



Abs.: VÖP, Parkring 10, 1010 Wien

An das Bundeskanzleramt - Verfassungsdienst
z.Hd. Mag. Dr. Matthias Traimer
per E-Mail: v4@bka.gv.at

In Kopie an das Präsidium des Nationalrats
per E-Mail: begutachtungsverfahren@parlinkom.gv.at

Wien, am 7. April 2015

**Stellungnahme zum Entwurf einer Novelle zum PrR-G, zum ORF-G, zum AMD-G
und zum KommAustria-G**

Sehr geehrter Herr Dr. Traimer,
sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Verbands Österreichischer Privatsender (VÖP) möchten wir uns
sehr herzlich für die Gelegenheit zur Stellungnahme zur o.a. Novelle bedanken.
Beigefügt finden Sie unsere Stellungnahme zu den geplanten Änderungen der
einzelnen Gesetze.

Wir dürfen Sie um Kenntnisnahme und Berücksichtigung unserer Anregungen
ersuchen. Vielen Dank im Voraus.

Mit freundlichen Grüßen

Corinna Drumm
Geschäftsführung

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Stellungnahme des Verbands Österreichischer Privatsender zum Entwurf einer Novelle zum PrR-G, zum ORF-G, zum AMD-G und zum KommAustria-G

1. Zu den geplanten Änderungen des Privatrado-Gesetzes

Die geplanten Änderungen des PrR-G sind aus unserer Sicht ein wichtiger Schritt, um den wirtschaftlichen Spielraum für österreichische Privatradios zu erweitern. Tatsächlich ist es so, dass die österreichischen Privatradios ein deutliches Mehr an Flexibilität benötigen, um sich weiterentwickeln und im Wettbewerb mit mächtigen Gegenspielern wie dem ORF und den global erfolgreichen Online-Audioangeboten bestehen zu können.

Gestaltungsspielraum wird zum einen dort benötigt, wo es darum geht, die betriebliche Organisation effizienter gestalten zu können. In dieser Hinsicht sind die geplanten Änderungen des PrR-G gelungen und äußerst willkommen. Dort jedoch, wo es darum geht, auch für die kommerzielle Verwertung der Radioprogramme mehr Gestaltungsraum zu schaffen, bleibt der vorgelegte Entwurf leider hinter dem zurück, was möglich und für die Branche notwendig wäre. Dazu im Detail:

1.1 Zu § 6 PrR-G:

Die vorgeschlagene Änderung in § 6 PrR-G, wonach private Hörfunkveranstalter in Zukunft in betrieblichen Funktionsbereichen zusammenarbeiten dürfen, so lange hierdurch nicht die redaktionelle Unabhängigkeit der einzelnen Veranstalter beeinträchtigt wird, gibt den Veranstaltern jene Flexibilität, die sie angesichts des schwierigen wirtschaftlichen Umfelds für Privatrado in Österreich dringend brauchen.

1.2 Zu § 19 PrR-G:

§ 19 PrR-G regelt den Gestaltungsspielraum der Privatradios für kommerzielle Kommunikation. Bis auf eine einzige Änderung – die Streichung des Nachrichtensprecherverbots in § 19 Abs. 4 PrR-G – soll § 19 PrR-G unverändert bleiben. Dies ist aus unserer Sicht sehr enttäuschend. Der Gesetzesänderungsvorschlag bleibt damit weit hinter den berechtigten Erwartungen der österreichischen Privatradios zurück (siehe dazu gleich unten).

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Im Folgenden erlauben wir uns, das Ausmaß erforderlicher (zusätzlicher) Änderungen zu beschreiben und zu begründen:

§ 19 Abs 1 PrR-G: Das Ausmaß von Werbesendungen von Privatradios darf im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von 172 Minuten nicht überschreiten - wobei Tagesabweichungen von 20% zulässig sind. Die Privatrado-Branche hat in der Vergangenheit wiederholt die Streichung der Werbezeitbegrenzung gefordert. Bleibt diese Werbezeitenregelung unverändert, so hat dies in vielerlei Hinsicht negative Konsequenzen für die Privatrado-Branche:

- Permanente, immer stärker werdende Wettbewerbsverzerrung:

Zum einen verstößt die Regelung gegen das Ziel der Schaffung eines fairen Wettbewerbsumfelds für die österreichischen Privatradios – und zwar sowohl im Verhältnis zu den marktdominanten ORF-Radios, als auch im Verhältnis zu den neuen und immer stärker werdenden reinen Online-Radio- bzw. Musikangeboten.

Gegenüber den unmittelbaren Konkurrenzradios des ORF (Ö2-Regional, Ö3 und FM4) sind die Wettbewerbsbedingungen dadurch verzerrt, dass die ORF-Radios ihr Budget zwar zu ca. zwei Dritteln aus öffentlichen Gebühren bestreiten können, in Bezug auf die erlaubte Werbedauer aber den Privatradios gleichgestellt sind.

Diese Benachteiligung trifft allerdings ausschließlich die zugelassenen Privatradoanbieter, denn im Gegensatz zu ihren terrestrischen Angeboten gelten die Werbezeitbeschränkungen für die konkurrierenden, ebenfalls werbefinanzierten Online-Angebote von Spotify & Co (z.B. Deezer, My Juke, Rara, Simfy) nicht.

Werbezeitbeschränkungen verringern nicht nur das Erlöspotential von Privatradios, sie führen auch zu einem hohen organisatorischen Aufwand, insbesondere aufgrund des zu überwachenden Jahresdurchrechnungszeitraums. Dieser Aufwand ist umso spürbarer, je kleiner die einzelne Radio-Organisationseinheit ist. Darüber hinaus beschränken sie die Gestaltungsmöglichkeiten und die Flexibilität im Tagesgeschäft der Radios.

Den – ausschließlich werbefinanzierten – österreichischen Privatradios droht hierdurch mittelfristig eine Gefährdung ihrer wirtschaftlichen Existenzgrundlage. Denn einerseits werden sie wie die öffentlich

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



finanzierten ORF-Radios behandelt, ohne sich – gebührengestützt – deren hochqualitativen Wortanteil leisten können. Und andererseits sind sie aber mangels Bewegungsfreiheit nicht in der Lage, effektiv mit den stark wachsenden musikorientierten Online-Audioangeboten zu konkurrieren.

- Gefährdung von Meinungsvielfalt und Pluralismus:

Diese Ungleichbehandlung gegenüber den konkurrierenden ORF-Radios bzw. Online-Angeboten muss beendet werden. Die Beendigung dieser Ungleichbehandlung ist nicht nur eine Frage des wirtschaftlichen Überlebens der Branche, sondern es ist gleichzeitig auch eine Frage der Absicherung von Meinungsvielfalt und Medienpluralismus in Österreich.

Die Privatradios leisten einen wesentlichen Beitrag zu medialer und Meinungs-Vielfalt in Österreich. Fällt ihre Stimme weg, so fehlt ein zentraler Kommunikationskanal, insbesondere auf regionaler und lokaler Ebene. Die so entstehende Lücke würde weder durch einen (noch stärkeren) ORF, noch durch internationale Online-Angebote gefüllt werden können.

Es ist uE daher Aufgabe des Gesetzgebers, so rasch als möglich diese Gefahr zu bannen und den privaten Radios auch in Bezug auf den Einsatz kommerzieller Kommunikation jenen Gestaltungsspielraum zu geben, den sie im Wettbewerb mit ihrer Konkurrenz benötigen.

- Selbstregulierende Kräfte der Privatradiobranche:

Bestünde aufgrund berechtigter Schutzinteressen von Kunden bzw. Konsumenten die Notwendigkeit, Werbezeiten zu beschränken, so würden die Privatradios nicht so vehement die Streichung der Werbezeitbeschränkungen fordern. In der Praxis ist es jedoch so, dass für die Radiounternehmen klar ist, dass die Nachfrageseite, also die Radiohörer, jeden einzelnen Tag faktisch über die Akzeptanz des Werbeausmaßes abstimmen – indem sie den Sender wechseln oder es nicht tun. Kein Radiosender kann es sich leisten, von seinen Hörern als „Werbesender“ wahrgenommen zu werden. Denn dies würde nicht nur kurz-, sondern vor allem mittel- und langfristig zu unumkehrbaren Marktanteilsverlusten führen.

Die Sorge vor unethischem Werbeverhalten der Privatradiobranche ist auch mit Blick auf die Vergangenheit unbegründet. In ihrem jährlichen

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Kommunikationsbericht attestiert die Regulierungsbehörde den österreichischen Privatradios vorbildhaftes Verhalten. Laut dem letzten verfügbaren Bericht (aus dem Jahr 2013) hat die KommAustria im Rahmen der amtswegigen Überprüfung der österreichischen Privatradios im Jahr 2013 keinen Verstoß gegen die Werberegeln, einschließlich Werbezeitenregeln, festgestellt.¹

Die selbstregulierenden Kräfte der österreichischen Privatradiobranche sind so stark, dass es keiner gesetzlichen Werbezeitbeschränkung bedarf, und schon gar nicht einer, die künstlich Wettbewerbsasymmetrien zwischen den konkurrierenden Angeboten schafft bzw. aufrecht erhält (siehe oben). Da auch keine völkerrechtlichen, insbesondere EU-rechtlichen Vorgaben gegen den Wegfall der Werbezeitenbeschränkung für Privatradios sprechen, möchten wir unsere Forderung nach ersatzloser Streichung von § 19 Abs 1 PrR-G mit Nachdruck erneuern und ersuchen den Gesetzgeber dringend, durch entsprechende Anpassung der gegenständlichen Novelle dieser Forderung Rechnung zu tragen.

§ 19 Abs. 3 PrR-G: Mit Bedauern stellen wir fest, dass auch diese Bestimmung unberührt vom Novellen-Vorschlag ist („Werbung muss leicht als solche erkennbar *und* durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt sein“).

Die österreichischen Privatradios stehen voll und ganz hinter dem Grundsatz, dass Werbung und Programm erkennbar *voneinander* getrennt sein müssen. Aus unserer Sicht *kann* dies, muss aber nicht zwangsläufig durch ein akustisches Mittel erfolgen. Wir vertreten die Ansicht, dass es genügen muss, die österreichischen Privatradios zum Einhalten des Trennungsgrundsatzes gesetzlich zu verpflichten. Den Radios zusätzlich auch noch konkrete Vorgaben zu machen, wie dieser Trennungsgrundsatz jedenfalls einzuhalten ist, ist uE überschießend und widerspricht der (zu verfolgenden) Zielsetzung, der Branche angesichts der wirtschaftlichen Herausforderungen mehr Gestaltungsspielraum zu geben. Aus unserer Sicht sollte der Beisatz in Abs 3 („und durch akustische Mittel eindeutig von anderen Programmteilen getrennt“) ersatzlos gestrichen werden.

§ 19 Abs. 4 PrR-G: Wir begrüßen die Streichung des Nachrichtensprecher-Verbots in § 19 Abs. 4 lit c.

Wir sind jedoch enttäuscht, dass die von uns ebenso geforderte Flexibilisierung in Bezug auf das allgemeine Verbot redaktioneller Mitgestaltung unterblieben ist.

¹ Kommunikationsbericht 2013, S 47.

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Aus unserer Sicht ist es vor allem für kleine Privatradios unerlässlich, außerhalb kritischer inhaltlicher Bereiche (wie z.B. Information, Politik) mehr Gestaltungsspielraum zu haben, um den inhaltlichen Wünschen von Werbetreibenden in Bezug auf ihre Präsenz im Radio mehr Raum zu geben.

Wir erneuern daher unsere Forderung nach entsprechender Anpassung der Bestimmung des § 19 Abs. 4 lit. d PrR-G. Die Bestimmung sollte uE lauten: *„Ein Werbetreibender darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt von Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information oder vergleichbare zur Meinungsbildung geeignete Programme ausüben“.*

§ 19 Abs. 5 PrR-G: Richtigerweise sollten die oben geforderten Änderungen auch im Bereich des Sponsoring gelten. Wir möchten daher unsere Forderung in Erinnerung rufen, § 19 Abs. 5 lit. b PrR-G in diesem Sinne zu ändern, sodass die Bestimmung folgendermaßen lautet: *„b) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:*

- 1. Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Hörfunkveranstalters in Bezug auf Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information oder vergleichbare zur Meinungsbildung geeignete Sendungen angetastet werden.*
- 2. Sie sind in eindeutiger, für den Zuhörer unmissverständlicher Weise als gesponserte Sendung am Programmanfang oder am Programmende zu kennzeichnen (An- oder Absage).*
- 3. Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen; hiervon ausgenommen sind die An- und Absage, sowie Sendungsbestandteile oder Hinweise, deren werblicher Charakter für Zuhörer offensichtlich oder zumindest sehr leicht erkennbar ist.“*

1.3 Zu § 28e PrR-G:

Sehr positiv beurteilen wir die Möglichkeit zu Erweiterungen von Privatradi Zulassungen durch die Zusammenfassung bestehender Zulassungen. Die Detailregelungen der neu eingeführten Bestimmung des § 28e PrR-G sind uE auch weitgehend sachgerecht ausgestaltet. Klarstellungs- bzw. Ergänzungsbedarf besteht nur in folgender Hinsicht:

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



§28e Abs 1: Gemäß § 28e Abs 1 kann der einzelne Hörfunkveranstalter seine Zulassung mit Zulassungen *anderer* Veranstalter zusammenfassen, indem die Inhaber der *anderen* Zulassungen einen Verzicht aussprechen. Aufgrund des Wortlauts („*anderer*“) bestehen Zweifel daran, dass der Inhaber der *anderen* Zulassung in einem Medienverbund mit dem Inhaber der *aufnehmenden* Zulassung stehen darf.

Aus unserer Sicht muss die Möglichkeit der Erweiterung der Zulassung durch Zusammenfassung sowohl für Zulassungen innerhalb eines Medienverbundes als auch für Zulassungen von Inhabern, die nicht in einem Medienverbund stehen, gegeben sein. Dies sollte sich eindeutig aus dem Wortlaut der Bestimmung (oder zumindest aus den Gesetzeserläuterungen) ergeben. Natürlich bleibt der Gehalt der Medienverbundregeln des § 9 PrR-G hierdurch unberührt.

§ 28e Abs 2 macht die Zulässigkeit der Zusammenfassung von bestimmten Kriterien abhängig, und verlangt (neben der Mindestdauer der bisherigen Zulassungsausübung von jeweils 2 Jahren und dem Vorliegen eines geografischen Konnexes in Form des „50 km-Kriteriums“) auch das Vorliegen *eines politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhangs*.

Dieses Kriterium ist § 10 Abs 1 Z 4 PrR-G entlehnt, dient dort allerdings als Abwägungskriterium bei der Entscheidung zwischen zwei regulatorischen Optionen (der Zuordnung von Übertragungskapazitäten *entweder* für die Erweiterung bestehender Versorgungsgebiete *oder* für die Schaffung neuer Versorgungsgebiete).

Es ist leicht, sich vorzustellen, wie eine (relative) Prüfung des Bestehens *eines politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhangs* aussehen kann, wenn es darum geht, zwischen zwei Optionen zu entscheiden, da es unter diesen Umständen nicht darauf ankommt, das Bestehen (oder aber das Nichtbestehen) eines *politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhangs* festzustellen, sondern es allein darauf ankommt, eine relative Abwägungsentscheidung anhand des Kriteriums zu begründen, und einer von mehreren Optionen den Vorzug zu geben.

Umgekehrt fällt es hingegen schwer, sich vorzustellen, wie eine Prüfung aussehen kann, wenn es darum geht, das Bestehen oder aber das Nichtbestehen eines *politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhangs* festzustellen (quasi als „Schwarz-Weiß-Kriterium“). Denn: Es ist kaum vorstellbar, dass einem (Zulassungs-)Gebiet innerhalb Österreichs, das (maximal) 50 km von einem anderen Zulassungsgebiet innerhalb Österreichs entfernt ist, das Bestehen *eines*

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhangs mit diesem (zweiten) Zulassungsgebiet gänzlich abgesprochen wird.

Aus unserer Sicht wird durch die Einführung dieses Kriteriums der Regulierungsbehörde eine Bewertung abverlangt, die unter Zugrundelegung eines vernünftigen Maßstabs innerhalb Österreichs jedenfalls dazu führen *muss*, dass ein solcher *politischer, kultureller oder sozialer Zusammenhang* als gegeben erachtet wird. Dann ist die Prüfung allerdings überflüssig.

Oder aber der Prüfungsmaßstab wird überhöht (da andernfalls die Prüfung überflüssig wäre). Dann besteht die Gefahr, dass ein Intensitätsgrad des *politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhangs* verlangt wird, der vom Gesetzgeber in dieser Form nie erwartet wurde.

Da weder eine Prüfung verlangt werden soll, deren Ergebnis von vornherein feststeht, noch eine Überhöhung der Erwartung an den *politischen, kulturellen oder sozialen Zusammenhang* im Sinne des Gesetzgebers sein kann, ist es aus unserer Sicht angezeigt, von vornherein auf dieses Kriterium zur Gänze zu verzichten und es aus § 28e Abs 2 zu streichen.

§ 28e Abs 3 legt fest, innerhalb welchen Zeitraums die Regulierungsbehörde das Prüfungsverfahren abzuschließen hat (sechs Monate) und in welcher Form die (aufnehmende) Zulassung an den Umstand der Zusammenfassung anzupassen ist. Demzufolge sind „die Programmgestaltung, -dauer, -schema sowie das Versorgungsgebiet und die Übertragungskapazitäten betreffenden Teile, *nicht aber die Zulassungsdauer*, abzuändern“ und die Übertragungskapazitäten der Zulassung zuzuordnen.

Es ist sachlich gerechtfertigt, das Verfahren des § 28e Abs 3 weitestgehend an das – materiell ähnliche – Verfahren im Fall der Zulassungserweiterung der bundesweiten Zulassung (§ 28d Abs 4 PrR-G) anzulehnen. Daher ist die Regelung in § 28e Abs 3 in Bezug auf die Zulassungsdauer der zusammengefassten neuen Zulassung wohl so zu verstehen, dass die Dauer der aufnehmenden Zulassung unverändert bleibt, und sich die Dauer der aufgenommenen Zulassung (unabhängig von ihrer ursprünglichen Dauer) an jene der aufnehmenden Zulassung angleicht. Dies ist zumindest das Verständnis, dass sich aus der materiellen Ähnlichkeit mit § 28d Abs 4 schließen lässt und das uE auch die einzig sinnvolle Vorgangsweise darstellt.

Da der Wortlaut des § 28e Abs 3 aber auch anders verstanden werden könnte (im Sinne der Geltung zweier unterschiedlicher Zeiträume für zusammengefasste

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Zulassungen), würden wir es vorziehen, wenn der Wortlaut (bzw. die Erläuterungen) das oben dargestellte Verständnis stärker verdeutlichen würden.

Im Übrigen wäre es in Anlehnung an § 28 b Abs 2 PrR-G wünschenswert, dass die Antragsprüfung innerhalb von zehn Wochen abzuschließen ist. Eine bis zu sechs Monate dauernde Prüfungsperiode ist aus unserer Sicht zu lange.

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



2. Zu den geplanten Änderungen des AMD-G

Die vorgeschlagenen Änderungen des AMD-G sind aus Sicht der vom VÖP vertretenen privaten Fernsehveranstalter enttäuschend. Wir haben auf deutliche Erleichterungen, insbesondere in Bezug auf eine freiere Gestaltung kommerzieller Kommunikation durch regionale und lokale Fernsehveranstalter, gehofft.

Tatsächlich führt der Gesetzesvorschlag jedoch zu neuen und zusätzlichen Beschränkungen, indem für Dauerwerbesendungen (also einzelne werblich gestaltete Beiträge mit einer Länge über 90 Sekunden) eine spezifische Kennzeichnungspflicht eingeführt wird und die zulässige Maximaldauer dieser Werbeform eingeschränkt wird. Das Ergebnis ist ein *Weniger* – anstatt eines *Mehr* – an Flexibilität und Gestaltungsfreiraum für private Fernsehveranstalter.

Dieser Umstand ist umso enttäuschender, als sich die allgemeinen Marktbedingungen für private Fernsehveranstalter in den letzten Monaten und Jahren nicht verbessert sondern verschlechtert haben. Ebenso wie für die privaten Radioveranstalter gilt auch (oder eigentlich: noch mehr) für die privaten Fernsehveranstalter, dass die Wettbewerbsbedingungen zu ihren Lasten verzerrt sind – zum einen durch die umfangreichen kommerziellen Aktivitäten des öffentlich finanzierten Fernsehveranstalters ORF, andererseits durch die immer stärker werdende Konkurrenz internationaler Online- bzw. Bewegtbild-Anbieter (u.a. Netflix), die aufgrund ihres andersartigen Geschäftsmodells, anderer Niederlassung etc. eine Vielzahl von Wettbewerbsvorteilen im Vergleich zu privaten Fernsehveranstaltern mit Niederlassung in Österreich genießen.

In diesem Kontext kann unsere Forderung nur lauten, dass es einer möglichst raschen Beseitigung dieser asymmetrischen Wettbewerbsbedingungen bedarf – auf österreichischer und auf europäischer Ebene.

Andernfalls droht den privaten österreichischen Fernsehveranstaltern die (ohnedies extrem dünne) wirtschaftliche Rechtfertigung gänzlich entzogen zu werden und damit das seit der Marktliberalisierung erreichte Maß an inhaltlicher und programmlicher Vielfalt mit Österreich-Relevanz rasch zu Ende zu gehen.

Große Reformen, die die kommerziellen Rahmenbedingungen im Verhältnis zwischen ORF, privaten österreichischen Fernsehveranstaltern und der internationalen digitalen Konkurrenz tatsächlich fair ausgestalten, bedürfen sicherlich mehr Zeit, als im Rahmen dieser Novelle zur Verfügung steht. Daher haben wir uns an dieser Stelle auf Änderungen, die auch kurzfristig möglich sind, beschränkt. Konkret geht unsere Forderung in Bezug auf das AMD-G dahin, den

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



EU-rechtlichen Spielraum für kommerzielle Aktivitäten, insbesondere zugunsten von regionalen Fernsehveranstaltern, voll auszunutzen, jedenfalls aber keine neuen Beschränkungen (in Bezug auf Dauerwerbesendungen) einzuführen.

Konkret zu den vorgeschlagenen bzw. von uns kurzfristig gewünschten Änderungen des AMD-G:

2.1 Zu § 10 Abs. 7 AMD-G:

Wir begrüßen die vorgeschlagene Erleichterung der Meldepflichten für anzeigepflichtige Dienste.

2.2 Zu § 20 Abs. 3 AMD-G:

Die vorgeschlagene Änderung in Bezug auf den „besonderen Beitrag zur Meinungsvielfalt“ präzisiert den erforderlichen „Österreich-Bezug“, ohne die Substanz der Must-Carry-Regelung merklich zu verändern. Insoweit mag die vorgeschlagene Änderung die Begründungslast für die KommAustria im entscheidungsrelevanten Streitfall reduzieren, sie hilft allerdings nicht, das Gesamtgefüge der Must-Carry-Verpflichtung einer zeitgemäßen und ausgewogenen Lösung zuzuführen.

Wir halten die Must-Carry-Regelung des § 20 AMD-G in seiner Gesamtheit für reformbedürftig. Insbesondere erscheint uns die einseitige Bevorzugung der ORF-Programme ebenso wenig zeitgemäß, wie die Konzentration auf eine einzige technische Verbreitungsart – Kabel-TV.

Da einer substanziellen Änderung des § 20 AMD-G ein offener und breiter Diskurs vorangehen sollte – was bisher nicht geschehen ist – ist die vorgeschlagene Präzisierung des § 20 Abs. 3 AMD-G ein aus unserer Sicht kurzfristig gangbarer Weg.

2.3 Zu § 21 Abs. 6 ADMG:

Wir begrüßen die vorgeschlagene Flexibilisierung in Bezug auf die Erstellung bzw. Anpassung des Digitalisierungskonzepts.

2.4 Zu § 31 Abs. 3 AMD-G:

Die Adaptierung entspricht geltender Rechtslage (Europaratsübereinkommen).

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



2.5 Zu § 43 Abs. 3 AMD-G:

Die vorgeschlagene Verpflichtung zur durchgehenden Einblendung eines Schriftzuges „Dauerwerbesendung“ während jeder Sendung mit (zumindest teilweise) werblichem Charakter, die länger als 90 Sekunden dauert, ist uE überschießend.

Ähnlich wie im Radio-Bereich soll die konkrete Ausgestaltung des Trennungsgrundsatzes (Erkennbarkeit von kommerzieller Kommunikation) nicht der Branche überlassen werden. Stattdessen sollen – über die allgemeine (Trennungs-)Verpflichtung hinaus – für private Fernsehveranstalter zusätzliche Pflichten bzw. Verschärfungen im Zusammenhang mit der kommerziellen Verwertung von Fernsehprogrammen eingeführt werden.

Diese Vorgangsweise steht in klarem Widerspruch zu der von uns (oben) skizzierten Notwendigkeit, den privaten Fernsehveranstalter angesichts der wettbewerblichen Asymmetrie zum ORF sowie zu den reinen Onlineangeboten *mehr* (und nicht *weniger*) Bewegungsspielraum zu geben. (Verschärft wird diese Schlussfolgerung nicht zuletzt dadurch, dass die kommerziellen Möglichkeiten des ORF im Rahmen dieses Novellenpakets durch die o.a. Änderung des § 17 ORF-G noch zusätzlich *erweitert* werden sollen).

Kritisch ist die vorgeschlagene Regelung uE aber nicht nur, weil erstmals eine Kennzeichnungspflicht eingeführt wird, sondern weil die Art der Kennzeichnung auch keinerlei Spielraum für eine „freundlichere“ Ausgestaltung lässt. Der Terminus „Dauerwerbesendung“ suggeriert dem Zuseher, dass die Sendung sehr lange dauern wird. Bei werblichen Beiträgen ab einer Dauer von 90 Sekunden von *Dauerwerbesendung* zu sprechen, halten wir jedenfalls für überschießend. Die Starrheit der Regelung sollte daher jedenfalls aufgebrochen werden, indem es den privaten TV-Veranstaltern freigestellt wird, in welcher Form die Sendung durchgehend gekennzeichnet wird – solange für den durchschnittlichen Betrachter der werbliche Charakter des Beitrags klargestellt wird. Einblendungen, wie z.B. „Werbung“, „Werbesendung“, „kommerziell gestalteter Beitrag“ oder eine ähnliche, sinngleiche Bezeichnung, sollten daher ebenfalls zulässig sein.

Unsere primäre Zielsetzung ist es, dass die vorgeschlagene Kennzeichnungspflicht für Dauerwerbesendungen gänzlich entfällt (siehe oben), dass also § 43 Abs. 3 AMD-G ersatzlos gestrichen wird.

Sollte eine Streichung (aus uns nicht bekannten Gründen) untunlich sein, so sollte unter allen Umständen zumindest der Spielraum für die Art der Kennzeichnung

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



erweitert werden. Der Wortlaut des § 43 Abs. 3 AMD-G wäre dahingehend zu ändern, dass er lautet: *„Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit einem eindeutig erkennbaren Schriftzug als Sendung mit werblichem Charakter zu kennzeichnen“.*

2.6 Zu § 45 Abs. 4 AMD-G:

In § 45 AM-G soll ein neuer Absatz 4 eingefügt werden, demzufolge Fernsehveranstalter, die mit ihrem Angebot ausschließlich das österreichische Bundesgebiet adressieren (im Folgenden als „regionale Fernsehveranstalter“ bezeichnet) zusätzlich zur Maximaldauer von 12 Minuten Spotwerbung pro Stunde 12 Minuten Sendezeit mit Dauerwerbesendungen belegen dürfen.

Anders als nach dem Wortlaut der Bestimmung vielleicht zunächst vermutet, handelt es sich hierbei nicht um eine Werbeerleichterung für regionale TV-Veranstalter, sondern tatsächlich um eine Beschränkung aller TV-Veranstalter in Österreich. Der Entwurf schlägt somit eine Verschärfung der Werbezeitenregelung vor – statt einer *Entschärfung*!

Die bisher in Österreich (ebenso wie in Deutschland) vorherrschende und in der Praxis gelebte Lesart der AVMD-RL differenziert in Bezug auf die Maximaldauer von Werbesendungen, die innerhalb einer Stunde gestattet sind, zwischen Spot-Werbung und Dauerwerbesendungen.

Während für Spot-Werbung der in der AVMD-RL (und daraus abgeleitet, im österreichischen AMD-G) definierte Höchstwert von 12 Minuten nicht überschritten werden darf, gilt diese Höchstgrenze nicht für sogenannte Dauerwerbesendungen – also längere werblich gestaltete Beiträge im Unterschied zur klassischen Spotwerbung. Das rechtliche Fundament dieser Lesart ist Erwägungsgrund 87 der AVMD-RL (iVm Art 1 Abs 1 Buchstabe i AVMD-RL) bzw. Art 23 Abs. 1 AVMD-RL:

Es sollte eine Beschränkung bei Fernsehwerbespots und Teleshoppingspots auf 20 % Werbezeit pro voller Stunde, anwendbar auch auf die Hauptsendezeiten, festgelegt werden. Der Begriff „Fernsehwerbespot“ sollte als Fernsehwerbung im Sinne des Artikels 1 Absatz 1 Buchstabe i mit einer Dauer von nicht mehr als 12 Minuten aufgefasst werden.

[Hervorhebungen durch den Verfasser]

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Art 23 Abs. 1 AVMD-RL: (1) Der Anteil von Fernsehwerbespots und Teleshopping- Spots an der Sendezeit darf innerhalb einer vollen Stunde 20% nicht überschreiten.

Auf Basis dieser Lesart der RL bzw. des AMD-G hatten TV-Veranstalter in Österreich in der Vergangenheit keine Verpflichtung zur Einhaltung einer Höchstgrenze von 12 Minuten pro Stunde für werbliche Formate in Form sogenannter Dauerwerbesendungen. Die sich hierdurch ergebenden Werbemöglichkeiten wurden auch tatsächlich genutzt, und zwar sowohl von „nationalen“ TV-Veranstaltern (also TV-Veranstaltern, deren Programm zumindest theoretisch auch außerhalb des Bundesgebiets empfangen werden kann) als auch von ausschließlich „regionalen“ Veranstaltern, wenngleich – natürlich – in unterschiedlicher Form und Ausprägung.

Denn während es aufgrund entsprechender Marktpositionierung für hochqualitative Programmangebote nicht in Frage kommt (und auch in der Vergangenheit nicht in Frage gekommen ist), in der Hauptsendezeit längere kommerziell gestaltete Beiträge zu zeigen, gehören derartige Formate in kleinen Unternehmenseinheiten mit stark beschränkten Programmgestaltungsressourcen mehr oder weniger zum Alltag.

Der in § 45 AMD-G neu eingefügte Absatz 4 verunmöglicht die bisher praktizierte Lesart der höchstzulässigen Werbedauer. Denn es wird – beschränkt auf regionale Veranstalter – eine Ausnahmeregel für das Senden von Dauerwerbesendungen eingeführt, wonach es ausschließlich regionalen Veranstaltern gestattet ist, in Ergänzung zur Werbedauer von 12 Minuten pro Stunde Dauerwerbesendungen im Gesamtausmaß von (zusätzlich) 12 Minuten pro Stunde zu zeigen.

Hierdurch werden sowohl „nationale“ TV-Veranstalter als auch „regionale“ TV-Veranstalter (letztere in etwas geringerem Ausmaß) in ihren kommerziellen Möglichkeiten gegenüber dem heutigen Status-Quo beschränkt: Für nationale TV-Veranstalter wird eine allgemeine Werbedauerbeschränkung von 12 Minuten pro Stunde eingezogen – unabhängig davon, ob diese in Form von Spots, Dauerwerbesendungen oder in anderer Form konsumiert werden. Für regionale TV-Veranstalter gilt eine Höchstdauer von 12 Minuten/Stunde für Spots, sowie eine Höchstdauer von 12 Minuten/Stunde für Dauerwerbesendungen, wobei beide Formen innerhalb einer Stunde gezeigt werden können.

Unseres Erachtens ist es völlig unverständlich, weshalb diese zusätzlichen Beschränkungen nun eingeführt werden sollen. Weder gibt es eine diesbezügliche völkerrechtliche Verpflichtung (aus der AVMD-RL), die umgesetzt werden müsste

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



(siehe z.B. auch in Praxis in Deutschland, wo Dauerwerbesendungen nicht zeitlich beschränkt sind), noch gibt es oder gab es in der Vergangenheit Probleme in der Praxis (etwa aus Sicht des Konsumentenschutzes).

Natürlich wird Werbung von Sehern vielfach als störend empfunden – und diese Seher stört Werbung umso mehr, je länger sie dauert. Dieser Umstand ist TV-Veranstaltern mehr als bewusst. Das richtige Maß von Werbung zu finden, sodass einerseits ein attraktives Programm finanziert werden kann, andererseits aber Seher nicht aufgrund überhand nehmender Werbung kurzfristig oder dauerhaft „wegzappen“, gehört zu den allergrößten Herausforderungen von TV-Veranstaltern.

Der österreichische Gesetzgeber sollte es vermeiden, ohne sachliche Begründung oder Notwendigkeit, massiv in das gewachsene kommerzielle Modell bzw. in die am Markt gelebte und aus Kundensicht akzeptierte Praxis einzugreifen. Die vorgeschlagene Regelung gleicht einer „Rasenmäher-Methode“, bei der alle Werbeformen – von klassischer Spotwerbung in der Hauptabendzeit zu regionalen Informationssendungen mit werblichem Charakter (siehe dazu gleich noch ausführlicher) über ein und denselben Kamm geschoren werden – und das, ohne dass es hierfür eine Notwendigkeit gäbe.

Dies gilt umso mehr angesichts der großen wettbewerblichen Herausforderungen, denen die privaten TV-Veranstalter im nationalen und internationalen Wettbewerb gegenüber stehen (siehe oben).

In wirtschaftlicher Hinsicht besonders schmerzlich würde sich die vorgeschlagene Regelung für regionale TV-Veranstalter auswirken: Nicht ohne Grund erlaubt die AVMD-RL für diese Gruppe von TV-Veranstaltern den gänzlichen Entfall jeglicher Höchstwerbegrenze – also insb. auch jeder Höchstgrenze für Spotwerbung. Denn nicht nur in Österreich, sondern überall innerhalb der EU stellt sich für diese (sehr) kleinen Unternehmenseinheiten, die oft nur aus einer Handvoll von Mitarbeitern bestehen, beinahe jeden Tag die Frage des wirtschaftlichen Überlebens.

Eine ganz wesentliche Einkommensquelle für regionale TV-Veranstalter ist das Senden von Beiträgen, die nicht als klassische Werbung bezeichnet werden können, die aber mitunter dennoch – auch – einen kommerziellen Hintergrund haben; man denke z.B. an Informationssendungen über lokale Unternehmen und lokale Warenangebote.

Bei diesen Sendungen sind die Grenzen zwischen Information und werblicher Intention fließend. Werden diese Sendungen – wie im Gesetzesentwurf

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



vorgeschlagen – nun als Dauerwerbesendungen kategorisiert, für die eine Obergrenze von 12 Minuten pro Stunde eingezeichnet wird, so muss einem bewusst sein, dass sich hierdurch die (Über-)Lebensbedingungen für die betroffenen (regionalen) TV-Veranstalter verschlechtern – und zwar massiv verschlechtern.

Diese wirtschaftlich äußerst ungünstige Ausgangssituation für lokales Fernsehen war den Machern der AVMD-RL (EU-Parlament, Rat und Kommission) durchaus bewusst. Und genau aus diesem Grund sollte es den Mitgliedstaaten erlaubt sein, die Zulässigkeitsgrenzen für kommerzielle Kommunikation für „regionale“ (also nicht grenzüberschreitende) TV-Angebote weiter zu fassen als für „nationale“ (d.h. grenzüberschreitende bzw. EU-weite) TV-Angebote.

Die zahlreichen wirtschaftlichen Pleiten von regionalen TV-Veranstaltern in Österreich in den vergangenen Jahren sind uE ein mehr als eindeutiger Beweis dafür, dass die wirtschaftliche Situation kleiner TV-Veranstalter tatsächlich extrem angespannt ist. Aus Sicht des VÖP sollte der österreichische Gesetzgeber daher primär darauf abzielen, die regionalen TV-Veranstalter zu *stärken* – und nicht, sie durch zusätzliche Reglementierung zu *schwächen*: Sendungen (wie oben beschrieben), die bisher nicht als Werbung qualifiziert wurden, gelten nun als (Dauer-)Werbung. Sie dürfen (zusätzlich zu Spotwerbung) 12 Minuten pro Stunde gezeigt werden, dies ist aber deutlich kürzer als die bisher übliche Sendungsdauer. Viele Sendungen und Formate, die heute angeboten werden können, können in Zukunft nicht mehr angeboten werden.

Wir vertreten demgegenüber die Ansicht, dass der durch die AVMD-RL erlaubte Gestaltungsspielraum in Österreich voll ausgenutzt werden sollte – anstatt den heute bestehenden Raum auch noch enger zu ziehen.

Notwendige Änderungen am Gesetzesentwurf:

Sofern der österreichische Gesetzgeber die Kategorie der Dauerwerbesendung im AMD-G einführen und mit einer Kennzeichnungspflicht (siehe oben) verknüpfen möchte, sollte er damit - aus den oben angeführten Gründen – jedenfalls keine Verschlechterung der kommerziellen Gestaltungsbedingungen für private TV-Veranstalter verknüpfen.

Um dies sicherzustellen, bedarf es aus unserer Sicht zweierlei: einerseits einer Regelung, die in Bezug auf „nationale“ TV-Veranstalter sicherstellt, dass in Bezug auf Dauerwerbesendungen auch weiterhin ein gewisser Bewegungsspielraum verbleibt; und andererseits einer Regelung, die den „regionalen“ Veranstaltern ein

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Maximum an Bewegungsfreiheit gibt, welches sie zur Absicherung ihrer wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit so dringend benötigen.

Für „nationale“ TV-Veranstalter schlagen wir vor, die Zulässigkeit von Dauerwerbesendungen auf ein sinnvolles zeitliches Ausmaß zu beschränken, diese Werbebeschränkung aber so zu gestalten, dass sie dem TV-Veranstalter dennoch einen gewissen Bewegungsspielraum lässt. In Bezug auf das zeitliche Ausmaß schlagen wir vor, dass nationalen TV-Veranstaltern gestattet wird, zusätzlich zur normalen (Spot-)Werbezeit weitere 12 Minuten pro Stunde (also 20% des betrachteten Zeitraums) als Dauerwerbesendung programmieren dürfen. Dies ist gegenüber der derzeitigen Lesart der AVMD-RL ohnedies bereits eine sehr deutliche zeitliche Beschränkung (siehe dazu schon oben). Um den nationalen TV-Veranstaltern die nötige Flexibilität zu geben, um ggfls. auch einmal eine länger als 12 Minuten dauernde Sendung mit kommerziellem Charakter zeigen zu können, sollte als Durchrechnungszeitraum aber nicht die *Stunde* sondern der *Tag* herangezogen werden. Als Beispiel für ein solches Sendungsformat, das länger als 12 Minuten pro Stunde dauert, kann auf die seit Jahren erfolgreiche „WOK-WM“ mit Stefan Raab auf Pro Sieben (Deutschland) verwiesen werden.

Der konkrete Gesetzesänderungsvorschlag sollte uE folgendermaßen aussehen: es wird in § 45 AMD-G ein neuer Absatz 4 mit folgendem Wortlaut eingefügt:

„Zusätzlich zur Werbedauer nach Abs. 1 darf in einem Fernsehprogramm die für Dauerwerbesendungen eingeräumte Sendezeit innerhalb eines Eintageszeitraums, gerechnet ab 0.00 Uhr, höchstens 20vH betragen.“

Für die „regionalen“ Fernsehveranstalter sollte der durch die AVMD-RL eröffnete Bewegungsspielraum zugunsten von (nicht grenzüberschreitenden) TV-Angeboten voll ausgeschöpft werden. Für regionale TV-Veranstalter sollten daher die folgenden Erleichterungen gelten: Einerseits sollte die Höchstdauer für kommerzielle Kommunikation in einem Einstundenzeitraum (§ 45 Abs. 1 AMD-G) für regionale Fernsehveranstalter überhaupt nicht gelten. Und andererseits sollte die Beschränkung der Zulässigkeit von Unterbrecher-Werbung (44 Abs. 3 AMD-G) nicht für regionale Fernsehveranstalter gelten.

In diesem Sinne müsste in § 45 AMD-G folgender neuer Absatz 5 eingefügt werden:

„Die Beschränkung der Werbedauer nach Abs. 1 und Abs. 4 gelten nicht für ein Fernsehprogramm, das weder unmittelbar noch mittelbar in einem

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parking 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union öffentlich empfangen werden kann.“

Darüber hinaus müsste auch in § 44 AMD-G ein neuer Absatz 5 eingeführt werden
- mit folgendem Wortlaut:

„Die Beschränkungen des Abs. 3 gelten nicht für ein Fernsehprogramm, das weder unmittelbar noch mittelbar in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union öffentlich empfangen werden kann.“

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



3. Zu den geplanten Änderungen des ORF-Gesetzes

3.1 Zu § 17 ORF-G (Sponsoring):

Das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung soll aufgeweicht werden. Die neue Fassung des § 17 Abs. 1 ORF-G soll dem ORF die Übertragung einer Veranstaltung einschließlich von Sponsorhinweisen während der Übertragung unter der Voraussetzung erlauben, dass der ORF keinen Einfluss auf die Platzierung der Sponsorhinweise hat und dass der ORF keinen direkten oder indirekten geldwerten Vorteil erhält.

Aus Sicht des VÖP ist die Aufweichung des Sponsoring-Verbots in der vorgeschlagenen Form grundsätzlich abzulehnen, da es wahrscheinlich ist, dass die vorgeschlagene Verbots-Aufweichung in der Praxis den ungewünschten gegenteiligen Effekt haben wird – und zwar eine Zunahme von Sponsorhinweisen während TV-Übertragungen des ORF. Die Ursache hierfür liegt darin, dass die vorgeschlagene Regelung den Veranstaltern von TV-Ereignissen einen positiven Anreiz gibt, auf Sponsorhinweise im Zuge der TV-Übertragung zu bestehen. Denn anders als in der Vergangenheit müssen Veranstalter nun nicht mehr befürchten, dass der ORF angesichts der geplanten Sponsorhinweise während der TV-Übertragung auf die Fernseh-Übertragung der Veranstaltung gänzlich verzichtet.

Dieser ungewünschte Anreiz auf Seiten der Veranstalter wird insbesondere dann zum Tragen kommen, wenn der ORF der einzige, oder wenigstens einer der wichtigsten, Rundfunkveranstalter ist, der das betreffende Ereignis übertragen möchte. Dies betrifft also ganz besonders rein österreichische Ereignisse sowie internationale Ereignisse, bei denen die österreichische Teilnahme von besonderer Bedeutung ist (z.B. Alpin-Ski-Bewerbe).

Es ist uns klar, dass (auch vom ORF) nicht etwas verlangt werden soll, was nicht geleistet werden kann – also z.B. die Sponsoring-Entscheidungen des Veranstalters eines großen internationalen Events, bei dem Österreich bzw. der ORF nur eine untergeordnete Rolle spielt (wie z.B. der Fußball-WM), in dem Sinn zu beeinflussen, dass während der Übertragung *keine* Sponsorhinweise zu sehen sind. Umgekehrt aber sollte auf jeden Fall vermieden werden, dass durch die Neuregelung ein positiver Anreiz für (nationale oder regionale) Veranstalter geschaffen wird, die Übertragung von Ereignissen via Sponsorhinweisen im Zuge der Übertragung kommerzieller als bisher zu gestalten.

Eine sinnvolle Novellierung des § 17 ORF-G müsste daher beide der genannten Fallkonstellationen abdecken – d.h. dem ORF soll nichts Unmögliches abverlangt

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parking 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



werden, umgekehrt soll es aber auch nicht zu einer Zunahme von Sponsorhinweisen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommen. Es bedarf aus unserer Sicht daher der beiden folgenden Ergänzungen:

- Zum einen sollte die Beweislast für die Einhaltung der neuen Bestimmung dem ORF auferlegt werden. Konkret: Überträgt der ORF eine Veranstaltung einschließlich von Sponsorhinweisen während der Sendung, so sollte grundsätzlich von einem Gesetzesverstoß ausgegangen werden, es sei denn, der ORF erbringt den Nachweis, dass tatsächlich keine Möglichkeit bestand, das Sponsoring bzw. Sponsorsignal zu beeinflussen, und dass dem ORF auch tatsächlich kein geldwerter Vorteil zugutegekommen ist. Denn es ist schwierig sich vorzustellen, wie die Einhaltung dieser Bestimmung in der Praxis von der KommAustria überprüft werden soll, wenn der ORF nicht verpflichtet ist, an der Aufklärung des Sachverhalts entsprechend mitzuwirken.
- Zum anderen muss sichergestellt werden, dass sich der ORF gegenüber dem Veranstalter auch *tatsächlich und ernsthaft darum bemüht*, das Übertragungssignal auch ohne Sponsorhinweise während der laufenden Veranstaltung zur Verfügung gestellt zu bekommen, bzw. dass der ORF, soweit er selbst im Zuge der Übertragung die technischen Möglichkeiten bzw. die Hoheit hat, diese auch tatsächlich so ausgeübt, dass die Sponsorhinweise während der Sendung nicht gezeigt werden. Die einfachste und effektive Form auf Seiten des ORF einen derartigen Anreiz zu schaffen, besteht uE darin, einen wirksamen Sanktionsmechanismus einzuführen. Nahe liegend ist uE eine sanktionierende Anrechnung der Sponsorhinweise auf die Werbezeit (siehe § 17 Abs. 5 ORF-G) – und zwar statt in einfacher in doppelter Höhe.

Nur unter den genannten Voraussetzung ist uE sichergestellt, dass die positive Intention des Gesetzgebers – dem ORF soll nicht etwas abverlangt werden, was tatsächlich unmöglich ist – sich nicht zwangsläufig in der Praxis in ihr Gegenteil verkehrt.

3.2 Zu sonstigen, vom ORF geforderten Erleichterungen:

Im Verlauf der letzten Monate hat der ORF mehrfach Wünsche und Forderungen an die Politik bzw. den Gesetzgeber formuliert, die den Bewegungsspielraum des ORF im Wettbewerb mit privaten Anbietern zusätzlich ausweiten sollten; u.a. wurden Erleichterungen für digitale Angebote, Programmausweitungen im

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Hörfunk und im Fernsehen, eine Ausweitung der Gebührenpflicht sowie eine Beschränkung der Prüfungspflichten der KommAustria gefordert.

Wir wollen an dieser Stelle nicht auf diese Forderungen im Einzelnen eingehen - nicht zuletzt, da diese Forderungen im vorliegenden Gesetzesänderungsvorschlag (mit Ausnahme der Aufweichung des Sponsoringverbots, siehe oben Pkt. 3.1.) keinen Niederschlag gefunden haben.

Wir erlauben uns allerdings, den ORF-Forderungen grundsätzlich entgegenzutreten: Jede Erweiterung des Bewegungsspielraums zugunsten des ORF belastet das angespannte Marktergebnis zulasten privater Radio- und Fernsehanbieter in Österreich. Es wurde schon mehrfach darauf hingewiesen, dass sich die Wettbewerbsbedingungen für die in Österreich niedergelassenen privaten Anbieter durch den Erfolg der internationalen Online-Konkurrenz zunehmend verschlechtern, wodurch sich das Risiko von Marktaustritten und die Wahrscheinlichkeit eines Abschlusses von Medien- und Meinungsvielfalt in Österreich signifikant erhöht haben. In dieser Situation ist daher ganz besonders auf die Ausgewogenheit der Aktivitätsbedingungen im Verhältnis zwischen öffentlich-rechtlichem und privat finanziertem Angebot zu achten.

Den Kontrollgarantien des kraft EU-Wettbewerbsrechts eingeführten Public-Value-Tests („Auftragsvorprüfung“) kommt in diesem Zusammenhang besondere Bedeutung zu: Jede Änderung des ORF-G, die – unmittelbar oder mittelbar – zu einer spürbaren Erweiterung der ORF-Angebotspalette führt, muss die Testbedingungen positiv bestehen, um umgesetzt werden zu können. Das gilt nicht nur für Ausweitungen des klassischen Fernseh- oder Radioprogramms, sondern ganz besonders auch für die Schaffung zusätzlicher digitaler Angebote (weil diese neu entstehende Märkte betreffen) sowie für eine Ausweitung der ORF-Gebührenpflicht. Jede Maßnahme, die den Spielraum des ORF erweitert, muss sich u.a. daran messen lassen, ob durch die Maßnahme überhaupt ein relevanter gesellschaftlicher Mehrwert entsteht, und wie sich dieser Mehrwert (soweit er überhaupt zu bejahen ist) im Wettbewerb mit Privaten auswirkt. Ist das Ergebnis dieser Prognose der Eintritt einer relevanten Wettbewerbsbeschränkung, so muss die Maßnahme unterbleiben. Es liegt daher nicht ausschließlich in der Entscheidungshoheit des österreichischen Gesetzgebers, ob dem ORF eine Erweiterung seines gesetzlichen Spielraums gewährt wird oder nicht; auch der Gesetzgeber muss sich an die Bedingungen des Public-Value-Tests halten.

Es ist aber nicht nur das EU-Wettbewerbsrecht, dass den Forderungen des ORF nach mehr Bewegungsfreiheit Schranken setzt. Vielmehr entspricht es mittlerweile einer EU-weiten „Best Practice“, ganz klare und strenge Grenzen für kommerzielle

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



Marktaktivitäten öffentlich-rechtlicher Anbieter einzuziehen. Denn es hat sich mittlerweile die Ansicht durchgesetzt, dass die Erlaubnis zu kommerziellen Aktivitäten den öffentlich-rechtlichen Rundfunk letztlich implizit davon abhält, seinen Auftrag ordentlich zu erfüllen. Alle EU-Mitgliedstaaten, ganz besonders die fünf großen EU-Mitgliedstaaten, gehen dazu über, dem Subsidiaritätsprinzip mehr Gewicht geben: Die öffentlich-rechtlichen Anbieter sollen nur da auftreten, wo das privatwirtschaftliche Angebot klare Defizite aufweist. Folgerichtig soll im öffentlichen Rundfunk auf die Werbefinanzierung komplett verzichtet werden, da ansonsten die Fehlanreize der Programmgestaltung, die mit dem öffentlichen-rechtlichen Rundfunk beseitigt werden sollen, gleichsam durch die Hintertür wieder eingeführt werden. Der politische Hintergrund des zunehmenden Verbots kommerzieller Aktivitäten liegt daher gar nicht so sehr in der Gefahr permanenter Wettbewerbsverzerrungen, sondern vor allem darin, dass es gilt, sicherzustellen, dass die öffentlichen Gebühren auch tatsächlich für die Erfüllung der öffentlich-rechtlichen Zwecke verwendet werden. (Siehe dazu zuletzt das Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats des deutschen Finanzministeriums, Öffentlich-rechtliche Medien – Aufgabe und Finanzierung, Oktober 2014²).

Der österreichische Gesetzgeber muss daher Forderungen des ORF, die zu einer Ausweitung kommerziell relevanter Aktivitäten führen würden, aus zwei Gründen eine Absage erteilen: Weil sie den Wettbewerb am Markt weiter verzerren, und weil sie den ORF von der Erfüllung seines eigentlichen Auftrags – ein Programm anzubieten, das Private gerade nicht anbieten – ablenken.

² vgl. http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Standardartikel/Ministerium/Geschaeftsbereich/Wissenschaftlicher_Berat/Gutachten_und_Stellungnahmen/Ausgewaehlte_Texte/2014-12-15-gutachten-medien.html

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W



4. Zu den geplanten Änderungen des KommAustria-Gesetzes

Der VÖP unterstützt jeden Vorschlag, der zu Verwaltungs- bzw. zu Verfahrenserleichterungen führt – sowohl im Eigeninteresse, als auch im Interesse der betroffenen Behörde.

In diesem Sinn halten wir die vorgeschlagenen Änderungen des KommAustria-Gesetzes, insb. in § 2 Abs. 1 Z 7 (Verfahren der Werbebeobachtung) und § 13 Abs. 3 Z 3 bzw. Abs. 4 Z 1 und Abs. 6 (Einzelmitgliedszuständigkeit für vermutete Werbeverstöße, sowie Abschöpfungsverfahren) für sachgerecht und sinnvoll.

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Parkring 10
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at
www.voep.at

Bankverbindung:
Konto: 644.096
BLZ: 32.000
RLB NÖ-W