

Textgegenüberstellung

Geltende Fassung

Artikel 1

Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz

1. Abschnitt

Allgemeines

Begriffsbestimmungen

§ 2. 1. und 2. ...

3. audiovisueller Mediendienst: eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 AEUV unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters, deren Hauptzweck die Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit über elektronische Kommunikationsnetze (§ 3 Z 11 TKG 2003) ist. Darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;

4. ...

5. bis 26. ...

27. Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende

Vorgeschlagene Fassung

Artikel 1

Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz

1. Abschnitt

Allgemeines

Begriffsbestimmungen

§ 2. 1. und 2. ...

3. audiovisueller Mediendienst: eine Dienstleistung im Sinne der Art. 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union bei der der Hauptzweck oder ein abtrennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, unter der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters der Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung über elektronische Kommunikationsnetze (§ 3 Z 11 TKG 2003, BGBl. I Nr. 70/2003) bereitzustellen. Darunter fallen Fernsehprogramme und audiovisuelle Mediendienste auf Abruf;

4. ...

- 4a. barrierefreie Information: Information, die hör- und sehbeeinträchtigten Menschen einfach zugänglich ist sowie relevante Inhalte in einfacher Sprache verständlich vermittelt;

5. bis 26. ...

- 26a. Mutterunternehmen: ein Unternehmen, das ein oder mehrere Tochterunternehmen kontrolliert;

- 26b. nutzergeneriertes Video: eine Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und von einem Nutzer erstellt und von diesem oder einem anderen Nutzer auf eine Video-Sharing-Plattform hochgeladen wird;

27. Produktplatzierung: jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende

Geltende Fassung

Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;

28. ...

29. ...

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines Fernsehprogramms oder eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf, der aus einer Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist;

31. ...

32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

33. und 34. ...

Vorgeschlagene Fassung

Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung **oder eines nutzergenerierten Videos** erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung, sofern diese von unbedeutendem Wert sind;

28. ...

28a. redaktionelle Entscheidung: eine der Ausübung redaktioneller Verantwortung dienende, auf regelmäßiger Grundlage getroffene und das Tagesgeschäft eines audiovisuellen Mediendienstes betreffende Entscheidung;

28b. redaktionelle Verantwortung: die Ausübung einer wirksamen Kontrolle sowohl hinsichtlich der Zusammenstellung der Sendungen als auch hinsichtlich ihrer Bereitstellung entweder anhand eines chronologischen Sendeplans eines Fernsehprogrammes oder mittels eines Katalogs eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf;

29. ...

30. Sendung: ein einzelner, in sich geschlossener Teil eines audiovisuellen Mediendienstes, der unabhängig von seiner Länge aus einer Abfolge von Bewegtbildern mit oder ohne Ton besteht und Bestandteil eines von einem Mediendienstanbieter erstellten Sendeplans oder Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;

30a. Sendergruppe: Fernsehveranstalter, die miteinander im Sinne des § 11 Abs. 5 verbunden sind;

31. ...

32. Sponsoring: jeder Beitrag von nicht im Bereich des Anbietens von audiovisuellen Mediendiensten **oder von Video-Sharing-Plattformen** oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

33. und 34. ...

Geltende Fassung

35. ...

36. und 37. ...

38. bis 44. ...

2. Abschnitt**Niederlassungsprinzip**

§ 3. (1) und (2) ...

(3) Ein Mediendienstanbieter gilt auch dann als in Österreich niedergelassen, wenn er seine Hauptverwaltung in Österreich hat, die redaktionellen

Vorgeschlagene Fassung

34a. Tochterunternehmen: ein von einem Mutterunternehmen kontrolliertes Unternehmen, einschließlich jedes mittelbar kontrollierten Tochterunternehmens eines Mutterunternehmens;

35. ...

35a. Unternehmensgruppe: ein Mutterunternehmen eines Video-Sharing-Plattformanbieters, alle seine Tochterunternehmen und alle anderen mit ihnen wirtschaftlich und rechtlich verbundenen Unternehmen;

35b. Verbrauchersendungen: Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten;

36. und 37. ...

37a. Video-Sharing-Plattformanbieter (Plattformanbieter): die natürliche oder juristische Person, die einen Video-Sharing-Plattformdienst anbietet

37b. Video-Sharing-Plattformdienst (Video-Sharing-Plattform): eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, bei der der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstleistung oder eine wesentliche Funktion der Dienstleistung darin besteht, Sendungen (Z 30), nutzergenerierte Videos (Z 26b) oder beides, für die der Plattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt, der Allgemeinheit über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne von Art. 2 Z 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, und deren Organisation – einschließlich automatischer Mittel oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Markieren und Anordnen – vom Plattformanbieter bestimmt wird;

38. bis 44. ...

2. Abschnitt**Niederlassungsprinzip**

§ 3. (1) und (2) ...

(3) Ein Mediendienstanbieter gilt auch dann als in Österreich niedergelassen, wenn er seine Hauptverwaltung in Österreich hat, die redaktionellen

Geltende Fassung

Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einer anderen Vertragspartei des Übereinkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum getroffen werden, und ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals entweder in Österreich oder zum Teil in Österreich und zum Teil in dieser anderen Vertragspartei tätig ist.

(4) 1. und 2. ...

3. der wesentliche Teil des erforderlichen mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals weder in Österreich noch in der genannten anderen Vertragspartei tätig ist,

4. und 5. ...

(5) 1. und 2. ...

3. ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in Österreich tätig ist.

(6) Außer in den Fällen der Abs. 2 bis 5 gilt ein Mediendienstanbieter dann als in Österreich niedergelassen, wenn ein wesentlicher Teil des mit der Bereitstellung des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in Österreich tätig ist und der Mediendienstanbieter entweder

1. und 2. ...

(7) ...

Anzeigepflichtige Dienste

§ 9. (1) Fernsehveranstalter, soweit sie nicht einer Zulassungspflicht nach § 3 Abs. 1 unterliegen, sowie Anbieter von Mediendiensten auf Abruf, haben ihre Tätigkeit spätestens zwei Wochen vor Aufnahme der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

Vorgeschlagene Fassung

Entscheidungen über den audiovisuellen Mediendienst jedoch in einer anderen Vertragspartei des Übereinkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum getroffen werden, und ein wesentlicher Teil des mit der **Durchführung der sendungsbezogenen Tätigkeiten** des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals entweder in Österreich oder zum Teil in Österreich und zum Teil in dieser anderen Vertragspartei tätig ist.

(4) 1. und 2. ...

3. der wesentliche Teil des mit der **Durchführung der sendungsbezogenen Tätigkeiten** des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals weder in Österreich noch in der genannten anderen Vertragspartei tätig ist,

4. und 5. ...

(5) 1. und 2. ...

3. ein wesentlicher Teil des mit der **Durchführung der sendungsbezogenen Tätigkeiten** des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in Österreich tätig ist.

(6) Außer in den Fällen der Abs. 2 bis 5 gilt ein Mediendienstanbieter dann als in Österreich niedergelassen, wenn ein wesentlicher Teil des mit der **Durchführung der sendungsbezogenen Tätigkeiten** des audiovisuellen Mediendienstes betrauten Personals in Österreich tätig ist und der Mediendienstanbieter entweder

1. und 2. ...

(7) ...

(8) Die Regulierungsbehörde hat ein Verzeichnis der in Österreich niedergelassenen Mediendienstanbieter zu führen und geeignet zu veröffentlichen. Das jedenfalls jährlich zu aktualisierende Verzeichnis hat deklarative Wirkung. Gelangt die Regulierungsbehörde bei Erfüllung ihrer Aufgaben zur Auffassung, dass die im Verzeichnis enthaltenen Angaben nicht mehr den Tatsachen entsprechen, hat sie die entsprechende Richtigstellung vorzunehmen.

Anzeigepflichtige Dienste

§ 9. (1) Fernsehveranstalter, soweit sie nicht einer Zulassungspflicht nach § 3 Abs. 1 unterliegen, sowie Anbieter von Mediendiensten auf Abruf, haben ihre Tätigkeit spätestens **zwei Monate nach** Aufnahme der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

Geltende Fassung

(2) bis (8) ...

4. Abschnitt
Zulassungsvoraussetzungen

Mediendiensteanbieter**§ 10.** (1) bis (6) ...

(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.

(8) ...

Beteiligungen von Medieninhabern**§ 11.** (1) ...

(2) Ein Medieninhaber ist vom Anbieten von Fernsehprogrammen im Sinne des Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des

Vorgeschlagene Fassung

(2) bis (8) ...

4. Abschnitt
Zulassungsvoraussetzungen

Mediendiensteanbieter**§ 10.** (1) bis (6) ...

(7) Der Mediendiensteanbieter hat der Regulierungsbehörde die zum Zeitpunkt der Antragstellung für eine Zulassung oder einer Anzeige bestehenden Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse gemeinsam mit dem Antrag oder der Anzeige mitzuteilen. Stehen Anteile am Mediendiensteanbieter im direkten oder indirekten Eigentum von Kapitalgesellschaften, Personengesellschaften oder Genossenschaften, so sind auch deren Eigentumsverhältnisse bekannt zu geben, Treuhandverhältnisse sind offenzulegen. Der Mediendiensteanbieter hat der Regulierungsbehörde jedenfalls jährlich bis zum 31. Dezember jedes Jahres die hinsichtlich der direkten und indirekten Eigentumsverhältnisse, Adresse und Vertretungsbefugnis aktualisierten Daten zu übermitteln. Änderungen der Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse gegenüber dem Zeitpunkt der Zulassung oder der Anzeige sind der Regulierungsbehörde, vorausgesetzt die Änderung könnte zu einer geänderten Beurteilung der Übereinstimmung mit den Anforderungen nach § 10 oder § 11 oder für die Beurteilung der Feststellung über die Niederlassung nach § 3 führen, vom Mediendiensteanbieter binnen vier Wochen ab Rechtswirksamkeit der Änderung zu melden; hat der Mediendiensteanbieter Zweifel, ob die im vorstehenden Satz genannte Voraussetzung vorliegt und eine Aktualisierung erst zum Ende des Jahres daher allenfalls verspätet sein könnte, so kann er bis spätestens vier Wochen nach Rechtswirksamkeit der Übertragung von der Regulierungsbehörde eine Feststellung darüber verlangen, ob eine derartige wesentliche Änderung vorliegt.

(8) ...

Beteiligungen von Medieninhabern**§ 11.** (1) ...

(2) Ein Medieninhaber ist vom Anbieten von Fernsehprogrammen im Sinne des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des

Geltende Fassung

Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen, wenn er in einem der angeführten Märkte die nachstehenden Reichweiten oder Versorgungsgrade überschreitet:

1. bis 4. ...

(3) bis (5) ...

(6) Die Erhebung der Reichweiten und Versorgungsgrade gemäß Abs. 2 und 3 erfolgt durch die Regulierungsbehörde oder von ihr beauftragte Dritte nach anerkannten wissenschaftlichen Methoden und Analysen. Die Erhebungsergebnisse sind bis zum 31. März eines jeden Jahres in geeigneter Weise bekannt zu machen. Für den Fall, dass die Richtigkeit der erhobenen Reichweiten bestritten wird, hat die Regulierungsbehörde auf Antrag des betroffenen Medieninhabers einen Feststellungsbescheid zu erlassen. Die Reichweiten und Versorgungsgrade sind jedenfalls vor Ausschreibung einer Zulassung nach diesem Bundesgesetz zu erheben und zu veröffentlichen.

(7) Die Vorschriften des Kartellgesetzes 2005, BGBl. I Nr. 61/2005, bleiben unberührt.

7. Abschnitt**Anforderungen an alle audiovisuellen Mediendienste****Allgemeine Anforderungen an audiovisuelle Mediendienste**

§ 30. (1) ...

(2) Audiovisuelle Mediendienste dürfen nicht zu Hass auf Grund von Rasse, Geschlecht, Religion, Behinderung und Nationalität aufreizen.

Vorgeschlagene Fassung

Rundfunks, BGBl. Nr. 396/1974, nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen, wenn er in einem der angeführten Märkte die nachstehenden Reichweiten oder Versorgungsgrade überschreitet:

1. bis 4. ...

(3) bis (5) ...

(6) Die Vorschriften des Kartellgesetzes 2005, BGBl. I Nr. 61/2005, bleiben unberührt.

7. Abschnitt**Anforderungen an alle audiovisuellen Mediendienste****Allgemeine Anforderungen an audiovisuelle Mediendienste**

§ 30. (1) ...

(2) **Inhalte in audiovisuellen Mediendiensten dürfen**

1. nicht zu Hass oder Gewalt gegen eine Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer Gruppe auf Grund des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der ethnischen oder sozialen Herkunft, der genetischen Merkmale, der Sprache, der Religion oder der Weltanschauung, der politischen oder sonstigen Anschauung, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung aufstacheln;

2. keine Aufforderung zu terroristischen Straftaten und Gutheißung terroristischer Straftaten (§ 282a StGB) enthalten.

Geltende Fassung

(3) Audiovisuelle Mediendienste sollen schrittweise für hör- und sehbehinderte Personen barrierefrei zugänglich gemacht werden.

Vorgeschlagene Fassung**Aufrufe in Krisen- und Katastrophenfällen**

§ 30a. (1) Den Bundes- und Landesbehörden und den Behörden der im Versorgungsgebiet eines Mediendienstanbieters gelegenen Gemeinden ist für Aufrufe in Krisen- und Katastrophenfällen und für andere wichtige Meldungen an die Allgemeinheit sowie Privaten für Aufrufe in begründeten und dringenden Notfällen zur Vermeidung von Gefahren für Gesundheit und Leben von Menschen zu jeder Zeit die notwendige und zweckentsprechende Möglichkeit zur Bekanntmachung kostenlos einzuräumen. Diese Informationen sind jedenfalls so bereitzustellen, dass sie barrierefrei zugänglich sind.

(2) Im Falle derartiger Aufrufe und Meldungen hat die betreffende Behörde oder Privatperson allfällige für die Herstellung der Barrierefreiheit der Informationen dem Mediendienstanbieter zusätzlich entstehenden Kosten zu ersetzen.

Barrierefreiheit

§ 30b. (1) Mediendienstanbieter haben dafür zu sorgen, dass jährlich nach Maßgabe der wirtschaftlichen Möglichkeiten in allen ihren Programmen und Katalogen der Anteil der barrierefrei zugänglichen Sendungen gegenüber dem Stand vom 1. September 2020 jeweils kontinuierlich und stufenweise erhöht wird. Anbieter, deren Umsatz in den dem Kalenderjahr vorangegangenen zwei Jahren jeweils nicht mehr als das Doppelte des nach § 35 KOG Abs. 3 i.V.m. Abs. 5 ermittelten Grenzbetrags erreicht hat, sind in dem betreffenden Jahr von der Verpflichtung nach dem ersten Satz befreit.

(2) Zur Konkretisierung der für die kontinuierliche und stufenweise Erhöhung des Anteils in Angriff genommenen Maßnahmen hat ein Mediendienstanbieter nach Anhörung einer für den Bereich der Hör- und sehbeeinträchtigten Menschen sowie einer für den Bereich der Menschen mit intellektuellen Beeinträchtigungen repräsentativen Organisation insbesondere zur Nutzerfreundlichkeit der Barrierefreiheitsmaßnahmen einen Aktionsplan einschließlich eines konkreten dreijährigen Zeitplans zur jährlichen Steigerung des Anteils barrierefrei zugänglicher Sendungen, getrennt nach den Kategorien Information, Unterhaltung, Bildung, Kunst und Kultur sowie Sport, zu erstellen. Die Regulierungsbehörde hat Richtlinien zur Sicherstellung der Vergleichbarkeit der Daten und zur

Geltende Fassung**Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Tabakerzeugnisse**

§ 33. Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten oder andere Tabakerzeugnisse ist verboten.

Vorgeschlagene Fassung

Standardisierung der Form und des Inhalts derartiger Aktionspläne zu erlassen. Der Aktionsplan ist der Regulierungsbehörde zu übermitteln sowie leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

(3) Mediendiensteanbieter haben der Regulierungsbehörde in von der Regulierungsbehörde mittels der in Abs. 2 genannten Richtlinien standardisierter Form zu den im Aktionsplan festgelegten Maßnahmen jährlich bis zum 15. Februar des dem Berichtszeitraum folgenden Jahres über die Umsetzung ihres Aktionsplans und die Erhöhung der Anteile in den einzelnen Kategorien zu berichten. Der Bericht ist in gleicher Weise wie der Aktionsplan zu veröffentlichen. Für den Fall der Nichterfüllung der im Aktionsplan ausgewiesenen Maßnahmen und Steigerungen bei den Anteilen ist zu begründen, warum die Vorhaben nicht erfüllt werden konnten und welche Schritte in Aussicht genommen sind, um die an sich geplante Steigerung bis zum Ende des Folgejahres einzuholen und gleichzeitig die für dieses Folgejahr veranschlagte Steigerung zu erreichen. Im Fall der Nichterfüllung oder einer mangelnden Begründung für die Nichterfüllung kann die Regulierungsbehörde ein Rechtsaufsichtsverfahren von Amts wegen oder aufgrund einer Beschwerde einleiten; zudem hat die Regulierungsbehörde ihrem Tätigkeitsbericht eine Stellungnahme zur Nichterfüllung anzuschließen.

(4) Die Regulierungsbehörde hat in ihrem Tätigkeitsbericht (§ 19 KOG) für die einzelnen Mediendiensteanbieter den Stand und die Entwicklung hinsichtlich der in Abs. 1 beschriebenen Verpflichtung mit einer vergleichweisen Darstellung der beabsichtigten Zielwerte und der tatsächlich erreichten Werte darzustellen. Sie kann diesem Bericht unterstützt von der RTR-GmbH als Servicestelle nach § 17 Abs. 8 KOG eine Stellungnahme über die weitere Verbesserung der barrierefreien Zugänglichkeit anschließen.

(5) Die Regulierungsbehörde hat mit Unterstützung der RTR-GmbH erstmals zum 30. November 2022 und danach alle drei Jahre eine Evaluierung der ergriffenen Maßnahmen verbunden mit einer Bestandsaufnahme zur Kontinuität und zu den Schritten der Entwicklung des barrierefreien Zugangs zu audiovisuellen Mediendiensten für die Berichterstattung an die Europäische Kommission zu erstellen.

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Tabakerzeugnisse

§ 33. Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Zigaretten oder andere Tabakerzeugnisse sowie für elektronische Zigaretten und deren Nachfüllbehälter ist verboten.

Geltende Fassung**Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen**

§ 34. (1) Jede Form der audiovisuellen kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen, die nur auf Verschreibung erhältlich sind, sowie für Medizinprodukte, die einer Verschreibungspflicht gemäß einer Verordnung nach § 100 des Medizinproduktegesetzes, BGBl. Nr. 657/1996, unterliegen, ist untersagt.

(2) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alle anderen Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutischen Behandlungen muss leicht als solche erkennbar, ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden.

(3) und (4) ...

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke

§ 35. Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke muss folgenden Kriterien entsprechen:

1. bis 6. ...

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation und Schutz von Minderjährigen

§ 36. (1) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen.

(2) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutz Minderjähriger:

1. ...

Vorgeschlagene Fassung**Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen**

§ 34. (1) Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen, die nur auf Verschreibung erhältlich sind, sowie für Medizinprodukte, die einer Verschreibungspflicht gemäß einer Verordnung nach § 100 des Medizinproduktegesetzes, BGBl. Nr. 657/1996, unterliegen, ist untersagt.

(2) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alle anderen Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutischen Behandlungen muss leicht als solche erkennbar, ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden, ebenso darf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen Tieren nicht schaden.

(3) und (4) ...

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke

§ 35. (1) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke muss folgenden Kriterien entsprechen:

1. bis 6. ...

(2) Jeder Mediendienstanbieter hat Richtlinien über auf alkoholische Getränke bezogene audiovisuelle kommerzielle Kommunikation vor, nach und in Kindersendungen zu erstellen und zu beachten. Die Richtlinien haben Bestimmungen zu enthalten, welche Formen und Inhalte audiovisueller kommerzieller Kommunikation in diesem Umfeld unangebracht sind. Die Richtlinien sind leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen. Für die Beurteilung, was unangebracht ist, sind die Erkenntnisse und Empfehlungen einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation (§ 33 Abs. 3b KOG) heranzuziehen.

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation und Schutz von Minderjährigen

§ 36. (1) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation darf nicht zur körperlichen, geistigen oder sittlichen Beeinträchtigung Minderjähriger führen.

(2) Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutz Minderjähriger:

1. ...

Geltende Fassung

2. Sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.
3. und 4. ...

(3) Jeder Mediendiensteanbieter hat für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation bei und in Kindersendungen betreffend Lebensmittel und Getränke, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung wie insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker enthalten, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, Richtlinien zu erlassen und diese leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

Produktplatzierung

§ 38. (1) Produktplatzierung ist vorbehaltlich der Regelungen der Abs. 2 und 3 unzulässig.

(2) Nicht unter das Verbot des Abs. 1 fällt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise im Hinblick auf ihre Einbeziehung in eine Sendung.

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.

(4) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.
2. und 3. ...

Vorgeschlagene Fassung

2. Sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu **anregen**, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.
3. und 4. ...

(3) Jeder Mediendiensteanbieter hat in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel und Getränke, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung wie insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker enthalten, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, Richtlinien zu erstellen und zu beachten. Die Richtlinien haben darzustellen, welche Formen der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation vor, nach und in Kindersendungen unangebracht sind. Sie sind leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen. Für die Beurteilung, was unangebracht ist, sind die Erkenntnisse und Empfehlungen einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation (§ 33 Abs. 3b KOG) heranzuziehen.

Produktplatzierung

§ 38. (1) Produktplatzierung ist mit Ausnahme von Nachrichtensendungen, Sendungen zur politischen Information, Verbrauchersendungen, Sendungen religiösen Inhalts sowie Kindersendungen unter Einhaltung der nachfolgenden Bestimmungen gestattet.

(2) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, müssen folgenden Anforderungen genügen:

1. Ihr Inhalt und bei Fernsehprogrammen ihr Programmplatz, bei audiovisuellen Abrufdiensten auch ihre Platzierung im Katalog, dürfen keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.
2. und 3. ...

Geltende Fassung

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

(5) Unbeschadet der Regelung des § 33 dürfen Sendungen jedenfalls auch keine Produktplatzierungen zu Gunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.

(6) Abs. 4 Z 4 kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Mediendiensteanbieter selbst oder von einem mit dem Mediendiensteanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und der Mediendiensteanbieter keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatte.

8. Abschnitt

Besondere Anforderungen an audiovisuelle Mediendienste auf Abruf

Schutz von Minderjährigen

§ 39. (1) Bei audiovisuellen Mediendiensten, deren Inhalte die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, ist vom Mediendiensteanbieter durch geeignete Maßnahmen der Zugangskontrolle sicherzustellen, dass diese von Minderjährigen üblicherweise nicht wahrgenommen werden können.

- (2) Sonstige gesetzliche Verbote bleiben unberührt.

Vorgeschlagene Fassung

4. Sie sind zu Sendungsbeginn und -ende sowie bei Fortsetzung einer Sendung nach einer Werbeunterbrechung eindeutig durch einen Hinweis **über das Vorhandensein einer Produktplatzierung** zu kennzeichnen, um jede Irreführung des Zuschauers zu verhindern.

(3) Unbeschadet der Regelung des § 33 dürfen Sendungen jedenfalls auch keine Produktplatzierungen zu Gunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen **oder von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern** ist.

(4) Abs. 2 Z 4 kommt nicht zur Anwendung, sofern die betreffende Sendung nicht vom Mediendiensteanbieter selbst oder von einem mit dem Mediendiensteanbieter verbundenen Unternehmen produziert oder in Auftrag gegeben wurde und der Mediendiensteanbieter keine Kenntnis vom Vorliegen einer Produktplatzierung hatte.

Zugang und Kennzeichnung zum Schutz Minderjähriger

§ 39. (1) **Inhalte in audiovisuellen Mediendiensten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, dürfen vom Mediendiensteanbieter nur so bereitgestellt werden, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht wahrgenommen werden können.**

(2) **Im Fall von Fernsehprogrammen ist dafür jedenfalls durch die Wahl der Sendezeit zu sorgen. Die unverschlüsselte Ausstrahlung von Sendungen im Sinne des Abs. 1 im Fernsehen ist durch akustische Zeichen anzukündigen und durch optische Mittel während der gesamten Sendung kenntlich zu machen. Fernsehprogramme dürfen keine Sendungen enthalten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornografie oder grundlose Gewalttätigkeiten enthalten.**

(3) **Im Übrigen dürfen die schädlichsten Inhalte, wie insbesondere grundlose Gewalttätigkeiten und solche, die sich auf die unreflektierte Darstellung sexueller Handlungen beschränken, oder die Sendungsteile beinhalten, die auf die Darstellung derartiger Inhalte reduziert sind, nur bereitgestellt werden, wenn durch**

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

Maßnahmen wie insbesondere Altersverifikationssysteme oder vergleichbare Maßnahmen der Zugangskontrolle sichergestellt ist, dass Minderjährige diese Inhalte üblicherweise nicht verfolgen können.

(4) Die Mediendiensteanbieter haben Verhaltensrichtlinien zu erstellen und zu beachten, wie sie

1. den Zuschauern ausreichende Informationen zur Beurteilung der potenziellen Schädlichkeit von Inhalten zur Verfügung zu stellen haben und dazu
2. die in Abs. 1 beschriebenen Inhalte durch für den Nutzer leicht verständliche Symbole und Altershinweise zu kennzeichnen haben.

Die Mediendiensteanbieter haben zur Sicherstellung bundesweit einheitlicher Verhaltensrichtlinien die Initiativen zur Einrichtung und Effizienz der Selbstregulierung (§ 32a KOG) zu unterstützen und dazu beizutragen.

(5) Die Mediendiensteanbieter haben im Wege des Berichts einer Einrichtung der Selbstkontrolle der Regulierungsbehörde über den Stand der Umsetzung der Verpflichtung zur Kennzeichnung und Bereitstellung von Informationen (Abs. 4 Z 1 und 2) zu berichten (vgl § 32a Abs. 2 Z 5 KOG). Die Regulierungsbehörde hat in ihrem Tätigkeitsbericht (§ 19 KOG) den Umsetzungsstand hinsichtlich der in Absatz 4 beschriebenen Verpflichtung darzustellen. Sie kann diesem Bericht eine für die weitere Verbesserung der Wirksamkeit der Kennzeichnung und Information erstellte Evaluierung anschließen.

(6) Stellt die Regulierungsbehörde fest, dass im Wege der Selbstregulierung (§ 32a KOG) innerhalb von sechs Monaten ab Inkrafttreten des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2020, keine Einrichtung der Selbstregulierung im Sinne von § 32a KOG gegründet wurde und innerhalb einer weiteren Frist von zwei Monaten auch keine Verhaltensrichtlinien zustande gekommen sind, die alle Mediendiensteanbieter einschließlich des Österreichischen Rundfunks zur Bewertung und Kennzeichnung von Sendungen im Sinne von Abs. 1 heranziehen, so hat sie innerhalb von sechs Monaten gerechnet ab der Feststellung der Regulierungsbehörde durch Verordnung festzulegen, in welcher Art und Weise alle Mediendiensteanbieter

1. den Zuschauern ausreichende Informationen zur Beurteilung der potenziellen Schädlichkeit von Inhalten zur Verfügung zu stellen haben und

Geltende Fassung**Förderung europäischer Werke**

§ 40. (1) Mediendienstanbieter von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf haben in der Präsentation ihrer Programmkatalogen europäische Werke dadurch zu fördern, dass diese angemessen herausgestellt oder gekennzeichnet werden.

Vorgeschlagene Fassung

2. die in Abs. 1 beschriebenen Inhalte durch eine für den Nutzer leicht verständliches Symbol mit einem Altershinweise zu kennzeichnen haben.

Vor Erlassung der Verordnung ist den einschlägigen Interessenverbänden im Bereich der audiovisuellen Mediendienste und des Jugendschutzes sowie dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, dem Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend, dem Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz und dem Bundesministerium für Justiz Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben. Die so befassten Stellen haben der Regulierungsbehörde Vorschläge über die Ausgestaltung der Kennzeichnung zu unterbreiten. Die Regulierungsbehörde hat regelmäßig, zumindest im Abstand von zwei Jahren zu prüfen, ob weiterhin Bedarf für eine Regelung im Weg der Verordnung besteht. Gelangt sie nach Anhörung der vorstehend genannten Bundesministerien zum Ergebnis, dass im Wege einer den Vorgaben in § 32a KOG entsprechenden Selbstregulierung ausreichende und effiziente Vorkehrungen im Sinne der Z 1 und 2 getroffen sind, so hat sie die Verordnung aufzuheben.

(7) Die Anforderungen nach Abs. 1 gelten nicht für Nachrichten und Sendungen zur politischen Information. Sonstige gesetzliche Verbote bleiben unberührt.

8. Abschnitt**Europäische Werke in Abrufdiensten****Mindestanteil und Kennzeichnung**

§ 40. (1) Mediendienstanbieter audiovisueller Mediendienste auf Abruf haben dafür zu sorgen, dass

1. im Jahresdurchschnitt berechnet zumindest 30% der Titel im jeweiligen Katalog europäische Werke sind und
2. in der Präsentation ihrer Sendungskataloge diese europäischen Werke gegenüber anderen Werken angemessen durch eine eindeutige Kennzeichnung hervorgehoben werden.

Geltende Fassung

(2) Mediendienstanbieter haben der Regulierungsbehörde auf deren Aufforderung eine Aufstellung der nach Abs. 1 getroffenen Maßnahmen zu übermitteln. Die Regulierungsbehörde hat die erhobenen Daten dem Bundeskanzler zusammengefasst zu übermitteln.

Vorgeschlagene Fassung

(2) Die Regulierungsbehörde hat unter Zugrundelegung der gemäß Art. 13 Abs. 7 der Richtlinie über Audiovisuelle Mediendienste 2010/13/EU, ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010, S. 1, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808, ABl. Nr. L 303 vom 28.11.2018, von der Europäischen Kommission erlassenen Leitlinien durch Verordnung näher zu bestimmen,

1. wie die Ermittlung des auf die Anzahl der Titel bezogenen Mindestanteils insbesondere auch im Fall von Serien und deren Staffeln sowie im Fall von finanziell aufwändigeren Produktionen zu erfolgen hat, sowie welche Daten zu übermitteln sind und

2. welche Umsätze, Beschäftigtenzahl und Zuschauerzahlen als gering anzusehen sind, sodass Mediendienstanbieter die mit ihren Diensten diese Kennzahlen nicht erreichen von den Verpflichtungen nach Abs. 1 und 2 entbunden sind. Jedenfalls ausgenommen sind Mediendienste auf Abruf, die aufgrund ihrer inhaltlichen Ausrichtung ausschließlich oder fast vollständig aus Inhalten aus dem außereuropäischen Raum bestehen.

(3) Mediendienstanbieter haben der Regulierungsbehörde für jedes Kalenderjahr bis zum 15. Februar des Folgejahres die Aufstellung der Daten über die Erreichung des Mindestanteils und eine beschreibende Darstellung der nach Abs. 1 getroffenen Maßnahmen zur Kennzeichnung zu übermitteln. Die Regulierungsbehörde hat die so erhobenen Daten dem Bundeskanzler in einer für die Berichterstattung an die Europäische Kommission geeigneten Weise zu übermitteln.

9. Abschnitt**Besondere Anforderungen an Fernsehprogramme und -sendungen****Schutz von Minderjährigen**

§ 42. (1) bis (4)

Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Spirituosen

§ 42a. Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Spirituosen ist untersagt.

Unterbrechung von Sendungen

§ 44. (1) und (2) ...

9. Abschnitt**Besondere Anforderungen an Fernsehprogramme und -sendungen****Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Spirituosen**

§ 42. Jede Form der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation für Spirituosen ist untersagt.

Unterbrechung von Sendungen

§ 44. (1) und (2) ...

Geltende Fassung

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

(4) Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden.

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) Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen sind

1. Hinweise des Rundfunkveranstalters auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind;
2. Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit;
3. Kostenlose Spendenaufrufe zu wohltätigen Zwecken;
4. ungestaltete An- und Absagen von Patronanzsendungen;
5. ...

6. Sendezeiten für ideelle Werbung.

(3) und (4) ...

Auskunfts-, Aufzeichnungspflichten

§ 47. (1) Die Rundfunkveranstalter haben auf ihre Kosten von allen ihren Sendungen Aufzeichnungen herzustellen und mindestens zehn Wochen lang aufzubewahren. Über Verlangen haben sie der Regulierungsbehörde die gewünschten Aufzeichnungen zur Verfügung zu stellen. Überdies haben sie

Vorgeschlagene Fassung

(3) Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und **Dokumentationen**), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung und Teleshopping unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt.

(4) Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung oder Teleshopping unterbrochen werden. **Teleshopping während einer Kindersendung ist untersagt.**

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) Nicht in die höchstzulässige Dauer einzurechnen **ist die Dauer von**

1. Hinweisen **eines Fernsehveranstalters** auf eigene Sendungen und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind;
2. Beiträgen **n** im Dienst der Öffentlichkeit;
3. **kostenlosen** Spendenaufrufen **n** zu wohltätigen Zwecken;
4. ungestalteten **n** An- und Absagen von **gesponserten Sendungen**;
5. ...

6. neutralen Einzelbildern zwischen redaktionellem Inhalt und Fernseh- oder Teleshoppingspots sowie zwischen einzelnen derartigen Spots;

7. Sendezeiten für ideelle Werbung.

(3) und (4) ...

Auskunfts-, Aufzeichnungspflichten

§ 47. (1) Die **Fernsehveranstalter** haben auf ihre Kosten von allen ihren Sendungen Aufzeichnungen herzustellen und mindestens zehn Wochen lang aufzubewahren. Über Verlangen haben sie der Regulierungsbehörde die gewünschten Aufzeichnungen zur Verfügung zu stellen. Überdies haben sie

Geltende Fassung

jedermann, der ein rechtliches Interesse daran darzutun vermag, Einsicht in die Aufzeichnungen zu gewähren. Ist wegen einer Sendung ein Verfahren vor der Regulierungsbehörde anhängig, so besteht die Aufbewahrungspflicht bezüglich dieser Sendung bis zum Abschluss des Verfahrens.

(2) Jeder Rundfunkveranstalter hat bei Fernsehprogrammen am Anfang und am Ende seiner Sendezeit sowie in regelmäßigen Abständen während des Programms Namen und Anschrift des Rundfunkveranstalters und die Namen der verantwortlichen Redakteure zu benennen.

(3) und (4) ...

Aufrufe in Krisen- und Katastrophenfällen

§ 48. Den Bundes- und Landesbehörden und den Behörden der im jeweiligen Versorgungsgebiet gelegenen Gemeinden ist für Aufrufe in Krisen- und Katastrophenfällen und für andere wichtige Meldungen an die Allgemeinheit sowie Privaten für Aufrufe in begründeten und dringenden Notfällen zur Vermeidung von Gefahren für Gesundheit und Leben von Menschen zu jeder Zeit die notwendige und zweckentsprechende Sendezeit kostenlos zur Verfügung zu stellen.

Berichtspflicht

§ 52. Fernsehveranstalter haben bis zum 30. Mai eines jeden Jahres der Regulierungsbehörde über die Durchführung der §§ 50 und 51 schriftlich zu berichten. Die Regulierungsbehörde hat der Bundesregierung bis zum 30. Juni eines jeden Jahres einen zusammenfassenden Bericht zu übermitteln.

Vorgeschlagene Fassung

jedermann, der ein rechtliches Interesse daran darzutun vermag, Einsicht in die Aufzeichnungen zu gewähren. Ist wegen einer Sendung ein Verfahren vor der Regulierungsbehörde anhängig, so besteht die Aufbewahrungspflicht bezüglich dieser Sendung bis zum Abschluss des Verfahrens.

(2) Fernsehveranstalter haben am Anfang und am Ende ihrer Fernsehprogramme sowie in regelmäßigen Abständen während des Programms eindeutig auf den Namen des Veranstalters und die Namen der verantwortlichen Redakteure hinzuweisen.

(3) und (4) ...

Berichtspflicht

§ 52. Fernsehveranstalter haben bis zum 15. Februar eines jeden Jahres der Regulierungsbehörde über die Durchführung der §§ 50 und 51 schriftlich in Form einer Darstellung der Daten und Prozentsätze pro Programm samt einer Begründung für den Fall der Unterschreitung der Quoten zu berichten. Die Regulierungsbehörde hat der Bundesregierung bis zum 30. Juni eines jeden Jahres einen zusammenfassenden Bericht zu übermitteln.

9a. Abschnitt**Zustimmungslose Änderungen an audiovisuellen Inhalten****Überblendung von Sendungen**

§ 54a. (1) Ein audiovisueller Mediendienst darf nicht ohne die ausdrückliche Zustimmung des Mediendiensteanbieters zu kommerziellen Zwecken vollständig oder auch nur teilweise verändert oder überblendet werden. Als Veränderung oder Überblendung gelten jedenfalls

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

1. die Unterbrechung oder Überblendung von Sendungen durch audiovisuelle kommerzielle Kommunikation (§ 2 Z 2) oder
2. soweit nicht schon nach Z 1 erfasst, die Einfügung kommerzieller Kommunikation im Sinne von § 3 Z 6 E-Commerce-Gesetz (ECG), BGBl. I Nr. 152/2001, oder
3. das vollständige oder teilweise Ersetzen von Inhalten eines audiovisuellen Mediendienstes durch andere Inhalte.

(2) Überblendungen oder Veränderungen,

1. die vom Seher oder Nutzer eines audiovisuellen Mediendienstes zum eigenen Gebrauch veranlasst oder vorgenommen werden, wie etwa Überblendungen
 - a. zur gleichzeitig mit dem Konsum einer Sendung erfolgenden Nutzung eines Dienstes zur individuellen Kommunikation,
 - b. zur Untertitelung oder für vergleichbare Mittel zur Herstellung der Barrierefreiheit,
 - c. mit Steuerungselementen, wie etwa Lautstärkeregler, Suchfunktionen, Navigationsmenüs oder Senderübersichten, die für die Bedienung des Wiedergabegeräts oder das Anwählen des Dienstes erforderlich sind, sowie
2. die von Dritten ausnahmsweise veranlasst werden, um aktuelle Warnhinweise oder andere Informationen von öffentlichem Interesse (§ 30a) zu verbreiten,

sind von der Zustimmungspflicht des Mediendienstanbieters ausgenommen.

(3) Als im Sinne von Abs. 1 zustimmungspflichtige Änderungen gelten auch nicht

1. die aus den bei der Übertragung eines audiovisuellen Mediendienstes eingesetzten Datenkomprimierungsverfahren zur Reduktion der Größe einer Datei resultierenden technischen Änderungen oder
2. der Einsatz sonstiger technischer Verfahren zur Anpassung der Form eines audiovisuellen Mediendienstes an den Verbreitungsweg insbesondere bei der Bildauflösung oder der Codierung,

solange nur die technische Darstellungsweise, keinesfalls aber der verbreitete Inhalt verändert wird.

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung****Herausgabe des erlangten wirtschaftlichen Vorteils**

§ 54b. (1) Stellt die Regulierungsbehörde in einem Verfahren nach § 64 Abs. 4 fest, dass ein Verstoß gegen § 54a vorliegt, so hat sie in einem eigenen Verfahren auf Antrag des Mediendienstanbieters, dessen Zustimmung einzuholen gewesen wäre, mit Bescheid festzustellen, inwieweit ein Dritter durch den Verstoß einen wirtschaftlichen Vorteil erlangt hat. Die Behörde hat ferner einen Betrag in der Höhe des erlangten wirtschaftlichen Vorteils festzusetzen und für abgeschöpft zu erklären. Der abgeschöpfte Betrag fließt dem betroffenen Mediendienstanbieter zu.

(2) Die einer Verwaltungsübertretung überführte Person hat der Regulierungsbehörde auf Anfrage alle Informationen zur Verfügung zu stellen, ihr alle Auskünfte zu erteilen und ihr Einsicht in alle Aufzeichnungen und Bücher zu gewähren, soweit dies erforderlich ist, um den wirtschaftlichen Vorteil feststellen zu können. Ferner ist dem betroffenen Mediendienstanbieter Rechnung zu legen und deren Richtigkeit durch einen Sachverständigen zu prüfen. Wenn sich dabei ein höherer Betrag als aus der Rechnungslegung ergibt, sind die Kosten der Prüfung vom Zahlungspflichtigen zu tragen. Soweit die Regulierungsbehörde den Abschöpfungsbetrag aus Informationen, Auskünften, Aufzeichnungen oder Büchern nicht ermitteln oder berechnen kann, hat sie ihn zu schätzen. Dabei sind alle Umstände zu berücksichtigen, die für die Schätzung von Bedeutung sind.

9b. Abschnitt**Video-Sharing-Plattformanbieter****Niederlassung, Verzeichnis**

§ 54c. (1) Die Bestimmungen dieses Abschnitts gelten für Video-Sharing-Plattformen von im Inland im Sinne von § 3 Z 3 ECG niedergelassenen Plattformanbietern.

(2) Für die Zwecke der Anwendung dieses Abschnitts gilt ein Plattformanbieter, abgesehen von Fällen nach Abs. 1, auch dann als im Inland niedergelassen, wenn er zwar nicht selbst im Inland und auch nicht in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union niedergelassen ist, allerdings

1. sein Mutterunternehmen im Inland niedergelassen ist, oder

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

2. sein Mutterunternehmen zwar weder im Inland noch sonst in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union niedergelassenen ist, aber ein Tochterunternehmen im Inland niedergelassen ist oder

3. weder das Mutterunternehmen noch ein Tochterunternehmen in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union niedergelassenen ist, aber ein anderes Unternehmen aus der Unternehmensgruppe des Video-Sharing-Plattformanbieters im Inland niedergelassen ist.

(3) Hat der Plattformanbieter zwei oder mehr Tochterunternehmen, von denen eines im Inland und die anderen in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union niedergelassen sind, so gilt er dann als im Inland niedergelassen, wenn das im Inland niedergelassene Tochterunternehmen seine Geschäftstätigkeit noch vor den anderen Tochterunternehmen aufgenommen hat, vorausgesetzt, dass es weiterhin über eine stabile und effektive Verbindung mit der Wirtschaft im Inland verfügt. Existieren mehrere Unternehmen der Unternehmensgruppe und sind diese jeweils in unterschiedlichen Mitgliedstaaten und im Inland niedergelassen, so gilt der Plattformanbieter dann als im Inland niedergelassen, wenn das im Inland niedergelassene Unternehmen seine Geschäftstätigkeit noch vor allen anderen dieser Unternehmen aufgenommen hat, vorausgesetzt, dass es über eine stabile und effektive Verbindung mit der Wirtschaft im Inland verfügt.

(4) Von Abs. 1 bis 3 erfasste Plattformanbieter haben ihre Tätigkeit spätestens zwei Monate nach Aufnahme der Regulierungsbehörde anzuzeigen. Die Anzeige hat neben Namen, Adresse und allfälligen Vertretern und Zustellungsbevollmächtigten auch Nachweise über die für die Bestimmung der Rechtshoheit relevanten Tatsachen (Niederlassung) vorzulegen. Die Plattformanbieter haben die genannten Daten jährlich zu aktualisieren und bis 31. Dezember eines jeden Jahres der Regulierungsbehörde zu übermitteln.

(5) Die Regulierungsbehörde hat ein Verzeichnis der im Inland niedergelassenen oder als niedergelassen geltenden Plattformanbieter zu führen und geeignet zu veröffentlichen. In dem Verzeichnis ist anzugeben, auf welchem der vorstehenden Absätze die Niederlassung in Österreich beruht und sich damit die Zuständigkeit der Regulierungsbehörde ergibt. Das jedenfalls jährlich zu aktualisierende Verzeichnis hat deklarative Wirkung. Gelangt die Regulierungsbehörde bei Erfüllung ihrer Aufgaben zur Auffassung, dass die im Verzeichnis enthaltenen Angaben nicht mehr den Tatsachen entsprechen, hat sie die entsprechende Richtigstellung vorzunehmen.

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung****Verbotene und schädliche Inhalte**

§ 54d. (1) Verbotene Inhalte im Sinne dieses Abschnitts sind solche, deren an die Öffentlichkeit gerichtete Bereitstellung auf einer Video-Sharing-Plattform

1. einen der folgenden objektiven Tatbestände erfüllt: Pornografische Darstellungen Minderjähriger (§ 207a StGB, BGBI. Nr. 60/1974), Aufforderung zu terroristischen Straftaten und Gutheißung terroristischer Straftaten (§ 282a StGB), Verhetzung (§ 283 StGB),
2. soweit sie nicht schon unter § 283 StGB fällt, sonst eine Aufstachelung zu Gewalt oder Hass gegen eine Gruppe oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe wegen des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der ethnischen oder sozialen Herkunft, der genetischen Merkmale, der Sprache, der Religion oder der Weltanschauung, der politischen oder sonstigen Anschauung, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung darstellt.

(2) Schädliche Inhalte sind solche, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung Minderjähriger beeinträchtigen können.

Geeignete Maßnahmen

§ 54e. (1) Plattformanbieter haben

1. ein System zu betreiben, durch das Nutzer mittels leicht auffindbarer, ständig verfügbarer und einfach handhabbarer Funktionalitäten auf der Video-Sharing-Plattform
 - a. dort verfügbare Inhalte für Dritte einsehbar bewerten können,
 - b. Inhalte mitsamt den für eine Beurteilung erforderlichen Angaben dem Plattformanbieter melden können und
 - c. den Nutzern erklärt wird, wie mit ihrer Meldung (lit. b) verfahren wird und was das Ergebnis des betreffenden Verfahrens war;
2. dafür zu sorgen, dass gemeldete Inhalte, soweit sie bei Anwendung durchschnittlicher Sorgfalt als einem der in § 54d Abs. 1 genannten Tatbestände unterfallend qualifiziert werden können, unverzüglich und ohne schuldhaftes Zögern, entweder entfernt werden oder der Zugang dazu gesperrt wird;
3. zu gewährleisten, dass

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

a. der Nutzer, der die Meldung erstattet hat und – soweit sich dieser ohne unverhältnismäßig großen Aufwand feststellen lässt – jener Nutzer, der den betreffenden Inhalt zum Austausch hochgeladen hat, ohne unnötigen Aufschub über die wesentlichen Entscheidungsgründe zur Erledigung der betreffenden Meldung einschließlich des allfälligen Zeitpunkts einer Entfernung oder Sperre in Kenntnis gesetzt werden und

b. die in lit. a genannten Nutzer über die Möglichkeit der Teilnahme an einem Schlichtungsverfahren (§ 54f) informiert werden.

(2) Zur Erhöhung der Wirksamkeit der in Abs. 1 angeführten technischen und organisatorischen Maßnahmen hat der Plattformanbieter zu sorgen für

1. die Erlassung und Kundmachung von einfach verständlichen, leicht auffindbaren Allgemeinen Geschäftsbedingungen, in welchen auch die angebotenen Dienste beschrieben werden, mit verständlichen Erläuterungen über die für von Nutzern bereitgestellte Inhalte anwendbaren Bestimmungen;

2. die Anzeige dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen und jeder Änderung davon an die Regulierungsbehörde;

3. die Aufbewahrung von Aufzeichnungen einer Veröffentlichung jedenfalls für die Dauer von zehn Wochen ab Eingang einer Meldung.

(3) Der Plattformanbieter hat darüber hinaus dafür zu sorgen, dass

1. insbesondere durch leicht verständliche schrittweise Erklärungen oder Warnhinweise für die Nutzer beim Hochladen von Inhalten die Allgemeinheit unabhängig vom in Abs. 1 dargestellten Meldeverfahren ein umfassender Schutz vor Inhalten gemäß § 54d Abs. 1 gewährleistet wird;

2. in § 54d Abs. 2 beschriebene audiovisuelle Inhalte, etwa im Wege von Systemen elterlicher Kontrolle, ausschließlich so bereitgestellt werden, dass diese üblicherweise nicht von Minderjährigen verfolgt werden können und solche Inhalte mittels einer leicht handhabbaren und leicht verständlichen Funktion von den Nutzern bewertet werden können, wobei jedenfalls Inhalte mit grundloser Gewalt und Inhalte, die sich überwiegend auf die unreflektierte Darstellung sexueller Handlungen (§ 39 Abs. 3) beschränken, einer wirksamen Zugangskontrolle im Wege einer Altersverifikation unterliegen müssen;

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

3. er zur Sensibilisierung der Nutzer auf seiner Website ständig leicht und unmittelbar auffindbar entweder eigene Angebote zur Erhöhung der Medienkompetenz bereitstellt oder zumindest durch eine auf der Einstiegsseite der Website deutlich sichtbare Kennzeichnung und Gestaltung auf das von der RTR-GmbH (§ 20a KOG) bereitgestellte Informationsangebot und ergänzend auf entsprechende Angebote Dritter hinweist;

4. ein transparentes und leicht zu handhabendes Verfahren bereitstellt, mit dem Nutzer sich über die unzulängliche Umsetzung der Verpflichtungen nach Abs. 1 oder Abs. 3 Z 2 beim Plattformanbieter beschweren können.

(4) Bei in Sendungen oder nutzergenerierten Videos enthaltener oder diesen beigefügter audiovisueller kommerzieller Kommunikation (§ 2 Z 2 Satz 1 lit. a und Satz 2 und 3) hat der Plattformanbieter sicherzustellen, dass

1. jedenfalls den in §§ 31, 33 bis 36 geregelten Anforderungen entsprochen wird, wenn diese vom Plattformanbieter selbst vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wurde;

2. mittels der nach Abs. 2 Z 1 erforderlichen AGB, soweit möglich, auch die Nutzer der Plattform dazu verhalten werden, bei den von ihnen auf die Video-Sharing-Plattform hochgeladenen Inhalten die §§ 31, 33 bis 36 einzuhalten;

3. für den Nutzer, der einen Inhalt hochlädt, eine Funktion vorhanden ist, mit der er erklären kann, ob der Inhalt nach dem ihm zumutbaren Kenntnisstand derartige Kommunikation enthält;

4. bei Inhalten, die solche Kommunikation enthalten, eindeutig erkennbar darauf hingewiesen wird, vorausgesetzt der Plattformanbieter hat wegen einer Erklärung nach Z 3 oder aus anderem Grund davon Kenntnis.

Schlichtung

§ 54f. (1) Ein Nutzer kann einen Beschwerdefall über

1. die mangelnde Funktionsfähigkeit

a. des eingerichteten Melde- und Bewertungssystems nach § 54e Abs. 1 Z 1 bis 3;

b. des eingesetzten Systems elterlicher Kontrolle oder der Altersverifikation nach § 54e Abs. 3 Z 2;

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

c. der Werkzeuge zur Kennzeichnung audiovisueller kommerzieller Kommunikation nach § 54e Abs. 4 Z 3;

d. des Beschwerdesystems nach § 54e Abs. 3 Z 4 und

2. die Gesetzeskonformität der gemäß § 54e Abs. 2 Z 1 i.V.m Abs. 4 Z 2 erstellten AGB;

der Schlichtungsstelle zur Beurteilung vorlegen.

In den in Z 1 und Z 2 genannten Fällen ist für die Anrufung der Schlichtungsstelle Voraussetzung, dass sich der Nutzer zuvor (§ 54e Abs. 3 Z 4) an den Plattformanbieter gewandt hat und die beiden Streitparteien keine Beilegung der Streitigkeit erreichen konnten. Die Schlichtungsstelle hat eine einvernehmliche Lösung durch Erarbeitung eines Lösungsvorschlags herbeizuführen oder dem Nutzer ihre Ansicht zum herangetragenen Fall mitzuteilen.

(2) Die Schlichtungsstelle hat nach Anhörung der Regulierungsbehörde Richtlinien für die Durchführung dieses Schlichtungsverfahrens festzulegen, wobei insbesondere der jeweiligen Sachlage angepasste Fristen für die Beendigung des Verfahrens zu bestimmen sind. Die Richtlinien haben sich an den Grundsätzen des § 6 Abs. 2 und Abs. 6 Z 1, § 7 Abs. 1, § 8 Abs. 1 Z 1 und 2 und Abs. 2 des Alternative Streitbeilegung-Gesetzes (AstG), BGBl. I Nr. 105/2015, zu orientieren und sind in geeigneter Form zu veröffentlichen.

(3) Die Schlichtungsstelle hat über die anhängig gemachten Fälle jährlich einen Bericht zu erstellen, der im Rahmen des Tätigkeitsberichts nach § 19 Abs. 2 KOG zu veröffentlichen ist. Darüber hinaus hat die Schlichtungsstelle der Regulierungsbehörde monatlich eine Zusammenfassung über Anzahl, Art und Inhalt der von ihr erledigten und der neuen Beschwerdefälle zu übermitteln und darin auf Auffälligkeiten hinzuweisen.

Überprüfung ergriffener Maßnahmen

§ 54g. (1) Die Regulierungsbehörde hat bei

1. wiederholten Beschwerden (§ 54f) über die von einem Plattformanbieter ergriffenen Maßnahmen;

2. Fehlen

a. eines Melde- und Bewertungssystems (§ 54e Abs. 1 Z 1) oder eines Beschwerdesystems (§ 54e Abs. 3 Z 4),

b. von AGB (§ 54e Abs. 2 Z 1),

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

c. von Informationsangeboten zur Medienkompetenz (§ 54e Abs. 3 Z 3);

3. mangelnder Übereinstimmung mit den Anforderungen an audiovisuelle kommerzielle Kommunikation und der Kennzeichnung solcher Kommunikation (§ 54e Abs. 4 Z 1 bis 4);

4. von ihr vermuteten schwerwiegenden Rechtsverletzungen wie insbesondere

a. der Verfügbarkeit verbotener Inhalte (§ 54d Abs. 1 i.V.m. § 54e Abs. 1 Z 2) auf der Video-Sharing-Plattform oder des Fehlens einer dem Schutz vor solchen Inhalten dienenden Funktion (§ 54 Abs. 3 Z 1) oder

b. mangelnder Wirksamkeit der Zugangskontrolle durch Altersverifikation (§ 54e Abs. 3 Z 2)

von Amts wegen ein Verfahren zur Überprüfung der Angemessenheit der vom Plattformanbieter getroffenen Maßnahmen zur Erfüllung der in § 54e normierten Anforderungen einzuleiten.

(2) Gelangt die Regulierungsbehörde aufgrund der Häufigkeit und Art der Beschwerden zur Ansicht, dass die vom Plattformanbieter ergriffenen Maßnahmen mangelhaft sind, oder stellt sie fest, dass ein Verstoß im Sinne von Abs. 1 Z 2 oder 3 vorliegt oder kommt sie zur Auffassung, dass eine schwerwiegende Rechtsverletzung vorliegt, so hat die Regulierungsbehörde

1. außer in den Fällen der Z 2 dem Mediendiensteanbieter mit Bescheid aufzutragen, den rechtmäßigen Zustand herzustellen und geeignete Vorkehrungen zu treffen, um künftige Rechtsverletzungen zu vermeiden; der Plattformanbieter hat diesem Bescheid binnen der von der Regulierungsbehörde festgesetzten, längstens vierwöchigen Frist zu entsprechen und darüber der Regulierungsbehörde zu berichten;

2. in den Fällen, in denen gegen einen Plattformanbieter bereits mehr als einmal ein Bescheid gemäß Z 1 ergangen ist oder wenn der Plattformanbieter einem Bescheid gemäß Z 1 nicht entspricht, in einem Verfahren nach § 54h eine Geldbuße zu verhängen.

(3) Bei ihrer Beurteilung der Angemessenheit und beim Auftrag zu geeigneten Vorkehrungen hat die Behörde zu berücksichtigen, dass die dem Plattformanbieter nach diesem Abschnitt abverlangten Maßnahmen nicht in einer allgemeinen Vorabkontrolle der Inhalte resultieren dürfen. Die Maßnahmen wie auch die aufgetragenen Vorkehrungen müssen für die Erreichung der beabsichtigten

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

Ziele – wie insbesondere der Effizienzsteigerung der Schutzmechanismen für die Nutzer, der Einhaltung von Mindeststandards der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation, dem Schutz der Allgemeinheit vor verbotenen und schädlichen Inhalten und der Wahrung der Interessen der von solchen Inhalten individuell betroffenen Personen – unter Berücksichtigung der rechtlichen Interessen der Plattformanbieter geeignet und verhältnismäßig sein.

Geldbußen

§ 54h. (1) Die Regulierungsbehörde hat Geldbußen in der Höhe von bis zu 150 000 Euro über einen Plattformanbieter zu verhängen, wenn dieser

1. entgegen § 54e Abs. 1 Z 1 kein oder kein funktionsfähiges Melde- oder Bewertungssystem bereitstellt;
2. entgegen § 54e Abs. 1 Z 2 oder § 54e Abs. 3 Z 1 keine geeigneten Maßnahmen ergriffen hat, um die Allgemeinheit vor verbotenen Inhalten auf seiner Plattform zu schützen;
3. entgegen § 54e Abs. 3 Z 2 keine geeigneten Maßnahmen ergriffen hat, um dafür zu sorgen, dass schädliche Inhalte üblicherweise nicht von Minderjährigen verfolgt werden können oder im Fall von Inhalten nach § 39 Abs. 3 diese nur im Wege einer wirksamen Zugangskontrolle verfügbar sind;
4. entgegen § 54e Abs. 4 Z 1 bis 4 nicht dafür vorgesorgt hat, dass den die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation betreffenden Anforderungen entsprochen wird.

(2) Bei der Bemessung der Höhe einer Geldbuße sind insbesondere folgende Umstände zu berücksichtigen:

1. Schwere und Dauer des Verstoßes;
2. Finanzkraft des Plattformanbieters, wie sie sich beispielweise aus seinem Gesamtumsatz ablesen lässt;
3. Höhe der erzielten Gewinne;
4. frühere Verstöße des Plattformanbieters.

(3) Die nach dieser Bestimmung verhängten Geldbußen fließen dem Bund zu und sind nach den Regelungen über die Eintreibung von gerichtlichen Geldstrafen einzubringen. Rechtskräftige Bescheide sind Exekutionstitel.

Geltende Fassung**10. Abschnitt
Rechtsaufsicht****Aussetzung der Weiterverbreitung**

§ 56. (1) Die Regulierungsbehörde hat die Weiterverbreitung eines Fernsehprogramms aus einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum bis zu einer Dauer von sechs Monaten durch Verordnung vorläufig zu untersagen, wenn

1. Sendungen in diesem Programm in offensichtlichem, ernstem und schwerwiegendem Widerspruch zu den Anforderungen des § 30 Abs. 2 oder § 42 Abs. 1 und 2 stehen;
2. der Tatbestand der Z 1 bereits mindestens zweimal während der vorangegangenen zwölf Monate verwirklicht wurde;
3. die Regulierungsbehörde dem Rundfunkveranstalter, dem Inhaber des Kabelnetzes oder Satelliten, dem Betreiber des elektronischen Kommunikationsdienstes, dem Multiplex-Betreiber oder dem Programmaggregator im Falle der Verbreitung des Programms im Rahmen seines Programmpakets und der Kommission der Europäischen Union schriftlich die Annahme der Verwirklichung der Tatbestände der Z 1 und 2 sowie die Absicht der vorläufigen Untersagung im Falle der Wiederholung des Tatbestandes nach Z 1 mitgeteilt hat und
4. die Konsultationen mit dem Staat, in dem das Programm verbreitet wird, und der Kommission der Europäischen Union innerhalb von 15 Tagen ab der in Z 3 genannten Mitteilung zu keiner gütlichen Regelung geführt haben und der Tatbestand nach Z 1 erneut verwirklicht wird.

Vorgeschlagene Fassung**10. Abschnitt
Rechtsaufsicht****Offensichtliche, ernste und schwerwiegende Verstöße**

§ 56. (1) Die Regulierungsbehörde hat die Weiterverbreitung eines audiovisuellen Mediendienstes aus einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum oder den Zugang zu diesem bis zu einer Dauer von sechs Monaten durch Verordnung vorläufig zu untersagen, wenn

1. der Mediendienst in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen § 30 Abs. 2 Z 1 oder § 39 Abs. 1 und 3 verstößt oder eine Beeinträchtigung oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr einer Beeinträchtigung für die öffentliche Gesundheit darstellt;
2. einer oder mehrere der in Z 1 angeführten Tatbestände bereits mindestens zweimal während der vorangegangenen zwölf Monate verwirklicht wurden;
3. sie dem Mediendiensteanbieter, der Regulierungsbehörde des Mitgliedstaates, dessen Rechtshoheit dieser unterworfen ist, der für die Verbreitungsplattform verantwortlichen Person (Inhaber des Kabelnetzes oder Satelliten, Betreiber des elektronischen Kommunikationsdienstes, dem Multiplex-Betreiber oder Programmaggregator im Falle der Verbreitung des Programms im Rahmen seines Programmpakets) und der Europäischen Kommission (Kommission) schriftlich mitgeteilt hat, dass sie von der Verwirklichung der Tatbestände der Z 1 und 2 ausgeht und sie bei erneutem Auftreten beabsichtigt, die vorläufige Untersagung zu verordnen und
4. dem Mediendiensteanbieter rechtliches Gehör und hierbei insbesondere die Möglichkeit einer Stellungnahme zu den ihm zur Last gelegten Verstößen eingeräumt wurde und
5. die Konsultationen mit dem Staat, dessen Rechtshoheit der betreffende Mediendiensteanbieter unterworfen ist, und der Kommission innerhalb eines Monats nach Eingang der in Z 3 genannten Mitteilung bei der Kommission zu keiner gütlichen Regelung geführt haben und der Tatbestand nach Z 1 erneut verwirklicht wird.

Geltende Fassung

(2) Von der Mitteilung an die Kommission der Europäischen Union gemäß Abs. 1 Z 3 ist die Bundesregierung zu informieren.

(3) Die Verordnung ist aufzuheben, wenn die Kommission der Europäischen Union entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar sind.

(4) Hinsichtlich audiovisueller Mediendienste auf Abruf aus einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum bleiben die Regelungen der §§ 22 und 23 des E-Commerce-Gesetzes (ECG), BGBl. I Nr. 152/2001, unberührt. Verwaltungsbehörde im Sinne dieser Bestimmungen ist die Regulierungsbehörde, die in Ausübung der diesbezüglichen Befugnisse eine Verordnung zu erlassen hat, mit der der Zugang bis zu einer Dauer von sechs Monaten vorläufig untersagt wird.

Vorgeschlagene Fassung

Von der Mitteilung an die Kommission gemäß Abs. 1 Z 3 ist der Bundeskanzler zu informieren. Die Verordnung ist von der Regulierungsbehörde unverzüglich aufzuheben, wenn die Kommission entscheidet, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht unvereinbar sind und dazu auffordert, die Maßnahme unverzüglich zu beenden.

(2) Für den Fall, dass ein audiovisueller Mediendienst aus einer Vertragspartei des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum in offensichtlicher, ernster und schwerwiegender Weise gegen § 30 Abs. 2 Z 2 verstößt oder eine Beeinträchtigung oder eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr einer Beeinträchtigung für die öffentliche Sicherheit einschließlich der Wahrung innerstaatlicher Sicherheits- und Verteidigungsinteressen darstellt, kann die Weiterverbreitung durch Verordnung untersagt werden. Abs. 1 ist mit der Maßgabe anzuwenden, dass

1. es ausreicht, wenn in den vorangegangenen zwölf Monaten bereits einmal ein wie im vorstehenden Satz beschriebener Tatbestand verwirklicht wurde und

2. das Erfordernis der Konsultation (Abs. 1 Z 5) entfällt.

(3) In besonders dringenden Fällen kann bereits beim ersten Verstoß eines Mediendiensteanbieters eine Verordnung spätestens innerhalb eines Monats nach diesem Verstoß erlassen werden, vorausgesetzt, dass

1. dem in Abs. 1 Z 4 geregelten Erfordernis entsprochen wurde und

2. die getroffene Maßnahme abweichend von Abs. 1 Z 3 und Z 5 unter Angabe der konkreten Gründe, warum ein besonders dringender Fall vorliegt, unverzüglich der Regulierungsbehörde des die Rechtshoheit ausübenden Mitgliedstaates und der Kommission mitgeteilt wird.

(4) Für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf aus dem sonstigen Ausland gelten die Regelungen der §§ 22 und 23 ECG sinngemäß. Verwaltungsbehörde im Sinne dieser Bestimmungen ist die Regulierungsbehörde, die in Ausübung der diesbezüglichen Befugnisse eine Verordnung zu erlassen hat, mit der der Zugang bis zu einer Dauer von sechs Monaten vorläufig untersagt wird.

Geltende Fassung

(5) Für audiovisuelle Mediendienste aus dem sonstigen Ausland gelten, soweit nicht § 57 zur Anwendung kommt, die Bestimmungen des Abs. 4 und die Regelungen des § 22 ECG sinngemäß.

Rechtsaufsicht

§ 60. Die Rechtsaufsicht über die Mediendiensteanbieter und Multiplex-Betreiber gemäß diesem Bundesgesetz obliegt der Regulierungsbehörde.

Vorgeschlagene Fassung**Umgehung strengerer Vorschriften**

§ 60. (1) Gelangt die Regulierungsbehörde zum Schluss, dass ein Mediendiensteanbieter, dessen audiovisueller Mediendienst ganz oder vorwiegend auf das österreichische Publikum ausgerichtet ist, sich in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen hat, um im öffentlichen Interesse liegende, gegenüber den Regelungen der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010, S. 1, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808, ABl. Nr. L 303 vom 28.11.2018, ausführlichere oder strengere Bestimmungen dieses Bundesgesetzes zu umgehen, kann sie die zuständige Regulierungsbehörde des anderen Mitgliedstaates kontaktieren, um darum zu ersuchen, sich der festgestellten Schwierigkeiten anzunehmen und gemeinsam ernsthaft und zügig zu einer beiderseits zufriedenstellenden Lösung zusammenzuarbeiten. Die Regulierungsbehörde kann dazu auch das die österreichische Vertretung in den Kontaktausschuss nach Art. 29 der zitierten Richtlinie entsendende Bundeskanzleramt kontaktieren und um Prüfung des Falles im Kontaktausschuss ersuchen.

(2) Die Regulierungsbehörde kann gegen den betreffenden Mediendiensteanbieter angemessene Maßnahmen ergreifen, wenn sie

1. zu dem Schluss gelangt, dass die nach Abs. 1 unternommenen Schritte keine zufriedenstellenden Ergebnisse erbracht haben, und
2. es anhand von Belegen oder Indizien als hinreichend glaubhaft gemacht ansieht (der Nachweis der Umgehungsabsicht ist nicht erforderlich), dass der betreffende Mediendiensteanbieter sich in dem anderen Mitgliedstaat niedergelassen hat, um strengere oder ausführlichere Bestimmungen dieses Bundesgesetzes zu umgehen und
3. der Kommission und dem anderen Mitgliedstaat und dessen Regulierungsbehörde die Absicht mitgeteilt hat, derartige Maßnahmen zu ergreifen, und die Gründe dargelegt, auf die sich ihre Beurteilung stützt und

Geltende Fassung**Beschwerden**

§ 61. (1) 1. bis 4. ...

5. des Vereins für Konsumenteninformation hinsichtlich der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und §§ 42a bis 46 in Bezug auf die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation in Fernsehprogrammen;

6. ...

(2) ...

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. dem betreffenden Mediendiensteanbieters rechtliches Gehör gewährt und insbesondere Gelegenheit gegeben hat, sich zu der behaupteten Umgehung und zu den beabsichtigten Maßnahmen zu äußern, und

5. die Kommission entschieden hat, dass die Maßnahmen mit dem Unionsrecht vereinbar sind und dass die Beurteilung der Regulierungsbehörde zutreffend begründet sind.

Die Maßnahmen müssen objektiv notwendig sein, auf nichtdiskriminierende Weise angewandt werden sowie in Bezug auf die damit verfolgten Ziele verhältnismäßig sein.

(3) Entscheidet die Kommission, dass die Maßnahmen nicht mit Unionsrecht vereinbar sind und hat sie dazu aufgefordert, die beabsichtigten Maßnahmen nicht zu ergreifen, so hat die Regulierungsbehörde von diesen Maßnahmen Abstand zu nehmen.

Beschwerden

§ 61. (1) 1. bis 4. ...

5. des Vereins für Konsumenteninformation hinsichtlich der Einhaltung der Bestimmungen der §§ 31 bis 38 und §§ 42a bis 46 in Bezug auf die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation in audiovisuellen Mediendiensten;

6. ...

(2) ...

Verwaltungsstrafbestimmungen

§ 64. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 6 000 Euro zu bestrafen, wer

1. der Pflicht zur Anzeige der Aufnahme der Programmverbreitung nach § 5 Abs. 9,
2. der Pflicht zur Anzeige der Aufnahme, Änderung oder Beendigung eines Dienstes nach § 9, § 28 Abs. 1 oder 3, § 47 Abs. 4 oder § 54c Abs. 4,
3. der Pflicht zur Anzeige von Änderungen in den Eigentumsverhältnissen nach § 10 Abs. 7 oder 8, § 25 Abs. 7 oder § 25a Abs. 11,
4. der Verbreitungsverpflichtung gemäß § 20 Abs. 1 oder einem Verbreitungsauftrag gemäß § 20 Abs. 5,

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,
8. der Verpflichtung nach § 29 Abs. 1 oder
9. der Verpflichtung gemäß § 52 oder § 40 Abs. 2

nicht nachkommt.

(2) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 8 000 Euro zu bestrafen, wer die Anforderungen des § 30 Abs. 1 und 2, § 31, § 32, § 33, § 34, § 35, § 36, § 37, § 38, § 39, § 42, § 42a, § 43, § 44, § 45 oder § 46 verletzt.

(3) 1. bis 3. ...

Vorgeschlagene Fassung

5. der Pflicht zur Anzeige von Änderungen bei der Programmbelegung oder der Datenrate nach § 25 Abs. 6 oder § 25a Abs. 10,
6. der Aufzeichnungspflicht nach § 29 Abs. 1 oder § 47 oder der Informationspflicht nach § 29 Abs. 2

nicht nachkommt.

(2) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 10 000 Euro zu bestrafen, wer

1. die allgemeinen inhaltlichen Anforderungen nach § 30 Abs. 1 oder 2 nicht erfüllt,
2. keinen Aktionsplan nach § 30b Abs. 2 erstellt oder diesen nicht der Regulierungsbehörde übermittelt oder nicht veröffentlicht,
3. die allgemeinen Anforderungen an audiovisuelle kommerzielle Kommunikation nach § 31 Abs. 1 und 3, § 32, § 34 Abs. 2, § 35 oder § 36 nicht erfüllt,
4. den die audiovisuelle kommerzielle Kommunikation betreffenden Verboten in § 32 Abs. 2, § 33, § 34 Abs. 1 und § 42a zuwiderhandelt,
5. den das Sponsoring betreffenden Geboten und Verboten in § 37 zuwiderhandelt,
6. den die Produktplatzierung betreffenden Geboten und Verboten in § 38 zuwiderhandelt,
7. einer der Anforderungen an den Schutz Minderjähriger vor schädlichen Inhalten nach § 39 Abs. 1 bis 3 oder der Verpflichtung zur Erstellung von Verhaltensrichtlinien nach § 39 Abs. 4 nicht entspricht,
8. der Berichtspflicht gemäß § 40 Abs. 3 oder § 52 nicht nachkommt,
9. den die Fernsehwerbung und das Teleshopping betreffenden Anforderungen in den §§ 43 bis 46 nicht entspricht.

(3) 1. und 3. ...

Geltende Fassung

4. entgegen einer gemäß § 56 oder § 57 erlassenen Verordnung Fernsehprogramme weiter verbreitet, oder
5. als Betreiber eines Kommunikationsdienstes entgegen einer gemäß § 56 erlassenen Verordnung einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf überträgt.

(4) Eine Verwaltungsübertretung gemäß Abs. 1 bis 3 liegt nicht vor, wenn die Tat den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist.

(5) Verwaltungsstrafen gemäß Abs. 1 bis 3 sind durch die Regulierungsbehörde zu verhängen. Die Strafge­lder fließen dem Bund zu.

Anwendung des AVG und des VStG

§ 65. Auf das Verfahren der Regulierungsbehörde ist – oweit soweit in diesem Bundesgesetz nicht anderes bestimmt ist – das das Allgemeine Verwaltungsverfahrensgesetz 1991, in Verfahren über Verwaltungsübertretungen das Verwaltungsstrafgesetz anzuwenden.

Vorgeschlagene Fassung

4. entgegen einer gemäß § 56 oder § 57 erlassenen Verordnung audiovisuelle Mediendienste weiter verbreitet, oder
5. als Betreiber eines Kommunikationsdienstes entgegen einer gemäß § 56 erlassenen Verordnung einen audiovisuellen Mediendienst überträgt.

(4) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit Geldstrafe bis zu 50 000 Euro zu bestrafen, wer entgegen § 54a Abs. 1 ohne Zustimmung des Mediendienstanbieters Inhalte in dessen audiovisuellem Mediendienst zu kommerziellen Zwecken verändert oder überblendet.

(5) Eine Verwaltungsübertretung gemäß Abs. 1 bis 4 liegt nicht vor, wenn die Tat den Tatbestand einer in die Zuständigkeit der Gerichte fallenden strafbaren Handlung bildet oder nach anderen Verwaltungsstrafbestimmungen mit strengerer Strafe bedroht ist.

(6) Verwaltungsstrafen gemäß Abs. 1 bis 4 sind durch die Regulierungsbehörde zu verhängen. Die Strafge­lder fließen dem Bund zu.

Reichweiten- und Marktanteilerhebung

§ 65. (1) Die für die Vollziehung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes im Rahmen der Rechtsaufsicht erforderliche Erhebung von Reichweiten (Marktanteilen), Versorgungsgraden und Nutzerzahlen erfolgt durch die RTR-GmbH, Fachbereich Medien, im Auftrag der Regulierungsbehörde nach anerkannten wissenschaftlichen Methoden und Analysen auf Basis einer laufenden Beobachtung. Die Erhebungsergebnisse sind in Form eines Berichts über den Markt bis zum 31. Mai eines jeden Jahres in geeigneter Weise bekannt zu machen, jedenfalls aber auf der Website der Regulierungsbehörde sowie im Tätigkeitsbericht (§ 19) auszuweisen.

(2) Für den Fall, dass die Richtigkeit der über ihn erhobenen Daten bestritten wird, hat die Regulierungsbehörde auf Antrag des betroffenen Diensteanbieters einen Feststellungsbescheid zu erlassen.

(3) Am österreichischen Markt tätige Mediendienstanbieter und der österreichischen Rechtshoheit unterliegende Video-Sharing-Plattformanbieter sind verpflichtet, der Regulierungsbehörde auf schriftliches Verlangen die Auskünfte über Nutzungszahlen, Reichweiten oder Teilnehmeranzahlen zu erteilen, die für die Erstellung des Marktberichtes erforderlich sind. Kommt ein Mediendienstanbieter oder Video-Sharing-Plattformanbieter seiner

Geltende Fassung

Regulierungsbehörde

§ 66. Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes ist die gemäß § 1 KOG, BGBl. I Nr. 32/2001, eingerichtete Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria).

Schluss- und Übergangsbestimmungen

§ 67. (1) bis (4) ...

(5) Mit diesem Bundesgesetz werden die Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010 S. 1, die Richtlinie 98/27/EG über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen, ABl. Nr. L 166 vom 11.6.1998 S. 51, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/123/EG, ABl. Nr. L 376 vom 27.12.2006 S. 36, die Richtlinie 2002/19/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Zugang zu elektronischen Kommunikationsnetzen und zugehörigen Einrichtungen sowie deren Zusammenschaltung (Zugangsrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 7, die Richtlinie 2002/20/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über die Genehmigung elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste (Genehmigungsrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 21, die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (Rahmenrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 33 sowie die Richtlinie 2002/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten (Universaldienstrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 51, umgesetzt. Dieses Bundesgesetz wurde unter Einhaltung der Bestimmungen der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft, ABl. Nr. L 204 vom 21.07.1998 S. 37, zuletzt geändert

Vorgeschlagene Fassung

Auskunftsverpflichtung nicht oder nicht ordnungsgemäß nach, hat die Regulierungsbehörde die Erteilung der Auskunft mit Bescheid vorzuschreiben.

Regulierungsbehörde

§ 66. (1) Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes ist die gemäß § 1 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 eingerichtete Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria).

(2) Die administrative Unterstützung der Regulierungsbehörde einerseits und die Aufgabe der Schlichtungsstelle gemäß § 54f andererseits obliegt der RTR-GmbH unter der Verantwortung des Geschäftsführers für den Fachbereich Medien.

Schluss- und Übergangsbestimmungen

§ 67. (1) bis (4) ...

(5) Mit diesem Bundesgesetz werden die Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010, S. 1, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808, ABl. Nr. L 303 vom 28.11.2018, S. 69, die Richtlinie 98/27/EG über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen, ABl. Nr. L 166 vom 11.6.1998 S. 51, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/123/EG, ABl. Nr. L 376 vom 27.12.2006 S. 36, die Richtlinie 2002/19/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Zugang zu elektronischen Kommunikationsnetzen und zugehörigen Einrichtungen sowie deren Zusammenschaltung (Zugangsrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 7, die Richtlinie 2002/20/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über die Genehmigung elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste (Genehmigungsrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 21, die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (Rahmenrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 33 sowie die Richtlinie 2002/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten (Universaldienstrichtlinie), ABl. Nr. L 108 vom 24. April 2002, S 51, umgesetzt. Dieses Bundesgesetz wurde unter Einhaltung der Bestimmungen der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der

Geltende Fassung

durch die Richtlinie 2006/96/EG, ABl. Nr. L 363 vom 20.12.2006 S. 81, notifiziert (Notifikationsnummer 2010/136/A).

(6) bis (10) ...

Inkrafttreten

§ 69. (1) bis (11)...

Artikel 2**KommAustria-Gesetz – KOG****1. Abschnitt****Regulierungsbehörde****Aufgaben und Ziele der KommAustria**

§ 2. (1) 1. bis 11.

Vorgeschlagene Fassung

Informationsgesellschaft, ABl. Nr. L 204 vom 21.07.1998 S. 37, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/96/EG, ABl. Nr. L 363 vom 20.12.2006 S. 81, notifiziert (Notifikationsnummer 2010/136/A).

(6) bis (10) ...

(11) Die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens des 9b. Abschnitts tätigen Anbieter müssen, soweit sie nicht gemäß § 54c Abs. 2 vom Anwendungsbereich ausgenommen sind, die in § 54e umschriebenen Maßnahmen bis zum 31. März 2021, später hinzutretende Anbieter, soweit sie nicht gemäß § 54c Abs. 2 vom Anwendungsbereich ausgenommen sind, innerhalb von drei Monaten ab der Aufnahme der Tätigkeit umgesetzt haben.

Inkrafttreten

§ 69. (1) bis (11)...

(12) § 2 Z 3, 26a, 26b, 27, 28a, 28b, 30, 30a, 32, 34a, 35a, 35b, 37a und 37b, § 3 Abs. 3 bis 6 und 8, § 9 Abs. 1, § 10 Abs. 7, § 11 Abs. 2 und 6, § 30, § 30a samt Überschrift, § 30b samt Überschrift, § 33, § 34 Abs. 1, § 35, § 36, § 38, § 39 samt Überschrift, die Bezeichnung und Überschrift des 8. Abschnitts, § 40 samt Überschrift, § 42, § 44 Abs. 3 und 4, § 45 Abs. 1 und 2, § 47 Abs. 1 und 2, § 52, der 9a. Abschnitt, der 9b. Abschnitt, § 56 samt Überschrift, § 60 samt Überschrift, § 61 Abs. 1, § 64, § 65 samt Überschrift, § 66 sowie § 67 Abs. 5 und 11 in der Fassung der Novelle BGBl. I Nr. xxx/2020 treten mit 20. September 2020 in Kraft. Gleichzeitig treten die Abschnittsbezeichnung und die Abschnittsüberschrift vor § 39 sowie § 48 samt Überschrift außer Kraft.

Artikel 2**KommAustria-Gesetz – KOG****1. Abschnitt****Regulierungsbehörde****Aufgaben und Ziele der KommAustria**

§ 2. (1) 1. bis 11.

Geltende Fassung

12. Wahrnehmung der Aufgaben nach dem MedKF-TG, BGBl. I Nr. 125/2011.

(2) ...

(3) 1. bis 6. ...

7. die Schaffung und Bewahrung einer modernen und qualitativ hoch stehenden Kommunikationsinfrastruktur zur Förderung der Standortqualität auf hohem Niveau.

Zuständigkeit

§ 13. (1) und (2) ...

(3) 1. bis 13. ...

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

1. a). ...

b) bis f) ...

Vorgeschlagene Fassung

12. Wahrnehmung der Aufgaben nach dem MedKF-TG, BGBl. I Nr. 125/2011,

13. Teilnahme an und Mitwirkung in Vereinigungen europäischer Regulierungsbehörden,

14. Beurteilung der Wirksamkeit von Verhaltenskodizes von Einrichtungen der Selbstkontrolle,

15. Wahrnehmung der Aufsicht nach dem 9b. Abschnitt des AMD-G.

(2) ...

(3) 1. bis 6. ...

7. die Schaffung und Bewahrung einer modernen und qualitativ hoch stehenden Kommunikationsinfrastruktur zur Förderung der Standortqualität auf hohem Niveau;

8. die Steigerung der Wirksamkeit der Instrumente der Selbstkontrolle;

9. die Sicherstellung geeigneter Maßnahmen der Plattformanbieter (§ 2 Z 37a AMD-G) zum Schutz der Allgemeinheit vor verbotenen und schädlichen Inhalten.

Zuständigkeit

§ 13. (1) und (2) ...

(3) 1. bis 13. ...

14. Wahrnehmung der Aufgaben nach § 54b und § 64 Abs. 4 AMD-G.

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

1. a). ...

aa) Verfahren zu Änderungen von Eigentums- oder Mitgliederverhältnissen gemäß § 10 Abs. 7 und 8 AMD-G sowie nach § 22 Abs. 4 und 5 PrR-G;

b) bis f) ...

g) Erstellung und Aktualisierung der Verzeichnisse gemäß § 3 Abs. 8 und § 54 c Abs. 5 AMD-G;

h) Aufgaben im Zusammenhang mit Fragen der Barrierefreiheit (§ 30b AMD-G und § 5 Abs. 2 und 2a ORF-G;

Geltende Fassung**Aufgaben der RTR-GmbH**

§ 17. (1) 1. bis 3.

4. die fachliche und administrative Unterstützung in allen Angelegenheiten der Verwaltung und der Vergabe von Fördermitteln nach § 2 Abs. 2 und in den Angelegenheiten nach § 2 Abs. 3.

(2) bis (6) ...

(7) Die RTR-GmbH hat unter der gemeinsamen Verantwortung der beiden Geschäftsführer die Aufgabe des Aufbaus und der Führung eines Kompetenzzentrums gemäß § 20.

Vorgeschlagene Fassung

i) Beurteilung der Wirksamkeit von Verhaltenskodizes von Einrichtungen der Selbstkontrolle (§ 33 Abs. 3c KOG);

j) Aufgaben im Zusammenhang mit der Erfassung und Überprüfung des Anteils an europäischen Werken nach dem 8. Abschnitt und den §§ 50 bis 53 AMD-G;

k) Aufgaben nach dem 9a. Abschnitt des AMD-G.

Aufgaben der RTR-GmbH

§ 17. (1) 1. bis 3.

4. die fachliche und administrative Unterstützung in allen Angelegenheiten der Verwaltung und der Vergabe von Fördermitteln nach § 2 Abs. 2 und in den Angelegenheiten nach § 2 Abs. 3;

5. die Führung eines Kompetenzzentrums gemäß § 20 unter der gemeinsamen Verantwortung beider Geschäftsführer.

(2) bis (6) ...

(7) Die RTR-GmbH nimmt ferner unter der Verantwortung des Geschäftsführers für den Fachbereich Medien folgende Tätigkeiten eigenständig wahr:

1. Servicestelle für Initiativen und Informationsangebote im Bereich der Medienkompetenz im digitalen Zeitalter (vgl §§ 20a und 20b);

2. Servicestelle für Beschwerden und Informationen zum Thema Barrierefreiheit audiovisueller Mediendienste;

3. Schlichtungsstelle nach dem 9b. Abschnitt des AMD-G.

(8) In ihrer Funktion als Servicestelle zum Thema Barrierefreiheit hat die RTR-GmbH

1. die audiovisuellen Mediendiensteanbieter durch die Bereitstellung von Informationsangeboten und die Gewährung von Förderungen darin zu unterstützen, ihre Inhalte für Menschen mit Seh- und Hörbeeinträchtigungen sowie für Menschen mit intellektuellen Beeinträchtigungen, die auf einfache Sprache angewiesen sind, zugänglich zu machen und

2. ein Informationsangebot zum Thema zu erstellen und der Öffentlichkeit bereitzustellen sowie

Geltende Fassung

Transparenz und Berichterstattung

§ 19. (1) bis (3) 1.bis 2. ...

3. über die Aufgaben und Tätigkeiten, die Personalentwicklung und die aufgewendeten Finanzmittel der RTR-GmbH, getrennt nach Fachbereichen;

4. und 5. ...

6. und 7. ...

(4) ...

Kompetenzzentrum

§ 20. (1) Die RTR-GmbH hat unter Einhaltung der Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit die Aufgabe eines Kompetenzzentrums für Angelegenheiten der Branchen Medien und Telekommunikation zu erfüllen. Die Ausgaben für das Kompetenzzentrum sind jährlich mit maximal 10 vH des branchenspezifischen Gesamtaufwandes des Fachbereiches Rundfunk und maximal 10 vH des branchenspezifischen Gesamtaufwandes des Fachbereiches Telekommunikation begrenzt.

(2) Die Aufgabe eines Kompetenzzentrums im Fachbereich Rundfunk umfasst insbesondere die nachstehenden Tätigkeiten:

1. Durchführung von Analysen zu Angelegenheiten, die in Zusammenhang mit den von der KommAustria zu erfüllenden Aufgaben stehen, durch Vergabe von Studien oder durch Erstellung von Gutachten insbesondere zu Fragen betreffend die Frequenzplanung und Frequenzoptimierung, die Einführung von digitalem Rundfunk in Österreich, die nationalen und europäischen Werbergelungen, den Minderjährigen- und Jugendschutz,

Vorgeschlagene Fassung

3. als Beschwerdestelle über Fragen der Barrierefreiheit des Inhalts audiovisueller Mediendienste zu fungieren. Für diese Aufgabe hat die RTR-GmbH Richtlinien zum Beschwerdemanagement zu erstellen und zu veröffentlichen.

Transparenz und Berichterstattung

§ 19. (1) bis (3) 1.bis 2.

3. über die Aufgaben und Tätigkeiten, die Personalentwicklung und die aufgewendeten Finanzmittel der RTR-GmbH (einschließlich des Haushaltsplans in Angelegenheiten der KommAustria), getrennt nach Fachbereichen;

4. und 5. ...

5a. über die Tätigkeit als

a. Servicestelle zur Barrierefreiheit (§ 17 Abs. 8);

b. Servicestelle im Bereich Medienkompetenz (§ 20a);

c. Schlichtungsstelle nach dem 9b. Abschnitt des AMD-G;

6. und 7. ...

(4) ...

Kompetenzzentrum

§ 20. (1) Die RTR-GmbH hat unter Einhaltung der Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit die Aufgabe eines Kompetenzzentrums für Angelegenheiten der Branchen Medien und Telekommunikation zu erfüllen. Die Ausgaben für das Kompetenzzentrum sind jährlich mit maximal 10 vH des branchenspezifischen Gesamtaufwandes des Fachbereiches Medien und maximal 10 vH des branchenspezifischen Gesamtaufwandes des Fachbereiches Telekommunikation begrenzt.

(2) Die Aufgabe eines Kompetenzzentrums im Fachbereich Medien umfasst insbesondere die nachstehenden Tätigkeiten:

1. Durchführung von Analysen zu Angelegenheiten, die in Zusammenhang mit den von der KommAustria zu erfüllenden Aufgaben stehen, durch Vergabe von Studien oder durch Erstellung von Gutachten insbesondere zu Fragen betreffend die Frequenzplanung und Frequenzoptimierung, die Einführung von digitalem Rundfunk in Österreich, die nationalen und europäischen Werbergelungen, den Minderjährigen- und Jugendschutz,

Geltende Fassung

den Zugang zu Kommunikationsnetzen und -diensten sowie zu Fragen betreffend die neuen Technologien und Dienste wie auch die Marktverhältnisse,

2. Dokumentation und Bereitstellung von Informationen für die Öffentlichkeit, unter anderem durch Publikationen und Fachveranstaltungen sowie Veröffentlichungen auf der Website.

Vorgeschlagene Fassung

den Zugang zu Kommunikationsnetzen und -diensten sowie zu Fragen betreffend die neuen Technologien und Dienste wie auch die Marktverhältnisse;

2. Dokumentation und Bereitstellung von Informationen für die Öffentlichkeit, unter anderem durch Publikationen und Fachveranstaltungen sowie Veröffentlichungen auf der Website;

3. Tätigkeiten im Rahmen der Servicestelle Medienkompetenz (§ 20a).

2a. Abschnitt**Förderung der Medienkompetenz****Servicestelle Medienkompetenz**

§ 20a. (1) Die RTR-GmbH hat für die Bereitstellung eines vielfältigen Informationsangebots zum Thema Medienkompetenz zu sorgen und als Servicestelle für Initiativen in diesem Bereich zu fungieren. Dazu zählt auch im Wege des Informationsportals (§ 20b) die Sammlung und Bereitstellung geeigneter Informationsquellen in einem auf der Website zugänglichen Verzeichnis. Ferner sind auch Medienkompetenztools zu präsentieren, damit insbesondere auch Video-Sharing-Plattform- und Mediendiensteanbieter Maßnahmen zum Erwerb von Medienkompetenz anbieten und zur Sensibilisierung der Medienkonsumenten beitragen.

(2) Zur Finanzierung der Erfüllung der Aufgaben nach diesem Abschnitt sind der RTR-GmbH jährlich 0,05 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren nach § 3 Abs. 1 RGG zusätzlich zum nach § 35 Abs. 1 zu leistenden Beitrag per 31. Jänner zu überweisen. § 35 Abs. 1 dritter und letzter Satz sind anzuwenden.

Informationsportal Medienkompetenz

§ 20b. Die RTR-GmbH hat ein Informationsportal zu betreiben, auf dem Projekte und Initiativen, die der Vermittlung und Förderung von Medienkompetenz dienen, insbesondere solche die aus öffentlichen Mitteln gefördert werden, dargestellt werden. Dazu haben jedenfalls die betreffenden Förderstellen des Bundes dafür zu sorgen, dass die Fördernehmer nachfolgend der RTR-GmbH die wesentlichen Projektdaten bereitstellen.

Geltende Fassung**3. Abschnitt
Förderungen****Digitalisierungsfonds, Ziele, Aufbringung der Mittel**

§ 21. (1) Zur Förderung digitaler Übertragungstechniken und digitaler Anwendungen auf Basis europäischer Standards in Zusammenhang mit Rundfunkprogrammen sind der RTR-GmbH jährlich 0,5 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG per 30. Jänner zu überweisen. Die Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Digitalisierungsfonds“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwalten.

(2) ...

Fernsehfonds Austria, Ziele, Aufbringung der Mittel

§ 26. (1) Zur Unterstützung der Produktion von Fernsehfilmen (einschließlich Fernsehserien, -reihen und -dokumentationen) sind der RTR-GmbH jährlich 13,5 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG in vier gleich hohen Teilbeträgen per 30. März, 30. Juni, 30. September und 30. Dezember zu überweisen.

(2) Die Mittel gemäß Abs. 1 sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fernsehfonds Austria“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk für die Förderung der Herstellung von Fernsehproduktionen nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwenden.

(3) ...

Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks

§ 29. (1) Zur Förderung des privaten nichtkommerziellen Rundfunks und seiner Inhalte sind der RTR-GmbH jährlich 3 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG in zwei gleich hohen Teilbeträgen per 30. Jänner und 30. Juni zu überweisen. Diese Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen

Vorgeschlagene Fassung**3. Abschnitt****Gewährung von Förderungen und Selbstregulierung****Digitalisierungsfonds, Ziele, Aufbringung der Mittel**

§ 21. (1) Zur Förderung digitaler Übertragungstechniken und digitaler Anwendungen auf Basis europäischer Standards in Zusammenhang mit Rundfunkprogrammen sind der RTR-GmbH jährlich 0,5 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG per 30. Jänner zu überweisen. Die Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Digitalisierungsfonds“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich **Medien** nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwalten.

(2) ...

Fernsehfonds Austria, Ziele, Aufbringung der Mittel

§ 26. (1) Zur Unterstützung der Produktion von Fernsehfilmen (einschließlich Fernsehserien, -reihen und -dokumentationen) sind der RTR-GmbH jährlich 13,5 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG **per 31. Jänner** zu überweisen.

(2) Die Mittel gemäß Abs. 1 sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fernsehfonds Austria“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich **Medien** für die Förderung der Herstellung von Fernsehproduktionen nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwenden.

(3) ...

Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks

§ 29. (1) Zur Förderung des privaten nichtkommerziellen Rundfunks und seiner Inhalte sind der RTR-GmbH jährlich 3 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG in zwei gleich hohen Teilbeträgen per 30. Jänner und 30. Juni zu überweisen. Diese Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen

Geltende Fassung

Rundfunks“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk nach Maßgabe dieses Bundesgesetzes zu verwenden.

(2) ...

(3) Aus den Mitteln des Fonds können nur nichtkommerzielle Hörfunkveranstalter nach dem PrR-G und nichtkommerzielle Fernsehveranstalter nach dem AMD-G, die audiovisuelle Rundfunkprogramme im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks veranstalten (Veranstalter), gefördert werden, ebenso nichtkommerzielle Veranstalter, die nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegen, aber ein speziell auf österreichisches Publikum ausgerichtetes Rundfunkprogramm ausstrahlen. Nichtkommerzielle Veranstalter sind solche, die nicht auf Gewinn ausgerichtet sind und deren Programm keine Werbung beinhaltet und die einen offenen Zugang der Allgemeinheit zur Gestaltung von Sendungen ihres Programms gewährleisten. Von der Förderung ausgeschlossen sind nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegende Veranstalter, die von der Veranstaltung von Rundfunk nach § 10 Abs. 2 Z 4 AMD-G oder § 8 Z 4 PrR-G ausgeschlossen wären. Im Rahmen der Ausbildungsförderung können auch Rechtsträger von Veranstaltern gefördert werden.

Fonds zur Förderung des privaten Rundfunks

§ 30. (1) Zur Förderung der Vielfalt der privaten Rundfunkprogramme und ihrer Inhalte sind der RTR-GmbH jährlich 20 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG zu überweisen, wobei 50 vH der Mittel per 30. Jänner und jeweils 25 vH der Mittel per 30. Juni und per 30. Dezember zu überweisen sind. Diese Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung des privaten Rundfunks“ („Privatrundfunkfonds“) nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk nach Maßgabe dieser Bestimmung und der hierzu erlassenen Richtlinien zu verwenden.

(2) ...

(3) Aus den Mitteln des Privatrundfunkfonds können Hörfunkveranstalter nach dem PrR-G und Fernsehveranstalter nach dem AMD-G, die audiovisuelle Rundfunkprogramme im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks

Vorgeschlagene Fassung

Rundfunks“ nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich **Medien** nach Maßgabe dieses Bundesgesetzes zu verwenden.

(2) ...

(3) Aus den Mitteln des Fonds können nur nichtkommerzielle Hörfunkveranstalter nach dem PrR-G und nichtkommerzielle Fernsehveranstalter nach dem AMD-G, die audiovisuelle Rundfunkprogramme im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks veranstalten (Veranstalter), **sofern sie über eine Zulassung nach dem PrR-G oder dem AMD-G verfügen oder in einem Verzeichnis nach § 6a Abs. 4 PrR-G oder § 9 Abs. 4 AMD-G geführt werden**, gefördert werden, ebenso nichtkommerzielle Veranstalter, die nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegen, aber ein speziell auf österreichisches Publikum ausgerichtetes Rundfunkprogramm ausstrahlen. Nichtkommerzielle Veranstalter sind solche, die nicht auf Gewinn ausgerichtet sind und deren Programm keine Werbung beinhaltet und die einen offenen Zugang der Allgemeinheit zur Gestaltung von Sendungen ihres Programms gewährleisten. Von der Förderung ausgeschlossen sind nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegende Veranstalter, die von der Veranstaltung von Rundfunk nach § 10 Abs. 2 Z 4 AMD-G oder § 8 Z 4 PrR-G ausgeschlossen wären. Im Rahmen der Ausbildungsförderung können auch Rechtsträger von Veranstaltern gefördert werden.

Fonds zur Förderung des privaten Rundfunks

§ 30. (1) Zur Förderung der Vielfalt der privaten Rundfunkprogramme und ihrer Inhalte sind der RTR-GmbH jährlich 20 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG zu überweisen, wobei 50 vH der Mittel per 30. Jänner und jeweils 25 vH der Mittel per 30. Juni und per 30. Dezember zu überweisen sind. Diese Mittel sind von der RTR-GmbH unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung des privaten Rundfunks“ („Privatrundfunkfonds“) nutzbringend anzulegen und vom Geschäftsführer für den Fachbereich **Medien** nach Maßgabe dieser Bestimmung und der hierzu erlassenen Richtlinien zu verwenden.

(2) ...

(3) Aus den Mitteln des Privatrundfunkfonds können Hörfunkveranstalter nach dem PrR-G und Fernsehveranstalter nach dem AMD-G, die audiovisuelle Rundfunkprogramme im Sinne des Artikels I Abs. 1 des Bundesverfassungsgesetzes über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks

Geltende Fassung

veranstalten (Veranstalter), gefördert werden, ebenso Veranstalter, die nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegen, aber ein speziell auf österreichisches Publikum ausgerichtetes Rundfunkprogramm ausstrahlen. Von der Förderung ausgeschlossen sind Veranstalter im Sinne des § 29 Abs. 3 sowie nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegende Veranstalter, die von der Veranstaltung von Rundfunk nach § 10 Abs. 2 Z 4 AMD-G oder § 8 Z 4 PrR-G ausgeschlossen wären. Im Rahmen der Ausbildungsförderung können auch Rechtsträger von Veranstaltern gefördert werden.

(4) ...

Vorgeschlagene Fassung

veranstalten (Veranstalter), **sofern sie über eine Zulassung nach dem PrR-G oder dem AMD-G verfügen oder in einem Verzeichnis nach § 6a Abs. 4 PrR-G oder § 9 Abs. 4 AMD-G geführt werden,** gefördert werden, ebenso Veranstalter, die nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegen, aber ein speziell auf österreichisches Publikum ausgerichtetes Rundfunkprogramm ausstrahlen. Von der Förderung ausgeschlossen sind Veranstalter im Sinne des § 29 Abs. 3 sowie nicht der österreichischen Rechtshoheit unterliegende Veranstalter, die von der Veranstaltung von Rundfunk nach § 10 Abs. 2 Z 4 AMD-G oder § 8 Z 4 PrR-G ausgeschlossen wären. Im Rahmen der Ausbildungsförderung können auch Rechtsträger von Veranstaltern gefördert werden.

(4) ...

Einrichtungen der Selbstkontrolle

§ 32a. (1) Zur Unterstützung bei der Erreichung des Ziels der Sicherstellung der Einhaltung europäischer Mindeststandards durch die Anbieter von Inhalten, insbesondere zugunsten des Kinder-, Jugend- und Konsumentenschutzes (§ 2 Abs. 3 Z 4) kann die Tätigkeit anerkannter Einrichtungen der Selbstkontrolle gefördert werden.

(2) Als eine anerkannte Einrichtung der Selbstkontrolle gilt eine Einrichtung mit Rechtspersönlichkeit,

- 1. die eine breite Repräsentanz der betroffenen Anbieter und umfassende Transparenz im Hinblick auf Entscheidungsgrundlage, Verfahren und Durchsetzung von Entscheidungen gewährleistet und**
- 2. die einen Verhaltenskodex und Verfahrensrichtlinien vorgibt, die von den Hauptbeteiligten allgemein anerkannt sind und die Ziele der Selbstregulierung eindeutig definieren und**
- 3. eine regelmäßige, transparente und jedenfalls außenstehende sowie unabhängige Kontrolle und Bewertung der Zielerfüllung sicherstellt und**
- 4. für eine wirksame Behandlung von Beschwerden und die Durchsetzung ihrer Entscheidungen einschließlich der Verhängung wirksamer und verhältnismäßiger Sanktionen im Fall von Verstößen gegen die Verhaltensrichtlinien sorgt und**
- 5. jährlich einen Bericht über ihre Tätigkeit, die festgelegten Ziele und über die nach Z 3 und 4 getroffenen Maßnahmen und Entscheidungen erstellt und in geeigneter Weise veröffentlicht.**

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

(3) Als Sanktionen im Sinne von Abs. 2 Z 4 gelten insbesondere,

1. Veröffentlichung einer Entscheidung der Selbstregulierungseinrichtung;
2. Veröffentlichung der Empfehlung der Selbstregulierungseinrichtung für ein zukünftiges Verhalten;
3. Aberkennung eines nach den Richtlinien der Einrichtung verliehenen Gütesiegels oder einer Positivprädikatisierung;
4. nach den Rechtsgrundlagen der Einrichtung mögliche Feststellungen einer Verletzung oder Abmahnungen.

Förderung der Selbstkontrolle zum Schutz Minderjähriger

§ 32b. (1) Zur Förderung des Aufwands der Selbstkontrolle in Bezug auf die Kennzeichnung und Einstufung von Inhalten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung Minderjähriger beeinträchtigen können (§ 39 AMD-G), sind der RTR-GmbH jährlich 0,075 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG zusätzlich zum nach § 35 Abs. 1 zu leistenden Beitrag per 31. Jänner zu überweisen; § 35 Abs. 1 dritter und letzter Satz sind anzuwenden. § 33 Abs. 1 letzter Satz, Abs. 2, 3 und 4 sind sinngemäß anzuwenden.

(2) Neben den formellen Voraussetzungen des § 32a Abs. 2 ist inhaltliche Voraussetzung für die Gewährung einer Förderung für eine Einrichtung der Selbstkontrolle in diesem Bereich, dass der Verhaltenskodex der Einrichtung Kriterien für

1. ausreichende Informationen für den Zuschauer zur Beurteilung der potenziellen Schädlichkeit von Inhalten und dazu
2. eine für den Nutzer leicht verständliche Kennzeichnung mit einem Altershinweis

enthält.

(3) Für die Erstellung des Verhaltenskodex ist den einschlägigen Interessenverbänden im Bereich des Jugendschutzes sowie dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung, dem Bundesministerium für Arbeit, Familie und Jugend, dem Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz und dem Bundesministerium für Justiz Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.

(4) Der KommAustria ist jährlich über die Wirksamkeit der Regelungen des Verhaltenskodex sowie über die Art, Anzahl und Erledigung von Beschwerdefällen

Geltende Fassung

Fonds zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation und zur Förderung der Presse

§ 33. (1) Zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation sind der KommAustria jährlich 0,05 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG per 30. Jänner zu überweisen. Die Mittel sind von der KommAustria unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation“ nutzbringend anzulegen und nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwalten.

(2) Die KommAustria hat einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle im Bereich der kommerziellen Kommunikation in Medien im Sinne der Gewährleistung der Unabhängigkeit dieser Einrichtung und zur Sicherstellung der Wahrnehmung ihrer satzungsgemäßen Aufgaben sowie einer wirksamen Durchsetzung ihrer Entscheidungen und Beschlüsse auf Ansuchen zur Deckung der angefallenen Kosten jährlich einen Zuschuss im Ausmaß des in Abs. 1 genannten Betrages, zuzüglich allfälliger Rücklagen und Zinsen, zu gewähren. Als anerkannte Selbstregulierungseinrichtungen gelten insbesondere solche, die eine breite Repräsentanz der betroffenen Berufsgruppen und hinreichende Transparenz im Hinblick auf Entscheidungsgrundlage, Verfahren und Durchsetzung von Entscheidungen gewährleisten. Das Ansuchen hat Nachweise über die in Erfüllung der Aufgaben angefallenen Kosten zu enthalten. Die KommAustria hat Richtlinien zu erstellen, die insbesondere nähere Regelungen über Form und Inhalt von Ansuchen sowie Fristen für die Einbringung derartiger Ansuchen zu enthalten haben.

(3) ...

(3a) In Ergänzung zu den Mitteln nach Abs. 1 stehen dem Fonds in den Jahren 2011 bis 2014 auch Mittel für die Vertriebsförderung nach Abschnitt II des PresseFG 2004 zur Verfügung. Dazu sind von der RTR-GmbH für das Jahr 2011 1,4 Millionen Euro, für das Jahr 2012 2,6 Millionen Euro und für das Jahr 2013 2 Millionen Euro jeweils bis zum 15. Jänner des Jahres aus der nach § 23 Abs. 5 gebildeten Rücklage des Digitalisierungsfonds an die KommAustria zu übertragen. Die Mittel nach Abs. 1 und nach diesem Absatz sind auf getrennten Konten zu veranlagern. Die KommAustria hat die Mittel nach diesem Absatz

Vorgeschlagene Fassung

zu berichten. Diese hat ihre Einschätzungen zur Wirksamkeit in ihrem Tätigkeitsbericht (§ 19) darzustellen.

Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation

§ 33. (1) Zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation sind der KommAustria jährlich 0,075 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG per 31. Jänner zu überweisen. Die Mittel sind von der KommAustria unter einem Konto mit der Bezeichnung „Fonds zur Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation“ nutzbringend anzulegen und nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen zu verwalten.

(2) Die KommAustria hat einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle (§ 32a Abs. 2) im Bereich der kommerziellen Kommunikation in Medien im Sinne der Gewährleistung der Unabhängigkeit dieser Einrichtung und zur Sicherstellung der Wahrnehmung ihrer satzungsgemäßen Aufgaben sowie einer wirksamen Durchsetzung ihrer Entscheidungen und Beschlüsse auf Ansuchen zur Deckung der angefallenen Kosten jährlich einen Zuschuss im Ausmaß des in Abs. 1 genannten Betrages, zuzüglich allfälliger Rücklagen und Zinsen, zu gewähren. Das Ansuchen hat Nachweise über die in Erfüllung der Aufgaben angefallenen Kosten zu enthalten. Die KommAustria hat Richtlinien zu erstellen, die insbesondere nähere Regelungen über Form und Inhalt von Ansuchen sowie Fristen für die Einbringung derartiger Ansuchen zu enthalten haben.

(3)...

Geltende Fassung

ausschließlich für die Vertriebsförderung nach Abschnitt II des PresseFG 2004 und unbeschadet der zusätzlich nach Maßgabe des jeweiligen Bundesfinanzgesetzes für denselben Zweck vorgesehenen Mittel zu verwenden.

Vorgeschlagene Fassung

(3a) Beginnend mit dem Jahr 2021 ist – insbesondere um das Ausmaß, in dem Minderjährige in audiovisuellen Mediendiensten (§ 2 Z 3 AMD-G) und auf Video-Sharing-Plattformen (vgl. § 2 Z 37a und 37b AMD-G) audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu nachfolgend genannten Produkten ausgesetzt sind, wirkungsvoll zu verringern – für die Gewährung des vollen Betrags der zur Verfügung stehenden Mittel Voraussetzung, dass der Verhaltenskodex einer Einrichtung der Selbstkontrolle Bestimmungen über unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für

1. alkoholische Getränke und

2. Lebensmittel und Getränke mit Nährstoffen oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung, insbesondere mit Fett, Transfettsäuren, Salz oder Natrium und Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird,

enthält.

(3b) Der Kodex hat unter Berücksichtigung der Empfehlungen europäischer Einrichtungen der Selbstregulierung im Werbebereich in einem angemessenen Interessenausgleich auch auf einschlägige Empfehlungen europäischer Verbraucherschutzverbände Bedacht zu nehmen. Der Kodex hat ferner insbesondere im Hinblick auf kommerzielle Kommunikation für Lebensmittel international anerkannte Nährwertprofile zu berücksichtigen und ist daher unter Beteiligung der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit zu erarbeiten.

(3c) Der KommAustria ist jährlich über die Wirksamkeit der Regelungen des Verhaltenskodex sowie über die Art, Anzahl und Erledigung von Beschwerdefällen zu berichten. Diese hat ihre Einschätzungen und Empfehlungen zur Wirksamkeit in ihrem Tätigkeitsbericht (§ 19) darzustellen.

(4) ...

Finanzierung und Verwaltung der Finanzmittel für den Fachbereich Medien

§ 35. (1) Zur Finanzierung des in Erfüllung der Aufgaben nach § 2 Abs. 1 Z 1 und 2, Z 4 bis 11 sowie Abs. 2 entstehenden Aufwandes der KommAustria (Abs. 14) sowie des in Erfüllung der Aufgaben nach § 17 Abs. 1 Z 1, 2 und 4 sowie Abs. 7 entstehenden Aufwandes der RTR-GmbH im Fachbereich Medien dienen

(4) ...

Finanzierung und Verwaltung der Finanzmittel für den Fachbereich Medien

§ 35. (1) Zur Finanzierung des in Erfüllung der Aufgaben nach § 2 Abs. 1 Z 1 und 2, Z 4 bis 11, Z 13 und 14 sowie Abs. 2 entstehenden Aufwandes der KommAustria (Abs. 14) sowie des in Erfüllung der Aufgaben nach § 17 Abs. 1 Z 1, 2, 4 und 5 sowie Abs. 7 entstehenden Aufwandes der RTR-GmbH im

Geltende Fassung

einerseits Finanzierungsbeiträge und andererseits Mittel aus dem Bundeshaushalt. Der Zuschuss aus dem Bundeshaushalt in Höhe von 1 433 500 Euro jährlich ist der RTR-GmbH in zwei gleich hohen Teilbeträgen per 30. Jänner und 30. Juni zu überweisen und ist aus Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG aufzubringen. Über die Verwendung dieser Mittel ist von der KommAustria und der RTR-GmbH jährlich bis 30. April des Folgejahres dem Bundeskanzler zu berichten und ein Rechnungsabschluss vorzulegen. Die Gesamtsumme des durch Finanzierungsbeiträge zu leistenden übrigen Aufwandes der RTR-GmbH darf jährlich höchstens 2 888 450 Euro betragen. Die genannten Beträge vermindern oder erhöhen sich ab dem Jahr 2012 in jenem Maße, in dem sich der von der Bundesanstalt Statistik Österreich verlaubliche Verbraucherpreisindex 2005 oder der an seine Stelle tretende Index des Vorjahres verändert hat.

(2) bis (14) ...

Vorgeschlagene Fassung

Fachbereich Medien dienen einerseits Finanzierungsbeiträge und andererseits Mittel aus dem Bundeshaushalt. Der Zuschuss aus dem Bundeshaushalt in Höhe von 2 250 000 Euro jährlich ist der RTR-GmbH in zwei gleich hohen Teilbeträgen per 30. Jänner und 30. Juni zu überweisen und ist aus Einnahmen aus den Gebühren gemäß § 3 Abs. 1 RGG aufzubringen. Über die Verwendung dieser Mittel ist von der KommAustria und der RTR-GmbH jährlich bis 30. April des Folgejahres dem Bundeskanzler zu berichten und ein Rechnungsabschluss vorzulegen. Die Gesamtsumme des durch Finanzierungsbeiträge zu leistenden übrigen Aufwandes der RTR-GmbH darf jährlich höchstens 3 500 000 Euro betragen. Die genannten Beträge vermindern oder erhöhen sich ab dem Jahr 2022 in jenem Maße, in dem sich der von der Bundesanstalt Statistik Österreich verlaubliche Verbraucherpreisindex 2020 oder der an seine Stelle tretende Index des Vorjahres verändert hat.

(2) bis (14) ...

Beitragspflicht für Video-Sharing-Plattformanbieter

§ 35a. (1) Zur Finanzierung des in Erfüllung der Aufgabe nach § 2 Abs. 1 Z 15 entstehenden Aufwandes der KommAustria sowie des in Erfüllung der Aufgaben nach § 17 Abs. 7 Z 3 entstehenden Aufwandes der RTR-GmbH im Fachbereich Medien dienen im Verhältnis von 2:1 einerseits Finanzierungsbeiträge der nach § 54c AMD-G erfassten Plattformanbieter und andererseits Mittel aus dem Bundeshaushalt. Hierzu sind der RTR-GmbH jährlich 0,065 Millionen Euro von den Einnahmen aus den Gebühren nach § 3 Abs. 1 RGG zusätzlich zum nach § 35 Abs. 1 zu leistenden Beitrag per 31. Jänner zu überweisen. § 35 Abs. 1 dritter und letzter Satz sind anzuwenden.

(2) Die Finanzierungsbeiträge sind im Verhältnis des jeweils im Inland erzielten Umsatzes der Plattformanbieter zum branchenspezifischen Gesamtumsatz zu bemessen und einzuheben. Auf das Verfahren zur Festsetzung der Finanzierungsbeiträge sind die Bestimmungen des § 35 Abs. 4 bis 14 sinngemäß anzuwenden.

Geltende Fassung

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

(2) bis (4) ...

Verwaltungsstrafen

§ 41. Wer der Verpflichtung zur Erteilung von Auskünften und zur Gewährung der Einschau in Aufzeichnungen und Bücher trotz Aufforderung nicht nachkommt, begeht eine Verwaltungsübertretung und ist, so weit es sich bei dem Unternehmen um einen oder Mediendiensteanbieter handelt, von der KommAustria, so weit es sich bei dem Unternehmen um einen Anbieter von

Vorgeschlagene Fassung

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. **Dies gilt auch für Entscheidungen der KommAustria im Rahmen der Rechtsaufsicht.** 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 Bescheid eingeräumten Berechtigung für den Beschwerdeführer ein schwerer und nicht wieder gutzumachender Schaden verbunden wäre.

(2) bis (4) ...

Zusammenarbeit mit Regulierungsbehörden und Teilnahme in europäischen Gremien

§ 39a. Die KommAustria nimmt, sobald ihre Zuständigkeiten im Bereich der Aufsicht und Regulierung elektronischer Medien berührt sind, in den von ihr zu besorgenden Angelegenheiten an Sitzungen von Vereinigungen europäischer Regulierungsbehörden oder deren Arbeitsgruppen teil oder entsendet einen von ihr zur Abgabe von Erklärungen ermächtigten Vertreter. Sie hat der Europäischen Kommission und anderen unabhängigen nationalen Regulierungsbehörden auf deren Anfrage Informationen über einen audiovisuellen Mediendiensteanbieter zu übermitteln, soweit diese erforderlich sind, um die Rechtshoheit über einen Anbieter oder eine Umgehung der Regelungen für die Zuständigkeit zur Rechtsaufsicht (§ 3 AMD-G) festzustellen. Dies gilt nur insoweit als die Informationen nicht schon aus dem gemäß § 3 AMD-G geführten Verzeichnis ersichtlich sind.

Verwaltungsstrafen

§ 41. (1) Wer der Verpflichtung zur Erteilung von Auskünften und zur Gewährung der Einschau in Aufzeichnungen und Bücher trotz Aufforderung nicht nachkommt, begeht eine Verwaltungsübertretung und ist, so weit es sich bei dem Unternehmen um einen oder Mediendiensteanbieter handelt, von der KommAustria, so weit es sich bei dem Unternehmen um einen Anbieter von

Geltende Fassung

Telekommunikationsdiensten handelt, von der Telekom-Control-Kommission mit Geldstrafe bis zu 58 000 Euro zu bestrafen. Die Strafge­lder fließen dem Bund zu.

Verweisung und Umsetzungshinweis

§ 42. (1) und (2) ...

Inkrafttreten

§ 44. (1) bis (23) ...

Artikel 3
ORF-Gesetz

1. Abschnitt

**Einrichtung und öffentlich-rechtlicher Auftrag des Österreichischen
Rundfunks**

Begriffsbestimmungen

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

Vorgeschlagene Fassung

Telekommunikationsdiensten handelt, von der Telekom-Control-Kommission mit Geldstrafe bis zu 58 000 Euro zu bestrafen. Die Strafge­lder fließen dem Bund zu.

(2) Eine Einrichtung der Selbstregulierung (§ 32a) ist mit einer Geldbuße von bis zu 10 000 Euro zu bestrafen, wenn sie einer sie treffenden Berichtspflicht nach § 32b Abs. 4 erster Satz oder § 33 Abs. 3c erster Satz nicht nachkommt.

Verweisung und Umsetzungshinweis

§ 42. (1) und (2) ...

(3) Mit diesem Bundesgesetz wird die Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010, S. 1, in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808, ABl. Nr. L 303 vom 28.11.2018, S. 69, umgesetzt.

Inkrafttreten

§ 44. (1) bis (23) ...

(24) § 2 Abs. 1 Z 12 bis 15 und Abs. 3 Z 14, § 13 Abs. 4, § 17 Abs. 1 Z 4 und 5, Abs. 7 und 8, § 19 Abs. 3 Z 3 und 5a, § 20 Abs. 1 und 2, 2a. Abschnitt, § 21 Abs. 1, § 26 Abs. 1 und 2, § 29 Abs. 1 und 3, § 30 Abs. 1 und 3, § 32a samt Überschrift, § 32b samt Überschrift, § 33 samt Überschrift, § 35 Abs. 1, 35a samt Überschrift, § 39 Abs. 1, § 39a samt Überschrift, § 41 und § 42 Abs. 3 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2020 treten am 20. September 2020 in Kraft.

Artikel 3
ORF-Gesetz

1. Abschnitt

**Einrichtung und öffentlich-rechtlicher Auftrag des Österreichischen
Rundfunks**

Begriffsbestimmungen

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

Geltende Fassung

1. „audiovisueller Mediendienst“ eine unter der redaktionellen Verantwortung des Österreichischen Rundfunks oder einer seiner Tochtergesellschaften im Wege von Kommunikationsnetzen (§ 3 Z 11 TKG 2003, BGBl. I Nr. 70) angebotene Dienstleistung, deren Hauptzweck in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der Allgemeinheit besteht;

2. bis 4. ...

5. „Sendung“

a) in Fernsehprogrammen und Abrufdiensten eine einzelne, in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die im Fall von Fernsehprogrammen Bestandteil eines Sendeplans oder im Fall von Abrufdiensten eines Katalogs ist;

b) in Hörfunkprogrammen einen einzelnen, in sich geschlossenen und zeitlich begrenzten Bestandteil des Programms;

6. „Kommerzielle Kommunikation“ jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee

dient und einer Sendung oder einem Angebot gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 8;

Vorgeschlagene Fassung

1. „audiovisueller Mediendienst“ eine unter der redaktionellen Verantwortung des Österreichischen Rundfunks oder einer seiner Tochtergesellschaften im Wege von Kommunikationsnetzen (§ 3 Z 11 TKG 2003, BGBl. I Nr. 70/2003) angebotene Dienstleistung, bei der der Hauptzweck oder ein abtrennbarer Teil der Dienstleistung darin besteht, für die Allgemeinheit Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen;

1a. „redaktionelle Entscheidung“ eine auf regelmäßiger Grundlage zur Ausübung redaktioneller Verantwortung getroffene, das Tagesgeschäft betreffende Entscheidung;

2. bis 4. ...

5. „Sendung“

a) in Fernsehprogrammen und Abrufdiensten eine einzelne, unabhängig von ihrer Länge in sich geschlossene Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die im Fall eines Fernsehprogramms Bestandteil eines Sendeplans oder – im Fall eines Abrufdienstes – eines Katalogs ist; der Begriff schließt insbesondere Spielfilme, Videoclips, Sportberichte, Sitcoms, Dokumentationen, Nachrichten, Kunst- und Kultursendungen, Kindersendungen und Originalproduktionen ein;

b) in Hörfunkprogrammen einen einzelnen unabhängig von seiner Länge, in sich geschlossenen und zeitlich begrenzten Bestandteil des Programms;

6. „Kommerzielle Kommunikation“ jede Äußerung, Erwähnung oder Darstellung, die

a) der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds natürlicher oder juristischer Personen, die einer wirtschaftlichen Tätigkeit nachgehen, oder

b) der Unterstützung einer Sache oder Idee

dient und einer Sendung oder einem Angebot oder im Fall der lit. a auch einem nutzergenerierten Video (§ 2 Z 26b AMD-G, BGBl. I Nr. 84/2001) gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigelegt oder darin enthalten ist. Zur kommerziellen Kommunikation zählen jedenfalls Produktplatzierung, die Darstellung von Produktionshilfen von unbedeutendem Wert, Sponsorhinweise und auch Werbung gemäß Z 8;

Geltende Fassung

7. bis 9.

10. „Produktplatzierung“ jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung in eine Sendung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind.
11. Sponsoring, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, in der Produktion von audiovisuellen Werken oder von Hörfunkprogrammen oder -sendungen 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 Leistungen des Unternehmens zu fördern.

Weitere besondere Aufträge

§ 5. (1) ...

(2) Die Informationssendungen des Fernsehens (§ 3 Abs. 1) sollen nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit so gestaltet sein, dass gehörlosen und gehörbehinderten Menschen das Verfolgen der Sendungen erleichtert wird. Darüber hinaus ist dafür zu sorgen, dass der jeweilige Anteil der für Hör- und Sehbehinderte barrierefrei zugänglich gemachten Sendungen durch geeignete Maßnahmen kontinuierlich gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2009 erhöht wird. Dazu hat der Österreichische Rundfunk bis zum 31. Dezember 2010 nach Anhörung von für den Bereich der Hör- und Sehbehinderten repräsentativen Organisationen einen Plan zum weiteren Ausbau des barrierefreien Zugangs zu den Fernsehprogrammen gemäß § 3 Abs. 1 Z 2 und zu seinem Online-Angebot einschließlich Maßnahmen zur etappenweisen Umsetzung zu erstellen. Der Plan ist zumindest jährlich zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen. Mittelfristig ist vom ORF eine Untertitelung aller seiner Fernsehsendungen mit Sprachinhalten anzustreben.

Vorgeschlagene Fassung

7. bis 9.

10. „Produktplatzierung“ jede Form kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine entsprechende Marke gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung einzubeziehen oder darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung oder eines nutzergenerierten Videos (§ 2 Z 26b AMD-G) erscheint. Nicht als Produktplatzierung gilt die kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preise, solange die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von unbedeutendem Wert sind;
11. „Sponsoring“, wenn ein nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, in der Produktion von audiovisuellen Werken oder von Hörfunkprogrammen oder -sendungen 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 Leistungen des Unternehmens zu fördern.

Weitere besondere Aufträge

§ 5. (1) ...

(2) Jedenfalls die Informationssendungen des Fernsehens (§ 3 Abs. 1) müssen nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit so gestaltet sein, dass hör- und sehbeeinträchtigten Menschen sowie Menschen mit intellektuellen Beeinträchtigungen, die auf einfache Sprache angewiesen sind, das Verfolgen der Sendungen erleichtert wird. Der ORF hat täglich in einem seiner Programme zwischen 9 Uhr und 22 Uhr zumindest eine Nachrichtensendung in einfacher Sprache anzubieten. Über die vorgenannten Vorgaben hinaus ist dafür zu sorgen, dass der jeweilige Anteil der für Hör- und Sehbehinderte sowie für Menschen mit intellektuellen Beeinträchtigungen, die auf einfache Sprache angewiesen sind, barrierefrei zugänglich gemachten audiovisuellen Inhalte durch geeignete Maßnahmen kontinuierlich und stufenweise gegenüber dem Stand zum 31. Dezember 2020 erhöht wird. Hierbei kann der ORF im Hinblick auf Live-Inhalte wegen des bei diesen Inhalten erhöhten Aufwands zur Herstellung der Barrierefreiheit sachlich gerechtfertigte Ausnahmen vorsehen. Zur Konkretisierung aller für die Erhöhung des Anteils beabsichtigten Maßnahmen hat der ORF jährlich nach Anhörung des Publikumsrates sowie der für den Bereich der Hör- und Sehbehinderten sowie einer für den Bereich der Menschen mit

Geltende Fassung**Vorgeschlagene Fassung**

intellektuellen Beeinträchtigungen repräsentativen Organisationen einen Aktionsplan einschließlich eines konkreten dreijährigen Zeitplans zur jährlichen Steigerung des Anteils barrierefrei zugänglicher Sendungen und seines Online-Angebots, getrennt nach den Kategorien Information, Unterhaltung, Bildung, Kunst und Kultur sowie Sport, zu erstellen. Dieser Aktionsplan ist leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen. Die Regulierungsbehörde ist von der Veröffentlichung zu informieren. In den Kategorien Information, Kunst und Kultur sowie Bildung muss die Steigerung jährlich zumindest 2,5 vH gegenüber dem Stand zum Ende des vorangehenden Kalenderjahres betragen, in der Kategorie Unterhaltung zumindest 4 vH. Dabei ist in der Kategorie Information der barrierefreien Ausgestaltung von Bundesländersendungen und Pressekonferenzen sowie im Bereich Information und Unterhaltung den Kindersendungen erhöhte Bedeutung zuzumessen. Der ORF hat zu den im Aktionsplan festgelegten Maßnahmen jährlich bis zum 31. März des dem Berichtszeitraum folgenden Jahres über die Umsetzung und die Erhöhung des Anteils zu berichten. Für den Fall der Nichterfüllung der im Aktionsplan ausgewiesenen Maßnahmen und der in dieser Bestimmung geregelten Steigerungsrate ist zu begründen, warum die Vorhaben nicht erfüllt und die Steigerungsrate nicht erreicht werden konnte und welche Schritte in Aussicht genommen sind, um bis zum Ende des folgenden Kalenderjahres diesen Rückstand gemeinsam mit der Steigerungsrate des folgenden Kalenderjahres aufzuholen. Der Bericht ist in gleicher Weise wie der Aktionsplan zu veröffentlichen.

(2a) Im Jahresbericht (§ 7) ist auszuführen, wie sich der Anteil der durch für die betreffende Personengruppe geeignete Maßnahmen (insbesondere Untertitelung, Gebärdendolmetsch, Zweikanalton, Audiodeskription) barrierefrei zugänglich gemachten Inhalte im Online-Angebot und in den Programmen erhöht hat. Bis zum Jahr 2030 ist vom ORF die Barrierefreiheit aller seiner Sendungen mit Sprachinhalten anzustreben.

(3) bis (5) ...

(6) Der Österreichische Rundfunk hat

1. Bundes- und Landesbehörden sowie den Behörden der im jeweiligen Verbreitungsgebiet gelegenen Gemeinden für Aufrufe in Krisen- und Katastrophenfällen und andere wichtige Meldungen an die Allgemeinheit sowie

(3) bis (5) ...

(6) Der Österreichische Rundfunk hat

1. Bundes- und Landesbehörden sowie den Behörden der im jeweiligen Verbreitungsgebiet gelegenen Gemeinden für Aufrufe in Krisen- und Katastrophenfällen und andere wichtige Meldungen an die Allgemeinheit sowie

Geltende Fassung

2. Privaten für Aufrufe in begründeten und dringenden Notfällen zur Vermeidung von Gefahren für Gesundheit und Leben von Menschen

zu jeder Zeit die notwendige und zweckentsprechende Sendezeit kostenlos zur Verfügung zu stellen. Die vorstehenden Regelungen gelten auch für die Verbreitung in Online-Angeboten.

2. Abschnitt**Programmgrundsätze****Inhaltliche Grundsätze****§ 10. (1) ...**

(2) Die Sendungen dürfen nicht zu Hass auf Grund von Rasse, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion und Nationalität aufreizen.

(3) bis (10) ...

(11) Das Inhaltsangebot des Österreichischen Rundfunks darf keine Inhalte umfassen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können, insbesondere solche, die Pornografie oder grundlose Gewalttätigkeiten zeigen.

(12) Bei Hörfunk- und Fernsehsendungen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, ist durch die Wahl der Sendezeit oder sonstige Maßnahmen dafür zu sorgen, dass diese Sendungen von Minderjährigen üblicherweise nicht gesehen oder gehört werden.

(13) Die unverschlüsselte Ausstrahlung von Sendungen gemäß Abs. 12 ist durch akustische Zeichen anzukündigen oder durch optische Mittel während der gesamten Sendung kenntlich zu machen. Die Bundesregierung kann durch

Vorgeschlagene Fassung

2. Privaten für Aufrufe in begründeten und dringenden Notfällen zur Vermeidung von Gefahren für Gesundheit und Leben von Menschen

zu jeder Zeit die notwendige und zweckentsprechende Sendezeit kostenlos zur Verfügung zu stellen. Die vorstehenden Regelungen gelten auch für die Verbreitung in Online-Angeboten. Diese Informationen sind auch so bereitzustellen, dass sie barrierefrei und einfach verständlich zugänglich sind.

2. Abschnitt**Programmgrundsätze****Inhaltliche Grundsätze****§ 10. (1) ...**

(2) Die Sendungen und das Onlineangebot dürfen nicht zu Hass oder Gewalt gegen eine Personengruppe oder eine einzelne Person dieser Gruppe auf Grund des Geschlechts, der Rasse, der Hautfarbe, der ethnischen oder sozialen Herkunft, der genetischen Merkmale, der Sprache, der Religion oder der Weltanschauung, der politischen oder sonstigen Anschauung, der Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, des Vermögens, der Geburt, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Ausrichtung aufreizen und keine Aufforderung zur Begehung einer terroristischen Straftat (§ 278c StGB) enthalten.

(3) bis (10) ...

Geltende Fassung

Verordnung die nähere Ausgestaltung optischer oder akustischer Kennzeichnungen festlegen.

(14) Sendungen, die sich ihrem Inhalt nach überwiegend an unmündige Minderjährige richten, dürfen keine Appelle enthalten, Rufnummern für Mehrwertdienste zu wählen.

Vorgeschlagene Fassung**Schutz Minderjähriger**

§ 10a. (1) Das Inhaltsangebot des Österreichischen Rundfunks darf keine Inhalte umfassen, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen ernsthaft beeinträchtigen können.

(2) Bei Inhalten, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, ist durch die Wahl der Sendezeit oder durch sonstige technische Maßnahmen, wie etwa Altersverifikationstools, dafür zu sorgen, dass diese Sendungen von Minderjährigen üblicherweise nicht gesehen oder gehört werden.

(3) Frei zugängliche Sendungen gemäß Abs. 2 sind jedenfalls am Beginn durch eindeutig als Warnhinweis identifizierbare akustische Zeichen anzukündigen und durch optische Mittel während der gesamten Sendung kenntlich zu machen. Der Österreichische Rundfunk hat zur Sicherstellung bundesweit einheitlicher Verhaltensrichtlinien Initiativen im Wege der Selbstregulierung (§ 32a KOG) zu unterstützen und dazu beizutragen. § 39 Abs. 4 bis 6 AMD-G sind sinngemäß anzuwenden. Der ORF hat in seinem Jahresbericht über die Maßnahmen zur Kennzeichnung und Inhaltsbeschreibung zu berichten.

(4) Sendungen, die sich ihrem Inhalt nach überwiegend an unmündige Minderjährige richten, dürfen keine Appelle enthalten, Rufnummern für Mehrwertdienste zu wählen.

Europäische Werke in Abrufdiensten

§ 12. Unbeschadet der Vorgaben der §§ 4e und 4f iVm den Bestimmungen des Abschnitts 1a hat im Rahmen des praktisch Durchführbaren und unter Einsatz angemessener Mittel der Hauptanteil der Sendungen der vom Österreichischen Rundfunk oder seinen Tochtergesellschaften angebotenen Abrufdienste aus europäischen Werken entsprechend Art. 1 Abs. 1 lit. n und Abs. 2 bis 4 der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller

Europäische Werke in Abrufdiensten

§ 12. Unbeschadet der Vorgaben der §§ 4e und 4f iVm den Bestimmungen des Abschnitts 1a hat im Rahmen des praktisch Durchführbaren und unter Einsatz angemessener Mittel der Hauptanteil der Sendungen der vom Österreichischen Rundfunk oder seinen Tochtergesellschaften angebotenen Abrufdienste aus europäischen Werken entsprechend Art. 1 Abs. 1 lit. n und Abs. 2 bis 4 der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom

Geltende Fassung

Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010 S. 1 zu bestehen.

3. Abschnitt**Kommerzielle Kommunikation****Inhaltliche Anforderungen und Beschränkungen****§ 13. (1) bis (3) ...**

(4) Jede Form der kommerziellen Kommunikation für Spirituosen, Zigaretten oder andere Tabakerzeugnisse sowie für nur auf ärztliche Verschreibung erhältliche Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen ist verboten. Kommerzielle Kommunikation für alle anderen Arzneimittel, Medizinprodukte und für therapeutische Behandlungen muss ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden.

(5) ...

(6) Kommerzielle Kommunikation darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen und unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutz Minderjähriger:

1. ...

2. Sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.

3. bis 4. ...**(7) ...**

(8) Der Österreichische Rundfunk hat für kommerzielle Kommunikation bei und in Kindersendungen betreffend Lebensmittel und Getränke, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung wie insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker enthalten, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, Richtlinien zu erlassen. Diese bedürfen der Zustimmung des Stiftungsrates und sind leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

Vorgeschlagene Fassung

15.4.2010 S. 1 zu bestehen. Es ist dafür Sorge zu tragen, dass diese europäischen Werke durch eine eindeutige Kennzeichnung hervorgehoben werden.

3. Abschnitt**Kommerzielle Kommunikation****Inhaltliche Anforderungen und Beschränkungen****§ 13. (1) bis (3) ...**

(4) Jede Form der kommerziellen Kommunikation für Spirituosen, Zigaretten oder andere Tabakerzeugnisse, für elektronische Zigaretten und deren Nachfüllbehälter sowie für nur auf ärztliche Verschreibung erhältliche Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen ist verboten. Kommerzielle Kommunikation für alle anderen Arzneimittel, Medizinprodukte und für therapeutische Behandlungen muss ehrlich, wahrheitsgemäß und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden; ebenso darf kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen Tieren nicht schaden.

(5) ...

(6) Kommerzielle Kommunikation darf nicht zu körperlicher, geistiger oder sittlicher Beeinträchtigung Minderjähriger führen und unterliegt daher folgenden Kriterien zu deren Schutz:

1. ...

2. Sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu anregen, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen.

3. bis 4. ...**(7) ...**

(8) Der Österreichische Rundfunk hat für kommerzielle Kommunikation

Geltende Fassung

(9) ...

Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten**§ 14.** (1) bis (5) ...

(6) Nicht in die jeweilige höchstzulässige Werbedauer einzurechnen ist die Dauer von

1. Hinweisen des Österreichischen Rundfunks auf Sendungen seiner Programme und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind und
2. Produktplatzierungen.

(7) bis (11) ...

Unterbrecherwerbung**§ 15.** (1) und (2) ...

(3) In Programmen nach §§ 9 und 9a kann unter den nachfolgend genannten Einschränkungen Fernsehwerbung auch in die laufenden Sendungen eingespielt

Vorgeschlagene Fassung

1. für alkoholische Getränke und

2. bei und in Kindersendungen für Lebensmittel und Getränke, die Nährstoffe oder Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung wie insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz/Natrium und Zucker enthalten, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, Richtlinien über auf solche Getränke und Lebensmittel bezogene audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die vor, nach und in Kindersendungen unangebracht ist, zu erstellen und zu beachten. Diese bedürfen der Zustimmung des Stiftungsrates und sind leicht, unmittelbar und ständig zugänglich zu veröffentlichen. Für die Beurteilung, was unangebracht ist, sind die Erkenntnisse einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation heranzuziehen. Der Österreichische Rundfunk hat zur Sicherstellung bundesweit einheitlicher Richtlinien Initiativen im Wege der Selbstregulierung (§ 32a KOG) zu unterstützen und dazu beizutragen.

(9) ...

Fernseh- und Hörfunkwerbung, Werbezeiten**§ 14.** (1) bis (5) ...

(6) Nicht in die jeweilige höchstzulässige Werbedauer einzurechnen ist die Dauer von

1. Hinweisen des Österreichischen Rundfunks in einem Fernsehprogramm auf Fernsehsendungen in diesem oder einem anderen Fernsehprogramm und auf Begleitmaterialien, die direkt von diesen Sendungen abgeleitet sind,
2. Produktplatzierungen und
3. neutralen Einzelbildern zwischen redaktionellem Inhalt und Werbespots und zwischen Werbespots.

(7) bis (11) ...

Unterbrecherwerbung**§ 15.** (1) und (2) ...

(3) In Programmen nach §§ 9 und 9a kann unter den nachfolgend genannten Einschränkungen Fernsehwerbung auch in die laufenden Sendungen eingespielt

Geltende Fassung

werden, sofern sie den Zusammenhang der Sendungen nicht beeinträchtigt, wobei die natürlichen Sendungsunterbrechungen und die Art und Dauer der Sendung zu berücksichtigen sind. Gegen die Rechte von Rechteinhabern darf dabei nicht verstoßen werden. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und Dokumentarfilmen), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung unterbrochen werden.

Produktplatzierung

§ 16. (1) und (2) ...

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen.

(4) Unbeschadet der Regelungen des § 13 dürfen Sendungen jedenfalls auch keine Produktplatzierung zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist. Produktplatzierung ist weiters in regional ausgestrahlten Fernsehsendungen unzulässig, ebenso kostenlose Bereitstellungen nach § 1a Z 10 letzter Satz.

(5) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, haben folgenden Anforderungen zu genügen:

1. Ihr Inhalt oder ihr Programmplatz darf keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit beeinträchtigt wird.
2. bis 4. ...
- (6) ...

Vorgeschlagene Fassung

werden, sofern sie den Zusammenhang der Sendungen nicht beeinträchtigt, wobei die natürlichen Sendungsunterbrechungen und die Art und Dauer der Sendung zu berücksichtigen sind. Gegen die Rechte von Rechteinhabern darf dabei nicht verstoßen werden. Die Übertragung von Fernsehfilmen (mit Ausnahme von Serien, Reihen und **Dokumentationen**), Kinospielefilmen und Nachrichtensendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten einmal für Fernsehwerbung unterbrochen werden. Die Übertragung von Kindersendungen darf für jeden programmierten Zeitraum von mindestens 30 Minuten höchstens einmal unterbrochen werden, jedoch nur wenn die Gesamtdauer der Sendung nach dem Sendeplan mehr als 30 Minuten beträgt. Die Übertragung von Gottesdiensten darf nicht durch Fernsehwerbung unterbrochen werden.

Produktplatzierung

§ 16. (1) und (2) ...

(3) Ausgenommen vom Verbot des Abs. 1 sind Kinofilme, Fernsehfilme und Fernsehserien sowie Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Diese Ausnahme gilt nicht für Kindersendungen und Verbrauchersendungen. **Verbrauchersendungen sind Sendungen, in denen Zuschauern Ratschläge im Zusammenhang mit dem Kauf oder der Verwendung von Produkten oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen gegeben werden oder die Bewertungen für den Kauf von Produkten oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen beinhalten.**

(4) Unbeschadet der Regelungen des § 13 dürfen Sendungen jedenfalls auch keine Produktplatzierung zugunsten von Unternehmen enthalten, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen **oder von elektronischen Zigaretten und Nachfüllbehältern** ist. Produktplatzierung ist weiters in regional ausgestrahlten Fernsehsendungen unzulässig, ebenso kostenlose Bereitstellungen nach § 1a Z 10 letzter Satz.

(5) Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, haben folgenden Anforderungen zu genügen:

1. Ihr Inhalt oder **ihre Platzierung** darf keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit beeinträchtigt wird.
2. bis 4. ...
- (6) ...

Geltende Fassung**8. Abschnitt
Rechtliche Kontrolle****Rechtsaufsicht**

§ 36. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet neben den anderen in diesem Bundesgesetz und im KommAustria-Gesetz genannten Fällen – soweit dafür nicht eine andere Verwaltungsbehörde oder ein Gericht zuständig ist – über die Verletzung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes mit Ausnahme der Bestimmungen des 5a. Abschnittes oder über die Verletzung des Umfangs eines Angebotskonzepts einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilten Auflagen

1. ...
2. auf Antrag
 - a. des Bundes oder eines Landes;
 - b. des Publikumsrates;
 - c. von mindestens einem Drittel der Mitglieder des Stiftungsrates;
 - d. des Vereins für Konsumenteninformation oder einer gesetzlichen Interessenvertretung, soweit in Fernsehprogrammen eine Verletzung der Bestimmungen der § 13 Abs. 1, 2, 3, 4 erster Satz, 5 und 6, § 14 Abs. 1, und 5 vorletzter und letzter Satz, oder der §§ 15, 16 und 17 Abs. 1 bis 3 behauptet wird;
 - e. ...
3. ...
- (2) bis (4) ...

Verwaltungsstrafen

§ 38. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit einer Geldstrafe bis zu 58 000 Euro zu bestrafen, wer – soweit die nachfolgend genannten Bestimmungen auf seine Tätigkeit Anwendung finden – nach diesem Bundesgesetz ein Programm veranstaltet, einen Abrufdienst anbietet oder sonst ein Online-Angebot bereitstellt und dabei

1. die Programmgrundsätze des § 10 Abs. 1, Abs. 2 oder Abs. 11 bis 13 verletzt;

Vorgeschlagene Fassung**8. Abschnitt
Rechtliche Kontrolle****Rechtsaufsicht**

§ 36. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet neben den anderen in diesem Bundesgesetz und im KommAustria-Gesetz genannten Fällen – soweit dafür nicht eine andere Verwaltungsbehörde oder ein Gericht zuständig ist – über die Verletzung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes mit Ausnahme der Bestimmungen des 5a. Abschnittes oder über die Verletzung des Umfangs eines Angebotskonzepts einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilten Auflagen

1. ...
2. auf Antrag
 - a. des Bundes oder eines Landes;
 - b. des Publikumsrates;
 - c. von mindestens einem Drittel der Mitglieder des Stiftungsrates;
 - d. des Vereins für Konsumenteninformation oder einer gesetzlichen Interessenvertretung, soweit in **einem audiovisuellen Mediendienst oder im sonstigen Online-Angebot** eine Verletzung der Bestimmungen der § 13 Abs. 1, 2, 3, 4 erster Satz, 5 und 6, § 14 Abs. 1, und 5 vorletzter und letzter Satz, oder der §§ 15, 16 und 17 Abs. 1 bis 3 behauptet wird;
 - e. ...
3. ...
- (2) bis (4) ...

Verwaltungsstrafen

§ 38. (1) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit einer Geldstrafe bis zu 58 000 Euro zu bestrafen, wer – soweit die nachfolgend genannten Bestimmungen auf seine Tätigkeit Anwendung finden – nach diesem Bundesgesetz ein Programm veranstaltet, einen Abrufdienst anbietet oder sonst ein Online-Angebot bereitstellt und dabei

1. die Programmgrundsätze **des § 10 Abs. 1 oder Abs. 2 verletzt**;

Geltende Fassung

2. § 13 Abs. 4, § 13 Abs. 1 bis 6, § 14 Abs. 1, 3 bis 5 und 9 oder den §§ 15 bis 17 zuwiderhandelt;
 3. bis 10. ...
 (2) bis (4) ...

11. Abschnitt**Übergangs- und Schlussbestimmungen****Umsetzungshinweis**

§ 47. (1) Mit diesem Bundesgesetz wird die Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010 S. 1 umgesetzt. Dieses Bundesgesetz wurde unter Einhaltung der Bestimmungen der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft, ABl. Nr. L 204 vom 21.07.1998 S. 37, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/96/EG, ABl. Nr. L 363 vom 20.12.2006 S. 81, notifiziert (Notifikationsnummer 2010/136/A).

Inkrafttreten

§ 49. (1) bis (19) ...

Vorgeschlagene Fassung

2. **§ 10a**, § 13 Abs. 1 bis 6, § 14 Abs. 1, 3 bis 5 und 9 oder den §§ 15 bis 17 zuwiderhandelt;
 3. bis 10. ...
 (2) bis (4) ...

11. Abschnitt**Übergangs- und Schlussbestimmungen****Umsetzungshinweis**

§ 47. (1) Mit diesem Bundesgesetz wird die Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), ABl. Nr. L 95 vom 15.4.2010, S. 1, **in der Fassung der Richtlinie (EU) 2018/1808, ABl. Nr. L 303 vom 28.11.2018, S. 69,** umgesetzt. Dieses Bundesgesetz wurde unter Einhaltung der Bestimmungen der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften und der Vorschriften für die Dienste der Informationsgesellschaft, ABl. Nr. L 204 vom 21.07.1998 S. 37, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2006/96/EG, ABl. Nr. L 363 vom 20.12.2006 S. 81, notifiziert (Notifikationsnummer 2010/136/A).

Inkrafttreten

§ 49. (1) bis (19) ...

(20) § 1a Z 1, 1a, 5, 6, 10 und 11, § 5 Abs. 2, 2a und 6, § 10, § 10a samt Überschrift, § 12, § 13 Abs. 4, 6 und 8, § 14 Abs. 6, § 15 Abs. 3, § 16 Abs. 3 bis 5, § 36 Abs. 1, § 38 Abs. 1 und § 47 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2020 treten mit 20. September 2020 in Kraft.

Geltende Fassung**Artikel 4
Privatradiogesetz****5. Abschnitt****Sonstige Pflichten des Hörfunkveranstalters**

§ 22. (1) bis (3) ...

(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 Eigentums- oder Mitgliederverhältnissen anzuzeigen.

(5) ...

Inkrafttreten

§ 33. (1) bis (8) ...

Vorgeschlagene Fassung**Artikel 4
Privatradiogesetz****5. Abschnitt****Sonstige Pflichten des Hörfunkveranstalters**

§ 22. (1) bis (3) ...

(4) Änderungen der direkten oder indirekten Eigentums- oder Mitgliederverhältnisse gegenüber dem Zeitpunkt der Zulassung sind der Regulierungsbehörde, vorausgesetzt die Änderung könnte zu einer geänderten Beurteilung der Übereinstimmung mit den Anforderungen nach den §§ 7 bis 9 führen, vom Hörfunkveranstalter binnen vier Wochen ab Rechtswirksamkeit der Änderung zu melden; in allen anderen Fällen von Änderungen genügt eine Aktualisierung der diesbezüglichen Daten bis 31. Dezember jedes Jahres. Hat der Hörfunkveranstalter Zweifel, ob die im ersten Satz genannte Voraussetzung vorliegt und eine Aktualisierung zum Ende des Jahres daher allenfalls verspätet sein könnte, so kann er bis spätestens vier Wochen nach Rechtswirksamkeit der Änderung von der Regulierungsbehörde eine Feststellung darüber verlangen, ob eine derartige wesentliche Änderung vorliegt.

(5) ...

Inkrafttreten

§ 33. (1) bis (8) ...

(9) § 22 Abs. 4 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2020 tritt mit 20. September 2020 in Kraft.