

MEDIEN02/2015	■ Österreichischer Radiopreis zum Greifen nah	Seite 2
VOM 13.05.2015	■ „Digitalisierungskonzept 2015“ der KommAustria seit 1. Mai in Kraft	Seite 3
	■ Wiener Digitalradio-Testbetrieb startet nun am 28. Mai – ziemlich sicher!	Seite 4
	■ FERNSEHFONDS AUSTRIA	Seite 5
	■ Privatrundfunkfonds und Nichtkommerzieller Rundfunkfonds	Seite 6
	■ Sendung, Sendungsteil, Sponsoring und Produktplatzierung – (wie) passt das zusammen?	Seite 6
	■ Entscheidungen von KommAustria, BVwG, VwGH und VfGH	Seite 9
	▪ Medientransparenz: Wann offensichtlich Falsches zu strafen ist	
	▪ ORF hat seinen Programmauftrag im Jahr 2011 monatelang nicht erfüllt	

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



ÖSTERREICHISCHER
RADIOPREIS
2015

www.oesterreichischer-radiopreis.at

Österreichischer Radiopreis zum Greifen nah

62 Stunden eingereichtes Audiomaterial brachte 27 Spitzen-Nominierungen hervor

Nicht nur der Termin der Gala-Veranstaltung zur Verleihung des Österreichischen Radiopreises 2015 am 1. Juni rückt deutlich heran, auch die Auszeichnung selbst ist für 27 Mitarbeiter öffentlich-rechtlicher und privater Radios nun zum Greifen nahe.

Die Verantwortlichen von 15 Produktionen privater Radios und von zwölf Produktionen der verschiedenen ORF-Radios dürfen sich darüber freuen, dass ihre Arbeitsergebnisse nach Ansicht der Radiopreis-Jury zu den besten unter 127 Einreichungen zählen. Ein insgesamt hohes Qualitätsniveau der Einreichungen machte die Entscheidungsfindung für die Jury zur echten Herausforderung. Eine Liste der Nominierungen ist auf www.oesterreichischer-radiopreis.at veröffentlicht.

Eingereichtes Audiomaterial könnte zweieinhalb Sendetage füllen

Verliehen wird der Österreichische Radiopreis heuer erstmalig. Die Summe der Einreichungen hatte die Erwartungen des Veranstalters „Verein Österreichischer Radiopreis“ übertroffen. Eine von der Fachhochschule St. Pölten hochkarätig besetzte Jury bestimmte jetzt die Nominierten in den neun Radiopreis-Kategorien. Unter der Jury-Leitung von FH-Prokurist Hannes Raffaseder wurden in einem zweistufigen Auswahlverfahren die Einreichungen zunächst online bewertet und dann in einer intensiven, eineinhalbtägigen Klausur diskutiert. Dafür hörten die Juroren insgesamt 62 Stunden Audiomaterial ab und studierten umfangreiche Begleitinformationen der Einreichenden.

Verleihung in neun Kategorien im Wiener Rathaus

Den Österreichischen Radiopreis 2015 erhalten die beste Moderatorin und der beste Moderator, sowie die Menschen hinter der jeweils besten Morgen-, Musik- und Nachrichtensendung, dem besten Wortbeitrag, der besten Comedy, der besten Innovation und der besten Promotion-Aktion aus dem Zeitraum Frühjahr 2014 bis Frühjahr 2015. Die Verleihung erfolgt im Rahmen einer Gala-Veranstaltung am 1. Juni im Wiener Rathaus.

Veranstalter ist der „Verein Österreichischer Radiopreis“

Der Radiopreis ist eine gemeinsame Initiative des ORF und des Verbandes Österreichischer Privatsender (VÖP) sowie des Fachbereiches Medien der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH). Träger ist der „Verein Österreichischer Radiopreis“, dem der ORF, der VÖP, die RTR-GmbH, die ORF-

**Gala-Veranstaltung
am 1. Juni 2015
im Wiener Rathaus**

Enterprise und die RMS Austria als Mitglieder angehören und die mit jeweils einem Vertreter den Beirat des Österreichischen Radiopreises stellen.

Wirtschaft und Stadt Wien unterstützen Österreichischen Radiopreis

Der „Verein Österreichischer Radiopreis“ freut sich über das Sponsoring der Stadt Wien und der Unternehmen Bank Austria, XXXLutz, Skoda, Kelly's, SPAR, Baumaxx, der RTR-GmbH und von vier Mediaagenturen der GroupM, sowie über die tatkräftige Unterstützung der Partner RMS Austria, ORF und ORF-Enterprise, VÖP, FH St. Pölten und Sablatnig & Partner, ohne die der Österreichische Radiopreis nicht zu realisieren gewesen wäre.

„Digitalisierungskonzept 2015“ der KommAustria seit 1. Mai in Kraft

Digitale Dividende II und Digitalisierung des Hörfunks sind Kernthemen

Spätestens für das erste Halbjahr 2017 stellt die Medienbehörde die amtswegige Ausschreibung von einer oder mehreren Frequenzbedeckungen zur Einführung von Digitalradio auf Basis des Übertragungsstandards DAB+ in Aussicht. Zuvor will die KommAustria eine Bedarfserhebung am Markt durchführen und die Erkenntnisse aus einem Testbetrieb evaluieren, der Ende Mai 2015 in Wien starten soll. Dies wird wesentlichen Einfluss auf die Entscheidung haben, ob eine Ausschreibung zum geplanten Zeitpunkt dann tatsächlich sinnvoll erscheint.

Mit ihrem neuen Digitalisierungskonzept entwickelt die Medienbehörde KommAustria die Digitalisierung des Rundfunks konsequent weiter. Sowohl im Hörfunk, als auch beim Fernsehen geht es ihr darum, einerseits die Angebotsvielfalt für die Rundfunkteilnehmer nachhaltig zu stärken und andererseits für Rundfunkveranstalter neue Möglichkeiten zur Übertragung von Programmen zu schaffen, indem Frequenzknappheit durch den Einsatz neuer und verbesserter, digitaler Übertragungstechnologien bestmöglich überwunden wird.

In einem zweiten Punkt geht es der KommAustria um die „Digitale Dividende II“

Mit Rücksicht auf die europäischen Entwicklungen bei der Zuordnung bisheriger terrestrischer TV-Frequenzen für den Mobilfunk bzw. für mobiles Breitband(-Internet), sieht die KommAustria vorerst davon ab, Übertragungskapazitäten im Frequenzbereich oberhalb von Kanal 48 (694 bis 790 MHz) über den 31. Dezember 2017 hinaus zu vergeben. Es soll hier die Entwicklung bei der im Herbst 2015 stattfindenden World Radio Conference 2015 (WRC 2015) abgewartet werden, bei der voraussichtlich verbindlich darüber entschieden wird, ob dieser Frequenzbereich als so genannte „Digitale Dividende II“ künftig dem Mobilfunk zur Verfügung stehen soll.

Alle zwei Jahre erstellt die KommAustria gemäß ihrem gesetzlichen Auftrag und mit Unterstützung der Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ ein Digitalisierungskonzept, in dem sie aktuelle Schwerpunkte der Weiterentwicklung des digitalen, audiovisuellen Medienmarktes und damit Kernziele der Behörde dargelegt. Der „Digitalen Plattform Austria“ gehören als Branchenvertretung heute mehr als 300 Mitglieder aus dem österreichischen Medienmarkt an. Das nun aktuelle Digitalisierungskonzept 2015 ist auf der Website der RTR-GmbH veröffentlicht: www.rtr.at/de/m/Digikonzept2015

Wiener Digitalradio-Testbetrieb startet nun am 28. Mai – ziemlich sicher!

Projekt wird aus dem Digitalisierungsfonds der RTR-GmbH gefördert

Den augenzwinkernden Zusatz „ziemlich sicher!“ in unserer Headline werden auch die Verantwortlichen des DAB+ Testbetriebes mit Humor zu nehmen wissen. Der erste Termin für den Start eines Digitalradio-Testbetriebes in Wien lag im Herbst 2013, dann verstrichen im Jahr 2014 einige angepeilte Termine und auch 2015 rutschte ein Starttermin aus dem jungen in das späte Frühjahr. Nun aber wird es ernst.

Die „Save the Dates“ für eine kleine Feier zum Launch am 28. Mai 2015 sind an Partner, Freunde und Presse ausgesendet, ein Vortragsaal in der RTR-GmbH dafür reserviert, die Brötchen bestellt und ein symbolischer roter Knopf steht auch bereit. Der federführende „Verein Digitalradio Österreich“, die teilnehmenden Hörfunkveranstalter und deren technischer Partner, das Sendetechnikunternehmen ORS comm GmbH & Co KG, sind fest entschlossen, an dem Termin Ende Mai nicht mehr zu rütteln.

„Wir unterstützen diesen Testbetrieb für digital-terrestrischen Hörfunk auf Basis der Übertragungstechnik DAB+“, sagt Dr. Alfred Grinschgl, Geschäftsführer des Fachbereiches Medien der RTR-GmbH. „Es ist völlig legitim, dass österreichische Unternehmen eigene, erste Erfahrungen mit einer neuen, digitalen Übertragungstechnik sammeln, auch wenn diese Technik in anderen Ländern schon zum Einsatz kommt. Genau für solche Dinge ist der Digitalisierungsfonds bei der RTR-GmbH eingerichtet.“ Unterschrieben war der Fördervertrag bei Redaktionsschluss dieses Newsletters noch nicht, es ging aber nur noch um offene Detailfragen.

Neben der Erprobung technischer Besonderheiten, die so auch im Ausland noch nicht umgesetzt sind, will der Testbetrieb auch das grundsätzliche Interesse der Bevölkerung an neuen, digital übertragenen Programmangeboten abklopfen. Die im Testbetrieb angebotenen Hörfunkangebote bieten mit Beginn der Startphase u.a. ein Rock-Radio, ein Angebot für Fans von „Super Oldies und Mega Schlagern“, etwas für Klassik-Freunde oder ein ungewöhnlich jung gestaltetes, christliches Musikformat.

Ein Relaunch der Vereins-Website www.digitalradio-oesterreich.com soll unmittelbar bevorstehen, um dann den Testbetrieb stärker in den Mittelpunkt des Web-Auftrittes zu rücken.

FERNSEHFONDS AUSTRIA

Drei Romys für geförderte Produktionen

Bei der diesjährigen Romy-Verleihung wurden drei vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderte Produktionen ausgezeichnet:

Die 2013 geförderte zweiteilige Dokumentation „Der taumelnde Kontinent“ von der Dor Film gewann die Romy für die „Beste Dokumentation TV“. Die Romy in der Kategorie „Beste Kamera TV-Film“ ging an Peter von Haller für den Landkrimi „Steirerblut“ von der ALLEGRO Film, gefördert schon beim 2. Antragstermin 2012. Konstanze Breitebner wurde mit der Romy für „Bestes Buch TV-Film“ für das Drehbuch für den Spielfilm „Die Fremde und das Dorf“ (2013 gefördert) der FILM 27 ausgezeichnet.

Filmarchiv des FERNSEHFONDS AUSTRIA ist online

Ab sofort sind unter dem Link www.rtr.at/de/ffat/filmarchiv alle vom FERNSEHFONDS AUSTRIA geförderten Fernsehprojekte online abrufbar. Dieses Service ermöglicht einen Einblick in die österreichische Fernsehfilmwirtschaft seit 2004 und eine Leistungsschau der vielen beeindruckenden Projekte, die seit Gründung des FERNSEHFONDS AUSTRIA entstanden sind. Im Filmarchiv kann nach vielen Parametern gesucht werden, wie beispielsweise nach Genre, Filmtitel, Produzent, beteiligte Fernsehsender, Förderjahr, Fördersumme oder Förderinstitutionen. Weiters gibt es zu jedem Projekt ein Foto sowie eine Kurzbeschreibung des Inhalts. Mit heutigem Tag umfasst das Filmarchiv 877 Projekte.

2. Antragstermin 2015

Der 2. Antragstermin 2015 brachte es auf 22 Anträge, welche rund 2,98 Mio. Euro vom FERNSEHFONDS AUSTRIA beantragten. Diese Summe übersteigt die noch verfügbaren Mittel des Fonds. Die 22 Anträge teilen sich in 17 Dokumentationen und fünf Filme. Die Einreichungen werden nun auf Vollständigkeit und Übereinstimmung mit den Richtlinien überprüft.

Weitere Informationen über geförderte Fernsehfilmprojekte des FERNSEHFONDS AUSTRIA sind auf der Website der RTR-GmbH abrufbar: www.fernsehfonds.at

Privatrundfunkfonds und Nichtkommerzieller Rundfunkfonds

2015 stehen im Rahmen des Privatrundfunkfonds 15 Mio. Euro und im Rahmen des Nichtkommerziellen Rundfunkfonds 3 Mio. Euro für die Förderung von Sendungen, Ausbildungsmaßnahmen und Studien zur Verfügung.

Im Rahmen des 1. Antragstermins (Oktober 2014) wurden im Privatrundfunkfonds bereits 12.711.827,- Euro und im Nichtkommerziellen Rundfunkfonds 2.725.595,- Euro vergeben.

Im Rahmen des 2. Antragstermins, der am 12. Mai endete, werden die restlichen Fördermittel für 2015 vergeben. Im Privatrundfunkfonds wurden 213 Anträge (96 TV, 117 Hörfunk) und im Nichtkommerziellen Rundfunkfonds 30 Anträge (10 TV, 20 Hörfunk) eingebracht. Der Fachbeirat tagt Ende Juni. Die Antragsteller werden im Juli 2015 über die Förderergebnisse informiert.

Media Innovation Day 2015

Aktuelle Aus- und Weiterbildungsangebote und Veranstaltungen:

Das diesjährige Motto des Media Innovation Day am 12. Juni 2015 im Museumsquartier in Wien ist „Be unique! How focus and identity make media successful“

Das Programm, die Referentenliste und weiterführende Infos sowie die Anmeldemöglichkeit finden Sie hier: www.fjum-wien.at/wp/mid15/

Radiobroadcaster – Lehrgang 2015

Die radiobroadcaster Ausbildung vermittelt die Grundlagen des Radiomachens im Rahmen von insgesamt 18 Ausbildungstagen. Diese sind in vier jeweils einwöchige Ausbildungsblöcke aufgeteilt und erstrecken sich über einen Zeitraum von insgesamt zwei Monaten. Der radiobroadcaster Lehrgang 2015 startet im September. Alle Details finden Sie hier: www.radiobroadcaster.at/allgemeine-informationen/zeitplan.html

Sendung, Sendungsteil, Sponsoring und Produktplatzierung – (wie) passt das zusammen?

Aktuelle Entscheidungen aus der Medien-Regulierung können helfen, gesetzliche Bestimmungen besser zu verstehen. Was, zum Beispiel, ist eine Sendung, was nur Sendungsteil? Wie und was darf gesponsert werden und unter welchen Umständen ist eine Produktplatzierung erlaubt? Diese Fragen wollen wir hier anhand von drei Fällen beleuchten, die sich alle auf den Anwendungsbereich des Audiovisuellen Mediendienste-Gesetzes (AMD-G) beziehen.

Verbotenes Sponsoring von Sendungsteilen

Beobachtet wurde eine Sendung, die sich einem Jahresrückblick widmete. Die Sendung bestand aus mehreren Sendungsteilen, wie etwa „News“, „Sport“, „Szene“ und „Kultur“. Zwei der Sendungsteile enthielten in der laufenden Sendung einen Sponsor-Hinweis. Die Gesamtsendung, also der Jahresrückblick, war aber weder am Anfang, noch am Ende mit einem entsprechenden Hinweis gekennzeichnet.

Die KommAustria stellte fest, dass sich die Vorschriften zur Offenlegung von Sponsoring gemäß § 37 Abs. 1 Z 2 AMD-G auf die gesamte Sendung, nicht aber einzelne Sendungsteile beziehen. Aus dieser Entscheidung lässt sich klar ableiten, dass bei dem Sponsoring von einzelnen Sendungsteilen auch die gesamte Sendung entweder am Anfang oder Ende zu kennzeichnen ist. Es spricht aber aus rechtlicher Sicht nichts dagegen, auch den einzelnen Beitrag noch zusätzlich mit einem umgestalteten Sponsor-Hinweis zu kennzeichnen.

Bescheid der KommAustria vom 1. April 2015: KOA 1.965/15-014

Bei der Beurteilung, wann eine eigenständige Sendung oder wann ein Sendungsteil vorliegt, werden Elemente wie Anmoderation, Begrüßung oder Aufmachung berücksichtigt. Darum geht es auch in den nächsten beiden Beispielen, von denen das erste dieselbe Sendung zum Gegenstand hat, wie der Fall oben.

Eigenständige Sendung

Zahlreiche Bestimmungen im AMD-G stellen auf den Begriff der Sendung ab. Daher hat die KommAustria regelmäßig die Abgrenzung zwischen Sendung und Sendungsteil zu beurteilen.

Auch hierzu hatte sich die KommAustria mit dem schon oben gegenständlichen Jahresrückblick zu befassen, der sich aus mehreren Kategorien wie „News“, „Geschehen“, „Sport“, „Kultur“ oder „Szene“ zusammensetzte.

In den einzelnen Kategorien wurden entsprechende themenspezifische Beiträge zusammengefasst. Der Jahresrückblick insgesamt wurde als Sendung mit einem Vorspann eingeleitet, der alle genannten Kategorien beinhaltete. Die einzelnen Kategorien innerhalb der Sendung hatten selbst auch Vorspanne, die ähnlich gestaltet waren wie der „Haupt-Vorspann“, allerdings jeweils auf die einzelnen Kategorien adaptiert wurden. Schon allein aus dem Intro bzw. der Begrüßung des Jahresrückblicks leitete die KommAustria ab, dass es sich bei dem Programm um eine einzige Sendung handelte. Dieser Eindruck wurde aufgrund der gegenständlichen, nahezu gleichartigen Gestaltung der Vorspanne innerhalb der Sendung unterstützt.

Bescheid der KommAustria vom 1. April 2015: KOA 1.965/15-014

In einem weiteren Fall der KommAustria war die Frage des Umfangs der Sendung relevant. Zu beurteilen war ein Wochenmagazin, das unter anderem auch einen Teil namens „Fußballshow“ enthielt. Aus dem dramaturgischen Handlungsbogen von An-bis Abmoderation und anhand des einheitlichen Studiodesigns mit dem Sendungslogo, ergab sich für die KommAustria eindeutig, dass der Sportteil bloß ein Sendungsteil des Wochenmagazins war und es sich nicht um eine selbständige Sportsendung handelte.

Bescheid der KommAustria vom 13. Februar 2015: KOA 4.432/14-011

Unzulässige Produktplatzierung

Im Rahmen einer Wochenmagazinsendung wurde vor einem Sendungsteil, der sich sportlichen Themen gewidmet hat, auf Produktplatzierungen hingewiesen. Produktplatzierung ist nur in den Grenzen des § 38 Abs. 2 (kostenlose Bereitstellung von Waren oder Dienstleistungen wie Produktionshilfen oder Preisen) und § 38 Abs. 3 AMD-G bzw. in Kinofilmen, Fernsehfilmen, Fernsehserien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung zulässig, jedoch nicht in Informationssendungen!

Die KommAustria stellte fest, dass es sich bei dem gegenständlichen Wochenmagazin gerade nicht um eine Sendung im Sinne des § 38 Abs. 3 AMD-G handelt, weil die Sendung mit ihren vorwiegend themenspezifischen Informationen über ausgewählte Ereignisse und Inhalte einen informativen Charakter aufweist. Die Sendung wurde daher in ihrer Gesamtheit, einschließlich des eben nicht eigenständigen Sportteils, der Kategorie der Informationssendungen zugeordnet, in denen Produktplatzierungen unzulässig sind. So hatte die KommAustria eine Verletzung der Bestimmung zur Produktplatzierung festzustellen.

Die Produktplatzierung in einer eigenständigen Sportsendung wäre unter Einhaltung der Kennzeichnungsvorschriften zulässig gewesen (zur eigenständigen Sendung siehe oben).

Bescheid der KommAustria vom 13. Februar 2015: KOA 4.432/14-011

Entscheidungen von KommAustria, BVwG, VwGH und VfGH

Sämtliche hier dargestellten Entscheidungen können unter Eingabe der Geschäftszahl (GZ) und ohne Eingabe sonstiger Suchbegriffe oder Daten über die Suchmasken folgender Internetseiten abgerufen werden, soweit dort schon verfügbar:

Für KommAustria-Entscheidungen: www.rtr.at/de/m/EntscheidungenGesamtRF

Für BKS-Entscheidungen: www.ris.bka.gv.at/Bukosenat/

Für BVwG-Entscheidungen: www.ris.bka.gv.at/Bvwg/

Für VwGH-Entscheidungen: www.ris.bka.gv.at/Vwgh/

Für VfGH-Entscheidungen: www.ris.bka.gv.at/Vfgh/

Medientransparenz: Wann offensichtlich Falsches zu strafen ist

Der Verwaltungsgerichtshof (VwGH) hat sich in einem Erkenntnis vom 24. März 2015 näher mit der Rechtsfrage auseinandergesetzt, in welchen Fällen vom Vorliegen des im Medientransparenzgesetz vorgesehenen Straftatbestandes der „offensichtlich unvollständigen oder unrichtigen Bekanntgabe“ auszugehen ist.

Das Medientransparenzgesetz verpflichtet sämtliche staatsnahen Rechtsträger zur Meldung der von ihnen erteilten Werbeaufträge. Nach den rechtlichen Vorgaben haben die Meldepflichtigen der KommAustria die genauen Namen der Medien, also beispielsweise der Zeitung oder des Radioprogramms, bekanntzugeben, in denen sie Schaltungen veranlasst haben. Außerdem ist das dafür geleistete Entgelt bekanntzugeben. Im Rahmen dieser Meldungen ist es in der Vergangenheit vermehrt zu unrichtigen Eingaben gekommen. So wurde anstatt des Namens des Mediums zum Beispiel der dahinterstehende Medieninhaber oder Verlag, die betraute Werbeagentur oder auch die gewählte Werbeform bzw. der Name der Werbekampagne angegeben.

Im Anlassfall wurde anstelle des Mediennamens die Vermarktungsgesellschaft gemeldet, die die Werbeplätze des Mediums verkauft. Die KommAustria hatte diese Eingabe im erstinstanzlichen Verfahren als offensichtlich unrichtige Bekanntgabe gewertet. Das Bundesverwaltungsgericht (BVwG) schloss sich dieser Rechtsansicht an. Der VwGH hingegen behob das erstinstanzliche Straferkenntnis und stellte das Verwaltungsstrafverfahren ein.

In rechtlicher Hinsicht führte der VwGH aus, dass die eingegebene Bezeichnung der Vermarktungsgesellschaft zwar nicht den gesetzlichen Vorgaben entspreche, dies jedoch noch nicht hinreiche, um den Verwaltungsstrafatbestand der offensichtlich unrichtigen Bekanntgabe zu erfüllen. Offensichtlich müsse der Meldepflichtige erst dann von einer Falschmeldung ausgehen, wenn die KommAustria ihn im Wege eines „Verbesserungsauftrages“ auf die Unrichtigkeit aufmerksam gemacht hat und er

diesem ohne Grund nicht entspricht oder wenn er im Rahmen einer späteren Meldephase, trotz früherer Beanstandung durch die KommAustria, erneut einen gleichartigen Fehler begeht. Nur in „krassen Ausnahmefällen“, und zwar dann, wenn Umstände vorliegen, welche „besonders deutlich die Unrichtigkeit oder Unvollständigkeit der erstatteten Bekanntgabe vor Augen führen“ sei die sofortige Einleitung eines Verwaltungsstrafverfahrens gerechtfertigt.

GZ: KommAustria: KOA 13.500/14-024; BVwG: W194 2007706-1/3E; VwGH: ZI Ra 2015/03/0006

ORF hat seinen Programmauftrag im Jahr 2011 monatelang nicht erfüllt

VwGH bestätigt Kernpunkte von Entscheidungen der KommAustria und des BKS

Der Österreichische Rundfunk (ORF) hat in der Zeit vom 1. Jänner 2011 bis zum 31. August 2011 kein differenziertes Gesamtprogramm von Information, Kultur, Unterhaltung und Sport für alle angeboten, weil kein angemessenes Verhältnis der vier Kategorien zueinander bestand, entschied im April 2013 der ehemalige Bundeskommunikationssenat (BKS) und stellte damit eine Verletzung des ORF-Gesetzes (ORF-G) fest. Der Verwaltungsgerichtshof (VwGH) hat diese Sichtweise nun im Instanzenzug bestätigt und gab damit nicht nur dem BKS, sondern in den wesentlichen Teilen auch der erstinstanzlichen Entscheidung der KommAustria recht.

Auslöser des Verfahrens war eine Beschwerde mehrerer, durch den Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) vertretener Programmveranstalter, die sich damit auf eine Novelle zum ORF-G aus dem Oktober 2010 beriefen. Seit der Novelle ist in § 4 Abs. 2 letzter Satz ORF-G festgehalten, dass die Anteile der Kategorien Information, Kultur, Unterhaltung und Sport am Gesamtprogramm des ORF „in einem angemessenen Verhältnis zueinander“ stehen müssen. Diesbezüglich beanstandeten die Beschwerdeführer das ORF-Gesamtprogramm im Zeitraum Jänner bis August 2011. Erst im 4. Quartal des Jahres 2011 nahm ein ORF-Spartenprogramm (ORF III) mit Kultur-Schwerpunkt den Vollbetrieb auf und wirkte sich positiv auf den Anteil der Kultur am Gesamtprogramm des ORF aus. Für die vorangegangenen Monate des Jahres 2011 hatte jedoch schon die KommAustria ein klares Kultur-Defizit im Gesamtprogramm des ORF festgestellt.

Im Zuge des Verfahrens wurde außerdem deutlich, dass durch die Gesetzesänderung des Jahres 2010 klargestellt wurde, dass die Einrichtung von ORF-Spartenprogrammen nichts daran ändert, dass in den Hauptprogrammen ORF eins und ORF 2 der öffentlich-rechtliche Kernauftrag zu erfüllen ist.

GZ: KommAustria: KOA 12.005/12-023; BKS: 611.941/0004-BKS/2013; VwGH: Zlen 2013/03/0064, 69 8