

MEDIEN01/2016	■ „Schwarzblenden“ sind auch Werbung	Seite 2
VOM 01.03.2016	■ KommAustria will's wissen: Interessenerhebung zur Einführung von DAB+ Digitalradio gestartet	Seite 3
	■ South Eastern Digital Dividend Implementation Forum	Seite 3
	■ FERNSEHFONDS AUSTRIA	Seite 4
	■ Bekleidungs-Sponsoring in Informationssendungen verstößt gegen Werbeverbot für Nachrichtenmoderatorinnen und -moderatoren	Seite 5
	■ Nicht nachmachen! – Ein neuer Fall aus der Werbebeobachtung der KommAustria	Seite 6
	■ Terminavisos Trimediale 2016	Seite 7
	■ Ausschreibungen der KommAustria	Seite 8
	■ Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz	Seite 8

IMPRESSUM:

Medieninhaber (Verleger),
Herausgeber, Hersteller und
Redaktion:
Rundfunk und Telekom
Regulierungs-GmbH
A-1060 Wien
Mariahilfer Straße 77-79
Tel.: +43 1 58058-0
Fax: +43 1 58058-9191
E-Mail: rtr@rtr.at
<http://www.rtr.at>
FN 208312t
Verlags- und Herstellungsort:
Wien

„Schwarzblenden“ sind auch Werbung

EuGH-Urteil zwingt zu Änderungen bei Berechnung höchstzulässiger Werbezeiten

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat ein grundlegendes Urteil zur Einbeziehung von Sponsorenhinweisen außerhalb gesponserter Sendungen in die zulässige Werbezeit und zu der Frage, ob auch „Schwarzblenden“ in die zulässige Werbezeit einzurechnen sind, gefällt.

Mit seinem nunmehr ergangenen Urteil vom 17. Februar 2016 hat der EuGH u.a. festgestellt, dass Schwarzblenden, die zwischen den einzelnen Spots eines Fernsehwerbeblocks oder zwischen einer Werbeunterbrechung und der nachfolgenden Fernsehsendung eingefügt sind, in die maximal zulässige Sendezeit für Fernsehwerbung (20 % innerhalb einer vollen Stunde) einzuberechnen sind.

Außerdem hat der EuGH entschieden, dass auch Sponsorenhinweise, die außerhalb der gesponserten Sendungen ausgestrahlt werden (etwa bei einem Programmhinweis auf die gesponserte Sendung) auf die maximal zulässige Sendezeit für Werbung innerhalb einer vollen Stunde anzurechnen sind.

Diese beiden Feststellungen des EuGH werden auch die bisherige Berechnung der höchstzulässigen Werbezeiten in Österreich ändern, wo bisher weder derartige Sponsorenhinweise (außer in den Programmen des ORF) noch „Schwarzblenden“ einberechnet wurden.

Darüber hinaus befasste sich der EuGH mit der Abgrenzung von Werbung und sonstigem Programm bei Split-Screen-Werbungen. Hier geht er davon aus, dass ein Werbetrenner nicht notwendigerweise gesetzt werden muss, wenn der Split-Screen die Funktion des Werbetrenners ausreichend erfüllt und nationalen Bestimmungen damit Genüge getan ist.

Zu den konkreten Auswirkungen auf die künftige Vollziehungspraxis der KommAustria erfolgt eine gesonderte Information der Regulierungsbehörde in den nächsten Wochen.

Die Entscheidung des EuGH ist online unter folgendem Link abrufbar:
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=174425&pageIndex=0&doclang=de&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=310178>

KommAustria will's wissen: Interessenerhebung zur Einführung von DAB+ Digitalradio gestartet

Hörfunkveranstalter und Multiplex-Betreiber zur Teilnahme aufgerufen

Noch bis zum 15. März 2016 können bestehende und potenzielle Hörfunkveranstalter und Multiplex-Betreiber der Medienbehörde KommAustria ein allfälliges Interesse an der Verbreitung von Radioprogrammen und anderen Diensten auf Basis des digitalen Übertragungsstandards DAB+ mitteilen und damit den Bedarf an der Ausschreibung entsprechender Übertragungskapazitäten bekannt geben. Hierzu veröffentlichte die Behörde am 16. Februar eine Interessenerhebung.

Ziel der Konsultation ist es im Kern, die Einführung des digitalen terrestrischen Hörfunks bei entsprechender Nachfrage zu ermöglichen. Die KommAustria will in Erfahrung bringen, in welchem Ausmaß ein Interesse an der Verbreitung von bundesweiten, regionalen und lokalen Hörfunkprogrammen im Digital-Standard DAB+ vonseiten der Veranstalter tatsächlich besteht. Auch hofft die KommAustria ein möglichst deutliches Bild davon zu gewinnen, welche Übertragungskapazitäten in welchen Verbreitungsgebieten nachgefragt werden. Diese Informationen wären für die Behörde wesentliche Grundlagen, um eine oder mehrere Ausschreibungen für den Betrieb von DAB+ Multiplexen bedarfsgerecht gestalten zu können.

Die Medienbehörde hat in ihrer derzeit gültigen Verordnung „Digitalisierungskonzept 2015“ eine Ausschreibung von Multiplex-Plattformen im Standard DAB+ für das Jahr 2017 in Aussicht genommen, aber auch vom Ausgang einer vorangestellten Interessenerhebung abhängig gemacht.

Die Interessenerhebung der KommAustria ist auf der Website der RTR-GmbH veröffentlicht: www.rtr.at/de/inf/Konsult_digiRadio

South Eastern Digital Dividend Implementation Forum

Teilnahme des Fachbereichs Medien der RTR-GmbH an der SEDDIF-Arbeitsgruppe

SEDDIF ist eine überregionale Arbeitsgruppe in der Region Südosteuropa, die sich das Ziel gesetzt hat, einen DVB-T2-Frequenzplan für die teilnehmenden Länder zu erstellen, mit dem es ermöglicht wird in etwa fünf nationale Bedeckungen bzw. Multiplexe im Frequenzbereich 470 bis 684 MHz zu realisieren.

Den Vorsitz der SEDDIF-Arbeitsgruppe hat Ungarn übernommen. Teilnehmerländer sind aktuell: Bulgarien, Kroatien, Montenegro, Österreich, Serbien, Slowenien, Ungarn, Mazedonien und Bosnien. „Observer Status“ haben die Länder Moldawien, Rumänien und die Türkei. Weitere Teilnehmerländer können auf Wunsch bei Zustimmung der aktiven Mitglieder des SEDDIF jederzeit aufgenommen werden.

Die „Digitale Dividende II“ zwingt die nationalen Frequenzverwaltungen zum Handeln

Der Verlust des 700-MHz-Bandes für den Rundfunk, aufgrund einer internationalen Umwidmung für den Mobilfunk, bedeutet, dass die derzeit in diesem Frequenzbereich enthaltene DVB-T/T2-Kanäle (UHF-Kanal 49 bis UHF-Kanal 60) in Zukunft, ab 2020, für terrestrisches Fernsehen nicht mehr zur Verfügung stehen werden. Die verbleibenden 28 TV-Kanäle im Frequenzbereich 470 bis 694 MHz sollen gleichmäßig, unter Wahrung des gleichberechtigten Zugangs zum Spektrum, auf die einzelnen Länder aufgeteilt werden.

Bisher gab es zwei Treffen dieser Arbeitsgruppe, eines davon fand in Budapest statt und das zweite erst kürzlich in Zagreb. Die Strategien, Arbeitsmethoden und ein Aktionsplan zur Erstellung des neuen Frequenzplanes wurden beschlossen. Ziel ist es bis Juni 2017 einen DVB-T2-Frequenzplan, dem alle teilnehmenden Länder der SEDDIF-Arbeitsgruppe zustimmen können, beschließen zu können.

FERNSEHFONDS AUSTRIA

Budgetanteil für Dokumentationen

Aufgrund der hohen Anzahl an Förderanträgen für Dokumentationen wurde erstmals in der Geschichte des FERNSEHFONDS AUSTRIA ein Budgetanteil von 2 Mio. Euro für die Herstellungsförderung von Fernsehdokumentationen fixiert. Diese Maßnahme soll den Dokumentarfilmerinnen und -filmern mehr Planungssicherheit gewährleisten und eine konkrete Summe für die Einreichung von Dokumentationen sicherstellen. Auch in den neuen Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA findet sich der Hinweis, dass eine Aufteilung der Fördermittel auf die Bereiche fiktionale und dokumentarische Produktionen vorgenommen werden kann.

1. Antragstermin 2016

Beim 1. Antragstermin 2016 wurden insgesamt 43 Projekte mit einer Fördersumme von rund 11 Mio. Euro eingereicht. Darunter befanden sich zwei Serien, zwölf Fernsehfilme und 29 Dokumentationen. Fünf neue Antragsteller haben erstmals um Herstellungsförderung angesucht. Auffallend war, dass sehr viele Anträge

**Fixer Budgetanteil
für Dokumentationen**

**1. Antragstermin:
43 Projekte
eingereicht**

unvollständig und fehlerhaft eingereicht wurden. Drei Projekte mussten bereits aufgrund lückenhafter und nicht richtlinienkonformer Einreichunterlagen zurückgewiesen werden. Alle weiteren Einreichungen werden nun auf Vollständigkeit und Übereinstimmung mit den Richtlinien überprüft. Mit einer Entscheidung ist Anfang April zu rechnen.

Weiters möchten wir darauf hinweisen, dass sämtliche Unterlagen immer an die offizielle E-Mail Adresse des FERNSEHFONDS AUSTRIA (fernsehfonds@rtr.at) zu übermitteln sind.

Zwei neue Mitarbeiterinnen

Das Team des FERNSEHFONDS AUSTRIA hat Verstärkung erhalten. Katrin Roth-Fuchs, seit Anfang Dezember mit dabei, ist zuständig für die Kontrolle der Finanzen und die Endabrechnung der Projekte. Mag. Sandra Fössl übernimmt die juristischen Agenden und die Vertragsprüfung. Wir freuen uns über tatkräftige Unterstützung.

Österreichische Fördertagung

**8. März 2016
in Graz**

Im Rahmen der diesjährigen Diagonale, dem Festival des österreichischen Films, welche von 8. bis 13. März 2016 in Graz stattfindet, veranstaltet der FERNSEHFONDS AUSTRIA die Österreichische Fördertagung. Die Veranstaltung dient dem Austausch aller filmfördernden Stellen (Bund und Länder) in Österreich. Als Key-Note-Speaker freuen wir uns, Dr. Heinrich Mis, Leiter der ORF-TV-Hauptabteilung Fernsehfilm, begrüßen zu dürfen.

Bekleidungs-Sponsoring in Informationssendungen verstößt gegen Werbeverbot für Nachrichtenmoderatorinnen und -moderatoren

**Bundesverwaltungs-
gericht bestätigt
Entscheidung der
KommAustria**

Laut Gesetz dürfen Personen, die in den Medien regelmäßig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen, zum Schutz der Konsumenten weder im Bild noch im Ton in der Werbung bzw. generell nicht in kommerzieller Kommunikation auftreten. Gemäß einer nun vom Bundesverwaltungsgericht (BVwG) bestätigten Entscheidung der KommAustria wird gegen dieses Werbeverbot für Nachrichtenmoderatoren auch dann verstoßen, wenn im Rahmen einer Informationssendung der Sponsorhinweis einer Bekleidungsfirma mit Bezug auf die Moderatorenausstattung gezeigt wird, auch ohne dass sich die Moderatorin oder der Moderator in irgendeiner Form selbst werblich zu der Bekleidungsmarke äußert.

Im konkreten Fall ging es um eine Ausgabe der ORF-Sendung „Kärnten heute“ aus dem Jahr 2014. Während der Moderation erfolgte am unteren Bildrand die Einblendung eines Hinweises, dass die Moderatorin von einer bestimmten Bekleidungsfirma ausgestattet wurde. Dies beurteilte die KommAustria als Auftreten der Moderatorin im Rahmen kommerzieller Kommunikation. Der ORF war der Ansicht, dies sei nur dann so zu bewerten, wenn die Moderatorin den Sponsortext selbst gesprochen hätte.

Diese Argumentation des ORF hat nun aber auch das BVwG abgelehnt. Sinngemäß erklärt das BVwG dazu, dass das gesetzliche Werbeverbot für Nachrichtenmoderatorinnen und -moderatoren den Imagetransfer eines besonders glaubwürdigen Nachrichtenpräsentators auf eine Ware oder Dienstleistung ausschließen will. Dagegen werde aber auch mit der bloßen Einblendung der werblichen Botschaft verstoßen. Eine Revision gegen die Entscheidung hat das BVwG ausgeschlossen.

Über diesen Aspekt hinaus, wird in dem Urteil auch noch einmal deutlich gemacht, dass das Sponsoring bzw. die finanzielle Unterstützung von Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information grundsätzlich unzulässig ist.

KommAustria vom 23. September 2014, KOA 3.500/14-034; BVwG vom 19. Februar 2016, GZ W194 2013491-1/7E

Nicht nachmachen! – Ein neuer Fall aus der Werbebeobachtung der KommAustria

Dauerwerbesendungen müssen auch dauerhaft als solche gekennzeichnet sein

Die KommAustria hatte eine Dauerwerbesendung zu beurteilen, die auch entsprechend werblich und dem Stil nach wie eine Magazinsendung gestaltet war. Die Zwischenmoderationen hatten lediglich den Zweck, den Zuschauer von einem Werbeblock zum nächsten zu führen. Die Einblendung „Dauerwerbesendung“ erfolgte aber erst nach der ersten Anmoderation und mit Beginn des ersten Beitrages. Außerdem war die Dauerwerbesendung ihrerseits noch durch getrennte Werbeblöcke unterbrochen. Nachdem die Signation und die Anmoderation keinen Hinweis auf den werblichen Charakter enthielten und die Werbeblöcke gesondert von der restlichen Dauerwerbesendung getrennt waren, wurde der Eindruck erweckt, dass die Moderationen nicht Bestandteil der Werbesendungen seien. Damit kam die KommAustria zu dem Schluss, dass die Dauerwerbesendung als solche nicht leicht erkennbar und somit von „echten“ redaktionellen Inhalten nicht unterscheidbar war.

KommAustria vom 5. Mai 2015, KOA 4.422/15-009

Mit der Novelle 2015 wurde die Dauerwerbesendung nunmehr auch in § 2 Z 7a AMD-G verankert. Für lokale Fernsehprogramme (das sind keine Programme, die auch im Ausland per Satellit, Terrestrik, Webcasting oder Streaming empfangbar sind; siehe dazu § 45 Abs. 4 AMD-G) wurde die Möglichkeit geschaffen, zusätzlich zu den zwölf Minuten Werbespots (nach § 45 Abs. 1 AMD-G) auch bis zu zwölf Minuten Dauerwerbesendungen zu zeigen.

Terminavisio Trimediale 2016



Die österreichische Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH veranstaltet gemeinsam mit den deutschen Medienanstalten und dem Bundesamt für Kommunikation der Schweiz die TRIMEDIALE 2016.

Unter dem Titel

Wertvoll, wertefrei oder wertlos? – Die Zukunft von Medien und Regulierung im konvergenten Wettbewerb

diskutieren Medienexperten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz über

- die „Qualität der Information in den Medien“
- den „Daseinszweck der öffentlich-rechtlichen Information“
- und „Neue Werbeformen. Alles nur noch kommerzielle Information?“

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich den Termin vormerken.

Ausschreibungen der KommAustria

Hinweis auf Ausschreibungen von Übertragungskapazitäten	Ausschreibungsfrist
KLOESTERLE 107,1 MHz LECH 106,0 MHz (KOA 1.180/15-003)* siehe www.rtr.at/de/m/KOA118015003	bis 28. März 2016, 13.00 Uhr
FREISTADT (Obergrünbach) 93,8 MHz (KOA 1.378/15-001)* siehe www.rtr.at/de/m/KOA137815001	bis 31. März 2016, 13.00 Uhr
INZING 2 (Stigltreith) 103,8 MHz (KOA 1.193/16-003) siehe www.rtr.at/de/m/KOA119316003	bis 20. April 2016, 13.00 Uhr

* Gemäß § 13 Abs. 3 PrR-G sind diese Ausschreibungen auf bestehende Hörfunkveranstalter beschränkt.

Weitere Informationen sind unter www.rtr.at/de/m/Ausschreibungen abrufbar.

Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz

Medieninhaberin (Verlegerin):	Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
Unternehmensgegenstand:	Besorgung der Rundfunk-, Telekom- und Postregulierung in Österreich, 1060 Wien, Mariahilfer Straße 77–79, FN 208312t, 100 % Eigentümer Republik Österreich
Geschäftsführer:	Dr. Alfred Grinschgl (Fachbereich Medien) und Mag. Johannes Gungl (Fachbereich Telekommunikation und Post)
Aufsichtsrat:	Dr. Harald Glatz, Mag. Sabine Joham-Neubauer, Ing. Mag. Alfred Ruzicka, Dr. Matthias Traimer, Dr. Erhard Fürst, Mag. Michael Ogris, Mag. Philipp Sandner, Ursula Assmann, Mag. Florian Klicka
Grundlegende Richtung:	Laufende Information über aktuelle Themen aus dem Bereich Medien sowie Veröffentlichung einschlägiger Fachartikel.