



An das Bundeskanzleramt - Verfassungsdienst
per E-Mail: medienrecht@bka.gv.at

In Kopie an das Präsidium des Nationalrats
per Email: begutachtungsverfahren@parlament.gv.at

Wien, am 16.10.2020

Geschäftszahl: 2020-0.483.015

Betreff: Stellungnahme des VÖP zum Entwurf eines Bundesgesetzes, mit dem das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, das KommAustria-Gesetz, das ORF-Gesetz und das Privatradiogesetz geändert werden

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Namen des Verbands Österreichischer Privatsender (VÖP) möchten wir uns sehr herzlich für die Gelegenheit zur Stellungnahme zum o.a. Bundesgesetz zur Änderung des AMD-G, des KOG, des ORF-G und des PrR-G bedanken. Beigefügt finden Sie unsere Stellungnahme zu den geplanten Änderungen der einzelnen Gesetze.

Wir dürfen Sie um Kenntnisnahme und Berücksichtigung unserer Anregungen ersuchen. Vielen Dank im Voraus.

Mit freundlichen Grüßen

Dipl.Kffr. Corinna Drumm
Geschäftsführung

VERBAND
ÖSTERREICHISCHER
PRIVATSENDER

Kärntner Ring 5-7
A-1010 Wien

Tel.: +43 (1) 2051160 1092

office@voep.at
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918



Stellungnahme des VÖP zum Entwurf eines Bundesgesetzes, mit dem das Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, das KommAustria-Gesetz, das ORF-Gesetz und das Privatradiogesetz geändert werden

A. Vorbemerkungen

Die geplanten Änderungen des AMD-G sollen v.a. dazu dienen, die Mediendienste-RL 2018/1808 (die ‚RL‘) in innerstaatliches Recht umzusetzen. Das übergeordnete Ziel der RL liegt darin, das Wettbewerbsumfeld unterschiedlicher audiovisueller Angebote im Binnenmarkt einander anzugleichen und auf diese Weise für **mehr Fairness im Wettbewerb zwischen Fernsehveranstaltern, Abrufdiensteanbietern und Video-Sharing-Plattformanbietern (VSPs)** zu sorgen.

Diese Änderungen der bisherigen Mediendienste-RL wurden im EU-Legislativprozess von österreichischer Seite unterstützt und maßgeblich beeinflusst. Umso unverständlicher ist es, dass die Möglichkeiten der Angleichung der Wettbewerbsbedingungen in der Umsetzung in nationales Recht nicht voll ausgenutzt werden sollen, und dass insbesondere dort, wo die RL eine Verbesserung der schwierigen Wettbewerbssituation von Fernsehveranstaltern zuließe – in Form einer **Flexibilisierung der Werbezeiten für Veranstalter** (Art 23 Abs. 1) – von dieser Möglichkeit nicht Gebrauch gemacht werden soll. Daraus resultiert eine unnötige **Prolongierung der regulatorischen Schieflast** zulasten heimischer Veranstalter im Verhältnis zu den großen Online-Abruf- und Sharing-Plattformen, die weder akzeptabel ist noch den medienpolitischen Zielsetzungen der Bundesregierung entspricht. Wir sprechen uns mit Nachdruck für eine Flexibilisierung der Durchrechnungszeiträume aus, wie sie in Art 23 Abs. 1 der RL vorgezeichnet ist.

Es ist zu bedenken, dass die Nachschärfungen aufgrund der RL im Bereich des Jugendschutzes, des Konsumentenschutzes und des barrierefreien Zugangs zu Programminhalten ohnehin zu erheblichen **Zusatzbelastungen für Mediendienstanbieter** führen. Umso mehr begrüßen wir die ausdrückliche Zielsetzung der Bundesregierung, die **Selbstregulierung der Branche zu fördern** und keine strengeren oder detaillierteren Regeln als durch die Richtlinie vorgesehen im AMD-G umsetzen zu wollen.

Dieser Ansatz, ein ‚**Gold-Plating**‘ soweit als möglich zu vermeiden, wird allerdings in der Umsetzung nur teilweise durchgehalten, in zahlreichen Regelungsbereichen werden den Mediendienstanbietern administrative Zusatzlasten auferlegt, die gemessen am Richtlinienstandard nicht notwendig sind (z.B. Umfang der Berichtspflichten zur Barrierefreiheit § 30b; Informationspflichten zum Schutz Minderjähriger § 39; Katalogpflichten von Abrufdiensten § 40), und die sich, bei genauerem Hinsehen, als kontraproduktiv für die Erreichung der Ziele der



Selbstregulierung erweisen. Soweit der österreichische Gesetzgeber **Selbstkontrollmechanismen** in den Bereichen Minderjährigenschutz und kommerzielle Kommunikation einführt und/oder erweitert, ist es für deren Wirksamkeit in der Praxis notwendige Nebenbedingung, dass sich der Staat auch tatsächlich auf eine Überwachungsfunktion zurückzieht und der Branche die Selbstregulierung überlässt. Die Verdoppelung von Sanktions- und Überwachungsfunktionen kann nicht das Ziel der Einführung von Selbstregulierung sein. In diesen Bereichen sollte also jedenfalls noch nachgebessert werden.

Ebenfalls Ziel der Umsetzung muss es sein, den Umfang zusätzlicher, nicht-wertschaffender administrativer und finanzieller Belastungen für alle Beteiligten gering zu halten – sowohl für die Anbieter, als auch für die Regulierungsbehörde. Der Zusatzaufwand auf Seiten der Regulierungsbehörde ist gemessen an der Darstellung der **finanziellen Auswirkungen** der Richtlinienumsetzung (siehe Vorblatt S 2) äußerst hoch; dieser Aufwand ist teils durch den Bund, größtenteils aber von den Mediendiensteanbieter über den Mechanismus der Behördenfinanzierung zu tragen. Auch in diesem Bereich sollte nachgebessert werden, denn die finanziellen Kräfte der Anbieter sollten zur Bereitstellung von Inhalten und nicht zur Finanzierung eigener und behördlicher Administration dienen.

Ausdrücklich begrüßen wir die Umsetzung des **Regulierungsrahmens für Video-Sharing-Plattformanbieter** (VSPs), auch wenn wir die neuen Regeln als bloßen Zwischenschritt in Richtung eines umfassenden und wirksamen gesamteuropäischen Rechtsrahmens für die dominanten Online-Plattformanbieter (Gatekeeper) sehen.

Wir würden uns außerdem wünschen, dass im Zuge dieses Gesetzespakets die **zahlenmäßige Beschränkung von Privatradioprogrammen für digitalerterrestrische Angebote** gestrichen wird; angesichts der fortschreitenden Entwicklung von Digitalradio in Österreich sollten etablierte Radiobetreiber nicht im Angebot zusätzlicher (digitaler) Radioprogramme unsachlich eingeschränkt werden.



B. Zu den Änderungen des AMD-G

§ 2 AMD-G - Begriffsbestimmungen

Zu § 2 Z 2 (audiovisuelle kommerzielle Kommunikation): Art 1 Abs. 1 lit f RL 2018/1808 ändert die Definition des Begriffs der audiovisuellen kommerziellen Kommunikation insoweit, als absatzfördernde Bilder, die nutzergenerierten Videos beigefügt werden, ebenfalls als audiovisuelle kommerzielle Kommunikation gelten. Diese Änderung fehlt im gegenständlichen Gesetzesvorschlag. Wir regen daher an, das § 2 Z 2 AMD-G ergänzt wird, sodass Satz 2 der Definition folgendermaßen lautet: „Diese Bilder sind einer Sendung oder einem nutzergenerierten Video gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder im Fall der lit. a als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten.“

Zu § 2 Z 32 (Sponsoring): Die Definition des Sponsorings wurde durch Art 1 Abs. 1 lit g RL 2018/1808 um finanzielle Beiträge „zur Finanzierung von Videosharing-Plattformdiensten“ erweitert. Die Umsetzung in § 2 Z 32 ist diesbezüglich unpräzise; sie umfasst (so wie bisher) nur finanzielle Beiträge „zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen“. Streng genommen fallen nach der vorgeschlagenen Fassung des § 2 Z 32 AMD-G finanzielle Beiträge, die dazu dienen, VSPs zu finanzieren, nicht unter Sponsoring. § 2 Z 32 AMD-G sollte daher folgendermaßen geändert werden (Änderungen hervorgehoben): „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, Video-Sharing-Plattform-Diensten, nutzergenerierten Videos oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;

§ 10 AMD-G - Mediendienstanbieter

Zu § 10 Abs. 7 (Mediendienstanbieter): Wir begrüßen die vorgeschlagene Änderung des § 10 Abs. 7, die die Anzahl der Meldeverpflichtungen und damit den Aufwand für die Mediendienstanbieter und für die Behörde erheblich verringern sollte.

§ 30b AMD-G - Barrierefreiheit

§ 30b – Barrierefreiheit: Der neu eingefügte § 30b AMD-G dient der Umsetzung von Art. 7 Abs. 1, 2 und 3 der RL 2018/1808, wonach die Mitgliedstaaten dafür sorgen sollen, dass der barrierefreie Zugang zu Mediendiensten ohne unangemessene Verzögerung stetig und schrittweise verbessert wird (Abs. 1), den nationalen Regulierungsbehörden und von diesen der EU-Kommission regelmäßig über Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit zu berichten ist (Abs. 2), und



die Mitgliedstaaten die Mediendiensteanbieter ermutigen sollen, entsprechende Aktionspläne zu erstellen (Abs. 3).

Der konkrete Gesetzesvorschlag bereitet insoweit Sorge, als die Pflichten, denen die Mediendiensteanbieter unterworfen werden sollen, doch über das zur RL-Umsetzung erforderliche Mindestmaß hinausgehen und zu erheblichem Aufwand führen werden bzw. in der Umsetzung zu wenig auf die Sondersituation, in der sich der private Rundfunksektor durch die Corona-Krise befindet, Rücksicht genommen wird. Wir möchten daher die folgenden Änderungen an § 30b AMD-G anregen:

- Corona-bedingtes Aussetzen der Barrierefreiheit-Pflichten bis Ende 2021: Die Umsatzeinbußen der österreichischen Privatrundfunkbranche 2020 und 2021 werden in der Größenordnung von 15-20% p.a. liegen. Unter diesen Umständen ist es den Unternehmen – bei allem Verständnis für die gesellschaftspolitische Relevanz des Themas – im Moment wirtschaftlich nicht zumutbar, zusätzlichen Aufwand für die Erhöhung des Anteils barrierefreier Sendungen zu tragen. Die Pflicht zur Erhöhung des Anteils barrierefreier Sendungen sollte daher zumindest bis Ende 2021 aufgeschoben werden.
- Grundsätzlich keine Barrierefreiheit-Pflichten für „Kleinstunternehmen“ iSv Empfehlung 2003/361/EG: § 30b AMD-G sieht zwar unter bestimmten Umständen eine Befreiung von Barrierefreiheit-Pflichten für Mediendiensteanbieter vor, knüpft diese allerdings an Umsätze, die nicht höher als das Doppelte des nach § 35 KOG Abs. 3 i.V.m. Abs. 5 ermittelten Grenzbetrags sein dürfen. Diese Umsatzschwelle ist äußerst niedrig und führt im Ergebnis dazu, dass sogar sehr kleine Mediendiensteanbieter (wie z.B. Ein-Personen-Unternehmen) iaR zum vollen Katalog der Barrierefreiheitsmaßnahmen, der Erstellung von Aktionsplänen und Berichtspflichten verpflichtet werden. Das ist überschießend. Wir regen an, die Mindestschwelle dort anzusetzen, wo sie die EU-Kommission selbst in ihren einschlägigen Leitlinien gem. Art 13 Abs. 7 der Mediendienste-RL (2020/C 223/03) ansetzt, um „Überregulierung und zusätzliche Verwaltungsbelastung von Kleinstunternehmen“ zu verhindern – also bei den Kleinstunternehmen iSd Empfehlung 2003/361/EG der Kommission (Umsatzschwelle: Jahresgesamtumsatz unter 2 Millionen EUR.)
- Keine Pflicht zur Erstellung von Aktionsplänen: Die Mediendienste-RL (Art 7 Abs. 3) spricht davon, dass Mitgliedstaaten die Mediendienstanbieter zur Erstellung von Aktionsplänen „ermutigen“ soll – eine Pflicht zur Erstellung von Aktionsplänen ist nicht umsetzungsnotwendig. Angesichts des gegenwärtigen Krisenmodus, in dem sich die gesamte Privatrundfunkbranche befindet, und angesichts des Umstandes, dass die Bundesregierung die Zielsetzung einer unbürokratischen Umsetzung von EU-Vorgaben verfolgt (No-Gold-Plating), sollte § 30b Abs. 2 insoweit abgeändert werden, dass Aktionspläne empfohlen, aber nicht verbindlich vorgeschrieben werden sollten.
- Jedenfalls keine Schaffung unnötiger interner Administration: § 30b Abs. 2 verlangt im Kontext der Erstellung geeigneter Aktionspläne eine Trennung der Maßnahmen und Ziele je nach Angebotsinhalt – getrennt nach den Kategorien Information, Unterhaltung, Bildung, Kunst und Kultur sowie Sport. Zu Ende gedacht bedeutet das, dass jeder Mediendiensteanbieter schon grundsätzlich sämtliche seiner Sendungsinhalte eindeutig einer Kategorie zuordnen muss, dass er jede Barrierefreiheits-Maßnahme einer einzelnen



Kategorie zuordnen muss, und dass er über die Zuordnung, die Gründe dafür usw. entsprechende Aufzeichnungen führen muss, um das Ergebnis zu dokumentieren. Es ist höchst unklar, welchem Zweck dieser (erhebliche) Zusatzaufwand dienen soll. Wir regen an, diese Untergliederungspflicht ersatzlos zu streichen.

§ 30b AMD-G sollte daher folgendermaßen geändert werden (Änderungen hervorgehoben):

(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 31. Dezember 2021 jeweils kontinuierlich und stufenweise erhöht wird. Anbieter, deren Umsatz in den dem Kalenderjahr vorangegangenen zwei Jahren jenen von Kleinstunternehmen iSd Empfehlung 2003/361/EG der Kommission jeweils nicht überschritten 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 sollen 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 zu und ständig zugänglich zu veröffentlichen.

(3) Mediendienstanbieter haben der Regulierungsbehörde in von der Regulierungsbehörde mittels der in Abs. 2 genannten Richtlinien standardisierter Form zu den im Aktionsplan festgelegten über die von ihnen getroffenen 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 Mediendienstanbieter 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.



Staatliche Förderung zur Finanzierung von Barrierefreiheit-Maßnahmen: Abschließend möchten wir festhalten, dass wir in der Sache selbst das Ziel, Menschen mit Behinderungen einen möglichst barrierefreien Zugang zu audiovisuellen Medieninhalten zu ermöglichen, voll unterstützen. So wünschenswert dieses Ziel ist, so schwierig ist dessen Umsetzung in der österreichischen Marktrealität – zumindest für private Veranstalter. Die Kosten der Bereitstellung eines barrierefreien Zugangs zu ihren TV-Programmen sind für private Fernsehveranstalter nicht refinanzierbar, was auf die geringen Zusatzerlöse aus der zusätzliche Nachfrage durch barrierefreie Nutzer sowie auf die verhältnismäßig hohen Kosten traditioneller Methoden zur Herstellung von Barrierefreiheit (also Untertitelung, Audiodeskription, oder dgl.) zurückzuführen ist. Es sollte daher unbedingt vermieden werden, die vergleichsweise geringe Finanzkraft der österreichischen Fernsehveranstalter durch finanzielle Zusatzbelastungen zur Herstellung barrierefreien Zugangs zu schwächen. Soweit an eine RL-Umsetzung gedacht ist, die über das Mindestmaß hinausgeht (so wie dies derzeit der Fall ist – siehe dazu oben), wäre mit staatlichen Fördermitteln zur Finanzierung dieser zusätzlichen Lasten gegenzusteuern. Ein entsprechendes Förderinstrument wird zwar in den Erläuterungen zu § 17 KOG erwähnt (§30a KOG „Fonds zur Förderung des Ausbaus der Barrierefreiheit“), hat aber offenbar letztlich nicht Eingang in den gegenständlichen Gesetzesentwurf gefunden. Wir lehnen daher Pflichten, die über das RL-Mindestmaß hinausgehen, ab.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk – anders als die privaten Veranstalter – in der Lage ist, die Nettokosten seines barrierefreien Angebots aus den Programmertgelten zur Gänze ersetzt zu bekommen. Der ORF trägt daher zu Recht eine besondere Verantwortung für die Bereitstellung barrierefreier Angebote. Die Ausdehnung der Verantwortung des ORF (siehe Änderungen zu § 5 ORF-G) ist daher aus unserer Sicht jedenfalls sachgerecht.

§ 34 AMD-G – Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel

Zu § 34 Abs. 2 (Tierschutz bei Arzneimittelwerbung): Die Änderung des § 34 Abs. 2 AMD-G soll den Anwendungsbereich vom Menschen auf Tiere ausdehnen: „audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für Arzneimittel oder therapeutische Behandlungen (darf) Tieren nicht schaden“.

Es ist unklar, wie audiovisuelle kommerzielle Kommunikation Tieren Schaden zufügen soll. Gemeint ist wohl, dass die (beworbenen) Produkte bzw. Behandlungen nicht geeignet sein dürfen, Tieren zu schaden.

Wir lehnen die gegenständliche Änderung ab. Sie hat keinerlei Bezug zur Mediendienste-RL, deren Umsetzung das Gesetzespaket dienen soll. Sie ist in der vorliegenden Form unverständlich, schafft Rechtsunsicherheit und ist in der Sache selbst überschießend.



§ 35 AMD-G – Audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke

Zu § 35 Abs. 2 (Richtlinien für kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke): In Satz 1 dürfte sich ein Fehler in der Umsetzung der RL eingeschlichen haben. Laut § 35 Abs. 2 Satz 1 hat „jeder Mediendiensteanbieter Richtlinien über auf alkoholische Getränke bezogene audiovisuelle kommerzielle Kommunikation vor, nach und in Kindersendungen zu erstellen und zu beachten“. Demgegenüber sieht die RL (Art 9 Abs. 3) vor, dass Verhaltenskodizes der Selbstkontrolle dazu dienen sollen, potentiell schädliche Einwirkungen von kommerzieller Kommunikation für alkoholische Getränke auf Minderjährige zu verringern.

Wir regen an, § 35 Abs. 2 AMD-G zu korrigieren, sodass die Richtlinien der Selbstkontrolle tatsächlich die **Verringerung potentiell schädlicher Einwirkungen** von kommerzieller Kommunikation für alkoholische Getränke **auf Minderjährige** bezwecken.

§ 39 AMDG – Zugang und Kennzeichnung zum Schutz Minderjähriger § 32b KOG – Förderung der Selbstkontrolle zum Schutz Minderjähriger

§ 39 Zugang und Kennzeichnung zum Schutz Minderjähriger: Art 6a Abs.1 und 28b Abs. 1 lit a dehnen die Anforderung, Minderjährige vor schädlichen audiovisuellen Inhalten zu schützen, auf Abrufdiensteanbieter und Anbieter von Video-Sharing-Plattformen aus. Alle Anbieter von audiovisuellen Diensten (und nicht bloß Veranstalter) müssen, abgestuft nach dem Gefährdungsgrad der angebotenen Inhalte, geeignete Jugendschutzmaßnahmen treffen: In Bezug auf potentiell entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte ist durch geeignete Maßnahmen sicherzustellen, dass diese Inhalte üblicherweise von Minderjährigen nicht wahrgenommen werden können, beispielsweise durch die Wahl der Sendezeit, durch Altersverifikation oder andere Maßnahmen. Die schädlichsten Inhalte, wie Darstellungen grundloser Gewalt und Pornografie, müssen den strengsten Maßnahmen unterliegen. Gemäß Art 6a Abs. 3 der RL haben die Mitgliedstaaten überdies sicherzustellen, dass Mediendiensteanbieter ihre Nutzer über potentiell jugendgefährdende Inhalte in Form eines Systems, das die potentielle Schädlichkeit des Inhalts beschreibt, informieren. Die Mitgliedstaaten sollen die Umsetzung der Minderjährigenschutzbestimmungen in Form von Ko- oder Selbstregulierung iSd Art 4a fördern.

Wir begrüßen den Gesetzesvorschlag insoweit, als der Minderjährigenschutz in Österreich einem System der Selbstkontrolle unterworfen werden soll. Sehr kritisch sehen wir, dass den Mediendiensteanbietern nicht der nötige Freiraum gegeben wird, in eigener Verantwortung und unter eigener Kontrolle die geeigneten Maßnahmen zum Minderjährigenschutz zu treffen, sondern der Gesetzgeber – noch dazu restriktiver als bisher – seine Vorstellung davon, was geeignete Maßnahmen sind, den Mediendiensteanbietern vorschreibt. Auf diese Weise wird das System der Selbstkontrolle, insbesondere die Akzeptanz aus Sicht derer, die den Minderjährigenschutz tatsächlich gewährleisten sollen, signifikant geschwächt. Unerfreulich ist überdies, dass der Gesetzgeber, zum Teil deutlich, über das zur RL-Umsetzung erforderliche Mindestmaß an Regulierung hinausgeht und insoweit für Gold Plating sorgt.



In diesem Sinne möchten die folgenden Änderungen an § 39 AMD-G anregen:

- (Tatsächlich) freie Wahl der Mediendienstanbieter in Bezug auf geeignete Maßnahmen zum Jugendschutz: Die RL stellt es den Mediendienstanbietern frei, über geeignete Maßnahmen, zum Minderjährigenschutz selbst zu entscheiden. § 39 Abs. 2 und Abs. 3 treffen hingegen sowohl für Veranstalter als auch für Abrufdienste bereits eine verbindliche Vorauswahl. Für Veranstalter werden die Regeln gegenüber dem derzeitigen Status sogar noch verschärft: Potentiell beeinträchtigende Inhalte sollen gem. § 39 Abs. 2 AMD-G durch Wahl der Sendezeit in Kombination mit einer akustischen Ankündigung und einer optischen Kenntlichmachung für Minderjährige weitgehend unzugänglich gemacht werden. Selbst gegenüber der ohnehin sehr restriktiven Regelung im geltenden Recht (§ 42 AMD-G idgF) werden die Vorgaben im neuen Gesetzesentwurf noch präskriptiver und noch strenger als zuvor, da nun (ergänzend zur Sendezeit) eine akustische Ankündigung und eine optische Kenntlichmachung verlangt wird; von einer Wahlmöglichkeit, die Art 6a Abs. 1 den Veranstaltern ausdrücklich eingeräumt, kann keine Rede sein.
- Keine Pflicht zur Einführung des niederländischen Informationsmodells „Kijkwijzer“ über die Hintertür: Art 6a Abs. 3 der RL verlangt, dass Mediendienstanbieter ihre Nutzer über potentiell jugendgefährdende Inhalte in Form eines Systems, das die potentielle Schädlichkeit des Inhalts beschreibt, informieren. § 39 Abs. 4 lit 2 schränkt die Systemauswahl der Anbieter auf ein System ein, das Inhalte mittels „leicht verständlicher Symbole und Altershinweise“ kennzeichnet. (Siehe auch § 32b Abs. 2 Z 2 KOG, wonach Fördervoraussetzung u.a. „eine für den Nutzer leicht verständliche Kennzeichnung mit einem Altershinweis“ ist.) Wie in den Erläuterungen richtigerweise festgehalten wird, hat der europäische Gesetzgeber ein „System von Inhaltsdeskriptoren, eines akustischen Warnhinweises, einer optischen Kennzeichnung oder eines anderen Mittels, das die Art des Inhalts beschreibt“ vor Augen (ErwG 19 der RL). Von einem dem niederländischen Vorbild („Kijkwijzer“) nachgebildeten System, das für alle Mediendienstanbieter einheitliche Symbole entwickelt und sämtliche Sendungen im Vorhinein anhand dieser Symbole kategorisiert, ist in der RL nicht die Rede. Ein solches System hätte auch den Nachteil, dass es zu einer Mehrbelastung der Mediendienstanbieter führt, die um ein Vielfaches über den der Branche zugedachten Fördermitteln von 75.000 EUR/Jahr liegt. Wir lehnen eine Einführung des niederländischen (oder eines vergleichbaren) Modells „über die Hintertür“ ab. § 39 Abs. 4 Z 2 AMD-G sollte ersatzlos gestrichen werden. Ebenfalls zu streichen ist § 39 Abs. 6 Z 2 AMD-G und § 32b Abs. 2 Z 2 KOG.
- Die Frist zur Erstellung branchenweit akzeptierter und einheitlicher Richtlinien von 2 Monaten ist viel zu kurz: § 39 Abs. 6 räumt den Mediendienstanbietern eine gänzlich unrealistisch kurze Frist zur Erstellung jener Richtlinien ein, die *alle* Mediendienstanbieter einschließlich des Österreichischen Rundfunks zur Bewertung und Kennzeichnung von Sendungen im Sinne von Abs. 1 heranziehen, und jenes System entwickelt und beschreibt, das dazu verwendet wird, in einheitlicher, geeigneter Form Informationen zur Beurteilung der potenziellen Schädlichkeit von Inhalten zur Verfügung zu stellen. Der Umstand, dass die ‚Richtlinien‘ wohl gleichbedeutend mit dem ‚Verhaltenskodex‘ iSd § 32b KOG sind, und der Verhaltenskodex gem. § 32b Abs. 3 KOG vorab mit Interessensverbänden und diversen Bundesministerien zu konsultieren ist, macht die 2-Monats-Frist noch unrealistischer. Hier ist deutlich nachzubessern: Selbst eine Frist von 6 Monaten scheint uns zu kurz, um sämtliche



Interessen aller Beteiligten abzustimmen *und* diesen Entwurf zu konsultieren. Die Frist zu Erstellung muss zumindest 6, eher 9 Monate betragen. Die Konsultationsfrist darf nicht in die Erstellungsfrist eingerechnet werden.

§ 40 AMD-G – Europäische Werke – Mindestanteil und Kennzeichnung

§ 40 – Europäische Werke – Mindestanteil und Kennzeichnung: Art 13 (Abs. 1) verpflichtet die Anbieter von Abrufdiensten, sicherzustellen, dass ihre Kataloge einen Mindestanteil europäischer Werke von 30 % enthalten und dass europäische Werke entsprechend herausgestellt werden. Diese Verpflichtung gilt nicht für Abrufdiensteanbieter „mit geringen Umsätzen oder wenigen Zuschauern“; darüber hinaus können die Mitgliedstaaten Ausnahmen für Abrufdienste machen, wenn die Einhaltung der Katalogpflichten aufgrund der Art des Dienstes ungerechtfertigt ist (Abs. 6). Die nähere Ausgestaltung der Pflicht (Abs. 1) und der Ausnahmeregel (Abs. 6) obliegt Leitlinien, die die EU-Kommission in Abstimmung mit den Mitgliedstaaten mittlerweile festgelegt hat.

Keine ungerechtfertigte Ausnahme zugunsten von Anbietern internationaler Kataloge: An der Umsetzung der Pflichten für Abrufdienste in Bezug auf EU-Werke im Wege von § 40 AMD-G fällt auf, dass gem. Abs. 2 Z 2 letzter Satz „Mediendienste auf Abruf, die aufgrund ihrer inhaltlichen Ausrichtung ausschließlich oder fast vollständig aus Inhalten aus dem außereuropäischen Raum bestehen“ von den Pflichten gem. § 40 Abs. 1 AMD-G gänzlich ausgenommen sein sollen. Diese Ausnahme ist – in dieser allgemeinen Form – nicht nachvollziehbar. Man stelle sich etwa einen Abrufanbieter vor, dessen Geschäftsmodell daraus besteht, ausschließlich ‚Premium-Filme und Serien aus Hollywood‘ anzubieten. Aus welchem sachlichen Grund ein solcher Anbieter nicht von der Katalogpflicht gem. § 40 Abs. 1 AMD-G erfasst sein soll, ist schleierhaft – sollte doch Art 13 Abs. 1 der RL *gerade auch* Anbieter von außereuropäischen Abrufkatalogen dazu verpflichten, in geeigneter Weise zur Stärkung der europäischen audiovisuellen Produktion beizutragen. Wir lehnen die Sonderbehandlung von Anbietern internationaler Abrufkataloge ab. Vorstellbar ist im Hinblick auf die Erläuterungen zur RL aus unserer Sicht eine Ausnahme für Anbieter, deren Angebot von vornherein nicht auf den Europäischen Markt abzielt – also z.B. der Anbieter von Anime ausschließlich in japanischer Sprache für den japanischen Markt, die auch für Kunden aus Europa (technisch) zugänglich sind. Wir regen an, für eine solche Ausnahmebestimmung nicht auf den (nicht-europäischen) Inhalt abzustellen, sondern darauf, ob das Abrufdienstangebot u.a. auf den europäischen Markt abzielt; die nähere Ausgestaltung dieser Ausnahme sollte der Regulierungsbehörde im Wege der VO gemäß § 40 Abs. 2 AMD-G überlassen bleiben.

Fehlen einer Ausnahme für ergänzende Online-Abrufdienste linearer Veranstalter: Art 13 Abs. 6 der RL erlaubt Ausnahmen von den Katalogpflichten „wenn diese wegen Art/Thema des Mediendienstes undurchführbar oder ungerechtfertigt wären“. Da österreichische TV-Veranstalter, die einen ihr lineares Programm ergänzenden Abrufdienst anbieten, ohnehin die Programmquoten für EU-Werke gem. § 50 AMDG zu erfüllen haben, sollten Abrufdienste dieser Veranstalter, die als bloß ergänzende Abrufdienste zu werten sind (ähnlich den ‚ergänzenden Onlinediensten‘ gemäß Art 2 Z 1 der RL 2019/789, der sog. SAT-Kab-Online-RL) von der Anwendung des § 40 Abs. 1 AMD-G befreit werden. Ergänzende Abrufdienste von TV-Veranstaltern dienen bloß dazu, die linearen Programminhalte für einen begrenzten Zeitraum



verfügbar zu machen (sog. catch-up). Den Veranstaltern für ihre catch-up-Abrufdienste aufwändige Berichtspflichten abzuverlangen, ist unnötig und leistet jedenfalls keinerlei Beitrag zur Verbesserung der europäischen audiovisuellen Produktion – im Gegenteil, diese Pflicht schafft ausschließlich administrativen Aufwand – für Veranstalter und Behörden. Daher sollte die Regulierungsbehörde gesetzlich autorisiert werden, für Catch-Up-/ergänzende Abrufdienste eine Ausnahme von der Einhaltung der Pflichten gem. § 40 Abs. 1 in der zu erlassenden VO gem. § 40 Abs. 2 AMD-G vorzusehen.

Um Unklarheiten zu vermeiden, sollte § 40 Abs. 3 ausdrücklich von Mediendiensteanbietern auf Abruf (statt bloß von ‚Mediendiensteanbietern‘) sprechen (siehe: Abs.3: „Mediendiensteanbieter (auf Abruf) 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“).

§ 45 AMD-G – Werbe- und Teleshoppingdauer

§ 45 – Werbe- und Teleshoppingdauer: Art 23 erlaubt den Mitgliedstaaten, den bisher auf die einzelne Stunde bezogenen Durchrechnungszeitraum für den Sendezeitanteil von TV-Werbung (unverändert: 20% der Sendezeit) auf zwei große Durchrechnungszeiträume – von 6 Uhr bis 18 Uhr bzw. von 18 bis 24 Uhr – auszudehnen (Abs. 1). In Abs. 2 wird klargestellt, dass neutrale Einzelbilder („schwarze Sekunden“), die redaktionelle von werblichen Inhalten abtrennen, nicht in die Werbezeiten eingerechnet werden (lit d), und dass auch im Senderverbund Programmhinweise nicht in Werbezeiten einzurechnen sind (lit a). Teleshopping wird während Kindersendungen explizit untersagt (Art 20 Abs. 2).

Volle Nutzung des Gestaltungsspielraums als Mittel zur Schaffung fair(er)er Marktbedingungen im Wettbewerb mit den Online-Giganten: Der Gestaltungsfreiraum, den Art 23 bietet, sollte für die TV-Veranstalter in Österreich jedenfalls voll ausgenutzt werden – da die Veranstalter im Vergleich zu den **in Bezug auf die zulässige Werbemenge gar nicht regulierten Abrufdiensten und Video-Sharing-Diensten** ohnedies einer viel stärkeren Regulierung ihrer Werbeaktivitäten unterliegen. (Anders zu beurteilen ist dies im Hinblick auf den ORF, dessen Programme strengen öffentlich-rechtlichen Maßstäben genügen sollten und die ohnehin schon heute im Vergleich zu anderen öffentlich-rechtlichen Angeboten im deutschsprachigen Raum eine viel zu hohe Werbedichte aufweisen.)

Dass der Gesetzgeber im Entwurf zu § 45 AMD-G die Flexibilisierung der Durchrechnungszeiträume nicht umsetzt, und zwar nicht einmal in Ansätzen, ist eine **enorm große Enttäuschung**, die umso schwerer wiegt, weil die Bundesregierung und ihre Vertreter stets betonen, wie wichtig ihnen die aktive Förderung des österreichischen Medienstandorts gerade in Hinblick auf die überlegene Marktposition der Online-Giganten Google, Facebook & Co ist. Hier werden die **kleinen, rein österreichischen TV-Veranstalter behindert, statt dass sie gefördert werden**. Dass diese Sender auch weiterhin penibel Werbung auf Basis stündlicher Maximalwerte organisieren müssen, und auf Stundenbasis Aufzeichnungen darüber führen und speichern



müssen, dass die maximalen Werbezeiten in jeder einzelnen Stunde ihres Programms eingehalten wurde, schafft administrativen Aufwand, den die großen Online-Plattformanbieter nicht leisten müssen. Den Nutzern hilft man damit nicht – denn der Nutzer wechselt ohnehin das Programm mit einem Klick auf der Fernsteuerung, wenn es ihm nicht (mehr) gefällt. Konsumentenschutz wird hier nicht betrieben; was geschaffen wird ist eine Behinderung privater Anbieter - ohne sachlichen Grund.

Ebenfalls nicht in § 45 AMD-G umgesetzt wurde bisher die Möglichkeit, Programmhinweise innerhalb eines Senderverbunds von der Anrechnung als Werbezeit auszunehmen (vgl. Art 23 Abs. 2 lit. a der RL). Auch diese Erleichterung sollte ausdrücklich Eingang in die Werbezeitenregelung erhalten.

Wir wünschen uns, dass der Gestaltungsfreiraum, den Art 23 bietet, für private TV-Sender in Österreich voll ausgenutzt wird. § 45 Abs. 1 AMDG sollte daher folgendermaßen lauten:

§ 45 Abs. 1: „Die Dauer von Werbespots und Teleshopping-Spots – das sind Erscheinungsformen audiovisueller kommerzieller Kommunikation gemäß § 2 Z 40 erster Satz und § 2 Z 33 – darf innerhalb eines Zeitraums von täglich 6 Uhr bis 18 Uhr sowie innerhalb des Zeitraums von täglich 18 Uhr bis 24 Uhr, jeweils insgesamt 20 vH dieses Zeitraums nicht überschreiten.“

§ 45 Abs. 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, oder auf Sendungen und Mediendienste anderer Teile derselben Sendergruppe; (...)“

§ 54a AMD-G - Zustimmunglose Änderung an audiovisuellen Inhalten („Signalschutz“)

§§54a, b - Signalschutz: Art 7b der RL verpflichtet die Mitgliedstaaten, sicherzustellen, dass Inhalte, die von Veranstaltern oder Abrufdiensten bereitgestellt werden, ohne deren ausdrückliche Zustimmung nicht überblendet oder in anderer Weise verändert werden. In den nationalen Regelungen ist unter Wahrung der Interessen von Nutzern und Mediendienstanbieter der genaue Rahmen des Signalschutzes festzulegen. Private Nutzungen, Benutzeroberflächen, Untertitelung und Informationen im öffentlichen Interesse fallen nicht unter den Integritätsschutz (s.a. ErWG 26).

Wirksamer Signalschutz für Rundfunkprogramme sollte auch unerwünschte Skalierungen und zustimmungslose Bündelungen von vornherein ausschließen: § 54a Abs. 1 AMD-G nennt als Beispiele für eine verbotene Überblendung oder Veränderung bloß „eine Unterbrechung oder Überblendung von Sendungen durch audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, oder die Einfügung kommerzieller Kommunikation iSv § 3 Z 6 ECG, oder das vollständige oder teilweise Ersetzen von Inhalten eines audiovisuellen Mediendienstes durch andere Inhalte.“ Wesentliche Bedrohungsszenarien kommerziell motivierten Missbrauchs von Mediendiensteinhalten in der Online-Welt fehlen in der beispielhaften Aufzählung: Gemeint ist die zustimmungslose **Skalierung** (iaR eine gewollte Verkleinerung des Rundfunkinhalts auf dem Empfangsbildschirm, um rund um



den Mediendiensteinhalt auf dem Bildschirm kommerzielle Kommunikation zeigen zu können oder den Mediendiensteinhalt in anderer Form kommerziell verwerten zu können), sowie die zustimmungslose **Bündelung** des Mediendiensteinhalts (d.h. die Aufnahme des Mediendienstes in kommerziell vermarktete Angebotspakete oder andere Arten der entgeltlichen oder unentgeltlich Vermarktung oder öffentlichen Zugänglichmachung). Diese Praktiken sollten von vornherein ausdrücklich im (Beispiels-)Verbotskatalog aufgenommen werden, um die Rechtssicherheit aller Beteiligten zu erhöhen und langwierige, unnötige Beschwerdeverfahren vor der Regulierungsbehörde abzukürzen. Beispielhaft möchten wir auf die Umsetzung des Art 7b der RL im deutschen Medienstaatsvertrag (§ 80) verweisen, der in Bezug auf Skalierung und Bündelung sehr klare Verbote ausspricht.

Zusätzliche Verbesserungen des Schutzes von österreichischen Mediendiensteinhalten: Im Kontext der Umsetzung des Art 7b der RL sollten auch weitere Verbesserungen im Rechtsschutz von Anbietern audiovisueller Inhalte in der Online-Welt umgesetzt werden.

Zunächst wäre darauf zu achten, dass das Gebot der Signalintegrität auch gegenüber Onlinediensten, die nicht in Österreich niedergelassen sind, wirksam durchgesetzt werden kann. Denn es muss eine Situation vermieden werden, bei der ein Signalmissbrauch aufrechterhalten werden kann und sanktionslos bleibt, weil der Missbrauch von einem Onlineangebot ausgeht, das in einem anderen Staat **außerhalb der Europäischen Union**, niedergelassen ist. Auch wenn der Anbieter eines missbräuchlichen Onlineangebots außerhalb der Jurisdiktion Österreichs niedergelassen ist und das Angebot als solches im Einzelfall nicht oder nicht wirksam unterbunden werden kann, so sollte zumindest durch Maßnahmen *innerhalb* Österreichs der Zugriff österreichischer Nutzer auf das Angebot wirksam unterbunden werden können. Von dieser Gestaltungsmöglichkeit, die durch das Sendestaatprinzip innerhalb des Binnenmarkts unberührt ist (vgl. dazu Art 3 der RL), sollte der österreichische Gesetzgeber jedenfalls Gebrauch machen.

Zweitens sollte die Regelung zum Schutz der Signalintegrität nicht nur Überblendungen und sonstige Veränderungen des Signals, sondern ausdrücklich auch den Schutz vor illegaler Weiterverbreitung bzw. illegaler öffentlicher Zugänglichmachung von Rundfunkprogrammen ohne ausdrückliche Zustimmung des Veranstalters umfassen. Denn sowohl bei Überblendungen, Skalierungen und sonstigen Veränderungen, als auch bei der illegalen Weiterverbreitung wird in die Signalhoheit der Rundfunkveranstalter eingegriffen. Illegale Streaming-Angebote verursachen erhebliche wirtschaftliche Schäden für die Inhaber von Lizenz- und Ausstrahlungsrechten. Unsere Schätzung des durch illegales Streaming von exklusiven Sportereignissen, fiktionalen Filmen und Serien sowie Dokumentationen verursachten Erlösentgangs für österreichische Veranstalter liegt bei bis zu 40 Millionen EUR jährlich, zuzüglich weiterer wirtschaftlicher Schäden, z.B. für den Bundeshaushalt durch nicht generierte steuerbare Umsätze und Erträge.¹ Es sollte daher gesetzlich klar gestellt werden, dass nicht nur die unerlaubte Vermarktung von Rundfunkinhalten durch Signalveränderungen, sondern jegliche unerlaubte Zugänglichmachung von Rundfunkinhalten rundfunkrechtlich unzulässig ist.

¹ Siehe dazu die Fernsehpiraterie-Studie der Goldmedia Gruppe (2018) im Auftrag des VAUNET, download unter: https://www.vau.net/system/files/documents/goldmedia-fernsehpiraterie-studie-2018_short.pdf



§§ 54c – 54h AMD-G - Pflichten von Video-Sharing-Plattformanbietern
§ 61 AMD-G - Beschwerden

§§ 54c – 54h - Pflichten von Video-Sharing-Plattformanbietern: Die RL (Artt. 28a und b) unterwirft Anbieter von Video-Sharing-Plattformen (VSPs) einer Reihe von Verpflichtungen in Bezug auf die Inhalte, die über ihre Onlineplattformen abrufbar sind: Für kommerzielle Kommunikation, die von ihnen selbst vermarktet wird, tragen sie die gleiche Verantwortung wie Mediendienste (Art 9 Abs. 1), hinsichtlich nicht selbstvermarkteter kommerzieller Kommunikation sowie den Videoinhalten sind sie verpflichtet, angemessene Maßnahmen zum Schutz vor schädlichen Inhalten für Minderjährige sowie gegen die Verbreitung von Hass- und diskriminierenden Inhalten, Terroraufrufen und/oder strafbaren Inhalten zu treffen (Art 28 b Abs. 1 und 2). Die Mitgliedstaaten sind angehalten, den VSPs diesbezüglich geeignete und verhältnismäßige Pflichten aufzuerlegen (Abs. 3); in einem Beispielkatalog werden Maßnahmen genannt (u.a. Aufnahme geeigneter Pflichten in die AGB, Melde- und Bewertungsfunktionen für Nutzer, Verfahren für Nutzerbeschwerden, im Bereich des Minderjährigenschutzes die Einrichtung von Systemen zur Altersverifikation sowie zur elterlichen Kontrolle), die Mitgliedstaaten können allerdings auch strengere Maßnahmen vorschreiben. Die Mitgliedstaaten sollen Ko-Regulierung fördern (Abs. 4), sie haben die Angemessenheit der Maßnahmen prüfen zu lassen (Abs. 5), außergerichtliche Streitschlichtung zwischen Nutzern und VSPs (Abs. 7) und eine gerichtliche Geltendmachung von Nutzerrechten (Abs. 8) zu ermöglichen. VSPs unterliegen (wie Mediendienste) dem Sendestaatprinzip; dh sie unterliegen der Aufsicht jenes Mitgliedstaats, in dem sie niedergelassen sind (Art 28a).

Grundsätzliche Haltung des VÖP zu VSP-Angeboten: Das Funktionieren des Medienmarktes und insbesondere die Vielfalt und Qualität des Medienangebots hängen mittel- bis langfristig ganz wesentlich davon ab, ob es dem europäischen und dem österreichischen Gesetzgeber gelingt, die verschiedenen Angebotsformen von Medieninhalten in regulatorischer Hinsicht untereinander fair und ausgewogen zu behandeln. Die Regeln der RL für VSPs sind ein Schritt in diese Richtung. Die Umsetzung der RL-Bestimmungen in österreichisches Recht sind ein weiterer Schritt, der helfen soll, die vielfältigen Fragen und Probleme rund um die neuen meinungsmächtigen Onlinemedienangebote aufzulösen. Auch wenn die großen VSPs – allen voran YouTube und Facebook – nicht als in Österreich niedergelassen gelten, sind die neuen Regeln zumindest im Werbebereich auch für große, nicht in Österreich niedergelassene VSPs von hoher Relevanz.

Zur konkreten Umsetzung der Artt. 28a, b der RL in das nationale Recht (§§ 54c – 54h AMD-G) möchten wir die folgenden Änderungen bzw. Ergänzungen anregen:

- Das Maßnahmensystem (§ 54e AMD-G) sollte **insoweit ergänzt** werden, als Plattformanbieter verpflichtet sein sollten, Nutzer ihres Video-Sharing-Dienstes, die wiederholt und/oder schwerwiegend gegen die Ziele des Art 28b Abs. 1 und 2 verstoßen, indem sie z.B. Inhalte uploaden und über die Plattform bereitstellen, die als Kinderpornografie, verbotene terroristische Inhalte oder als Hass-/Gewaltaufrufe zu qualifizieren sind (einmalig schwere Verstöße), oder indem sie wiederholt Inhalte uploaden und bereitstellen, die verbotene kommerzieller Kommunikation beinhalten (wiederholte



leichte Verstöße), von der weiteren Nutzung der Plattform wirksam ausschließen (**Sperre von Nutzern**).

- VSPs sind für kommerzielle Kommunikation, die sie selbst vermarkten und/oder verkaufen (Art 28b Abs. 2 Satz 1) inhaltlich voll verantwortlich – und zwar exakt in jenem Ausmaß, das auch Mediendiensteanbieter, insb. Anbieter von (Online-)Abrufdiensten trifft. Es gibt keine sachliche Rechtfertigung, VSPs in Bezug auf die Vermarktung von Online-Werbeplätzen auf den von ihnen selbst kontrollierten Online-Plattform-Angeboten anders zu behandeln, als Abrufdiensteanbieter. VSPs müssen daher in gleichem Maße wie Mediendiensteanbieter den **Ge- und Verboten in Bezug auf kommerzielle Kommunikation** gemäß §§ 31 - 36 unterliegen; für eine Differenzierung danach, dass es sich bei den Anbietern um Mediendiensteanbieter handelt, ist kein Raum; daher sind zB § 35 Abs. 2 und § 36 Abs. 3 AMD-G entsprechend anzupassen; auch VSPs haben entsprechende Richtlinien zur kommerziellen Kommunikation (Alkohol, Minderjährigenschutz) zu erstellen und anzuwenden.
- Das **Sanktionensystem** (§§ 54 g und h) dürfte in der vorliegenden Form seinen Zweck nicht erfüllen. Dies liegt daran, dass Geldbußen nur im äußersten Ausnahmefall überhaupt zur Anwendung gelangen – Voraussetzung für die Androhung einer Geldbuße ist a) eine Häufung von Nutzerbeschwerden, b) eine behördliche Feststellung, dass die vom VSP gesetzten Maßnahmen ungeeignet sind und c) eine Weigerung des VSP, den mangelhaften Zustand zu beheben. Nur unter diesen Umständen kann überhaupt eine Geldbuße verhängt werden. Die Maximalhöhe der Geldbuße (EUR 150.000) ist so gering, dass davon auszugehen ist, dass, zumindest ab einer nennenswerten wirtschaftlichen Größe des VSPs die Androhung der Geldbuße keinen Anreiz zu rechtskonformem Verhalten darstellt. Aus welchem Grund sollte ein VSP teure Prozessanpassungen in seinen Systemen machen und sich rechtskonform verhalten, wenn die Androhung so gering ist, dass sich rechtswidriges Verhalten wirtschaftlich bezahlt macht? Wir schlagen daher vor, das **Sanktionssystem jenem des Kommunikationsplattformen-Gesetzes (KoPI-G) anzupassen**; konkret: für Plattformen ab einer bestimmten wirtschaftlichen Größe (vgl. § 1 KoPI-G: ab 500.000 EUR jährlich) sollte in Abhängigkeit von der Schwere des Verstoßes usw. (zu den Kriterien im Einzelnen, siehe § 10 KoPI-G) eine Geldbuße in Höhe von bis zu zehn Millionen EUR möglich sein (vgl. § 10 KoPI-G). Aufgrund der Ähnlichkeit der Pflichten und der Verstöße, um die es in §§ 54 g und h AMD-G bzw. im KoPI-G geht (Nichteinhaltung von Meldeverfahren, Sperrverpflichtungen, Berichtspflichten, usw.) scheint es uns an der Ausgewogenheit des Sanktionssystems insgesamt zu fehlen (vgl. Maximalstrafe von 150.000 EUR vs. 10.000.000 EUR).
- Das hohe Maß an Zurückhaltung des Gesetzgebers in Bezug auf die Sanktionierung ungesetzlichen Verhalten von VSPs setzt sich in §61 AMD-G fort, wenn es darum geht, die **Beschwerdelegitimation** von Interessensvertretungen an die neuen Regeln der kommerziellen Kommunikation anzupassen: Die Beschwerdelegitimation des Vereins für Konsumenteninformation soll gem. § 61 Z 5 AMD-G nicht nur Veranstalter, sondern in Zukunft auch Abrufdienste umfassen, Verstöße von VSPs soll der VKI jedoch nicht ahnden dürfen. Eine Anpassung von § 61 Z 4 AMD-G (für Beschwerden gesetzlicher Interessensvertretungen) unterbleibt gänzlich. Dies erscheint uns unausgewogen; wir unterstreichen an dieser Stelle unsere grundsätzliche Haltung, wonach in Bezug auf die Regeln der kommerziellen Kommunikation **für alle Arten von Anbietern von audiovisuellen Mediendiensten die gleichen Regeln** gelten sollten.



§ 64 AMD-G - Verwaltungsstrafbestimmungen

§ 64 AMD-G verschärft das System der Verwaltungsstrafen erheblich: Einerseits wird der Kreis der unter Verwaltungsstrafandrohung gestellten Tatbestände erheblich vergrößert (siehe den neuen Katalog in Abs. 1 und Abs. 2 iVz § 64 idgF), und zum anderen wird die Strafdrohung im Einzelfall deutlich erhöht (von 4.000 EUR auf 6.000 EUR bzw. vom 8.000 EUR auf 10.000 EUR). **Eine Begründung für die Verschärfungen bleibt der Gesetzgeber schuldig.** Wir lehnen sowohl die Ausdehnung des Kreises der Verwaltungsstrafatbestände als auch eine Erhöhung der Strafdrohung ab.

Besonders störend (und gleichzeitig besonders unverständlich) ist, dass in mehrfacher Hinsicht Verhaltenspflichten, die dem System der Selbstregulierung zuzuordnen sind, mit einer Verwaltungsstrafandrohung verknüpft werden (z.B. die Erstellung von Richtlinien auf Basis der Empfehlungen der Selbstkontrolle in § 35 Abs. 2 und § 36 Abs. 3, Erstellung von Verhaltensrichtlinien nach § 39 Abs. 4). Damit greift der Gesetzgeber tief in das (neue) System der Selbstregulierung ein und durchlöchert dessen innere Logik: Selbstregulierung iSv Art 4a der RL setzt auf Richtlinien bzw. Kodizes auf, die sich die Branche selbst gibt – einschließlich eines ‚wirksamen und verhältnismäßigen Sanktionensystems‘ (Art 4a Abs. 1 lit d der RL). Die Rolle des Gesetzgebers bzw. der nationalen Verwaltungs-/Regulierungsbehörden besteht darin, die Wirksamkeit des *Gesamtsystems* zu überprüfen und sicherzustellen – nicht aber im *Einzelfall*, durch ergänzenden Verwaltungsstrafen oder dgl. ein paralleles Sanktionensystem aufzubauen. Auf diese Weise wird Selbstregulierung nicht funktionieren.

Wir fordern den Gesetzgeber daher (dringend) auf, diese **Doppelgleisigkeit in der Sanktionierung von Einzelfällen zu beseitigen**, damit das Selbstregulierungssystem in seiner Gesamtheit funktionieren kann und auch die Akzeptanz aller Beteiligten findet.

§ 65 AMD-G - Reichweiten- und Marktanteilerhebung

Die bisherige Regelung des § 11 Abs. 6 AMD-G (idgF) zur Erhebung von Reichweiten und Nutzerzahlen wird im neuen § 65 AMD-G deutlich erweitert. Gem. Abs. 3 haben die am österreichischen Markt tätigen Mediendiensteanbieter und die der österreichischen Rechtshoheit unterliegenden Video-Sharing-Plattformanbieter der Regulierungsbehörde auf schriftliches Verlangen die erforderlichen Auskünfte über Nutzungszahlen, Reichweiten oder Teilnehmeranzahlen zu erteilen. Die (oben hervorgehobene) Differenzierung nach *am österreichischen Markt tätigen Mediendiensteanbieter* und *der österreichischen Rechtshoheit unterliegenden VSPs* ist nicht nachvollziehbar. Für Mediendiensteanbieter und VSPs muss auch hier die gleiche Regelung greifen: Entweder wird an der behördlichen Zuständigkeit angeknüpft (der Rechtshoheit unterliegende Anbieter) oder es wird an der Tätigkeit im Markt angeknüpft. Die implizite Besserstellung von VSPs, die zwar nicht in Österreich niedergelassen sind, jedoch sehr wohl am österreichischen Markt als Anbieter tätig sind, ist unsachlich und benachteiligend. Der Gesetzgeber sollte auch hier für ein level-playing-field Sorge tragen.



C. Zu den Änderungen im KOG

§ 2 KOG - Aufgaben und Ziele der KommAustria

Die Aufgaben und Ziele der KommAustria sollen gem. § 2 KOG erweitert werden, in Einklang mit den Anforderungen der RL. Die Erweiterung der Aufgaben und Ziele ist sachgerecht, mit einer Ausnahme:

Die kontinuierliche Steigerung der Wirksamkeit der Selbstkontrolle ist als Zielsetzung der KommAustria ungeeignet: Im Bereich der Selbstkontrolle soll sich die KommAustria nicht nur um die Aufgabe der „Beurteilung der Wirksamkeit von Verhaltenskodizes von Einrichtungen der Selbstkontrolle“ kümmern (siehe Abs. 1 Z 14)“, sondern im Wege der Vergabe von Förderungen auch das Ziel der „die Steigerung der Wirksamkeit der Instrumente der Selbstkontrolle“ (siehe Abs. 3 Z 8) verfolgen. Letztere Zielsetzung erscheint uns überschießend: Im Sinn von Art 4a der RL, die die allgemeinen Anforderungen an den Mechanismus der Selbstregulierung definiert, besteht die Aufgabe der Mitgliedstaaten darin, sicherzustellen, dass die Selbstregulierung ihre Ziele erfüllt und voll funktionsfähig ist. Die Zielsetzung, für eine kontinuierliche Erhöhung der Wirksamkeit der Selbstkontrollmechanismen zu sorgen, geht nicht nur über die Anforderungen der RL hinaus, sondern ist in der Sache selbst kontraproduktiv. Denn diese Zielsetzung (§ 2 Abs. 3 Z 8) verlangt von der KommAustria, dass sie die Ziele der Selbstregulierung im Zeitablauf immer weiter hinaufzuschrauben hat. Wie das in der Praxis funktionieren soll, d.h. wie z.B. der Minderjährigenschutz Jahr für Jahr verbessert werden soll, oder die Zahl der Werbeverstöße in den der Selbstregulierung überlassenen Bereichen kontinuierlich jedes Jahr zum Sinken gebracht werden soll, ist völlig unklar.

Wir vertreten die Ansicht, dass Selbstregulierung nur dann funktionieren kann, wenn das System auch tatsächlich so aufgebaut ist, dass es auf eine Selbst-Regulierung hinausläuft, und staatliche Institutionen eine bloß nachprüfende (System-)Kontrolle übernehmen. Andernfalls führt Selbstregulierung zu nichts anderem als einer Verdoppelung der Aufsichts- und Kontroll-Funktionen und Instrumente. (Siehe dazu schon oben, u.a. im Kontext der Verwaltungsstrafkompetenzen in Bereichen der Selbstkontrolle). Richtigerweise verweist § 32a Abs. 1 AMD-G (Einrichtungen der Selbstkontrolle) daher darauf, dass die Einrichtungen der Selbstkontrolle dem Ziel dienen, die Einhaltung europäischer Mindeststandards durch die Anbieter von Inhalten, insbesondere zugunsten des Kinder-, Jugend- und Konsumentenschutzes (§ 2 Abs. 3 Z 4) sicherzustellen.



§ 32b KOG - Förderung der Selbstkontrolle zum Schutz Minderjähriger

Siehe dazu die Ausführungen zu § 39 AMD-G (oben).

§ 32b KOG enthält (anders als § 33 Abs. 2 KOG für die Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation) keine gesetzliche Regelung, wie/nach welchen Kriterien einer Selbstkontrollereinrichtung zum Schutz Minderjähriger die Fördermittel zufließen sollen.

Aus Gründen der Rechtssicherheit wäre es uE vorzuziehen, wenn in ähnlicher Weise wie in § 33 Abs. 2 KOG klare Festlegungen in dieser Hinsicht getroffen werden, z.B.

„Die KommAustria hat einer anerkannten Einrichtung der Selbstkontrolle (§ 32a Abs. 2) zum Schutz Minderjähriger 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 zu enthalten haben.“

§ 33 KOG - Förderung der Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation

Die Umsetzung der Regeln zur Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation sind teilweise unpräzise und gehen teilweise über den RL-Standard deutlich hinaus. Beides sehen wir überaus kritisch und ersuchen den Gesetzgeber daher um folgende Änderungen:

Keine Vermischung des Schutzes von Kindern bzw. des Schutzes von Minderjährigen: Wir haben bereits in unseren Anmerkungen zu § 35 Abs. 2 AMD-G (Richtlinien für kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke) darauf hingewiesen, dass dem Gesetzgeber offenbar ein Fehler in der Umsetzung der RL insoweit unterlaufen ist, als im Kontext der Vorgaben zur kommerziellen Kommunikation für alkoholische Getränke nicht auf Minderjährigen, sondern auf Kinder(sendungen) abgestellt wird. Eine ähnliche Ungenauigkeit ist auch in § 33 KOG zu beanstanden: § 33 Abs. 3a stellt verallgemeinernd auf ‚Minderjährige‘ ab, und zwar sowohl in Bezug auf kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke, als auch (fälschlicherweise) in Bezug auf Lebensmittel und Getränke mit Nährstoffen oder Substanzen, deren übermäßiger Konsum im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird (siehe § 33 Abs. 3a KOG „Beginnend mit dem Jahr 2021 ist – insbesondere um das Ausmaß, in dem Minderjährige (...) audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu nachfolgend genannten Produkten ausgesetzt sind (...)“).

Wir gehen davon aus, dass es sich hierbei um ein Versehen handelt. Eine pauschale Ausdehnung der Werbebeschränkungen für Lebensmittel und Getränke auf die Gruppe der Minderjährigen



käme einer massiven Einschränkung der Möglichkeiten zur kommerziellen Refinanzierung der privaten Rundfunkprogramme und Abrufdienste gleich, die wir konsequent ablehnen müssen. Die Ausschüttung der Fördermittel zur Selbstkontrolle von einem **Übererfüllen der EU-Standards** (die in Bezug auf Lebensmittel auf den Schutz von Kindern, nicht pauschal auf jenen aller Minderjährigen abzielen) abhängig zu machen, erscheint uns ebenso wenig sinnvoll – und überdies in Widerspruch zu § 32a Abs. 1 AMD-G, wonach die Einrichtungen der Selbstkontrolle dem Ziel dienen, die Einhaltung europäischer Mindeststandards sicherzustellen.

Wir regen an, § 33 Abs. 3a KOG zu korrigieren, sodass der Verhaltenskodex der Einrichtung der Selbstkontrolle

„1. Bestimmungen über unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für alkoholische Getränke für Minderjährige und
2. Bestimmungen über unangebrachte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation für 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, für Kinder enthält.“

Keine Verbindlichkeit von Nährwertprofilen und keine verbindliche Beteiligung der AGES an der Kodexerstellung: § 33 Abs. 3b KOG legt in verbindlicher Form Nebenbedingungen für die Erstellung des Kodex fest, die weit über den EU-Richtlinienstandard hinausgehen, und das System der Selbstkontrolle aushöhlen, indem sie ganz konkrete Vorgaben machen, wie und unter wessen Beteiligung der Kodex zu erstellen ist. Wir lehnen sowohl die verbindliche Berücksichtigung „international anerkannter Nährwertprofile“ ab (die es unseres Wissens nach noch gar nicht gibt, u.a. weil sie auch unter Experten höchst umstritten sind), als auch die verbindliche „Beteiligung der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit“ an der Erarbeitung des Kodex.

In Anlehnung an den Prozess zur Erstellung des Kodex für Minderjährigenschutz (siehe § 32b Abs. 3 KOG) ist die Rolle der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit (AGES) darauf zu beschränken, dass der Agentur „Gelegenheit zur Stellungnahme“ zum Getränke- und Ernährungskodex gem. § 33 Abs. 3b zu geben ist. Es ist Aufgabe der AGES, ihre Position und ihr Wissen zu „einschlägigen Empfehlungen europäischer Verbraucherschutzverbände“ im Zuge dieser Stellungnahme einbringen. Soweit diese Empfehlungen relevant und allgemein anerkannt sind, werden sie mit Sicherheit auch im Kodex Berücksichtigung finden.

Wir regen an, § 33 Abs. 3b KOG wie folgt abzuändern:

„(3b) Der Kodex hat auf Empfehlungen europäischer Einrichtungen der Selbstregulierung im Werdebereich Bedacht zu nehmen. Für die Erstellung des Kodex ist der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.“



§ 35 KOG - Finanzierung und Verwaltung der Finanzmittel für den Fachbereich Medien
§35a KOG - Beitragspflicht für Video-Sharing-Plattformanbieter

Die Regeln des Regulierungsaufwands werden durch Änderungen in § 35 KOG und die Neueinfügung des § 35a KOG (für VSPs) umgestaltet. Das Ergebnis lässt sich – für private Mediendienste wenig erfreulich – so zusammenfassen,

- dass die **maximale Beitragspflicht von privaten Mediendiensten** (Veranstaltern und Abrufdiensten) **erheblich, und zwar um 20% bzw. ca. 0,6 Millionen EUR steigen soll** (von dzt. 2,88 Millionen EUR auf künftig 3,5 Millionen EUR),
- dass die **maximale Beitragspflicht von VSPs** bei einem (vergleichsweise lächerlich geringen) Beitrag von maximal 0,065 Millionen EUR eingefroren werden soll, also **nicht einmal 2% der Beitragspflicht von Veranstaltern und Abrufdiensten entsprechen soll**,
- und dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk ORF auch in Zukunft das Privileg genießen soll, dass sein Finanzierungsbeitrag nur auf Basis der kommerziellen Erlöse, nicht aber auch der Erlöse aus Programmengelteln berechnet wird, wodurch der ORF gegenüber den privaten Mediendiensten unsachlich bevorzugt wird.

Der Gesetzgeber argumentiert den erhöhten Finanzierungsaufwand mit neu hinzutretenden Aufgaben (Medienkompetenz, Wirksamkeitsbeurteilung Selbstregulierung, Barrierefreiheit, Jugendschutz etc.); die Detailplanung (siehe S 2f der Erläuterungen zum Gesetzespaket) geht von zahlreichen zusätzlichen Planstellen/Personalkosten und Sachaufwand aus.

Dazu möchten wir (grundsätzlich) festhalten, dass

- uns der geschätzte **Zusatzaufwand gem. § 35 KOG zu hoch** gegriffen erscheint, insbesondere wenn man berücksichtigt, dass die allermeisten der neuen Aufgaben in den Bereich der Selbstregulierung fallen (sollten) und daher auf Seiten der Behörde kein oder kaum zusätzlicher Aufwand entstehen sollte, der über die Wirksamkeitsbeurteilung der Selbstregulierung hinausgeht;
- wir die Ansicht vertreten, dass die neuen Aufgaben **ausschließlich der Allgemeinheit zugutekommen** und daher eine Beteiligung der Mediendienstanbieter aufgrund höchstgerichtlicher Judikatur (wie in den Erläuterungen zitiert) ausgeschlossen ist;
- wir eine **Trennung des Finanzierungsschlüssels** nach Mediendienstanbietern (§ 35) und VSPs (§ 35a) keineswegs für angezeigt halten, da für VSPs gerade in Bezug auf kommerzielle Kommunikation die gleichen Regeln gelten wie für Abrufdienste und daher tatsächlich eine starke Aufgabenüberschneidung gegeben ist,
- wir die **Unterfinanzierung des Regulierungsaufwands von VSPs** (max. 2% des Aufwands von Veranstaltern und Abrufdiensten) als geradezu grotesk einstufen, umso mehr als die Überprüfung der Geeignetheit der Maßnahmen, die VSPs zur Erfüllung der gesetzlichen Zielvorgaben zu setzen haben, uns erheblich komplexer und zeitaufwändiger erscheint, als die x-te TV-Lizenzerteilung oder x-te Abrufdiensteanzeige; wir befürchten, dass in der Praxis ein erheblicher Teil jener Regulierungsressourcen, die von Mediendienstanbietern bezahlt werden, in die Regulierung von VSPs fließen wird;



- wir auch nicht einsehen, weshalb ausschließlich VSPs, die in Österreich gem. § 54c AMD-G niedergelassen sind, zur Finanzierungspflicht herangezogen werden sollen; denn tatsächlich erlösen (wie mittlerweile aus den Daten zu den Digitalsteuererträgen bekannt ist), Google/YouTube und Facebook in Österreich mit Onlinewerbung pro Jahr ca. 1 Milliarde EUR (!); hierbei handelt es sich zu einem Gutteil um Videowerbung, die von Google/YouTube und Facebook selbst vermarktet wird, also Werbung, für die die Regeln des Art 9 der RL bzw. der §§ 31ff AMD-G zur audiovisuellen kommerziellen Kommunikation ebenfalls gelten und deren Überwachung wohl zwangsläufig von der österreichischen Regulierungsbehörde mitbesorgt wird (Anm: eine Überwachung von in Österreich geschalteter Online-Werbung in den VSP-Angeboten von Google/YouTube und Facebook wird sich aus dem ‚Sendestaats‘ Irland kaum bewerkstelligen lassen).

Wir fordern eine umfassende Adaption der Regeln der §§ 35 und 35a in dem Sinn, dass **alle Mediendienstanbieter** (also Veranstalter, Abrufdiensteanbieter und VSPs) **zu gleichen Umsatz-Anteilen für ihre in Österreich erzielten Erlöse** aus Werbung, sonstige kommerzielle Erlöse **und Erlöse aus Programmentgelten** zur Finanzierung der österreichischen Regulierungsbehörde beitragen!

In jedem Fall lehnen wir jede weitere Erhöhung des Finanzierungsbeitrags der privaten Mediendienstanbieter ab.

§ 41 KOG – Verwaltungsstrafen

Gem. § 41 Abs. 2 KOG sollen Einrichtungen der Selbstkontrolle im Falle von Verstößen gegen Berichtspflichten mit einer Geldbuße von bis zu 10.000 EUR belegt werden.

Wir halten die Androhung dieser Verwaltungsstrafsanktion für überschießend. Es wird übersehen, dass (zumindest im Bereich der Selbstkontrolle durch den Werberat) schon bisher in den Förderrichtlinien seitens der Behörde Festlegungen getroffen wurden, wonach die Ausschüttung der Fördersumme im Falle von Verstößen gegen Berichtspflichten entsprechend reduziert wird. Käme nun eine verwaltungsstrafrechtliche Geldbuße hinzu, würde das dazu führen, dass ein und dasselbe Vergehen gleich zweimal mit einer Geldstrafe (Abzug der Fördersumme bzw. Verwaltungsgeldbuße) geahndet wird.

Wir regen daher an, § 41 Abs. 2 KOG ersatzlos zu streichen.



D. Änderungen im ORF-G:

§ 1a ORF-G - Begriffsbestimmungen

Die Anpassungen in § 1a Z 1, Z 6 und Z 10, die dazu dienen, neue Angebotsformen (abtrennbare Angebote, nutzergenerierte Videos) im ORF-G zu etablieren, sind überflüssig, da diese Angebotsformen nicht unter den öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF fallen. Zur Vermeidung von Missverständnissen oder Widersprüchen in Bezug auf den Umfang des Auftrags sollte diese Ergänzungen ersatzlos gestrichen werden.



E. Änderungen im PrR-G:

§ 22 PrR-G - Sonstige Pflichten des Hörfunkveranstalters

§ 22 – Anzeigepflicht bei Änderungen der Eigentumsverhältnisse: Wir begrüßen die Änderung der Anzeigepflicht für Änderungen der Eigentumsverhältnisse.

Zusätzlich zur Änderung des § 22 möchten wir noch zwei weitere Änderungen des PrR-G anregen, die aus unserer Sicht notwendig und sachgerecht sind:

§ 9 PrR-G - Wegfall zahlenmäßiger Zulassungsbeschränkungen im Hinblick auf DAB+-Programmportfolios

§ 9 Abs. 1 und Abs. 3 PrR-G beschränken die maximale Anzahl privater digitaler terrestrischer Hörfunkprogramme je Anbieter auf (im Wesentlichen) zwei DAB+-Programme:

- § 9 Abs. 1 (Auszug): „Weiters kann eine Person oder Personengesellschaft Inhaber mehrerer Zulassungen für digitalen terrestrischen Hörfunk sein, solange sich nicht mehr als zwei von den Zulassungen umfasste Versorgungsgebiete überschneiden. Ferner dürfen sich nicht mehr als zwei einer Person oder Personengesellschaft zuzurechnenden digitalen terrestrischen Versorgungsgebiete überschneiden.“
- § 9 Abs. 3 (Auszug): „Personen oder Personengesellschaften desselben Medienverbundes dürfen denselben Ort des Bundesgebietes, abgesehen von technisch unvermeidbaren Überschneidungen (spill over) Z 2. mit nicht mehr als zwei digitalen terrestrischen Hörfunkprogrammen (...).

Diese Programmobergrenzen für DAB+ erweisen sich in der Praxis zunehmend als bremsender Faktor für die Entwicklung neuer Hörfunkprogramme und damit für die Hörfunkprogrammvielfalt und die Attraktivität und Entwicklungskapazität von DAB+ insgesamt. So sinnvoll diese Beschränkung zu Beginn der Entwicklung des digitaler terrestrischen Hörfunkstandards in Österreich eventuell gewesen sein mag, um allfällige Medienkonzentrationen im Hörfunk zu vermeiden, so wenig scheinen sie heute – nicht zuletzt aufgrund der reichlich vorhandenen Übertragungskapazitäten in den DAB+-Netzen – zeitgemäß. Wir ersuchen den Gesetzgeber, die o.a. Bestimmungen ersatzlos zu streichen.

Signalschutz auch für den Hörfunk

Art 7b der (AVMD-)RL verpflichtet die Mitgliedstaaten, sicherzustellen, dass Inhalte, die von TV-Veranstaltern oder Abrufdiensten bereitgestellt werden, ohne deren ausdrückliche Zustimmung nicht überblendet oder in anderer Weise aufgrund von kommerziellen Motiven verändert



werden. Der österreichische Gesetzgeber setzt diese Verpflichtung im Wege von §§ 54a, b AMD-G für audiovisuelle Mediendiensteanbieter um.

Tatsächlich benötigen nicht nur TV-Veranstalter Programm/Signalschutz, sondern auch Hörfunkveranstalter. Die Probleme in der Praxis durch Missbrauch von Hörfunkprogrammsignalen im Onlinebereich unterscheiden sich nur marginal von jenen der audiovisuellen Anbieter. Es kommt sehr häufig vor, dass Radioprogrammsignale zustimmungslos überblendet, skaliert oder anderweitig verändert werden – immer mit der Absicht, die Verwendung des (fremden) Hörfunksignals kommerziell zu verwerten.

Wir ersuchen daher den österreichischen Gesetzgeber, im Zuge der Umsetzung von Art 7b AVMD-RL in nationales Recht den Signalschutz auch auf Hörfunk auszuweiten. Beispielhaft möchten wir auch diesbezüglich auf den deutschen Medienstaatsvertrag (§ 80) verweisen, der den Signalschutz für sämtliche Rundfunksignale (TV- und Radio) anerkennt.