

3/SN-196/ME



Herrn Nationalratspräsident
Dr. Heinz FISCHER
Klub der SPÖ
Parlament
1017 Wien

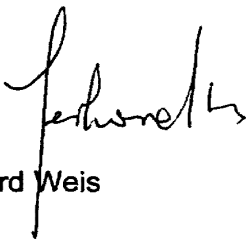
Wien, 9. Mai 2001

Sehr geehrter Herr Nationalratspräsident!

In der Anlage übergeben wir Ihnen die vom ORF im Zuge des Begutachtungsverfahrens ausgearbeitete detaillierte Stellungnahme zum Entwurf eines neuen ORF-Gesetzes. In dieser Stellungnahme haben wir uns bemüht, die für den Rundfunk relevanten Sachverhalte leidenschaftslos und sachgerecht darzustellen und argumentativ zu untermauern. Wo es zweckmäßig erschien, haben wir auch Beispiele angeführt. Selbstverständlich stehen wir, falls gewünscht, zu weiteren Detailauskünften jederzeit gerne zur Verfügung.

Wir sind davon überzeugt, dass diese Stellungnahme dazu beitragen kann, das Hauptziel – "Stärkung des ORF" – zu erreichen.

Mit besten Empfehlungen

Dein

Gerhard Weis

3/SN-196/ME

Wien, am 9. Mai 2001

Stellungnahme der ORF-Geschäftsführung zum Entwurf eines Bundesgesetzes, mit dem das Bundesgesetz über die Aufgaben und die Einrichtung des Österreichischen Rundfunks geändert wird

Der Österreichische Rundfunk hält die Initiative, im Zusammenhang mit der Schaffung eines Privatfernsehgesetzes auch Auftrag und Struktur des Unternehmens – dies auch im Hinblick auf das Gemeinschaftsrecht – zu überdenken und neu zu regeln, grundsätzlich für richtig und notwendig.

Die Geschäftsführung des ORF begrüßt ausdrücklich das Bekenntnis der Österreichischen Bundesregierung zu einem starken, identitätsstiftenden, dual finanzierten ORF und ihre Entscheidung, den ORF weder aufteilen, in seinem Leistungsvolumen schmälern, privatisieren oder auch nur teilprivatisieren zu wollen. Mit großem Interesse und naturgemäß ebenso großer Erleichterung haben wir die immer wiederkehrenden Betonungen der beiden Grundabsichten, den ORF und die Geschäftsführung des Unternehmens stärken zu wollen, zur Kenntnis genommen. Wir sind auch davon überzeugt, dass diese Grundabsichten sehr ernst gemeint sind.

Selbstverständlich bekennt sich auch der ORF zur Qualität seiner Programme, zu seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag und zu seinem Auftrag für Österreich – alleine das und nicht die Gewinnmaximierung für Aktionäre ist der Unternehmenszweck des ORF. Der ORF hat sich gerade in den letzten beiden Jahren bemüht, deutliche Akzente zu setzen, die diesem Unternehmenszweck Rechnung tragen (regelmäßige politische Dokumentationstermine im Hauptabend, neue politische Magazine, Ausweitung der aktuellen Bundesländerberichterstattung, Ausweitung der Kulturinformation, Wiedereinführung von Theaterübertragungen im Hauptabend und vieles mehr). Diese Bemühungen wurden auch vielfach in der Öffentlichkeit gewürdigt und vor allem, was im Hinblick auf den Unternehmenszweck alleine maßgeblich erscheint, von unserem Publikum auch angenommen. Dass zur Verstärkung von Programmqualität die entsprechenden finanziellen Mittel unabdingbare Voraussetzung sind, darf dabei freilich nicht übersehen werden.

Der ORF befindet sich bei bis zu 35 gleichsprachigen Programmen in rund 80% der österreichischen Haushalte mitten im (internationalen) Wettbewerb. Durch die Größe des Landes und die dadurch bedingte Limitierung für Gebührenerträge ergibt sich die bekannte Finanzierungsstruktur des Unternehmens. Die wirkliche Bedrohung geht daher nicht von der Zulassung privaten Fernsehens in Österreich aus, wogegen wir uns keineswegs aussprechen, sondern von möglichen Veränderungen der Rahmenbedingungen, die im Wettbewerb vor allem von jenen ausländischen Konkurrenten genutzt werden könnten, die schon jetzt in Österreich durch eigene Werbefenster präsent sind, nota bene, ohne jedwede spezifische Programmleistung für Österreich zu erbringen. Wir sind davon überzeugt, dass die diesbezüglich in der Schweiz gemachten Erfahrungen auch für Österreich Gültigkeit haben.

- 2 -

Vor diesem Hintergrund sehen wir die strukturellen Änderungen bzw. Klarstellungen des vorliegenden Entwurfes, die dem Erfordernis, die unternehmerische Komponente des Österreichischen Rundfunks zu stärken und seine Aufgabenstellung zu präzisieren, Rechnung tragen, als deutlichen Fortschritt und möchten diese ausdrücklich begrüßen.

Dazu zählen:

1. die Festschreibung eines Stiftungszwecks und damit die Betonung des öffentlichen Auftrags des ORF;
2. die Klarstellung, dass der Programmauftrag auch im Bereich der neuen Medien (Online) wahrzunehmen ist;
3. die – allerdings ergänzungsbedürftige – Definition eines Unternehmensgegenstandes und der sich daraus ableitenden Rechte der Austöchterung und Beteiligung;
4. das grundsätzliche Bekenntnis zur Entparteipolitisierung;
5. Kriterien für die Mitglieder im Stiftungsrat;
6. die Angleichung der Rechtsstellung der Mitglieder des Stiftungsrats an jene der Aufsichtsräte einer Aktiengesellschaft;
7. die Wahl des Geschäftsführers mit einfacher Mehrheit;
8. die Verlängerung der Funktionsperioden des Geschäftsführers und der Gremien;
9. Gleichklang der Funktionsperioden des Generaldirektors, der Direktoren und Landesdirektoren;
10. die mögliche größere Flexibilität in der unternehmensinternen Organisation.

Der vorliegende Entwurf bewirkt dennoch im Ergebnis nicht die beabsichtigte Stärkung des Unternehmens im zunehmenden Wettbewerb und wird im Falle seiner Gesetzwerdung dazu beitragen, die in der Medienwirtschaft ohnedies stark negative Leistungsbilanz weiter zu verschlechtern. Die Vorschläge bürden dem Unternehmen neue Lasten auf, sie beschränken seine Entwicklungsmöglichkeiten und reduzieren seine Finanzierungsmöglichkeiten über den Markt. Die Folge kann nur sein, dass das Unternehmen im Wettbewerb seine Leistungen zurücknehmen oder die Rundfunkteilnehmer stärker belasten oder Existenzgarantien vom Staat verlangen muss, um den Stiftungszweck nationaler Programmschöpfung im elektronischen Bereich vollumfänglich aufrechterhalten zu können.

Angesichts der im folgenden aufgezählten Kumulierung von Negativfaktoren für die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens kann das erklärte Ziel der Maßnahmen der Bundesregierung, nämlich einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Österreich zu gewährleisten, durch den vorliegenden Gesetzesvorschlag nicht erreicht werden.

Folgende Haupteinwände führen zu diesem Ergebnis:

1. Dem Unternehmen wird eine Fülle neuer, kostenintensiver Pflichten auferlegt, und gleichzeitig werden die Selbstfinanzierungsmöglichkeiten eingeschränkt.

Mehrkosten verursachen folgende Aufträge:

- der ORF hat die Fixkosten des bisher vom Bund finanzierten Auslandsdienstes, nämlich für die vorhandenen technischen Einrichtungen (KW-Zentrum Moosbrunn)

- 3 -

- und das Personal, künftighin selbst zu tragen sowie weitere Kosten, wenn es zur Fortführung eines Auslandsdienstes kommt;
- die zusätzlichen Aufträge betreffend die Berücksichtigung der Volksgruppen (§ 5 Abs. 1 und 2), für die sogar ein Angebot in Teletext- und Onlinediensten vorgesehen ist (§ 18 Abs. 1);
 - das offenbar beabsichtigte Zusatzangebot für Gehörlose und Gehörbehinderte (§ 5 Abs. 3);
 - die wenig präzise Verpflichtung zur Darbietung "anspruchsvoller Programme" in der Primetime des Fernsehens könnte - je nach Definition und Auslegung - zu Werbemindereinnahmen führen.

Die Diskussion über die Hauptabendgestaltung wurde in den Medien schon breit geführt, und sie hat die Tragweite der Problematik aufgezeigt: Die vorgeschlagene Regelung ist derart diffus, dass die Auswirkungen einer solchen Verpflichtung nicht verlässlich kalkulierbar sind. Folgendes ist an Diskrepanz zu Tage getreten:

- Während die gewählte Formulierung auszudrücken scheint, dass in der Hauptsendezeit "anspruchsvolle Programme" sonstige Programme kontrastieren müssen (arg: „Programme zur Wahl stehen“), wurde von Politikern gemeint, es genüge, wenn von vier Sendungen im Hauptabend in den beiden Kanälen eine "anspruchsvoll" sei.
- Die Hauptabendzone wurde in der öffentlichen Diskussion unterschiedlich definiert.
- Das Verständnis dessen, was unter "anspruchsvoll" zu verstehen ist, ergab eine Bandbreite, die keine verlässliche Orientierung für die Programm- und Kostenplanung ermöglicht.

Im Zusammenhang mit der vorgeschlagenen Regelung für die Hauptabendprogrammierung sind mehrere Faktoren auseinander zu halten:

- a) Schon bisher war der ORF erfolgreich bemüht, gerade auch zur Hauptsendezeit Sendungen anzubieten, die den Ansprüchen seiner Zuseher optimal gerecht wurden, und dies jedenfalls aus zwei Hauptgründen: Erstens, weil nur eine breite Publikumsakzeptanz die politische Absicherung der Finanzierung aus Programm-entgelt bedeutet, und zweitens, weil nur ein reichweitenstarkes Angebot jene Werbeeinnahmen erbringt, die zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Kern-auftrages, i.e. Qualitätsprogramme im gegebenen Umfang, sowie zur Entlastung der Gebührenzahler notwendig sind.
- b) Aus evidenten Konkurrenzüberlegungen sind unsere Mitbewerber daran interessiert, dem ORF Marktanteile und Reichweiten wegzunehmen. Da in 80% der Haushalte bis zu 35 deutschsprachige Konkurrenzprogramme empfangbar sind und der ORF in diesen Haushalten schon derzeit weniger als 50% Marktanteil hat, ist die Konkurrenzsituation wohl hinlänglich deutlich erkennbar. Das mit dem Entwurf eines Privatfernsehgesetzes bezweckte inländische terrestrische analoge Konkurrenzprogramm wird den Wettbewerb verschärfen. Die Wettbewerbsbedingungen verschlechtern sich für den ORF nachhaltig, wenn er zur Hauptsendezeit, wo die teuersten Werbeminuten verkauft werden, Zuseher verliert. Die Mitbewerber haben daher ein eminentes Interesse, die Programmierung des ORF in dieser Zeitzone im Sinne eines Seherschwundes zu beeinflussen.

- 4 -

- c) Selbstverständlich sind die Begriffe "Qualität" und "Quote" keine logischen Gegensätze. Viele Qualitätsprogramme erzielen auch eine hohe Reichweite. Es besteht aber ein tendenzieller Zusammenhang insofern, als massenattraktive Qualitätsprogramme nur sehr begrenzt am Markt angeboten werden, in der Eigenproduktion aber sehr teuer sind. Noch mehr Eigenproduktionen anzubieten ist der ORF ständig bemüht – dem stehen aber finanzielle Grenzen entgegen, die vorgesehene Forcierung eigenproduzierter Österreich-Programme mit einem Jahresvolumen von 600 Mio. Schilling aus den Mitteln für die Refundierung für Entgeltbefreiungen ist dem Sparprogramm der Bundesregierung zum Opfer gefallen. Mehr Qualität im Hauptabend zu bringen, wird also durch Eigenproduktion nicht möglich sein. Neue, qualitätsvolle, preiswerte und publikumsattraktive Kaufprogramme sind Mangelware. In Kenntnis dieser Situation will daher die Konkurrenz den ORF zu einer Programmierung nötigen, die auf Sendungen aufbaut, deren Qualitätsanspruch gleichermaßen unbestritten ist wie ihre niedrige Publikumsakzeptanz.
- d) Die durch den Entwurf geschaffene Programmkategorie "anspruchsvoll" ist nicht einmal in Ansätzen definierbar. Als gedachtes konstitutives Element des gesetzlichen Programmauftrags wird der Begriff aber von der Rechtsaufsicht und in der Folge von den Höchstgerichten mit konkretem Bedeutungsgehalt gefüllt werden müssen, denn derartige Verfahren werden von der Konkurrenz ohne Zweifel mit dem Ziel geführt werden, die ORF-Programmierung in Richtung "Himalaja-Option" (ein vom früheren BBC-Generaldirektor Sir John Birt geprägter Begriff für ein Programm, das derart hohe Ansprüche verkörpert, dass in Folge der Höhenlage die Luft zum Atmen nicht mehr reicht) zu drängen. Nachdem alle Programmkategorien vom Sport bis zu allen Filmgenres im Hinblick darauf "durchjudiziert" sein werden, unter welchen Bedingungen Sendungen "anspruchsvoll" oder nicht sind, wird endlich bewiesen sein, was schon jetzt zu Tage tritt: anspruchsvolle Sendungen zu bringen, ist ein selbstverständliches Ziel eines öffentlichen Rundfunks, eine zwingende Rechtsnorm zu einer sogenannten anspruchsvollen Programmgestaltung bedeutet angesichts völliger Unklarheit über den Begriffsinhalt eine Fahrt ins Ungewisse, von der nur feststeht, dass sie sehr viel Kosten verursachen und Beckmesserei produzieren wird. Offen ist, wie gesagt, in welchem Ausmaß eine nicht vorhersehbare Judikatur den ORF durch Auslegung des Begriffes "anspruchsvoll" aus Reichweite und Marktanteil drängt. Der Entwurf schafft jedenfalls die Voraussetzungen für eine solche Verdrängung.

Diesen durch neue Auflagen erzeugten zusätzlichen Programmkosten bzw. zu befürchtenden Mindererlösen aufgrund von Programmierungsvorschriften stehen nicht die dadurch begründeten, erweiterten Finanzierungsmöglichkeiten gegenüber. Vielmehr werden deutliche Einschränkungen auf dem Werbesektor vorgenommen:

- verfassungsrechtlich bedenkliche Beschränkung der Medienwerbung
- weitgehendes Verbot von Product Placement
- Verbot bisher zulässiger Unterbrecherwerbung
- Einrechnung von Patronanzhinweisen in die Werbezeit und damit de facto Kürzung der Fernsehwerbezeit.

- 5 -

Die Kombination von mehr Pflichten und weniger Rechten kann nur zu einer Schwächung des Österreichischen Rundfunks in seiner Wettbewerbskraft führen. Wie durch die in unserem Auftrag erstellte Untersuchung des renommierten Schweizer Prognos-Instituts hinlänglich untermauert, ist zu erwarten, dass von der Schwächung des ORF in erster Linie das ausländische Angebot profitieren wird.

2. Die Entwicklungsmöglichkeiten des Unternehmens werden beschnitten. Der Unternehmensgegenstand (§ 2) ist sehr eng gefasst, nur "notwendige Tätigkeiten" sollen erlaubt sein, was eine äußerst restriktive Auslegung befürchten lässt, um die sich die Konkurrenz in von ihr anzustrebenden Verfahren sicher bemühen wird. Die Beteiligung an anderen Unternehmen soll an den gleichen Unternehmensgegenstand gebunden sein, was schon bestehende, völlig branchenübliche Beteiligungen in Frage stellt. Weitere Rundfunkprogramme als die im Versorgungsauftrag (§ 3) festgeschriebenen stehen unter drückenden Auflagen:

- sie müssen Spartenprogramme sein (schon 3sat und TW1 sind keine reinen Spartenprogramme);
- sie dürfen nicht über Programmentgelt, sondern müssen durch Werbung finanziert sein (was sowohl für 3sat als auch das Projekt eines österreichischen Kulturkanals unmöglich ist);
- sie müssen von Tochterfirmen veranstaltet werden, was eine gemeinsame Veranstaltung etwa von 3sat durch eine eigene Trägergesellschaft, bei der der ORF naturgemäß nur eine Minderheitsbeteiligung haben könnte, ausschließt.

Die vorgeschlagene Regelung stellt somit die Beteiligung des ORF am Gemeinschaftsprogramm 3sat in Frage, bedeutet eine Absage an einen österreichischen Kulturkanal und lässt keinen Raum für die Weiterentwicklung als Rundfunkunternehmen.

Im Online-Bereich erfolgt eine Einschränkung auf mit Rundfunk in Zusammenhang stehende Dienste, wodurch künftige Entwicklungen in diesem neuen Medium dem ORF von vorn herein verwehrt sein sollen und schon jetzt angebotene Dienste (z.B. SMS) in Frage gestellt würden. Ein solches Korsett verhindert ein marktkonformes und kundenorientiertes Verhalten und verhindert in der Konsequenz auch, zur Finanzierung des gesetzlichen Programmauftrags neue Geschäftsfelder zu erschließen. Besonders nachteilig ist auf diesem Gebiet auch der unsachliche Ausschluss von Minderheitsbeteiligungen, weil solche im Online-Bereich branchenüblich sind.

Zu dieser Einschränkung im Rundfunkbereich kommen weitere Grenzziehungen: eine starke Einschränkung im Merchandising und ein gänzlich Verbot von Werbemittlung. Insgesamt gesehen wird durch die Limitierung seiner unternehmerischen Aktivitäten der ORF in seiner Weiterentwicklung als elektronisches Medienunternehmen stark eingeschränkt.

3. Nicht zu verkennen ist die Tendenz des Entwurfes, dass dem ORF durch zusätzliche Form- und Ordnungsvorschriften ein Verwaltungskostenschub bereitet wird, dadurch wird Programmgeld in Verwaltungsbereiche umgeleitet werden müssen. Hier werden

- 6 -

Gewichte vom Produkt und vom Kunden in Richtung Administration des Unternehmens verschoben. Folgende neue Aufgaben, durch die kein Kundennutzen geschaffen wird, würden hinzukommen:

- die Genehmigung "vertraglicher Zusammenarbeit" mit anderen Unternehmen durch den Stiftungsrat und die Offenlegung der Vertragsdokumente – eine in dieser Form nicht administrierbare Idee, die den Stiftungsrat in Permanenz tagen ließe;
- die Schaffung eines Sonderwettbewerbsrechts für den ORF wird zu erheblicher Rechtsunsicherheit, zu Verfahren und zu Verzögerungen führen;
- die starke Ausweitung der Kompetenzen des Stiftungsrats gegenüber dem derzeitigen Kuratorium, wodurch abgesehen vom Verwaltungsaufwand auch Verzögerungen im Geschäftsverkehr eintreten müssen;
- die Pflicht zu einer detaillierten Berichterstattung über die Erfüllung der einzelnen Gesetzaufträge, die zu einer umfangreichen Programmstatistik führen muss und damit erhebliche Kosten verursacht;
- die Abwicklung eines verfassungsrechtlich bedenklichen Wahlverfahrens mit über 2,7 Mio. Wahlberechtigten auf eine noch nicht erprobte Weise für die Bestimmung von sechs Mitgliedern des Publikumsrats;
- ausgeweitete bzw. vereinfachte Möglichkeiten zur Anrufung der Rechtsaufsicht und damit eine Zunahme der diesbezüglichen Verfahren;
- Anwendung des für den öffentlichen Sektor und nicht für im Wettbewerb stehende Unternehmen geschaffenen Bundesvergabegesetzes auf den ORF, was ebenfalls erheblichen administrativen Aufwand und Erschwernisse im Geschäftsverkehr mit sich bringt.

Diese Faktoren erzeugen weitgehend unproduktive Kosten und schwächen die Wettbewerbsfähigkeit. Wenn auch die Orientierung an aktienrechtlichen Strukturen zu begrüßen ist (z.B. Sorgfaltspflicht und Haftung der Stiftungsräte wie für den Aufsichtsrat einer AG), so ist doch nicht zu verkennen, dass sehr aufwändige Strukturen beibehalten werden: Aufsichtsräte von Kapitalgesellschaften sind wesentlich kleiner als der vorgesehene Stiftungsrat.

Die finanziellen Auswirkungen des Entwurfs werden in der Beilage gesondert dargestellt.

Zu den einzelnen Bestimmungen des Begutachtungsentwurfes:

§ 1

In dieser die Stiftung determinierenden Bestimmung sollte in Entsprechung des politischen Regelungszwecks eine Bestands- und Entwicklungsgarantie für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk niedergelegt werden, so wie dies die Präambel zum deutschen Rundfunkstaatsvertrag in der Fassung des Fünften Rundfunkänderungsstaatsvertrages, der am 1.1.2001 in Kraft getreten ist, tut. Dies führt zu folgender Ergänzung des Abs. 2:

Ihr Bestand und ihre Entwicklung sind zu gewährleisten. Dazu gehört ihre Teilhabe an allen neuen technischen Möglichkeiten in der Herstellung und zur Verbreitung sowie die Möglichkeit der Veranstaltung neuer Formen von Rundfunk; ihre finanziellen Grundlagen sind zu erhalten und zu sichern.

§ 2

Die in Abs. 1 Z. 3 enthaltene Einschränkung auf Geschäfte und Maßnahmen, die "notwendig" sind, ist sachlich unangemessen. Nicht nur, dass über die Frage der Notwendigkeit immer wieder geradezu endlos Streit bestehen kann, indiziert diese Formulierung eine enge Auslegung des Unternehmensgegenstandes, sodass die – auch verfassungsrechtlich relevante – Frage entsteht, ob hier nicht das Übermaßverbot und damit der Gleichheitsgrundsatz (Sachlichkeitsgebot) verletzt ist: weshalb sollen zur Erfüllung des Stiftungszwecks nicht alle zweckmäßigen und branchenüblichen Tätigkeiten erlaubt sein? Eine Aufhebung der Funktionsgrenzen des ORF ist mit einer in Gesellschaftsverträgen üblichen Formulierung des Unternehmensgegenstandes nicht verbunden, der wie folgt lauten könnte:

3. *alle Geschäfte und Maßnahmen, die für die Tätigkeit nach Z 1 und 2 oder die Vermarktung dieser Tätigkeiten nach den Grundsätzen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit geboten sind.*

Die vorgeschlagene neue Formulierung lehnt sich bewusst an Artikel 126b Abs. 5 B-VG an, wo die Prüfungsmaßstäbe des Rechnungshofs verankert sind, die im Hinblick auf die Prüfungskompetenz des Rechnungshofs hinsichtlich des ORF (§ 31a) für diesen auch als Grundsätze der Betriebsführung zu gelten haben. Da die Stiftung einen öffentlichen Zweck erfüllt, sie im Gemeinwohlinteresse tätig ist und von Millionen Österreichern finanziert wird, ist nicht einzusehen, warum hier möglicherweise nicht notwendige, aber wirtschaftlich zweckmäßige Tätigkeiten im Rahmen des Unternehmensgegenstandes verboten werden sollen. Die vorgeschlagene Formulierung deckt auch die Veranstalterfunktion des Unternehmens insbesondere auf kulturellem Gebiet (RadioKulturhaus, Radio Symphonieorchester, zahlreiche Veranstaltungen der Landesstudios als Kulturträger ihrer Regionen), die bei enger Auslegung als nicht "notwendig" im Rahmen des vorgeschlagenen Unternehmensgegenstandes qualifiziert werden könnten.

Abs. 2 erfasst derzeit bestehende Beteiligungsverhältnisse in nicht ausreichendem Maße, die als branchenüblich und notwendig eingegangen wurden und unbestritten sind. Wie die meisten Tages- und Wochenzeitungen ist auch der ORF Genossenschafter der Austria Presse Agentur, die als Mediendienst mit dem ORF in ständigem Wirtschaftsverkehr steht. Da Unternehmensgegenstand der APA die Belieferung anderer Medien ist, wogegen der ORF seine Dienste der Allgemeinheit anbietet, könnte eine solche Beteiligung wegen eines unterschiedlichen Unternehmensgegenstandes in Frage gestellt werden. Gleiches gilt für die bestehende Beteiligung an der Institut für Rundfunktechnik GmbH mit Sitz in München, deren Gesellschafter überwiegend deutsche öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten sind. Dieses Institut befasst sich mit technischen Entwicklungen, die für die Rundfunkanstalten von Bedeutung sind und für den ORF unschätzbare technisches Know-how bedeuten, das dazu dient, den Technologieauftrag sparsam und wirtschaftlich zu erfüllen. Wir schlagen daher folgende Formulierung des Abs. 2 vor:

(2) Der Österreichische Rundfunk ist zur Errichtung von Zweigniederlassungen sowie zur Gründung von Tochtergesellschaften im In- und Ausland berechtigt. Weiters ist er zur Beteiligung an anderen Unternehmen im In- und Ausland berechtigt, sofern diese den gleichen Unternehmensgegenstand haben oder der Unternehmensgegenstand gemäß Abs. 1 dies erfordert; zur Vermögensveranlagung sind Minderheitsbeteiligungen in der Höhe von nicht mehr als 25vH der Anteile zulässig.

- 8 -

In Abs. 3 schränkt das Erfordernis einer beherrschenden Stellung des ORF in Tochtergesellschaften die Entwicklungsmöglichkeiten des ORF ein, weil keine Minderheitsbeteiligungen in gemeinsamen Unternehmen, z.B. mit anderen Öffentlich-Rechtlichen, eingegangen werden dürften. Unverständlich wäre auch, warum der ORF an einem Studiobetrieb (eine notwendige technische Einrichtung) beherrschend beteiligt sein muss. Dem Gebot der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit folgend, kauft der ORF Studioleistungen von privaten Anbietern zu und vermeidet so den Aufbau von eigenen Überkapazitäten. Ebenso wäre etwa eine gemeinsame Trägerschaft für die Programme 3sat, ARTE, BR α etc., bei denen der ORF naturgemäß nur eine Minderheitsbeteiligung eingehen könnte, ausgeschlossen. Sofern der ORF Veranstalter im Rahmen des Versorgungsauftrags (§ 3) ist, ist die geforderte beherrschende Stellung sachgerecht. Wir schlagen daher folgende Formulierung des Abs. 3 vor:

(3) Soweit Tochtergesellschaften eine Tätigkeit im Sinne des § 3 – ausgenommen der Betrieb von dafür notwendigen technischen Einrichtungen – ausüben, muss ...

Abs. 4 erfasst nach seinem Wortlaut eine Unsumme (ca. 30.000 p.A.) von Verträgen und ist nicht vollziehbar. Mit Ausnahme der Arbeitsverträge (wo der Partner kein Unternehmen ist) und Verträgen mit einigen Rechteinhabern sind nahezu alle Verträge von diesen Bestimmungen erfasst, und zwar in jedem einzelnen Fall. Wie soll ein Großunternehmen agieren können, wenn monatlich Tausende Einzelverträge einem 35-köpfigen Gremium zur Zustimmung vorgelegt werden müssen, bevor sie wirksam werden.

Überdies ist die Schaffung eines Sonderwettbewerbsrechts für den ORF (Vorschrift "nicht diskriminierender Bedingungen") erstens entbehrlich und zweitens gleichheitswidrig. Entbehrlich ist sie, weil der ORF nach der Entscheidung des VfGH (VfSlg 10948) als Medium ohnedies zu wettbewerbsneutralen und ausgewogenen Bedingungen verpflichtet ist. Gleichheitswidrig ist sie, weil der ORF als Wirtschaftsunternehmen ohnedies an UWG, Kartellgesetz etc. gebunden ist und darüber hinausgehende, verschärfende Wettbewerbsbeschränkungen ihn gegenüber Mitbewerbern benachteiligen. Die vorgeschlagene Verpflichtung führt zu erheblichem Verwaltungsaufwand, zu Verzögerungen im Entscheidungsablauf, zur Rechtsunsicherheit und damit im Ergebnis zu unproduktiven Kosten und Nachteilen im Geschäftsverkehr.

§ 3

Abs. 1 und 2 berücksichtigen nicht ausreichend die Tatsache, dass die neun von den Landesstudios gestalteten Programme zu bestimmten Sendezeiten als Ringprogramme gesendet werden, die für alle oder mehrere Studiobereiche gleich sind. Solche Programme sollten im Interesse der Bundesländer weiterhin möglich sein. Abs. 2 1. Satz sollte daher wie folgt lauten:

Die neun bundeslandweit empfangbaren Programme des Hörfunks werden von den Landesstudios gestaltet; sie können sich für Teile der Sendezeit zu Regionalprogrammen zusammenschließen, die von einzelnen oder allen Landesstudios gemeinsam gestaltet werden.

Die nunmehr abschließende Festlegung der Programmanzahl im Rahmen des Versorgungsauftrags entzieht dem Experimental-Kultur-Minderheiten-Programm auf Mittelwelle (Radio 1476) die Rechtsgrundlage. Dieses von und für Minderheiten gestaltete Programm könnte nämlich ohne die vom ORF auch aus Programmengelt zur Verfügung

- 9 -

gestellte Infrastruktur (Gerät und Personal) nicht aufrecht erhalten werden; die in Abs. 7 vorgesehene Bedingung kann nicht erfüllt werden, weil eine gewinnorientierte Führung auszuschließen ist. Des weiteren wären Eventradio und -fernsehen sowie Schulungs- und Versuchsprogramme aus demselben Grund unmöglich.

Abs. 6 stellt es nunmehr ins Ermessen des ORF, ein Auslandsprogramm anzubieten, das bisher vom Bund finanziert wurde. Dennoch hat der ORF die Folgekosten für das derzeit beschäftigte Personal sowie Sachkosten des Kurzwellensenders zu tragen. Es wäre im Minimum klarzustellen, dass keine wechselseitigen Forderungen aus der bisherigen gesetzlichen Beauftragung (§ 4 RFG) bzw. deren Auslaufen mehr bestehen.

§ 4

Die Bestimmung in Abs. 1, wonach jedenfalls in den Hauptabendprogrammen (gemeint: Zeitzone Hauptabend) anspruchsvolle Programme (gemeint: Sendungen) zur Wahl stehen müssen, beeinträchtigt jedenfalls bei extensiver Auslegung des Begriffes "anspruchsvoll" die Programmgestaltungsfreiheit in einem die Finanzierung des Unternehmens gefährdenden Ausmaß, wie eingangs dargelegt wurde. Dieser Satz sollte daher entfallen. Ebenfalls entfallen sollte der Folgesatz, weil die dort formulierte Zielvorstellung nicht justiziabel ist und eher als moralisches Postulat denn als rechtlich fassbare Auflage erscheint. Im Interesse des Publikums kann es doch wohl nicht so sein, dass bestimmte Sendungsformate, Filme, Hits etc., die sich wegen ihrer Popularität beim Publikum in den kommerziellen Kanälen finden, vom ORF nicht eingesetzt werden dürfen. Eine solche Auslegung würde den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in ein Programmghetto verbannen und ihm die Möglichkeit nehmen, das Gesamtpublikum zu bedienen.

Die besondere Problematik derart unpräziser Begriffsbilder liegt in Entscheidungen der Rechtsaufsichtsbehörde, die dann etwa zu klären hätte, ob ein Kriminalfilm von Alfred Hitchcock anspruchsvoll ist oder nicht. Ist zeitgenössische Unterhaltungsmusik anspruchsvoll oder ist es nur die Unterhaltungsmusik des 19. Jahrhunderts? Sind Sportdarbietungen per se anspruchsvoll oder abhängig von der Qualität der Übertragung oder der Akteure oder der Sportart (Sind Olympische Spiele ebenso anspruchsvoll wie österreichische Meisterschaften?)

§ 5

Abs. 2 sieht vor, dass das Ausmaß der Anrechnung vom Stiftungsrat auf Vorschlag des Publikumsrats festzulegen ist. Da die in diesem Absatz angesprochene Zusammenarbeit vom Generaldirektor vereinbart wird, und eine wesentliche Voraussetzung der Zusammenarbeit von vornherein die kostenreduzierende Anrechnung sein wird, ist der Ausschluss des Organs Generaldirektor aus der Anrechnungsentscheidung widersinnig und sollte daher entfallen. Es sollte daher das Vorschlagsrecht dem Generaldirektor zukommen.

Die dynamische Bezugnahme auf jene Volksgruppen, für die ein Volksgruppenbeirat besteht (derzeit sechs), würde bei Hinzukommen weiterer Volksgruppen eine unverhältnismäßige Ausweitung der bereits vorhandenen Volksgruppensendungen des ORF bewirken. Es ist zu

- 10 -

erwarten, dass Migrantengruppen gleichfalls Ansprüche auf eigene Sendungen in den jeweiligen Sprachen stellen werden, wodurch eine erhebliche Mehrbelastung entsteht. Es wird daher vorgeschlagen, das Ausmaß der Programmanteile für die Berücksichtigung von Volksgruppen nach deren Bedeutung und Rechten (Ortstafeln, Gebrauch der Sprache vor Gericht und Behörden, Minderheitenschulrechte) zu differenzieren.

§ 6

Abs. 1: Angesichts des Umstandes, dass lediglich 2,9% des Gesamtprogramms im Fernsehen Werbung sein dürfen, erscheint die Grenze von 1% pro Programm und Tag für politische Werbung (Belangsendungen) viel zu hoch (über 14 Minuten pro Programm und Tag).

§ 7

Die Bestimmung sollte im Hinblick auf § 15 Privatradiogesetz und die vorgeschlagenen Regelungen im Privatfernsehgesetz (§§ 19, 27) als unnötig entfallen.

§ 8

Im Sinne der angestrebten Entpolitisierung des Unternehmens sollte nicht die Geschäftsführung den gesetzgebenden Körperschaften berichtspflichtig sein, sondern gegebenenfalls analog zum Aktienrecht der Stiftungsrat. Die vorgeschlagene Berichtspflicht würde im Hinblick auf die äußerst detaillierten Aufträge gem. §§ 3-5 zudem einen unverhältnismäßigen zusätzlichen administrativen Aufwand verursachen. Praktisch jede Sendung ist den einzelnen Aufträgen zuzuordnen und in ihrer Dauer zu erfassen. Es wäre eine Programmstatistik aufzubauen, deren Kosten der Programmgestaltung fehlen müssten. Die Angabe von Sendungsreichweiten ist im Radio in dieser Form nicht möglich, weil diese Daten nicht erhoben werden, ihre Erhebung über gesetzlichen Auftrag würde weiteren Aufwand verursachen. Diese zusätzliche Berichtspflicht sollte schließlich auch im Hinblick darauf entfallen, dass dem Rechnungsabschluss ohnedies auch ein Lagebericht (§ 243 HGB) beizuschließen ist, der schon bisher die programmliche und wirtschaftliche Entwicklung im jeweiligen Geschäftsjahr detailliert dargestellt hat.

§ 9

§ 9 scheint die über den Versorgungsauftrag (§ 3) hinausgehenden Aktivitäten auf dem Gebiet von Rundfunk und Online definitiv zu regeln. Die Anwendung dieser Regeln ermöglicht nicht nur sehr wenig Spielraum für die weitere Entwicklung, sondern stellt Bestehendes in Frage. Im derzeitigen Gesetz ist die Programmanzahl nach oben offen. § 9 scheint im Rundfunkbereich folgende Einschränkung zu geben: Nur nicht-terrestrisch verbreitete, nicht aus Programmengeld finanzierte, von Tochtergesellschaften veranstaltete Spartenprogramme sind erlaubt. Damit wäre die Kooperation des ORF zur Gestaltung des Gemeinschaftsprogramms 3sat (Kulturexport!) ausgeschlossen, denn in der international

- 11 -

üblichen Klassifizierung ist 3sat ein Vollprogramm, es wird ausschließlich aus Programmengelt finanziert und nicht von einer Tochtergesellschaft veranstaltet – würde eine Veranstaltung durch eine Tochtergesellschaft erfolgen (siehe oben die Anmerkung zu § 2 Abs. 3), dann wäre der ORF sicher nicht beherrschender Gesellschafter. Auf der anderen Seite ist darauf hinzuweisen, dass 3sat, das auf der Rechtsgrundlage des deutschen Rundfunkstaatsvertrages werbefrei ist, die durch § 9 eröffneten Werbefinanzierungsmöglichkeiten nicht nützen könnte.

Die Beschränkung auf die Veranstaltung von Spartenprogrammen würde auch die Fortführung von TW1, wo neben Wetter- und Tourismusinformationen auch Sportberichterstattung (Randsportarten) stattfindet, nicht gestatten. Aus demselben Grund wäre eine zukünftig mögliche Kombination eines Informations- und Kulturkanals nach dieser Bestimmung ausgeschlossen.

Es ist auch nicht einzusehen, warum – anders als in der Bundesrepublik Deutschland – derartige Programme von einer digitalen terrestrischen Verbreitung ausgeschlossen werden sollen. Da nicht zu erwarten ist, dass bei einem digitalen Vollausbau alle zwölf verfügbaren Programmplätze dem Transport österreichischer Inhalte dienen werden, würde ein Ausschluss des ORF nur ausländischer Konkurrenz nützen.

Weiters ist darauf hinzuweisen, dass unter den vorgegebenen Rahmenbedingungen (keine Finanzierung durch Programmengelt, Gewinnerorientierung, geringe technische Reichweite bei Beschränkung auf digitalen Satellitenempfang) das Projekt eines österreichischen Kulturkanals nicht verwirklichtbar ist. Dasselbe würde für einen Informationskanal gelten, der mit den neuen digitalen Möglichkeiten im News-Bereich denkbar ist. In Deutschland ist die Entwicklung genau gegenteilig. Zusätzliche öffentlich-rechtliche Spartenangebote (Infokanal, Theaterkanal, BR α, mit dem der ORF i.S. des Kulturexports einen Kooperationsvertrag hat) werden explizit ermöglicht.

Zur Verpflichtung, dass alle diesbezüglichen Geschäftshandlungen (Abs. 2 und 7) der Zustimmung des Stiftungsrats bedürfen, wird auf das zu § 2 Abs. 4 Ausgeführte verwiesen (undurchführbar!).

Die Einschränkung gemäss Abs. 6, wonach der ORF aus dem Markt finanzierte Onlinedienste nur über von ihm beherrschte Tochtergesellschaften durchführen darf, schränkt die Entwicklungsmöglichkeiten des ORF im Online-Bereich unverhältnismäßig ein. Im Online-Bereich entspricht es der Praxis, dass nicht einzelne Partner ein gemeinsames Unternehmen dominieren.

Das Verbot der Werbemittlung für Dritte verletzt die Erwerbsfreiheit des ORF und hat nachteilige Auswirkungen auf den Verkauf der eigenen Werbezeiten. Die vom ORF angestrebte kartell- und handelsgerichtliche Prüfung von Ö3 plus hat eine markterschließende und wettbewerbsfördernde Wirkung festgestellt. Die Gründung dieses Werberings hat konkurrenzbelebend gewirkt: weitere Werberinge ohne Beteiligung des ORF wurden gegründet. Im Online-Bereich würde das Verbot der gemeinsamen Vermarktung von Online-Angeboten die ausdrücklich vorgesehene Werbefinanzierungsmöglichkeit entscheidend einschränken. Die Werbemittlung ist ein international übliches Annexgeschäft und wurde vom ORF mit Zustimmung des Kuratoriums schon in der Vergangenheit

- 12 -

ausgeübt. Derzeit bestehen in Fortführung der nach der Wende begonnenen Zusammenarbeit mit RTV Slovenija internationale und erfolgreiche Werbekooperationen. Ähnliche Partnerschaften mit Anstalten anderer Beitrittsländer wären sinnvoll und möglich. Das nicht sachgerechte Verbot der Werbemittlung – es gehört seit jeher zu den Nebenrechten eines Erzeugers, mit gleichartigen Waren zu handeln (§ 33 Z. 6 GewO) –, sollte daher entfallen. Desgleichen das faktische Verbot von Merchandising, wie es bei allen Rundfunkanstalten, vor allem öffentlich-rechtlichen, branchenüblich ist. Besonders die BBC hat diesen Geschäftszweig sehr forciert. Durch die vorgeschlagene Regelung wird der Vertrieb branchenüblicher Marketingartikel, die die Präsenz der Marken im Bewusstsein des Publikums stärken sollen, über die eigenen Medien Rundfunk und Internet verboten. Auch die Einschränkung der Kooperationsmöglichkeiten mit Teilen der österreichischen Industrie (insbesondere den Schallträgerproduzenten) ist sachlich nicht gerechtfertigt und nicht akzeptabel.

§ 9 ist daher eine exzessive Einschränkung des Unternehmensgegenstandes durch: die starre Bindung an Spartenprogramme, den völligen Ausschluss von der terrestrischen Verbreitung, den Ausschluss von Minderheitsbeteiligungen und das Verbot der Finanzierung auch von Spartenkanälen mit Informations- und Kulturangeboten aus Programmengeldern.

Da die Finanzierung der kommerziellen Programme ausschließlich aus Werbeeinnahmen zu erfolgen hat (vgl. § 9 Abs. 3), sollten dafür marktgerechte Werbemöglichkeiten bestehen. Bereits nach den Erläuternden Bemerkungen sollen für diese Programme keine Werbeverbote an bestimmten Tagen bestehen (vgl. Erläuterungen zu § 9). Ebenso sollen die Bestimmungen über Product Placement (§ 14 Abs. 5 und 6) nicht für Programme nach § 9 gelten (vgl. Erläuterungen zu § 14 Abs. 5). Der Verweis in § 9 Abs. 4 auf § 13 Abs. 5 zweiter Satz und auf § 14 Abs. 5 und 6 normiert jedoch das Gegenteil; dies gilt es zu bereinigen. Für Programme nach § 9 sollten grundsätzlich die Werbebestimmungen der Fernsehrichtlinie gelten; die Änderungsvorschläge zu § 9 Abs. 4 und 5 entsprechen diesem Anliegen:

(4) Für die Veranstaltung dieser Programme durch Tochtergesellschaften finden die §§ 10 bis 12, § 13 Abs. 1, Abs. 3, Abs. 4 erster Satz und Abs. 5 dritter Satz, § 14 Abs. 1 bis 4 sowie die §§ 15 bis 17 Abs. 1 bis 4 sinngemäß Anwendung.

(5) Werbesendungen und Teleshopping-Sendungen in diesen Programmen dürfen 20 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Werbesendungen in diesen Programmen dürfen 15 vH der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. § 13 Abs. 7 vorletzter und letzter Satz sind anzuwenden.

§ 13

Gegen Abs. 8 (massive Beschränkung der Werbung im Fernsehen für periodische Druckwerke) bestehen verfassungs- und europarechtliche Bedenken, insbesondere auch im Hinblick auf Art. 10 EMRK. Vor allem durch die Beschränkung auf bloße Titelwerbung wird eine unsachliche Diskriminierung gegenüber anderen Wirtschaftstreibenden geschaffen und auch eine durch Art. 10 Abs. 1 EMRK garantierte Möglichkeit zum Transport von Meinungsinhalten von vorneherein unterbunden.

Der in Abs. 8 verwendete Begriff "Tarifwerk des Werbefunks" wird in einem gegenüber der derzeitigen Rechtslage weiteren Umfang verstanden, nämlich nicht mehr als bloßer Tarifsatz (einschl. Zuschläge), sondern nunmehr – ganz exzessiv – auch einschließlich der Rechts-

- 13 -

und Zahlungsbedingungen (Skonti und Rabatte). In der Wirtschaftspraxis sind Skonti und Rabatte eine Frage der augenblicklichen Situation, der Konjunkturentwicklung etc., nicht aber eines starren und vorgegebenen rechtlichen Regelwerks. Die Veröffentlichung der Werbetarife sollte im bisher üblichen und von der Werbewirtschaft akzeptierten Umfang erfolgen. Dasselbe gilt für Gegengeschäftsvereinbarungen, die selbstverständlich nach dem allgemeinen Wirtschaftlichkeitsgebot schon bisher die Angemessenheit der Gegenleistung beachtet haben. Folglich müssten in § 31 Abs. 6 Satz 2 und 3 entfallen. Es sollte in diesem Zusammenhang nicht übersehen werden, dass der ORF im Werbegeschäft Kaufmann und nicht Erbringer einer öffentlichen Dienstleistung ist.

§ 14

Product Placement soll begrifflich erfasst und im Kernbereich des öffentlichen Auftrags ausgeschlossen werden. Es ist jedoch in vielen Bereichen eine von der Wirtschaft nachgefragte und für die Finanzierung aufwendiger Sendungen (insbesondere Einzelprogramme der Landesstudios – Sendereihen wie „Südtirol heute“, „Treffpunkt“ – , Sport- Wissenschafts- und Kultursendungen) notwendige Kommunikationsform. So werden selbst aufwendige Naturfilme international üblich auch durch Product-Placement mitfinanziert (z.B. durch Hersteller von Geländeautos, Bekleidung etc.), und es wäre sehr nachteilig, wenn der ORF bei Kaufprogrammen für die Universum-Leiste das mit übernimmt, seine Eigenproduktionen aber derart nicht finanzieren kann. Im Kulturbereich steuern Unternehmen unter anderem gegen Namensnennung Sachleistungen bei und geben Produktionskostenzuschüsse (z.B. bei den Salzburger Festspielen) Im Hinblick auf mögliche Veränderungen bei dieser Werbeform und Spannungsverhältnisse zu einzelnen Elementen des Programmauftrags könnte dem Stiftungsrat die Aufgabe übertragen werden, weitere Begrenzungen des Product Placements vorzunehmen. Formulierung:

(5) Die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen gegen Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung, sofern diese nicht geringfügig ist, außerhalb von Werbesendungen (Product-Placement) ist in Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Kinder- und Jugendsendungen sowie Sendungen religiösen Inhalts unzulässig. Nicht als Product Placement gilt die mediale Unterstützung gemäß § 17 Abs. 7 des Glückspielgesetzes. Der Stiftungsrat kann weitere Beschränkungen hinsichtlich des Product-Placements festlegen.

Damit wäre auch klargestellt, dass die derzeit gehandhabte Form des Product Placements für soziale und humanitäre Zwecke weiterhin erlaubt ist. Darunter ist die Präsentation von Marken, die Erwähnung von Dienstleistungen etc. zu verstehen, wobei die Gegenleistung in einer Spende des jeweiligen Unternehmens für einen wohltätigen Zweck besteht. Nach der vorliegenden Formulierung wäre zum Beispiel die jährliche Aktion „Licht ins Dunkel“ massiv beeinträchtigt.

Folgerichtig müsste § 21 Abs. 1 Z 14 lauten:

Die Beschlussfassung über Beschränkungen für kommerzielle Werbesendungen (§ 13 Abs. 4) und Product-Placement (§14 Abs. 5).

Zu Abs. 8: Es sollte klargestellt werden, dass auch Quizshows und ähnliche nichtfiktionale Unterhaltungssendungen in einer international üblichen Form durch Werbung unterbrochen werden dürfen. Dem ORF muss es wie seiner kommerziellen Konkurrenz gestattet sein,

- 14 -

neue Programmformate mit neuen Werbeformen zu kombinieren, um der Werbewirtschaft eine zeitgemäße kommerzielle Kommunikation anbieten zu können. Textvorschlag:

(8) Bei Sportsendungen, Spielshows und Sendungen über ähnlich strukturierte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen ...

§ 17

Abs. 2: Hinweise auf den Sponsor (Patron) einer Patronanzsendung dienen der Offenlegung der finanziellen Unterstützung durch Dritte und somit der Information der Zuseher. Nach einer zulässigen Werbeunterbrechung, etwa bei Sportübertragungen, sollte dem Zuseher erneut mitgeteilt werden (können), dass der folgende Sendungsteil durch einen Sponsor finanziell unterstützt wird (sogenannter "Reminder"). Der Hinweis auf den Auftraggeber während der Sendung dient der nachhaltigen Information der Zuseher entsprechend dem Grundgedanken des § 26 Mediengesetz. § 17 Abs. 2 Z. 2 müsste daher lauten:

2. Sie sind als Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Anfang und am Ende eindeutig zu kennzeichnen (An- und Absage).

In Abs. 5 wird mit der Einrechnung der Ankündigung von Patronanzsendungen in die Gesamtwerbezeit die Werbeform "Sponsoring" der Werbeform "Spotwerbung" gleichgestellt, sodass keine zusätzliche Finanzierung möglich ist. Dies kommt der Kürzung der Gesamtwerbezeit gleich. Die Werbewirkung von Sponsorhinweisen ergibt sich aus der bloßen Offenlegung der finanziellen Unterstützung durch den Sponsor. Sponsoring von Landesstudio-Produktionen, die regional ausgestrahlt werden (das betrifft auch „Südtirol heute“), wären nicht mehr fortführbar, weil keine regionale Fernsehwerbezeit zur Verfügung steht (Verbot regionaler Fernsehwerbung!), auf die Patronanzhinweise angerechnet werden könnten; die Anrechnung auf nationale Werbezeit würde regionales Sponsoring unwirtschaftlich machen. Leidtragende sind sowohl Landesstudio-Produktionen als auch regionale und insbesondere mittelständische Wirtschaftsunternehmen.

Nach der Intention der EG-Fernsehrichtlinie soll das Instrument "Sponsoring" einerseits eine zusätzliche Quelle zur Finanzierung audiovisueller Produktionen sein und andererseits Wirtschaftstreibenden eine wirkungsvolle Möglichkeit bieten, ihr Firmenimage zu fördern; die Fernsichtlinie sieht konsequenter Weise keine Einrechnung von Sponsorhinweisen in die Gesamtwerbezeit vor.

Im Sinne der Wettbewerbsneutralität sollte daher die Einrechnung der An- und Absagen von Patronanzsendungen einschließlich allfälliger Vorankündigungen solcher Sendungen in die Gesamtwerbezeit unterbleiben. Der vorgeschlagene Abs. 5 müsste ersatzlos entfallen.

Für Abs. 6 gilt das oben zu § 13 Abs. 8 Ausgeführte sinngemäß.

§ 18

Abs. 1: Die Ausrichtung des Teletext- und Onlineangebots an § 4 Abs. 3 (Verpflichtung zu eigenen Kommentaren etc.) geht zu weit; den zitierten § 4 Abs. 4 gibt es nicht. Die Verpflichtung zu einem Teletext- und Onlineangebot für Volksgruppen (durch Zitat des § 5

Abs. 1 1.Satz) geht ebenfalls zu weit (so verfügt etwa Teletext nicht über die erforderlichen Schriftzeichen). Textvorschlag:

(1) Auf die Veranstaltung von Teletext und Online-Diensten durch den Österreichischen Rundfunk (§ 3 Abs. 5) finden hinsichtlich der inhaltlichen Anforderungen § 4 Abs. 1 erster Satz und Abs. 2 sowie § 10 sinngemäß Anwendung. Der Umfang der Werbung in diesen Veranstaltungen ist jährlich vom Stiftungsrat festzulegen.

Im Hinblick auf die Eigenart des Mediums und darauf, dass die Tätigkeit nach Abs. 2 ausschließlich marktwirtschaftlich bedeckt werden soll, ist es nicht sachgerecht, Teleshopping im Teletext- und Online-Bereich als zulässige Finanzierungsquelle auszuschließen. Der Verweis auf § 13 Abs. 2 im Abs. 2 sollte daher entfallen.

§ 20a

Abs. 4: Schon derzeit ist die Möglichkeit einer vorzeitigen Abberufung sehr unpräzise geregelt, weil sie dem Wortlaut der Bestimmung nach schon dann eintritt, wenn auch nur ein Mitglied der Bundesregierung, einer Landesregierung oder der Hörer- und Sehervertretung ausscheidet und durch ein anderes ersetzt wird. Eine Abberufung unter solchen Umständen höhlt die Unabhängigkeit der Stiftungsräte aus, wodurch die Verfassungsmäßigkeit im Hinblick auf Art. 1 Abs. 2 B-VG Rundfunk tangiert wird. Es sollte daher im Gesetzestext klargestellt werden, dass nur eine Gesamtänderung des bestellenden Organs (Ernennung einer neuen Bundesregierung gemäß Art. 70 B-VG, Wahl einer neuen Landesregierung gemäß Art. 101 B-VG etc.) die Voraussetzung für die vorzeitige Abberufung schafft. Im 3. Satz sollte es sprachlich besser statt "seiner Anhörung" "dessen Anhörung" heißen.

Abs. 6: Im Hinblick auf die Fülle der dem Stiftungsrat übertragenen Kompetenzen sollte in Analogie zu § 92 Abs. 3 AktienG die Beschlussfassung durch schriftliche Stimmabgabe ermöglicht werden. Dies durch Anfügung der Bestimmung:

Die Geschäftsordnung kann die Beschlussfassung durch schriftliche Stimmabgabe dann für zulässig erklären, wenn kein Mitglied des Stiftungsrates diesem Verfahren widerspricht.

Es ist darauf hinzuweisen, dass das Verbot geheimer Abstimmungen zu einer Einschränkung der Unabhängigkeit der Gremiumsmitglieder führen kann. Dies insbesondere bei Personalentscheidungen.

Abs. 10: In der Aufzählung jener Angelegenheiten, die indirekt bei Nichtentscheidung sanktioniert werden, fehlt (schon im geltenden Recht) die wichtigste, nämlich die Bestellung des Generaldirektors. Bestellt der Stiftungsrat nämlich keinen Generaldirektor, dann fehlt das geschäftsführende Organ. Weiters wären § 21 Abs. 1 Z 16 und 17 ebenso aufzunehmen wie § 22 Abs. 1 für den Fall der Beauftragung mit der vorläufigen Führung der Geschäfte des Generaldirektors. Der 1. Satz der Bestimmung sollte daher wie folgt lauten:

Wenn der Stiftungsrat drei Monate nach Ausschreibung der Funktion des Generaldirektors (§ 27 Abs. 1) keinen Generaldirektor bestellt, ein Monat nach vorzeitiger Vakanz der Funktion des Generaldirektors keine geeignete Person mit der vorläufigen Führung der Geschäfte des Generaldirektors betraut (§ 22 Abs. 1) und in einer Angelegenheit des § 21 Abs. 1 Z 3 bis 17 und Abs. 2 innerhalb von drei Monaten nach der erstmaligen Befassung nicht entscheidet, ist dies vom Bundeskommunikationssenat unverzüglich festzustellen.

- 16 -

§ 21

Abs. 1 Z 6: Die Wortfolge "sowie die Festlegung des Auslandsdienstes (§ 3 Abs. 6)" sollte entfallen, weil dieser Fall in der folgenden Z 16 geregelt ist.

Abs. 1 Z 12: Auch die Empfehlungen des "Weisenrates" gehen davon aus, dass es sich bei den Qualitätssicherungssystemen um solche der Geschäftsführung handeln soll. Textvorschlag:

12. die Beratung von grundsätzlichen Problemen des Rundfunks, seiner Programmgestaltung sowie von Qualitätssicherungssystemen der Geschäftsführung für Programme, die Entgegennahme von Berichten des Generaldirektors sowie die Beschlussfassung über Empfehlungen hierzu;

Abs. 1 Z 14: Entsprechend dem geltenden Recht (§ 8 Abs. 1 Z 12 RFG) sollte der Klammerausdruck präzisiert werden und lauten: "(§ 13 Abs. 4)".

Abs. 1 Z 17: Wie bei allen programmrelevanten und kaufmännisch wichtigen Entscheidungen sollte auch diese über Vorschlag des Generaldirektors erfolgen und die Bestimmung daher wie folgt lauten:

17. über Vorschlag des Generaldirektors die Festlegung des Umfangs der Werbung in Online-Diensten gemäß § 18 Abs. 1.

Abs. 2: Der Entwurf verlässt die bewährte Regelung des § 95 Abs. 5 AktienG und sollte jedenfalls in dreifacher Hinsicht überarbeitet werden:

Die sehr unklare und in den anderen neuen Bestimmungen ohnedies enthaltene Z 4, die dem geltenden Recht entstammt, das wiederum auf den Gesellschaftsvertrag der Österreichischer Rundfunk Ges.m.b.H. aus 1957 zurückgeht, sollte ersatzlos entfallen.

Es sollte im Hinblick auf das Subsidiaritätsprinzip und zur Vermeidung von Novellierungserfordernissen von der flexiblen Regelung des § 95 Abs. 5 3. Satz AktienG Gebrauch gemacht werden. Demzufolge würde die Anführung von Betragsgrenzen in Z 6, 8, 9 entfallen. Dringend erforderlich ist eine solche Betragsgrenze bei Z 2 (Liegenschaften), weil hier das Kuratorium sehr häufig mit Bagatellegeschäften befasst werden musste. Ähnliches gilt für die Ziffern 3 und 10. Die Regelung könnte durch Anfügung folgenden Satzes in Abs. 2 erfolgen:

Zu den in Z 2, 3, 6, 8, 9 und 10 genannten Geschäften kann der Stiftungsrat Betragsgrenzen festsetzen, bis zu denen diese Geschäfte keiner Zustimmung bedürfen.

Abs. 2 Z 14: Eine wesentliche Erschwernis bedeutet auch das Zustimmungserfordernis für die Erteilung von Handlungsvollmachten und Prokura, wo sich in Anbetracht des Umfangs des Geschäftsbetriebes laufend Änderungen ergeben. Die Erteilung dieser Vollmachten sollte wie im geltenden Recht dem Generaldirektor ohne Zustimmung des Stiftungsrates möglich sein. Dies würde dem Ziel der Stärkung der Position des Generaldirektors entsprechen.

Abs. 2 Z 16: Auch die Bestellung von Organen der Tochtergesellschaften sollte dem Generaldirektor ohne Zustimmung des Stiftungsrates möglich sein. Eine diesbezügliche Kompetenz gibt es im Aktienrecht nicht, und auch im ORF selbst ist der Generaldirektor entsprechend dem Verfassungsauftrag zur Gewährleistung seiner Unabhängigkeit in

- 17 -

Personalentscheidungen frei. Außerdem handelt es sich bei der Bestellung von Organen in Tochtergesellschaften um eine Maßnahme der Geschäftsführung des ORF, die dem Generaldirektor übertragen und für die er verantwortlich ist.

16. zur Ausübung des Stimmrechtes in Gesellschafterversammlungen von verbundenen Unternehmen, sofern in der Gesellschafterversammlung ein Beschluss gefasst werden soll, der nach Gesetz oder dem Gesellschaftsvertrag einer Zustimmung von mindestens drei Viertel der abgegebenen Stimmen bedarf.

Abs. 2 Z 17: Siehe Anmerkung zu § 2 Abs. 4.

§ 22

Abs. 1: Um hier jeden Verdacht auf Proporzbesetzungen von vorneherein auszuschließen, sollte der Generaldirektor seinen Stellvertreter selbst bestimmen können. § 22 Abs. 1 3. Satz sollte daher wie folgt lauten:

Für die Dauer einer vorübergehenden Verhinderung des Generaldirektors hat der Stiftungsrat im Vorhinein die einstweilige Vertretung durch einen der Direktoren festzulegen, sofern der Generaldirektor keinen Stellvertreter bestimmt hat.

§§ 28 bis 30

Diesbezüglich verweisen wir auf die Stellungnahme der Hörer- und Sehervertretung. Die Direktwahl von Mitgliedern des Publikumsrates bürdet dem ORF jedenfalls erheblichen administrativen und finanziellen Aufwand auf. Die Identität der Wahlberechtigten kann nicht verlässlich geprüft werden.

§ 31

Abs. 6: Eine ex ante Festlegung von Skonti und Rabatten ist praxisfremd; es muss der Geschäftsführung diesbezüglich Handlungsspielraum bleiben (z.B. bei unerwarteter Konjunkturverschlechterung, auch zur Gewinnung neuer Kunden etc.).

Überdies wären mit dieser Beschränkung erhebliche Einnahmenverluste verbunden, da durch die Festlegung sämtlicher unternehmerischer Vorgänge im Zusammenhang mit der Werbevermarktung ein flexibles und damit gewinnmaximierendes Handeln der mit diesen Aufgaben betrauten Tochtergesellschaften unmöglich wäre. Zudem erscheint es nicht möglich und sinnvoll, die Vielfalt aller werberelevanten Geschäftsbeziehungen, die sich in einem permanenten Wandel befinden, einmal jährlich im Amtsblatt zur Wiener Zeitung offenzulegen. Im Übrigen siehe Anmerkung zu § 13 Abs. 8. Textvorschlag:

(6) Das Tarifwerk des Werbefunks sowie die Höhe der Programmentgelte sind im „Amtsblatt zur Wiener Zeitung“ bekannt zu machen.

§ 33

Die Schaffung unterschiedlicher Redakteurstatute für den ORF und seine Tochtergesellschaften sowie unterschiedlicher Redakteursvertretungen ist unzweckmäßig, weil administrativ aufwändig und nicht erforderlich. Es sollte deshalb das Redakteurstatut

- 18 -

des ORF auch für seine Tochtergesellschaften gelten und eine für den gesamten Konzern einheitliche Redakteursvertretung eingerichtet werden. § 33 und § 34 sollten daher in diesem Sinn überarbeitet werden.

Abs. 10: Die Mindestfrist von 5 Wochen ist zu verdoppeln. Sollte der Redakteursausschuss nämlich diese Zeitspanne wählen, so ist die Erstellung der Liste gemäß Abs. 6 fristgerecht nicht möglich.

§ 36

Abs. 1 Z 1 lit. c, Z 2 lit. e, Abs. 6 Z 1 lit. c und Z 2 lit. a verweisen auf § 14 Abs. 3 "erster Fall", den es nicht gibt, so dass diese Erweiterung entfallen müsste. In § 36 Abs. 1 Z 2 lit. f müsste das Zitat statt "lit. f" "lit. e" lauten.

Abs. 4: Die bisher zeitlich unbefristete Möglichkeit einer Antragstellung widerspricht Grundsätzen der Rechtsordnung (z.B. Rechtsicherheit, Rechtsökonomie); auch für die privilegierten Antragsteller ist eine erweiterte Frist zur Befassung des Bundeskommunikationssenats nach zeitlichen Maßstäben, die dem UWG bzw. dem MedienG entsprechen, sinnvoll.

(4) Beschwerden sind innerhalb von sechs Wochen, Anträge sind innerhalb von sechs Monaten, gerechnet vom Zeitpunkt der behaupteten Verletzung dieses Bundesgesetzes, einzubringen. Offensichtlich unbegründete Beschwerden und Anträge sind ohne weiteres Verfahren zurückzuweisen.

§ 39

Die Zitierung einzelner Bestimmungen des HGB ist im Hinblick auf mögliche Änderungen in diesem Gesetz und nachfolgenden Novellierungsbedarf wenig zweckmäßig und könnte vereinfachend durch einen Verweis auf die für Kapitalgesellschaften geltenden Regelungen des HGB ersetzt werden.

§ 44

Abs. 3: Durch diese Klarstellung werden allfällige steuerliche Probleme vermieden.
Textvorschlag:

(3) Von der Eintragung der Umwandlung an besteht der Österreichische Rundfunk als Stiftung öffentlichen Rechts weiter; die Identität der Rechtsperson bleibt gewahrt.

§ 45

Abs. 4: Wenn die Mitglieder des Stiftungsrates gemäß § 45 Abs. 3 bis zum 30. Jänner 2002 zu bestellen sind, dann ist die in Abs. 4 vorgesehene Ausschreibung durch den erst zu wählenden Vorsitzenden eines erst zu konstituierenden Stiftungsrates am 31. Jänner 2002 faktisch nicht möglich.

§ 48

Abs. 4: Der ORF ist kein öffentliches Unternehmen. Er übt eine typisch gewerbliche Tätigkeit im gemeinschaftsrechtlichen Sinn aus. Er muss sich auf einem äußerst kompetitiven Markt behaupten können; die starren Regeln des Bundesvergabegesetzes würden die Verwirklichung des Unternehmenszwecks gefährden und zudem eine nicht unbedeutende Erhöhung des Administrativaufwandes (mehr Personal, längere Beschaffungsfristen) nach sich ziehen. Sogar vom Staat beherrschte sogenannte Sektorenauftraggeber (z.B. Telekom-Unternehmen) unterliegen besonderen, auf die Anforderungen eines Wirtschaftsbetriebes Rücksicht nehmenden Vergaberegeln, der ORF hingegen soll den starren Vergaberegeln für Gebietskörperschaften unterworfen werden. Auch in der Bundesrepublik findet das Vergaberecht auf ARD und ZDF keine Anwendung. Textvorschlag:

(4) Der Österreichische Rundfunk gilt nicht als öffentlicher Auftraggeber im Sinne des § 11 des Bundesvergabegesetzes 1997, BGBl. I Nr. 56/1997.

Es wären in diesem Paragraphen noch folgende Bestimmungen zu ergänzen:

Hinsichtlich der Organschaft nach § 9 des Körperschaftsteuergesetzes BGBl. Nr. 401/1988 sind auf den Österreichischen Rundfunk die für Kapitalgesellschaften geltenden Bestimmungen anzuwenden.

Der Österreichische Rundfunk gilt als öffentlich-rechtliche Körperschaft im Sinne abgabenrechtlicher Vorschriften.

§ 49

Abs. 1: Es fällt auf, dass auf die Aufhebung des § 3 RFG vergessen wurde. Die Regelung bezüglich § 31, die zur Schaffung eines § 20a führt, wobei es im Dauerrecht einen § 20 nicht geben wird, ist zumindest legislativ unschön. Die Bestimmung könnte daher wie folgt lauten:

(1) Die Bestimmungen der §§ 3 Abs. 1 bis 3, § 20 Abs. 1 und 3, § 28, § 31 Abs. 1 bis 5, § 44 und § 45 idF des Bundesgesetzes BGBl I Nr. XXX/2001 treten mit 1. August 2000 in Kraft. Gleichzeitig treten § 3 und § 20 Abs. 1 bis 5 des Rundfunkgesetzes, BGBl Nr. 379/1984, idF des Bundesgesetzes BGBl I Nr. 32/2001 außer Kraft. Die übrigen Bestimmungen treten mit 1. Jänner 2002 in Kraft. Gleichzeitig treten die §§ 1 bis 2d, §§ 3a bis 19, § 20 Abs. 6, §§ 25 bis 31 und die §§ 33 bis 36 des Rundfunkgesetzes, BGBl Nr. 379/1984, idF des Bundesgesetzes BGBl I Nr. 32/2001 außer Kraft.

Folgerichtig könnte § 20a dann die Bezeichnung § 20 erhalten.

Besonders möchten wir darauf hinweisen, dass § 32 RFG nicht aufgehoben werden darf, weil diese Bestimmung die Umwandlung der früheren Österreichischer Rundfunk Gesellschaft mbH in den Österreichischen Rundfunk regelt und im Bereich des Grundbuchrechts dort noch anzuwenden ist, wo bürgerliche Rechte auf die GmbH lauten.

Beilage: Finanzielle Auswirkungen des Begutachtungsentwurfs

Beilage zur Stellungnahme der ORF-Geschäftsführung zum Entwurf eines Bundesgesetzes, mit dem das Bundesgesetz über die Aufgaben und die Einrichtung des Österreichischen Rundfunks geändert wird.

Finanzielle Auswirkungen des Begutachtungsentwurfs

Der Begutachtungsentwurf enthält zum Teil unbestimmte Aufträge für den ORF, die erst durch die Organe des ORF, Stiftungsrat, Generaldirektor und Publikumsrat, sowie die Judikatur des Bundeskommunikationssenats und der Höchstgerichte zu konkretisieren sein werden. Beim "best case" liegen den Berechnungen der Ertragsminderungen bzw. Mehrkosten daher jeweils die für den ORF günstigsten Interpretationen und Annahmen, beim "worst case" die ungünstigsten zugrunde.

	best case	worst case
§ 2 Abs. 1:		
<u>Einschränkung der Geschäftsfelder</u>	100	- 200 Mio p.a.

Mit der Beschränkung des Unternehmensgegenstands des ORF und seiner Tochtergesellschaften auf die zur Erfüllung des Stiftungszwecks "notwendigen" Geschäfte werden kommerzielle Aktivitäten eingeschränkt. Mit solchen Geschäften, die zwar nützlich, aber möglicherweise nicht "notwendig" sind, hat der ORF im Jahr 2000 deutlich mehr als 100 Mio. Schilling eingenommen (z.B. aus der Beteiligung an der Highway 194, durch technische Hilfeleistung, Content Syndication im Internet, Veranstaltungen). Hier geht es nicht nur um die sogenannten "neuen Geschäftsfelder", sondern auch um Geschäfte, mit welchen die Auslastung der ORF-eigenen Kapazitäten verbessert wird.

Generell ist zu diesem Punkt anzumerken, dass die ORF-Geschäftsführung und das ORF-Kuratorium in den vergangenen Jahren stets von der Notwendigkeit des Ausbaus "neuer Geschäftsfelder" ausgegangen sind. Damit sollten angesichts gesetzlich limitierter Werbeeinnahmen mittelfristig die internationalen Lizenzpreissteigerungen und der Ausbau des Programmangebots finanziert und so die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens ohne zusätzliche Gebührenerhöhungen gesichert werden.

§ 2 Abs. 2 und 3 sowie § 9 Abs. 1 und 6:		
<u>Beteiligungen</u>	100	- 200 Mio p.a.

In Zukunft wichtige strategische, nationale wie internationale Beteiligungen zur Absicherung der Wettbewerbsfähigkeit werden weitgehend verhindert. Im März 2001 hat der ORF gemeinsam mit Netway eine Gesellschaft zur technischen Abwicklung von Internetwerbung (Adworx) gegründet. Eine solche Beteiligung wäre bei Gesetzwerdung dieser Bestimmung in dieser Form nicht möglich, weil der beherrschende Einfluss des ORF fehlt. Der ORF könnte auch nur eingeschränkt die Entwicklungschancen moderner Medienunternehmen im Online-Bereich für sich nutzen. Ferner könnte er in diesem Bereich auch keine Joint Ventures, z.B. im Lizenzrechtshandel, eingehen. Diese Bestimmung stellt auch die Zulässigkeit der Beteiligung an der APA in Frage. Das hätte nicht nur den Wegfall der Gewinnbeteiligung zur Folge, sondern wahrscheinlich auch eine Verteuerung des Contents. Allein schon durch die Auswirkungen im Bereich APA, Adworx und Joint Ventures im Breitbandbereich entgehen dem ORF mittelfristig mindestens 100, schlechtestenfalls rund 200 Mio. Schilling an Erträgen pro Jahr.

-2-

§ 2 Abs. 4:**Genehmigung und Offenlegung der Vertragstexte****Kosten unbestimmt**

Die Verpflichtung zur Genehmigung und Offenlegung sämtlicher Verträge mit anderen Unternehmen gegenüber dem Stiftungsrat verursacht naturgemäß einen sehr hohen Verwaltungsaufwand. Es müssten die Abläufe intern geändert und stets über den Stiftungsrat geführt werden. Zahlreiche Verhandlungen müssten im wesentlichen gemeinsam mit dem Stiftungsrat geführt werden, die zusätzlichen Verwaltungskosten und die wirtschaftlichen Nachteile aus der unvermeidbaren Zeitverzögerung sind derzeit insgesamt noch nicht seriös abschätzbar, da ein solches System der kollektiven Führung eines Großunternehmens durch 35 + 1 Personen nicht bekannt ist.

§ 3 Abs. 1 und 2:**Entfall der (Regionalradio-)Ringwerbung****130 - 130 Mio p.a.**

Der Entfall von Regionalprogrammen der Landesstudios im Radio (Ringprogramme) würde bedeuten, dass der ORF keine Ringwerbung mehr verkaufen kann. Der ORF hat daraus im Jahr 2000 einen Deckungsbeitrag (nach Abzug der variablen Kosten) in Höhe von rund 130 Mio. Schilling erzielt.

§ 3 Abs. 6:**Radio Österreich International****90 - 90 Mio p.a.**

Die Kosten des Auslandsdienstes wurden dem ORF bisher vom Bund ersetzt. Nunmehr soll der ORF diese Kosten tragen. Im Jahr 2000 hat der vom Bund ersetzte Aufwand 90 Mio. Schilling betragen.

§ 4 Abs. 1:**"anspruchsvolle Programme" zur Prime Time****150 - 300 Mio p.a.**

Insbesondere an Wochentagen mit Sportübertragungen und an Wochenenden mit Unterhaltungsschwerpunkten in der Prime Time wäre bei enger Auslegung des Begriffs "anspruchsvoll" zu befürchten, dass in dieser für die Werbung primär interessanten Zeitzone mit einer anderen Programmierung deutlich weniger Zuseher erreicht werden und daher als Folge die Werbeerlöse sinken müssen. Der angegebene Mindererlös von 150 Mio p.a. entspricht einem Marktanteilsrückgang in der Zeitzone 20.00 bis 22.00 Uhr im Publikumssegment 12 bis 49 von 5,6 Prozentpunkten in ORF 1 (Annahme: ORF 2 gleichbleibend) oder 3,3 Prozentpunkten in ORF 2 (Annahme ORF 1 gleichbleibend). Dem worst case liegen realistische Annahmen über die Reichweitenentwicklung bei größeren Umstellungen zugrunde.

§ 5 Abs. 2:**Volksgruppenprogramme****50 - 50 Mio p.a.**

Hier werden dem ORF zusätzliche Aufgaben übertragen. Detaillierte Berechnungen sind erst nach genauer Aufgaben-Definition möglich.

-3-

§ 8 Abs. 1:**Ausweitung der Berichtspflicht****Kosten unbestimmt**

Die Ausweitung der Berichtspflicht führt ebenfalls zu einem erhöhten Verwaltungsaufwand, der noch nicht bewertet werden kann.

§ 9 Abs. 10 Z 1:**Einschränkung von Merchandising und Kooperationen mit der Musikindustrie****30 - 50 Mio p.a.**

Bestimmte Formen des Merchandising sind in Zukunft verboten. So wäre dem ORF etwa nicht mehr erlaubt, übliche Merchandising-Produkte unter der Marke "ORF" zu verkaufen. Ebenso wäre der Großteil der Kooperationen mit der österreichischen Musikindustrie gefährdet. Diese beiden Geschäftsbereiche liefern einen Deckungsbeitrag (nach Abzug der variablen Kosten) in der Höhe von rund 60 Mio. Schilling pro Jahr. Im worst case wäre der Großteil davon gefährdet.

§ 9 Abs. 10 Z 2:**Werbemittlung****50 - 200 Mio p.a.**

Der ORF ist derzeit schon als Werbemittler tätig (Ö3 plus und für RTV Slovenija). Außerdem haben bereits einige Online-Contentanbieter angefragt, ob die Enterprise die Online-Vermarktung für sie übernehmen kann. Hier würde der ORF bereits kurzfristig Einnahmen in Höhe von rund 30 bis 50 Mio. Schilling verlieren. Vermarktungsk Kooperationen, insbesondere im Radio- und Internetbereich, erfolgen außerdem aus strategischen Gründen zur Stärkung des Verkaufs der eigenen Produkte. Fast die Hälfte der Ö3-Werbung wird im Rahmen von Ö3plus verkauft. Ö3 müsste hier sicherlich mit Absatzrückgängen rechnen, die bis zum angegebenen worst case Betrag gehen könnten.

Nicht bewertet wurde dabei der strategische Wettbewerbsnachteil, der dem ORF gegenüber den am österreichischen Markt tätigen internationalen Vermarktern zugefügt würde. Vermarktung erfolgt sowohl im Fernsehen als auch im Radio und insbesondere im Internet zunehmend in Werbeverbänden. Das Verbot der Werbemittlung schwächt die Wettbewerbsposition des ORF nachhaltig. Zum Beispiel vermarktet RMS weite Teile der Lokal- und Regionalradios, IPaplus vermarktet die RTL-Werbefenster, die Cinecom vermarktet die Werbefenster von Sat1, Pro7 und Kabel 1 sowie zahlreiche Kinos in Österreich. Letztere gehört zur RMB, einer Tochtergesellschaft der belgischen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt. Dem ORF könnte dadurch in Zukunft auch der Zugang zu bestimmten international verwalteten Etats erschwert werden. Ebenfalls nicht bewertet sind Potenziale einer künftig allenfalls ausgebauten Vermarktung von Rundfunkwerbung in Osteuropa durch die ORF-Enterprise.

-4-

**§§ 13 Abs. 8 und 17 Abs. 6:
Medienwerbung**

110 - 150 Mio p.a.

Der ORF verliert mit der Beschränkung der Werbung für periodische Druckwerke auf 2 Minuten pro Woche 80% seiner derzeitigen Umsätze in diesem Kundensegment. Da Patronanzen auch in das Limit von 2 Minuten einzurechnen sind, verliert der ORF nicht nur Umsätze aus klassischer Werbung, sondern auch Sponsoring Erlöse. Im Jahr 2000 hat der ORF insgesamt rund 160 Mio. Schilling eingenommen.

§ 14 Abs. 5:

Sonderwerbformen

Gewinnspiele	100 - 100 Mio p.a.
Product Placement (Sport, Kultur, regional, Show)	50 - 100 Mio p.a.
Kinderprogramm	10 - 15 Mio p.a.

Product Placement ist künftig im wesentlichen nur mehr in Filmen und Serien möglich. Das Sport-, Kultursponsoring, das Sponsoring großer Shows und Events, eigenproduzierter Kindersendungen und regionaler Sendungen entfällt. Ferner ist fraglich, ob weiterhin Gewinnspiele durchgeführt werden können, die vor allem der Zuseherbindung dienen. Bisher wurden dem ORF dafür die Preise von Unternehmen oder Verbänden zur Verfügung gestellt. Nunmehr müsste der ORF die Preise selbst käuflich erwerben.

§ 14 Abs. 8:

Unterbrecherwerbung

50 - 200 Mio p.a.

Der ORF setzt nur in wenigen Formaten Unterbrecherwerbung ein, und zwar nur dann, wenn diese redaktionell verträglich und vom Publikum akzeptiert ist (z.B. wenn Unterbrechungen vom Produzenten bereits dramaturgisch vorgesehen sind). Die Unterbrecherwerbung ist für die Werbewirtschaft besonders interessant, weil hier mehr Personen erreicht werden können als in Werbeblöcken vor bzw. nach der Sendung, und zwar um bis zu 20%. Das bedeutet aber auch, dass dafür entsprechend höhere Preise verlangt werden können. Mit zunehmender Reichweite werden sogar überproportional höhere Preise erzielt. Die Bandbreite ergibt sich aus der Einschätzung der Zahl der Sendungen, die bei Anwendung des ORF-Vorschlages zu diesem Passus genutzt werden könnte.

§ 17 Abs. 2:

Reminder

20 - 20 Mio p.a.

Reminder wurden bisher zwischen Sendungsteilen ausgestrahlt. Der ORF erhielt dafür einen Finanzierungsbeitrag für die Eigen- oder Auftragsproduktion, der nunmehr wegfällt. Zu berücksichtigen wäre natürlich auch, dass bestimmte Sponsorkonzepte für die Werbewirtschaft ohne Reminder uninteressant sind und der ORF daher überhaupt keinen Sponsor für einzelne bisher gesponserte Programme mehr findet. In die Berechnungen ist dies allerdings nicht einfließen.

-5-

§ 17 Abs. 5:**Einrechnung von Patronanzhinweisen in die
Werbezeit****100 - 150 Mio p.a.**

Da Patronanzhinweise nunmehr in die Werbezeit einzurechnen sind, der ORF aber dieses Werbezeitenlimit in den letzten Jahren immer voll ausgeschöpft hat, bedeutet dies, dass der ORF nunmehr auf Spots oder Patronanzhinweise und die dadurch erwirtschafteten Erträge verzichten muss. Regionales Sponsoring würde unwirtschaftlich werden.

§ 31 Abs. 6:**Veröffentlichung der Werbetarife****Kosten unbestimmt**

Mit der verpflichtenden Veröffentlichung individueller Kundenvereinbarungen besteht die Gefahr, dass jene Kunden, die die Veröffentlichung der Geschäftsgeheimnisse nicht akzeptieren wollen, zu anderen Werbeträgern abwandern. Auch wird der Verhandlungsspielraum und die Flexibilität des ORF stark eingeschränkt. Die finanziellen Folgen sind beträchtlich, können aber derzeit noch nicht seriös beziffert werden, da auch hierfür weltweit keine vergleichbare Regelung bekannt ist.

Summe Ertragsminderungen bzw. Mehrkosten**1.140 - 1.955 Mio p.a.**