



Bundeskanzleramt
Verfassungsdienst
Ballhausplatz 2
1014 Wien



BUNDESARBEITSKAMMER

PRINZ EUGEN STRASSE 20-22
1040 WIEN
T 01 501 65-0

DVR NR. 1048384

Ihr Zeichen	Unser Zeichen	Bearbeiter/in	Tel	Fax	Datum
BKA-	WP-GSt-Gr-Zi/Lm	Mathias Grandosek	DW 2389	DW 42389	4.1.2010
601.132/0001-		Daniela Zimmer	DW 2722	DW 42722	
V/4/2009					

Bundesgesetz, mit dem das Bundes-Verfassungsgesetz, das KommAustria-Gesetz, das Telekommunikationsgesetz 2003, das Verwertungsgesellschaften-gesetz 2006, das ORF-Gesetz, das Privatfernsehgesetz, das Privatradiogesetz und das Fernseh-Exklusivrechtegesetz geändert werden

Die Bundesarbeitskammer (BAK) bedankt sich für die Übermittlung des oben angeführten Entwurfs und nimmt wie folgt Stellung:

Die Entwicklung im TV-Sektor darf nicht allein unter kommerziellen Gesichtspunkten beurteilt werden. Fernsehen hat unzweifelhaft auch hohe Erwartungen als Kultur-, Informations- und Bildungsträger zu erfüllen. Fernsehen hat einen besonders hohen Stellenwert in der Freizeitgestaltung und trägt wesentlich zur öffentlichen Meinungsbildung bei. Eine Befassung mit gesellschafts- wie verbraucherpolitischen Zielen sollte ebenfalls im Fokus der gesetzlichen Regelungen stehen.

Die vorliegende Novelle hat zum Ziel, einerseits die Regulierung von Medien auf eine unabhängige Basis zu stellen und andererseits den aufgrund der Neufassung der Fernsehrichtlinie erforderlichen Anpassungsbedarf in die Gesetzesmaterie einzuarbeiten.

Zu den einzelnen Gesetzesentwürfen:

Zum KommAustria Gesetz

Die derzeitige Regulierung des Rundfunkbereichs wird umgestaltet und einer weisungsfreien Behörde nach Vorbild von unabhängigen Verwaltungssenaten übertragen.

Wir anerkennen grundsätzlich die Schaffung von unabhängigen Kontroll- und Regulierungsgremien, möchten aber betonen, dass angesichts der Veränderungen im gesamten Medienbereich, bei der die zunehmende Ökonomisierung aller Medien eines der wichtigsten Kennzeichen ist, aus unserer Sicht ein Rechts- und Regulierungsrahmen unabdingbar ist, der vor allem NutzerInneninteressen und die Erfordernisse demokratischer Prozesse in den Vordergrund stellt.

Ein rein wettbewerbsorientierter Regulierungsansatz würde hier zu kurz greifen.

Zu den Bestimmungen des KommAustria-Gesetzes im Einzelnen:

Zu § 17: Aufgaben der RTR-GmbH

Die Aufgabe der RTR, die Digitalisierung des Rundfunks in Österreich unterstützend voranzutreiben, sollte zumindest relativiert werden. Die Digitalisierung des Fernsehens ist abgeschlossen und hat in erster Linie den Zugang zum österreichischen Werbemarkt für ausländische Anbieter weiter erleichtert.

Die potentiellen Vorteile aus der digitalen Dividende sind allerdings noch nicht absehbar, zumal die Verteilung der frei werdenden Frequenzen zwischen Rundfunkveranstaltern und Mobilfunkunternehmen, zum Zwecke des dringend erforderlichen Ausbaus einer leistungsfähigen Infrastruktur für Breitbanddienste, noch nicht entschieden ist. Eine baldige Lösung dieser Frage wäre wünschenswert.

Die Pläne für ein digitales Radio lassen sich in Westeuropa bisher flächendeckend nicht durchsetzen, weil ein konkreter Nutzen für die HörerInnen nicht erkennbar ist. Das gilt auch für Österreich. Weitere Aktivitäten der RTR zur Realisierung von DAB in Österreich sollten daher auf jeden Fall unter dem Vorbehalt der Kostenneutralität für die HörerInnen und eines nachgewiesenen zusätzlichen brauchbaren Nutzens für diese gestellt werden.

Zu § 22: Verwendung der Mittel

Die zu § 17 angestellten Überlegungen gelten auch voll und ganz für die in diesem Paragraphen aufgelisteten Mittelverwendungszwecke.

Das Scheitern des so genannten Handy-TV, also des mobilen terrestrischen digitalen Fernsehens, hat deutlich gezeigt, dass die Entwicklung kommerzieller Anwendungen in vielen Fällen an den Bedürfnissen der Konsumenten völlig vorbeigehen, mit deren Fernsehbeiträgen bzw. Steuern aber diese privatwirtschaftlichen Experimente finanziert werden. Der Vorbehalt brauch

baren Nutzens und die Ablehnung von rein industriegetriebenen Veränderungen in der Sende- und Gerätetechnik, soweit dafür öffentliche Mittel aufgewendet werden, sollte auch bei diesem Paragraphen angemerkt werden.

Zum ORF Gesetz

Vermeidung bürokratischer Verfahren

Die Bundesarbeitskammer verkennt nicht, dass die Umgestaltung der Regulierung und die Anforderungen durch die Europäische Union eine Formalisierung bestimmter Abläufe notwendig machen. Wir geben aber zu bedenken, dass eine überbordende Bürokratisierung bestimmter Prozesse notwendige Ressourcen bindet und den Verwaltungsaufwand erheblich erhöht.

Eine Überarbeitung und Verschlankung der im Entwurf vorgeschlagenen Prozesse, etwa bei der Qualitätssicherung oder bei der Auftragsvorprüfung, wäre daher notwendig, um möglichst effizient die Ziele des Gesetzes zu erreichen und trotzdem den bürokratischen Aufwand hintanzuhalten.

Die knappen Ressourcen sollten vor allem im Sinne der Konsumentinnen, also für die qualitative Gestaltung von Programmen, genutzt werden.

Die vorgesehenen Prüf- und Kontrollvorschriften sind daher (innerhalb des vorgegebenen EU-Rahmens) auf das notwendigste Maß zu reduzieren.

Zu einzelnen Bestimmungen im Detail

Zu § 3 Versorgungsauftrag

Die Erweiterung des Versorgungsauftrags wird ausdrücklich begrüßt, da hierbei die plattformunabhängige Weiterentwicklung der öffentlichrechtlichen Angebote des ORF und deren Anpassung an Nutzerbedürfnisse ermöglicht wird.

Zu § 4 e

Es ist zu begrüßen, dass der ORF zur Erfüllung seines öffentlich-rechtlichen Kernauftrags auch ein Online-Angebot anbieten muss. Umso mehr verwundert es, dass es gleichzeitig so weit reichende gesetzliche Einschränkungen geben soll.

Insbesondere die Einschränkung der umfassenden lokalen Berichterstattung und das Verbot ein Nachrichtenarchiv zur Verfügung zu stellen, sind überschießende Regelungen, die auch über EU-Vorgaben hinausgehen.

Eine wettbewerbsverzerrende Wirkung dieser Angebote des ORF hinsichtlich des Angebots von (lokalen) Printmedien ist nicht zu erwarten, da sich diese deutlich voneinander unterscheiden und nicht als Substitute gesehen werden können. Vor allem das Verbot „umfassender Lokalberichterstattung“ würde heißen, dass nur „lückenhafte“ Lokalberichterstattung zulässig ist, was ganz eindeutig dem Versorgungsauftrag des ORF widerspricht.

Auch das Verbot ein Nachrichtenarchiv zur Verfügung zu stellen ist nicht sachgerecht. Selbst wenn beide Regelungen in den Erläuterungen wieder relativiert werden, ist der eigentliche Gesetzestext sehr streng gefasst und würde im Extremfall eine deutliche Einschränkung der bisherigen Online Angebote bedeuten. Wir sprechen uns deshalb dafür aus, diese Regelungen zu streichen.

Zu § 4 f

Der § 4 f enthält eine lange Liste mit Online-Angeboten, die im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags nicht zur Verfügung gestellt werden dürfen. Auch hierbei erscheint die Regelung überschießend. Beispielsweise ist ein Verbot von Berechnungsprogrammen (Preisrechner) nicht einzusehen. Gerade als öffentlich-rechtliche Institution sollte der ORF zur Aufklärung und objektiver Information von KonsumentInnen beitragen und damit helfen, Transparenz zu schaffen. Die Aufzählung des § 4 f sollte daher nochmals überarbeitet und auf das Notwendigste reduziert werden.

Zu § 5: Weitere besondere Aufträge

Die Bestimmungen dieses Paragraphen zielen offensichtlich darauf ab, die Finanzierung des Volksgruppensenders Radio DWA in Kärnten rechtlich abzusichern. Damit werden den RundfunkteilnehmerInnen die Kosten für die Erfüllung der Vorschriften des Paragraphen 7 des Staatsvertrages endgültig aufgebürdet. Das ist nicht vertretbar. Die Kosten für Sendungen dieser Art hat die Republik direkt zu tragen und nicht der ORF und damit in der Folge die RundfunkteilnehmerInnen in Österreich. Die dem ORF dafür anfallenden Kosten sind ihm von der Republik zu ersetzen.

Zu § 6 b (3)

Im Absatz 3 Ziffer 2 wird festgelegt, dass die Regulierungsbehörde existierende, mit dem geplanten Angebot vergleichbare Angebote anderer auf dem österreichischen Medienmarkt tätiger Medienunternehmen zu berücksichtigen hat. In der Praxis heißt das, dass in erster Linie die Online-Angebote ausländischer, zumeist von Finanzinvestoren beherrschter, Medienkonglomerate geschützt werden. Im Absatz 3 sollte der Punkt 2. ersatzlos gestrichen werden. Alle anderen Punkte in diesem Absatz garantieren, dass der ORF seinem Grundauftrag bei diesem neuen Angebot folgt.

Zu § 6 c

Es ist nicht verständlich, warum der vorgesehene Beirat faktisch ausschließlich mit Universitätsangehörigen besetzt wird. Es müsste auch möglich sein, dass erfahrene Praktiker aus dem Medienwesen, besonders Personen die über Internet-Erfahrung verfügen, dem Beirat angehören können. Eine wissenschaftliche Tätigkeit ist dazu nicht unbedingt erforderlich. Vielleicht könnte die Forderung nach publizistischen Aktivitäten den Bereich der verlangten Qualifikationen erweitern.

Zu § 9 b

Auch im Bereich kommerzieller Online-Angebote des ORF haben die NutzerInnen ein berechtigtes Interesse daran, zu erfahren, wer hinter dem Angebot steckt. Die Bestimmung, dass ein solches Angebot keinesfalls mit den Marken „ORF“, „österreichischer Rundfunk“ oder ähnlichem gekennzeichnet werden darf, erscheint deshalb ebenfalls überschießend.

Werbung

allgemeine Bemerkungen

Mit den derzeitigen Werbevorschriften ist ein ausgewogener Ausgleich zwischen den Interessen des Fernsehveranstalters sich über Werbeeinnahmen zu finanzieren und jenen der VerbraucherInnen (vor aggressiven Werbepraktiken, ausufernden Werbezeiten usw. geschützt zu sein) gelungen. Sie sollten daher weitgehend unverändert beibehalten werden. Dabei ist auch darauf zu achten, dass Werbebeschränkungen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und private Rundfunkveranstalter weitgehend in gleicher Weise treffen.

Zu Produktplatzierungen:

Der Zugang zu hochwertigen und (von Einflussnahme) unabhängigen Programmangeboten bleibt im Entwurf insoweit nur vordergründig eine Maxime, als mit der Ausweitung der Zulässigkeit von Product Placement ein zentraler Mediengrundsatz - das Trennungsprinzip - aufgeweicht wird. Denn bloße Produktplatzierungshinweise am Beginn oder Ende einer Sendung stellen aus unserer Sicht keinen gleichwertigen Ersatz für eine strikte Trennung von kommerzieller Kommunikation und redaktionellen Beiträgen dar. Insoweit setzt der vorliegende Entwurf das bisherige Schutzniveau herab. Eine rechtliche Notwendigkeit dazu besteht nicht, da die EU-Mediendiensterichtlinie in diesem Punkt die Option, aber keine Pflicht zur Umsetzung enthält.

- Die Unabhängigkeit der Medien wird geschwächt: Der Trennungsgrundsatz unterstützt Programmveranstalter darin, ihre Unabhängigkeit zu wahren. Wenn derzeit Sponsoren und Werbewirtschaft die Programmgestaltung meist „nur“ indirekt beeinflussen (in dem etwa Veranstalter mit Rücksicht auf ihre Werbekunden passende Inhalte produzieren), so wäre künftig eine direkte Einflussnahme auf Veranstalter schwerer abwehrbar.
- Kein „Werbetainment“; Grenzen zwischen Werbung (für die zeitliche Beschränkungen gelten) und Programmschöpfung sind wichtig: Den KonsumentInnen sollte daher die Freiheit zu kommen, ohne Einschränkung entscheiden zu können, in welchem Umfang sie Werbung sehen möchten oder auch nicht. Werbung darf daher nicht mit dem eigentlichen Programm derart verbunden sein, dass die KonsumentInnen sich dem Werbekonsum nur mehr unter gänzlichen Verzicht auf den Programminhalt entziehen können.

- Ist Product Placement grundsätzlich gestattet, ist die Grenze zur Schleichwerbung nur mehr ein fließender Übergang und die Rechtsverfolgung erschwert:
Eine Kennzeichnung von Product Placement am Sendebeginn ist kein taugliches Kriterium um Product Placement von Schleichwerbung zu unterscheiden. Zappen zwischen Kanälen gehört zu den weitverbreiteten Sehergewohnheiten. Die ZuseherInnen laufen daher permanent Gefahr, im Rahmen von Sendungen unbemerkt Werbung konsumieren zu müssen.
- Der strikte Trennungsgrundsatz ist gerade mit Blick auf die digitale TV-Zukunft essentiell: KonsumentInnen müssen zwischen redaktionellen Programminhalten und kommerziellen Inhalten ganz leicht unterscheiden können. So würde beispielsweise ein in diverse Segmente zerfallender Bildaufbau (wie dies etwa bereits bei Internetportalen häufig der Fall ist) dem Erfordernis nach eindeutiger Trennung zwischen Werbung und Redaktionsinhalten häufig nicht genügen.

Wünschenswert wäre zudem eine Neudefinition von Schleichwerbung.

Die bisherige Definition hat sich in der behördlichen Praxis nur bedingt bewährt. Der Nachweis eines Vorsatzes („absichtlich zu Werbezwecken“), etwa durch den Beleg der Entgeltlichkeit, gelingt nur selten. Vor diesem Hintergrund wäre es wünschenswert, vorrangig auf die Irreführungseignung bei den DurchschnittszuseherInnen abzustellen.

Zu Unterbrecherwerbung:

Eine Lockerung der Schranken für Werbeunterbrechungen setzt sich über die selten so eindeutigen Wünsche der Zuseher hinweg. Unterbrecherwerbung stört die Konzentration, beeinträchtigt die Aufnahme des Inhalts der Sendung und wird zu Recht als unliebsamer Störfaktor empfunden. Eine Lockerung dürfte vermutlich insgesamt die Qualität des Sendeangebots (weiter) senken, weil sie triviale Programminhalte, die sich jederzeit ohne Sinnstörung unterbrechen lassen, fördert. Eine Reduktion der Unterbrecher-Zeiträume von 45 auf 30 Minuten entspricht der Mediendiensterichtlinie, die aber zugleich vorsieht, dass strengere Regeln gegenüber niedergelassenen Anbietern möglich sind. Die vorgesehene Unterbrechungsmöglichkeit von Nachrichtensendungen wird aus VerbraucherInnensicht gänzlich abgelehnt.

Außerdem wünschenswert wäre eine Einrechnung neuer Werbetechniken (Split Screen u.ä.) in die zeitlichen Werbebeschränkungen und Anforderungen an besonders aufdringliche Werbeformen (Split Screen; interaktive Werbung)

Zu § 13 (7)

In § 13 Absatz 7 wird begrüßt, dass der ORF für kommerzielle Kommunikation für im Weitesten Sinn „ungesunde“ Lebensmittel (zu süß, salzig, fett), die bei und in Kindersendungen vorkom

men, zumindest Richtlinien zu erlassen hat. Ein gesetzliches Werbeverbot für Kinderlebensmittel, die wissenschaftlich als ungesund eingestuft werden, in Bezug auf Kindersendungen wäre aus unserer Sicht allerdings angemessener. Außerdem sollte speziell an Kinder und Jugendliche gerichtete Werbung keine gesundheitsbezogenen Angaben enthalten dürfen.

Zu §14 (4)

Die Beschränkung der Hörfunk-Werbung auf regionaler Ebene für den ORF auf fünf Minuten pro Tag sollte überdacht werden. Bei der wichtigen kulturpolitischen Rolle, die die Landesstudios des ORF erfüllen und den extrem hohen Aufwendungen für die Landesstudios, wäre ein höherer Eigenfinanzierungsanteil höchst wünschenswert.

Ein Verdrängungswettbewerb im Werbemarkt mit regionalen Printmedien ist aller Erfahrung nach ausgeschlossen und mit regionalen kommerziellen Radioanbietern deswegen kaum gegeben, weil die ORF-Radios meist eine andere Zielgruppe bedienen und es relativ wenige Überschneidungen gibt.

Zu § 14 (7)

Das Verbot der Überkreuzwerbung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen im öffentlichen Rundfunk sollte jedenfalls überdacht werden. Es ist zum Nachteil des Publikums, dass so schlechter über die Programme informiert wird als es sein könnte und ausschließlich zum Schutz kommerzieller Interessen von privaten Anbietern gedacht.

Zu § 18 (1)

Auf die Veranstaltung von Teletext und die Bereitstellung von Online-Angeboten sollen die Regelungen des ORF-Gesetzes uneingeschränkt Anwendung finden. Auch wenn die zusätzlichen Angebote des ORF natürlich den gleichen Grundsätzen unterliegen sollen, geben wir dennoch zu Bedenken, dass dies in manchen Fällen nicht ohne weiteres möglich ist. Zum Beispiel sind die Werbeverbote am Karfreitag bzw. 24. Dezember im Rundfunkprogramm sinnvoll, bei Online-Angeboten kaum umsetzbar und daher sollte die Machbarkeit der einzelnen Bestimmungen nochmals überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

Die Deckelung der Einnahmen aus kommerzieller Kommunikation bei Online-Angeboten auf 2% der Einnahmen aus dem Programmengeld des Vorjahres ist hingegen völlig verfehlt.

Es ist nicht einzusehen, warum potentielle Einnahmen aus einem immer wichtiger werdenden Segment in dieser Weise beschränkt werden sollten und damit dem ORF jede Möglichkeit genommen wird, auf die zukünftige Entwicklung des NutzerInnenverhaltens und den damit zusammenhängenden Veränderungen bei kommerzieller Kommunikation zu reagieren.

Diese Bestimmung ist daher in keinsten Weise sachgerecht, strikt abzulehnen und deshalb ersatzlos zu streichen.

Gleichstellung von Frauen und Männern

Wir möchten zunächst anmerken, dass die sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern ein wesentlicher Teil der Bewusstmachung von Gleichstellungsfragen ist und eine Anwendung dieser in öffentlichen Dokumenten im Allgemeinen und in Gesetzen im Besonderen unverzichtbar ist.

Aus gesellschaftspolitischer Sicht sind in Bezug auf den ORF drei Ziele wesentlich:

1. Ausgewogene Vertretung von Frauen und Männern in allen Gremien des ORF
2. Inhaltliche Berücksichtigung von Frauenangelegenheiten und Gleichstellungsfragen
3. Effektive Maßnahmen zur umfassenden Gleichstellung von Frauen und Männern innerhalb des ORF und der Unternehmen, an denen der ORF maßgeblich beteiligt ist.

Um diesen Zielsetzungen zu entsprechen, halten wir folgende Änderungen zum vorliegenden Ministerialentwurf zur Novelle des ORF-Gesetzes für erforderlich:

Zu § 20 Absatz 1 nach Ziffer 5 (Stiftungsrat)

Kenntnisse im Bereich Gleichstellungs- und Antidiskriminierungsrecht, Menschenrechte, Frauen- und Geschlechterforschung sind unerlässlich, um die Auswirkungen von Entscheidungen des Stiftungsrats innerhalb seiner im ORF-G definierten Aufgabenbereiche auf (bestimmte Gruppen von) Frauen und Männern beurteilen zu können. Entscheidungen des Stiftungsrats sollten jedenfalls Gleichstellung, Antidiskriminierung und Menschenrechte fördern. Deswegen sollte bei der Bestellung von Mitgliedern das Kriterium „*Kenntnisse des Gleichstellungs- und Antidiskriminierungsrechts, sowie fachliche Expertise im Bereich Frauen- und Geschlechterforschung*“ aufgenommen werden.

Zu § 28 Absatz 4 (Publikumsrat)

Der ORF hat eine wesentliche Rolle hinsichtlich der Darstellung von Frauen in den Medien und kann dazu beitragen, überkommene Rollenbilder aufzubrechen sowie einen Bewusstseinswandel zu bewirken. In Bezug auf die Zusammensetzung des Publikumsrats müssen daher Frauenangelegenheiten explizit vertreten sein. Es ist nicht einzusehen, warum sehr spezifische Gruppen, wie beispielsweise die KraftfahrerInnen speziell Erwähnung finden, Frauen- und Gleichstellungsfragen jedoch nicht konkret berücksichtigt werden. Daher soll § 28 Absatz 4 künftig wie folgt lauten:

(4) Der Bundeskanzler hat für die weiteren Mitglieder Vorschläge von Einrichtungen bzw. Organisationen, die für die nachstehenden Bereiche bzw. Gruppen repräsentativ sind, einzuholen: *Frauen- und Gleichstellungsangelegenheiten*, die Hochschulen, die Bildung, die Kunst, der Sport, die Jugend, *die Schülerinnen und Schüler*, die älteren Menschen, die behinderten Menschen, die Eltern bzw. Familien, die Volksgruppen, die Touristik, *Kraftfahrerinnen und Kraftfahrer*, die Konsumentinnen und Konsumenten und der Umweltschutz.

Zu 5 a: Abschnitt Gleichstellung von Frauen und Männern

Wir begrüßen, dass die bislang auf Basis einer Dienstanweisung bestehende Gleichbehandlungskommission und die Gleichstellungsbeauftragte nunmehr gesetzlich abgesichert werden.

Zu § 30 a: Frauenförderungsgebot

Der Abschnitt 5 a bezieht sich ausschließlich auf die Stiftung „Österreichischer Rundfunk“. Jedoch sollte Gleichstellung auch in jenen Unternehmen verwirklicht werden, an denen der ORF beteiligt ist. Die BAK schlägt daher vor, den § 30 a (1) dahingehend abzuändern, dass nicht nur die VertreterInnen der Stiftung „Österreichischer Rundfunk“, sondern auch all jene Unternehmen, an denen der ORF mit mindestens 25% beteiligt ist, verpflichtet werden, auf eine Beseitigung einer bestehenden Unterrepräsentanz von Frauen hinzuwirken.

Im Absatz 2 bedarf es einer Klarstellung, dass von der „Gesamtzahl der Beschäftigten“ auch nicht direkt angestellte Personen (freie DienstnehmerInnen, Leiharbeitskräfte) umfasst sind.

Zu § 30 b: Frauenförderungsplan

Um der Arbeitsgruppe für Gleichbehandlungsfragen mehr Gewicht zu verleihen, soll der Frauenförderungsplan (Gleichstellungsplan) nicht nur nach Anhörung derselben, sondern nach deren *Zustimmung* von der Generaldirektorin oder dem Generaldirektor erlassen werden.

Die Bezeichnung „*Gleichstellungsplan*“ würde dem tatsächlichen Inhalt besser entsprechen, eine Umbenennung wird empfohlen.

Zu § 30 g: Ausschreibung von Arbeitsplätzen und Funktionen

In § 30 g ist zwar die Ausschreibung von Arbeitsplätzen und Funktionen geregelt, für eine wirksame Gleichstellungspolitik braucht es jedoch auch transparente Entscheidungsprozesse. Der Absatz sollte daher um folgenden Satz ergänzt werden: „Der Entscheidungsprozess muss transparent und nachvollziehbar gestaltet sein und offen gelegten Kriterien folgen.“

Zu § 30 j: Gleichbehandlungskommission

Der Absatz 2 stellt hinsichtlich der „rechtskundigen Mitglieder“ ausschließlich auf das Formalkriterium des Studienabschlusses ab. Drei der insgesamt zehn Mitglieder müssen ein solches vorweisen. Wir sehen einerseits das Formalkriterium als zu eng an, andererseits ist nicht verständlich, warum für die anderen Mitglieder keinerlei Qualifikationserfordernis gelten soll. Eine ausreichende Sachkenntnis im Gleichbehandlungsrecht ist für die Tätigkeit in der Gleichbehandlungskommission unerlässlich.

Die Formulierung sollte umformuliert werden in „*Die Mitglieder (Ersatzmitglieder) müssen über die für die Aufgaben erforderlichen Kenntnisse und Kompetenzen im Gleichbehandlungsrecht verfügen.*“

Der Gleichbehandlungskommission sollten für die Erfüllung ihrer Aufgaben ein für sie reserviertes Budget zur Verfügung gestellt werden.

Zu § 30 l

Derzeit wird die/der Gleichstellungsbeauftragte durch die Gleichbehandlungskommission gewählt. Diese Regelung sollte anstatt der im Entwurf vorgesehenen Bestellung durch den/die GeneraldirektorIn beibehalten werden. Die Unterstützung des/der Gleichstellungsbeauftragten durch zwei StellvertreterInnen wird begrüßt. Für eine entsprechende Wahrnehmung der vielfältigen Aufgaben in dem großen Unternehmen sollte die/der Gleichstellungsbeauftragte in ihrem/seinem Tätigkeitsbereich weisungsfrei und zur Erfüllung der Aufgaben vom Dienst frei gestellt werden.

Zu § 30 k (4): Fristen

Die vorgesehenen Fristen für die Einbringung bei der Gleichbehandlungskommission sind angesichts der dafür notwendigen Vorbereitungsarbeiten mit sechs Monaten zu knapp bemessen und sollten auf ein Jahr verlängert werden.

Programmengelt**Zu § 31 (10a)**

Die Abgeltung des Programmengelts für die Jahre 2010 - 2013 durch den Bund ist nach Ziffer 2 an bestimmte Prämissen geknüpft, die taxativ aufgezählt werden, wie etwa den Fortbestand des Radio Symphonie Orchesters oder des Film-Förderabkommens. Zweifellos sind dies wichtige Aufgaben die hier erfüllt und deren Fortbestand gesichert werden sollte, wir geben allerdings zu Bedenken, dass es zahlreiche andere wichtige Punkte gibt, deren Fortbestand ebenfalls notwendig und sinnvoll ist, die hier nicht enthalten sind.

Die Verknüpfung der Abgeltung mit wenigen taxativ aufgezählten Aufgaben kommt einer Zweckwidmung dieser Gelder gleich, was kritisch zu sehen ist, und deshalb in dieser Form entfallen sollte.

Zu § 31 (10c)

Nach § 31 (10c) setzt der Ersatz des entfallenen Programmengeldes neben anderen Prämissen auch voraus, dass dem Stiftungsrat detaillierte Sparpläne zu den einzelnen Punkten „Personalkosten“, „Sachkosten“ und „Technologie-Optimierung“ zur Genehmigung vorgelegt werden.

Die Bundesarbeitskammer verkennt natürlich nicht die Notwendigkeit beim ORF, genauso wie in allen anderen modernen Unternehmen, kostenoptimierende Maßnahmen zu setzen.

Eine vorab gesetzlich fixierte Detailaufzählung von Einzelmaßnahmen ist jedoch kaum zielführend, zumal es dem ORF auf Jahre die Möglichkeit nimmt, den übertragenen Aufgaben durch selbstdefinierte und damit optimierte Strukturanpassungen gerecht zu werden. Vielmehr werden hier in einschränkender Weise einzelne Kostensenkungen verordnet, ohne gleichzeitig das Gesamtziel des öffentlich-rechtlichen Versorgungsauftrages im Auge zu behalten, was auf Dauer gesehen einem hochqualitativen Programmangebot entgegensteht.

Die notwendige, aber ohnehin vorgeschriebene wirtschaftliche Unternehmensführung sollte daher in Einzelpunkten der Unternehmensleitung und dem Stiftungsrat als Aufsichtsorgan vorbehalten bleiben. Die detaillierte Aufzählung des § 31 (10c) sollte daher entfallen.

Zu § 38 b

Die Regelung definiert die Möglichkeit einer Abschöpfung beim ORF, wenn durch gesetzeswidrige Werbemaßnahmen eine Bereicherung eingetreten ist.

Da Werberegulungen und -einschränkungen vor allem den Schutz von KonsumentInnen im Fokus haben, ist nicht ersichtlich, warum eine solche disziplinierende Maßnahme nur den öffentlich-rechtlichen Rundfunk betreffen sollte. Die Möglichkeit einer Abschöpfung der Bereiche

rung, insbesondere bei Verstößen gegen Werbebestimmungen, muss daher für alle Marktteilnehmer gleichermaßen gelten (analog zum § 111 Telekommunikationsgesetz) und sollte deshalb auch in das AMD-G und das PrivR-G übernommen werden.

Prüfungskommission

Zu § 40 (2)

Die Prüfungskommission (Wirtschaftsprüfer), die den Jahresabschluss und den Lagebericht zu erstellen hat, wurde bisher durch den Stiftungsrat bestellt und soll zukünftig von der Regulierungsbehörde bestimmt werden.

Damit hat der Stiftungsrat keine Möglichkeit mehr interne Prüfungen vorzunehmen, obwohl etwa die Beschlussfassung über Jahresabschlüsse zu den wichtigsten Aufgaben eines Kontrollgremiums zählen. Eine allfällig notwendige parallele Einsetzung einer zweiten Prüfungskommission durch den Stiftungsrat würde zu einer nicht gerechtfertigten Doppelgleisigkeit und zu einer massiven Verteuerung führen. Dies erscheint überschießend und nicht sachgerecht.

Zudem steigert eine solche Regelung auch nicht die Kompetenzen der Regulierungsbehörde als Kontrollorgan, da ohnehin umfassende Informationspflichten des ORF gegenüber der Regulierungsbehörde bestehen, diese Einsicht in alle Aufzeichnungen und Bücher nehmen darf und eigene Gutachter bestellen kann. Darüber hinaus unterliegt der ORF auch der Kontrolle des Rechnungshofes.

Die Regulierungsbehörde sollte sich bei Bedarf von Fall zu Fall dieser Möglichkeiten bedienen.

Eine zusätzliche Kompetenz zur Bestellung der Prüfungskommission ist nicht notwendig.

Diese sollte jedenfalls im Entscheidungsbereich des Stiftungsrates verbleiben.

Zudem sollte die zwingende Notwendigkeit der Einsetzung von mindestens zwei oder mehr Mitgliedern (Wirtschaftsprüfer bzw. Wirtschaftsprüfungsgesellschaften) überdacht werden. Selbst in größeren Konzernen reicht in der Regel die Beauftragung von nur einer Wirtschaftsprüfungskanzlei. Ein Mehrwert der gegenseitigen Kontrolle von mehreren Mitgliedern der Prüfungskommission ist kaum ersichtlich, da ohnehin, wie oben ausgeführt, auch der Rechnungshof und die Regulierungsbehörde Kontrollaufgaben haben und Einsicht nehmen können. Nicht zuletzt aus Kostengründen sollte die Prüfungskommission daher reduziert werden und die zwingende Bestellung von mindestens 2 Mitgliedern entfallen, wobei dann allerdings auf die regelmäßige Rotation der beauftragten Wirtschaftsprüfer zu achten ist.

Zu § 48

Laut § 48 steht dem ORF als Arbeitgeber und dem Zentralbetriebsrat als ArbeitnehmerInnenvertretung die Kollektivvertragsfähigkeit zu. Diese Bestimmung soll unverändert beibehalten werden.

Wir möchten dazu anmerken, dass diese Konstruktion in der österreichischen Systematik eine Ausnahme darstellt und nicht unbedenklich ist. Sozialpolitisch ist diese Sonderregelung jedenfalls verfehlt, weil sie ein Präjudiz für eine Entwicklung bilden könnte, die tragende Grundsätze des Arbeitsrechts, wie das Schutzprinzip und das Solidaritätsprinzip, unterlaufen würde.

Es sind daher einheitliche kollektivvertragliche Rahmenregelungen für sämtliche Medienbetriebe, einschließlich deren Tochterbetriebe anzustreben. Um einheitliche Regelungen auf Branchenebene zu schaffen und rechtliche Schwierigkeiten und Probleme zu vermeiden, sollte die Kollektivvertragsfähigkeit ausschließlich wieder auf den ÖGB übergehen.

Zum Bundesgesetz über Audiovisuelle Mediendienste

Mediendienstanbieter

Zu §10 (4)

Die Bestimmung beinhaltet strikte Eigentumsbedingungen für Kapital- bzw. Personengesellschaften und Genossenschaften als Mediendienstanbieter, die als solche mehrheitlich in österreichischen Besitz sein müssen. Auch hierbei wäre eine weniger strenge Regelung für reine Anbieter von „Mediendiensten auf Abruf“, wie dies auch für andere Adressaten vorgesehen ist, die von dem Anbieten von Mediendiensten im Absatz 3 ausgeschlossen sind, zu überlegen.

Besondere Anforderungen an Fernsehprogramme und -sendungen

Zu § 41: Programmgrundsätze

In den Absätzen 2 und 4 sollen der Begriff „soll“ durch „muss“ ersetzt werden. Im Absatz 5 soll im dritten Satz der Ausdruck „der nach den Umständen geboten“ durch „hoher“ ersetzt werden.

Zu § 49: „Programmgestaltende Mitarbeiter - Redaktionsstatut“

Es sind im Gesetz keine Sanktionen vorgesehen, wenn das im Gesetz verlangte Redaktionsstatut nicht eingeführt wird. Als Mindestsanktion wäre vorzusehen, dass Mediendienstanbieter, die in ihren Redaktionen kein Redaktionsstatut abgeschlossen haben, auf jeden Fall keine Förderung nach dem KommAustria-Gesetz erhalten können.

Mit freundlichen Grüßen



Herbert Tumpel
Präsident



Maria Kubitschek
iV des Direktors