

Abänderungsantrag

der Abgeordneten Mag. Stefan, Ing. Hofer
und weiterer Abgeordneter

zum Bericht des Verfassungsausschusses über die Regierungsvorlage (19 d.B.):
Bundesgesetz, mit dem das Privatfernsehgesetz und das Privatradiogesetz geändert
werden (40 d.B.):

Der Nationalrat wolle in zweiter Lesung beschließen:

Der eingangs bezeichnete Gesetzesantrag wird wie folgt geändert:

Artikel 1 Z1 § 36 Absatz 3 lautet wie folgt:

„§ 36 (3) Übertragungen von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und Teleshopping unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 45 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 45 Minuten beträgt. Die Unterbrechung darf allerdings frühestens nach 30 Minuten erfolgen.“

Artikel 2 Z3 § 19 Absatz 6 lautet wie folgt:

„§ 19 (6) die Übertragung von Gottesdiensten und Sendungen religiösen Inhalts darf nicht durch Werbung unterbrochen werden. Nachrichtensendungen dürfen für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal für Werbung unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 45 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Spielplan mehr als 45 Minuten beträgt. Die Unterbrechung darf allerdings frühestens nach 30 Minuten erfolgen.“

Begründung

Die erweiterte Einnahmemöglichkeit des Privatfernsehens und Privatradios durch Werbung ist zu begrüßen, da keine regelmäßige Einnahme durch Gebühren für sie vorgesehen ist. Dennoch sollte der Schutz der Kinder, die durch Werbungen stark beeinflusst werden, Vorrang haben.

In der alten Regelung des Privatfernsehgesetzes und des Privatradiogesetzes war eine Werbeunterbrechung erst nach 45 Minuten möglich. Die neue Regelung sieht jedoch schon eine Werbeunterbrechung bei Kindersendungen, die länger als 30 Minuten dauern, vor.

Dänemark und Schweden haben Werbeverbote bei Kindern unter 12 Jahre. Auch in Großbritannien und Belgien gibt es einen höheren Schutz für Kinder bezüglich TV-Werbungen zwischen oder während Kindersendungen.

Die strengeren Kinderschutzregelungen von Dänemark, Schweden, Großbritannien und Belgien sollten als Vorbild genommen werden. Demzufolge sollte die alte Regelung, dass Kindersendungen, die einen programmierten Zeitraum von 45 Minuten haben, durch Werbung oder Teleshopping nur einmal unterbrochen werden dürfen, wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Spielplan mehr als 45 Minuten beträgt, daher eher verschärft werden.

1. Nov. 1971

Kurt Weingartner

Stk

Stk

Stk