

## **Medienenquete: Medien. Standort. Zukunft**

### **Stellungnahme des VÖP zur Konsultation des Bundeskanzleramts**

#### Einleitung

Eine breite Diskussion über eine **Medienordnung des 21. Jahrhunderts für Österreich** ist seit langem überfällig. Wir möchten der Bundesregierung, allen voran Bundesminister Blümel, schon eingangs für diese wichtige und überaus notwendige Initiative - die Ausrichtung der Medienenquete 2018 - herzlich danken.

Wir haben als Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) im Sommer 2017 das Weißbuch **Media Future Perspectives**<sup>1</sup> vorgelegt - ein Maßnahmenpaket zur Neugestaltung der Medienförderung, zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und zur Herstellung fairer Wettbewerbsbedingungen im Verhältnis zu digitalen Medienplattformen. Viele der darin vorgeschlagenen Maßnahmen sind auch heute noch so aktuell wie vor knapp einem Jahr. Wir verweisen in unseren Antworten zu dieser Konsultation daher immer wieder auf Vorschläge, die bereits in diesem Weißbuch erörtert wurden.

Teilweise haben sich gesellschaftliche Probleme und/oder Wettbewerbsprobleme mit den neuen, dominanten Online-Mediangeboten im letzten Jahr allerdings verschärft. Und in manchen Bereichen hat sich das legislative Rad, v.a. auf EU-Ebene, weitergedreht, sodass es nötig war, Positionen aus dem letzten Jahr nachzuschärfen.

Gänzlich neu hinzugekommen sind Überlegungen, die die Denkrichtung von Bundesminister Blümel aufgreifen, eine Stärkung des Medienstandorts Österreich von innen heraus zu ermöglichen, indem das Gegner-Denken zwischen den heimischen Medienanbietern beendet und dem ORF eine neue, zusätzliche Rolle übertragen wird - als **Partner und Förderer des Medienstandorts** in seiner pluralistischen Gesamtheit.

Wir freuen uns auf interessante, konstruktive und bereichernde Gespräche im Rahmen der Medienenquete am 7. und 8. Juni 2018, und bedanken uns für die Einladung zur aktiven Teilnahme an der im Rahmen der Enquete geplanten **Diskussion über den Medienstandort der Zukunft**.

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>1</sup> Siehe <http://www.voep.at/media-future-perspectives/>

Zusammengefasst werden wir unsere Stellungnahme wie folgt untergliedern:

## **1. Öffentlich-rechtlicher Auftrag und "Public Value"**

Die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hat sich ebenso wie die Marktbedingungen verändert. Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Angebots liegt in der Schaffung und Verbreitung eigenständiger und unverwechselbarer österreichischer Inhalte, allen voran jener Inhalte, die von privaten Medien schwer oder gar nicht refinanziert werden können, und in der tatsächlichen Erfüllung der Informations-, Bildungs-, und weiterer gesellschaftspolitischer Zielsetzungen. Handlungsbedarf ergibt sich in folgenden Bereichen:

- 1.1. Die öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehprogramme müssen für die Menschen in Österreich einen Mehrwert schaffen.
- 1.2. Der Versorgungsauftrag muss neu gefasst werden und den Medienstandort Österreich stärken.
- 1.3. Der Stiftungszweck des ORF muss um die Förderung des Medienstandorts in seiner Gesamtheit ergänzt werden.
- 1.4. Der Rechtsrahmen für den ORF muss für Transparenz und Rechtssicherheit sorgen.

## **2. Finanzierung und Förderung**

Ein robustes und effektives System der öffentlichen Finanzierung von Medienleistungen ist notwendiger denn je, um ein pluralistisches und qualitativ hochwertiges Medienangebot sicherzustellen. Dabei muss es folgenden Zielen folgen:

- 2.1. Die ORF-Finanzierung der Zukunft muss bedarfsorientiert, unabhängig und zukunftssicher gestaltet sind.
- 2.2. Für private Medien in Österreich muss eine zukunftssichere Förderstruktur geschaffen werden.

## **3. Digitalisierung und Demokratie**

Online-Plattformen brauchen Kontrolle, denn sie haben das Potential die staatliche Sicherheit, den gesellschaftlichen Zusammenhalt, die Medienvielfalt, den Kinder- und Jugendschutz, und den Schutz der Privatsphäre zu gefährden und beeinträchtigen die Fairness der Marktverhältnisse und der Besteuerung. Anpassungen sind in folgenden Bereichen notwendig:

- 3.1. Für alle Mediendienste müssen die gleichen Regeln gelten.
- 3.2. Ein wirksamer Schutz und die effektive Durchsetzung von Urheberrechten sind zwingend erforderlich.
- 3.3. Datenschutzregeln müssen an die spezifischen Anforderungen von Mediendienste angepasst werden.
- 3.4. Unabdingbar sind für digitale Mediendienste taugliche Steuerregeln.
- 3.5. Das Regulierungsumfeld muss insgesamt überarbeitet und zukunftstauglich gemacht werden, um der neuen Marktrealität mit dominierenden Online-Plattformen gerecht zu werden.

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

## Zu Frage 1: Öffentlich-rechtlicher Auftrag und "Public Value"

*Wie sollte der öffentlich-rechtliche Auftrag und der gesellschaftliche Mehrwert, den dieser Auftrag gewährleisten soll, in einer zunehmend digitalisierten Welt abgegrenzt, definiert und weiterentwickelt werden?*

**Gesellschaftlicher Mehrwert - damals und heute:** Vor etwas mehr als 50 Jahren wurden der öffentlich-rechtliche Auftrag und die Prinzipien der öffentlich-rechtlichen Gebührenfinanzierung des ORF im Rundfunkgesetz 1967 festgelegt. Seit dieser Zeit hat sich die Medienwelt dramatisch verändert, der ORF-Auftrag und die Prinzipien der ORF-Finanzierung sind im Vergleich zu damals aber nahezu unverändert. Eine Überprüfung und Aktualisierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags und seiner Finanzierung sind also dringend geboten.

Zur Zeit der Gründung des ORF als öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalt bestand das Medienangebot für die Menschen in Österreich im Wesentlichen aus einer Reihe von Zeitungsprodukten. Die wesentliche Leistung des ORF bestand darin, der Allgemeinheit im gesamten Bundesgebiet ein **umfassendes inhaltliches Programmspektrum** aus Bildungs-, Kultur-, Unterhaltungs-, Informations- und Sportinhalten über die neuen Massenmedien Radio und Fernsehen anzubieten. Vor dem Hintergrund der historischen Ereignisse und der demokratierepolitischen Ziele der jungen Republik sollte der ORF mittels seines Inhalteangebots auch die Rolle eines **gesellschaftspolitischen Mediators** unterschiedlicher Weltanschauungen und politischer Ausrichtungen einnehmen. Und schließlich sollte er als öffentlich-rechtliche Institution ein Gegengewicht zu privater Medienmacht bilden. Lange Zeit erfüllte der ORF diese Aufgaben zur allgemeinen Zufriedenheit.

Die **Marktbedingungen veränderten sich** allerdings, und mit ihnen der ORF: Angetrieben durch technologische Veränderungen, verbindliche europäische Rechtsgrundsätze und breiten gesellschaftlichen Wohlstand entwickelte sich in den letzten 20 Jahren auch in Österreich ein alternatives privates Rundfunkangebot, das gerade in Informationsbereichen hochwertigen Journalismus bietet und daher ebenfalls, zumindest teilweise, eine Public-Value-Beitrag leistet, und das seit etwas mehr als zehn Jahren durch ein stetig wachsendes Online-Medien-Angebot ergänzt wird. Seit dem Markteintritt privater Radio- und TV-Anbieter bewegt sich die Programmrealität des ORF kontinuierlich weg von den ursprünglichen Auftragszielen. Der Programmanteil massenattraktiver Inhalte, die auf möglichst hohe Marktanteile zur Legitimierung der Programmgebühren und zur Befriedigung der Interessen der Werbewirtschaft zielen, stieg kontinuierlich, über viele Jahre, immer weiter an. Die Archetypen dieser Entwicklung - im Radio *Ö3* und im Fernsehen *ORF eins* - sind von privaten Programmangeboten nur noch aufgrund ihres finanziellen Sonderstatus unterscheidbar. Das Erstarken der neuen, globalen Mitbewerber um Publikumsaufmerksamkeit und Werbegeld in der Onlinewelt, allen voran Google und Facebook, befeuerte diese Entwicklung und machte den ORF in den letzten Jahren nur noch kommerzieller – inklusive Angeboten in der Social-Media-, Abrufplattform- und Start-up-Welt.

**Kommerzielle Angebotsausweitung als Reaktion auf drohenden Bedeutungsverlust** - so lässt sich das Verhaltensmuster des ORF in den letzten beiden Jahrzehnten zusammenfassen. Dieses Muster findet sich in sämtlichen Auftragsbereichen, ganz besonders im Bereich des Kernauftrags (insb. *Ö3* und *ORF eins*, tlw. auch *Ö2-Regionalradios* und *ORF 2*), aber ebenfalls im Bereich des Verbreitungsauftrags (u.a. terrestrisches und SAT-Pay-TV-Angebote) und im Bereich der besonderen Aufträge (z.B. Video-on-Demand-Spielfilmangebot, YouTube-Pläne, überschießendes Onlineangebot).

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

Doch dies ist der falsche Weg. Denn dieser Weg führt in die Austauschbarkeit des Angebots, in den Verlust öffentlich-rechtlicher Glaubwürdigkeit, und in den Wegfall der Gebührenlegitimation. Der gewinnorientiert agierende, austauschbare ORF schafft so keinen gesellschaftlichen Mehrwert, sondern allenfalls einen *Minderwert*.

Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Angebots liegt woanders. Die Zukunft liegt in der **Schaffung und Verbreitung eigenständiger österreichischer Inhalte für die österreichischen Beitragszahler**, in der tatsächlichen Erfüllung der Informations-, Bildungs-, und weiterer gesellschaftspolitischer Zielsetzungen, in der Verwendung der öffentlich-rechtlichen Mittel für die Bereitstellung von Inhalten, die von privaten Veranstaltern und Medienanbietern nicht refinanziert werden können.

**Die Zukunft des ORF liegt** nicht in der verbissenen Verteidigung der eigenen Marktanteile, sondern **im Angebot unverwechselbarer eigener Programme und Inhalte und in der Verbesserung der Standortbedingungen für alle anderen österreichischen Anbieter**. Was wir vom ORF der Zukunft erwarten, ist echte, gelebte Dualität und aktive, nicht auf den eigenen wirtschaftlichen Vorteil bedachte Standortförderung.

In den folgenden vier Bereichen sehen wir den größten **Handlungsbedarf** und die größten Potentiale für den Medienstandort:

### **1.1. Öffentlich-rechtliche Radio- und Fernsehprogramme, die für die Menschen in Österreich einen Mehrwert schaffen**

Auch wenn den meisten Prognosen zufolge die Nutzung von Radio und Fernsehen auch in Österreich zurückgehen wird, so sind aus heutiger Sicht Radio und Fernsehen noch immer die **am stärksten genutzten Mediengattungen**. Das enorme Wachstum in der Nutzung von Online-Medien steht dazu nicht in Widerspruch: die für Online-Medien-Nutzung verwendete Zeit geht bisher insgesamt kaum zu Lasten von Radio und TV.

Diese Momentaufnahme darf nicht als Entwarnung für traditionelle Medienanbieter missverstanden werden. Die Vorteile online verbreiteter Medienangebote – „anything, anytime, anywhere“ - sind so mächtig, dass klassische Rundfunkverbreitung von Echtzeit-Programmen unweigerlich an Bedeutung verlieren muss. Vielmehr soll an dieser Stelle verdeutlicht werden, dass Radio und Fernsehen nach wie vor und auf absehbare Zeit für die Information und Meinungsbildung der Bevölkerung sehr bedeutende Mediengattungen sein werden, und dass sich daher - trotz aller Medienumweltveränderungen - die **Frage nach dem Mehrwert eines öffentlich-rechtlichen Rundfunkangebots** mit Nachdruck stellt.<sup>2</sup>

Welche Rundfunkinhalte sollen wir uns in Zukunft vom ORF wünschen? Nun, ganz einfach: Gut gemachte, einzigartige, unverwechselbare Inhalte in allen vier Inhaltskategorien - Information, Unterhaltung, Kultur und Sport - soweit diese nach Marktprinzipien (d.h. gewinnorientiert refinanzierbar) nicht oder nicht ausreichend bereitgestellt werden. Denn dort ist der öffentlich-rechtliche Mehrwert zu finden.

In der Praxis bedeutet das: Mehr Eigen- und Koproduktionen statt fertiger Kaufinhalte, ein höherer Anteil österreichischer und europäischer Produktionen statt stundenlanges Abspielen von US-Popmusik und US-Serien, Programminhalte mit Realitätsbezug statt Berieselung mit Fiktion, und - so wie in den goldenen ORF-Zeiten der 70er und 80er-

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>2</sup> Siehe dazu auch die Ergebnisse des Reuters Institute Digital News Report 2017 (Download unter: <http://www.digitalnewsreport.org/>).

Jahre - viele Inhalte mit gesellschaftspolitischem Anspruch oder zu kontroversiellen Themen und innovative Formate, statt anspruchsloser Dauerunterhaltungssendungen.

All das erwartet sich die Bevölkerung von einem öffentlich-rechtlichen Anbieter, da private Anbieter wirtschaftlich nicht in der Lage sind, diese Formate selbst anzubieten, weil sie nicht die finanziellen Möglichkeiten des ORF haben und der Markt Österreich zu klein ist und vieles von dem, was private Medienmacher gerne anbieten würden, ganz einfach nicht refinanziert. Umso enttäuschender ist es, dass der ORF, trotz seiner finanziellen Ausstattung, diesen Anspruch nicht erfüllt, dass *ORF eins* und *Ö3* gar keinen, und *ORF 2* und die ORF-Regionalradios über weite Strecken so gut wie **keinen öffentlich-rechtlichen Mehrwert** bieten.

Umso wichtiger ist es, die öffentlich-rechtliche Zielsetzung inhaltlich vielfältig und ausgewogen gestalteter Radio- und Fernsehangebote (in Form der sog. 'Vollprogramme') im Zuge einer ORF-Reform so auszugestalten, dass diese Rundfunkprogramme in der Realität auch tatsächlich die Bezeichnung '**Vollprogramm**' verdienen.

Das ORF-G definiert programmliche Vorgaben heute im sog. Kernauftrag (§ 4 ORF-G). Der Kernauftrag ist in seiner gegenwärtigen Form jedoch zu unpräzise, um wirksam in den beiden TV-Hauptprogrammen und den ORF-Radioprogrammen inhaltlich ausgewogenes, öffentlich-rechtliches Programm mit hoher Österreich-Relevanz sicherzustellen. Vorgaben zur **Programmstruktur**, wie sie in vielen europäischen Vergleichsländern gebräuchlich sind, fehlen im ORF-G, wodurch die programmlichen Fehlentwicklungen der letzten beiden Jahrzehnte erst ermöglicht wurden.

Der öffentlich-rechtliche Auftrag der Zukunft muss daher konkreter als bisher und in **verbindlicher Form** strukturelle (nicht inhaltliche!) Vorgaben zur programmlichen Gestaltung machen. Aufgrund der Erfahrung mit dem Kernauftrag in seiner heutigen Form ist es wichtig zu betonen, dass sich Programmstrukturvorgaben jeweils auf die einzelnen Programme beziehen und **verbindliche Tageszeiträume** für bestimmte programmliche Leistungen definieren müssen, da andernfalls - wie derzeit zu beobachten - Inhalte mit besonders hohem gesellschaftlichen Mehrwert eher in programmliche Randbereiche bzw. Randzeiten verschoben werden.

**Inhaltliche Ausgewogenheit der einzelnen Programme** kann beispielsweise durch eine Vorgabe erreicht werden, wonach jedes der beiden TV-Vollprogramme zu jeweils mindestens 20% aus Information, Unterhaltung, Kultur bzw. Sport zusammengesetzt sein muss, bzw. jedes Radioprogramm zu mindestens 25% Information und mindestens 20% Unterhaltung und Kultur bestehen muss, wobei der Wortanteil im Radio in jeder dieser Kategorien mindestens 20% betragen sollte (Werbung natürlich ausgenommen).<sup>3</sup>

Ein deutlich **höheres Maß an Programminhalten mit Österreich-Bezug** im Radio und Fernsehen ließe sich ebenfalls durch eine verbindliche Vorgabe von Mindestanteilen für die einzelnen Vollprogramme erzielen, wobei auch hier darauf zu achten wäre, dass diese Vorgaben nicht nur im Tagesdurchschnitt, sondern insbesondere auch in besonders relevanten Publikumszeitzeonen zu erfüllen wären. So könnte man etwa verbindlich einen Österreich-Anteil von mindestens 40% der Hauptsendezeit in jedem der TV-Vollprogramme und einen Österreich-Musikanteil von jeweils mindestens 20% in der Hauptsendezeit der Radioprogramme erwarten.<sup>4</sup>

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>3</sup> Siehe dazu im Detail, Weißbuch, S 20f.

<sup>4</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 25.

Unnötig hohe Ausgaben für den Erwerb von Premiuminhalten im Bereich Sport, Kauffilme und Serien, die ohnehin in anderen Free-TV-Programmen gezeigt bzw. übertragen werden, ließen sich - nach internationalem Vorbild - äußerst effektiv durch **Ausgabenobergrenzen für bestimmte Inhaltkategorien** in den Griff bekommen. So könnten die jährlichen Gesamtausgaben für den Erwerb von Premiumsportrechten auf Basis internationaler Vergleichswerte beispielsweise mit 10% der jährlichen Programmtergelte limitiert werden.<sup>5</sup>

## 1.2. Ein neuer, standortstärkender Versorgungsauftrag

Der **Versorgungsauftrag** (§ 3 ORF-G), als Teil des öffentlich-rechtlichen Auftrags, legt dem ORF insbesondere die Verpflichtung auf, die beiden TV-Vollprogramme und drei Radioprogramme österreichweit, und die neun Regionalradioprogramme bundeslandweit terrestrisch zu verbreiten. Die Ausstrahlung der ORF-Programme über andere technische Plattformen (z.B. Satellit) ist nicht verpflichtend, sondern hat sich an technischen und wirtschaftlichen Kriterien zu orientieren. Sonderregeln gelten für die TV-Spartenprogramme *ORF III* und *ORF Sport+*, und für die Onlineangebote des ORF.

Die Verbreitung der **Programme privater Veranstalter** zählt bisher nicht zu den Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Zwar ist es dem ORF gestattet, seine Medieninfrastruktur auch Dritten anzubieten (§ 2 ORF-G), soweit das geschieht, handelt der ORF aber aus kommerziellen Motiven.

Verbesserungen in den Übertragungstechnologien, hohe Breitbandverfügbarkeit und das Entstehen mächtiger Social Media-Plattformen haben die Möglichkeiten zur Verbreitung linearer Rundfunkangebote in den letzten Jahren und Jahrzehnten erheblich verändert. Für die **Veranstalter von TV-Programmen** wurde es deutlich leichter, über eine oder mehrere Distributionsvarianten (Satellit, Kabel, IP-TV, usw.) die Menschen zu erreichen, die Verbreiterung des Angebots führte allerdings auch zu einer Erhöhung des Konkurrenzdrucks, in den letzten Jahren vor allem durch Social-Media-Angebote.

Im **Radiobereich** herrscht hingegen weitgehend Stillstand: **Terrestrische UKW-Verbreitung** ist seit mehr als 50 Jahren die praktisch einzige Verbreitungsform, über die der überwiegende Teil der Hörer in Österreich auch tatsächlich erreicht wird. Versuche privater Rundfunkveranstalter, neue Übertragungstechnologien (z.B. DAB+) oder Online-Radio-Plattformen (z.B. *Radioplayer.at*) zu etablieren, hat der ORF bislang aus Eigeninteresse (Marktanteilsschutz) torpediert. Die marktmächtige Position der ORF-Radios auf dem Hörermarkt (ca. 60-65%) ist dem öffentlich-rechtlichen Versorgungsauftrag geschuldet, der den ORF zur österreichweiten UKW-Versorgung von drei bundesweiten und neun bundeslandweiten Radioprogrammen verpflichtet und damit auch das ausschließliche Nutzungsrecht für das entsprechende UKW-Frequenzspektrum einräumt (umgerechnet ca. 65% des verfügbaren UKW-Spektrums).

Die Frequenzausstattung und das Verhalten des ORF laufen dem Interesse an einem starken Radio-Standort entgegen. Denn der Standort ist nur dann stark, wenn die Menschen in Österreich aus einer Vielfalt von Radioprogrammen und Audioinhalten wählen können.

Die Rolle und der **Mehrwert** des öffentlich-rechtlichen Anbieters besteht zum einen im **Angebot spannender inhaltlicher Formate**, die sich an Kernauftragszielen orientieren (siehe oben) und über das bloße Abspielen massentauglicher Musik hinausgehen - denn

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

<sup>5</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 28.

das leisten private Rundfunkveranstalter und Online-Abrufangebote von *Spotify* und *Apple Musik* deutlich zielgruppeneffizienter.

Zum anderen sollte die Rolle des öffentlich-rechtlichen Anbieters auch in der gezielten **Förderung der Verbreitung** österreichischer Rundfunkprogramme bestehen. Überall dort, wo der ORF als Bereitsteller von Verbreitungsinfrastruktur auftritt, also insbesondere im Bereich der Terrestrik, sollte der ORF dafür Sorge tragen, dass österreichische Programme und Inhalte privater österreichischer Medienanbieter **gleichberechtigt** und nach den gleichen technischen und wirtschaftlichen Grundsätzen wie ORF-eigene Programme verbreitet werden. Darüber hinaus sollte es zu den Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Anbieters zählen, neue terrestrische Verbreitungstechnologien aktiv zu fördern (z.B. DAB+) sowie im Online-Bereich mit den eigenen Programmen an neu entwickelten heimischen Plattformen teilzunehmen (z.B. *Radioplayer.at*) oder in Kooperation mit heimischen Rundfunkveranstaltern neue Plattformen für die Verbreitung von österreichischen Rundfunkangeboten zu entwickeln und diese Plattformen ebenfalls gleichberechtigt für alle Inhalte privater Anbieter zu öffnen.<sup>6</sup>

Natürlich müsste auch die **Ungleichverteilung im Zugang zum UKW-Spektrum** beendet werden, um zumindest bei der Hörfunkverbreitung Chancengleichheit für den privaten Sektor im Zugang zu UKW-versorgten Hörerinnen und Hörern zu schaffen. Zumindest eines der bisher bundesweit verbreiteten ORF-Radioprogramme sollte daher seine UKW-Frequenzkette für einen neuen bundesweiten privaten Anbieter frei machen, und - im Dienste des Innovationsförderung und der Schaffung einer fairen dualen Marktstruktur - künftig exklusiv über das neue digitale Radionetz DAB+ verbreitet werden.<sup>7</sup>

Die Verbreitung privater Medieninhalte sollte auch auf anderen, nicht vom ORF kontrollierten Technologieplattformen gefördert werden. Durch Auflagen, an die der Erwerb von **5G-Mobilfunklizenzen** (700-MHz-Frequenzband) geknüpft wird, ließe sich der **freie Empfang österreichischer Rundfunkprogramme über mobiles Breitband** sicherstellen. Über eine Modernisierung der 'Must-Carry'-Regeln des AMD-G (§ 20) ließe sich ebenfalls ein positiver Fördereffekt für die Verbreitung heimischer Rundfunkinhalte erzielen.

### **1.3. Ein neuer, zusätzlicher Stiftungszweck: Die Förderung des Medienstandorts in seiner Gesamtheit**

Die neue Online-Medienwelt - globale Angebotsplattformen mit enormer Anziehungskraft und enormen wirtschaftlichen und technischen Skalenvorteilen - bedroht die Geschäftsmodelle vieler heimischer Medienanbieter und damit auch die heimische Medienangebotsvielfalt. Der ORF als öffentlich-rechtlicher Veranstalter nimmt diesbezüglich eine Sonderstellung ein, weil seine Finanzierung nicht den Marktgesetzen unterliegt, und sich ein allfälliger Verlust an kommerziellen Erlösen, soweit erforderlich, durch eine Verschiebung im öffentlichen Finanzierungsbedarf kompensieren ließe.

Bislang liegt der alleinige Zweck der Stiftung ORF darin, den öffentlich-rechtlichen Auftrag zu erfüllen. Der ORF soll sich also auftragsgemäß ausschließlich darauf konzentrieren, das ihm auferlegte Angebot an Medieninhalten und -diensten zu

---

<sup>6</sup> Diese Grundsätze sollten natürlich auch für TV-Programme und Inhalte gelten.

<sup>7</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 18f.

erbringen. Ob das Mediengesamtangebot in Österreich insgesamt den gesellschaftlichen Zielen in puncto Vielfalt, Qualität, usw. entspricht, hat den ORF derzeit nicht zu interessieren. Viel schlimmer noch, die Finanzierungslogik (Kombination aus Gebühren und kommerziellen Erlösen) und die vielfältigen kommerziellen Erlaubnistatbestände im ORF-G (allen voran: der Umfang der erlaubten Werbevermarktung) motivieren den ORF sogar dazu, den Wettbewerb mit heimischen Medienanbietern zu suchen und deren Markterfolg gering zu halten.

Diese Denkschule mag vor Jahrzehnten, als der grenzüberschreitende Wettbewerb durch Medienangebote aus dem Ausland begrenzt war, bis zu einem bestimmten Grad rechtfertigbar gewesen sein. Im Zeitalter der neuen Online-Medienwelt ist diese Denkweise aber jedenfalls passé. Denn der ORF ist ein gemeinwirtschaftliches Unternehmen und kein gewinnorientiertes Unternehmen, seine Aufgabe muss darin bestehen, das Gemeinwohlinteresse zu maximieren - und nicht sein Eigeninteresse. Wir brauchen also eine **neue Denkschule**, und vor allem auch ein Umdenken aller Beteiligten, ganz besonders im ORF selbst, dessen Mitarbeiter und Management über viele Jahre und Jahrzehnte auf Wettbewerb und Kampf, und nicht auf Förderung und Kooperation mit alternativen Medienanbietern in Österreich getrimmt wurden.

Anders als bisher soll der ORF in Zukunft nicht nur für seinen eigenen inhaltlichen Beitrag zur Medienqualität und -vielfalt in Österreich verantwortlich sein, sondern er soll auch **Mitverantwortung** für das Funktionieren des gesamten österreichischen Medienmarktes tragen. Diese neue Aufgabe im Dienste der Standortsicherung und -entwicklung muss auch programmatisch in der **Zweckbestimmung der Stiftung ORF** (§ 1ORF-G) ihren Niederschlag finden. Der Zweck des ORF sollte in Zukunft ein dualer sein; neben die Aufgabe der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags sollte die Aufgabe treten, ein zufriedenstellendes Gesamtmarktangebot in Österreich mitzuverantworten und aktiv die Bereitstellung und Verbreitung vielfältiger und qualitativvoller Medieninhalte österreichischer Herkunft zu fördern.

Der ORF soll also auch weiterhin eigene Inhalts- und Programmangebote bereitstellen - wiewohl stärker als bisher auf die Unverwechselbarkeit des eigenen Angebots im Vergleich zu den Angeboten Privater achten (siehe oben). Neu hinzu kommt die Aufgabe, die Erstellung, Bereitstellung, Verbreitung und Vermarktung der Angebote privater Medienanbieter durch eigenes Handeln und die Vermeidung kommerzieller Konkurrenz aktiv zu fördern. Das Erreichen dieses Ziels wäre richtigerweise am tatsächlichen **Gesamtangebot der österreichischen Medien** zu messen.

Das programmatische Ziel der Standortförderung könnte zusätzlich durch **konkrete Kooperationsziele** ergänzt werden. In Bezug auf die **Distribution privater Rundfunkinhalte** wurden im o.a. Abschnitt bereits einige Vorschläge gemacht (z.B. aktive Förderung von DAB+, Radioplayer.at, UKW-Frequenzumverteilung). Eine stärkere Verschränkung der österreichischen Medien auf der Ebene der **Inhalteproduktion** sollte im Dienste der Inhalte- und Meinungsvielfalt und der redaktionellen Unabhängigkeit der einzelnen Medien vorerst nicht forciert werden; allenfalls wäre in diesem Bereich an gemeinsame Aktivitäten der Produktionsunterstützung und an Kooperationen rund um Großereignisse zu denken. Allerdings ließe sich die **Verbreitung von öffentlich-rechtlich produzierten Inhalten** deutlich verbessern, z.B. durch eine Mehrfachnutzung tagesaktueller Inhalte. So könnten tagesaktuelle ORF-Beiträge und Materialien (in Audio-, Video und Textform) aus den Bereichen Politik, Chronik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport auf einer digitalen Plattform anderen österreichischen Medien zur Nutzung im Rahmen deren eigener Angebote frei und weiterverwendbar zugänglich gemacht werden. Der neue Kooperationsrahmen könnte auch den Zugang zu ORF-Archivmaterial umfassen. Durch die Öffnung des Archivs für alle österreichischen

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

Medien zur freien Nutzung und Weiterverwendung im Rahmen eigener Medienangebote ließe sich eine Fülle neuer, identitätsstiftender Medienangebote für den österreichischen Rezipientenmarkt schaffen, ohne dass hierdurch Zusatzkosten entstünden. Und schließlich sollte die freie Nutzung der ORF-Programme im Rahmen von privaten Programmaggatorangeboten ('must offer') eine Selbstverständlichkeit sein, dient diese doch dazu, die öffentlich-rechtlichen Inhalte einer möglichst großen Bevölkerungsgruppe auf möglichst vielen Verbreitungswegen zugänglich zu machen.

#### **1.4. Ein Rechtsrahmen, der für Transparenz und Rechtssicherheit sorgt**

Die Neugestaltung des öffentlich-rechtlichen Auftrags sollte von einer Überarbeitung des Rechtsrahmens begleitet sein, in dem notwendige Umfeldbedingungen der Erbringung des Auftrags geregelt werden.

Was die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags angeht, sollten jedenfalls die Transparenzregeln (Informations- und Berichtserfordernisse) erweitert werden, sodass für die Menschen in Österreich auch im Detail und auch im Zeitablauf nachvollziehbar ist, welche Leistungen der ORF in welchem Ausmaß erbracht hat, und welche Mittel dafür aufwendet wurden. Ergänzend sollte die Überprüfung des Qualitätssicherungssystems - statt wie bisher einem vom ORF selbst gewählten Berater - in Zukunft einem unabhängig bestellten, fachlich qualifizierten Gutachter übertragen werden.<sup>8</sup>

Darüber hinaus halten wir es für zeitgemäß, das Verfahren zur Vorprüfung neuer ORF-Angebote insoweit zu verbessern, dass den von neuen ORF-Angeboten potenziell betroffenen Marktteilnehmern und/oder Kooperationspartnern im Rahmen des neuen Standortförderungsziels (siehe oben) im behördlichen Verfahren Parteistellung und somit eine eigene Stimme gegeben wird. Das derzeitige System schließt Marktteilnehmer von einer aktiven Verfahrensteilnahme aus.<sup>9</sup>

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>8</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 23f.

<sup>9</sup> Vorschläge zur Verbesserung des Vorprüfungsverfahrens sowie notwendige Rechtsschutzverbesserungen finden sich im Weißbuch auf S 22 sowie auf S 29f.

## Zu Frage 2: Finanzierung und Förderung:

*Der österreichische Medienmarkt steht vor großen Herausforderungen: Es ist ein kleiner Markt, der aufgrund der gemeinsamen Sprache eng mit dem zehnmal so großen deutschen Markt verknüpft ist. Wie soll und kann zukunftsfähige Medienfinanzierung aussehen?*

### **Eine robuste und effektive öffentliche Finanzierung von Medienleistungen ist gefragt - in Zukunft mehr denn je!**

Eine offene, demokratische Gesellschaft braucht ein qualitativ werthaltiges und vielfältiges Medienangebot, das der gesamten Breite der Bevölkerung zugänglich ist. Viele Medieninhalte, die berechnete **gesellschaftliche Bedürfnisse** (nach Identität, Information, Meinungspluralismus, usw.) adressieren, lassen sich über begleitende kommerzielle Kommunikation (Vermarktung von Werbung, usw.) nicht oder allenfalls im Bündel mit anderen Inhalten refinanzieren. Der wirtschaftliche Druck für die Erzeugung von Medienangeboten mit gesellschaftlichem Mehrwert ist dabei umso größer, je kleiner der insgesamt adressierbare Markt. Österreich ist ein verhältnismäßig **kleiner Markt**, der im Hinblick auf Angebotsvielfalt in bestimmten Angebotsbereichen zwar vom großen deutschsprachigen Nachbarland profitiert, der sich aber umgekehrt, gerade aufgrund dieses Umstands, umso schwerer tut, aus eigener wirtschaftlicher Kraft originär österreichische Inhalte in entsprechender Vielfalt und Qualität bereit zu stellen. Der **Wettbewerbsdruck**, der von den globalen Online-Plattformen ausgeht, tut das seine dazu, die Situation in Österreich zusätzlich zu verschärfen.

Die logische Konsequenz aus dem Gesagten: Auch in Zukunft wird die Republik Österreich gefordert sein, den Zufluss finanzieller Mittel in den öffentlich-rechtlichen und den privaten Mediensektor sicherzustellen, um ein pluralistisches und qualitativ hochwertiges Medienangebot sicherzustellen, gegebenenfalls sogar in stärkerem Maß als heute.

**Geld allein ist allerdings zu wenig.** In einer beachtenswerten Studie zum öffentlich-rechtlichen Angebot Deutschlands haben die Berater von McKinsey<sup>10</sup> in einem breiten Europavergleich festgestellt, dass keine Korrelation zwischen dem Umfang des öffentlich-rechtlichen Outputs und der Menge öffentlicher Finanzmittel feststellbar ist. Mit anderen Worten: Den öffentlich-rechtlichen Anbietern bloß Geld zur Verfügung zu stellen, ist zu wenig. Es braucht auch einen klaren Leistungsauftrag und eine nachprüfende Kontrolle der Mittelverwendung (siehe dazu unsere Antwort zu Frage 1).

Die **Aufgabe des Staates** besteht also darin, für einen stabilen Fluss von Finanzmitteln in den Sektor zu sorgen, diesen Geldfluss an konkrete Leistungsbedingungen zu knüpfen, und darauf zu achten, dass diese Bedingungen auch eingehalten werden. Damit aber nicht genug: Diese Aufgaben sollen und müssen **möglichst staatsfern** erbracht werden, da Medienunternehmen, sollen sie die ihnen zugeordnete demokratiepolitische Funktion wahrnehmen, gerade nicht in ein Abhängigkeitsverhältnis zu Politik und Staat gedrängt werden dürfen. An dieser Grundanforderung ändert sich auch in Zukunft nichts.

**Unabhängigkeit** von Fremdinteressen - **Äquidistanz** zu allen relevanten Akteuren - diese Anforderungen beschreiben nicht nur das Idealverhältnis von Medien zu staatlichen Akteuren, sondern auch deren Verhältnis zu wirtschaftlichen Akteuren. Damit ist die Frage angesprochen, wie abhängig Medien, und insbesondere öffentlich-rechtliche Medien, von der **werbetreibenden Wirtschaft** sein sollten. Im Idealfall gar nicht, ist die Antwort, nur lässt sich diese Anforderung im Fall werbeerlösgetriebener

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

<sup>10</sup> Download unter <https://www.mckinsey.de/oeffentlich-rechtlicher-rundfunk-in-deutschland>.  
Seite 10 / 19

Geschäftsmodelle wie werbefinanziertem Radio und Fernsehen wesensspezifisch nur teilweise - über interne „Chinese Walls“ - bewerkstelligen. Anders im Fall des öffentlich-rechtlichen Anbieters, der diesbezüglich besondere Glaubwürdigkeit genießen sollte und infolgedessen in vielen EU-Mitgliedstaaten nicht zuletzt aus diesem Grund ganz oder überwiegend werbefrei gestellt ist.

Der ORF ist demgegenüber ein „**commercial beast**“. Es gibt in Europa keinen zweiten öffentlich-rechtlichen Anbieter, der in einem vergleichbar breitgefächerten Umfang gewinnorientierten Aktivitäten nachgeht wie der ORF. Damit ist aber nicht nur der Umfang kommerzieller Kommunikation in beinahe allen Programmen und auf allen Kanälen gemeint, und auch nicht der auch sonst übliche Verkauf von Nutzungsrechten an öffentlich-rechtlichen Produktionen und Inhalten, denn diese Aktivitäten befinden sich noch in einem argumentierbaren Naheverhältnis zum öffentlich-rechtlichen Auftrag, sondern es ist damit der Umfang der sonstigen gewinnorientierten Tätigkeiten in Geschäftsfeldern gemeint, die nicht oder nur peripher mit ORF-Aufgaben in Verbindung stehen und regelmäßig wettbewerbliche Bedenken hervorrufen (wie z.B. Pay-TV, kommerzielles Video-on-Demand, usw.). Eine Rückführung der gewinnorientierten ORF-Aktivitäten auf ein sinnvolles Maß - die kommerzielle (Wieder-)Verwertung öffentlich-rechtlicher Kernleistungen - ist nicht nur eine Frage der **öffentlich-rechtlichen Hygiene** (Glaubwürdigkeit, Ressourcenverwendung, Konzentration auf die gemeinwirtschaftlichen Ziele), sondern auch eine Frage der Minimierung unnötiger **wirtschaftlicher Risiken** auf dem Rücken der Gebührenzahler - abschreckendes Beispiel: der Kauf der wirtschaftlich nicht tragfähigen VoD-Plattform Flimmit.

Vor dem Hintergrund dieser Bestandsaufnahme haben wir unsere Vorstellungen für die Zukunft der Finanzierung des österreichischen Mediensektors in den folgenden **Zielen** zusammengefasst:

## **2.1. Die ORF-Finanzierung der Zukunft: bedarfsorientiert, unabhängig und zukunftssicher**

In der Diskussion um die Finanzierung des ORF geht es häufig ausschließlich um die Frage der **Finanzierungsform**, also darum, ob eine Gebührenfinanzierung noch zeitgemäß ist, oder nicht doch eine Haushaltsabgabe, oder eine Finanzierung aus dem Bundesbudget vorzuziehen wären.

Wir denken, dass diese Entscheidung auf Basis folgender konkreter Zielsetzungen getroffen werden sollte: die Finanzierungsform sollte **technologieunabhängig** ausgestaltet sein<sup>11</sup>, also alle Empfangsmöglichkeiten, einschließlich Online-Abruf, erfassen; sie sollte **missbrauchssicher** ausgestaltet sein (d.h. 'schwarzsehen' verunmöglichen) und **kostengünstig** administrierbar sein (effiziente Abwicklung, keine Hausbesuche und dgl.). Orientiert man sich an diesen Zielsetzungen, spricht sehr viel für eine Finanzierung unmittelbar aus einem **zentralen Medienbudget des Bundes**, wobei die Dotierung dieses Budgets direkt aus dem Bundesbudget erfolgen könnte, oder aus den Erlösen einer **Haushaltsabgabe**, ähnlich den Vorbildern in Deutschland und der Schweiz.

---

<sup>11</sup> Eine Gebührenpflicht in Abhängigkeit vom Vorhandensein eines Rundfunkempfangsgeräts halten wir in Zeiten weitverbreiteter Online-Empfangsmöglichkeiten für jedenfalls nicht mehr zeitgemäß.

Von der Frage der Finanzierungsform zu trennen ist die Frage nach der Höhe der dem ORF zur Erfüllung seiner Aufgaben jeweils zugestandenem finanziellen Abgeltung. Damit ist die Frage nach dem **Genehmigungsprozess** gestellt. Bisher obliegt die Entscheidung über die Höhe des ORF-Finanzrahmens dem **Stiftungsrat** - auf Vorschlag des ORF-Generaldirektors. Eine Überprüfung des Vorgangs durch eine unabhängige Stelle (in diesem Fall: KommAustria) erfolgt nur nachträglich und nur in Bezug auf die Einhaltung formaler Kriterien. Da die Stimmenverteilung im Stiftungsrat in aller Regel die jeweils herrschenden politischen Machtverhältnisse widerspiegelt, wird immer wieder der Vorwurf **politischer Abhängigkeit** erhoben.

In dem von uns vorgeschlagenen Modell wird die geforderte Staatsferne durch einen neuen, zweistufigen Genehmigungsprozess hergestellt: Der vom ORF-Management für einen mehrjährigen Zeitraum beantragte Finanzbedarf sollte nicht durch den Stiftungsrat, sondern durch ein unternehmensfernes, **externes Expertengremium**<sup>12</sup> überprüft und zur Genehmigung empfohlen werden, wobei selbstverständlich auch weiterhin der Grundsatz gilt, dass nur die zu erwartenden Nettokosten der Auftragsbringung ersatzfähig sind. In einem zweiten Schritt sollte sodann die Genehmigung und Freigabe durch das politisch verantwortliche Organ erfolgen (z.B. Bundesregierung/Medienminister), das sich, sofern nicht wichtige Gründe (z.B. Änderung des ORF-Auftrags) dagegensprechen, am Entscheidungsvorschlag des Expertengremiums zu orientieren hat. Auf diese Weise lassen sich die Vorteile einer schlanken Finanzierungsform mit einem staatsfern organisierten Genehmigungsprozess kombinieren.

Eine Reform der ORF-Finzen sollte aber nicht nur den Zufluss öffentlicher Mittel neu und zukunftsorientiert aufsetzen, sondern sollte auch den Zufluss aus gewinnorientierten Aktivitäten in neu geordnete Bahnen bringen. Unserer Ansicht nach sprechen viele gute Gründe dafür, den erwünschten Umfang **gewinnorientierter Tätigkeiten** gesetzlich genauer zu fassen, und nicht, wie bisher, der freien Entscheidung des jeweiligen ORF-Managements zu überlassen (siehe oben: öffentlich-rechtliche Hygiene, Verminderung von Risiken, usw.). Alle über die Veranstaltung von Rundfunk und über das gesetzlich vordefinierte Online-Angebot hinausgehenden unternehmerischen Aktivitäten sollten in Zukunft in engem Zusammenhang mit Leistungen im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags stehen müssen. Beteiligung an kommerziell tätigen Unternehmen sollten auf einen Eigentumsanteil von maximal 25% begrenzt sein, darüber hinaus gehende Beteiligungen sollten in einem angemessenen Zeitraum reduziert werden müssen.<sup>13</sup>

Die Reform der ORF-Finanzierung müsste sich natürlich auch konkret mit der Frage der kommerziellen **Erlöse aus Werbung** auseinandersetzen. Im Einklang mit dem neuen ORF-Stiftungszweck (gesamtheitliche Förderung des Medienstandorts; siehe Frage 1) wäre es nur konsequent, durch einen regulierenden Eingriff die Konkurrenzsituation auf den Werbemärkten zu entschärfen oder gar zu beenden. Ein schnelles, völliges Aus für Werbung und andere Formen der kommerziellen Kommunikation in den ORF-Programmen hätte allerdings signifikante Nachteile, insbesondere natürlich auch für den ORF selbst. Wie kann die Situation also verbessert werden, ohne dass es zu Verwerfungen im Werbemarkt kommt? Ein möglicher Zugang besteht darin, das Ausmaß der kommerziellen Kommunikation in den ORF-Angeboten schrittweise zu

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>12</sup> Vorbildfunktion könnte der deutschen KEF (Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs) zukommen.

<sup>13</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 17.

senken und so allen Beteiligten Zeit zur Anpassung zu geben.<sup>14</sup> Sucht man nach Lösungsansätzen unter dem Blickwinkel der Standortförderung, so bietet es sich an, nicht das Ausmaß der kommerziellen Kommunikation zu reduzieren, sondern die Verwendung der kommerzielle Erlöse des ORF zu regulieren, also etwa eine **Zweckwidmung für Standortförderzwecke** vorzunehmen. So könnte z.B. ein gewisser Prozentsatz der Erlöse aus TV- und Radiowerbung direkt für Fördermaßnahmen im Bereich der Programmverbreitung, für gemeinsame Produktions- und Vermarktungsaktivitäten, für gemeinsame Marktforschung oder für die Entwicklung neuer Formen der Reichweitenmessung (insb. im Digitalbereich), oder als Kompensation für die freie Zurverfügungstellung öffentlich-rechtlicher Inhalte (Archiv, usw.) festgeschrieben werden.

## 2.2. Schaffung einer zukunftssicheren Förderstruktur für private Medien in Österreich

Die zweite, zu diskutierende Finanzierungssäule betrifft die privaten Medien in Österreich. Dass die Medienvielfalt genuin österreichischer Medienprodukte durch den enormen Wettbewerbsdruck, der von den Online-Medien-Dominatoren Google und Facebook ausgeht, aktuell bedroht ist, wurde schon betont. Die Aufgabe des Staates, gerade in einem geografischen Markt mit überschaubarer Größe wie Österreich, besteht also auch in Bezug auf die privatwirtschaftliche Medienproduktion darin, das gewünschte Maß an qualitätsvollen, österreichischen Inhalten nachhaltig abzusichern.

Ein ganz wesentlicher Teil dieser Aufgabe besteht darin, privaten österreichischen Medien **ausreichend Lebensraum** zu geben, einerseits durch eine Reform des öffentlich-rechtlichen Auftrags (im Sinne unserer Antwort zu Frage 1), die Angebotsüberschneidungen reduziert, ein unverwechselbares öffentlich-rechtliches Angebots sicherstellt und innerösterreichisch für tatsächlich duale Marktstrukturen sorgt, andererseits im Verhältnis zu den globalen Online-Medien-Dominatoren das Ungleichverhältnis umdreht, und nicht US-Angebote gegenüber nationalen Angeboten bevorzugt, sondern die nationalen (und europäischen) Angebote präferiert behandelt.

Ausreichend Lebensraum für private Medien ist eine Existenzfrage und eine notwendige Bedingung dafür, dass es eine ausreichend große Zahl unabhängiger heimischer Medienanbieter überhaupt gibt. Die Erfüllung dieser Bedingung allein wird aber nicht ausreichen, um Medieninhalte der Öffentlichkeit bereit zu stellen, deren Bereitstellung zu teuer ist, um auf Basis von Marktgesetzen finanzierbar zu sein. Private Medien werden daher auch weiterhin - und womöglich stärker als bisher - darauf angewiesen sein, dass auch sie durch den Zufluss öffentlicher Mittel unterstützt und gefördert werden.

Wir sind der Ansicht, dass die Förderstruktur privater Medien in Österreich gesamthaft, und nicht nur in einzelnen Bestandteilen (wie etwa der Presseförderung) reformiert und umgestaltet werden sollte. Die Neugestaltung der Förderung privater Medien sollte folgender **Grundstruktur** folgen: Zum einen müssen die gegenwärtigen **gattungsspezifischen Förderinstrumente aufgewertet und ggf. verbessert** werden. Zum anderen sollten **neue Förderinstrumente** eingeführt werden, die die beiden für die künftige österreichische Medienlandschaft **zentralen Zukunftsthemen** - Digitalisierung und Konvergenz des Medienangebots; sowie Öffnung des Systems zur Schaffung gesellschaftlichen Mehrwerts („Public Value“) auch für private Medienanbieter -

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>14</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 26.

befeuern und den notwendigen Wandel durch gattungsübergreifende und im Zeitablauf wachsender Fördermechanismen beschleunigen.

Die **Gattungsförderinstrumente** müssen zeitgemäßen Anforderungen entsprechend angepasst werden, wobei im Bereich Privat-TV und Privat-Radio, sieht man von erheblichen Effizienzsteigerungspotentialen in der Förderabwicklung ab, relativ geringer Adaptionsbedarf besteht. Die Vergabekriterien für Onlinemedien wären hingegen von Grund auf neu zu definieren, jene der Presseerzeugnisse (offenbar) weitreichend zu reformieren. Die Finanzierung der Förderungen sollte aus einem zentralen, bei dem für Medienangelegenheiten zuständigen Bundesminister angesiedelten zweckgewidmeten Medienbudget erfolgen. Die Dotierungshöhe der für Privat-TV und Privat-Radio zur Verfügung stehenden Mittel (derzeit: 15 Mio. € p.a.) sollte jedenfalls deutlich erhöht werden, um den privaten Rundfunk in Österreich insgesamt zu stärken (Zielgröße: 25 Mio. €).

Um den Strukturwandel der Medienbranche zu unterstützen, schlagen wir darüber hinaus die Einführung gattungsübergreifender Sonderförderinstrumente vor. Einerseits bedarf es zielgerichteter Unterstützung von **Digitalisierungsprojekten im Medienbereich** (u.a. z.B. zur Einführung von digital-terrestrischem Hörfunk, zur IP-basierten Verbreitung von Rundfunkinhalten, zur partnerschaftlichen Entwicklung neuer Plattformangebote, usw.) Und andererseits sollten Anstrengungen unternommen werden, um im Bereich von **Public-Value-Projekten** und -Inhalten Wettbewerb unter den Anbietern zu schaffen. Das langfristige Ziel sollte es sein, einen Teil der bisher ausschließlich dem ORF zustehenden Finanzmittel in wettbewerbsorientierter Form und auf Basis von klaren, überprüfbaren Qualitätskriterien in einem für alle Anbieter offenen Prozess zu vergeben.<sup>15</sup>

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

---

<sup>15</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 14ff.  
Seite 14 / 19

### Frage 3: Digitalisierung und Demokratie:

*Die Digitalisierung – insbesondere der Erfolg sozialer Netzwerke und des Smartphones – verändert den gesellschaftlichen Diskurs und die mediale Öffentlichkeit rasant. Was kann zeitgemäße Medienpolitik zu sachlicher und unaufgeregter Kommunikation und Information beitragen?*

#### **Es ist Zeit für eine Umkehr des Ungleichgewichts - gerade globale Online-Plattformen brauchen Kontrolle!**

Viel zu lange hat Europa zugesehen und Online-Medienangebote im regulierungsfreien Raum ihren Geschäften nachgehen lassen. Solange, bis die - aus heutiger Sicht vorläufig ersten - **negativen Konsequenzen für staatliche Sicherheit** (Wahlbeeinflussung, Terroraufrufe), **gesellschaftlichen Zusammenhalt** (Fake News, Echo-Kammern), **Medienvielfalt** (Werbemarktdominanz, Mediensterben, Urheberrechtspiraterie), **Kinder- und Jugendschutz** (Mobbing, Pornografie, Werbung), **Schutz der Privatsphäre** (Ignorieren von Datenschutzinteressen), **fairen Marktverhältnissen** (Marktmachtmissbräuche) und **Steuerfairness** (Steuerumgehungspraktiken) sich nicht mehr ignorieren ließen. Viel zu einfach hat sich die Politik von jenen Stimmen beeindrucken lassen, die behaupten, das Internet und die neuen Plattformen ließen sich nicht sinnvoll regulieren oder regulierten sich ohnehin selbst, die Gefahren für technischen Fortschritt und Wachstum, für Meinungsfreiheit und Angebotsvielfalt in Europa seien viel zu groß, das Verständnis der neuen Geschäftsmodelle noch viel zu gering, die Wahrscheinlichkeit von Verwerfungen der EU mit den USA zu groß, usw.

Wir sind an einem Punkt angelangt, an dem wir nicht mehr so tun können, als gäbe es die durch Digitalisierung, Internet und Online-Plattformen aufgeworfenen Probleme nicht, als würden uns die Probleme nichts angehen, oder als würden sich die Probleme schon von selbst lösen. **Es ist Zeit**, für uns alle, die großen politischen Kräfte eingeschlossen, erwachsen zu werden und **unser Verhalten, unser Denken und unsere gesellschaftlichen Regeln an die neuen digitalen Realitäten anzupassen**.

Wenn es um Rundfunk geht, haben wir gelernt, dass Regulierung die Voraussetzung für eine vielfältige und funktionierende Medienlandschaft ist. Warum soll das nicht auch für die Onlinewelt gelten? Wir plädieren dafür, sich bei der medienpolitischen Debatte nicht durch den reflexhaften Zwischenruf in die Irre führen zu lassen, dass jede Form einer Regulierung per se ein unerwünschter, kontraproduktiver Eingriff, ja **Zensur** sei.

Denn die Wahrheit ist: Das ‚**Laissez-faire**‘ gegenüber Online-Plattformen in Kombination mit der geballten wirtschaftlichen und digitalen Übermacht macht es den FANGA-Medien (*Facebook, Amazon, Netflix, Google* und *Apple*) leicht, die europäischen Medienmärkte zu dominieren. Die FANGAs zerstören die lokalen Medienmärkte, ohne Wertschöpfung im Land zu lassen. Sie sind nicht nur eine enorme Gefahr für den Medienstandort, sondern sie bedrohen in ihrer heutigen Form die demokratischen Grundwerte der europäischen Nationalstaaten.

Die Lösung liegt in einem **Paradigmenwechsel**. Die Online- und Social-Media-Plattformen sind keine neutralen Technologieunternehmen, die bloß Online-Inhalte anderer hosten, ohne mit den Inhalten etwas zu machen, und ohne diese zu kennen bzw. kennen zu müssen. Die Wahrheit ist, dass diese Plattformanbieter selbst entscheiden, welche Inhalte sie zeigen, dass sie entscheiden, in welcher Form und in welcher Reihung bzw. Priorisierung sie Inhalte verbreiten, und dass sie diese Inhalte kommerziell nutzen und vermarkten. Die Social-Media und Online-Plattformen erfüllen damit alle Voraussetzungen dafür, sie als Medien zu betrachten und sie auch wie Medien zu regulieren.

Was ist zu tun? Zum einen muss der **Rechtsrahmen für Medienunternehmen** den neuen Gegebenheiten angepasst werden. Viele gesetzliche Regeln, die direkt oder indirekt für den Mediensektor gelten, sind technologie- und/oder branchenspezifisch ausgestaltet und gelten daher für die neuen Online-Medien nicht.

Der zweite Bereich betrifft den **horizontalen Rechtsrahmen** - also die Bereiche **Datenschutz, Kartellrecht oder Steuerrecht**, mithin Regeln, die grundsätzlich für alle Branchen in gleichem Maß zu Anwendung gelangen. Wie sich zeigt, sind diese Regeln oft nicht fit für die neuen Geschäftsmodelle der Online-Welt.

Der dritte Bereich betrifft die Notwendigkeit **plattformspezifischer Sonderregeln**. Denn die neuen Online-Plattformen und Social-Media-Angebote schaffen auch neuartige gesellschaftliche Risiken, die in dieser Form bisher nicht bestanden. In diesen Bereichen werden wir in Zukunft spezifische Regeln brauchen, die eben nur auf die digitalen Plattformen zur Anwendung gelangen.

Da die Kompetenz für Gesetzesmaterien teilweise eine europäische ist, wünschen wir uns von der österreichischen Bundesregierung gezielte Anstrengungen in allen drei genannten Bereichen **sowohl auf europäischer als auch auf österreichischer Ebene**. Gelingt es bei Themen mit Binnenmarktdimension nicht, auf europäischer Ebene eine zufriedenstellende Lösung herbeizuführen, so sollte der österreichische Gesetzgeber die **Möglichkeiten zur einzelstaatlichen Rechtsgestaltung voll ausnutzen**, um dennoch - zumindest für den österreichischen Standort - zufriedenstellende Lösungen in Einzelbereichen herbeizuführen, so wie dies auch Deutschland (Bsp. Netzwerkdurchsetzungs-G), Frankreich (Bsp. Fake-News-Gesetzgebung " loi relative à la lutte contre les fausses informations ") oder Spanien (Bsp. Digital Service Tax) vorleben.

Die Unternehmen in Österreich müssen die gleichen Entwicklungsmöglichkeiten haben, wie sie von den nicht in der EU ansässigen Online-Medienplattformen für sich in Anspruch genommen werden. Das bestehende Ungleichgewicht muss umgekehrt werden: Nicht die außereuropäischen Plattformen sind bevorzugt zu behandeln, sondern die (Medien-)Unternehmen, die vor Ort, in Österreich bzw. in Europa, ihren Beitrag zur Standortentwicklung und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten.

Die wichtigsten und aktuellsten Anpassungserfordernisse sind nachfolgende zusammengefasst und erläutert.

### 3.1. Wir brauchen gleiche Medienregeln für alle Mediendienste

Medienspezifische Regeln auf EU- bzw. auf nationaler Ebene, wie z.B. die Audiovisuelle Mediendiensterichtlinie (AVMD-RL) und ihre österreichische Umsetzung in Form des AMD-G, legen Mindestanforderungen für die Erbringung von Mediendiensten fest, regeln Umfang und Inhalt erlaubter Werbung und sonstiger kommerzieller Kommunikation, die Verbreitung von Inhalten, Inhaltsverbote, usw. Der Anwendungsbereich dieser Regelungen ist in **sachlicher wie räumlicher Hinsicht** in aller Regel so ausgestaltet, dass sich der Geltungsbereich ausschließlich auf in der EU niedergelassene Anbieter traditioneller Mediendienste (z.B. Rundfunkveranstalter), nicht aber auf Anbieter alternativer Online-Angebote, und schon gar nicht auf solche mit einer Niederlassung außerhalb Europas erstreckt.

Die **Reform der AVMD-RL** sollte in Europa beispielsweise in Bezug auf das Angebot von Video-Inhalten sinnvolle und faire Regulierungsbedingungen für die Videoangebote sozialer Medien (wie YouTube und Facebook) schaffen. Dies ist, auf Basis des finalen Verhandlungsergebnisses der EU-Institutionen, nur in Ansätzen gelungen. Gerade in Bezug auf das Angebot unerwünschter Inhalte, in Bezug auf den Jugendschutz und in

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

Bezug auf den Umfang kommerzieller Kommunikation ist das Ergebnis ernüchternd, und lässt aus Sicht von in der EU ansässigen Rundfunkveranstaltern ein Fortdauern ungleicher Marktverhältnisse für eine lange Zeit befürchten.

Wir wünschen uns von der österreichischen Bundesregierung eine Initiative, deren Ziel es ist, das existierende Gesetzesregelwerk für Medienunternehmen in Österreich (AMD-G, PrR-G, MedienG, usw.) an die neuen digitalen Realitäten anzupassen - durch Ausdehnung bestehender Regeln und Verantwortlichkeiten auf Soziale Medien und sonstige Online-Medienplattformen, durch Liberalisierung bestehender Regeln für traditionelle Anbieter und/oder - soweit erforderlich (siehe dazu unten) - durch Regulierung neuer Risiken, die sich im Onlinemedien-Kontext stellen. Das Ziel muss es sein, ein **einheitliches Schutzniveau** und eine **volle Gleichbehandlung von Rundfunkangeboten und Online-Audio- bzw. Videoangeboten** herzustellen.

### 3.2. Wir brauchen wirksamen Schutz von Urheberrechten

Noch immer werden urheberrechtlich geschützte Musikstücke, Filme, Serien und sonstige Videoinhalte in großer Zahl von privaten Nutzern auf Plattformen wie YouTube hochgeladen und von den Plattformbetreibern kommerziell verwertet, ohne dass eine wirtschaftliche Beteiligung der Nutzungsrechteinhaber stattfindet oder diese ausreichend faktische Möglichkeit hätten, den Missbrauch ihrer Rechte im Vorhinein zu verhindern, denn Abrufplattformen berufen sich nach wie vor erfolgreich auf das **Host-Provider-Haftungsprivileg** auf Basis der zwanzig Jahre alten E-Commerce-RL. Der Schaden dieser Praxis für die Medien- und Kreativwirtschaft ist erheblich und wächst, proportional zur Nutzung der Plattformen.

Die neue EU-Urheberrecht-RL für den Binnenmarkt sollte Abhilfe schaffen; erstmals sollte das Problem des **systematischen Rechtemissbrauchs**, der über Abrufplattformen betrieben wird, adressiert werden. Umso enttäuschender ist für uns der Zwischenstand der EU-Verhandlungen, da die Gespräche, soweit wir informiert sind, in die Richtung gehen, den Vorschlag der EU-Kommission aufzuweichen statt die Lücken des Vorschlags zu schließen.

Aus unserer Sicht sollten Plattformanbieter grundsätzlich für die Zugänglichmachung urheberrechtlich geschützter Werke verantwortlich sein, denn die Plattformanbieter sind auch diejenigen, die den wirtschaftlichen Nutzen aus der Inanspruchnahme der illegal zur Verfügung gestellten Inhalte ziehen. Maßnahmen zur Verhinderung von Missbräuchen, wie sie im RL-Entwurf angedacht werden, sollten als schadenersatzmindernder Umstand gewertet werden, dürfen aber nicht zu einer Haftungsfreistellung der Plattformanbieter führen, da andernfalls falsche wirtschaftliche Anreize gesetzt würden.

Der Ausgang des Legislativprozesses zur Urheberrechts-RL ist von entscheidender Bedeutung für die zukünftige Schaffenskraft der österreichischen Medien- und Kreativwirtschaft. Der wirksame Schutz österreichischer Urheber vor Ausbeutung durch außereuropäische Online-Abrufplattformen muss bestmöglich gewährleistet werden.

Die Vielfalt europäischer Sprach- und Kulturräume ist ein hohes Gut. Anstrengungen der EU-Kommission, die Binnenmarktprinzipien im Kontext digitaler, grenzüberschreitender Medienangebote zu perfektionieren, dürfen nicht übersehen, dass der europäische Kulturraum kein homogener Markt ist, und dass die Zulässigkeit territorial beschränkter Verwertung von Kulturgütern ein systemnotwendiges Prinzip ist, das die europäische Kultur, Medien und Kreativwirtschaft vor US-amerikanischen Verhältnissen schützt.

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

### 3.3. Wir brauchen für Mediendienste taugliche Datenschutzregeln

Der Entwurf der EU-Kommission zur E-Privacy-Verordnung, genauer gesagt die Regelungsvorschläge zu elektronischer Werbung (sog. 'Cookies'), sind für die Onlineangebote der österreichischen Medienhäuser existenzbedrohend, da sie das zugrundeliegende Geschäftsmodell (d.h. Zugang zu Medieninhalten im Austausch gegen kundenspezifische Online-Werbung) verunmöglichen. Die Situation wird dadurch verschlimmert, dass die FANGA-Angebote auf Basis von Kundenregistrierungen betrieben werden und daher in der Praxis, anders als die Angebote der kleinen und mittelgroßen Medienhäuser in Österreich, nicht von der Zustimmung zu 'Cookies' abhängig sind.

Der aus unserer Sicht richtige Weg ist eine möglichst weitgehende Angleichung der E-Privacy-Verordnung an die Datenschutzgrund-VO (DSGVO), vor allem aber eine medienangebotspezifische Sonderregel, die das Zustimmungserfordernis für Online-Mediendienste abschwächt und voreingestellten technischen Sperren eine Absage erteilt.

### 3.4. Wir brauchen für Mediendienste taugliche Steuerregeln

Die Dimension der Steueroptimierung globaler Konzerne in Europa ist enorm. Die Schätzungen reichen (für die EU) von jährlich 250 bis zu 1.000 Milliarden EUR (OECD, EU-Kommission). Online- und Technologiekonzerne nehmen in dieser Gruppe eine Sonderstellung ein, da sie nicht nur Umsätze und Gewinne so gut es geht in Niedrigsteuere Länder innerhalb und außerhalb Europas verschieben, sondern ihnen aufgrund der Eigenart ihrer Geschäftsmodelle in aller Regel eine für die Begründung eines Besteuerungsrechts notwendige (physische) Betriebsstätte in Europa bzw. in Österreich fehlt. Abhilfe könnte die Etablierung des Konzepts einer **digitalen Betriebsstätte** auf OECD-Ebene schaffen, nur ist dieses Vorhaben, wenn überhaupt, allenfalls mittel- bis langfristig umsetzbar (u.a. weil die Zustimmung der USA erforderlich ist).

Wir unterstützen daher das Konzept der EU-Kommission, für die Übergangsphase bis zu einer allfälligen Einigung auf OECD-Ebene eine umsatzbezogene Digitalsteuer in Höhe von 3% auf digitale Dienstleistungen innerhalb des EU-Binnenmarktes einzuführen. Für Österreich erhoffen wir uns durch diese Maßnahme zusätzliche Steuererlöse in dreistelliger EUR-Millionenhöhe, die für viele Reform- und Fördermaßnahmen in Österreich Bewegungsspielraum schaffen sollten. Natürlich müsste sichergestellt werden, dass es durch die Einführung dieser Digitalsteuer zu keiner 'Doppelbesteuerung' von Digitalumsätzen von in Europa ansässigen Unternehmen kommt. Wir würden uns erwarten, dass im Zuge dieser Maßnahme endlich auch die für Österreich spezifische Werbeabgabe ihrem Grunde und ihrer Höhe nach zur Diskussion gestellt wird.<sup>16</sup>

### 3.5. Wir brauchen ein insgesamt zukunftstaugliches Regulierungsumfeld

Die vorstehend angeführten Maßnahmen sind nur ein Ausschnitt jener Bedingungen, die angesichts der neuen Online-Dominatoren und der von ihnen geschaffenen Problemstellungen erwägenswert sind. Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

<sup>16</sup> Siehe dazu Weißbuch, S 33ff.  
Seite 18 / 19

medienpolitische **Ziele**, die realen **Marktverhältnisse** und, daraus abgeleitet, Vorschläge für **regulatorische Gegenmaßnahmen**:<sup>17</sup>

<b>Medienordnung: Anspruch</b>	<b>Online-Medienplattformen: Realität</b>	<b>Regulierung: Vorschläge</b>
<b>Vielfalt der Diensteanbieter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monopole durch Netzwerkeffekte - Verdrängung von Wettbewerbern</li> <li>• Schiefelast durch Ungleichbehandlung</li> <li>• Lückenhafter Kartellrechtsschutz</li> <li>• Lückenhafte Interoperabilität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung sektorspezifischer Wettbewerbsregulierung</li> <li>• Herstellung Level-Playing-Field (zB AVMD-RL)</li> <li>• Modernisierung Kartellrecht</li> <li>• Ausstattungspflichten u.a. für mobile Endgeräte</li> </ul>
<b>Vielfalt der Inhalteproduktion</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktmacht durch Netzwerkeffekte gegenüber Produzenten</li> <li>• mangelnde Haftung für Rechtemissbrauch von Plattformen</li> <li>• löchriger Schutz gegen Piraterieangebote</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (siehe oben)</li> <li>• Beendigung Host-Providerprivileg (E-Commerce-RL)</li> <li>• Effektiver Rechtsschutz (z.B. zentrale Behördenzuständigkeit)</li> </ul>
<b>Vielfalt der Inhaltebereitstellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unerlaubte/inakzeptable Inhalte</li> <li>• keine Haftung für Inhalteverstöße</li> <li>• Mangelhafter Kinder-/Jugendschutz</li> <li>• Nutzerspezifische Inhaltsvorfilterung (Echokammereffekt)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulierung Community Guidelines und Take-Down bzw. redaktionelle Verantwortung</li> <li>• Verschärfung Haftungsregeln</li> <li>• Zugangsregulierung/Jugendschutz</li> <li>• Regulierung Inhaltsfilter (Optionen, Voreinstellung, usw)</li> </ul>
<b>Schutz demokratischer Ziele und Institutionen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verstöße gegen nationale Regeln zur Verhinderung von Wahlbeeinflussung</li> <li>• Mangelhafter Schutz gegen Verbreitung von Falschnachrichten</li> <li>• Mangelnde Auffindbarkeit relevanter Inhalte</li> <li>• Mangelnde Vielfalt (Anbieter, Inhalte)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auferlegung nationaler Verpflichtungen</li> <li>• Regulierung Community Guidelines und Take-Down bzw. redaktionelle Verantwortung</li> <li>• Auffindbarkeitsregeln für Online-Angebote</li> <li>• (siehe oben)</li> </ul>
<b>Verbraucherschutz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• unangemessene Werbung und verbotenes Targeting</li> <li>• mangelhafter Datenschutz</li> <li>• Mangelhafter Kinder-/Jugendschutz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulierung von kommerzieller Kommunikation</li> <li>• (Wirksamkeit DSGVO)</li> <li>• (siehe oben)</li> </ul>
<b>Persönlichkeitsschutz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lückenhafter Persönlichkeitsschutz (Umfang und Durchsetzbarkeit)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regulierung Community Guidelines und Take-Down; Verantwortung nach MedienG;</li> </ul>
<b>Funktionierende Rechtsaufsicht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Probleme in der Anwendbarkeit und Durchsetzbarkeit nationaler/EU-Regeln gg. non-EU-Diensten</li> <li>• Unklarheiten in der Behördenzuständigkeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anpassung Anwendbarkeit und Durchsetzbarkeit von Regeln bei grenzüberschreit. Tatbeständen</li> <li>• Adaption Behördenzuständigkeiten</li> </ul>

VERBAND  
ÖSTERREICHISCHER  
PRIVATSENDER

Parkring 10  
A-1010 Wien

Tel.: 01 / 51633 3166  
Fax: 01 / 51633 3000

office@voep.at  
www.voep.at

IBAN AT63320000000644096  
BIC RLNWATWW

ZVR 779972918

<sup>17</sup> Siehe dazu auch das Weißbuch, S 36ff.