

An den
Österreichischen Rundfunk
Würzburggasse 30
1136 Wien
Per E-Mail: stimmungen@orf.at

Wien, 7.11.2012

Stellungnahme zum Vorschlag für Änderungen von TVthek.orf.at
zur Übermittlung an die Regulierungsbehörde gemäß § 6a Abs. 3 ORF-G

Sehr geehrte Damen und Herren!

Zum oben genannten Vorschlag nehmen wir nach Prüfung Stellung wie folgt:

A. Executive Summary

Die vorgeschlagenen Änderungen des TVthek-Angebotes – Erweiterung um fiktionale und nicht fiktionale Fremdproduktionen im Kernbereich des öffentlichen Auftrags, Ausbau der zeit- und kulturgeschichtlichen Archive und „Additional Content Offensive“ (Sendungsbegleitendes audiovisuelles Material in der TVthek) sind in der dargestellten Form durch den öffentlich-rechtlichen Online-Auftrag gerechtfertigt. **Wir sehen in den geplanten inhaltlichen Änderungen keine Bedrohung für den Wettbewerb am Medienmarkt oder die Angebotsvielfalt.**

Eine differenzierte Betrachtung gebietet die geplante Vermarktung der TVthek durch Video- und Displaywerbung. Sie bedarf der doppelten Rechtfertigung nach § 6b Abs. 1 ORF-G: Einerseits als zumindest mittelbarer Beitrag zur Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung und andererseits durch den Nachweis, dass negative Auswirkungen auf Wettbewerb und Angebotsvielfalt nicht unverhältnismäßig sind. Der mittelbare Beitrag der Vermarktung der TVthek zur Auftrags-Erfüllung kann aus unserer Sicht darin liegen, dass diese zur Finanzierung des Angebots-Ausbaus erforderlich ist. Die Auswirkungen auf den Wettbewerb und die Angebotsvielfalt am relevanten österreichischen Medienmarkt sind unseres Erachtens allerdings nicht hinreichend evaluiert. **Zur Vermeidung unverhältnismäßiger Wettbewerbsverzerrungen empfehlen wir dem ORF folgende Adaptierungen des vorgelegten Änderungsvorschlages:**

- 1. Die Vermarktung von TVthek-Inhalten durch Video-Werbung sollte ausschließlich dann zulässig sein, wenn diese Inhalte kommerziell tätigen Medienunternehmen nichtdiskriminierend zur Bereitstellung auf ihren Plattformen zur Verfügung gestellt werden, wobei es kommerziell tätigen Medienunternehmen dabei möglich sein muss, diese Inhalte durch Verknüpfung mit kommerzieller Kommunikation auch kommerziell zu verwerten.*
- 2. Erlöse des ORF aus der TVthek-Vermarktung sind einer Zweckbindung für den Ausbau und die laufende Verbesserung der TVthek, einschließlich ihrer Vermarktung, zu unterlegen.*

B. Zur inhaltlichen Erweiterung des Angebots der TVthek

Der vorgelegte Vorschlag umfasst drei Stoßrichtungen der inhaltlichen Erweiterung des TVthek-Angebotes:

1. Fremdproduktionen

Der ORF gibt an, das TVthek-Angebot um angekaufte Inhalte erweitern zu wollen, da es dem Publikum nicht erklärt-bzw. vermittelbar sei, dass hochqualitative Inhalte im Kernbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht zum Abruf bereitgestellt würden. Laut dem vorgelegten Vorschlag geht es dabei einerseits um zugekauftes audiovisuelles Material im Dokumentations- und Reportagebereich (als betroffen zitiert werden Sendungen wie *Universum*, *Weltjournal*, *Kreuz & Quer*, *Art.Genossen*, *Dok.Film* und *Menschen & Mächte*). Andererseits geht es aber auch um den Bereich Fiktion – hier soll die TVthek um Klassiker des Österreichischen Films oder des qualitativ vollen europäischen Films in der Reihe *Akt.Film* sowie weiters um Kunst- und Kulturproduktionen und Autorenfilme österreichischer und europäischer Provenienz erweitert werden. Die Erweiterung des fiktionalen Bereichs der TVthek soll ausdrücklich auf in ORF eins oder ORF 2 ausgestrahlte Filme beschränkt bleiben, über dies sollen Spielfilme oder Serien des Mainstreams sowie US-amerikanische Kaufproduktionen ausdrücklich nicht davon erfasst sein.

Gemäß § 4e Abs. 4 ORF-G umfasst der zum öffentlich-rechtlichen Online-Auftrag gehörige Abrufdienst nur Sendungen, die vom Österreichischen Rundfunk selbst oder in seinem Auftrag, sei es auch in Zusammenarbeit mit Dritten, hergestellt wurden. Zugekaufte Fremdproduktionen sind daher nicht Bestandteil des besonderen Auftrags für ein öffentlich-rechtliches Online-Angebot gemäß § 4e ORF-G. Gemäß Paragraph § 4f Abs. 1 ORF Gesetz hat der österreichische Rundfunk nach Maßgabe der technischen Entwicklung unter wirtschaftlichen Machbarkeit über das Angebot nach § 4e ORF-G hinaus weitere Online-Angebote bereitzustellen, die einen wirksamen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags leisten. Solche Angebote dürfen nur nach Erstellung eines Angebotskonzepts (§ 5a ORF-G) erbracht werden; soweit es sich dabei um „neue Angebote“ im Sinne des § 6 ORF-G handelt, ist eine Auftragsvorprüfung durchzuführen. In dieser ist der durch das geplante Angebot zu erwartende Beitrag zur Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags, insbesondere dem Auftrag zur umfassenden Information der Allgemeinheit über Politik, soziale, wirtschaftliche, kulturelle und sportliche Fragen sowie dem Auftrag zur Berücksichtigung der Volksgruppensprachen, gegen allfällige negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation auf dem jeweils für das Angebot relevanten Markt und auf die Angebotsvielfalt abzuwägen. Gegebenenfalls ist eine Genehmigung unter Auflagen zu erteilen, um eine unverhältnismäßige Wettbewerbsverzerrung oder unverhältnismäßige Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt auf ein als verhältnismäßig zu qualifizierendes Ausmaß zu reduzieren.

Aus Sicht des Verbandes Österreichischer Zeitungen ist ein möglichst umfassendes Online-Angebot von hoch qualitativen Inhalten in Österreich durchaus wünschenswert, und die darauf ausgerichtete Erweiterung der TVthek daher zu unterstützen, soweit es sich dabei um Inhalte handelt, die dem Kernbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zuzurechnen sind. Bei der Vorabprüfung der inhaltlichen Erweiterung des Angebots der TVthek ist besonders darauf Bedacht zu nehmen, dass die österreichische Rundfunk-Medienlandschaft, aber auch die österreichische Online-Medienlandschaft, in besonderer Weise von einer starken Dominanz des öffentlich-rechtlichen ORF und einer geringen Zahl spezifisch österreichischer privater Alternativangebote geprägt ist. Dennoch haben sich in den vergangenen Jahren private Rundfunkveranstalter auch einen Seher-Markt für hochqualitative Inhalte der vom Änderungsvorschlag des ORF umfassten Kategorien (Doku/Reportage sowie Fiktion)

erschlossen und bieten solche Inhalte auch in der TVthek vergleichbaren Online-Mediatheken an¹. Unter Berücksichtigung des von der Europäischen Kommission vorgegebenen Ziels, ein vielfältiges und ausgewogenes Medienangebot öffentlicher und privater Rundfunkveranstalter zu wahren², sollte daher durch Auflagen sichergestellt werden, dass die Erweiterung des TVthek-Angebotes die Angebotsvielfalt dieser Mediatheken nicht unverhältnismäßig beeinträchtigt. Bei der Ausgestaltung solcher Auflagen ist zu bedenken, dass private Anbieter im Gegensatz zum ORF ihre Angebote nicht aus öffentlichen Mitteln sondern letztlich ausschließlich aus Werbung finanzieren können.

2. Archive

Der Änderungsvorschlag des ORF thematisiert hinsichtlich Archiven zweierlei Gesichtspunkte: Einerseits sollen offenbar die Archive für zeit- und kulturgeschichtliche Inhalte inklusive Politik in der TVthek ausgebaut werden, wobei dieses Angebot offenbar auch sendungsbegleitendes (Roh-) Material umfassen soll. In diesem Zusammenhang wird der Nutzen der TVthek für die Begleitung des Unterrichts an Schulen sowie der Vorlesungen an Universitäten und auch eine vom ORF geplante Aktion „*ORF TVthek Archiv goes school*“ erwähnt, in welcher ORF-Produktionen aus den Bereichen Zeitgeschichte inklusive Politik aus dem ORF-Archiv dauerhaft und werbefrei bereitgestellt werden sollen. Andererseits soll das seit 1999 aufgebaute Themenarchiv mit Audio- und audiovisuellen Angebote von Religion.ORF.at in die TVthek integriert werden.

Während die Bereitstellung von Inhalten zum Abruf grundsätzlich auf sieben Tage nach Ausstrahlung, im Falle von Premium Sportsbewerbern 24 Stunden nach Ausstrahlung, beschränkt ist, dürfen Archive mit Zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten nach Maßgabe des Angebotskonzeptes auch zeitlich unbefristet zum Abruf bereitgestellt werden (§ 4e Abs. 4 ORF-G). Das geltende Angebotskonzept für TVthek.ORF.at greift diese gesetzliche Ermächtigung bereits auf und sieht die zeitlich unbefristete Bereitstellung von zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalten zum Abruf vor³.

Aus Sicht des Verbandes Österreichischer Zeitungen sind die vorgeschlagenen Änderungen zum Angebotskonzept betreffend Archive unproblematisch. Dies gilt auch für den Ausbau der zeit- und kulturgeschichtlichen Archive, soweit dieser auf solche Zeit- und kulturgeschichtlichen Inhalte beschränkt bleibt, die dem Kernbereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zuzurechnen sind.

3. Sendungsbegleitung in der TVthek

Der ORF plant eine „Additional Content Offensive“ für Inhalte, die wegen der zeitlichen Beschränkungen im Fernsehen dort nicht in längerer, ausführlicher bzw. vollständiger Fassung gezeigt werden können. Diese Offensive soll „*insbesondere im Informationsbereich*“ stattfinden.

Sendungsbegleitende Inhalte einschließlich Audio- und audiovisuelle Angebote sind Bestandteil des Online-Auftrags gemäß § 4e Abs. 1 und 3 ORF-G. Der Vorschlag beschränkt sich nach unserem Verständnis darauf, solche Inhalte zukünftig verstärkt bereitzustellen und stärker in der TVthek zu bündeln. Bereits nach dem geltenden Angebotskonzept vom 10.5.2011 können audiovisuelle Inhalte, die im Fernsehen teilweise ausgestrahlt wurden, in der TVthek ungekürzt bereitgestellt werden⁴.

Eine Änderung des geltenden Angebotskonzeptes durch diese „Offensive“ ist für uns aus dem Änderungsvorschlag nicht ersichtlich. Auf Grundlage der im Änderungsvorschlag enthaltenen

¹ Vgl. dazu die Mediathekangebote von Servustv.com, atv.at und puls4.com.

² Vgl. RL 2007/65/EG sowie Rundfunkmitteilung der Kommission 2009/C 257/01 Ziffer 16. nun

³ Vgl. Angebotskonzept für TVthek.orf.at vom 10.5.2011, Punkt 2.3.

⁴ Vgl. Angebotskonzept für TVthek.orf.at vom 10.5.2011, Punkt 2.1

Information, betrachten wir die dargestellte "Additional Content Offensive" inhaltlich als unproblematisch.

C. Zur geplanten Vermarktung der ORF TVthek

Die bisher vollständig werbefrei bereitgestellte TVthek soll zukünftig mittels Video-Advertising (Pre-Roll Spots, Mid-Roll Spots, Post-Roll Spots von fünf bis dreißig Sekunden Länge) in den audiovisuellen Elementen und Display-Advertising (Banner-Werbung in Form aller im Online-Tarifwerk angebotenen Werbeformen, wie etwa Medium Rectangle, Skyscraper, Flash Bar, L-AD, etc.) auf der Website vermarktet werden. Gemäß den Materialien zum ORF-G⁵ kann das Anbieten von audiovisueller kommerzieller Kommunikation auf einem zuvor werbefreien Angebot eine wesentliche, angebotsvorprüfungspflichtige Änderung eines bestehenden Angebots darstellen. Während es bei den inhaltlichen Änderungen der TVthek teilweise sogar fraglich ist, ob es sich bei diesen isoliert betrachtet um „wesentliche Änderungen“ im Sinne des § 6 Abs. 2 ORF-G handelt, ist dies bei der Änderung seiner Finanzierung durch die geplante Vermarktung der bisher werbefreien TVthek-Inhalte offenkundig der Fall:

Das geplante Video-Advertising, insbesondere die Abrufbarkeit von Inhalten erst nach vollendeter Abspielung eines vorgeschalteten Werbespots oder unter Unterbrechung des Abspielverlaufes durch zwischengeschaltete Werbespots ist nämlich eine Form des Zugangs zum Angebot bzw. dessen Nutzbarkeit, die sich wesentlich vom bestehenden Online-Angebot, insbes. auch von der bestehenden Form der TVthek unterscheidet. Deshalb darf eine solche Änderung gem. § 6 ORF-G nicht ohne Auftragsvorprüfung durchgeführt werden. In einem Auftragsvorprüfungsverfahren kann dabei die Änderung nur genehmigt werden, wenn

- (i) zu erwarten ist, dass diese zur Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung beiträgt (§ 6b Abs. 1 Z 1 ORF-G) und
- (ii) zugleich nicht zu erwarten ist, dass sie negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation auf dem für das Angebot relevanten Markt und auf die Angebotsvielfalt haben wird, die – im Vergleich zum durch das neue Angebot bewirkten Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages – unverhältnismäßig sind (§ 6b Abs. 1 Z 2 ORF-G).

Auf die Vereinbarkeit einer Vermarktung der TVthek mit diesen Kriterien möchten wir im Folgenden eingehen.

1. Beitrag zur Erfüllung sozialer, demokratischer und kultureller Bedürfnisse

Außer Zweifel steht, dass die Einführung einer Vermarktung der TVthek durch Video- bzw. Display-Advertising isoliert betrachtet keinerlei unmittelbaren Beitrag zur Erfüllung sozialer, demokratischer oder kultureller Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung leistet. Ein solcher Beitrag durch die Vermarktung der TVthek kann sich nur daraus ergeben, dass diese zur Finanzierung inhaltlicher Änderungen, welche einen Beitrag zur Erfüllung dieser Bedürfnisse leisten, erforderlich sind.

Laut mittelfristiger Finanzvorschau im Vorschlag geht der ORF auf Basis der geplanten inhaltlichen und technischen Änderungen bis 2016 von einer schrittweisen Steigerung der jährlichen Kosten der ORF-TVthek um € 0,9 Millionen (von € 1,9 Mio. im Jahr 2012 auf € 2,8 Mio im Jahr 2016) aus. Ausführungen,

⁵ Vgl. ErlRV zu Art. 5 Z 28 und 29 (§ 6 ORF-G), 611dB XXIV. GP S 38

weshalb die Finanzierung des geänderten und dadurch verteuerten Angebots der TVthek nicht aus der bestehenden Finanzierungsstruktur geleistet werden kann, und die Änderung der Finanzierung des Angebotes durch dessen Vermarktung daher *erforderlich* ist, sind dem vorgelegten Vorschlag nicht zu entnehmen und aus unserer Sicht daher jedenfalls ergänzungsbedürftig. Die Frage der Erforderlichkeit stellt sich insbesondere auch im Hinblick auf das positive Ergebnis des Geschäftsjahres 2011: Sowohl der ORF-Konzern wie auch die ORF-Mutter schlossen das Geschäftsjahr 2011 mit positiven EGTs ab – das Konzern-EGT lag bei 9,1 Mio. Euro, das ORF-EGT bei 3,8 Mio. Euro.

2. Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation und die Angebotsvielfalt

Unter der Prämisse, dass die Vermarktung der TVthek in Zusammenschau mit den dadurch gegenfinanzierten geplanten Änderungen einen mittelbaren Beitrag zur Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung beiträgt (§ 6b Abs. 1 Z 1 ORF-G), ist im zweiten Schritt als Negativkriterium zu prüfen, ob die Vermarktung negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation auf dem für das Angebot relevanten Markt und auf die Angebotsvielfalt haben wird, die – im Vergleich zum durch das neue Angebot bewirkten Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages – unverhältnismäßig sind (§ 6b Abs. 1 Z 2 ORF-G).

Zur Darstellung der voraussichtlichen Auswirkungen der geplanten Änderungen der Plattform TVthek.orf.at auf die Wettbewerbssituation wurde mit dem Änderungsvorschlag ein Gutachten der Rechtsanwaltskanzlei Freshfields Bruckhaus Deringer LLP vorgelegt. In diesem Gutachten wird von einer Steigerung von 2,6% am Markt für Online-Videowerbung und von einer Steigerung von 0,4% am gesamten Online-Werbemarkt ausgegangen. Basierend auf dieser Annahme gelangt das Gutachten zum Ergebnis, dass sich die geplante Angebotsänderung am Online-Werbemarkt nur geringfügig bis gar nicht auf die Wettbewerbssituation auswirkt.

Die Grundlagen für diese Berechnung bleiben jedoch völlig im Dunklen. Das Gutachten enthält zwar abstrakte Ausführungen zum relevanten Markt: Dieser umfasse jedenfalls das mit den Online-Inhalten verbundene Werbeangebot von Rundfunkunternehmen. Darüber hinaus müssten aber auch andere Anbieter von Online-Werbung einbezogen werden: *„Sofern diese dieselben Zielgruppe gleichermaßen erreichen, sind die Angebote verschiedener inländischer und ausländischer Online-Plattformbetreiber als austauschbar zu betrachten. Aus denselben Gründen, die bereits im Hinblick auf den Markt für audio-visuellen Online-Inhalt ausgeführt wurden, würden beispielsweise auch Online-Plattformen, wie Youtube [dazu] gehören. Sofern von einem eigenständigen Markt für Audio-Visuelle Inhalte ausgegangen wird, ist dieser analog zum TV-Markt national abzugrenzen, so dass Online-Videos von frei in Österreich zugänglichen inländischen oder ausländischen Websites mit Relevanz für die österreichische Bevölkerung davon umfasst sind. Dies ergibt sich vor allem aufgrund der Tatsache, dass die seitens des ORF online zur Verfügung gestellten Inhalte dem öffentlich-rechtlichen Auftrag des ORF entsprechen und somit die Zielgruppe, die Sprache und die Inhalte einen Bezug zu Österreich aufweisen. Substitutionsprodukte müssen demnach ebenfalls diesen Anforderungen entsprechen.“* (Anm.: Hervorhebungen ergänzt).

Für das angenommene Marktvolumen von EUR 195 Mio. bei enger Marktdefinition bzw. EUR 410 Mio. bei weiter Marktdefinition wird ohne nähere Präzisierung auf „eine Studie von werbeplanung.at“ verwiesen die dem Gutachten aber nicht angeschlossen ist. Es fehlt auch eine konkrete Darstellung des aus den obigen Prämissen abgeleiteten relevanten Marktes und der Verteilung der Marktanteile auf diesem. Offen bleibt insbesondere, ob bzw. zu welchem Anteil im Gutachten zitierte Plattformen, wie Youtube, clipfish etc. bei der Berechnung der Marktauswirkungen als Marktteilnehmer den Berechnungen zugrundegelegt wurden. Als Folge daraus können die zitierten Berechnungsergebnisse nicht überprüft werden.

Unter der Annahme, dass den Berechnungen ein „Markt für audio-visuelle Online-Inhalte“ zugrundegelegt wurde, dem Angebote wie YouTube oder clipfish (und dann wohl auch die unermessliche Vielzahl ähnlicher Angebote von Video-Hostingplattformen) als "Substitutionsprodukte" angehören, ist hierzu folgendes anzumerken: Zweck der Auftragsvorprüfung ist es, ein den Vorgaben der Europäischen Kommission entsprechendes Prüfverfahren einzuführen, indem vor der Einführung neuer öffentlich-rechtlicher Angebote deren mögliche Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation zulasten anderer Medienunternehmen bzw. auf die Medienvielfalt auf ihre Verhältnismäßigkeit hin überprüft werden⁶. Es handelt sich also um sektorspezifisches Wettbewerbsregulierungsrecht für den Wettbewerb zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen *Medienunternehmen*. Medienunternehmen sind Unternehmen, die nicht nur die Verbreitung, Ausstrahlung oder Abrufbarkeit von Inhalten besorgen, sondern auch die inhaltliche Gestaltung selbst vornehmen⁷. Hosting-Plattformen wie YouTube oder clipfish, stellen letztlich lediglich Speicherplatz an fremde Nutzer zur Verfügung, auf dem diese fremden Nutzer Inhalte bereitstellen können. Sie sind privilegierte Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft⁸, die von Dritten zur Verbreitung von Information genutzt werden können, aber keine Medienunternehmen⁹. Daher sind diese Angebote bei der sektorspezifischen Beurteilung der Auswirkungen auf Wettbewerb und Medien- bzw. Angebotsvielfalt nicht zu berücksichtigen.

Zur Darstellung der Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt wurde ein Gutachten von Prof. Dr. Rudolf Bretschneider vorgelegt. Dieser gelangt hinsichtlich der Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt zu folgendem Ergebnis: *„Der vorliegende Vorschlag steigert – im Falle seiner Umsetzung (inklusive einer Information der potenziellen Nutzer) – die Angebotsvielfalt der TVthek.orf.at – und damit für die Nutzer auch insgesamt gesehen – und kommt den Usererwartungen nach einem breiteren Angebot erkennbar entgegen. [...]“*. Mit den gemäß § 6b Abs. 1 Z 2 ORF-G zu bewertenden Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt ist jedoch nicht die „innere Vielfalt“ der TVthek gemeint, sondern die Auswirkungen auf die Initiativen privater Mitbewerber und somit auf die Medienvielfalt¹⁰. Diese sind durch das vorliegende Gutachten unseres Erachtens nicht hinreichend evaluiert.

Im Ergebnis erscheinen uns die vorgelegten Untersuchungen zu den Auswirkungen auf den Wettbewerb und die Angebotsvielfalt unzureichend, um ein seriöses Urteil über die tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen treffen zu können. Begrenzt man die Betrachtung der Auswirkungen auf Wettbewerb und Angebotsvielfalt durch die Vermarktung der TVthek sektorspezifisch auf die an österreichische Medienkonsumenten als Zielgruppe gerichteten Online-Medienangebote von *Medienunternehmen*, so erscheinen die als marginal ausgewiesenen Auswirkungen nicht plausibel. Denn auf diesem Markt ist der ORF bereits jetzt klarer Reichweitenmarktführer (vgl. Grafik **Anlage I**). Durch die geplante erhebliche Erweiterung des Angebotes der TVthek wird es voraussichtlich zu einer weiteren Erhöhung der Reichweiten des ORF und damit seiner Attraktivität für die Platzierung von Online-Werbung kommen.

Wir gehen allerdings davon aus, dass die zu befürchtenden unverhältnismäßigen Wettbewerbsverzerrungen durch die Vermarktung der TVthek-Inhalte dadurch auf ein verhältnismäßiges Ausmaß reduziert werden können, dass der ORF privaten Medienunternehmen zu

⁶ Vgl. die allgemeinen Anmerkungen zur Einführung einer Auftragsvorprüfung in den ErlRV, 611dB XXIV. GP, S 7

⁷ Vgl. § 1 Abs. 1 Z 5 MedienG; die Wertung steht im Einklang mit der Rundfunkmitteilung der Kommission, vgl. 2009/C 257/01 Punkt 15 und 16.

⁸ Vgl. Art. 14 RL 2000/31/EG

⁹ Und zwar weder im Sinne der Rundfunkmitteilung der Kommission, des ORF-Gesetzes oder des Mediengesetzes, vgl. auch Fn 7.

¹⁰ Vgl. die allgemeinen Anmerkungen zur Einführung einer Auftragsvorprüfung sowie die besonderen Anmerkungen zu § 6b in ErlRV, 611dB XXIV. GP, S 7 und S 40

vermarktende Inhalte zur Nutzung – Veröffentlichung auf den eigenen Portalen, einschließlich Vermarktung durch Verknüpfung mit kommerzieller Kommunikation – zur Verfügung stellt. Damit könnte ein Ausgleich zwischen der Steigerung des öffentlich-rechtlichen Mehrwertes durch die inhaltliche Erweiterung des TVthek-Angebots und der durch die vom ORF gewünschten Vermarktung der (unter Verwendung öffentlicher Mitteln geschaffenen!) TVthek-Inhalte verursachten Wettbewerbsverzerrung erreicht werden:

Der ORF könnte (entsprechende Zweckwidmung vorausgesetzt) mit den aus der Vermarktung lukrierten zusätzlichen Werbeeinnahmen das TVthek-Angebot um zusätzliche Inhalte erweitern, die der Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der Bevölkerung dienen. Durch die offene und nicht diskriminierende Zurverfügungstellung des Videomaterials an private Medienunternehmen für deren Online-Portale könnte dabei zweierlei erreicht werden: Einerseits eine Steigerung der Reichweite der TVthek-Inhalte und damit eine Steigerung der Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der Bevölkerung. Andererseits könnte durch die Nutzbarkeit des Materials für kommerziell tätige Medienunternehmen (Veröffentlichung und Kommerzialisierung durch Verknüpfung mit Werbung) eine unverhältnismäßige Verzerrung des Wettbewerbs am Online-Werbemarkt wirksam verhindert werden.

D. Zusammenfassung und Empfehlungen

Aus Sicht des Verbandes Österreichischer Zeitungen ist eine Erweiterung des TVthek-Angebotes um Fremdproduktionen im Kernbereich des öffentlichen Auftrags – Material im Dokumentations- und Reportagebereich, österreichischer und europäischer Film abseits des Mainstreams – durch den öffentlich-rechtlichen Auftrag gerechtfertigt. Gleiches gilt für den geplanten Ausbau zeit- und kulturgeschichtlicher Archive und die geplante „Additional Content Offensive“ (sendungsbegleitendes audiovisuelles Material in der TVthek). Wir bewerten die geplanten inhaltlichen Änderungen daher insgesamt als positiv. Hinsichtlich der Erweiterung der TVthek um Fremdproduktionen im Doku/Reportage- und Fiktionsbereich ist zur Sicherung der Medien- und Angebotsvielfalt durch Auflagen sicherzustellen, dass die Auswirkungen auf den Bestand der – ohnedies spärlichen – vergleichbaren, an österreichische Medienkonsumenten gerichteten Mediathekangebote der österreichischen privaten Rundfunkveranstalter auf ein Minimum reduziert wird.

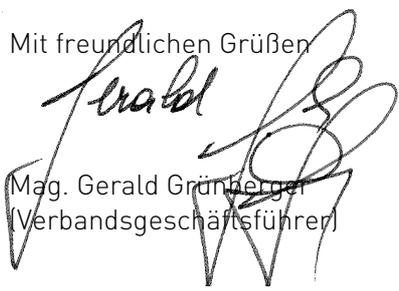
Eine Vermarktung der TVthek durch Video- und Displaywerbung bedarf der doppelten Rechtfertigung nach § 6b Abs. 1 ORF-G: Einerseits als zumindest mittelbarer Beitrag zur Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung (§ 6b Abs. 1 Z 1 ORF-G) und andererseits durch den Nachweis, dass die negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation auf dem für das Angebot relevanten Markt und auf die Angebotsvielfalt im Vergleich zum durch das neue Angebot bewirkten Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages unverhältnismäßig sind (§ 6b Abs. 1 Z 2 ORF-G). Der mittelbare Beitrag der Vermarktung der TVthek zur Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung kann aus unserer Sicht darin liegen, dass diese zur Finanzierung des Angebots-Ausbaus erforderlich ist. Die Auswirkungen auf den Wettbewerb und die Angebotsvielfalt am relevanten österreichischen Medienmarkt sind unseres Erachtens durch die vorgelegten Gutachten nicht hinreichend evaluiert und durch unrichtige Marktabgrenzung verzerrt (verharmlost) dargestellt.

Basierend auf diesem Prüfungsergebnis empfehlen wir dem ORF folgende Adaptierungen des vorgelegten Änderungsvorschlages bzw. der KommAustria die Bindung der Genehmigung des Änderungsvorschlages an entsprechende Auflagen:

1. Die Vermarktung von TVthek-Inhalten durch Video-Werbung sollte ausschließlich dann zulässig sein, wenn diese Inhalte anderen Medienunternehmen nichtdiskriminierend zur Bereitstellung auf ihren Plattformen zur Verfügung gestellt werden, wobei es diesen Medienunternehmen dabei möglich sein muss, diese Inhalte durch Verknüpfung mit kommerzieller Kommunikation auch kommerziell zu verwerten.
2. Erlöse aus der TVthek-Vermarktung sind einer Zweckbindung für den Ausbau und die laufende Verbesserung der TVthek, einschließlich ihrer Vermarktung, zu unterlegen.

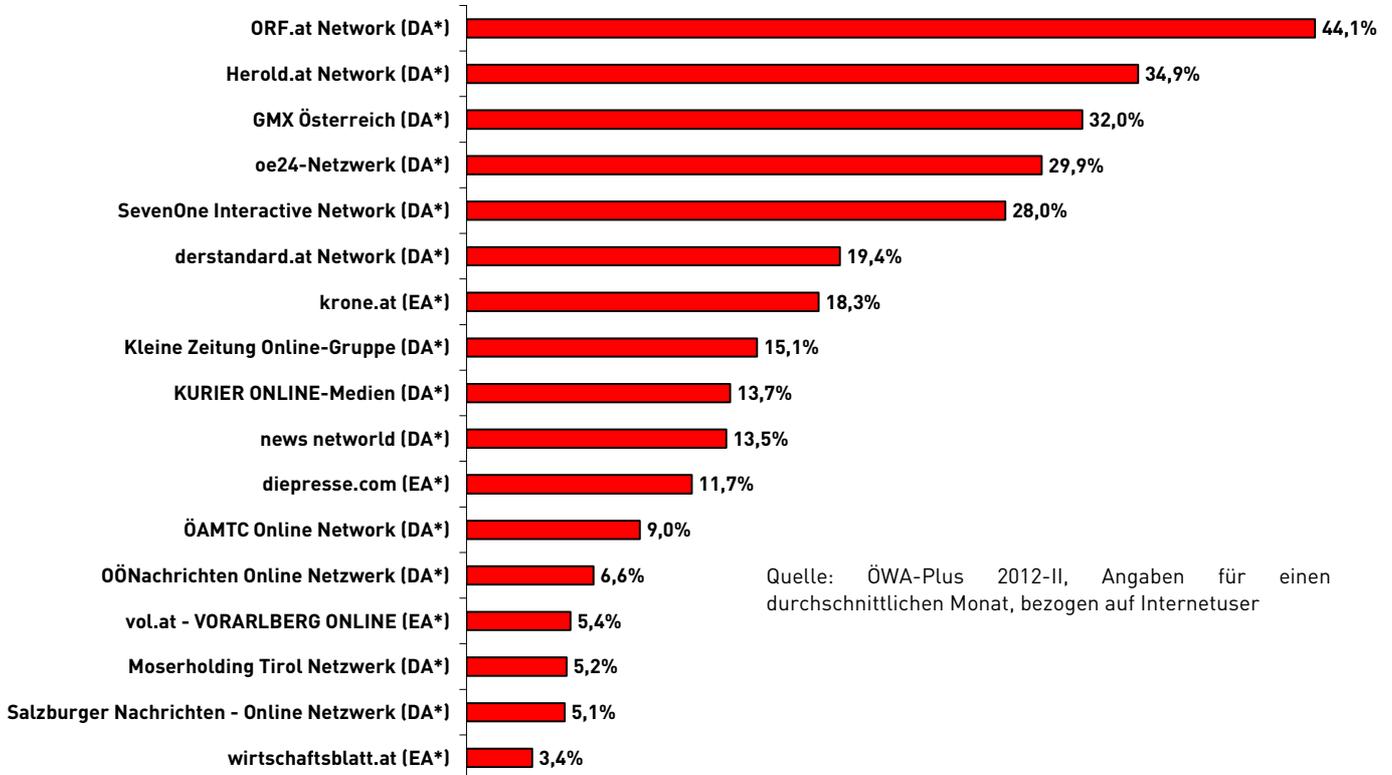
Wir danken für die Möglichkeit zur Stellungnahme zum Änderungsvorhaben betreffend die TVthek und stehen für eine Erörterung unserer Anmerkungen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen


Mag. Gerald Grünberger
(Verbandsgeschäftsführer)

Anlage I: Reichweitenverteilung österreichischer Online-Medienangebote

Monatsreichweiten Onlineportale



*EA: Einzelangebot; *DA: Dachangebot

Tagesreichweiten Onlineportale

