

Textgegenüberstellung

Geltende Fassung

Privatradiogesetz

Antrag auf Zulassung

§ 5. (1) - (4) unverändert

(5) Der Antragsteller hat die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung bestehenden Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse zusammen mit dem Antrag sowie alle diesbezüglichen Änderungen *binnen 7 Tagen* ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Antragstellers im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Diese Verpflichtungen lassen andere gesetzliche Offenlegungspflichten unberührt.

Auswahlgrundsätze für analogen terrestrischen Hörfunk

§ 6. (1) Bewerben sich mehrere Antragsteller, die die gesetzlichen Voraussetzungen (§ 5 Abs. 2 und 3) erfüllen, um eine Zulassung, so hat die Regulierungsbehörde dem Antragsteller den Vorrang einzuräumen,

1. bei dem auf Grund der vorgelegten Unterlagen sowie der Ergebnisse des Verfahrens die Zielsetzungen dieses Gesetzes am besten gewährleistet erscheinen, insbesondere indem insgesamt eine bessere Gewähr für eine größere Meinungsvielfalt geboten wird sowie ein eigenständiges, auf die Interessen im Verbreitungsgebiet Bedacht nehmendes Programmangebot zu erwarten ist oder im Fall von Spartenprogrammen im Hinblick auf das bereits bestehende Gesamtangebot an nach diesem Bundesgesetz verbreiteten Programmen von dem geplanten Programm ein besonderer Beitrag zur Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet zu erwarten ist und
2. von dem zu erwarten ist, dass das Programm den größeren Umfang an eigengestalteten Beiträgen aufweist.

Vorgeschlagene Fassung

Privatradiogesetz

Antrag auf Zulassung

§ 5. (1) - (4) unverändert

(5) Der Antragsteller hat die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung bestehenden Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse zusammen mit dem Antrag sowie alle diesbezüglichen Änderungen *unverzüglich, spätestens aber 14 Tage* ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Antragstellers im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Diese Verpflichtungen lassen andere gesetzliche Offenlegungspflichten unberührt.

Auswahlgrundsätze für analogen terrestrischen Hörfunk

§ 6. (1) Bewerben sich mehrere Antragsteller, die die gesetzlichen Voraussetzungen (§ 5 Abs. 2 und 3) erfüllen, um eine Zulassung, so hat die Regulierungsbehörde dem Antragsteller den Vorrang einzuräumen,

1. bei dem auf Grund der vorgelegten Unterlagen sowie der Ergebnisse des Verfahrens die Zielsetzungen dieses Gesetzes am besten gewährleistet erscheinen, insbesondere indem insgesamt eine bessere Gewähr für eine größere Meinungsvielfalt geboten wird sowie ein eigenständiges, auf die Interessen im Verbreitungsgebiet Bedacht nehmendes Programmangebot zu erwarten ist oder im Fall von Spartenprogrammen im Hinblick auf das bereits bestehende Gesamtangebot an nach diesem Bundesgesetz verbreiteten Programmen von dem geplanten Programm ein besonderer Beitrag zur Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet zu erwarten ist und
2. von dem zu erwarten ist, dass das Programm den größeren Umfang an eigengestalteten Beiträgen aufweist.

Beabsichtigt ein Antragsteller, im technischen, organisatorischen oder administrativen Bereich der Hörfunkveranstaltung auf vertraglicher Basis oder

Geltende Fassung

(2) unverändert.

Beteiligungen von Medieninhabern

§ 9. (1) – (2) unverändert

(3) Personen oder Personengesellschaften desselben Medienverbundes dürfen denselben Ort des Bundesgebietes, abgesehen von technisch unvermeidbaren Überschneidungen (spill over),

1. mit nicht mehr als zwei analogen terrestrischen Hörfunkprogrammen,
2. mit nicht mehr als zwei digitalen terrestrischen Hörfunkprogrammen und
3. mit nicht mehr als einem terrestrischen Hörfunkprogramm und *zwei* terrestrischen *Fernsehprogrammen* versorgen. *Diese Bestimmung gilt nicht für Fernsehprogramme, die über eine Multiplex-Plattform für mobilen terrestrischen Rundfunk verbreitet werden.*

(4) - (5) unverändert

Programmgrundsätze

§ 16. (1) – (3) unverändert

(4) Alle Sendungen müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten und dürfen nicht zu Hass auf Grund von Rasse, Geschlecht, Behinderung Religion und Nationalität *aufstacheln*.

Werbung

§ 19. (1) *Werbesendungen* (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von

Vorgeschlagene Fassung

mittels einer gemeinsamen Betriebsgesellschaft mit anderen Hörfunkveranstaltern zusammenzuarbeiten, so hat dies für den die Meinungsvielfalt betreffenden Teil der Prognoseentscheidung der Regulierungsbehörde insoweit unberücksichtigt zu bleiben, als die redaktionelle Unabhängigkeit der Veranstalter gewahrt bleibt und sich auch sonst bei dieser Zusammenarbeit keine Anhaltspunkte für die Regulierungsbehörde ergeben, dass die Meinungsvielfalt im Versorgungsgebiet beeinträchtigt wird.

(2) unverändert.

Beteiligungen von Medieninhabern

§ 9. (1) – (2) unverändert

(3) Personen oder Personengesellschaften desselben Medienverbundes dürfen denselben Ort des Bundesgebietes, abgesehen von technisch unvermeidbaren Überschneidungen (spill over),

1. mit nicht mehr als zwei analogen terrestrischen Hörfunkprogrammen,
2. mit nicht mehr als zwei digitalen terrestrischen Hörfunkprogrammen und
3. mit nicht mehr als einem terrestrischen Hörfunkprogramm und *mit nicht mehr als einem Drittel der an diesem Ort empfangbaren* terrestrischen Fernsehprogramme versorgen.

(4) - (5) unverändert

Programmgrundsätze

§ 16. (1) – (3) unverändert

(4) Alle Sendungen müssen im Hinblick auf ihre Aufmachung und ihren Inhalt die Menschenwürde und die Grundrechte anderer achten und dürfen nicht zu Hass auf Grund von *ethnischer Herkunft*, Geschlecht, Behinderung, Religion und Nationalität *aufreizen*.

Werbung, Sponsoring

§ 19. (1) *Werbung* (Spots, Kurzsendungen und gestaltete Werbesendungen einschließlich gestalteter An- und Absagen von *gesponserten Sendungen*) darf

Geltende Fassung

Patronanzsendungen) dürfen im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen sind Hinweise des Hörfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, sowie Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit, kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken und ungestaltete An- und Absagen von Patronanzsendungen.

(2) *Werbesendungen* für Tabakwaren und Spirituosen sowie unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbung sind unzulässig.

(3) unverändert

(4) a) Werbung darf nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.

b) Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Hörfunkveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

c) *In der Werbung dürfen keine Personen auftreten, die regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.*

d) Ein Werbetreibender darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt ausüben.

(5) a) Eine *Patronanzsendung* liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistung des Unternehmens zu fördern.

b) *Patronanzsendungen* müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Inhalt und Programmplatz einer *Patronanzsendung* dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass

Vorgeschlagene Fassung

im Jahresdurchschnitt die tägliche Dauer von insgesamt 172 Minuten nicht überschreiten, wobei Abweichungen von höchstens 20 vH pro Tag zulässig sind. Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen sind Hinweise des Hörfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind, sowie Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit, kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken und ungestaltete An- und Absagen von Patronanzsendungen.

(2) *Werbung* für Tabakwaren und Spirituosen sowie unter der Wahrnehmungsgrenze liegende Werbung sind unzulässig.

(3) unverändert

(4) a) Werbung darf nicht irreführen und den Interessen der Verbraucher nicht schaden.

b) Schleichwerbung ist unzulässig. Schleichwerbung ist die Erwähnung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Hörfunkveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann. Eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt.

c) Ein Werbetreibender darf keinen redaktionellen Einfluss auf den Programminhalt ausüben.

(5) a) Eine *gesponserte Sendung* liegt vor, wenn ein nicht im Bereich der Produktion von Hörfunkprogrammen tätiges öffentliches oder privates Unternehmen einen Beitrag zur Finanzierung solcher Werke mit dem Ziel leistet, den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild, die Tätigkeit oder die Leistung des Unternehmens zu fördern.

b) *Gesponserte Sendungen* müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Inhalt und Programmplatz einer *gesponserten Sendung* dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass

Geltende Fassung

die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Hörfunkveranstalters in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.

2. Sie sind als *Patronanzsendung* durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmanfang oder am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage).
 3. Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen.
- c) *Patronanzsendungen* dürfen nicht von natürlichen Personen oder juristischen Personen in Auftrag gegeben werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung gemäß Abs. 2 oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.
- d) Bei *Patronanzsendungen* von Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln bzw. das Anbieten medizinischer Leistungen umfasst, darf nur auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht aber auf therapeutische Behandlungen oder auf Arzneimittel, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
- e) unverändert
- (6) - (7) unverändert

Sonstige Pflichten des Hörfunkveranstalters

§ 22. (1) - (3) unverändert

(4) Treten Änderungen in den *Eigentumsverhältnissen* nach Erteilung der Zulassung ein, so hat der Veranstalter diese unverzüglich, spätestens aber 14 Tage nach Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde anzuzeigen. Stehen Anteile des Veranstalters im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch Änderungen bei deren Eigentumsverhältnissen anzuzeigen.

Vorgeschlagene Fassung

die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Hörfunkveranstalters in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.

2. Sie sind als *gesponserte Sendung* durch den Namen des Auftraggebers oder einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Programmanfang oder am Programmende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage).
 3. Sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen anregen.
- c) *Gesponserte Sendungen* dürfen nicht von natürlichen Personen oder juristischen Personen in Auftrag gegeben werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung gemäß Abs. 2 oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.
- d) Bei *gesponserten Sendungen* von Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln bzw. das Anbieten medizinischer Leistungen umfasst, darf nur auf den Namen oder das Erscheinungsbild des Unternehmens hingewiesen werden, nicht aber auf therapeutische Behandlungen oder auf Arzneimittel, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
- e) unverändert
- (6) - (7) unverändert

Sonstige Pflichten des Hörfunkveranstalters

§ 22. (1) - (3) unverändert

(4) Treten Änderungen in den *Eigentums- oder Mitgliederverhältnissen* nach Erteilung der Zulassung ein, so hat der Veranstalter diese unverzüglich, spätestens aber 14 Tage nach Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde anzuzeigen. Stehen Anteile des Veranstalters im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch Änderungen bei deren Eigentumsverhältnissen anzuzeigen.

Geltende Fassung**Verwaltungsstrafbestimmungen**

§ 27. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 2 180 Euro zu bestrafen, wer

1. der Anzeigepflicht bei Änderungen gemäß § 5 Abs. 5 nicht nachkommt,
2. die Anzeigepflicht nach § 22 Abs. 3 oder Abs. 4 verletzt,
3. die Anzeigepflicht nach § 6a verletzt,
4. die Anzeigepflicht nach § 6b verletzt, oder
5. die Anzeigepflicht nach § 15b Abs. 5 oder 6

verletzt.

(2) - (5) unverändert.

Bundesweite Zulassung für analogen terrestrischen Hörfunk

§ 28b. (1) Zur Schaffung einer Zulassung zur Veranstaltung von bundesweitem privaten terrestrischen Hörfunk (bundesweite Zulassung) zur Versorgung von mindestens 60 vH der österreichischen Bevölkerung kann erstmals befristet bis zum 30. April 2005 der Antrag auf Erteilung einer Zulassung gestellt werden. In weiterer Folge hat die Regulierungsbehörde - *vorausgesetzt*, dass eine den Erfordernissen des § 28c Abs. 2 entsprechende bundesweite Zulassung geschaffen werden könnte - *in regelmäßigen zumindest zweijährigen Intervallen* durch Bekanntmachung unter Einräumung einer mindestens sechsmonatigen Frist die Möglichkeit zur Antragstellung für die Erteilung einer bundesweiten Zulassung einzuräumen. Zu diesem Zweck können abweichend von § 3 Abs. 4 Inhaber bestehender Zulassungen zur Veranstaltung von terrestrischem Hörfunk, wenn der Zulassungsinhaber seit mindestens zwei Jahren seinen Sendebetrieb ausgeübt hat, zum Zweck der Erteilung einer Zulassung an eine Kapitalgesellschaft für die Veranstaltung von bundesweitem terrestrischem Hörfunk ihre Zulassung an diese übertragen.

(2) – (4) unverändert

Vorgeschlagene Fassung**Verwaltungsstrafbestimmungen**

§ 27. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 2 180 Euro zu bestrafen, wer

1. der Anzeigepflicht bei Änderungen gemäß § 5 Abs. 5 nicht nachkommt,
2. die Anzeigepflicht nach § 22 Abs. 3 oder Abs. 4 verletzt,
3. die Anzeigepflicht nach § 6a verletzt,
4. die Anzeigepflicht nach § 6b verletzt, oder
5. die Anzeigepflicht nach § 15b Abs. 5 oder 6 *verletzt oder*
6. *die Verpflichtung nach § 22 Abs. 1, Abs. 2 oder Abs. 5* verletzt.

(2) - (5) unverändert.

Bundesweite Zulassung für analogen terrestrischen Hörfunk

§ 28b. (1) Zur Schaffung einer Zulassung zur Veranstaltung von bundesweitem privaten terrestrischen Hörfunk (bundesweite Zulassung) zur Versorgung von mindestens 60 vH der österreichischen Bevölkerung kann erstmals befristet bis zum 30. April 2005 der Antrag auf Erteilung einer Zulassung gestellt werden. In weiterer Folge hat die Regulierungsbehörde – *soweit ihr glaubhaft dargelegt wird*, dass eine den Erfordernissen des § 28c Abs. 2 entsprechende bundesweite Zulassung geschaffen werden könnte – durch Bekanntmachung unter Einräumung einer mindestens sechsmonatigen Frist die Möglichkeit zur Antragstellung für die Erteilung einer bundesweiten Zulassung einzuräumen. Zu diesem Zweck können abweichend von § 3 Abs. 4 Inhaber bestehender Zulassungen zur Veranstaltung von terrestrischem Hörfunk, wenn der Zulassungsinhaber seit mindestens zwei Jahren seinen Sendebetrieb ausgeübt hat, zum Zweck der Erteilung einer Zulassung an eine Kapitalgesellschaft für die Veranstaltung von bundesweitem terrestrischem Hörfunk ihre Zulassung an diese übertragen.

(2) – (4) unverändert

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung****8a. Abschnitt*****Zusammenfassung von Zulassungen für analogen terrestrischen Hörfunk***

§ 28e. (1) Zur Schaffung einer einheitlichen Zulassung zur Veranstaltung von privatem terrestrischem Hörfunk (zusammengefasste Zulassung) kann der Antrag auf Zusammenfassung zumindest zweier Zulassungen gestellt werden. Zu diesem Zweck können abweichend von § 3 Abs. 4

1. die einem bestehenden Zulassungsinhaber erteilten Zulassungen zusammengefasst oder
2. eine oder mehrere Zulassungen unterschiedlicher Zulassungsinhaber auf einen einzigen Zulassungsinhaber zum Zweck der Zusammenfassung übertragen werden.

(2) Die Regulierungsbehörde hat binnen drei Monaten zu prüfen, ob den Voraussetzungen des § 28f entsprochen ist. Liegen diese vor, hat sie – allenfalls erst nach Durchführung eines Verfahrens nach Abs. 3 – unter Anwendung des § 3 Abs. 1 und Abs. 2 erster und zweiter Satz eine zusammengefasste Zulassung nach Maßgabe des § 28g zu erteilen, die unter Berücksichtigung des § 10 Abs. 2 jene Übertragungskapazitäten zuordnet, die bisher von den einzelnen Zulassungen umfasst waren.

(3) Gelangt die Behörde zur Auffassung, dass sich das für die zusammengefasste Zulassung geplante und im Antrag dargestellte Programm gegenüber einem solchen Programm, das bisher auf Grundlage einer im Sinne von Abs. 1 Z 1 und 2 zusammenzufassenden Zulassung veranstaltet wurde, grundlegend ändert (§ 28a), so verlängert sich die Entscheidungsfrist nach Abs. 2 um weitere vier Monate und es sind jene Hörfunkveranstalter, deren Programme im betreffenden Versorgungsgebiet empfangbar sind, anzuhören. Die Zulassung ist zu versagen und der Antrag abzuweisen, wenn mit der Änderung des Programms schwerwiegende nachteilige Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation, die Wirtschaftlichkeit bestehender Hörfunkveranstalter im Versorgungsgebiet oder die Angebotsvielfalt für die Hörer zu erwarten sind, die auch mittels geeigneter Auflagen nicht reduziert werden können. Solche Auflagen können sich auch nur auf die bisherigen Versorgungsgebiete einer zusammengefassten Zulassung beziehen.

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

(4) Im Verfahren nach Abs. 2 und 3 kommt jenen Zulassungsinhabern, die die Übertragung ihrer Zulassung erklärt haben, Parteistellung zu.

(5) Mit Wirksamkeit einer stattgebenden Entscheidung der Regulierungsbehörde werden auch die Übertragungen wirksam und erlöschen die bisher bestehenden einzelnen Zulassungen. Andernfalls bleiben sämtliche Zulassungen, für welche die Übertragung erklärt wurde, in ihrem Bestand unberührt.

Formelle und materielle Voraussetzungen für die Erteilung der Zulassung

§ 28f. *(1) Der Regulierungsbehörde ist darzulegen, welche Zulassungen zusammengefasst oder übertragen werden sollen und die Verbindlichkeit der Übertragungen nachzuweisen. Der Behörde sind weiters für den Inhaber der zusammengefassten Zulassung die Nachweise zu § 5 Abs. 2 zu erbringen, die Voraussetzungen zu § 5 Abs. 3 darzulegen sowie die weiteren Urkunden zu § 5 Abs. 3 vorzulegen. Für den Nachweis zu § 9 ist diese Bestimmung mit der Maßgabe anzuwenden, dass beginnend mit dem Zeitpunkt der Wirksamkeit der Entscheidung Personen und Personengesellschaften desselben Medienverbundes denselben Ort des Bundesgebietes, abgesehen von technisch unvermeidbaren Überschneidungen (spill over), im Wege der zusammengefassten Zulassung nur einmal versorgen dürfen.*

(2) Gegenstand einer Zusammenfassung nach § 28e Abs. 1 können nur solche Zulassungen sein, aufgrund derer der Zulassungsinhaber seit mindestens zwei Jahren seinen Sendebetrieb ausgeübt hat und deren verbleibende Dauer im Zeitpunkt der Antragstellung noch zumindest ein Jahr beträgt.

(3) Eine Zusammenfassung ist ferner nur dann zulässig, wenn die von den einzelnen zu übertragenden Zulassungen umschriebenen Versorgungsgebiete

1. entweder innerhalb desselben Bundeslandes liegen oder

2. an ihren einander nächstgelegenen Punkten nicht weiter als zehn Kilometer voneinander entfernt sind.

Überschreitet das Versorgungsgebiet einer Zulassung die Grenzen eines Bundeslandes, gilt es für die Zwecke der Z 1 als in jenem Bundesland gelegen, in dem bereits bisher die größere technische Reichweite erzielt wird.

(4) Das Versorgungsgebiet einer zusammengefassten Zulassung darf nicht mehr als 45 vH der österreichischen Bevölkerung umfassen.

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung****Sonderbestimmungen für zusammengefasste Zulassungen**

§ 28g. (1) Personen und Personengesellschaften desselben Medienverbundes dürfen denselben Ort des Bundesgebietes, abgesehen von technisch unvermeidbaren Überschneidungen (spill over) nur einmal versorgen.

(2) Auf zusammengefasste Zulassungen finden die §§ 3 Abs. 5 und 6 und § 17 Abs. 1 keine Anwendung. Eine zusammengefasste Zulassung wird für die Dauer jener einzelnen Zulassung (§ 28e Abs. 1 Satz 2), die zum Zeitpunkt der Antragstellung die größte technische Reichweite erzielt, erteilt, mindestens aber für fünf Jahre. In weiterer Folge bestimmt sich die Dauer nach § 3 Abs. 1 Satz 3.

(3) Nach Wirksamkeit der Erteilung einer zusammengefassten Zulassung können Inhaber bestehender Zulassungen, wenn sie seit mindestens zwei Jahren ihren Sendebetrieb ausgeübt haben, zugunsten der Erweiterung (§ 10 Abs. 1 Z 4) des bisherigen Versorgungsgebietes einer zusammengefassten Zulassung ihre Zulassung auf den Inhaber dieser Zulassung übertragen, solange der in § 28f Abs. 4 genannte Vomhundertsatz nicht überschritten wird. § 3 Abs. 4 findet keine Anwendung. Die Regulierungsbehörde hat dazu die zusammengefasste Zulassung bei unveränderter Zulassungsdauer dahingehend abzuändern, dass unter Berücksichtigung des § 10 Abs. 2 jene Übertragungskapazitäten zugeordnet werden, die bisher von der zu übertragenden Zulassung umfasst waren. Kommt die Behörde bei der Prüfung der Voraussetzungen zur Auffassung, dass das Programm der zusammengefassten Zulassung schwerwiegende nachteilige Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation, die Wirtschaftlichkeit bestehender Hörfunkveranstalter oder die Angebotsvielfalt für die Hörer im von der zu übertragenden Zulassung erfassten Versorgungsgebiet erwarten lässt, so hat sie unter sinngemäßer Anwendung von § 28e Abs. 3 die zusammengefasste Zulassung durch Erteilung von Auflagen abzuändern oder die Übertragung zu versagen.

(4) Sendeausstiege aus dem Programm für die Ausstrahlung von Werbung und Informationssendungen sind nur bis zu einer Dauer von maximal 10 vH der täglichen Sendezeit und jeweils nur für alle Übertragungskapazitäten innerhalb eines Bundeslandes zulässig. In der Zulassung erteilte Auflagen nach § 3 Abs. 2 oder § 28e Abs. 3 bleiben von dieser Einschränkung unberührt.

(5) Die Zusammenfassung einer Zulassung gemäß § 28e mit einer anderen derartigen Zulassung oder mit einer bundesweiten Zulassung oder der Ausbau

Geltende Fassung**Anwendung anderer Bundesgesetze**

§ 29. (1) Soweit in diesem Bundesgesetz nicht anderes bestimmt ist, bleiben das Kartellgesetz 1988, BGBl. Nr. 600, und das Mediengesetz, BGBl. Nr. 314/1981, unberührt.

(2) - (3) unverändert

Inkrafttreten

§ 33. (1) – (7) unverändert

ORF-Gesetz**Unternehmensgegenstand und Finanzierung der Tätigkeiten**

§ 2. (1) – (2) unverändert

(3) Auf die Tätigkeit von Tochtergesellschaften des Österreichischen Rundfunks und von mit ihm verbundenen Unternehmen finden die Bestimmungen dieses Bundesgesetzes Anwendung, soweit nicht ausdrücklich etwas Anderes bestimmt ist. Keine Anwendung finden die Bestimmungen der §§ 27, 39 bis 39c und 40 Abs. 1 bis 4 und 6 auf Tochtergesellschaften oder verbundene Unternehmen, die keine Tätigkeiten wahrnehmen, die im öffentlich-rechtlichen Auftrag liegen.

(4) unverändert

Sponsoring

§ 17. (1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen

Vorgeschlagene Fassung

einer bundesweiten Zulassung um eine zusammengefasste Zulassung sind unzulässig.

Anwendung anderer Bundesgesetze

§ 29. (1) Soweit in diesem Bundesgesetz nicht anderes bestimmt ist, bleiben das Kartellgesetz 2005, BGBl. I Nr. 61/2005, und das Mediengesetz, BGBl. Nr. 314/1981, unberührt.

(2) - (3) unverändert

Inkrafttreten

§ 33. (1) – (7) unverändert

(8) § 5 Abs. 5, § 6 Abs. 1, § 9 Abs. 3, § 16 Abs. 4, die Überschrift zu § 19, § 19 Abs. 1, 2, 4 und 5, § 22 Abs. 4, § 27 Abs. 1, § 28b, § 28e samt Überschrift und § 29 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten am 1. Juni 2015 in Kraft.

ORF-Gesetz**Unternehmensgegenstand und Finanzierung der Tätigkeiten**

§ 2. (1) – (2) unverändert

(3) Auf die Tätigkeit von Tochtergesellschaften des Österreichischen Rundfunks und von mit ihm verbundenen Unternehmen finden die Bestimmungen dieses Bundesgesetzes Anwendung, soweit nicht ausdrücklich etwas Anderes bestimmt ist. Keine Anwendung finden die Bestimmungen der §§ 27, 39 bis 39c und 40 Abs. 1 bis 4 und 6 auf Tochtergesellschaften oder verbundene Unternehmen, die keine Tätigkeiten wahrnehmen, die im Zusammenhang mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag stehen.

(4) unverändert

Sponsoring

§ 17. (1) Gesponserte Sendungen müssen folgenden Anforderungen

Geltende Fassung

genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernseh- oder Hörfunkprogrammen ihr Programmplatz dürfen vom Sponsor auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.
2. Sie sind durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen (Sponsorhinweise). Sponsorhinweise während einer Sendung sind unzulässig.

3. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen, anregen.

(2) – (4) unverändert

(5) Sofern es sich bei einer gesponserten Sendung nicht um eine solche zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handelt, sind Sponsorhinweise in die in § 14 geregelte Werbezeit einzurechnen. Die einzurechnende Dauer der Sponsorhinweise regionaler Sendungen im Fernsehen bestimmt sich nach dem Verhältnis des durch die regionale Sendung technisch erreichten Bevölkerungsanteils zur Gesamtbevölkerung Österreichs.

(6) unverändert

Vorgeschlagene Fassung

genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernseh- oder Hörfunkprogrammen ihr Programmplatz dürfen vom Sponsor auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit in Bezug auf die Sendungen angetastet werden.
2. Sie sind durch den Namen oder das Firmenemblem oder ein anderes Symbol des Sponsors, etwa einen Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen am Anfang oder am Ende eindeutig als gesponserte Sendung zu kennzeichnen (Sponsorhinweise). Sponsorhinweise während einer Sendung sind unzulässig. *Das Verbot von Sponsorhinweisen während einer Sendung gilt nicht für die Einblendung von Hinweisen während der Übertragung von Veranstaltungen sowie während deren Wiederholung oder zeitversetzter Ausstrahlung, sofern der Österreichische Rundfunk und seine Tochtergesellschaften keinen Einfluss auf die Platzierung der Hinweise haben und hierfür weder unmittelbar noch mittelbar ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung erhalten.*

3. Sie dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen, anregen.

(2) – (4) unverändert

(5) Sofern es sich bei einer gesponserten Sendung nicht um eine solche zugunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse liegender Zwecke handelt, sind Sponsorhinweise – *mit Ausnahme der in Abs. 1 Z 2 letzter Satz beschriebenen Hinweise* – in die in § 14 geregelte Werbezeit einzurechnen. Die einzurechnende Dauer der Sponsorhinweise regionaler Sendungen im Fernsehen bestimmt sich nach dem Verhältnis des durch die regionale Sendung technisch erreichten Bevölkerungsanteils zur Gesamtbevölkerung Österreichs.

(6) unverändert

Geltende Fassung**Prüfungskommission und Jahresprüfung**

§ 40. (1) unverändert

(2) Die Mitglieder der Prüfungskommission sind von der Regulierungsbehörde für die Dauer von fünf Geschäftsjahren zu bestellen. Zum Mitglied der Prüfungskommission dürfen nur Wirtschaftsprüfer oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften bestellt werden. Bei der Auswahl der Mitglieder der Prüfungskommission ist darauf zu achten, dass der Wirtschaftsprüfer oder die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft die Strukturen aufweist, die für eine effiziente Prüfung von Unternehmen und Konzernen mit ähnlichen Umsatzvolumina erforderlich sind, und über Erfahrung in der Prüfung solcher Unternehmen und Konzerne verfügt. Für die Auswahl der Mitglieder der Prüfungskommission gilt im Übrigen § 271 UGB sinngemäß, jedoch mit der Maßgabe, dass die Ausschlussgründe weder in der laufenden noch in der vorangegangenen Finanzierungsperiode vorgelegen sein dürfen. Die Mitglieder dürfen der Prüfungskommission nicht in zwei aufeinanderfolgenden Funktionsperioden angehören. Die Prüfungskommission kann sich eine Geschäftsordnung geben. Die Vergütung der Mitglieder der Prüfungskommission hat durch die Regulierungsbehörde zu erfolgen. Für die Vergütung gilt § 270 Abs. 5 UGB sinngemäß. Die Regulierungsbehörde hat dem Österreichischen Rundfunk den von ihr *entrichteten* Vergütungsbedarf mit Bescheid vorzuschreiben.

(3) – (7) unverändert

In-Kraft-Treten

§ 49. (1) – (15) unverändert

Vorgeschlagene Fassung**Prüfungskommission und Jahresprüfung**

§ 40. (1) unverändert

(2) Die Mitglieder der Prüfungskommission sind von der Regulierungsbehörde für die Dauer von fünf Geschäftsjahren zu bestellen. Zum Mitglied der Prüfungskommission dürfen nur Wirtschaftsprüfer oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften bestellt werden. Bei der Auswahl der Mitglieder der Prüfungskommission ist darauf zu achten, dass der Wirtschaftsprüfer oder die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft die Strukturen aufweist, die für eine effiziente Prüfung von Unternehmen und Konzernen mit ähnlichen Umsatzvolumina erforderlich sind, und über Erfahrung in der Prüfung solcher Unternehmen und Konzerne verfügt. Für die Auswahl der Mitglieder der Prüfungskommission gilt im Übrigen § 271 UGB sinngemäß, jedoch mit der Maßgabe, dass die Ausschlussgründe weder in der laufenden noch in der vorangegangenen Finanzierungsperiode vorgelegen sein dürfen. Die Mitglieder dürfen der Prüfungskommission nicht in zwei aufeinanderfolgenden Funktionsperioden angehören. Die Prüfungskommission kann sich eine Geschäftsordnung geben. Die Vergütung der Mitglieder der Prüfungskommission hat durch die Regulierungsbehörde zu erfolgen. Für die Vergütung gilt § 270 Abs. 5 UGB sinngemäß. Die Regulierungsbehörde hat dem Österreichischen Rundfunk den von ihr *zu entrichtenden Vergütungsbedarf in Rechnung zu stellen; auf Antrag des Österreichischen Rundfunks oder bei Nichtenrichtung ist der Vergütungsbedarf mit Bescheid vorzuschreiben.*

(3) – (7) unverändert

In-Kraft-Treten

§ 49. (1) – (15) unverändert

(16) § 17 Abs. 1 und 5 und § 40 Abs. 2 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft. § 2 Abs. 3 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 tritt mit 1. Jänner 2016 in Kraft.

Geltende Fassung**Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz****Begriffsbestimmungen**

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

1. - 44. *unverändert*

Mediendiensteanbieter

§ 10. (1) – (6) *unverändert*

(7) Der Mediendiensteanbieter hat die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung oder einer Anzeige bestehenden Eigentumsverhältnisse oder Mitgliederverhältnisse zusammen mit dem Antrag oder der Anzeige *sowie alle diesbezüglichen Änderungen binnen zwei Wochen ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung* der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Mediendiensteanbieters im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Diese Verpflichtungen lassen andere gesetzliche Offenlegungsverpflichtungen unberührt.

Verbreitungsauftrag in Kabelnetzen

§ 20. (1) – (2) *unverändert*

(3) Bei der Beurteilung des besonderen Beitrages zur Meinungsvielfalt sind der Anteil an eigengestalteten, eigen- oder auftragsproduzierten Sendungsformaten mit überwiegend österreichischem, regionalem oder lokalem Bezug sowie die bestehende Programmbelegung und die Zahl der verfügbaren Programmplätze zu berücksichtigen.

Vorgeschlagene Fassung**Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz****Begriffsbestimmungen**

§ 2. Im Sinne dieses Gesetzes ist:

1. - 44. *unverändert*

[Neu] 7a. *Dauerwerbesendung: Werbung im Sinne von § 2 Z 40 erster Satz in Form redaktionell gestalteter Beiträge mit einer ununterbrochenen Dauer von mehr als zwölf Minuten;*

Mediendiensteanbieter

§ 10. (1) – (6) *unverändert*

(7) Der Mediendiensteanbieter hat die zum Zeitpunkt der Antragstellung um eine Zulassung oder einer Anzeige bestehenden Eigentumsverhältnisse oder Mitgliederverhältnisse zusammen mit dem Antrag oder der Anzeige der Regulierungsbehörde mitzuteilen. Stehen Anteile des Mediendiensteanbieters im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offen zu legen. Diese Verpflichtungen lassen andere gesetzliche Offenlegungsverpflichtungen unberührt. *Änderungen der Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse gegenüber dem Zeitpunkt der Zulassung sind vom Fernsehveranstalter binnen zwei Wochen ab Rechtswirksamkeit der Abtretung oder Anteilsübertragung der Regulierungsbehörde anzuzeigen; für anzeigepflichtige Mediendienste gilt § 9 Abs. 4.*

Verbreitungsauftrag in Kabelnetzen

§ 20. (1) – (2) *unverändert*

(3) Bei der Beurteilung des besonderen Beitrages zur Meinungsvielfalt sind der Anteil an eigengestalteten, eigen- oder auftragsproduzierten Sendungsformaten mit *kultureller, politischer oder gesellschaftspolitischer Relevanz für Österreich, insbesondere solche mit* überwiegend österreichischem, regionalem oder lokalem Bezug sowie *deren Beitrag zur österreichischen*

Geltende Fassung

(4) - (7) unverändert

Digitalisierung**Digitalisierungskonzept und „Digitale Plattform Austria“**

§ 21. (1) - (5) unverändert

(6) Das Digitalisierungskonzept hat einen *jeweils zweijährigen* Zeitraum zu *umfassen und kann*, soweit dies erforderlich ist, *auch vor Ablauf dieses Zeitraumes abgeändert werden*. Der Entwurf des Digitalisierungskonzepts ist den Mitgliedern der „Digitalen Plattform Austria“ zur Stellungnahme binnen einer Frist von vier Wochen zu übermitteln. Die Regulierungsbehörde hat die eingelangten Stellungnahmen soweit wie möglich und wie mit den Zielsetzungen des vorstehenden Absatzes im Einklang stehend zu berücksichtigen. Das Digitalisierungskonzept ist auf der Website der Regulierungsbehörde zu veröffentlichen. Auf Basis des Digitalisierungskonzepts hat die Regulierungsbehörde die weiteren zur Planung und Ausschreibung von Multiplex-Plattformen notwendigen Frequenzplanungs- und Koordinierungsarbeiten durchzuführen.

(7) unverändert

Allgemeine Anforderungen an die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation

§ 31. (1) – (2) unverändert

(3) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,
2. Diskriminierungen nach Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Nationalität, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung enthalten oder fördern;
3. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden;

Vorgeschlagene Fassung

Identität, ferner die bestehende Programmbelegung und die Zahl der verfügbaren Programmplätze zu berücksichtigen.

(4) - (7) unverändert

Digitalisierung**Digitalisierungskonzept und „Digitale Plattform Austria“**

§ 21. (1) - (5) unverändert

(6) Das Digitalisierungskonzept hat *eine Vorausschau auf* einen Zeitraum *von zumindest zwei Jahren zu beinhalten*; soweit dies erforderlich ist, *kann die Regulierungsbehörde das Digitalisierungskonzept unter Berücksichtigung der Marktentwicklung und der Entwicklung auf europäischer Ebene ergänzen oder abändern*. Der Entwurf des Digitalisierungskonzepts ist den Mitgliedern der „Digitalen Plattform Austria“ zur Stellungnahme binnen einer Frist von vier Wochen zu übermitteln. Die Regulierungsbehörde hat die eingelangten Stellungnahmen soweit wie möglich und wie mit den Zielsetzungen des vorstehenden Absatzes im Einklang stehend zu berücksichtigen. Das Digitalisierungskonzept ist auf der Website der Regulierungsbehörde zu veröffentlichen. Auf Basis des Digitalisierungskonzepts hat die Regulierungsbehörde die weiteren zur Planung und Ausschreibung von Multiplex-Plattformen notwendigen Frequenzplanungs- und Koordinierungsarbeiten durchzuführen.

(7) unverändert

Allgemeine Anforderungen an die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation

§ 31. (1) – (2) unverändert

(3) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht

1. die Menschenwürde verletzen,
2. Diskriminierungen nach Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Nationalität, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung enthalten oder fördern;
3. Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden;

Geltende Fassung

4. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden;
5. rechtswidrige Praktiken fördern.

Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. (1) – (2) unverändert

Werbe- und Teleshoppingdauer

§ 45. (1) Die Dauer von Werbespots und Teleshopping-Spots darf innerhalb eines Einstundenzeitraumes, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, insgesamt 20 vH nicht überschreiten.

(2) - (3) unverändert

Verwaltungsstrafbestimmungen

§ 64. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 4 000 Euro zu bestrafen, wer

1. der Anzeigepflicht nach § 5 Abs. 9,
2. einer Anzeigepflicht nach § 9,
3. der Anzeigepflicht nach § 10 Abs. 7 oder 8,
4. der Anzeigepflicht nach § 25 Abs. 6 oder 7 oder § 25a Abs. 10 oder 11,

Vorgeschlagene Fassung

4. Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt in hohem Maße gefährden;
5. rechtswidrige Praktiken fördern;
6. *irreführen oder den Interessen der Verbraucher schaden.*

Erkennbarkeit und Trennung

§ 43. (1) – (2) unverändert

(3) Dauerwerbesendungen sind zusätzlich zu den Anforderungen nach den vorstehenden Absätzen während ihrer gesamten Dauer mit dem eindeutig erkennbaren Schriftzug „Dauerwerbesendung“ zu kennzeichnen.

Werbe- und Teleshoppingdauer

§ 45. (1) Die Dauer von Werbespots und Teleshopping-Spots – *das sind Erscheinungsformen audiovisueller kommerzieller Kommunikation gemäß § 2 Z 40 erster Satz und § 2 Z 33 mit einer Dauer von bis zu zwölf Minuten* – darf innerhalb eines Einstundenzeitraumes, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, insgesamt 20 vH nicht überschreiten.

(2) - (3) unverändert

(4) Zusätzlich zur Zeitdauer nach Abs. 1 darf in einem Fernsehprogramm, solange dieses weder unmittelbar noch mittelbar in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union öffentlich empfangen werden kann, die für Werbespots eingeräumte Sendezeit innerhalb eines Einstundenzeitraums, gerechnet ab der letzten vollen Stunde, höchstens 20 vH betragen.

Verwaltungsstrafbestimmungen

§ 64. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 4 000 Euro zu bestrafen, wer

1. der Anzeigepflicht nach § 5 Abs. 9,
2. einer Anzeigepflicht nach § 9,
3. der Anzeigepflicht nach § 10 Abs. 7 oder 8,
4. der Anzeigepflicht nach § 25 Abs. 6 oder 7 oder § 25a Abs. 10 oder 11,

Geltende Fassung

- 5. der Anzeigepflicht nach § 28 Abs. 1 oder 3,
 - 6. einem Verbreitungsauftrag gemäß § 20 Abs. 5,
 - 7. der Verpflichtung gemäß § 20 Abs. 1, oder
 - 8. der Verpflichtung gemäß § 52 oder § 40 Abs. 2 nicht nachkommt.
- (2) – (5) unverändert

In-Kraft-Treten

§ 69. (1) – (10) unverändert

KommAustria-Gesetz**Aufgaben und Ziele der KommAustria**

- § 2. (1) Die Verwaltungsführung und Besorgung der Regulierungsaufgaben im Sinne des § 1 Abs. 1 umfasst die der KommAustria durch gesonderte bundesgesetzliche Vorschriften zugewiesenen Aufgaben, insbesondere:
- 1. – 6. unverändert
 - 7. Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften sowie der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G und der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Im Fall des Österreichischen Rundfunks sind auch die

Vorgeschlagene Fassung

- 5. der Anzeigepflicht nach § 28 Abs. 1 oder 3,
 - 6. einem Verbreitungsauftrag gemäß § 20 Abs. 5,
 - 7. der Verpflichtung gemäß § 20 Abs. 1,
 - 8. *der Verpflichtung nach § 29 Abs. 1 oder*
 - 9. der Verpflichtung gemäß § 52 oder § 40 Abs. 2 nicht nachkommt.
- (2) – (5) unverändert

In-Kraft-Treten

§ 69. (1) – (10) unverändert

(11) § 2, § 10 Abs. 7, § 20 Abs. 3, § 21 Abs. 6, § 31 Abs. 2, § 43 Abs. 3, § 45 Abs. 4 und § 64 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft.

KommAustria-Gesetz**Aufgaben und Ziele der KommAustria**

- § 2. (1) Die Verwaltungsführung und Besorgung der Regulierungsaufgaben im Sinne des § 1 Abs. 1 umfasst die der KommAustria durch gesonderte bundesgesetzliche Vorschriften zugewiesenen Aufgaben, insbesondere:
- 1. – 6. unverändert
 - 7. Beobachtung der Einhaltung der Bestimmungen des 3. Abschnitts des ORF-Gesetzes sowie der werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und 18 ORF-G durch den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften sowie der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G und der §§ 19 und 20 PrR-G durch private Rundfunkveranstalter und Mediendienstanbieter. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hat die KommAustria in regelmäßigen, zumindest aber monatlichen Abständen bei allen Rundfunkveranstaltern und Mediendienstanbietern Auswertungen von Sendungen und Mediendiensten, die kommerzielle Kommunikation beinhalten, durchzuführen. Im Fall des Österreichischen Rundfunks sind auch die

Geltende Fassung

Online-Angebote erfasst. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, *sind jene Ergebnisse*, bei denen *sie eine* Verletzung der genannten Bestimmungen *vermutet, dem Österreichischen Rundfunk (seiner Tochtergesellschaft) oder dem privaten Rundfunkveranstalter bzw. Mediendiensteanbieter zur Stellungnahme binnen einer Frist von zwei Wochen zu übermitteln. Unter Berücksichtigung der eingelangten Stellungnahme hat die KommAustria bei begründetem Verdacht die Verletzung* von Amts wegen weiter zu verfolgen,

- 8. - 12. unverändert
- (2) – (3) unverändert

Zuständigkeit

§ 13. (1) – (2) unverändert

(3) Folgende Angelegenheiten sind jedenfalls durch Senate zu erledigen:

- 1. - 2. unverändert
- 3. Rechtsaufsicht über Rundfunkveranstalter, Mediendiensteanbieter und Multiplex-Betreiber, mit Ausnahme der *Aufgaben hinsichtlich der Einhaltung der Werbebestimmungen (§ 2 Abs. 1 Z 7)*;

4. - 12. unverändert

13. Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften nach Maßgabe des ORF-Gesetzes mit Ausnahme der *Aufgaben hinsichtlich der Einhaltung der Werbebestimmungen (§ 2 Abs. 1 Z 7)*, insbesondere

a) - f) unverändert

(4) Folgende Angelegenheiten sind jedenfalls durch Einzelmitglieder zu erledigen:

- 1. bei elektronischen Audiomedien und elektronischen audiovisuelle Medien:
 - a) unverändert
 - b) *Rechtsaufsicht im Rahmen der Werbebeobachtung (§ 2 Abs. 1 Z 7)*,

Vorgeschlagene Fassung

Online-Angebote erfasst. Binnen vier Wochen, gerechnet vom Zeitpunkt der Ausstrahlung der Sendung oder der Bereitstellung, *hat die Regulierungsbehörde jene Sachverhalte*, bei denen *der begründete Verdacht einer* Verletzung der genannten Bestimmungen *vorliegt*, von Amts wegen weiter zu verfolgen,

- 8. - 12. unverändert
- (2) – (3) unverändert

Zuständigkeit

§ 13. (1) – (2) unverändert

(3) Folgende Angelegenheiten sind jedenfalls durch Senate zu erledigen:

- 1. - 2. unverändert
- 3. Rechtsaufsicht über Rundfunkveranstalter, Mediendiensteanbieter und Multiplex-Betreiber, mit Ausnahme der *Bestimmungen zur kommerziellen Kommunikation (§§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G sowie §§ 19 und 20 PrR-G)*;

4. - 12. unverändert

13. Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften nach Maßgabe des ORF-Gesetzes mit Ausnahme der *Bestimmungen zur kommerziellen Kommunikation (3. Abschnitt des ORF-G, die werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und des § 18 ORF-G sowie § 31 Abs. 19 Satz 1 bis 5 ORF-G)*, insbesondere

a) - f) unverändert

(4) Folgende Angelegenheiten sind jedenfalls durch Einzelmitglieder zu erledigen:

- 1. bei elektronischen Audiomedien und elektronischen audiovisuelle Medien:
 - a) unverändert
 - b) *Rechtsaufsicht hinsichtlich der Bestimmungen zur kommerziellen*

Geltende Fassung

einschließlich der Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften;

- c) - f) unverändert
- 2. unverändert (Ausnahme: „e“) statt „e.“)
- 3. unverändert
- (5) unverändert
- (6) Die Zuständigkeitsverteilung in Verwaltungsstrafverfahren folgt der Zuständigkeitsverteilung in Abs. 3 und Abs. 4 Z 1.

Fonds zur Förderung des privaten Rundfunks

§ 30. (1) – (3) unverändert

(4) Die Förderung in Bezug auf Programme und Sendungen,

- 1. die Teleshopping- und Eigenwerbeprogramme im Sinne des § 45 AMD-G darstellen, oder
- 2. die nicht im Sinne von § 3 Abs. 2 FERG frei zugänglich sind, oder
- 3. die überwiegend aus Sendungen zur Vermittlung von Erotik oder Sendungen mit Darstellungen sexueller Handlungen bestehen, oder
- 4. für welche die Veranstalter über eine Zulassung verfügen, welche auf eine Dauer von weniger als einem Jahr befristet ist,

ist nicht zulässig.

Verfahrensvorschriften

§ 39. (1) Rechtsmittel gegen Entscheidungen der KommAustria nach § 8 ORF-G, nach den § 6b Abs. 3, §§ 11, 12, 15, § 15b Abs. 4, § 28b Abs. 2 und 28d Abs. 4 PrR-G, nach den § 6 Abs. 3, §§ 12, 14, 20, 22, 25 Abs. 5 und 6, § 25a Abs. 9 und 10, §§ 26, 27, 27a und 27b AMD-G sowie nach § 120 TKG 2003 haben abweichend von § 13 VwGVG keine aufschiebende Wirkung. Das Bundesverwaltungsgericht kann die aufschiebende Wirkung im betreffenden Verfahren auf Antrag zuerkennen, wenn nach Abwägung aller berührten Interessen mit dem Vollzug des Bescheides oder mit der Ausübung der mit dem

Vorgeschlagene Fassung

Kommunikation (§§ 31 bis 38 und 42a bis 45 AMD-G, §§ 19 und 20 PrR-G sowie 3. Abschnitt des ORF-G, die werberechtlichen Bestimmungen der §§ 9 bis 9b und des § 18 ORF-G sowie § 31 Abs. 19 Satz 1 bis 5 ORF-G);

- c) - f) unverändert
- 2. unverändert (Ausnahme: „e“) statt „e.“)
- 3. unverändert
- (5) unverändert
- (6) Die Zuständigkeitsverteilung in Verwaltungsstrafverfahren *und Abschöpfungsverfahren* folgt der Zuständigkeitsverteilung in Abs. 3 und 4.

Fonds zur Förderung des privaten Rundfunks

§ 30. (1) – (3) unverändert

(4) Die Förderung in Bezug auf Programme und Sendungen,

- 1. die Teleshopping- und Eigenwerbeprogramme im Sinne des § 45 AMD-G darstellen, oder
- 2. die nicht im Sinne von § 3 Abs. 4 FERG frei zugänglich sind, oder
- 3. die überwiegend aus Sendungen zur Vermittlung von Erotik oder Sendungen mit Darstellungen sexueller Handlungen bestehen, oder
- 4. für welche die Veranstalter über eine Zulassung verfügen, welche auf eine Dauer von weniger als einem Jahr befristet ist,

ist nicht zulässig.

Verfahrensvorschriften

§ 39. (1) Rechtsmittel gegen Entscheidungen der KommAustria nach § 8 ORF-G, nach den § 6b Abs. 3, §§ 11, 12, 15, § 15b Abs. 4, § 28b Abs. 2 und 28d Abs. 4 PrR-G, nach den § 6 Abs. 3, §§ 12, 14, 20, 22, 25 Abs. 5 und 6, § 25a Abs. 9 und 10, §§ 26, 27, 27a und 27b AMD-G sowie nach *dem* TKG 2003 haben abweichend von § 13 VwGVG keine aufschiebende Wirkung. Das Bundesverwaltungsgericht kann die aufschiebende Wirkung im betreffenden Verfahren auf Antrag zuerkennen, wenn nach Abwägung aller berührten Interessen mit dem Vollzug des Bescheides oder mit der Ausübung der mit dem

Geltende Fassung

Bescheid eingeräumten Berechtigung für den Beschwerdeführer ein schwerer und nicht wieder gutzumachender Schaden verbunden wäre.

(2) – (4) unverändert

Großverfahren

§ 40. (1) Sind an einem Verfahren vor *einer der in § 39 Abs. 1 genannten Regulierungsbehörden* voraussichtlich mehr als 100 Personen beteiligt, so kann die Behörde die Einleitung des Verfahrens durch Edikt kundmachen.

(2) – (8) unverändert

In-Kraft-Treten

§ 44. (1) – (18) unverändert

Übergangsbestimmung

§ 45. (1) – (11) unverändert

Vorgeschlagene Fassung

Bescheid eingeräumten Berechtigung für den Beschwerdeführer ein schwerer und nicht wieder gutzumachender Schaden verbunden wäre.

(2) – (4) unverändert

Großverfahren

§ 40. (1) Sind an einem Verfahren vor *der KommAustria, der Telekom-Control-Kommission, der Post-Control-Kommission oder der RTR-GmbH* voraussichtlich mehr als 100 Personen beteiligt, so kann die Behörde die Einleitung des Verfahrens durch Edikt kundmachen.

(2) – (8) unverändert

In-Kraft-Treten

§ 44. (1) – (18) unverändert

(19) § 2 Abs. 1, § 13 Abs. 3, 4 und 6, § 30 Abs. 4, § 39 Abs. 1 und § 40 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 treten mit 1. Juni 2015 in Kraft.

Übergangsbestimmung

§ 45. (1) – (11) unverändert

(12) § 13 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 ist nur auf jene Verfahren anzuwenden, die nach Inkrafttreten des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2015 bei der KommAustria anhängig werden.