

- RF08/2005** ■ **RTR-GmbH-Studie zu „Interdependenzen zwischen verschiedenen Werbemärkten“** **Seite 02**
VOM 21.11.2005 Laut einem Gutachten, das das Hans-Bredow-Institut in Hamburg im Auftrag der RTR-GmbH erstellt hat, bestehe derzeit kein Anlass zu einer Änderung der Regulierung der Rundfunk-Werbung.
- **Wien 98,3: KommAustria meldet 25 Antragsteller – Hörfunk-Zulassung für den Raum Wien** **Seite 03**
Insgesamt 25 Anträge sind für die Hörfunkzulassung Wien 98,3 bei der Kommunikationsbehörde Austria bis 18.10.2005 eingelangt.
- **Filmproduktion im Lichte werberechtlicher Bestimmungen** **Seite 04**
Bei einer gemeinsamen Fachveranstaltung des Fachverbands der Audiovisions- und Filmindustrie Österreichs (FAFO) und der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) ging es am 29.09.2005 um das Thema „Produkt Placement, Sponsoring und Schleichwerbung“.
- **RTR-GmbH unterstützt internationalen Medienkongress „Kinder und digitale Medien“** **Seite 04**
Die bestehenden und künftigen Rahmenbedingungen sowie der verantwortungsvolle Umgang mit Medien soll bei der in Wien am 24. und 25.11.2005 stattfindenden Fachveranstaltung diskutiert werden.
- **Aktuelle Ausschreibungen der KommAustria gemäß § 13 Privatradiogesetz (PrR-G)** **Seite 05**

IMPRESSUM:

Medieninhaber (Verleger),
Herausgeber, Hersteller und
Redaktion:
Rundfunk und Telekom
Regulierungs-GmbH
A-1060 Wien
Mariahilfer Straße 77-79
Tel.: +43 (0) 1 58058 - 0
Fax: +43 (0) 1 58058 - 9191
e-mail: rtr@rtr
<http://www.rtr.at>
FN 2083121
Verlags- und Herstellungsort:
Wien

RTR-GmbH-Studie zu „Interdependenzen zwischen verschiedenen Werbemärkten“

**Hans-Bredow-Institut
erstellte Gutachten
im Auftrag der
RTR-GmbH**

Die RTR-GmbH beauftragte im Juni 2005 Prof. Dr. Uwe Hasebrink vom Hans-Bredow-Institut (Hamburg) mit der Erstellung eines Gutachtens zu den Werbemärkten in Österreich. „Das Gutachten, das das Hans-Bredow-Institut im Auftrag der RTR-GmbH erarbeitet hat, kommt zu dem Schluss, dass derzeit kein Anlass zu einer Änderung der Regulierung der Rundfunk-Werbung besteht“, fasst Dr. Alfred Grinschgl, Geschäftsführer der RTR-GmbH für den Fachbereich Rundfunk, das Ergebnis der Studie zusammen.

„Insgesamt führen die im Gutachten angestellten Beobachtungen und Überlegungen zu dem Ergebnis, dass der in der österreichischen Medienpolitik eingeschlagene Weg zur schrittweisen Etablierung eines dualen Rundfunksystems in den letzten Jahren gut vorangekommen ist“, erläutert Grinschgl die Ergebnisse der Studie. „Von privater Seite wie auch seitens des ORF können Einwendungen gemacht werden, jedoch sollte das sensible System öffentlicher Kommunikation nicht zum Experimentierfeld für medienpolitische Steuerungsversuche gemacht werden“, so Grinschgl weiter.

**Schrittweise
Etablierung des
dualen Rund-
funksystems in
Österreich**

Ausgangsfrage der Studie war, inwieweit durch die bestehenden österreichischen Werberegulungen die mit ihnen verbundenen Zielsetzungen bei der Entwicklung eines dualen Rundfunksystems erreicht werden können. Zur Beantwortung wurden neben theoretischen Überlegungen und Recherchen von Erfahrungen im Ausland, Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern der österreichischen Medienlandschaft geführt. Erstes Ergebnis war, dass es kaum systematische Modelle oder belastbare Daten gibt, anhand derer nachvollzogen werden könnte, welche Effekte die einzelnen Regelungen tatsächlich auf die verschiedenen Teilmärkte haben.

Das Gutachten lenkt weiters die Aufmerksamkeit auf den öffentlichen Diskurs über die Weiterentwicklung des dualen Systems in Österreich.

Gemeinsame Beratung aller Stakeholder

Angesichts der kaum eindeutig nachweisbaren exakten Effekte einzelner Regelungen im Hinblick auf die Weiterentwicklung der gesetzlichen Grundlagen scheint die Empfehlung angebracht, dass die jeweiligen Regelungen im Rahmen einer politischen Gesamtvorstellung des österreichischen Mediensystems gut begründet und transparent werden können. Es könnte ratsam sein, eine unabhängige Kommission einzurichten, die in regelmäßigen Abständen einen Bericht zur Lage der Werbemärkte vorlegen und darin Empfehlungen zu den gesetzlichen Grundlagen formulieren würde.

Probleme der Einhaltung und der allgemeinen Akzeptanz von Regeln ergeben sich insbesondere dort, wo die Betroffenen den Sinn der Regeln nicht nachvollziehen können. Insofern hat der stete Wandel der Medien immer auch neue

Fortsetzung auf Seite 03

Fortsetzung von Seite 02

Herausforderungen für die Medienregulierung zur Folge, die von neuem überprüfen muss, inwieweit die Prämissen der geltenden Regelungen unter den veränderten Bedingungen noch haltbar sind.

Sonderstellung ORF: Werbeerlös und Glaubwürdigkeit

Ein weiteres Diskursmerkmal bezieht sich auf die Position des ORF. Dieser den Public-Service-Prinzipien verpflichtete Veranstalter, der sich aus unabweisbaren finanziellen Erfordernissen neben der Gebührenfinanzierung auch auf dem Werbemarkt engagieren muss, ist sicherlich aus anderer Perspektive zu betrachten als die kommerziellen Marktteilnehmer. Im Hinblick auf den ORF kann nicht nur die ökonomisch geprägte Perspektive gelten, die die Werbeergebnisse entsprechend ihrer nominellen Höhe betrachtet. Zu berücksichtigen ist auch, dass der ORF als öffentlich-rechtlicher Veranstalter zur Erfüllung seines Auftrags die nötige Glaubwürdigkeit und das entsprechende Vertrauen genießt. Entscheidungen über Werbung im ORF sollten diese Dimension stets mitreflektieren und sich vor allem an dem Kriterium orientieren, dass durch die praktizierten Werbeformen kein Schaden gegenüber dem Programm entsteht.

Wien 98,3: KommAustria meldet 25 Antragsteller Hörfunk-Zulassung für den Raum Wien

Für die Hörfunkzulassung Wien 98,3 langten bis 18.10.2005 insgesamt folgende 25 Anträge bei der KommAustria ein:

- 92,9 Hit FM GmbH („Newstalk 98,3“)
- Carlos Ferdinando Zichy & Partner Radio Betriebs GesmbH
- Deluxe FM Privatrado GmbH („Deluxe FM“)
- Dornier Media Austria GmbH i.G. („Star FM“)
- Edelweiß Rundfunk GmbH
- Entspannungs Rundfunk Gesellschaft Wien („Lounge FM“)
- ERF – Evangeliums-Rundfunk Österreich
- Inforadio Betriebsges.m.b.H. („INFORADIO 98,3“)
- Klassik Radio GmbH & Co KG („Klassik Radio“)
- Klassik Radio Wien GmbH („KRW Klassik Radio Wien“)
- Krasa Andreas („shortwave.fm“)
- Leimgruber Elmar („Radio Wellness“)
- Media Digital GmbH („INFO-RADIO“)
- meekorah holding GmbH & Co. Privatrado KG („Radio Europa“)
- Neue Welle Rundfunk GmbH („Radio Feeling 98,3“)
- Österreichische Christliche Mediengesellschaft („Radio Maria“)
- Prom Bau GmbH („Radio PROM“)
- Radio Melodie GmbH und Co KG („Radio Melodie Wien“)

**Entscheidung der
KommAustria ist bis
Jahresmitte 2006 zu
erwarten**

Fortsetzung auf Seite 04

Fortsetzung von Seite 03

- Radio Starlet („TruckRadio“)
- Rockradio Broadcasting GmbH i.G. („Radio Star“)
- Sunshine Radio GmbH („Sunshine Radio“)
- Unterländer Lokalradio („U1 Wien“)
- Welle 1 Privatradio GmbH i.G. („Welle 1 Der Rocksender“)
- Wert Impulse Beratungsges. für ganzheitliches Management GmbH
- Wiener Integrations Radio GmbH (W.I.R. – Wiener Integrationsradio)

Im Laufe des Verfahrens haben der Rundfunkbeirat und die Wiener Landesregierung die Möglichkeit, eine Empfehlung abzugeben. Mit einer Entscheidung der KommAustria ist im 1. Halbjahr 2006 zu rechnen. Im Fall von Berufungen gegen diese Entscheidung entscheidet der Bundeskommunikationssenat.

Filmproduktionen im Lichte werberechtlicher Bestimmungen

**Fachveranstaltung
von FAFO und
RTR-GmbH**

Am 29.09.2005 luden die RTR-GmbH und der Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie Österreichs (FAFO) zu einer Fachveranstaltung zum Thema „Product Placement, Sponsoring, Schleichwerbung – Filmproduktion im Lichte werberechtlicher Bestimmungen“. Der Hintergrund der gemeinsamen Initiative von RTR-GmbH und FAFO war die jüngste Entwicklung in Deutschland, wo es bezüglich der rechtlichen Beschränkungen im Zusammenhang mit Product Placement und Sponsoring kürzlich zur Kündigung maßgeblicher Sende- und Produktionsverantwortlicher und zu einer Skandalisierung von Filmproduzenten und Fernsehsendern gekommen ist.

In Österreich ist die Rechtslage einerseits durch die Europäische Richtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ andererseits durch die nationalen Bestimmungen des ORF-Gesetzes (ORF-G) sowie des Privatfernsehgesetzes (PrTV-G) geregelt. Gemäß KommAustria-Gesetz (KOG) obliegt seit August 2004 der KommAustria die Beobachtung und Einhaltung von Werbebestimmungen des ORF und der privaten Rundfunkveranstalter. Vor diesem Hintergrund boten die RTR-GmbH und der FAFO einen Überblick über die geltende Rechtslage in Österreich und die Entscheidungspraxis von KommAustria und Bundeskommunikationssenat und ermöglichten einen Ausblick auf die Revision der Fernsehrichtlinie.

RTR-GmbH unterstützt internationalen Medienkongress „Kinder und digitale Medien“

Fortsetzung auf Seite 05

Am 24. und 25.11.2005 findet in Wien der internationale Medienkongress „Kinder und digitale Medien“ statt. An diesen zwei Tagen werden die bestehenden und künftigen Rahmenbedingungen sowie der verantwortungsvolle Umgang mit Medien von zahlreichen Experten diskutiert. Als Geschäftsapparat der Medienbehörde

Fortsetzung von Seite 04

**Verantwortungs-
 voller Umgang mit
 Medien steht zur
 Diskussion**

KommAustria sowie in ihrer Funktion als Kompetenzzentrum für Rundfunk und Telekommunikation ist die RTR-GmbH in vielerlei Hinsicht mit Fragen der Wirkung von digitalen Medien und Medieninhalten auf Kinder und Jugendliche konfrontiert. Dabei geht es primär um die Sicherstellung der Einhaltung europäischer Mindeststandards durch die Anbieter von Inhalten, aber auch um die Förderung der Qualität von Rundfunkprogrammen, etwa durch die Beteiligung der RTR-GmbH an entsprechenden Ausbildungsprogrammen.

Dr. Alfred Grinschgl, RTR-Geschäftsführer für den Fachbereich Rundfunk: „Kinder und Jugendliche von heute sind mit einer nie da gewesenen Intensität mit Medien konfrontiert. Das bewirkt, dass sie Medienphänomene wie etwa die Vermischung von Werbung und Programm oft viel besser unterscheiden können, als Erwachsene, ganz einfach deshalb, weil sie den Umgang mit Medien von Geburt an gewohnt sind. Ungeachtet dessen muss es auf europäischer Ebene Mindestvorschriften in Bezug auf Jugendschutz und Wahrung der Menschenwürde geben, wobei jedoch Gesetze oder die Medien selbst niemals die Eltern ihrer Letztverantwortung entheben können.“

**Aktuelle Ausschreibungen der KommAustria gemäß § 13
 Privatradiogesetz (PrR-G)**

Ausschreibung von Übertragungskapazitäten	Ende der Ausschreibungsfrist
Ausschreibung der Übertragungskapazität Innsbruck 6 (Schlotthof) 95,5 MHz (KOA 1.193/05-67)	13.12.2005, 13 Uhr
Ausschreibung der Übertragungskapazitäten Bad Gleichenberg 100,4 MHz und Gleisdorf 95,9 MHz (KOA 1.193/05-85, 86)	10.01.2006, 13 Uhr
Ausschreibung der Übertragungskapazität Wolfsberg 94,0 MHz (KOA 1.011/05-98), Bludenz 100,4 MHz (KOA 1.011/05-97), sowie Saalfelden 104,3 MHz und Zell am See 107,1 MHz (KOA 1.415/05-21, 22) Diese Ausschreibungen sind auf bestehende Hörfunkveranstalter zur Erweiterung ihrer Versorgungsgebiete beschränkt.	Jeweils 13.12.2005, 13 Uhr

Nähere Informationen dazu sind auf der Website der RTR-GmbH unter <http://www.rtr.at> abrufbar.