produktion von Kinderprogramm ohne solche Finanzierungsquellen gesichert** ist.

3.2 Jugend(medien)schutz

Die Ausgestaltung des Jugendschutzes im Fernsehen (besonders im öffentlich-rechtlichen ORF) hat **für Gesamtösterreich Vorbildcharakter**, da an sich Jugendschutz Ländersache ist. Die für den ORF aufgestellten Forderungen und deren Einhaltung sind somit gleichzeitig Grundlage und Spiegel für die Akzeptanz anderer Jugendschutzmaßnahmen. Daraus resultiert eine nicht zu unterschätzende Verantwortung für die Programmgestaltung und die Kontrolle. (z. B. dürften im Fernsehen tagsüber bzw. bis 22 Uhr keine Werbespots für Filme gezeigt werden, die im Kino erst ab 14 bzw. überhaupt erst ab 16 Jahren freigegeben sind.)

Mit dem Schneiden von Filmen, dem Herausnehmen einzelner Gewaltszenen, um damit eine Fernsehausstrahlung zu früheren Zeiten zu ermöglichen, wird einer Desensibilisierung gegenüber Gewalthandlungen und psychischer Belastung von Kindern und Jugendlichen Vorschub geleistet. Die Wirkungsmechanismen der dramaturgischen Gestaltung von Action- oder Horrorfilmen, die auch ohne spezielle Szenen für Minderjährige belastend und verstörend sind, werden missachtet.

Die Ausarbeitung detaillierter Jugendschutzbestimmungen und abzuleitende Maßnahmen in Übereinstimmung mit den EU-Richtlinien, die Einhaltung und die Kooperation mit sonstigen Einrichtungen zum Jugendmedienschutz auf nationaler und internationaler Ebene muss einen hohen Stellenwert einnehmen und rechtfertigt die Einrichtung eines speziellen Jugendschutzbeauftragten.

Jugendschutzmaßnahmen sind insbesondere vom öffentlich-rechtlichen Fernsehen zu erwarten durch

- klare **Zeitgrenzen** für spezielle Kinderprogramme (mit Werbeschutz-zonen) zu Zeiten, wo Kinder fernsehen
- eine **familiengerechte Programmierung**, solange eine große Anzahl von Kindern im Publikum zu erwarten ist
- einen **verantwortungsbewussten Umgang mit Vorankündigungen** (Ausstrahlungszeitpunkt) und Programminformationen (Kennzeichnung oder begleitende Information)
- eine **verantwortungsbewusste „Anpassung“** (Herausschneiden von Szenen) von Filmen an Ausstrahlungszeiten, die für den gesamten Film nicht in Frage kämen
- **Orientierungshilfen** für Eltern (Medienerziehung, Alterseinstufungen, Diskussion von problematischen Inhalten – warum sind sie problematisch?, Kriterien, Aufforderung zur Begleitung der Kinder – parental guidance recommended! etc.)

Dr. Ingrid Geretschlaeger

Leiterin, Medienpädagogische Beratungs- und Kooperationsstelle an der NÖ Landesakademie

Anhang zur

Stellungnahme zum Bundesgesetz mit dem das Bundesgesetz über die Aufgaben und die Einrichtung des Österreichischen Rundfunks (Rundfunkgesetz-RFG) geändert wird.

Auseinandersetzung mit und Anmerkungen zum vorliegenden Text unter dem Gesichtspunkt der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags

Ad: Versorgungsauftrag (§3 Abs 1-6)

Anmerkung ad § 2 (1)

*Warum sollte der ORF Tochtergesellschaften gründen oder sich an anderen Unternehmen im In- und Ausland beteiligen? Sein **Auftrag ist die Versorgung der ÖsterreicherInnen durch ein verbindendes Programmangebot.***

Gegen eine vertragliche Zusammenarbeit mit anderen Anstalten (3Sat, Arte) ist dagegen nichts einzuwenden.

Anmerkung ad § 3

Warum sind für eine Grundversorgung so viele Programme notwendig?

Vorschlag:

Ein österreichweit terrestrisch ausgestrahltes Fernseh-Vollprogramm und 9 Regional-Programmangebote, die zusammen ein weiteres österreichweit zugängliches Gemeinschafts-Programm (zeitversetzt) gestalten, bei dem z. B. die digitale Technik zum Einsatz kommt und Aufgaben der Beteiligung der Bürger übernommen werden...

An Hörfunk-Aufgaben sind festzulegen:

1 nationales Vollprogramm (populär, aber nicht kommerziell)

1 nationales Gemeinschaftsprogramm der Landesstudios (Ö1 plus mit Minderheitenrepräsentanz, Sprachfenstern etc.)

1 bundeslandweites Angebot mit regionalen Fenstern

1 internationales Angebot

Es muss die Erfüllung der Verpflichtung, dass Onlinedienste mit der Programmgestaltung verknüpft sind, kontrolliert werden!

Anmerkungen zum Programmauftrag § 4:

1. *Umfassende Information der Allgemeinheit über politische, soziale, wirtschaftliche, kulturelle ~~und sportliche~~ Fragen*
2. *Förderung des Verständnisses für alle Fragen des (gesellschafts)politischen Zusammenlebens*
3. *Förderung der österreichischen Identität im europäischen Kontext*

Medienpädagogische Beratungs- und Kooperationsstelle an der NÖ Landesakademie 8

Neue Herrengasse 17a, 3109 St. Pölten

Tel. 02742-294-17468, e-mail: ingrid.geretschlaeger@noe-lak.at

4. Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur, Wissenschaft und Bildung (auch durch schul- und erwachsenenbildungsrelevante Angebote)
5. ~~Angemessene~~ Berücksichtigung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion
6. Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots
7. Darbietung von Unterhaltung
8. ~~Angemessene~~ Berücksichtigung aller gesellschaftlichen Gruppen (Alter, Geschlecht, ethnische und religiöse Zugehörigkeit, spezielle Bedürfnisse (z. B. Gehörlose) etc.
9. ~~Angemessene~~ Berücksichtigung der Anliegen der Familien
10. Berücksichtigung von Umwelt- und Konsumentenschutzfragen

Ziel: Anbieten eines differenzierten Gesamtprogramms von Information, Kultur, Unterhaltung, Bildung, Orientierung für alle Bevölkerungsgruppen

Anmerkung:

Programmangebot im Interesse aller Hörer und Seher ~~nicht Orientierung an den Interessen der Hörer und Seher~~ – es besteht **der Auftrag für ein verantwortungsvolles Programmangebot und nicht nur Bedürfnisbefriedigung.** Für letzteres sind die privaten Anbieter da.

ad: .. Menschenwürde und Persönlichkeitsrecht ist zu achten ... hier fehlt eindeutig der Jugendschutz!

Das ausgewogene Gesamtprogramm muss anspruchsvolle wie populäre Inhalte gleichwertig umfassen.

Die Unverwechselbarkeit des öffentlich-rechtlichen ORF gegenüber kommerziellen Anbietern kann nur durch klare Auflagen erreicht werden. Z. B. durch laufende Prüfung der Qualitätskriterien

Ad Besondere Aufgaben:

§ 5: für Volksgruppen, Gehörlose und Sehbehinderte

Hier sind in jedem Fall Kinder- und Jugendprogrammangebote als speziell für einen öffentlich-rechtlichen Sender festzuschreibende besondere Aufgabe festzuhalten

Ad Spartenprogramme:

Die Möglichkeit, über Tochtergesellschaften ORF-Produktionen zur gewinnerorientierten Programmierung als Spartenprogramm zu vermarkten, darf nicht geschaffen werden. Die Produktionen des ORF aus dem Archiv sollten für Bildungszwecke kostenfrei – weil schon bezahlt – zugänglich gemacht werden.

2. Abschnitt:

Programmgrundsätze

Allgemeine Grundsätze und Jugendschutz

§ 10

Hier sollte festgeschrieben werden, dass die zur jeweiligen Zeit anerkannten, akzeptierten und EU-konformen Jugendschutzmaßnahmen zur Anwendung kommen. Darüber hinaus muss der ORF bemüht sein, im Sinne der Optimierung des Jugendschutzes mit anderen einschlägig tätigen Einrichtungen zusammenzuarbeiten (im Sinne der Konvergenz)

Da die Bundesregierung die Art und Weise der Kennzeichnung festlegen kann, ist sie auch verpflichtet, **Kriterien, auf die zu achten ist, vorzugeben** bzw. eine **entsprechende Einrichtung zu schaffen**, diese **Sensibilitäten laufend erforscht** und eine Kontrolltätigkeit bezüglich der Einhaltung der Richtlinien ausübt (KommAustria).

Ad Abschnitt 3:

Werbung und Patronanzsendungen:

Werbung muss klar als solche erkennbar sein. Sie ist durch optische oder akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen zu trennen.

Programmhinweise des ORF, sowie Hinweise auf Begleitmaterialien die direkt von diesen abgeleitet werden, fallen nicht in diese Werbezeit.

Sehr wohl aber müssen Angebote aus dem ORF Shop, die ja auch in anderen Verkaufsstellen erhältlich sind, aus dieser Regelung ausgenommen werden. Das ist kein Begleitmaterial – z. B. wenn es eine CD oder ein Video von Walt Disney gibtl!!!)

Innerhalb einer vollen Stunde darf der Sendezeitanteil der Werbung nicht 20 vH überschreiten (Ist viel zu hoch für einen öffentlich rechtlichen Sender!)

Die Beschränkung der Werbung für periodische Druckwerke auf Titelnennung und nicht auf einen aktuellen Inhalt geht in die falsche Richtung – fördert eher die „Markenbindung“ anstatt Orientierungshilfe für den aktuellen Kauf wegen eines Themas zu bieten!

In die Werbegrundsätze müssen Passagen hinsichtlich des Schutzes der Kinder eingefügt werden!

Ad:

(6) Erwähnung ... ist dann kein Product Placement, wenn es – wie bei Sportereignissen aus überwiegend programmlich-dramaturgischen Gründen oder zur Wahrnehmung von Informationspflichten unvermeidbar ist. Auch dabei ist durch die redaktionelle Gestaltung die Förderung werblicher Interessen zu vermeiden. Dieser Absatz gilt nicht für Kinder- und Jugendsendungen.

Trotz der Erwähnung, dass dieser Aspekt nicht für Kinder und Jugendsendungen gilt, kann es nicht angehen, in einem Gesetz eine derzeit übliche (aber eigentlich aufgrund des Ausmaßes nicht mehr für eine öffentlich-rechtliche Performance tragbare) Form von Werbung als Messlatte vorzugeben – muss neutraler formuliert werden.

Ad Unterbrecherwerbung für Spartenprogramme

Die Übertragung von Kinospiefilmen .. kann für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden, wenn sie mehr als 45 Minuten dauert ... sonst 20 Minuten Pause dazwischen.

Solche Regelungen dürfen für einen öffentlich-rechtlichen Sender – auch für Spartenprogramme - nicht einmal angedacht werden!

Aus welchem Grund dürfen Gottesdienstübertragungen nicht durch Werbung unterbrochen werden, Kindersendungen jedoch sehr wohl? Kinder brauchen eine deutlich stärkere Lobby!!!! Auch Kindersendungen dürfen nicht unterbrochen werden!!

Kindersendungen, die eine programmierte Sendezeit von weniger als 30 Minuten haben, dürfen nicht durch Werbung unterbrochen werden. Beträgt ihre programmierte Sendezeit mindestens 30 Minuten, so gelten die Bestimmungen der vorangegangenen Absätze –
(darf nicht einmal in den privaten deutschen Sendern so gehandhabt werden!)

Ad Werbung und Schutz der Minderjährigen § 16

Für die Einhaltung dieser Auflagen ist eine Monitoringstelle gefordert!

Auch derzeit sind leider ständig Übertretungen dieser Auflagen festzustellen, aber es wird nicht reagiert.

I.G. Mai/2001