



## **STELLUNGNAHME**

### **der ATV Privat TV GmbH & Co KG**

Zum Entwurf des Bundesgesetzes, mit dem das Privatfernsehgesetz und das Privatradiogesetz geändert werden, erstattet die ATV Privat TV GmbH & Co KG folgende

#### **STELLUNGNAHME:**

Die ATV Privat TV GmbH & Co KG (in der Folge „ATV“) erachtet die vorgeschlagene Änderung des Privatfernsehgesetzes als insgesamt zweckmäßig und den praktischen Erfordernissen der privaten Rundfunkveranstalter entsprechend, da damit im Ergebnis eine Lockerung der Werbeschränkungen herbeigeführt wird. Die gegenständliche Stellungnahme beschränkt sich auf die Neuerungen im PrTV-G; die vorgeschlagenen Änderungen des PrR-G werden darin nicht kommentiert.

Dazu im Einzelnen:

#### **Zu § 36 PrTV-G**

Die in dieser Bestimmung vorgesehene – mit Art 10 Abs 2 der Richtlinie 2007/65/EG (in der Folge „AMS-Richtlinie“) gleich lautende – Einschränkung des Gebotes der blockweisen Ausstrahlung von Fernsehwerbung und Teleshopping dahin, dass nunmehr bei der Übertragung von Sportveranstaltungen auch die regelmäßige Ausstrahlung bloß einzelner Werbespots zulässig sein soll, wird von ATV begrüßt. Nach der Ansicht von ATV könnte allerdings der erste Satz der Bestimmung „Fernsehwerbung und Teleshopping sind grundsätzlich in Blöcken auszustrahlen“ entfallen, da auch in der AMS-Richtlinie nicht von „Blöcken“ die Rede ist.

Ebenso bedeutet der Wegfall des ursprünglichen § 36 Abs 2 PrTV-G, wonach Fernsehwerbung und Teleshopping bei bestimmten, aus eigenständigen Teilen bestehenden Sendungen nur



zwischen die eigenständigen Teile oder in die Pausen eingefügt werden darf, eine Erleichterung für Privatfernseh-Veranstalter.

ATV begrüßt auch die Lockerung des „Unterbrechungsschutzes“ gemäß § 36 Abs 3 des Entwurfs, wonach nunmehr Kinospielefilme, Fernsehfilme und Nachrichtensendungen alle 30 Minuten unterbrochen werden können. Allerdings ist schwer nachvollziehbar, warum angesichts des Zieles der Liberalisierung zwar „Serien“, „Reihen“ und „Dokumentarfilme“ (weiterhin) vom besonderen Schutz ausdrücklich ausgenommen sind, dies hingegen für „leichte Unterhaltungssendungen“ nicht mehr (wie bisher) gelten soll.

#### **Zu § 44 PrTV-G**

Mit der Aufhebung der täglichen Beschränkung der Dauer von Werbe- bzw. Teleshopping Spots und dem Entfall der täglichen Höchstdauer für die Teleshopping-Fenster sowie der Höchstzulässigkeit von acht Fenstern pro Tag in § 44 des Entwurfs wurde dem Wunsch von ATV nach Aufhebung der Beschränkungen zumindest teilweise entsprochen. Nach der AMS-Richtlinie wäre allerdings auch ein Entfall der Regelung in § 44 Abs 4 des Entwurfs möglich, wonach Teleshopping-Fenster eine Dauer von mindestens 15 Minuten ohne Unterbrechung haben müssen.

Die Regelung in § 44 Abs 3 Z 4 des Entwurfs, wonach die Dauer ungestalteter An- und Absagen von Patronanzsendungen nicht in die Werbezeit einzurechnen ist, entspricht ebenfalls den Erfordernissen von ATV. Allerdings enthält § 44 Abs 3 keine Aussage zu product placement, das ebenfalls nicht in die stündliche Werbedauer eingerechnet werden sollte.

#### **Zu § 45 PrTV-G**

Dass die Bestimmungen zur Unterbrechung von Sendungen auf Teleshopping- und Eigenwerbeprogramme und Programme, die ausschließlich Werbung ausstrahlen nicht anwendbar sein sollen, ist nunmehr gemäß dieser Bestimmung klargestellt.

#### **§ 46 Abs 2 Z 2 PrTV-G**



Der vorgeschlagene § 46 Abs 2 Z 2 PrTV-G bringt eine Verbesserung für Privatfernsehveranstalter, da nunmehr Patronanzsendungen neben den bisher bestehenden Möglichkeiten auch durch ein „anderes Symbol“ des Auftraggebers gekennzeichnet werden können.

### **Zukünftiger Regelungsbedarf:**

- Auch Personen, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen, sollen in Werbung und Teleshopping auftreten dürfen (Entfall des § 35 Abs 1 S 1 PrTV-G). Dies allerdings vorbehaltlich der (derzeit noch) gegenteiligen Auffassung des Europarates.
- Art 10 der AMS-Richtlinie sieht – neben der bereits bisher im PrTV-G normierten Werbetrennung durch optische und akustische – auch eine Trennung durch „räumliche“ Mittel vor. Diese wurde im Entwurf zur Änderung des PrTV-G nicht umgesetzt. Die zusätzliche Aufnahme einer Trennung durch räumliche Mittel könnte jedoch eine gesetzliche Klarstellung in § 38 PrTV-G hinsichtlich der in der behördlichen Entscheidungspraxis bereits anerkannten Zulässigkeit der sogenannten „Split-Screen“-Technik bewirken.

ATV Privat TV GmbH & Co KG