



**MEDIEN 03/2017**  
**VOM 09.08.2017**

- **Editorial** **Seite 2**
- **Offizieller Abschied für Grinschgl: als Erste kam die Feuerwehr** **Seite 3**
- **Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung österreichischer YouTube-Angebote** **Seite 4**
- **RTR-Studie: Online-Dienste beeinflussen TV- und Mobilfunk-Markt** **Seite 5**
- **„Österreichischer Radiopreis 2017“: ein starker, dualer Hörfunkmarkt** **Seite 7**
- **„Kommunikationsbericht 2016“ veröffentlicht** **Seite 8**
- **DAB+ Ausschreibungen erbrachten zwei Anträge** **Seite 8**
- **FERNSEHFONDS AUSTRIA** **Seite 9**
- **Privatrundfunkfonds und Nichtkommerzieller Rundfunkfonds** **Seite 10**
- **Nicht nachmachen! – Neue Fälle aus der Werbebeobachtung** **Seite 11**
- **Entscheidungen von KommAustria, BVwG, VwGH und VfGH** **Seite 12**
- **Ausschreibungen der KommAustria** **Seite 13**



Alfred Grinschgl,  
RTR-Geschäftsführer für  
den Fachbereich Medien  
(© RTR/Stögmüller)

### Editorial

Liebe Leserinnen und Leser!

Ein herzliches „Servus“ an Euch alle!

Ich wurde in den letzten Tagen immer wieder gefragt, was ich denn alles machen werde, wenn ich nicht mehr Geschäftsführer der RTR bin? Ich sagte dann stets, ich wisse das gar nicht, noch sei ich Geschäftsführer der RTR, die Arbeit mache mir Spaß und Freude. Das Wichtigste, was ich dann aber dennoch immer hinzufügte, war und ist: Ich werde sicher nicht in Frustration oder Depression versinken! ;-)

Aber der Abschied rückt unweigerlich näher. Zu den letzten 16 Jahren sei es mir daher gestattet, einige wesentliche Punkte festzuhalten:

Wir alle gemeinsam, die Fachbereiche Medien wie auch Telekommunikation und Post, sowie die gesamte KommAustria, alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, haben unser Bestes gegeben. Und das war auch gut so!

Die Fachlichkeit stand immer im Vordergrund, egal für welche Regierung oder für welchen Minister oder Staatssekretär wir arbeiteten: Für Franz Morak, für Doris Bures, dann für Josef Ostermayer und gegenwärtig für Thomas Drozda!

Wir haben viele wichtige Punkte vorangetrieben, wie die Digitalisierung im Fernsbereich, den Übergang von Frequenzen aus dem Rundfunk in Richtung Mobilfunk, wir haben uns international bestens vernetzt, wir haben die Förderung von heimischen Filmproduzenten vorangetrieben, ebenso haben wir die Förderung privater kommerzieller sowie nichtkommerzieller Rundfunkanbieter begonnen und ausgebaut. Und vieles eben mehr ...

Aber das Allerwichtigste möchte ich noch einmal am Schluss festhalten: Wir waren und wir sind ein erstklassiges Team! Jede und jeder von uns war verantwortlich dafür, dass wir uns bestens etabliert haben. Bei aller Freude auf mehr Zeit mit meiner Familie werde ich dieses Team doch vermissen!

Ich danke Ihnen allen, unseren Geschäftspartnern, Stakeholdern und allen Kundinnen und Kunden sehr herzlich für die wunderbare Zusammenarbeit und verbleibe

mit herzlichen Grüßen

**Dr. Alfred Grinschgl**

Geschäftsführer  
Fachbereich Medien  
RTR



### Offizieller Abschied für Grinschgl: als Erste kam die Feuerwehr



v.l.n.r.: LH Hermann Schützenhöfer, Alfred Grinschgl (RTR), BM Thomas Drozda

© Petra Spiola

Auch die offizielle Abschiedsfeier für den Geschäftsführer des Fachbereichs Medien der RTR begann, wie Dr. Alfred Grinschgl diese Funktion über 16 Jahre gelebt hat: mit viel Gelassenheit und Humor. Rund 250 Gäste aus der österreichischen Medien-Szene waren am 22. Juni in die gläserne Skylounge am Dach der Wirtschaftskammer Österreich im vierten Wiener Gemeindebezirk geladen, um Grinschgl in den Ruhestand zu verabschieden. Doch ein Alarm des gut funktionierenden Sicherheitssystems der Wirtschaftskammer verlagerte den Empfang zunächst in das Foyer des Gebäudes. Während sich dort die Gäste dicht gedrängt zwischen Aufzügen, Stiegen und Portier-Loge dennoch hervorragend unterhielten, wartete der Gastgeber, in Gesellschaft von einigen zu früh Gekommenen, oben im zwölften Stockwerk eine dreiviertel Stunde lang gelassen auf Entwarnung.

**Zu den Festrednern zählten Medienminister Thomas Drozda sowie der steirische Landeshauptmann Hermann Schützenhöfer**

Vor der Kulisse eines wunderbaren Rundumblickes auf Wien würdigte dann viel Prominenz aus Medienpolitik, Fernsehen, Radio und Filmproduktion sowie die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Wirken von Dr. Alfred Grinschgl. Zu den Festrednern zählten Medienminister Mag. Thomas Drozda, der steirische Landeshauptmann Hermann Schützenhöfer, der Vorsitzende des Verbandes der österreichischen Privatsender (VÖP) und KRONEHIT-Chef Dr. Ernst Swoboda, sowie der KommAustria-Vorsitzende Mag. Michael Ogris oder der Vizepräsident der Wirtschaftskammer Österreich, Mag. Jürgen Roth, der Grinschgl auch die Ehrenplakette der WKO für dessen Verdienste um die Medienwirtschaft des Landes verlieh.

Unter den weiteren prominenten Gästen waren neben Mag. Gernot Blümel, medienpolitischer Sprecher der ÖVP und Landesobmann der Volkspartei in Wien, auch gleich vier ORF-Direktoren vertreten, nämlich Mag. Kathrin Zechner (Programm), Monika Eigensperger (Radio), Dr. Andreas Nadler (Kaufmännische



### Viele namhafte Gäste

Direktion) und Ing. Michael Götzhaber (Technik). Aus der privaten Medienwirtschaft kamen unter anderen Dipl.-Kffr. Corinna Drumm (Geschäftsführerin VÖP), Dr. Klaus Schweighofer (Vorstand Styria AG), DI Bernhard Albrecht (COO ProSiebenSat.1 PULS 4) und zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter aus der österreichischen Filmproduktion. Mit dem früheren Medienminister Dr. Josef Ostermayer und mit Dr. Manfred Matzka, dem ehemaligen Leiter der Präsidialsektion im Bundeskanzleramt, verabschiedeten sich aber auch einstige hochrangige Wegbegleiter von Grinschgl, der Mitte August seinen letzten Arbeitstag als Geschäftsführer des Fachbereichs Medien der RTR antreten wird.

## Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung österreichischer YouTube-Angebote

### Untersuchung der Top 100 Channels im Auftrag des RTR-Fachbereichs Medien

### Studie zum Thema „YouTube-Channels in Österreich“

Die 100 meistabonnierten YouTube-Channels österreichischer Herkunft haben in Summe 28 Mio. Abonnenten und kommen gemeinsam auf 7 Mrd. Videoaufrufe. Bezogen auf die Bevölkerungsgröße sind österreichische Angebote damit erfolgreicher als die Top 100 in Deutschland (177 Mio., 53 Mrd.). Dabei ist Englisch die dominante Sprache auf fast der Hälfte der österreichischen Channels. Derartige, teils überraschende Ergebnisse liefert eine Studie, die der Fachbereich Medien der RTR beim Department für Medien und Wirtschaft der Fachhochschule St. Pölten beauftragt hat. Am 12. Juli stellte Studienautor FH-Prof. PD Dr. Andreas Gebesmair zentrale Ergebnisse der Untersuchung vor, die die RTR unter dem Titel „Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von YouTube-Channels in Österreich“ veröffentlicht hat: [www.rtr.at/de/inf/YouTube\\_Channels\\_2017](http://www.rtr.at/de/inf/YouTube_Channels_2017)

Damit wird die Informationsoffensive zum Themenbereich YouTube fortgesetzt, die die RTR und die Medienbehörde KommAustria im April mit der Veranstaltung „Dos and Don'ts auf YouTube“ gestartet haben.

Laut der Studie sind nur 14 % der österreichischen YouTube-Channels Unternehmen zuzuordnen, während 78 % des Angebotes von Einzelpersonen, zwei Personen oder Gruppen gestaltet werden. Dabei sind auf 84 % der Channels Eigenproduktionen zu sehen, aber auf 16 % der Channels auch Inhalte Dritter. Die damit verbundenen urheberrechtlichen Problematiken versucht YouTube bereits mit verschiedenen Maßnahmen aktiv in den Griff zu bekommen.

In wirtschaftlicher Hinsicht ist das Betreiben eines YouTube-Channels noch in wenigen Fällen wirklich lohnenswert. Während YouTube zur finanziellen Beteiligung der Channel-Betreiber an der Einblendung von Werbespots nur sehr allgemeine Informationen preisgibt, konnte die FH St. Pölten aus Interviews mit Mediaplanern, der Medienindustrie wie auch mit YouTubern ableiten, dass nur für 44 der 100 Channels ein existenzsicherndes monatliches Einkommen von

über 1.000,- bis 2.500,- Euro angenommen werden kann. Nur sechs davon dürften den Schätzungen zufolge allerdings monatlich deutlich mehr als 10.000,- Euro verdienen. 46 % der untersuchten Channels verdienen zusätzlich mit Affiliate Marketing und 33 % mit Produktplatzierungen Geld. Problematisch: 54 der 100 meistgesehenen Videos österreichischer YouTuber enthalten laut Studie eindeutig Produktplatzierungen, aber nur in neun Videos wird darauf auch hingewiesen.

Ernüchternd fällt das Fazit der Studie über den Beitrag der YouTube-Angebote zur Meinungsvielfalt aus. So seien die Top 100 Channels in Österreich ganz überwiegend in die unterhaltungs- und konsumorientierten Kategorien Gaming, Entertainment, Music, People & Blogs sowie HowTo & Style einzuordnen. Gesellschaftspolitische Themen finden sich kaum und ein sprachlicher oder inhaltlicher Bezug zu Österreich oder seiner Regionen existiert praktisch nicht. Der Beitrag der Channels zur Identitätsbildung sei entsprechend zu vernachlässigen.

## RTR-Studie: Online-Dienste beeinflussen TV- und Mobilfunk-Markt



Philosoph Richard David Precht begeisterte das Publikum in der Wiener Urania

© Petra Spiola

### Over-The-Top-Dienste nehmen bei den Jüngeren deutlich zu

Unter dem Titel „Die Konkurrenz aus dem Netz – OTT-Dienste in Medien und Telekommunikation“ haben die Fachbereiche Medien sowie Telekommunikation und Post der RTR erstmals eine gemeinsame, konvergente Marktstudie veröffentlicht. Gegenstand ist der Nutzungsgrad internetbasierter, so genannter Over-The-Top-Dienste (OTT) wie WhatsApp und Snapchat oder YouTube und Netflix und die damit verbundenen Auswirkungen auf die klassischen Geschäftsmodelle von Fernsehveranstaltern und Telekommunikationsanbietern. Am 27. Juni stellten die RTR-Geschäftsführer Dr. Alfred Grinschgl (Medien) und Mag. Johannes Gungl (Telekommunikation und Post) den Studienband im Rahmen einer Veranstaltung in der Urania Wien vor. In einer Keynote beleuchtete der bekannte Philosoph und Publizist Hon.-Prof. Dr. Richard David Precht die „Auswirkungen der Digitalen Revolution auf die Kommunikation und die Medien aus philosophischer Sicht“. Der



**81 % decken ihren  
Bewegtbildkonsum  
mit klassischem,  
linearem TV-  
Angebot ab**

Telekommunikationsexperte Dr. Roman Friedrich hinterfragte in einem Impulsreferat kritisch, ob die klassischen Telekom-Anbieter genug getan hätten, um Antworten auf die digitalen Herausforderungen zu finden. Die Journalistin Mag. (FH) Sandra Thier moderierte die Veranstaltung und eine anschließende Podiumsdiskussion mit Mag. Maria Zesch (CCO T-Mobile Austria), Mag. Lisa Totzauer (News-Chefin ORF eins), DI (FH) Stefan Häckel (CEO VICE CEE) und Dr. Roman Friedrich (Alix Partners).

Während der Einfluss von Online-Messengern und -Telefoniediensten auf den Telekommunikationsmarkt schon erheblich ist, liegen die Marktanteile neuer Online-Bewegtbildanbieter derzeit noch klar unter dem, was vielfach angenommen wird, so die RTR-Studie. Die österreichische Bevölkerung (14+) deckt ihren Bewegtbildkonsum im täglichen Durchschnitt zu 81 % mit dem klassischen, linearen TV-Angebot ab, während Netflix oder Amazon Video auf einen Marktanteil von jeweils ca. 1,2 % kommen, YouTube liegt bei rund 3 %. Eine erkennbarere Veränderung am Bewegtbildmarkt zeigt sich aber in der jungen Zielgruppe (14–29 Jahre). Hier hat klassisches, lineares Fernsehen nur noch einen Anteil von 59 % am täglichen Bewegtbildkonsum, während Online-Videos aus Quellen wie YouTube, Amazon Video oder Social-Media-Kanälen wie Facebook bei den Jungen in Summe bereits einen Marktanteil von 26 % haben.

Im Bereich Telekommunikation geben schon knapp drei Viertel (73 %) der Bevölkerung (16+) an, OTT-Dienste für Kurznachrichten und/oder für Telefonie zu nutzen. Der mit Abstand am weitesten verbreitete OTT-Kommunikationsdienst ist WhatsApp, der von 64 % der Bevölkerung genutzt wird. Es folgen Facebook Messenger, Skype oder Snapchat. So ist beispielsweise die Anzahl von SMS zwischen 2012 und 2016 um 61 % zurückgegangen (RTR Telekom Monitor).

Die RTR-Publikation mit detaillierten Analysen zum Einfluss von OTT-Diensten auf den Medien- und Telekommunikationsmarkt steht auf der Website der RTR unter [www.rtr.at/de/inf/Konkurrenz\\_aus\\_dem\\_Netz\\_OTT](http://www.rtr.at/de/inf/Konkurrenz_aus_dem_Netz_OTT) zum Abruf bereit.

### „Österreichischer Radiopreis 2017“: ein starker, dualer Hörfunkmarkt



Gewinner des „Österreichischen Radiopreises 2017“

© Franz Johann Morgenbesser

**Der ORF, die Privatsender und die RTR sind die Auftragsgeber**

Am 26. Juni wurden zum dritten Mal im Rahmen einer festlichen Gala im Wiener Rathaus 33 heimische Radiomacherinnen und Radiomacher für herausragende Leistungen in elf Kategorien mit dem „Österreichischen Radiopreis“ in Gold, Silber und Bronze ausgezeichnet. Der „Österreichische Radiopreis“ ist eine Initiative von RTR, ORF und dem Verband Österreichischer Privatsender (VÖP). Träger ist der Verein Österreichischer Radiopreis, zu dessen Mitgliedern neben RTR, ORF und VÖP auch die ORF Enterprise und die RMS Austria zählen und die mit jeweils einem Vertreter den Beirat des „Österreichischen Radiopreises“ stellen. Vorsitzender ist RTR-Geschäftsführer Dr. Alfred Grinschgl, die weiteren Beiräte sind Mag. Joachim Feher (RMS Austria), Corinna Drumm (VÖP), Monika Eigensperger (ORF) und Oliver Böhm (ORF Enterprise).

KRONEHIT-Morningshow-Star Anita Ableidinger und ORF-Publikumsliebbling Andi Knoll moderierten die Galaveranstaltung im großen Festsaal des Wiener Rathauses. Mit Auftritten von Julian le Play, Thorsteinn Einarsson und der steirischen Band „Granada“ begeisterte ein Musikprogramm aus Stars und Newcomern der österreichischen Musikszene die rund 400 Gäste.

Die Radiopreis-Trophäe in Gold ging heuer sechsmal an ORF-Programme und fünfmal an Private, die 22 Auszeichnungen in Silber und Bronze holten jeweils sechs Privatsender und fünf ORF-Programme. Die Preisträger werden von der unabhängigen Radiopreis-Jury unter Leitung der FH St. Pölten ausgewählt. Alle 33 Gewinner sind auf der Website des „Österreichischen Radiopreises“ veröffentlicht (<http://oesterreichischer-radiopreis.at/>) und die TV-Aufzeichnung der Gala, die in den Programmen von ORF III und W24 gezeigt wurde, kann auf YouTube nachgeschaut werden ([www.youtube.com/watch?v=QuTZ8LBnhiM](http://www.youtube.com/watch?v=QuTZ8LBnhiM)).



Der „Österreichische Radiopreis“ hat sich in seiner kurzen Geschichte seit 2015 bereits als Institution etabliert. Ermöglicht haben diesen Erfolg seine Sponsoren. Deren Kreis ist auch in diesem Jahr größer geworden. Neben der Stadt Wien gehören die Unternehmen SPAR, XXXLutz, ÖBB, Miele, ZGONC, Kelly's, T-Mobile, Mitsubishi, EWE, IBC Solar, die Mediaagenturen unter dem Dach der GroupM sowie die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) dazu. Ihnen und der Tatkraft der Radiopreis-Partner ORF und ORF Enterprise, RTR, Verband Österreichischer Privatsender (VÖP), RMS Austria, FH St. Pölten und Sablatnig & Partner ist der „Österreichische Radiopreis“ zu verdanken.



### „Kommunikationsbericht 2016“ veröffentlicht

In gewohnter Qualität, Objektivität und Unabhängigkeit, aber in neuem Design steht seit Ende Juni auf der Website der RTR der jährlich erscheinende Kommunikationsbericht zur Verfügung, der alle gesetzlich festgelegten Berichtspflichten der Regulierungseinrichtungen „unter unserem Dach“ nach dem KommAustria-Gesetz (KOG) und nach dem Telekommunikationsgesetz (TKG 2003) erfüllt sowie die behördliche Sacharbeit für das Jahr 2016 dokumentiert und einen Einblick in die Entwicklung der Kommunikationsmärkte gibt. So sind die Tätigkeiten der Fachbereiche Medien und Telekommunikation und Post der RTR und der Behörden KommAustria, Telekom-Control-Kommission und Post-Control-Kommission aus dem vergangenen Jahr dargelegt. Im Kapitel über „Die österreichischen Kommunikationsmärkte 2016“ haben die RTR-Fachbereiche wieder aktuelle Daten zur Entwicklung des österreichischen Medien- bzw. Kommunikations- und Werbemarktes sowie der österreichischen Telekommunikationsmärkte zusammengetragen, die im In- und Ausland seit Jahren als Referenzwerte herangezogen und geschätzt werden.

Der „Kommunikationsbericht 2016“ im Web: [www.rtr.at/de/inf/KBericht2016](http://www.rtr.at/de/inf/KBericht2016)

### DAB+ Ausschreibungen erbrachten zwei Anträge

Am 12. Juni endeten die Einreichfristen für zwei Ausschreibungen der KommAustria aus dem Jänner, die die Möglichkeit zur Einführung von digitalem Hörfunk im Standard DAB+ eröffnet hatten. Sowohl auf die Ausschreibung zum Betrieb eines bundesweiten Multiplexes, als auch auf die Ausschreibung für einen regionalen oder lokalen Multiplex ging jeweils ein Antrag ein. Der Antrag für eine regionale Bedeckung zielt auf den Raum Wien ab.

Auch wenn nun jeweils nur ein Antrag vorliegt und insofern eine vergleichende Betrachtung konkurrierender Konzepte für die KommAustria entfällt, ist das Prüfverfahren dennoch komplex. Im Unterschied zu herkömmlichen (UKW-)Hörfunkausschreibungen, ließ die DAB+ Ausschreibung die konkreten Versorgungsgebiete mit Bedacht offen. Damit sollte den Antragstellern der Raum gegeben werden, insbesondere unter dem Aspekt der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und des Investitionsrisikos in der Einführungsphase der neuen Übertragungstechnologie die Versorgungsgebiete weitgehend selbst zu





definieren. Lediglich hinsichtlich des Versorgungsgrades der Bevölkerung mit dem neuen Angebot hat die KommAustria Vorgaben gemacht. Demnach soll eine bundesweite Bedeckung innerhalb des ersten Jahres mindestens 50 % der Gesamtbevölkerung und innerhalb der ersten drei Jahre 75 % bzw. mindestens alle Landeshauptstädte und Ballungsräume erreichen. Dieselben Vorgaben gelten für die Bevölkerung in dem regionalen oder lokalen Versorgungsgebiet, wenn dort ein Ausbauplan mit mehr als einer Sendeanlage vorgesehen ist. Daher wird nun im Entscheidungsverfahren die technische Prüfung der eingereichten Konzepte, auch hinsichtlich Sendeleistungen und Frequenzkoordinierung mit dem angrenzenden Ausland, ein wesentlicher und zeitaufwändiger Bestandteil sein.

## FERNSEHFONDS AUSTRIA

### 2. Antragstermin: 21 Fernsehfilmprojekte erhalten Förderungen

Die Entscheidungen sind gefallen. Nach einer intensiven Entscheidungsphase wurden beim 2. Antragstermin des FERNSEHFONDS AUSTRIA rund 4 Mio. Euro für vier Spielfilme, zwei Serien und 15 Dokumentationen ausgegeben. Damit sind die Mittel für heuer ausgeschöpft, und es sind keine weiteren Förderungen mehr möglich. Auch der 3. Antragstermin findet nicht statt.

Diesmal war der Prozess besonders schwierig. Insgesamt lag die beantragte Fördersumme der Projekte knapp 2 Mio. Euro über dem noch vorhandenen, zur Verfügung stehenden Budget.

Über eine Zusage in Höhe von insgesamt mehr als 1,2 Mio. Euro dürfen sich diesmal die Produzenten von vier Spielfilmen freuen: „Grenzland“ (ein Burgenland-Landkrimi), hergestellt von Graf Film, „Inspektor Jury spielt Domino“ (EPO Filmproduktion GmbH) sowie zwei Fernsehfilme der Mona Film „Balanceakt“ und „Blind ermittelt“ wurden positiv beurteilt.

Erwähnenswert bei diesem Antragstermin ist, dass zwei Serien der SUPERFILM Filmproduktions GmbH (produzierten auch „Braunschlag“ und „Altes Geld“), gefördert wurden. Die österreichische Miniserie „M – Eine Stadt sucht einen Mörder“ (Regie David Schalko) beleuchtet in 6 x 45 Minuten, wie ein Serienmord an Kindern die unterschiedlichen Milieus einer Stadt beeinflusst. Die Serie basiert auf dem gleichnamigen Film von Fritz Lang aus dem Jahr 1931. Die 2. Staffel von „The Team“, eine Serie, die in unterschiedlichen Ländern Europas spielt, und den beteiligten Kommissaren viel Verhandlungsgeschick und gute Zusammenarbeit abringt, wurde ebenfalls gefördert.

### **Geförderte Dokumentationen: breites inhaltliches Spektrum**

Aber auch über eine Vielfalt an unterschiedlichen Dokumentationen dürfen sich die Zuseherinnen und Zuseher in den nächsten Monaten freuen. Mit einer Summe von 737.309,- Euro wurden insgesamt 15 Dokus, u.a. „Von junger Hand“ (Mischief Film), „Der Verrat des Kaisers“ (Metafilm) und „Richard Sorge – Stalins James Bond“ (EPO-Film) gefördert.



Diskussionen und Unsicherheiten innerhalb der Branche gab es bei einem Projekt der Produktionsfirma „Terra Mater“. Hier ist die finale Entscheidung noch ausständig. Ein Gutachten des Verfassungsdienstes des Bundeskanzleramtes soll nun klären, ob eine Förderung nach dem derzeitigen Stand des KommAustria-Gesetzes und der Richtlinien des FERNSEHFONDS AUSTRIA möglich ist.

Details über die einzelnen Förderbeträge sowie kurze Inhaltsangaben der Produktionen sind auf der Website der RTR unter der Rubrik Fernsehfonds-Entscheidungen veröffentlicht.

### Privatrundfunkfonds und Nichtkommerzieller Rundfunkfonds

2017 standen im Privatrundfunkfonds 15 Mio. Euro und im Nichtkommerziellen Rundfunkfonds 3 Mio. Euro für Inhalte-, Ausbildungs- und Studienförderung (Reichweiten- und Qualitätsstudien) zur Verfügung. Die Fördermittel werden vom Geschäftsführer der RTR nach Stellungnahme durch den Fachbeirat vergeben. Die Fachbeiratssitzung für den 2. Antragstermin für 2017 beider Fonds hat am 26. Juni 2017 stattgefunden. Im Rahmen dieses Antragstermins wurden die Restmittel beider Fonds für das Jahr 2017 vergeben.

#### Ergebnisse des 2. Antragstermins: Restmittel vergeben

#### Nichtkommerzieller Rundfunkfonds

Im Rahmen des 2. Antragstermins 2017 wurden im Nichtkommerziellen Rundfunkfonds 25 Anträge eingebracht. Die Fördermittel wurden wie folgt auf die Förderbereiche verteilt:

Anträge	Inhalte	Ausbildung	Gesamt
TV	17.000,00	8.495,00	25.495,00
Hörfunk	55.249,00	20.327,00	75.576,00
<b>Gesamt</b>	<b>72.249,00</b>	<b>28.822,00</b>	<b>101.071,00</b>

Die detaillierten Ergebnisse können auf der Website der RTR nachgelesen werden: [www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenNKRF](http://www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenNKRF)

#### Privatrundfunkfonds

Im Rahmen des 2. Antragstermins 2017 wurden im Privatrundfunkfonds 163 Anträge eingebracht. Die Fördermittel wurden wie folgt auf die Förderbereiche verteilt:

Anträge	Inhalte	Ausbildung	Studien	Gesamt
TV	502.498,00	75.543,00	15.000,00	593.041,00
Hörfunk	201.044,00	80.692,00	27.213,00	308.949,00
<b>Gesamt</b>	<b>703.542,00</b>	<b>156.235,00</b>	<b>42.213,00</b>	<b>901.990,00</b>



Die detaillierten Ergebnisse können auf der Website der RTR nachgelesen werden: [www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenPRRF](http://www.rtr.at/de/foe/EntscheidungenPRRF)

Der 1. Antragstermin für den Privatrundfunkfonds endet am 16. Oktober 2017, jener des Nichtkommerziellen Rundfunkfonds am 31. Oktober 2017.

## **Nicht nachmachen! – Neue Fälle aus der Werbebeobachtung**

### **Auch Eigenwerbung braucht einen Werbetrenner**

Die KommAustria setzte sich mit einer Morgensendung in einem privaten Hörfunkprogramm auseinander, während der im Anschluss an einen Musiktitel ein Hinweis für eine vom Radiosender ausgerichtete Veranstaltung gesendet wurde. Der Hinweis endete mit der Aufforderung, sich auf der Homepage des Radiosenders Tickets zu sichern, die kostenpflichtig waren. Danach wurden erneut Musiktitel gespielt.

Die KommAustria stellte fest, dass es sich bei diesem Veranstaltungshinweis um Eigenwerbung des Radiosenders handelt. Bei der Eigenwerbung entfällt die für Werbung typische „doppelte Entgeltlichkeit“. Neben der werblichen Gestaltung genügt es bei der Eigenwerbung, dass das beworbene Produkt bzw. die beworbene Dienstleistung vom Rundfunkveranstalter selbst gegen Entgelt angeboten wird.

Im konkreten Fall war die Teilnahme an der Veranstaltung vom entgeltlichen Erwerb der Tickets abhängig. Das Kriterium der Entgeltlichkeit lag demnach vor. Ebenso wurde zum Kauf von Konzerttickets unmittelbar aufgerufen und deren Bezugsquelle in Form des Hinweises auf die Website genannt. Die Gestaltung des Beitrags bzw. dessen Ansagen sind damit unzweifelhaft geeignet gewesen, die Erbringung der Dienstleistung – hier konkret der Besuch des Konzertes – zu fördern. Die Hinweise auf die Veranstaltung weisen somit nach Einschätzung der KommAustria typische werbliche Gestaltungsmerkmale auf. Da der Veranstaltungshinweis nahtlos in das Musikprogramm integriert wurde und eine akustische (Werbe-)Trennung zu Beginn und am Ende des Hinweises unterlassen wurde, lag eine Verletzung von § 19 Abs. 3 PrR-G vor.

Bescheid der KommAustria vom 4. August 2016, KOA 1.414/16-010

### **Werblich gestaltetes Gewinnspiel**

In der Morgenshow eines privaten Hörfunkprogramms fand ein werblich gestaltetes Gewinnspiel statt, das mit einem werblich gestalteten Sponsorhinweis endete. Nur der Sponsorhinweis wurde zu Beginn und am Ende durch ein akustisches Element vom sonstigen Sendungsteil getrennt.

Nach der Rechtsprechung sind derartig gestaltete Gewinnspielrunden als eigene Sendung zu qualifizieren. Außerdem war diese Sendung nach Ansicht der

**Die Teilnahme war vom entgeltlichen Erwerb des Tickets abhängig**



KommAustria in ihrer Gesamtheit, und nicht nur hinsichtlich des Sponsorhinweises, werblich gestaltet.

Die Beschreibung des Gewinns beinhaltete mehrfach qualitativ-wertende Aussagen („... genau das Richtige für Sie ...“, „nur etwas für echte Kerle!“) samt Herausstreichungen des Leistungsangebotes („Entscheiden Sie sich für eine von vielen Biersorten ...“). Ebenso erfolgte die Nennung der Bezugsquelle mit den Worten „zur Verfügung gestellt von XX“ bzw. „powered by XX“. Diese Aussagen wurden im Rahmen des abschließenden Sponsorhinweises durch unmittelbare Kaufaufforderungen („Jetzt online shoppen“) ergänzt, die mit dem zuvor gesendeten Hinweis auf das sponsernde Unternehmen zusammenhingen. Die KommAustria ging daher davon aus, dass die Sendung in der Gesamtheit jedenfalls dazu geeignet ist, den bislang uninformierten oder unentschlossenen Zuhörer zum Kauf des zu gewinnenden Produkts zu animieren, sodass auf das Ziel der Absatzförderung zu schließen war.

**Trennung des werblich gestatteten Gewinnspiels wäre notwendig gewesen**

Für die KommAustria bestand außerdem kein Zweifel, dass eine solche werblich gestaltete Sendung nach dem üblichen Verkehrsgebrauch nur gegen Entgelt ausgestrahlt wird. Somit konnte es dahingestellt bleiben, ob das geleistete Entgelt nur für den werblich gestalteten Sponsorhinweis oder für die werbliche Gestaltung der gesamten Sendung geleistet worden ist.

Daher hätte das werblich gestaltete Gewinnspiel dem Gebot in § 19 Abs. 3 PrR-G zufolge am Anfang und am Ende eindeutig von den anderen Programmteilen getrennt werden müssen. Werbetrenner nur vor und nach dem werblich gestalteten Sponsorhinweis zu setzen, war nicht ausreichend.

Bescheid der KommAustria vom 17. März 2017: KOA 1.701/17-002

## **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](http://www.rtr.at/de/m/EntscheidungenGesamtRF)

Für BKS-Entscheidungen: [www.ris.bka.gv.at/Bukosenat/](http://www.ris.bka.gv.at/Bukosenat/)

Für BVwG-Entscheidungen: [www.ris.bka.gv.at/Bvwg/](http://www.ris.bka.gv.at/Bvwg/)

Für VwGH-Entscheidungen: [www.ris.bka.gv.at/Vwgh/](http://www.ris.bka.gv.at/Vwgh/)

Für VfGH-Entscheidungen: [www.ris.bka.gv.at/Vfgh/](http://www.ris.bka.gv.at/Vfgh/)



### **Bundesverwaltungsgericht bestätigt KommAustria: „Ungarn-Meldungen“ des ORF erfüllten Objektivitätsgebot**

In einem Verfahren um die Einhaltung des Objektivitätsgebotes in zwei Ticker-Meldungen des ORF auf der Website news.orf.at, hat das Bundesverwaltungsgericht (BVwG) jetzt die erstinstanzliche Entscheidung der KommAustria bestätigt.

Eine Zuseherin hatte sich Anfang des Jahres 2015 bei der KommAustria über die zwei Online-Kurzartikel des ORF beschwert. Sie behauptete, dass die Meldungen mit den Titeln „*Massendemo gegen Ungarns Regierung in Budapest*“ und „*Merkel fordert von Orbán Respekt vor Opposition*“ vom 1. Februar 2015 bzw. 2. Februar 2015 die im ORF-Gesetz normierten Gebote der objektiven und unparteilichen Berichterstattung sowie die objektive Auswahl und Vermittlung von Informationen in Form von Nachrichten verletzen. Die beiden Meldungen hätten auf unrichtigen Tatsachendarstellungen beruht und es sei offensichtlich, dass es dem ORF in Wahrheit darum gegangen sei, die Botschaft der linksliberalen Opposition Ungarns zu vermitteln. Auch sei Ungarn als antidemokratisches Land dargestellt worden.

**KommAustria entschied zugunsten des ORF: Ticker-Meldungen verletzen nicht das Objektivitätsgebot**

Die KommAustria entschied zugunsten des ORF und führte aus, dass kritische Berichterstattung nicht per se mit dem Objektivitätsgebot in Konflikt stehe. Insbesondere im Hinblick auf die von der Beschwerdeführerin ins Treffen geführte, unrichtige Berichterstattung zur Einschränkung der Medienfreiheit, aber auch zu sämtlichen anderen aufgestellten Tatsachenbehauptungen, konnte der ORF im Verfahren darlegen, dass er mit der erforderlichen journalistischen Sorgfalt recherchiert und die Ergebnisse der Recherche auch einer gebotenen Nachprüfung der erhaltenen Informationen unterzogen hatte. Die KommAustria kam zu dem Schluss, dass die als Nachrichten einzustufenden Ticker-Meldungen im Gesamten das Objektivitätsgebot nicht verletzen.

**BVwG folgt Rechtsansicht der KommAustria**

Das BVwG hat am 4. Juli 2017 eine Beschwerde gegen diesen Bescheid der KommAustria als unbegründet abgewiesen und ist damit der Rechtsansicht der Behörde gefolgt.

GZ: KommAustria: KOA 12.014/15-014; BVwG: W157 2117445-1/3E

### **Ausschreibungen der KommAustria**

Hinweis auf Ausschreibungen von Übertragungskapazitäten	Ausschreibungsfrist
GUSSWERK (Tribein) 98,4 MHz (KOA 1.011/17-031)* NEUBERG MUERZ (Schneealpe) 103,4 MHz (KOA 1.011/17-032)* HOPFGARTEN DEF (Lercherwald) 104,0 MHz (KOA 1.011/17-033)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA101117033">www.rtr.at/de/m/KOA101117033</a>	bis 9. August 2017, 13.00 Uhr



### Ausschreibungen der KommAustria

EHRWALD 4 (Wettersteinlift Bergstation) 107,9 MHz REUTTE 3 (Hahnenkamm) 93,9 MHz REUTTE 3 (Hahnenkamm) 96,2 MHz (KOA 1.530/17-008)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA153017008">www.rtr.at/de/m/KOA153017008</a>	bis 7. September 2017, 13.00 Uhr
Versorgungsgebiet „Spittal an der Drau und Raum Lienz“: GREIFENBURG 2 (Egg Mobilfunkmast) 102,2 MHz LIENZ 2 (Hochstein) 100,2 MHz SPITTAL DRAU 5 (Hühnersberg) 99,3 MHz (KOA 1.214/17-001) siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA121417001">www.rtr.at/de/m/KOA121417001</a>	bis 4. Oktober 2017, 13.00 Uhr
MATREI OSTTIROL 3 (Kuenzeralm) 102,5 MHz (KOA 1.011/17-045)* KRAKAU (Draunigl) 106,1 MHz (KOA 1.011/17-046)* KIRCHBERG (Bauer) 93,4 MHz (KOA 1.011/17-047)* siehe <a href="http://www.rtr.at/de/m/KOA101117046">www.rtr.at/de/m/KOA101117046</a>	bis 4. Oktober 2017, 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](http://www.rtr.at/de/m/Ausschreibungen) abrufbar.