

## 1147 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen des Nationalrates XVIII. GP

# Bericht des Verfassungsausschusses

### **über die Regierungsvorlage (1082 der Beilagen): Bundesgesetz, mit dem das Rundfunkgesetz geändert wird (Rundfunkgesetz-Novelle 1993)**

Auf Grund des EWR-Abkommens ist Österreich zu einer innerstaatlichen Umsetzung der Fernsehrichtlinien der Europäischen Gemeinschaft verpflichtet. Diesem Zweck dient der vorliegende Gesetzentwurf, durch den auch einige zur Durchführung des Europarat-Übereinkommens über grenzüberschreitende Fernsehen notwendige Regelungen geschaffen werden sollen.

Von dieser Anpassung sind in erster Linie Bestimmungen über die Werbung und finanziell unterstützte Sendungen — „Patronanzsendungen“ — sowie bestimmte inhaltliche Anforderungen an das Programm betroffen.

Der Verfassungsausschuß hat die gegenständliche Regierungsvorlage in seiner Sitzung vom 22. Juni 1993 in Verhandlung genommen.

An der Debatte beteiligten sich die Abgeordneten Mag. Marijana Grandits, Dr. Friedhelm Frischenschlager, Gustav Vetter, Dr. Josef Cap, Ing. Walter Meischberger, Peter Schieder und Heribert Steinbauer. Von den Abgeordneten Peter Schieder und Gustav Vetter wurde ein Abänderungsantrag eingebracht.

Bei der Abstimmung wurde der in der Regierungsvorlage enthaltene Gesetzentwurf unter Berücksichtigung des Abänderungsantrages der Abgeordneten Peter Schieder und Gustav Vetter mehrstimmig angenommen.

Als Ergebnis seiner Beratung stellt der Verfassungsausschuß somit den Antrag, der Nationalrat wolle dem angeschlossenen Gesetzentwurf die verfassungsmäßige Zustimmung erteilen. /

Wien, 1993 06 22

**Dr. Johann Stippel**  
Berichterstatter

**Dr. Edgar Schranz**  
Obmann

/.

**Bundesgesetz, mit dem das Rundfunkgesetz geändert wird  
(Rundfunkgesetz-Novelle 1993)**

Der Nationalrat hat beschlossen:

**Artikel I**

Das Rundfunkgesetz, BGBl. Nr. 379/1984, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. Nr. 10/1991, wird wie folgt geändert:

1. Nach § 2 werden die folgenden §§ 2 a, 2 b, 2 c und 2 d eingefügt:

„§ 2 a. (1) Alle Sendungen des Österreichischen Rundfunks müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten.

(2) Die Sendungen dürfen nicht zu Haß auf Grund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Nationalität aufreizen.

(3) Fernsehsendungen dürfen keine Programme enthalten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen schwer beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornographie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen. Bei Fernsehsendungen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, ist durch die Wahl der Sendezeit dafür zu sorgen, daß diese Sendungen von Minderjährigen üblicherweise nicht wahrgenommen werden.

§ 2 b. (1) Der Österreichische Rundfunk hat bei der Erfüllung seiner Aufgaben gemäß § 2 im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge zu tragen, daß der Hauptanteil seiner Sendezeit im Fernsehen, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, der Sendung von europäischen Werken entsprechend der Richtlinie des Rates der Europäischen Gemeinschaften vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung

bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehtätigkeit, ABl. Nr. L 298 vom 17. Oktober 1989, S 23, in der für Österreich gemäß Art. X des EWR-Abkommens geltenden Fassung, vorbehalten bleibt. Dieser Anteil soll in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien erreicht werden.

(2) Kann der Anteil gemäß Abs. 1 nicht erreicht werden, so darf er nicht niedriger als der im Jahre 1988 erreichte Anteil sein.

§ 2 c. Der Österreichische Rundfunk hat bei der Erfüllung seiner Aufgaben gemäß § 2 im Rahmen des praktisch Durchführbaren und mit angemessenen Mitteln dafür Sorge zu tragen, daß mindestens 10 vH seiner Sendezeit im Fernsehen, die nicht aus Nachrichten, Sportberichten, Spielshows oder Werbe- und Teletextleistungen besteht, oder alternativ mindestens 10 vH seiner Haushaltsmittel für die Programmgestaltung der Sendung europäischer Werke von Herstellern vorbehalten bleibt, die von Fernsehveranstaltern unabhängig sind. Dieser Anteil soll in den Bereichen Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung schrittweise anhand geeigneter Kriterien erreicht werden. Dazu muß ein angemessener Anteil neueren Werken vorbehalten bleiben, das sind Werke, die innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren nach ihrer Herstellung ausgestrahlt werden.

§ 2 d. Der Österreichische Rundfunk hat bis zum 30. Juni eines jeden Jahres der Bundesregierung einen Bericht über die Durchführung des § 2 b Abs. 1 und des § 2 c im vorangegangenen Kalenderjahr zu übermitteln. Bis zum 30. Juni 1994 hat der Österreichische Rundfunk der Bundesregierung einen Bericht gemäß § 2 b Abs. 2 für das Jahr 1988 zu übermitteln.“

2. § 5 Abs. 4 lautet:

„(4) Eines der Programme des Hörfunks hat von Werbesendungen frei zu bleiben. Den Umfang der Werbesendungen (Spots, Kurzsendungen und ge-

staltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von Patronanzsendungen) in den übrigen Programmen setzt auf Vorschlag des Generalintendanten das Kuratorium fest; sowohl in den beiden Programmen des Fernsehens als auch in den bundesweit verbreiteten Programmen des Hörfunks sind Werbesendungen nur bundesweit zulässig. Sendezeiten für kommerzielle Werbung dürfen am Aschermittwoch, Gründonnerstag, Karfreitag, am 1. und 2. November sowie am 24. Dezember weder im Hörfunk noch im Fernsehen vergeben werden. Werden dieselben Werbesendungen zur gleichen Zeit in mehreren Programmen gesendet, so sind sie nicht mehrfach zu zählen. Werbesendungen für Tabakwaren und Spirituosen sowie unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbesendungen sind unzulässig. Das Kuratorium kann auf Vorschlag des Bundesministers für Gesundheit, Sport und Konsumentenschutz weitere im Interesse der Volksgesundheit notwendige Beschränkungen hinsichtlich der kommerziellen Werbung festlegen.“

3. § 5 Abs. 5 und 6 wird durch die folgenden Abs. 5 bis 8 ersetzt:

„(5) Die Werbesendungen im Hörfunk dürfen im Wochendurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 120 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Werbesendungen, die in Lokalprogrammen des Hörfunks gesendet werden, sind nur einmal zu zählen.

(6) Die Werbesendungen in beiden Programmen des Fernsehens dürfen im Wochendurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 20 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Innerhalb eines Einstunden-Zeitraumes darf die Dauer der Fernsehwerbung 20 vH nicht überschreiten.

(7) Sendungen nach den Abs. 1 und 3 sind in der An- und Absage entsprechend zu kennzeichnen.

(8) Abs. 4 bis 6 sind auf Patronanzsendungen nicht anzuwenden, soweit es sich dabei nicht um gestaltete An- und Absagen handelt. Weiters sind Abs. 4 bis 6 auch auf Sendungen nicht anzuwenden, die von einem Gericht oder von der Kommission (§ 29) angeordnet werden.“

4. Nach § 5 werden die folgenden §§ 5 a bis 5 g eingefügt:

„§ 5 a. (1) Werbung darf nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.

(2) Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Österreichischen Rundfunk absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die

Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

(3) In der Werbung dürfen weder im Bild noch im Ton Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.

(4) Ein Werbetreibender darf keinen redaktionellen Einfluß auf den Programminhalt ausüben.

§ 5 b. (1) Fernsehwerbung ist grundsätzlich in Blöcken und zwischen einzelnen Sendungen auszustrahlen. Einzeln gesendete Werbespots müssen die Ausnahme bilden. Unter den in den Abs. 2 bis 5 genannten Voraussetzungen kann die Fernsehwerbung auch in die laufenden Sendungen eingefügt werden, sofern sie den Zusammenhang und den Wert der Sendungen nicht beeinträchtigt, wobei die natürlichen Programmunterbrechungen und die Länge und Art des Programmes zu berücksichtigen sind; gegen die Rechte von Rechtsinhabern darf dabei nicht verstoßen werden.

(2) Bei Sendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder bei Sportsendungen und Sendungen über ähnlich strukturierte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen darf die Werbung nur zwischen die eigenständigen Teile oder in die Pausen eingefügt werden.

(3) Die Übertragung audiovisueller Werke, wie Kinospielefilme und Fernsehfilme darf nicht unterbrochen werden.

(4) Werden andere als die unter Abs. 2 fallenden Sendungen durch Werbung unterbrochen, so hat zwischen zwei aufeinanderfolgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendung ein Abstand von mindestens 20 Minuten zu liegen.

(5) Die Übertragung von Gottesdiensten, Sendungen religiösen Inhalts und Kinderprogrammen darf nicht durch Werbung unterbrochen werden. Nachrichten, Magazine über das aktuelle Zeitgeschehen und Dokumentarfilme, 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.

§ 5 c. Fernsehwerbung darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,
2. Diskriminierungen nach Rasse, Geschlecht oder Nationalität enthalten,
3. religiöse oder politische Überzeugungen verletzen,
4. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder Sicherheit gefährden, und
5. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden.

**§ 5 d.** (1) Fernsehwerbung für Arzneimittel und für medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind, ist untersagt.

(2) Fernsehwerbung für alle anderen Arzneimittel und für medizinische Behandlungen muß klar als solche erkennbar, ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden.

(3) § 51 des Arzneimittelgesetzes, BGBl. Nr. 185/1983, bleibt unberührt.

**§ 5 e.** Fernsehwerbung für alkoholische Getränke muß folgenden Kriterien entsprechen:

1. Sie darf nicht speziell an Minderjährige gerichtet sein und insbesondere nicht Minderjährige beim Alkoholgenuß darstellen.
2. Es darf keinerlei Verbindung zwischen einer Verbesserung der physischen Leistung und Alkoholgenuß oder dem Führen von Kraftfahrzeugen und Alkoholgenuß hergestellt werden.
3. Es darf nicht der Eindruck erweckt werden, Alkoholgenuß fördere sozialen oder sexuellen Erfolg.
4. Sie darf nicht eine therapeutische, stimulierende, beruhigende oder konfliktlösende Wirkung von Alkohol suggerieren.
5. Unmäßigkeit im Genuß alkoholischer Getränke darf nicht gefördert oder Enthaltensamkeit oder Mäßigung nicht negativ dargestellt werden.
6. Die Höhe des Alkoholgehalts von Getränken darf nicht als positive Eigenschaft hervorgehoben werden.

**§ 5 f.** Die Fernsehwerbung darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen und unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutz Minderjähriger:

1. Sie darf keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen.
2. Sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.
3. Sie darf nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern oder anderen Vertrauenspersonen haben.
4. Sie darf Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

**§ 5 g.** (1) Eine Patronanzsendung im Fernsehen liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von audiovisuellen Werken tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zu Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistungen des Unternehmens zu fördern.

(2) Patronanzsendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Inhalt und Programmplatz einer Patronanzsendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, daß die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Österreichischen Rundfunks in bezug auf die Sendungen angetastet werden.
2. Sie sind als Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Programmanfang und am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- und 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.

(3) Patronanzsendungen dürfen nicht von natürlichen oder juristischen Personen in Auftrag gegeben werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung gemäß § 5 Abs. 4 oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.

(4) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht im Sinne von Abs. 1 finanziell unterstützt werden.“

5. In § 30 Abs. 1 ist die Jahreszahl „1950“ durch „1991“ zu ersetzen.

6. Dem § 33 werden die folgenden Abs. 3 und 4 angefügt:

„(3) Soweit in diesem Bundesgesetz auf Bestimmungen anderer Bundesgesetze verwiesen wird, sind diese in ihrer jeweils geltenden Fassung anzuwenden.

(4) § 2 a, § 2 b, § 2 c, § 2 d, § 5 Abs. 4 bis 8, § 5 a, § 5 b, § 5 c, § 5 d, § 5 e, § 5 f und § 5 g in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. Nr. .../... treten gleichzeitig mit dem Abkommen über den Europäischen Wirtschaftsraum in Kraft.“

## Artikel II

1. Mit Wirkung vom 1. Jänner 1995 wird das Rundfunkgesetz, BGBl. Nr. 379/1984, wie folgt geändert:

§ 5 Abs. 4 lautet:

„(4) Eines der Programme des Hörfunks hat von Werbesendungen frei zu bleiben. Den Umfang der Werbesendungen (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von Patronanzsendungen) in den übrigen Programmen setzt auf Vorschlag des Generalintendanten das Kuratorium fest: sowohl in

den beiden Programmen des Fernsehens als auch in den bundesweit verbreiteten Programmen des Hörfunks sind Werbesendungen nur bundesweit zulässig. Sendezeiten für kommerzielle Werbung dürfen am Aschermittwoch, Gründonnerstag, Karfreitag, am 1. und 2. November sowie am 24. Dezember weder im Hörfunk noch im Fernsehen vergeben werden. Werden im Hörfunk dieselben Werbesendungen zur gleichen Zeit in mehreren Programmen gesendet, so sind sie nicht mehrfach zu zählen. Werbesendungen für Tabakwaren und Spirituosen sowie unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbesendungen sind unzulässig. Das Kuratorium kann auf Vorschlag des Bundesministers für Gesundheit, Sport und Konsumentenschutz weitere im Interesse der Volksgesundheit notwendige Beschränkungen hinsichtlich der kommerziellen Werbung festlegen.“

§ 5 Abs. 5 lautet:

„(5) Werbesendungen im Hörfunk dürfen im Wochendurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 120 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Werbesendungen, die in Lokalprogrammen des Hörfunks gesendet werden, sind nur einmal zu zählen und dürfen im Wochendurchschnitt die tägliche Dauer von 5 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind.“

§ 5 Abs. 6 lautet:

„(6) Werbesendungen in den Programmen des Fernsehens dürfen im Wochendurchschnitt die tägliche Dauer von 25 Minuten pro Programm nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Innerhalb einer vollen Stunde darf die Dauer der Fernsehwerbung 20 vH nicht überschreiten. Unter Stunde sind die 24 gleichen Teile eines Kalendertages zu verstehen.“

§ 5 Abs. 7 lautet:

„(7) Sendungen nach den Abs. 1 und 3 sind in der An- und Absage entsprechend zu kennzeichnen.“

§ 5 Abs. 8 lautet:

„(8) Abs. 4 bis 6 sind auf Patronanzsendungen nicht anzuwenden, soweit es sich dabei nicht um gestaltete An- und Absagen handelt. Weiters sind Abs. 4 bis 6 auch auf Sendungen nicht anzuwenden, die von einem Gericht oder von der Kommission (§ 29) angeordnet werden.“

2. Mit Wirkung vom 1. Jänner 1997 ist in § 5 Abs. 6 die Wortfolge „25 Minuten pro Programm“ durch die Wortfolge „30 Minuten pro Programm“ zu ersetzen.

3. Mit Wirkung vom 1. Jänner 1999 ist in § 5 Abs. 6 die Wortfolge „30 Minuten pro Programm“ durch die Wortfolge „35 Minuten pro Programm“ zu ersetzen.

4. Mit Wirkung vom 1. Jänner 2001 gilt § 5 Abs. 6 mit der Maßgabe, daß Fernsehwerbung im Wochendurchschnitt die Dauer von 5 vH der täglichen Sendezeit pro Programm nicht überschreiten darf, wobei für die Ermittlung der Dauer der zulässigen Fernsehwerbung die tägliche Sendezeit unabhängig vom tatsächlichen Ausmaß mit höchstens 14 Stunden pro Tag und Programm angenommen wird.

5. Mit Wirkung vom 1. Jänner 2000 entfällt in § 5 Abs. 4 der Satz „Werden im Hörfunk dieselben Werbesendungen zur gleichen Zeit in mehreren Programmen gesendet, so sind sie nicht mehrfach zu zählen.“ und ist in § 5 Abs. 5 die Wortfolge „die tägliche Dauer von insgesamt 120 Minuten“ durch die Wortfolge „die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten“ zu ersetzen und folgender Satz 3 anzufügen: „In einem Programm dürfen Werbesendungen im Wochendurchschnitt 8 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten.“