

## Entwurf

**Bundesgesetz, mit dem das Privatradiogesetz, das ORF-Gesetz, das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz und das KommAustria-Gesetz geändert werden**

Der Nationalrat hat beschlossen:

**Artikel 1  
Änderung des Privatradiogesetzes**

Das Privatradiogesetz, BGBl. I Nr. 136/2001, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 50/2010, wird wie folgt geändert:

1. In § 5 Abs. 5 wird die Wortfolge „binnen 7 Tagen“ durch die Wortfolge „unverzüglich, spätestens aber 14 Tage“ ersetzt.

2. In § 6 wird in Abs. 1 folgender Satz angefügt:

„Beabsichtigt ein Antragsteller, im technischen, organisatorischen oder administrativen Bereich der Hörfunkveranstaltung mit anderen Hörfunkveranstaltern auf vertraglicher Basis oder mittels einer gemeinsamen Betriebsgesellschaft zusammenzuarbeiten, so hat dies für den die Meinungsvielfalt betreffenden Teil der Prognoseentscheidung der Regulierungsbehörde insoweit unberücksichtigt zu bleiben, als die redaktionelle Unabhängigkeit der Veranstalter gewahrt bleibt und sich auch sonst bei dieser Zusammenarbeit keine Anhaltspunkte für die Regulierungsbehörde ergeben, dass die Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet beeinträchtigt wird.“

3. In § 9 Abs. 3 lautet die Z 3:

„3. mit nicht mehr als einem terrestrischen Hörfunkprogramm und mit nicht mehr als einem Drittel der an diesem Ort empfangbaren terrestrischen Fernsehprogramme versorgen.“

4. In § 16 Abs. 4 wird das Wort „Rasse“ durch die Wortfolge „ethnischer Herkunft“ ersetzt sowie nach dem Wort „Behinderung“ ein Beistrich eingefügt und das Wort „aufstacheln“ durch das Wort „aufreizen“ ersetzt.

5. Die Überschrift zu § 19 lautet:

**„Werbung, Sponsoring“**

6. In § 19 Abs. 1 und 2 wird das Wort „Werbesendungen“ durch „Werbung“ ersetzt.

7. In § 19 Abs. 1 wird das Wort „dürfen“ durch das Wort „darf“ ersetzt.

8. In § 19 Abs. 4 entfällt lit. c; lit. d erhält die Bezeichnung „c“.

9. In § 19 Abs. 5 lit. a) wird das Wort „Patronanzsendung“ durch das Wort „gesponserte Sendung“ ersetzt.

10. In § 19 Abs. 5 lit. b) Z 1 wird das Wort „Patronanzsendung“ durch die Wortfolge „gesponserten Sendung“ und in Z 2 das Wort „Patronanzsendung“ durch die Wortfolge „gesponserte Sendung“ ersetzt.

11. In § 19 Abs. 5 lit. b und c wird das Wort „Patronanzsendungen“ jeweils durch die Wortfolge „Gesponserte Sendungen“ ersetzt.

12. In § 19 Abs. 5 lit. d wird das Wort „Patronanzsendungen“ durch die Wortfolge „gesponserten Sendungen“ ersetzt.

13. In § 22 Abs. 4 wird das Wort „Eigentumsverhältnissen“ durch die Wortfolge „Eigentums- oder Mitgliederverhältnissen“ ersetzt.

14. In § 27 Abs. 1 Z 5 werden am Ende der Punkt durch das Wort „oder“ ersetzt.

15. In § 27 Abs. 1 wird folgende Z 6 angefügt:

„6. die Verpflichtung nach § 22 Abs. 1, Abs. 2 oder Abs. 5 verletzt.“

16. In § 28b Abs. 1 lautet der zweite Satz:

„In weiterer Folge hat die Regulierungsbehörde – soweit ihr glaubhaft dargelegt wird, dass eine den Erfordernissen des § 28c Abs. 2 entsprechende bundesweite Zulassung geschaffen werden könnte – durch Bekanntmachung unter Einräumung einer mindestens sechsmonatigen Frist die Möglichkeit zur Antragstellung für die Erteilung einer bundesweiten Zulassung einzuräumen.“

17. Nach § 28d wird folgender § 28e samt Überschrift eingefügt:

#### **„Erweiterung durch Zusammenfassung**

**§ 28e.** (1) Ein Veranstalter von terrestrischem Hörfunk kann seine Zulassung zur Erweiterung seines bestehenden Versorgungsgebietes mit Zulassungen anderer Veranstalter zusammenfassen, indem die Inhaber der anderen Zulassungen auf die weitere Ausübung zugunsten des antragstellenden Veranstalters verzichten und dies auf dessen Antrag durch die Regulierungsbehörde festgestellt wird. Dem Antrag sind geeignete Urkunden anzuschließen, die den Verzicht und dessen Verbindlichkeit nachweisen.

(2) Die Zusammenfassung ist nur zulässig, wenn

1. alle Veranstalter seit mindestens zwei Jahren ihren Sendebetrieb ausgeübt haben und
2. die von den zusammenzufassenden Zulassungen umschriebenen Versorgungsgebiete einen politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhang aufweisen und an ihren nächstgelegenen Punkten nicht weiter als 50 Kilometer voneinander entfernt sind.

(3) Die Regulierungsbehörde hat binnen sechs Monaten ab Einlangen des Antrages festzustellen, ob den Voraussetzungen des Abs. 2 entsprochen wird. Bejahendenfalls hat sie die Zulassung des antragstellenden Veranstalters in den Programmattung, -dauer, -schema sowie das Versorgungsgebiet und die Übertragungskapazitäten betreffenden Teilen - nicht aber die Zulassungsdauer - abzuändern und dazu unter Berücksichtigung des § 10 Abs. 2 die Übertragungskapazitäten der anderen Zulassungen dieser Zulassung zuzuordnen. Die Regulierungsbehörde kann auch eine Frist von höchstens sechs Monaten festlegen, innerhalb derer der Sendebetrieb aufzunehmen ist. In diesem Verfahren haben die den Verzicht erklärenden Veranstalter Parteistellung. Mit Wirksamwerden einer stattgebenden Entscheidung werden auch die Verzichte wirksam und erlöschen die anderen Zulassungen, andernfalls bleiben sämtliche Zulassungen in ihrem Bestand unberührt.

(4) Eine nach Abs. 3 abgeänderte Zulassung berechtigt zur Veranstaltung eines einheitlichen Vollprogramms mit einer Mindestdauer von zwölf Stunden täglich. Sendeausstiege aus diesem einheitlichen Programm für die Ausstrahlung von Werbung und Informationssendungen sind nur bis zu einer Dauer von maximal 10 vH der täglichen Sendezeit und jeweils nur für alle Übertragungskapazitäten innerhalb eines Bundeslandes zulässig.“

18. In § 29 Abs. 1 wird das Zitat „Kartellgesetz 1988, BGBl. Nr. 600,“ durch das Zitat „Kartellgesetz 2005, BGBl. I Nr. 61/2005,“ ersetzt.

19. In § 33 wird folgender Abs. 8 angefügt:

„(8) § 5 Abs. 5, § 6 Abs. 1, § 9 Abs. 3, § 16 Abs. 4, die Überschrift zu § 19, § 19 Abs. 1, 2, 4 und 5, § 22 Abs. 4, § 27 Abs. 1, § 28b, § 28e samt Überschrift und § 29 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft.“

## Artikel 2

### Änderung des ORF-Gesetzes

Das ORF-Gesetz, BGBl. Nr. 379/1984, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 55/2014, wird wie folgt geändert:

1. In § 2 Abs. 3 wird die Wortfolge „die im öffentlich-rechtlichen Auftrag liegen“ durch die Wortfolge „die im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag stehen“ ersetzt.

2. Dem § 17 Abs. 1 Z 2 wird folgender Satz angefügt:

„Dies gilt nicht für die Einblendung von Hinweisen während der Übertragung von Veranstaltungen sowie während deren Wiederholung oder zeitversetzter Ausstrahlung, sofern der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise haben und hierfür weder unmittelbar noch mittelbar ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten.“

3. In § 40 Abs. 2 lautet der letzte Satz:

„Die Regulierungsbehörde hat dem Österreichischen Rundfunk den von ihr zu entrichtenden Vergütungsbedarf in Rechnung zu stellen; auf Antrag ist der Vergütungsbedarf mit Bescheid vorzuschreiben.“

4. Dem § 49 wird folgender Abs. 16 angefügt:

„(16) § 2 Abs. 3, § 17 Abs. 1 und § 40 Abs. 2 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft.“

## Artikel 3

### Änderung des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes

Das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, BGBl. I Nr. 84/2001, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 84/2013, wird wie folgt geändert:

1. In § 2 wird nach Z 7 folgende Z 7a eingefügt:

„7a. Dauerwerbesendung: Werbung im Sinne von § 2 Z 40 erster Satz in Form redaktionell gestalteter Beiträge mit einer ununterbrochenen Dauer von mindestens 90 Sekunden;“

2. In § 10 Abs. 7 entfällt im ersten Satz die Wortfolge „sowie alle diesbezüglichen Änderungen binnen zwei Wochen ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung“; folgender Satz wird am Ende angefügt:

„Änderungen der Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse gegenüber dem Zeitpunkt der Zulassung sind vom Fernsehveranstalter binnen zwei Wochen ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde anzuzeigen; für anzeigepflichtige Mediendienste gilt § 9 Abs. 4.“

3. § 20 Abs. 3 lautet:

„(3) Bei der Beurteilung des besonderen Beitrages zur Meinungsvielfalt sind der Anteil an eigengestalteten, eigen- oder auftragsproduzierten Sendungsformaten mit kultureller, politischer oder gesellschaftspolitischer Relevanz für Österreich, insbesondere solche mit überwiegend österreichischem, regionalem oder lokalem Bezug sowie deren Beitrag zur österreichischen Identität, ferner die bestehende Programmbelegung und die Zahl der verfügbaren Programmplätze zu berücksichtigen.“

4. § 21 Abs. 6 erster Satz lautet:

„Das Digitalisierungskonzept hat eine Vorausschau auf einen Zeitraum von zumindest zwei Jahren zu beinhalten; soweit dies erforderlich ist, kann die Regulierungsbehörde das Digitalisierungskonzept unter Berücksichtigung der Marktentwicklung und der Entwicklung auf europäischer Ebene ergänzen oder abändern.“

5. In § 31 Abs. 3 wird am Ende der Z 5 der Punkt durch einen Strichpunkt ersetzt und folgende Z 6 angefügt:

„6. irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden.“

6. Dem § 43 wird folgender Abs. 3 angefügt:

„(3) Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug „Dauerwerbesendung“ zu kennzeichnen.“

7. Dem § 45 wird folgender Abs. 4 angefügt:

„(4) Zusätzlich zur Werbedauer nach Abs. 1 darf in einem Fernsehprogramm, solange dieses weder unmittelbar noch mittelbar in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union öffentlich empfangen werden kann, die für Dauerwerbesendungen eingeräumte Sendezeit innerhalb eines Einstundenzeitraums, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, höchstens 20 vH betragen.“

8. In § 64 Abs. 1 Z 7 entfällt das Wort „oder“.

9. In § 64 Abs. 1 erhält die bisherige Z 8 die Bezeichnung „9.“ und wird folgende Z 8 eingefügt:

„8. der Verpflichtung nach § 29 Abs. 1, oder“

10. In § 69 wird folgender Abs. 11 angefügt:

„(11) § 2, § 10 Abs. 7, § 20 Abs. 3, § 21 Abs. 6, § 31 Abs. 3 § 43 Abs. 3, § 45 Abs. 4 und § 64 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft.“

## Artikel 4 Änderung des KommAustria-Gesetzes

Das KommAustria-Gesetz, BGBl. I Nr. 32/2001, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 84/2013, wird wie folgt geändert:

1. In § 2 Abs. 1 Z 7 werden der vierte und der fünfte Satz durch folgenden Satz ersetzt:

„Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte, bei denen der begründete Verdacht einer Verletzung der genannten Bestimmungen vorliegt, von Amts wegen weiter zu verfolgen,“

2. In § 13 Abs. 3 Z 3 wird die Wortfolge „mit Ausnahme der Aufgaben hinsichtlich der Einhaltung der Werbebestimmungen (§ 2 Abs. 1 Z 7)“ durch die Wortfolge „mit Ausnahme der Bestimmungen zur kommerziellen Kommunikation (§§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G sowie §§ 19 und 20 PrR-G)“ ersetzt.

3. In § 13 Abs. 3 Z 13 wird die Wortfolge „mit Ausnahme der Aufgaben hinsichtlich der Einhaltung der Werbebestimmungen (§ 2 Abs. 1 Z 7)“ durch die Wortfolge „mit Ausnahme der Bestimmungen zur kommerziellen Kommunikation (3. Abschnitt des ORF-G, die werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und des § 18 sowie des § 31 Abs. 19 erster bis fünfter Satz ORF-G)“ ersetzt.

4. § 13 Abs. 4 Z 1 lit. b lautet:

„b) Rechtsaufsicht hinsichtlich der Bestimmungen zur kommerziellen Kommunikation (§§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G, §§ 19 und 20 PrR-G sowie 3. Abschnitt des ORF-G, die werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und des § 18 sowie des § 31 Abs. 19 erster bis fünfter Satz ORF-G);“

5. In § 13 Abs. 4 Z 2 wird die Litera-Bezeichnung „e.“ durch „e)“ ersetzt.

6. § 13 Abs. 6 lautet:

„(6) Die Zuständigkeitsverteilung in Verwaltungsstrafverfahren und Abschöpfungsverfahren folgt der Zuständigkeitsverteilung in Abs. 3 und 4.“

7. In § 30 Abs. 4 Z 2 wird das Zitat „§ 3 Abs. 2 FER-G“ durch das Zitat „§ 3 Abs. 4 FER-G“ ersetzt.

8. In § 39 Abs. 1 wird die Wortfolge „nach § 120 TKG 2003“ durch die Wortfolge „nach dem TKG 2003“ ersetzt.

*9. Dem § 44 wird folgender Abs. 19 angefügt:*

„(19) § 2 Abs. 1, § 13 Abs. 3, 4 und 6, § 30 Abs. 4 und § 39 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft.“

*10. Dem § 45 wird folgender Abs. 12 angefügt:*

„(12) § 13 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 ist nur auf jene Verfahren anzuwenden, die nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 bei der KommAustria anhängig werden.“

## **Vorblatt**

### **Erläuterungen**

#### **Allgemeiner Teil**

Die vorgesehenen Änderungen dienen der Schaffung praxisorientierter Erleichterungen für den Sendebetrieb sowie der Verwaltungsökonomie unter Berücksichtigung der Erfahrungen in der Handhabung der durch die Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 bewirkten Neuorganisation. Für den Bereich privater Radioveranstalter wird dazu die Erleichterung der Zusammenarbeit zwischen Hörfunkveranstaltern und die Möglichkeit der Zusammenlegung einzelner Zulassungen angestrebt. Für den ORF ergeben sich, abgestimmt auf internationale Gepflogenheiten, Erleichterungen beim Reminderverbot und bei den privaten audiovisuellen Medien steht die Förderung der Verbreitung österreichischer Inhalte weiterhin im Vordergrund. Damit verbunden werden einzelne legistische Klarstellungen und Anpassungen.

#### **Kompetenzgrundlage:**

Die Zuständigkeit des Bundes zur Erlassung der vorgeschlagenen Bestimmungen ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 9 B-VG.

#### **Besonderer Teil**

##### **Zu Art. 1 (Änderung des Privatradiogesetzes):**

##### **Zu Z 1 (§ 5 Abs. 5):**

Die Anpassung dient zur Erleichterung der Bekanntgabepaxis und gleicht die Frist an jene in § 22 Abs. 5 an.

##### **Zu Z 2 (§ 6 Abs. 1):**

Die Ergänzung bezweckt im Sinne der praktischen Erfahrungen eine Erleichterung der technischen, organisatorischen und administrativen Zusammenarbeit zur ressourcengerechten Bewältigung der unterschiedlichen Aufgaben des Hörfunkbetriebs. Von einer administrativen Zusammenarbeit sind auch gemeinsame Vermarktungsaktivitäten umfasst. Die Änderung leitet die Regulierungsbehörde an, derartige Kooperationen bei ihrer Auswahlentscheidung nicht als Nachteil für den betreffenden Antragsteller zu werten, wenn dieser seine redaktionellen Entscheidungen weiterhin unbeeinflusst trifft und treffen kann und gesichert ist, dass sich die Zusammenarbeit nicht auf redaktionelle Aspekte bezieht. Gleichzeitig kann aber die Zusammenarbeit für die Prüfung der ausreichenden Glaubhaftmachung fachlicher und organisatorischer, aber auch finanzieller Aspekte der Hörfunkveranstaltung von Bedeutung sein.

##### **Zu Z 3 (§ 9 Abs. 3):**

Die Änderung in § 9 Abs. 3 dient der legistischen Bereinigung im Hinblick auf die bereits mit BGBl. I Nr. 16/2012 erfolgte zeitgemäße Anpassung des § 11 AMD-G an aktuelle technische Möglichkeiten und Gegebenheiten bei der digitalen Terrestrik.

##### **Zu Z 3 (§ 16 Abs. 4):**

Die Änderung dient der Anpassung an die korrekte Terminologie.

##### **Zu Z 5 bis 12 (§ 19):**

Die Änderungen dienen terminologischen Anpassungen an das AMD-G und das ORF-G und berücksichtigen ferner die in Fachkreisen übliche und in AMD-G und ORF-G längst berücksichtigte Terminologie beim Sponsoring. Das Verbot für Nachrichtenmoderatoren, in Radiowerbung aufzutreten kann mangels praktischer Relevanz, insbesondere auch, weil es anders als für das Fernsehen (vgl. das Europaratsübereinkommen zum grenzüberschreitenden Fernsehen, BGBl. III Nr. 164/1998 in der Fassung BGBl. III Nr. 64/2002) nicht völkerrechtlich vorgegeben ist, entfallen.

##### **Zu Z 13 (§ 22 Abs. 4):**

Die Änderung stellt die Übereinstimmung mit § 5 Abs. 5 her, damit auch hier Vereine erfasst sind. Wie bei den Eigentumsverhältnissen ist eine Änderung der Mitgliederverhältnisse nicht nur - wie bisher - in der Bewerbungsphase, sondern nunmehr auch nach Erteilung einer Zulassung eine Tatsache, von der die Behörde unverzüglich in Kenntnis gesetzt werden muss.

**Zu Z 14 und 15 (§ 27):**

Die Ergänzungen dienen der Effizienz der Rechtsaufsicht durch die Regulierungsbehörde. Zum Nachweis eines ist eine ordnungsgemäße Herstellung von Aufzeichnungen durch den Rundfunkveranstalter unabdingbar. Auch zur Durchsetzung der Verpflichtung zur Anzeige von Übertragungen im Sinne von §§ 22 Abs. 5 ist eine Strafsanktion erforderlich.

**Zu Z 16 (§ 28b):**

Die Änderung verzichtet auf das regelmäßige - selbst bei absehbarer Erfolglosigkeit der Veröffentlichung - verpflichtende amtswegige Bekanntmachen der Möglichkeit der Beantragung einer bundesweiten Zulassung. Schon bislang hat die Regulierungsbehörde bei glaubhaftem Vorliegen der Voraussetzungen zur Schaffung einer bundesweiten Zulassung immer die Möglichkeit der Antragstellung eröffnet.

**Zu Z 17 (§ 28e):**

Die Einfügung soll einem Anliegen der Praxis Rechnung tragen und im Sinne der Stärkung der Wirtschaftlichkeit eine Zusammenfassung von Versorgungsgebieten bei gleichzeitiger programmlicher Neuausrichtung ermöglichen. Vorausgesetzt wird, dass alle an der Zusammenfassung beteiligten Hörfunkveranstalter ähnlich wie bei der Bestimmung nach § 28a PrR-G seit mindestens zwei Jahren ihren Sendebetrieb ausgeübt haben (vgl. VwGH 26.3.2014, 2012/03/0048, 0049, 0050, 0051). Diese Bedingung dient auch dem Schutz der anderen im Versorgungsgebiet des „Verzichtenden“ am Markt, dh. auf Sendung befindlichen Veranstalter vor einer allzu raschen Änderung der Programmausrichtung nach Zulassung, weil dies das Auswahlverfahren ad absurdum führte. Um zu vermeiden, dass neue Versorgungsgebiete mit erheblichen Lücken entstehen, verlangt Abs. 2 neben einer politischen, kulturellen oder sozialen „Verbundenheit“ (vgl. die idente Formulierung in § 10 Abs. 1 Z 4 PrR-G und die einschlägige Spruchpraxis der KommAustria, des BKS und des VwGH zur den so verlangten Zusammenhängen) auch einen - wenn auch abgeschwächten - geografischen Konnex. Abs. 4 normiert - ähnlich wie bei dies bei der bundesweiten Zulassung der Fall ist - bestimmte inhaltlichen Anforderungen an das Programm. Die weiteren im PrR-G enthaltenen inhaltlichen Bestimmungen, aber auch die Anforderungen an den Veranstalter in formeller Hinsicht, bleiben uneingeschränkt anwendbar.

**Zu Art. 2 (Änderung des ORF-Gesetzes):****Zu Z 1 (§ 2):**

Die Anpassung in § 2 stellt klar, dass auch Tochtergesellschaften, die ausschließlich kommerzielle Tätigkeiten in Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag wahrnehmen (z. B. Werbezeitenverkauf, Mitbenutzung von Sendeanlagen), dem ORF-G und damit der Aufsicht der Regulierungsbehörde und der Prüfungskommission unterliegen. Die Ausnahme hinsichtlich der Bestimmungen der §§ 27, 39 bis 39c und 40 Abs. 1 bis 4 und 6 bezieht sich nur auf Tochtergesellschaften, die so genannte „stand alone“ kommerzielle Tätigkeiten, dh. solche ohne Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag, ausüben (vgl. ident auch § 31 Abs. 3 und § 18 Abs. 5).

**Zu Z 2 (§ 17):**

Die Einfügung soll verhindern, dass der ORF keine Veranstaltungen mehr übertragen kann, weil das Fernsehsignal Sponsorhinweise enthält, auf deren Platzierung der ORF keinen Einfluss nehmen kann und für die er kein Entgelt erhält. Sponsorhinweise während einer Sendung bleiben sonst grundsätzlich weiterhin untersagt (vgl. VwGH 5.5.2014, 2013/03/0122).

**Zu Z 3 (§ 40 Abs. 2):**

Die Änderung dient der Verwaltungsvereinfachung. Hinkünftig kann die Regulierungsbehörde den Vergütungsbedarf der Prüfungskommission dem ORF ohne förmliches Verwaltungsverfahren weiterverrechnen (im Wege ihrer Geschäftsstelle). Der Rechtsschutz bleibt insoweit aber vollumfänglich gewahrt, als in Bescheid auf Antrag des ORF zu erlassen ist; die Regelung entspricht damit dem Verfahren nach § 35 KOG.

**Zu Art. 3 (Änderung des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes):****Zu Z 1 (§ 2 Z 7a):**

Die Einfügung in der Definition macht deutlich, dass es neben kurzen, im Durchschnitt maximal 60 Sekunden dauernden Werbeformen auch längerdauernde Werbesendungen gibt, die ein Produkt, eine Dienstleistung oder auch das ein Produkt oder eine Dienstleistung anbietende Unternehmen selbst in redaktionell aufbereiteter Form „ins Bild“ setzen. Mit der Einfügung der Definition wird klargestellt, dass es sich bei solchen redaktionell aufbereiteten Produkt- oder Firmenpräsentationen audiovisueller Form - mag man sie als Infomercials, (wie im Printbereich) Advertorials oder auch (wie im Onlinebereich)

Native Advertising bezeichnen - um Werbung im Sinne der unionsrechtlichen Vorgaben der Audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie (AVMDRI, 2010/13/EU) handelt. Folglich finden auch - sofern in § 43 und § 45 nichts Spezifisches zu den Dauerwerbesendungen normiert ist - sämtliche die Werbung (als Unterform der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation) betreffenden inhaltlichen Anforderungen des 7. und des 9. Abschnitts des AMD-G auf sie Anwendung. Die Schaffung von über die aktuelle Rechtslage hinausgehenden Möglichkeiten für Werbung ideeller Natur (vgl. den zweiten Satz der Definition in § 2 Z 40 AMD-G) ist damit nicht verbunden.

**Zu Z 2 (§ 10 Abs. 7):**

Mit der Anpassung sollen zur Erleichterung für die Mediendienstanbieter die Meldepflichten bei Eigentumsänderungen reduziert werden. Künftig ist bei anzeigepflichtigen Diensten eine Meldung der Änderung der Eigentumsverhältnisse gegenüber dem Stand bei Erstattung der Anzeige (§ 9) nur mehr im Rahmen der jährlich vorzunehmenden Datenaktualisierung (§ 9 Abs. 4) erforderlich. Damit wird einerseits eine Angleichung an die Rechtslage im PrR-G vorgenommen; zum anderen hat die Praxis gezeigt, dass vielfach bei diesen Mediendienstanbietern kleinere Anteilsverschiebungen stattfinden, die keinerlei Auswirkungen auf die Erfüllung der Anforderungen der §§ 10 und 11 haben. Ansonsten bleiben die Meldepflichten unverändert.

**Zu Z 3 (§ 20 Abs. 3):**

Die Änderung in Z 2 des Gesetzestextes soll das Kriterium des besonderen Beitrags zur Meinungsvielfalt präziser beschreiben. Nicht nur bei österreichischem, regionalem oder lokalem Bezug, sondern auch bei eigengestalteten, eigen- oder auftragsproduzierten Sendungsformaten von österreichweiter kultureller, politischer oder gesellschaftspolitischer Relevanz soll ein Verbreitungsauftrag in Frage kommen. Der Beitrag zur österreichischen Identität bemisst sich nach dem Beitrag zur Erhaltung, Stärkung und Weiterentwicklung der Identität auf einem der folgenden Gebiete: Information, Kunst und Kultur, Bildung, Wissenschaft und Forschung, Wirtschaft und Technologie, Soziales, Generationen und Gesundheit, Politik, Religion und Geschichte, Gleichbehandlung, Brauchtum oder Sport. Mit diesem Kriterium wird auch auf die in den einschlägigen Richtlinien zum Ausdruck kommende Förderpraxis der RTR-GmbH Bezug genommen.

**Zu Z 4 (§ 21 Abs. 6):**

Die Anpassung soll mehr Flexibilität bei der Festlegung des Digitalisierungskonzepts bringen: Der bisherige starre 2-Jahres-Zeitraum wird zu Gunsten eines angemessenen Mindestzeitraums einer Vorausschau abgeändert werden, sodass auch inhaltlich zusammenhängende Entwicklungen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken (Auslaufen und Neuvergabe von Lizenzen, Simulcastphasen) berücksichtigt werden können. Eine Anpassung des Digitalisierungskonzepts soll sich flexibel an tatsächlich stattfindenden Marktentwicklungen oder europäischen Entwicklungen – etwa im Hinblick auf die Frequenzplanung – orientieren.

**Zu Z 5 (§ 31 Abs. 2):**

Die Einfügung dient der Beseitigung eines Redaktionsversehens. Aufgrund des Europaratsübereinkommens zum grenzüberschreitenden Fernsehen ist das Irreführungsverbot (wie schon nach der bis 2010 geltenden Rechtslage) auch für den privaten Fernsehbereich (für ORF-Radio und Fernsehen vgl. § 13 Abs. 3 Z 6 ORF-G) beizubehalten, um der völkerrechtlichen Verpflichtung (vgl. Art. 11 Abs. 2 des Übereinkommens) zu entsprechen.

**Zu Z 6 (§ 43 Abs. 3):**

Schon aus unionsrechtlicher Sicht müssen auf Dauerwerbesendungen auch die Regelungen über den Trennungs- und Erkennbarkeitsgrundsatz Anwendung finden. Da diese Werbeform darauf angelegt ist, Werbeanreize unter Verwendung redaktioneller Elemente und Techniken in ein Fernsehsendungsformat (Berichterstattung, Unterhaltung) zu „verpacken“, muss zur Vermeidung jeglicher Verwechslung derartiger bezahlter Inhalte (Werbung) mit dem ohne jeden kommerziellen (bezahlten) Hintergrund gestalteten redaktionellen Inhalt eine dauernde Kennzeichnung angeordnet werden. Diese soll den Durchschnittskonsumenten jederzeit in die Lage versetzen, einerseits den Unterschied zum sonstigen Programminhalt zu erkennen und andererseits auch vollständig über den kommerziellen (bezahlten) Hintergrund für die Darstellung informiert zu sein.

**Zu Z 7 (§ 45 Abs. 4):**

Die AVMDRI räumt mit Art. 26 bei Fernsehprogrammen lokaler oder regionaler Verbreitung - solange diese nicht in einem (oder auch mehr als einem) anderen EU-Mitgliedstaat (und zwar auch nicht via Streaming oder Webcasting) empfangen werden können - bei der höchstzulässigen Werbezeit einen größeren Spielraum ein als bei grenzüberschreitend ausgestrahlten Fernsehprogrammen. Im Interesse

regionaler und lokaler Berichterstattung in den Lokal- und Regionalsendern soll dieser Spielraum genutzt und solchen Sendern eine zusätzliche Finanzierungsquelle im Wege bezahlter redaktioneller, aber der Werbung dienender Beiträge eröffnet werden. Abs. 4 dient der Inanspruchnahme dieser von Art. 26 AVMDRI vorgesehenen Option und Privilegierung. Es wird daher vorgeschlagen, solchen nicht grenzüberschreitend empfangbaren Sendern zusätzlich zur nach § 45 Abs. 1 bereits möglichen Werbezeit (von 12 Minuten pro Stunde) weitere maximal 12 Minuten pro Stunde für Dauerwerbesendungen einzuräumen. Diese Begrenzung dient der Rolle des Fernsehens als Mittel zur Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung (vgl. ErwG 5 über „Kulturdienste“ oder ErwG 63 über „kulturelle Fernsehprogramme“). Im Ausland im Kabelnetz, per Satellit, terrestrisch oder mittels Webcasting oder Streaming empfangbare österreichische Sender können hingegen schon aus unionsrechtlicher Sicht nicht von dieser Werbezeitausdehnung profitieren. Zwar können auch sie Dauerwerbesendungen ausstrahlen, müssen deren Dauer aber - solange eine solche Sendung bis zu 12 Minuten in Anspruch nimmt - nach dem in ErwG 87 AVMDRI ersichtlichen Verständnis in die unionsrechtlich normierte stündliche Werbezeitbeschränkung von 20 % einrechnen.

#### **Zu Z 8 und 9 (§ 64):**

Die Einfügungen dienen der Effektivierung der Rechtsaufsicht durch die Regulierungsbehörde. Zum Nachweis der Einhaltung der inhaltsbezogenen Vorschriften ist eine ordnungsgemäße Herstellung von Aufzeichnungen durch den Rundfunkveranstalter unabdingbar.

#### **Zu Art. 4 (Änderung des KommAustria-Gesetzes):**

##### **Zu Z 1 bis 4, 6 und 9 (§ 2 Abs. 1 Z 7, § 13 Abs. 3 Z 3, 13, § 13 Abs. 4 Z 1, § 13 Abs. 6, § 45 Abs. 12):**

Die Anpassung in § 2 Abs. 1 Z 7 soll das Verfahren der Werbebeobachtung - selbstverständlich unter Beibehaltung des Rechtsschutzes - vereinfachen. Die bisherige „Aufforderung zur Stellungnahme“ vor der Verfahrenseinleitung resultiert aus der teilweise vom VfGH (vgl. VfSlg 18.110/2007) behobenen Stammfassung der Bestimmung mit einer zwingenden Veröffentlichung der Auswertungsergebnisse; sie hat in der Praxis der letzten Jahre dazu geführt, dass das Verfahren bei klaren Sachverhalten (etwa Zugestehen einer Verletzung durch den Rundfunkveranstalter) unnötig verzögert wurde. Hinkünftig soll – wie auch bei allen anderen Rechtsaufsichtsverfahren – die Regulierungsbehörde nach den Verfahrensgrundsätzen des § 39 Abs. 1 AVG über den Umfang des Ermittlungsverfahrens entscheiden. Für die Wahrung der vierwöchigen Frist muss daher eine Verfolgungshandlung (insbes. Aufforderung zur Stellungnahme, Einleitung eines Verfahrens zur Feststellung von Rechtsverletzungen, Einvernahmen) hinsichtlich des in Frage stehenden Sachverhalts stattfinden. Im Rahmen des Tätigkeitsberichts der KommAustria gemäß § 19 Abs. 3 Z 1 KOG wird die tatsächliche Entwicklung der Verfahrenszahlen im Falle der Feststellung von Verstößen einerseits und über die Einstellung solcher amtswegig eingeleiteter Verfahren andererseits regelmäßig transparent gemacht.

Die Änderungen im Bereich der Zuständigkeitsverteilung in der KommAustria bei der Werbeaufsicht (§ 13) tragen dem Umstand Rechnung, dass in den vergangenen Jahren nur vereinzelte Fälle im Rahmen der Senatszuständigkeit angefallen sind, die sich von ihrer „Bedeutung“ her nicht von der amtswegigen Aufsicht, die schon bislang den Einzelmitgliedern oblag, unterscheiden haben. Insofern ist daher der ursprünglichen Annahme des Jahres 2010, beim entscheidenden Organ sei eine breitere Zusammensetzung notwendig, die Grundlage entzogen. Die gesamte Werbeaufsicht soll folglich in die Einzelmitgliedszuständigkeit übertragen werden. Auch die Zuständigkeit für das Abschöpfungsverfahren soll sich klarstellend danach bestimmen, ob ein Senat oder ein Einzelmitglied im die Ursache für das Abschöpfungsverfahren bildenden aufsichtsbehördlichen Verfahren zuständig war. Im Bereich der Transparenz der Werbe-Tarifwerke beschränkt sich die Aufsicht auf die Einhaltung der formellen Vorschriften; insoweit bedarf es auch hier keiner Senatszuständigkeit. Zur Vermeidung von Unklarheiten sollen die neuen Regeln nur für nach dem Inkrafttreten anhängig gemachte Verfahren gelten.

##### **Zu Z 5 und 7 (§ 13 Abs. 4 Z 2 und § 30 Abs. 4 Z 2):**

Die Änderungen dienen der Beseitigung eines Redaktionsversehens und eines Fehlverweises.

##### **Zu Z 8 (§ 39):**

Die Anpassung in § 39 Abs. 1 beseitigt eine im Zuge der Novellierung des TKG 2003 aufgetretene Unschärfe und stellt klar, dass nicht nur die ausdrücklich in § 120 TKG 2003 aufgezählten Entscheidungen der KommAustria erfasst sein sollen, sondern auch die an anderer Stelle der KommAustria zugewiesenen Aufgaben, für die nach Art. 4 der Rahmenrichtlinie (2002/21/EG idF RL 2009/140/EG) der Grundsatz des Ausschlusses einer aufschiebenden Wirkung der Beschwerde gilt. Zu verweisen ist etwa auf die Angelegenheiten der Frequenzverwaltung, -zuteilung, -änderung sowie des Widerrufs und des Erlöschens von Zuteilungen (§ 51 Abs. 4, § 54 Abs. 3 Z 1, § 56, § 57 und § 60 TKG 2003) sowie Angelegenheiten der Bewilligung (einschließlich des Widerrufs und des Erlöschens)

und der Änderung von Funkanlagen für die Verbreitung von Rundfunk im Sinne des BVG-Rundfunk nach dem 10. Abschnitt des TKG 2003.