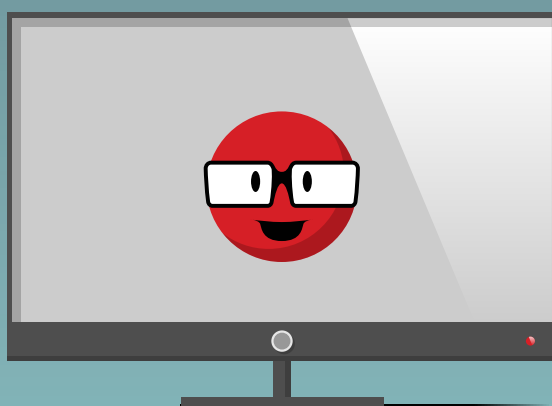


Mehr Programm-Vielfalt in Rot-Weiß-Rot



Ein medienpolitisches Weißbuch

des

Verein zur Förderung von TV-Programmlisten
mit Österreich-Bezug

ÖSTERREICHLISTE  **at**
SEHEN SIE WAS SIE WOLLEN – NICHT WAS SIE FINDEN.

„Schauen Sie, was Sie wollen – nicht, was Sie finden!“



Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich: ÖSTERREICH-LISTE.AT, Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug, Gumpendorfer Straße 19-21, 1060 Wien. www.osterreichliste.at und www.oesterreichliste.at.

Redaktion: Mag. Albert Sachs, albert.sachs@aon.at

© ÖSTERREICHLISTE.AT, Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
1 Executive Summary	8
2 Mission-Statement	12
2.1 Fairness und Orientierung für Österreichs TV-Seher	12
2.2 Aggressive Aggregatoren	14
2.3 Ein Gesetz zum Schutz der TV-Seher	15
2.4 Der Verein osterreichliste.at	16
2.5 Sehen und Gesehen-Werden	18
3 Die Ausgangslage	21
3.1 Fernsehmarkt und Dynamik	21
3.2 TV-Nutzung in Österreich	24
3.2.1 Prozente und Minuten	24
3.3 Die Distributionsformen von TV – Die Empfangsebenen	27
3.3.1 Wie die Österreicher ihre TV-Programme empfangen	27
4 Der österreichische TV-Markt	31
4.1 Ein Abriss	31
4.2 Privatfernsehen in Österreich	32
4.2.1 Szenische Einblicke	32
4.3 Die Werbefenster	35
4.3.1 Privatsender drängen nach Österreich	35
5 Die ÖSTERREICHLISTE (oesterreichliste.at)	38
5.1 Positionen und Ziele	38
5.2 Eine Programmliste für alle Player	40
6 Die österreichische Programmliste	42
6.1 Die Reihungskriterien	42
6.2 Fairness als Maxime	42

7 Die neue österreichische Programmliste	45
7.1 Klare Reihungsregeln	45
7.2 Mehr-Säulen-Modell als Basis	45
7.3 Die Regeln für Programmlisten	46
7.3.1 Der Kriterienkatalog für Programmlisten	46
8 Gesetze und Regulierung	49
8.1 RTR & KommAustria – Rolle, Aufgaben und Kontrolle	49
9 Die Distributions-Plattformen	52
9.1 Rollen und Aufgaben	52
9.2 Must-Carry vs. Must-be-Found	53
9.2.1 Eine Gegenüberstellung	53
10 Gleichheitsgrundsatz und Chancengleichheit	57
10.1 Das Diskriminierungsverbot	57
10.2 Blockade-Politik	58
10.2.1 Programm-Flotten vs. regionale Interessen	58
11 Hardware-Erzeuger und -Anbieter	62
11.1 Neutralität in der Distributionskette	62
12 Resümee und Ausblick	65
12.1 Gegenwart und Zukunft	65
13 Der Glossar	67
13.1 Begriffsbestimmungen und Definitionen	67
14 Die Literaturliste	81
14.1 Verwendete und weiterführende Literatur	81
14.2 Links zum Thema	82

Vorwort

Neue Vielfalt. Der Fernsehmarkt steht wie der gesamte Medienmarkt vor großen Herausforderungen. Gerade in einem kleinen Land wie Österreich. Die Konkurrenz nimmt beinahe täglich zu. Die Zuseherinnen und Zuseher können mittlerweile aus einer nahezu unbegrenzten Vielfalt an Fernsehsendern und anderen Formen des Bewegtbildes auswählen. Mehr Sender, mehr Programme, mehr Angebot, mehr Konkurrenz. Nicht nur der binnenmediale und intermediale Wettbewerb gewinnt an Dynamik, völlig neue Mediensektoren entstehen und viele neue Anbieter drängen auf den Markt.

Diese Entwicklungen machen auch vor Österreich nicht halt. Trotz seiner Kleinheit zählt der österreichische Fernsehmarkt zu den wettbewerbsintensivsten in ganz Europa. Die Sender, Vermarkter und Dienstleistungsunternehmen im TV-Business unseres Landes sehen sich daher mit vielerlei Chancen und Herausforderungen, aber auch mit einigen Unwägbarkeiten und Gefahren konfrontiert. Denn sowohl in der nationalen als auch in der internationalen Fernsehlandschaft weht mitunter ein rauer Wind.

Neues Informationszeitalter. Ein gesunder, nationaler Fernsehmarkt stellt ein zentrales Element der modernen Informationsgesellschaft dar. Er ist Garant für die kulturelle und mediale Identität eines Landes, fördert das geistige Klima. Ein wettbewerbsintensiver Fernsehmarkt ist aber auch Basis und Nährboden für den erfolgreichen Wirtschaftsstandort Österreich. Und letztendlich ist er Beleg und Gewähr für die Demokratie in diesem Land.

Ein so sensibler Markt darf daher nicht alleine dem Spiel der freien Kräfte überlassen werden. Neben dem Wettbewerb des dualen Systems und der einzelnen Sender untereinander braucht der österreichische Fernsehmarkt klare Handlungsmaximen und gesetzliche Vorgaben. Regulative, die ihn in erster Linie nicht einschränken und behindern sollen, sondern vielmehr jenen Spielraum abstecken, in dem sich ein fairer Wettbewerb und eine bunte Angebotsvielfalt dynamisch entfalten können.

Neues Mediengesetz. Genau das kann und muss ein neues, modernes und vor allem zukunftsgerichtetes Mediengesetz leisten. Allen Beteiligten einen klaren Handlungskodex bieten – im Interesse des Landes und des Wirtschaftsstandortes. In erster Linie aber im Sinne des TV-Publikums, der Bürgerinnen und Bürger Österreichs, der hier lebenden Menschen.

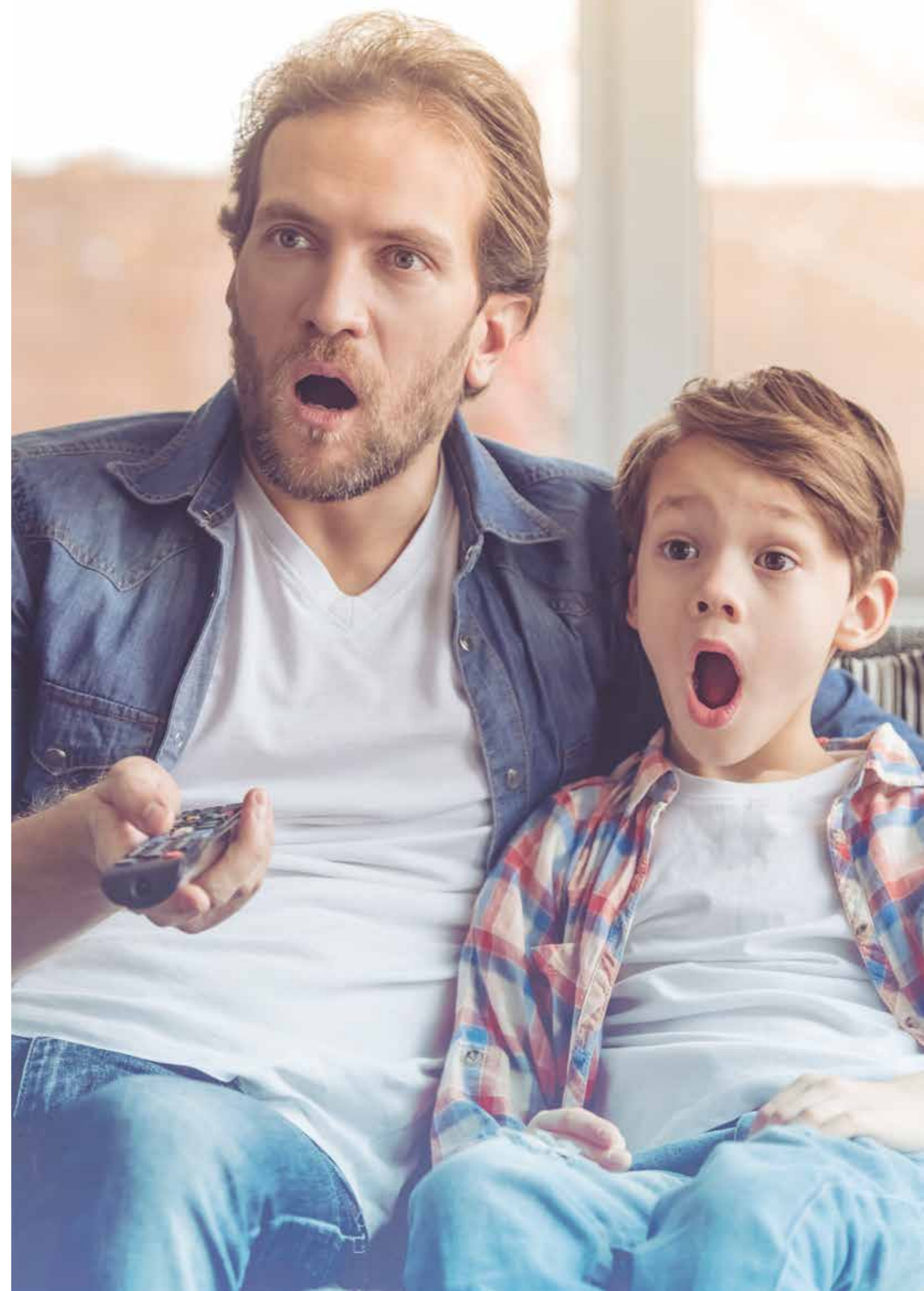
Angesichts der besonderen Rolle von Medien und damit auch des Fernsehens sind aber auch alle Medienmacher, Fernsehproduzenten und TV-Vermarkter gefordert, mit großer Sorgfalt in diesem Markt und mit seinen Spielregeln zu agieren. Vor allem sind sie aufgefordert zu einem sensiblen Umgang mit den ihnen verantworteten medialen Möglichkeiten, der Macht des Mediums und des Marktes.

Aus Sicht des **VEREINS ÖSTERREICHLISTE** gilt all das auch für einen kleinen, nichtsdestotrotz aber zentralen und identitätsstiftenden Aspekt des Fernsehmarktes – der Reihung von Programmen und Sendern in sogenannten Programmlisten. Hier bedarf es klarer Regeln und Vorgaben, um einen fairen und durchaus intensiven, jedoch nicht

von Einzelinteressen getriebenen Wettbewerb zu gewährleisten. Weil wir sonst zu sehr in das altbekannte österreichische Handlungsschema, oder besser des Nichthandlungsmusters des „Das war schon immer so!“ verfallen könnten. Es besteht Handlungsbedarf. Dringend.

Walter Zinggl

*Obmann Verein Österreichliste
Geschäftsführer IP Österreich*



1 Executive Summary

Sechs sehr gute Gründe, warum es in Österreich eine neue mediengesetzliche Regelung braucht

1. Österreichische Identität unter Druck

Der Wettbewerb im Fernsehmarkt verschärft sich dramatisch. Immer mehr Sender, Programme und neue Anbieter drängen auf den Markt. Ein digitaler TV-Haushalt in Österreich kann heute problemlos mehrere Hunderte Programme empfangen. Doch diese neue, ständig wachsende Vielfalt bringt auch einige Gefahren und negative Auswirkungen mit sich:

Die vielfältige Abbildung österreichischer Kultur und Identität ist angesichts der Marktsegmentierung gefährdet und droht zu verschwinden. Entsprechende gesetzliche Rahmenbedingungen sollten das verhindern, wie das auch im Ausland der Fall ist.

2. Der Wirtschaftsstandort wird geschwächt

Österreichische Programm-Schöpfung, heimische Kreativleistung und damit auch der Medienstandort Österreich und österreichische Arbeitsplätze sind ansonsten ernsthaft bedroht.

3. Weniger Qualität und weniger Vielfalt

Die Qualität der Programme gerät in eine sich immer schneller drehende Abwärtsspirale. Es gibt „more of the same“ – die Anzahl der Wiederholungen in einzelnen Sendern nimmt dramatisch zu, manche Programme werden nur noch im Markt lanciert, um als zusätzliche Abspielstation für teuer erworbene, internationale Rechtepakete zu dienen. Die Verwertungskette wird endlos in die Länge gezogen. Eine klare Positionierung und ein eigenständiger Charakter von Sendern und Programmen geht verloren.

4. Zunehmende Verzerrung des Marktes

Die Konkurrenzsituation in einem der wettbewerbsintensivsten Fernseh-Märkte der Welt, zumindest aber Europas, führt bei der Programmierung von Programm-Empfangslisten zu einem gewissen Wildwuchs. Einzelne Marktteilnehmer versuchen, u.a. durch den Einsatz von finanziellen Mitteln, die Reihung in Programmlisten zu ihren Gunsten zu beeinflussen. Das führt zu einer verzerrten Abbildung des Marktes. In ihrer Grundkonzeption neutrale Dienstleister wandeln sich zu Aggregatoren und haben die Reihung von Programmlisten als ein lukratives Geschäftsfeld für sich entdeckt. Diese

eigenmächtige Programmierung von Programmlisten durch die sogenannten Aggregatoren stellt ein europäisches Unikum dar, das es in dieser Form nur im österreichischen Markt gibt.

5. Die Konsumentinnen und Konsumenten leiden

Das österreichische TV-Publikum ist letztendlich der Leidtragende dieser ungesunden Marktpraxis, da ihm willkürlich zusammengesetzte Programmlisten aufgezwungen werden, die sich oft nur schwer oder kaum den individuellen Bedürfnissen anpassen lassen.

6. Es herrscht gesetzlicher Handlungsbedarf – die Politik kann für Klarheit und Zuverlässigkeit sorgen

Die Aufnahme und die Reihung von TV-Sendern und -Programmen in Programmlisten für den TV-Empfang sind derzeit gesetzlich nicht geregelt. Es existiert auch keinerlei offizielle Richtlinie für diese Programmlisten-Reihung.

HINTERGRUND

Mehr Markt, neue Rollen. Die massive Zunahme an Sendern und Programmen verschärft den Wettbewerb, insbesondere jenen um die Zuschauer. Dabei spielen aber nicht nur die Inhalte und die Qualität der Programme sowie die inhaltliche Positionierung der Sender eine entscheidende Rolle, sondern auch die Position eines Programms „auf der Fernbedienung“. Die vorderen Plätze auf den Programmlisten, besonders jene auf den ersten neun Plätzen der Fernbedienungen und damit im Wohnzimmer der Zuschauerinnen und Zuschauer sind heiß begehrt. Denn der durchschnittliche TV-Konsument schätzt Abwechslung nur bedingt. Das sogenannte „Relevant Set“ eines Fernseh-Zusehers umfasst lediglich sechs bis zwölf verschiedene Programme. Konkret nutzt ein österreichischer TV-Zuschauer laut ORF-Medienforschung durchschnittlich 9,3 Sender pro Monat¹⁾, um 90 Prozent seines TV-Konsums abzudecken.

Wettbewerb und Wildwuchs. Im Fernsehmarkt mischen nicht nur immer mehr Player aus dem eigenen Marktsegment mit, auch aus anderen Mediengattungen und neu entstehenden und sich entwickelnden Sektoren wie dem Internet tauchen neu Mitbewerber auf. Und mancher von ihnen greift im Alltagsbusiness zum versteckten Foul und setzt erhebliche finanzielle Mittel ein, um in den Programmlisten von TV-Geräten und anderen Empfangseinheiten auf einem der vorderen Programmplätze gereiht zu werden. Denn in einem weitgehend ausgeschöpften und hoch kompetitiven Markt lassen sich Zuschauer und Marktanteile vielfach nur noch durch einen Verdrängungswettbewerb gewinnen.

1) Angaben der ORF-Medienforschung nach telefonischer Anfrage des Autors.

Gesetz soll Missstände beenden. Da eine klare gesetzliche Regelung für die Programmierung einer allgemeingültigen, österreichischen Programmliste fehlt, herrscht ein gewisser Wildwuchs und einzelne Marktteilnehmer sorgen mit eigenen Programmlisten für eine Verzerrung bei der Abbildung des österreichischen Fernsehmarktes. Zur Aufgabe einer konstruktiven und zukunftsorientierten Medienpolitik gehört es, solchen Missständen einen Riegel vorzuschieben und klare, vor allem aber marktgerechte Regeln und Gesetze zu schaffen, die der ungeheuren Dynamik sowohl des gesamten Medien- als auch des Fernsehmarktes im Besonderen gerecht werden. Dazu zählt auch, die Programmierung von Programmlisten per Gesetz klar zu regeln und „Wildwest-Methoden“, wie sie mitunter wegen des Fehlens dieser gesetzlichen Vorgaben existieren, zu unterbinden, zu verbieten und zu sanktionieren.

Auch weil sich der TV-Markt in den vergangenen Jahren extrem geöffnet und einen Wandel wie nur wenige andere Märkte vollzogen hat, gilt es, bei der Belegung und Programmierung von Programmlisten durch eine gesetzliche Regelung Klarheit zu schaffen und jede Einflussnahme auf diese Programmlisten, sei es durch einen Einzelnen oder eine Gruppe, zu untersagen.

All das muss im Sinne einer prosperierenden österreichischen Fernseh- und Produktionslandschaft, des künftigen Weiterbestehens einer österreichischen, medialen und kulturellen Identität sowie zum Schutz, Vorteil und Nutzen des österreichischen Fernseh-Publikums erfolgen.

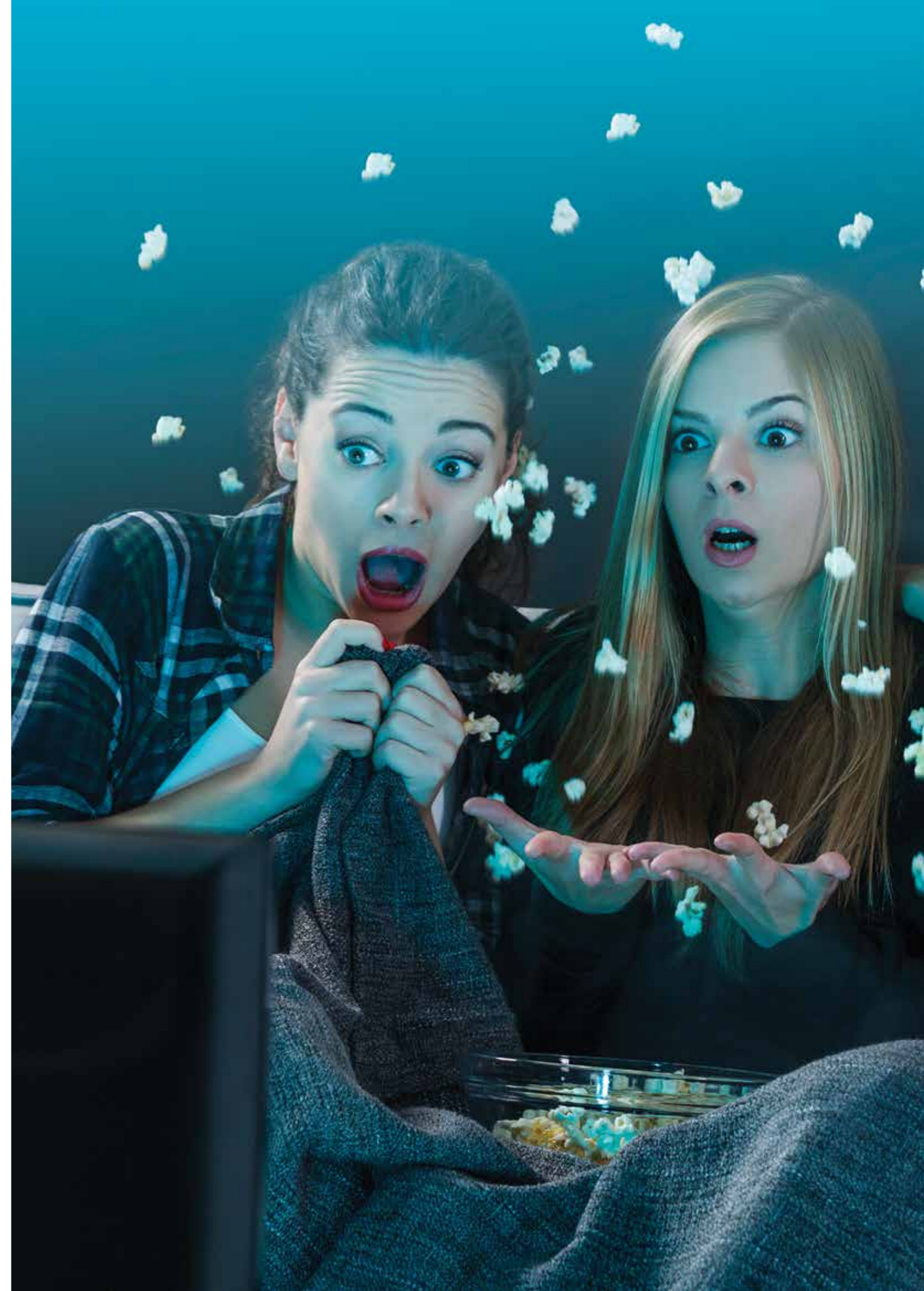
In Deutschland ist die Belegung der einzelnen Programmlisten-Plätze beispielsweise klar in den landes- bzw. bundesweite gültigen Programmlisten durch die Landesmedienanstalten und deren Gremium „Kommission für Zulassung und Aufsicht“ (ZAK) sowie „Gremienvorsitzendenkonferenz“ (GVK) geregelt.

Gefährdete Arbeitsplätze in einer bunten Fernsehlandschaft. Letztendlich geht es auch um die Zukunft und das Weiterbestehen einer unabhängigen und eigenständigen österreichischen Fernsehlandschaft, in der alleine bei den Sendern und Vermarktungsgesellschaften an die 5.000 Menschen beschäftigt sind. Zu dieser blühenden Fernsehlandschaft zählen auch die vielen nachgeordneten Dienstleistungsunternehmen und die für sie arbeitenden, kreativen Einzelpersonen – von Regisseuren, Cuttern, Drehbuchautoren und Schauspielern bis hin zu Haarstylisten, MakeUp-Profis, Technikern und Künstler-Agenten sowie vielen anderen.

Der TV-Sektor stellt damit neben seinem essentiellen Beitrag zur medialen und kulturellen Identität Österreichs auch einen maßgeblichen Wirtschaftsfaktor mit Milliarden-Umsätzen und deutlich mehr als 10.000 Beschäftigten und noch deutlich mehr indirekt von ihm wirtschaftlich profitierenden und abhängigen Menschen dar.

Schwieriger Markt und mahndendes Beispiel. Das Beispiel des ehemaligen österreichischen Fernsehsenders Austria 9, der im Dezember 2007 auf Sendung ging und im Juli 2012 seinen Sendebetrieb wieder einstellen musste²⁾, zeigt, dass die Sorgen um einen eigenständigen und wirtschaftlich gesunden österreichischen TV-Markt nicht völlig aus der Luft gegriffen und durchaus nicht unberechtigt sind.

2) Vergleiche dazu das Senderporträt „Austria 9“ auf www.wikipedia.org.



2 Mission-Statement

2.1 Fairness und Orientierung für Österreichs TV-Seher

Dramatischer Wandel. Der Fernseh-Markt vollzog in den vergangenen Jahren einen unaufhörlichen Wandel mit teils massiven Auswirkungen auf die Zuseherinnen und Zuseher³⁾ in Österreich. Immer mehr Sender und Programme drängten und drängen nach wie vor auf den Markt. Die Empfangstechnik hat sich mehrfach verändert, neue Übertragungswege und Empfangskanäle kamen hinzu. Die Analog-Technik wurde ebenso von einer Digitalisierungs-Welle überrollt, wie der viele Jahrzehnte gültige SD-Standard von der hochauflösenden HD-Qualität abgelöst. Parallel zu neuen Sendern und Programmen erobern neue Angebotsformen, neue Telemedien und völlig neue Programm-Anbieter – Stichwort Internet, IPTV, Streaming und Digitalisierung – den Markt. Zu all dem hat sich auch noch die bisher gültige Rolle einzelner Glieder in der Übertragungskette verändert.

Die legislativen und finanziellen, vor allem aber die technischen Zugangshürden zum Fernsehmarkt wurden und werden Stück für Stück abgebaut. Auch deswegen drängen viele neue Programmanbieter und fernsehähnliche Telemedien auf den Markt. Auf der anderen Seite steht ein TV-Konsument, der sich mit dem technischen Wandel und dem zunehmenden Angebot vielfach überfordert sieht, aber mit immer mehr Dienstleistern, Ansprechpartnern und Angebotsformen konfrontiert wird.

Intensivierter Wettbewerb. Doch in einem weitgehend ausgeschöpften und hoch kompetitiven Markt können Zuschauer und Marktanteile nur noch durch einen Verdrängungswettbewerb gewonnen werden. Der Wettlauf um den Zuschauer hat sich daher verschärft und wird besonders intensiv geführt. Als heiß begehrt erweisen sich dabei für die einzelnen Sender und Programme die vorderen Plätze auf der Fernbedienung bzw. in den von verschiedenen Marktteilnehmern angebotenen Programmlisten. Da aber die Programmierung auf einem der vorderen Plätze in einer Programmliste gleich aus zwei Perspektiven – dem Zuschauer- und dem Werbemarkt – besonders attraktiv erscheint, setzen einige Marktteilnehmer massive finanzielle Mittel ein, um im sogenannten Relevant Set der TV-Zuschauer und in dessen Rahmen möglichst weit vorne gelistet zu werden. Denn logischerweise werden die vorne platzierten Programme häufiger aufgerufen als jene, die weiter hinten in einer Programmliste angesiedelt sind. Zum einen entspricht das einem ganz natürlichen Verhalten von uns Menschen, zum anderen erweist sich der TV-Zuschauer aber auch als ein sich sehr konservativ verhaltendes

3) Die gendergerechte Form mit jeweils der weiblichen und männlichem Bezeichnung wird in diesen Text nicht durchgehend verwendet. Im Sinne der Lesefreundlichkeit dieses Textes und um den Lesefluss nicht zu sehr zu beeinträchtigen, wird vielfach nur die männliche Form genannt, es sei aber speziell darauf hingewiesen, dass die weibliche Form gleichermaßen mitgemeint und stets Frauen und Männer gleichermaßen gemeint sind und angesprochen werden.

Gewohnheitstier. Denn die angebotene neue Vielfalt wird beim Medienkonsum und damit auch beim Fernsehen wenig gewürdigt, der durchschnittliche TV-Konsument schätzt Abwechslung nur bedingt.

„Zuschauer suchen die Sender des Relevant Set in individuell festgelegten, situativ unterschiedlichen Routine-Reihenfolgen nach interessanten Programmen ab. Die Bereitschaft, zwischen ihnen zu wechseln, kann als recht hoch gelten. Umschalten kostet nichts und ist ein leicht revidierbarer Prozess. Die individuell festgelegte Gruppe der Sender des jeweiligen Relevant Set bleibt über lange Zeit stabil. Dies ist einer der Gründe, warum sich die Marktanteile der Sender recht langsam verschieben“⁴⁾, schreiben Eric Karstens und Jörg Schütte in ihrem „Praxishandbuch Fernsehen“.

Knackpunkt Relevant Set. Das sogenannte Relevant Set eines TV-Konsumenten umfasst nur sechs bis zwölf verschiedene Programme. Das heißt, ein Zuseher trifft seine persönliche Programm-Auswahl regelmäßig nur zwischen maximal zwölf Programmen. Die „Zuschauer haben eine hohe Präferenz für Sender ihres Relevant Set im Vergleich zu anderen Stationen. Für die Wahl zwischen den verschiedenen Kanälen des Relevant Set entwickeln sie allerdings nur eine geringere Intensität der Präferenzen“⁵⁾, heißt es bei Karstens und Schütte weiter.

Einer der vorderen Plätze im Programm-Raster verspricht daher automatisch mehr Aufmerksamkeit und mehr Zuseher für einen Sender und sein Programm. Ähnlich wie Karstens/Schütte sieht das auch die IP Deutschland, die Vermarktungsgesellschaft der Sender aus der RTL-Gruppe: „Bezogen auf die Fernsehnutzung zeigt sich ein bemerkenswertes Phänomen: Obwohl die Menge an empfangbaren Sendern stetig steigt, konzentrieren sich 80 Prozent der Fernsehnutzung auf weniger als zehn Sender. Dieses Relevant Set variiert zwar von Zuschauer zu Zuschauer, der Umfang bleibt aber seit Jahren konstant. Das belegen Untersuchungen u.a. in den USA und Deutschland.“⁶⁾

Zwar gibt es keine einheitliche Definition zu diesem Relevant Set, doch erfolgt die Annäherung an diesen Faktor vielfach auf ähnlichem Wege. „In diesem Zusammenhang spielt die Fernbedienung (...) eine wichtige Rolle, denn sie drückt die Präferenzhierarchie recht klar in der Belegung der Speicherplätze aus. Die Plätze 1 bis 9 gehören den bevorzugten Sendern. Sie sind durch einfachen Tastendruck wählbar, während die gezielte Wahl aller anderen Plätze mindestens zwei Tastendrucke erfordert. Umprogrammierungen werden selten vorgenommen, weil sie technische Kenntnisse und einen gewissen Aufwand erfordern. Die Tastenbelegungen 1-9 repräsentieren den Relevant Set der Sender, die in höherer Frequenz eingeschaltet werden“⁷⁾, schreiben Karstens und Schütte. Das Autoren-Duo orientiert sich damit an der Anzahl der Programmtasten auf handelsüblichen Fernbedingungen.

Für die deutsche SevenOne Media, die Vermarktungs-Organisation hinter den Sendern der ProSiebenSat.1-Gruppe, gehören zum Relevant Set „Sender, auf die mindestens

4) Karstens, Erich und Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen, Seite 69.

5) ebenda, Seite 69

6) IP Deutschland: Für jede Zielgruppe der passende Schuh, www.ip.de/tv/new/senderstrecke.cfm.

7) Karstens, Erich und Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen, Seite 69.

80 Prozent der personenindividuellen Fernsehnutzung entfällt⁸⁾. Ganz ähnlich erweist sich der Definitionsansatz der ORF-Medienforschung bzw. der Arbeitsgemeinschaft TELETEST. Demnach ergibt sich das Relevant Set für einen österreichischen TV-Konsumenten aus der Anzahl der „Sender, die man braucht, um bei einer Person 90 Prozent des TV-Konsums zu decken“⁹⁾. Zu den aktuellsten vorliegende Zahlen heißt es weiter: „Die letzten Zahlen dazu hat die AGTT für das 2. Halbjahr 2017 erhoben (AGTT / GfK TELETEST; Personen 12+; Justierungstag jeweils Monatserster). Demnach waren im Schnitt 103 Sender empfangbar. Um 90 Prozent des TV-Konsums einer Person abzudecken, wurden durchschnittlich 9,3 Sender pro Monat genutzt.“¹⁰⁾

2.2 Aggressive Aggregatoren

Neue Rolle und verzerrter Markt. In diesem Wettbewerb der Sender um Zuschauer und Werbegelder spielen die sogenannten Aggregatoren eine entscheidende Rolle. – Eine zunehmend fragwürdigere Rolle. Als Aggregatoren in diesem Sinne sind nicht nur die „klassischen Anbieter“ von Programm-Paketen wie z.B. Kabelnetzbetreiber zu verstehen, sondern mittlerweile auch die Anbieter von TV-Geräten, TV-Receivern und anderen technischen Empfangs-Modulen, obwohl ihnen weder der Markt und schon gar nicht irgendeine gesetzliche Grundlage oder eine irgendwie geartete Verordnung der Regulierungs- und Aufsichtsbehörden eine solche Aufgabe zuweist. In dieser Rolle greifen die Aggregatoren immer mehr eigenmächtig, willkürlich und letztendlich mitunter auch die realen Verhältnisse missachtend und verzerrend in den Fernsehmarkt ein.

Als technischer Dienstleister sollten diese Aggregatoren bei der Übertragung von TV-Programmen weitgehend eine neutrale Position und eine Äquidistanz zu allen Sendern, Sender-Familien und Programm-Anbietern, aber vor allem auch gegenüber den TV-Endkonsumenten einnehmen. Doch es hat sich nicht nur das Rollenbild und -verständnis der Aggregatoren verändert, zunehmend wird ihre Rolle auch von finanziellen Eigeninteressen getrieben. Dabei sollten und müssen Aggregatoren primär neutral, vor allem aber im Interesse des TV-Publikums und in zweiter Linie der Sender und Programmanbieter agieren.

Lukratives Rollenverständnis. Doch mitunter lassen sich diese Aggregatoren für die Zusammenstellung ihrer Programmlisten und die Reihung der Sender in ihren Programmlisten sogar bezahlen – fürstlich bezahlen. Einzelne Sender und Sender-Familien beeinflussen durch ihren finanziellen Einsatz somit nicht nur massiv die Reihung von Sendern, Sender-Familien und Programmen auf den Programmlisten, sondern greifen

8) SevenOneMedia: „Relevant Set“ – Sendervielfalt – Sendernutzung, www.sevenonemedia.de. Vergleiche und siehe dazu auch www.horizont.net/medien/nachrichten/-Relevant-Set-Zuschauer-nutzen-vor-allem-sechs-TV-Sender--108984 und www.screenforce.de/docs/default-source/Grundlagenstudien/Medien-nutzung/Relevant-Set-Sendervielfalt-und-Sendernutzung/relevant-set-sendervielfalt-und-sendernutzung-pdf.pdf?sfvrsn=2.

9) Angaben in einem E-Mail der ORF-Medienforschung nach einer telefonischen Anfrage des Autors.

10) ebenda

dank ihrer Finanzmacht auch substanziell in den freien und fairen Wettbewerb der Sender untereinander ein. Programm-Listen, die den TV-Konsumenten von einzelnen Aggregatoren angeboten werden, entsprechen oft kaum noch den realen Verhältnissen auf dem österreichischen Fernsehmarkt.

Gerade die Hersteller von TV-Geräten und andere Dienstleister in der Verbreitungskette von TV-Programmen haben mittlerweile im Erstellen, Reihung und Anbieten von Programmlisten ein einträgliches Geschäftsmodell erschlossen. Dabei werden diese Programmlisten nicht immer im Sinne der TV-Konsumenten sowie nach fairen, transparenten und nachvollziehbaren Kriterien erstellt und gereiht. Ganz im Gegenteil, undurchsichtige Geldflüsse haben logische, marktadäquate und vor allem zuschauer-gerechte Kriterien verdrängt. Nicht nur der Service-Gedanke, sondern vor allem auch die Verantwortung gegenüber den TV-Konsumenten wurde und wird mit dieser Praxis schlichten Umsatzüberlegungen geopfert. Das Bezahlen für die Platzierung auf Programmlisten stellt ausschließlich für jene Marktteilnehmer einen Vorteil dar, die diese finanzielle Praxis fördern und einsetzen.

Besonderheiten eines kleinen Marktes. Zudem stellt die finanzielle Abgeltung für die Programmierung von Programmlisten und das Bezahlen für eine gewünschte Reihung oder Besserplatzierung durch einzelne Sender, Sender-Familien oder andere Marktteilnehmer, wie sie bisher im kleinen österreichischen Markt erfolgte und erfolgt, eine österreichisches Spezifikum dar. In keinen anderen europäischen Land, in keinem anderen Fernseh-Markt gibt es diese Problematik der sich an den Wünschen einzelner Marktteilnehmer orientierenden Programmlisten-Reihung und der finanziellen Abgeltung für die bevorzugte Programmierung einzelner Programm-Plätze.

In Deutschland ist die Belegung der einzelnen Programmlisten-Plätze in den landes- bzw. bundesweite gültigen Programmlisten durch die Landesmedienanstalten und deren Gremium „Kommission für Zulassung und Aufsicht“ (ZAK) sowie „Gremienvorsitzendenkonferenz“ (GVK) klar geregelt.¹¹⁾

2.3 Ein Gesetz zum Schutz der TV-Seher

Bedarf nach neuem Gesetz. Österreich verfügt über mehrere Mediengesetze, welche die Rahmenbedingungen und Leitlinien für das Agieren im Fernseh-Markt vorgeben. Für den Fernsehmarkt sind das vor allem das ORF-Gesetz, das Audiovisuelle-Medien-Gesetz (AMD-G) und das Privatrado und Privatfernsehgesetz.¹²⁾ Diese Gesetze werden immer wieder novelliert, müssen sogar laufend an die aktuellen Entwicklungen angepasst werden, da sich sowohl der Medienmarkt als auch der Fernsehmarkt mit ungeheurer Dynamik verändern.

11) Die entsprechenden Informationen und Beschreibungen der Gremien finden sich u.a. auf der Website der Deutschen Medienanstalten www.die-medienanstalten.de.

12) Alle aktuellen Mediengesetze lassen sich auf der Website der Regulierungsbehörde RTR www.rtr.at/de/m/Gesetze nachlesen.

Allerdings ist in keinem der genannten Gesetze die Belegung und Programmierung von Fernseh-Programmlisten geregelt. Um jedoch den Entwicklungen im Fernseh-Markt gerecht zu werden, den TV-Zuschauern eine einfach verständliche und nachvollziehbare Orientierungshilfe zu bieten und den Markt möglichst objektiv abzubilden, ist es erforderlich, die Programmierung von Programmlisten per Gesetz zu regeln.

In dem sich dynamisch entwickelnden Fernsehmarkt haben sich die Rollen einiger Player verändert bzw. wurden von diesen Marktteilnehmern plötzlich Rollen und Aufgaben übernommen, die nicht zu ihren ursprünglichen Kernaufgaben zählten und zählen. Beispielsweise treten die sogenannten Aggregatoren, deren ursprüngliche Rolle auf die Verbreitung von Fernsehprogrammen auf technischem Wege sowie das Zurverfügungstellen von technischer Infrastruktur beschränkt war, als Anbieter von Programmlisten auf. Das heißt, sie bieten diese Programmlisten nicht nur an, sondern entscheiden selbst darüber, welche Fernseh-Programme und in welcher Reihenfolge sie diese Programme in ihre Programmlisten aufnehmen. Dies geschieht ohne jegliche rechtliche Grundlage und vielfach auch ohne nachvollziehbare oder gar objektive Kriterien. Dabei sollten und müssen die Aggregatoren grundsätzlich eine neutrale Rolle im TV-Markt und vor allem eine Äquidistanz zu allen Anbietern, Sendern und Sendergruppen einnehmen.

Die Konsumenten finden sich in diesem sich ständig wandelnden und neuformierenden Umfeld immer mühsamer zu recht. Ihnen Orientierung und Hilfe zu bieten, hat sich der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** zum Ziel gesetzt. Hinter dem **Verein österreichliste.at** stehen die führenden Medienhäuser Österreichs. Mit seiner nach klar nachvollziehbaren Kriterien erstellten **ÖSTERREICHLISTE** zur Reihung von Fernseh-Sendern und TV-Programmen bietet **österreichliste.at** dem TV-Publikum ein kostenfreies, leicht verständliches und einfach umzusetzendes Serviceangebot zur Programmierung von Programm-Listen in den TV-Empfangsgeräten der unterschiedlichsten Art sowie der diversen auf dem österreichischen Markt präsenten Hersteller.

2.4 Der Verein österreichliste.at

Übergeordnete Instanz. Der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** hat sich zur Aufgabe gestellt, einerseits den Wildwuchs im Segment der Programmlisten-Programmierung und -Belegung zu beenden und andererseits bei eben dieser Programmlisten-Programmierung und -Belegung sowohl für alle Marktteilnehmer als auch für die österreichischen TV-Konsumenten Transparenz und Klarheit zu schaffen. Ziel ist es zudem, klare und faire Regeln für eine Reihung von Sendern und Programmen in einer bundesweit gültigen Programmliste bzw. für regionale Programmlisten zu schaffen, unabhängig von ihrer Provenienz und/oder der Zugehörigkeit zu einzelnen Sender-Familie. Auch sollten Dienstleister und Technikanbieter, egal welche Position sie in der Übertragungskette von Fernseh-Programmen einnehmen,

keinerlei Einfluss auf die Zusammenstellung und die Programmierung von derartigen Programmlisten nehmen können.

Diese transparenten und nachvollziehbaren Regeln für die Zusammenstellung und Programmierung von Programmlisten sind gesetzlich zu verankern und mögliche Verstöße gegen diese Gesetze auch entsprechend zu ahnden. Ebenso soll mit diesem Gesetz eine interessengetriebene oder auf finanziellen Gegenleistungen basierende Programmlisten-Programmierung untersagt werden. Diese gesetzlichen Regelungen werden nicht nur eingehend gefordert, ihre Umsetzung wird als unabdingbar und dringend erforderlich erachtet. In einem neuen, österreichischen Medien- und/oder Fernsehgesetz müssen entsprechende Paragraphen und Passagen enthalten sein.

Top-Player im TV-Markt. Wie berechtigt und gewichtig die Forderungen und Anliegen des **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** – kurz **Verein österreichliste.at** – sind, zeigt alleine die Liste seiner Gründungs- und aktuellen Mitglieder. Zu den Mitgliedern des Vereins gehören die namhaftesten und reichweitenstärksten Fernseh-Sender und in Österreich aktiven Sender-Familien sowie führende TV-Vermarktungsorganisationen des Landes. Das Spektrum der TV-Sender und TV-Vermarkter unter dem Dach der **österreichliste.at** reicht von Servus TV bis zu Schau TV, von der IP Österreich bis zu Goldbach Austria, vom Sender-Verbund R9 mit Sendern wie z.B. W24 (Wien) und LT 1 (Oberösterreich) bis hin zu lokalen Sendern.

IP Österreich und Goldbach Austria zählen zu den führenden und größten TV- und Medien-Vermarktungsgesellschaften Österreichs. Die IP Österreich repräsentiert die Sender der RTL-Gruppe in Österreich, darunter RTL, VOX, Super RTL, Nitro und RTL II, sowie einen Teil des TV-Angebots von Sky Österreich. Goldbach Austria hat u.a. sieben TV-Sender im Portfolio – darunter DMAX Austria, Nickelodeon Austria, Nicknight Austria, Comedy Central Austria und N24 Doku Austria.

Der ORF unterstützt den **Verein österreichliste.at** voll inhaltlich und als förderndes Mitglied auch aktiv bei seinen Anliegen und Forderungen. ATV gehörte zwar zu den Gründungsmitgliedern, schied nach dem Eigentümerwechsel (von der TMG – Tele München Gruppe zur ProSiebenSat.1Puls4-Gruppe) aber aus der **ÖSTERREICHLISTE** wieder aus.

Mithin stützt sich der **Verein österreichliste.at** bezogen auf Reichweiten und Marktanteile auf ein massives Fundament im Zuschauermarkt sowie eine breite wirtschaftliche Basis, für die der Werbemarkt und die Gebühreumsätze stehen. Die im Verein österreichliste.at organisierten TV-Sender stehen für und erreichen das gesamte österreichische Fernseh-Publikum, das sind knapp fünf Millionen Zuseherinnen und Zuseher täglich bzw. mehr als 3,8 Millionen TV-Haushalte.

Außerdem steht der **Verein österreichliste.at** allen derzeit aktiven und künftigen Marktteilnehmern im österreichischen Fernseh-Markt offen, um sich als aktives Mitglied dessen inhaltlichen Forderungen anzuschließen.

Servicestelle und Interessenvertretung. Der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** versteht sich aber nicht nur als Service-Einrichtung

für die Zuseherinnen und Zuseher, sondern auch als Interessens-Vertreter der in Österreich aktiven Fernseh-Sender und TV-Vermarkter sowie internationaler Sender, deren Programme in Österreich verbreitet und empfangen werden. Zudem möchte der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** als qualifizierte Anlaufstelle zu allen Fragen der Medienpolitik, ihren wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der einschlägigen Gesetzgebung und regulatorischen Maßnahmen fungieren und wahrgenommen werden.

Mit dem vorliegenden Weißbuch „Mehr Programm-Vielfalt in Rot-Weiß-Rot“ zeigt der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug**, der am Markt unter dem Namen **ÖSTERREICHLISTE** bzw. der Kurzformel **österreichliste.at** auftritt, aktuelle Entwicklungen im österreichischen Fernsehmarkt auf, formuliert Vorschläge rund um die Reihung von Programmlisten für die verschiedenen Vertriebskanäle von TV-Programmen, skizziert die Problematik der TV-Listen-Programmierung und schlägt faire sowie klar nachvollziehbare Regeln für die Umsetzung einer allgemeingültigen, österreichischen TV-Programmliste und deren gesetzlicher Verankerung vor.



Letztendlich versteht die **ÖSTERREICHLISTE** dieses Weißbuch auch als eine Anregung und Argumentationsgrundlage sowie als einen aktiven Beitrag zur aktuellen medienpolitischen Debatte.

2.5 Sehen und Gesehen-Werden

Transparente Kriterien fehlen. Das Sehen-und-Gesehen-Werden steht im Fernsehen oft über Sendungen, die einen Seitenblick auf das gesellschaftliche Geschehen rund um ein bestimmtes Ereignis werfen. Das Sehen-und-Gesehen-Werden gehört beim Fernsehen aber nicht nur zu den Schlagwörtern der Society-Sendungen und -Berichterstattung, sondern zum täglichen Business. Ja, zur Geschäftsgrundlage. Die Zuseherinnen und Zuseher müssen ein Programm, bestimmte Sendungen nicht nur sehen, sie müssen einen Sender und sein programmliches Angebot auch finden, um es überhaupt sehen zu können. Das Gesehen-Werden ist damit genau so wichtig wie das Sehen selbst. Nämlich das Gesehen-Werden eines Programms im mittlerweile schier undurchschaubaren Angebots-Bouquet der verschiedenen Empfangsebenen und -einrichtungen. Neben der steten Programmflut sorgen die diversen österreichischen Programmlisten, die vielfach ohne klar nachvollziehbare und für alle transparente Kriterien zusammengestellt werden, für eine zusätzliche Desorientierung bei den Zuschauern.

Das Gedränge und Gerangel um die vorderen Plätze in den Programmlisten wird immer größer, je mehr Sender um die Gunst des Publikums werben. Eine Situation ähnlich jener wie beim Massenstart zu einem Marathon: Wer auf der Startlinie ganz vorne steht, hat bessere Chancen beim Ausgang des Rennens mitzumischen. Ganz ähnlich verhält es sich mit den Programmlisten für Satelliten-Receiver, für die in TV-Geräten integrierten Empfangseinheiten, bei Programmlisten der TV-Gerätehersteller und Kabel-TV-Anbieter, bei Programmlisten der Aggregatoren und anderen Empfangs-Formen für TV-Programme. Die vorderen Plätze in den Programm-Listen sind heiß begehrt, während die hinteren Ränge gerne der Konkurrenz überlassen werden. Nicht zuletzt werden sogar ökonomische Mittel zur Verdrängung der Konkurrenz eingesetzt.

Wie im Sport werden diese vorderen Plätze nicht immer nach klar nachvollziehbaren Regeln vergeben. Manchmal gilt es sogar, die eine oder andere unfaire Maßnahme zu beklagen. Der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** wurde daher gegründet, um insbesondere unfaire Monopolisierungen aufzuzeigen und im Gegenzug objektive, nachvollziehbare Kriterien für das Belegen der Programm-Plätze zu schaffen. Dabei gilt es, besonders Faktoren wie „österreichische Lizenz“, „österreichischer Sender“, „österreichische Inhalte“ (Programm und Werbung), „österreichische Produktion“, die Marktanteile, die Relevanz und ähnliches zu berücksichtigen und die Programm-Plätze nach fairen und klaren Regeln und/oder Gesetzen zu vergeben.

Orientierung im Markt. Das vorliegende Weißbuch „Programm-Vielfalt in Rot-Weiß-Rot“ will allen an den Themen Medien und Fernsehen Interessierten die Eckpunkte des österreichischen Fernsehmarktes aufzeigen, aktuelle Entwicklungen im TV-Markt anreißen und zur besseren Orientierung einige Leitlinien für die Programmierung und Belegung von Programm-Listen bieten.

Dieses Weißbuch richtet sich insbesondere an eine qualifizierte Öffentlichkeit wie (Medien)-Politikerinnen und Politiker, Interessens-Vertretungen und Nicht-Regierungsorganisationen (NGO), an Medienschaffende sowie Journalistinnen und Journalisten. „Programm-Vielfalt in Rot-Weiß-Rot“ soll ihnen eine Argumentations-Hilfe bieten und als Arbeitsgrundlage dienen.



3 Die Ausgangslage

3.1 Fernsehmarkt und Dynamik

Künstliche Verknappung. Der TV-Markt wächst sowohl international als auch national extrem dynamisch. Mehr und mehr Sender drängen in den Markt und konkurrieren um die Gunst des Publikums. Auch die Empfangsformen haben sich gewandelt, zum terrestrischen TV-Empfang über die Hausantenne gesellten sich zahlreiche Kabelanbieter und der Fernseh-Empfang via Satellit. Als vierter Übertragungs-Kanal hat sich längst IPTV zu diesen drei klassischen Empfangsformen hinzugesellt. TV-Sendungen und audiovisuelle Medien können heutzutage nicht nur am Fernseh-Bildschirm, sondern auch im Internet oder auf dem Mobiltelefon, dem Tablet und diversen anderen Geräten konsumiert werden. Nicht zuletzt erlauben es dieser Wandel bei den sogenannten Empfangsebenen und die technische Entwicklung, dass die Zuschauer aus einer immer größeren Anzahl an Programmen wählen können.

Doch trotz all dieses Fortschritts wird die Kapazität auf den einzelnen Übertragungswegen mitunter begrenzt, sei es aus technischen Gründen oder aus marktregulatorischen Überlegungen heraus, weil beispielsweise ein Kabelnetz-Anbieter aus wirtschaftlichem Kalkül bestimmte Programmpakete nur gegen Entgelt zur Verfügung stellt. Auch TV-Gerätehersteller sorgen mitunter mit eigenen Programmlisten, mit denen sie ihre Produkte vorprogrammieren, für eine künstliche Verknappung. Dabei erlauben die Übertragungs- und Fernsehtechnik mittlerweile beinahe unbegrenzte Empfangsmöglichkeiten. Manche dieser oft willkürlich erstellten Programmlisten sind sogar so programmiert, dass sie einzelne Sender benachteiligen und damit den tatsächlichen Verhältnissen im Fernseh-Markt widersprechen, und zudem eine einfache Umreihung der Programme durch den Konsumenten be- oder gänzlich verhindern. In Einzelfällen bleiben sogar vordere Programm-Plätze auf Dauer schwarz, wenn die vorgegebene Reihung und/oder bestimmte, auf Entgelten basierende Programm-Pakete der TV-Gerätehersteller oder anderer Aggregatoren von den TV-Zusehern nicht akzeptiert und damit abonniert werden.

Technische Hürden. In vielen der skizzierten Fälle lassen sich Programm-Listen nur mittels der Hilfe von Experten umprogrammieren, während dies den Besitzern der TV-Geräte beinahe unmöglich gemacht wird. Auch in diesen Fällen stecken meist wirtschaftliche Interessen hinter dieser Strategie, weil sich Marktteilnehmer für die Programmierung bestimmter Programm-Reihenfolgen bezahlen lassen, und TV-Sender oder Fernsehsender-Familien bereit sind, dafür zu bezahlen. Sie übernehmen damit eine Gatekeeper-Rolle, die ihnen in der ursprünglichen Aufgabenverteilung in der Verbreitungskette von TV-Programmen nicht zugeschrieben ist und auch nicht zugeschrieben sein sollte.

Gesetze mit Lücken. In Österreich ist die Verbreitung von Rundfunk-Signalen und TV-Sendern im ORF-Gesetz, dem Audiovisuelle Medien-Gesetz (AMD-G) sowie dem

Privatradio- und dem Privatfernseh-Gesetz, bzw. über Erlässe und Bestimmungen der Medien- und Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) und deren Dach-Organisation RTR (Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH) geregelt. Im Privatfernsehgesetz aus dem Jahr 2001 sind zudem alle Regelungen des früheren Kabel- und Satellitenrundfunk-Gesetzes aufgegangen.¹³⁾

Allerdings fehlen in den genannten Medien- und Fernseh-Gesetzen klare Regeln zur Aufnahme und Reihung von Sendern und Programmen in Programmlisten. Ebenso wenig ist gesetzlich geregelt, welche Rollen die einzelnen Dienstleister in der Programm-Distributionskette beim Zusammenstellen von Programmlisten übernehmen sollen und welche Eingriffe sie in die Reihung von Programmen und/oder Programmlisten zu unterlassen haben. Dies gilt insbesondere für Plattformbetreiber und die sogenannten Aggregatoren.

Bestehende Gesetze greifen nicht. Die derzeit gültige Regelung des § 20 AMD-G (Verbreitungsauftrag in Kabelnetzen)¹⁴⁾ ist für die privaten Fernsehanbieter in Österreich nicht akzeptabel und führt in der Praxis zu einer erheblichen Benachteiligung bzw. Ungleichbehandlung von österreichischen Fernsehanbietern und in der Folge insgesamt zu einer Schwächung des dualen Rundfunksystems. Dieser Paragraph zielt nämlich nur auf einen einzigen Verbreitungsweg, jenen per Kabel, ab und lässt alle anderen Vertriebskanäle für TV-Programme sowie alle anderen Glieder in der Übertragungskette unbeachtet. Mithin kann auch dieser § 20 des AMD-G nicht zur Lösung der Problematik rund um Programm-Listen herangezogen werden.

Die Verordnung der Regulierungsbehörde (gem. § 27 (3) AMD-G)¹⁵⁾, um Rundfunkveranstaltern plattformunabhängig, d.h. für sämtliche Verbreitungs- und Empfangswege aller Aggregatoren (inkl. der Hardware-Erzeuger) nicht-diskriminierenden Zugang zu Programmlisten zu gewährleisten, ist ebenfalls nicht ausreichend. Denn die gängige Marktpraxis diverser Aggregatoren, von einzelnen TV-Geräte-Herstellern und so manchem Anbieter von Programmlisten zeigt, dass die im §27a (1) AMD-G geforderten Bedingungen des „fairen, ausgewogenen und nicht-diskriminierenden Zugangs zu zugehörigen Einrichtungen“¹⁶⁾ nicht immer gegeben sind und auch nicht immer als Handlungsmaxime herangezogen werden. Bei dieser Verordnung handelt es sich außerdem um keine gesetzlich verpflichtende Bestimmung, sie weist vielmehr nur Empfehlungscharakter auf und hat keinerlei Sanktionen zur Folge, wenn sie nicht berücksichtigt wird. Diese Verordnung lädt daher geradezu ein, sie zu umgehen.

Neues Gesetz mit Folgen. Es bedarf daher dringend klarer gesetzlicher Regelungen, die nicht nur auf alle Aggregatoren, Sender und Sender-Familien sowie andere Dienstleister im TV-Markt auszurichten und anzuwenden sind, sondern bei eventuellen Zuwiderhandlungen und Verstößen gegen ein derartiges Gesetz auch entsprechend durchzusetzen und vor allem zu sanktionieren sind.

13) Alle aktuellen Mediengesetze lassen sich auf der Website der Regulierungsbehörde RTR www.rtr.at/de/m/Gesetze nachlesen.

14) www.rtr.at/de/m/AMDG

15) ebenda

16) ebenda

Trotz einer sogenannten Must-Carry-Regelung für die ORF-Programme¹⁷⁾, die mit der vergangenen Rundfunknovelle fixiert wurde, existiert weiterhin keine plattformunabhängige Reihungs- und Einspeisungs-Verpflichtung für österreichische TV-Programme und Sender. In der Praxis kommt es immer wieder zu diskriminierenden Vorprogrammierungen und Listenreihungen in Programmlisten, die von eigenen wirtschaftlichen und anderen Interessen einzelner Sender, Senderfamilien, Aggregatoren und anderer Dienstleister getrieben sind. Bei derartigen Vorprogrammierungen von Programmlisten, die meist auf finanziellen Gegenleistungen und Überlegungen einzelner Sender zur eigenen Marktpräsenz basieren, werden z.B. mitunter lokale Interessen der Zuschauer völlig ignoriert.

Lokale Interessen bleiben unberücksichtigt. Beispielsweise kann eine solch willkürliche Vorprogrammierung einer TV-Programmliste, deren Korrektur eventuell auch noch technisch erschwert oder blockiert wird, dazu führen, dass die TV-Konsumenten in Vorarlberg mit ORF 2 Wien „zwangsbeglückt“ werden. Vielfach werden auch private lokale und regionale Sender und Programme bei dieser unregelmäßigen Praxis der Programmierung von Programmlisten übergangen.

Denn bei der Vorprogrammierung, die meist von Dienstleistern jenseits der rot-weiß-roten Grenzen – zwar im Auftrag österreichischer Sender oder Sender-Familien – durchgeführt wird, werden die Besonderheiten der föderalen, organisatorischen und geographischen Struktur Österreichs ebenso wenig berücksichtigt wie jene des österreichischen Fernseh-Marktes. Dies gilt insbesondere für die Programmlisten von TV-Geräteherstellern und anderen Aggregatoren, die entsprechende technische Bauteile anbieten. Zumal sich im Stadium der Programmierung kaum absehen lässt, ob ein aus dem Ausland importiertes TV-Gerät oder ein Receiver in Wien, Vorarlberg oder einem anderen Bundesland an den und vom Handel ausgeliefert wird.

Mit einer gesetzlich geregelten Must-Carry-Regelung, die nicht nur den öffentlich-rechtlichen ORF umfasst, sondern auch auf alle privaten österreichischen TV-Sender sowie auf der entsprechend heruntergebrochenen Ebene auch auf österreichische Lokal- und Regional-Sender ausgedehnt wird, kann der oben beschriebenen Schieflage ein Riegel vorgeschoben werden. Diese erweiterte Must-Carry-Regelung ist zwingend auch auf die Programmliste eines österreichischen Kabelnetzanbieters und eines auf dem österreichischen Markt aktiven bzw. für den österreichischen Markt bestimmten Aggregators anzuwenden.

Doch es existieren nach wie vor keine fairen, transparenten Regeln und Kriterien für die in vordefinierten Listen und Kabelnetzen zu erfolgenden Programm-Reihungen. Noch viel weniger sind umfassende Einspeisungs-Verpflichtungen per Gesetz festgeschrieben, die bei der Erfüllung bestimmter Kriterien umgesetzt werden müssen. Solche Kriterien wären beispielsweise der Sitz der Kerngesellschaft in Österreich, der Sendebetrieb auf Basis einer österreichischen Lizenz, der in Österreich produzierte Programmanteil in Prozent sowie objektivierte Marktanteile und ähnliches mehr.

Diskriminierung verboten. Eine der zentralen Forderungen dieses Weißbuches ist daher ein Verbot jeglicher offensichtlichen Diskriminierung einzelner Sender oder

17) ebenda und www.rtr.at/de/m/ORF-G

Sender-Familien auf Programmlisten jeglicher Form sowie bei der Reihung und Frequenzaufnahme in die Programm-Listings der für den Empfang von TV-Programmen erforderlichen Hard-Ware (Empfangs-Boxen jeglicher Form und empfangsfähige TV-Geräte). Dieses Diskriminierungs-Verbot muss insbesondere für österreichische TV-Sender und die Anbieter von TV-Programmen mit einem österreichischen Programm- und/oder Werbe-fenster gelten. Eine wie immer geartete Diskriminierung darf sich auch nicht auf regionale, lokale sowie genrespezifische Sender beziehen.

Im Gegensatz zum ORF, der sowohl in Kabelnetzen als auch bei Geräten für den terrestrischen und für den Satelliten-Empfang von TV-Programmen von der bereits erwähnten Must-Carry-Regelung profitiert, gilt diese Bestimmung für alle anderen österreichischen Sender nicht. Als Folge dieser Ungleichbehandlung müssen österreichische Privatsender und Privatsender mit österreichischen Inhalten (Programm und/oder Werbung) teils einen erheblichen finanziellen Aufwand tätigen, um in die österreichweit bis zu 250 Kabelnetze eingespeist zu werden. Anzustreben ist daher eine Regelung, die ähnlich wie im Falle des ORF, die in Österreich aktiven Kabelnetz-Anbieter verpflichtet, auch österreichische Privatsender und Privatsender mit österreichischen Inhalten ohne finanzielle Gegenleistung in ihr Portfolio aufzunehmen.

3.2 TV-Nutzung in Österreich

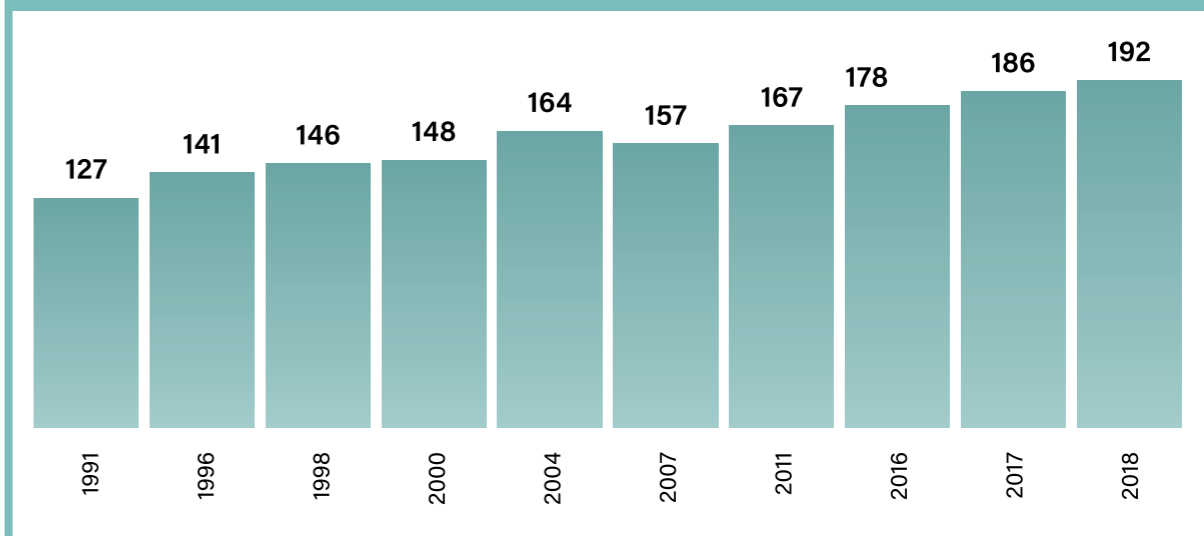
3.2.1 Prozente und Minuten

TV-Konsum nimmt zu. Österreich ist ein Fernsehland. Im Schnitt verbrachten die Österreicherinnen und Österreicher ab 12 Jahren im Jahr 2018 192 Minuten pro Tag vor dem Fernsehgerät. Insgesamt fallen in die Bevölkerungs-Gruppe ab 12 Jahren in Österreich rund 7,5 Millionen Menschen. Mit dem neuen Rekord aus dem Jahr 2018 liegt die durchschnittliche TV-Nutzung sechs Minuten über dem bisherigen Höchstwert von 186 Minuten aus dem Jahr 2017. Im Langzeitvergleich wurde damit 2018 um 44 Minuten pro Tag länger ferngesehen als noch im Jahr 2000 (148 Minuten) und sogar um 65 Minuten – also mehr als eine Stunde – länger als 1991. Zu Beginn der 1990er-Jahre lag die Fernsehnutzung in Österreich bei lediglich 127 Minuten.¹⁸⁾ Insgesamt liegt die Fernsehnutzung pro Kopf in Österreich im europäischen Durchschnitt.

18) Alle Zahlenangaben in diesem Kapitel entstammen u.a. der Website der ORF-Medienforschung der.orf.at/medienforschung/fernsehen, dem Astra TV-Report 2018 und diversen ORF-Geschäftsberichten aus den jeweiligen Jahren.

TV-Nutzungszeit 1991 - 2018

Erwachsene ab 12 Jahren, in Minuten pro Tag

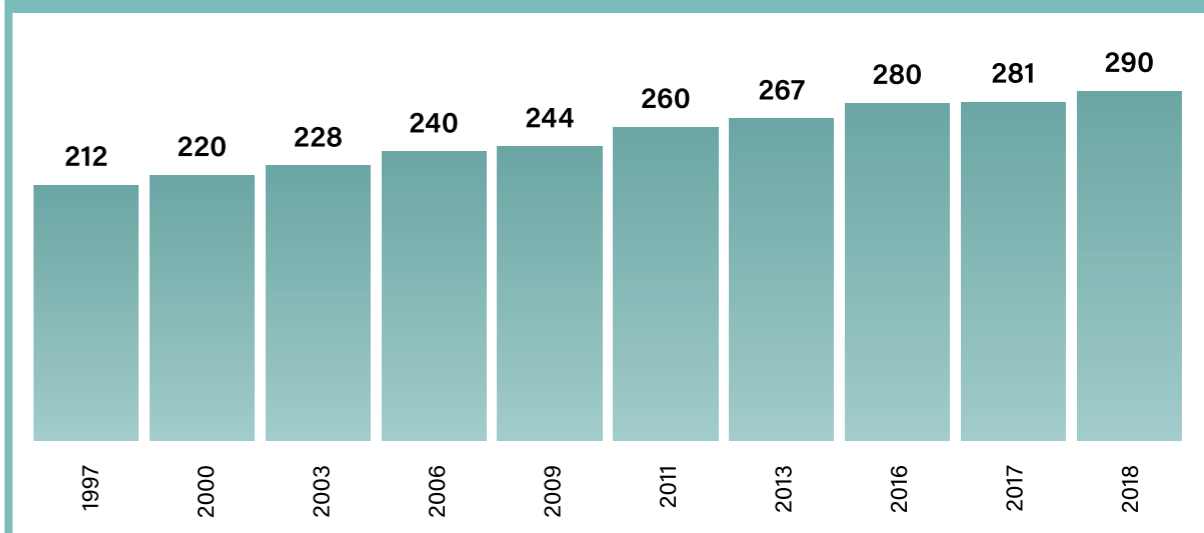


Quelle: AGTT / GfK TELETTEST; pc#tv, Evogenius
Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 12 Jahren in TV Haushalten

Die Verweildauer, das ist die durchschnittliche Nutzungszeit der an einem Tag fernsehenden Bevölkerung, betrug 2018 sogar 290 Minuten und entsprach damit ebenfalls einem historischen Höchstwert. Der bisherige Höchststand von 281 Minuten datiert aus dem Jahr 2017. Zum Vergleich: Im Jahr 2000 lag die tägliche Verweildauer erst bei 220 Minuten. In der Gegenüberstellung von 2000 und 2018 entspricht das einem Zuwachs von 32 Prozent.

TV-Verweildauer 1997 - 2018

Erwachsene ab 12 Jahren, in Minuten pro Tag



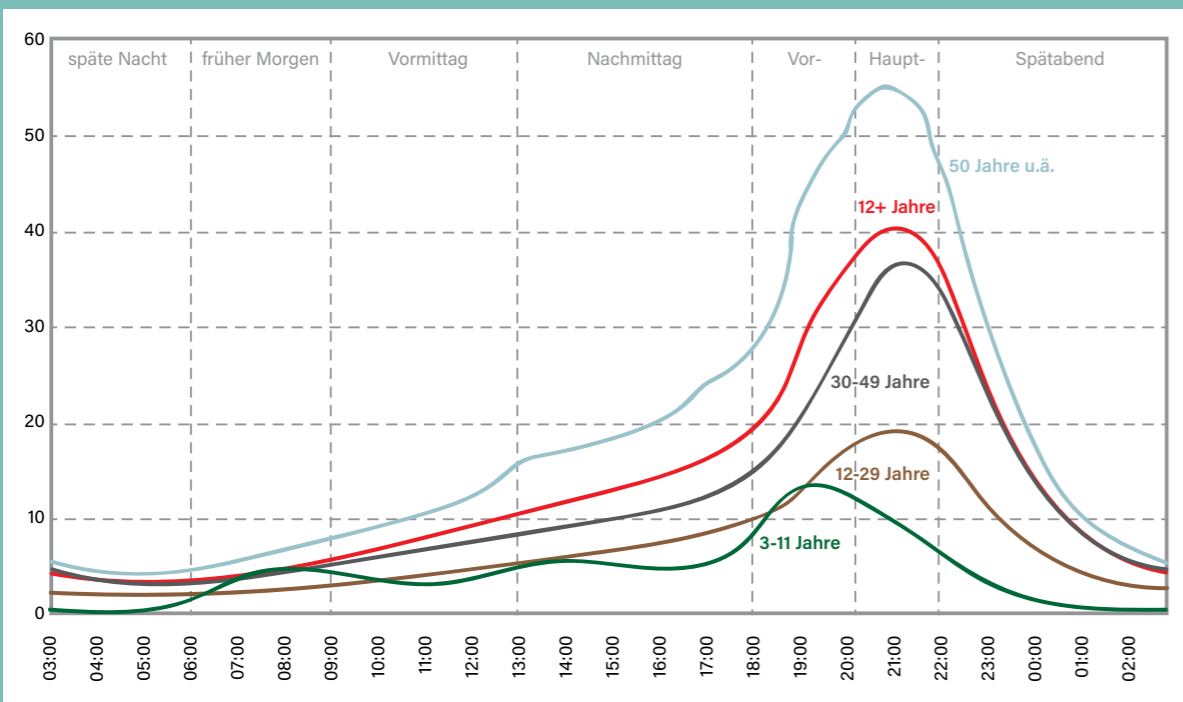
Quelle: AGTT / GfK TELETTEST; pc#tv, Evogenius
Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 12 Jahren in TV Haushalten

Täglich wurden im Jahr 2018 rund 4,9 Millionen Österreicherinnen und Österreicher über das Medium TV erreicht. Das heißt, jede und jeder von ihnen sah zumindest eine Minute durchgehend fern. Das entspricht einer Tagesreichweite von 65,1 Prozent der gesamten TV-Bevölkerung ab 12 Jahren und stellt vor allem gegenüber dem Jahr 2016 einen deutlichen Anstieg dar.

Die Sehbeteiligung in Österreich steigt ab den Morgenstunden eher flach an und nimmt dann ab den frühen Abendstunden relativ steil zu. Der Nutzungsgipfel wird im Hauptabend um 21 Uhr gemessen. 2018 sahen zwischen 20.55 und 21.00 sowie zwischen 21.00 und 21.05 Uhr im Schnitt jeweils mehr als drei Millionen Österreicherinnen und Österreicher fern, das entspricht 40,4 Prozent der bereits erwähnten TV-Bevölkerung. Aufgeschlüsselt nach Wochentagen ist der Sonntag mit durchschnittlich 224 Minuten der stärkste Fernseh-Tag. Auch die Tagesreichweite fällt an Sonntagen mit 69,3 Prozent (2018) am höchsten aus. Dieses Bild erweist sich seit Jahren als äußerst stabil.

TV-Nutzung im Tagesverlauf 2018

Montag-Sonntag, nach Altersgruppen, Nettoreichweite in % (5-Minutenintervalle)



Quelle: AGTT / GfK TELETEST, Evogenius
Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 3 Jahren in TV Haushalten

Mit einer technischen Reichweite 98 Prozent aller Haushalte hat der Fernsehmarkt in Österreich seine Wachstumsgrenze erreicht, eine höhere Haushaltssättigung ist kaum noch möglich und wäre nur mit einem enormen finanziellen Aufwand zu erzielen.

Doch die TV-Sender geraten heute zunehmend in eine Präferenz- und Zeitkonkurrenz mit Online-Medien und Streaming-Diensten. Noch ist allerdings kein signifikanter Rückgang des TV-Konsums zu bemerken.

3.3 Die Distributionsformen von TV – Die Empfangsebenen

3.3.1 Wie die Österreicher ihre TV-Programme empfangen

Vielfalt der Empfangskanäle. Die Terrestrik, Kabelnetze und das Satelliten-Fernsehen zählen in Österreich nach wie vor zu den wichtigsten Verbreitungsformen für Fernseh-Programme. Allerdings erlaubt der technische Fortschritt auch auf diesem Sektor neue Angebote wie z.B. IPTV, das sich mittlerweile auf Augenhöhe mit der Terrestrik um die dritte Position im Vertriebsmarkt matcht und beim prozentuellen Anteil mittlerweile sogar bereits einen leichten Überhang verzeichnen kann.

Entwicklung der Haushaltsausstattung 1995 - 2018

Haushaltsbesitz in Österreich	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Tsd.		
TV-Gerät im Haushalt*	96	96	96	96	97	97	97	97	97	97	97	97	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	3.820	
TV-Gerät mit Teletext-Funktion	55	59	63	67	73	72	-	79	80	83	87	88	94	95	96	96	97	98	99	99	99	99	99	99	99	99	3.670
Flatscreen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19	33	45	54	67	74	80	88	93	96	98	98	98	3.650	
DVD-Player	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	47	51	53	61	64	66	66	65	62	58	56	50	50	1.870	
DVD-Recorder ohne Festplatte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	7	7	10	13	12	10	10	10	8	5	5	5	200	
DVD-Recorder mit Festplatte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	5	5	7	10	12	12	11	10	9	10	10	10	380	
BlueRay-Player	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	8	12	14	14	14	14	14	14	520	
Smart-TV/Internetfähiges TV-Gerät	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18	22	26	32	37	37	1.360	
HbbTV-fähiges TV-Gerät	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	12	17	21	24	24	890	

Quelle: TELETEST-Monitoring 2. Halbjahr 2018 (aktuelle Zahlen), n=4.200 Haushalte
ab 2007: AGTT / GfK TELETEST bzw. TELETEST-Monitoring, ab 2013: jeweils 2. Halbjahr (davor: 3. Welle: sept.-Dez.); 1995-2006: RADIOTEST
*TELETEST Projektionszahl 4. Quartal 2018

Der Fernsehempfang in Österreich ist heutzutage stärker durch Kabel und Satellit als durch die Terrestrik geprägt. In den 1990er-Jahren war der Satelliten-Empfang mit fortschreitender Dekade rapide angewachsen, was vor allem zu Lasten des ausschließlich terrestrischen Empfangs ging. Eine Besonderheit des TV-Konsums in Österreich war damals der hohe Anteil von „Dual-Empfängern“, also der gleichzeitigen Haushalts-Versorgung über Terrestrik und Kabel bzw. in erster Linie über die Terrestrik und Satellit. Was vor allem daran lag, dass die beiden ORF-Fernsehprogramme aus rechtlichen Gründen analog nicht über Satellit zu empfangen waren. Runde 80 bis 90 Prozent der Satelliten-Haushalte verfügten daher zusätzlich über eine Dachantenne. Gegen Ende der 1990er-Jahre lag die Zahl der noch terrestrisch versorgten TV-Haushalte immer noch bei beachtlichen 1,8 Millionen bzw. bei rund 60 Prozent. Doch ab August 2000

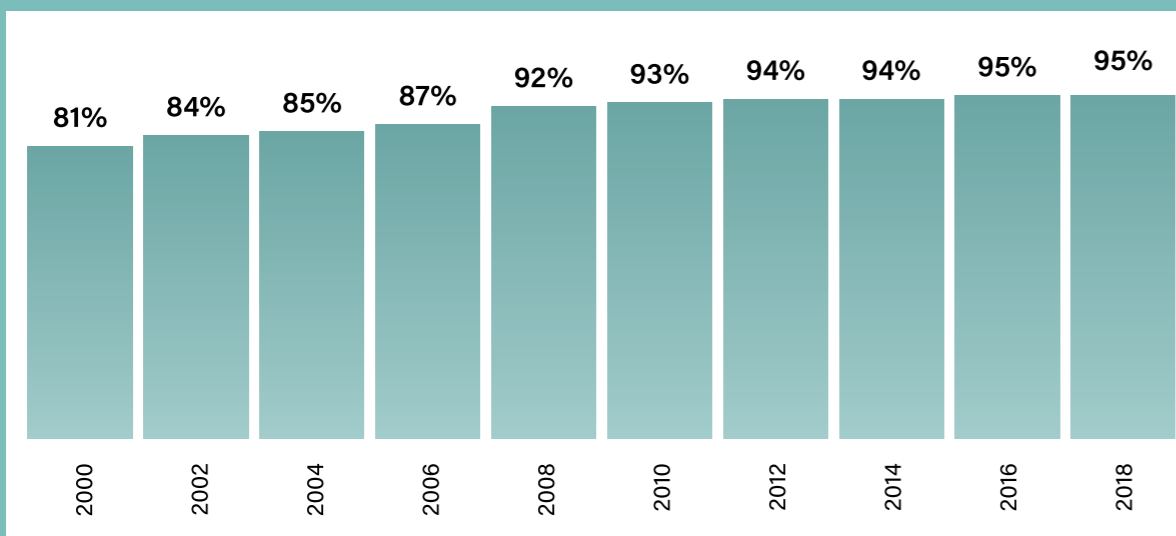
konnten ORF 1 und ORF 2 auch digital per Satellit empfangen werden, was zu einem deutlichen Rückgang des Fernseh-Konsums per Antenne führte.¹⁹⁾

Die ersten Netze für Kabelfernsehen waren in Österreich zu Beginn der 1990er-Jahre entstanden. Schon 1992 waren österreichweite rund 50 Prozent aller technisch erreichbaren Haushalte an Kabelnetze angeschlossen.

Verfügten 1989 lediglich rund 20 Prozent der österreichischen TV-Haushalte über einen Kabel- und Satellitenanschluss, lag diese Quote im Jahr 2009 bei 93 Prozent. Damit war weitgehend eine Marktsättigung erreicht. In diesen Haushalten waren zu diesem Zeitpunkt im Schnitt 138 Programme/Kanäle zu empfangen, der überwiegende Anteil davon deutschsprachig. Mit Stand Dezember 2018 lebten 95 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung (12+) in einem Haushalt mit Kabel- bzw. Satellitenanschluss.²⁰⁾

Entwicklung der KaSat-Penetration 2000 - 2018

in Österreich; Personen (ab 12 Jahren) in Haushalten mit TV-Empfang über Kabel und/oder Satellit



Quelle: AGTT / GfK TELETTEST; pc#tv, Evogenius
Grundgesamtheit: Österreicher/innen ab 12 Jahren in TV Haushalten

Mittlerweile empfangen rund 2 Millionen der insgesamt 3,57 Millionen TV-Haushalte in Österreich – Stand Dezember 2018 – ihr Programm per Satellit. Das sind 56 Prozent der TV-Haushalte. Zweit wichtigste Empfangs-Form stellt mit deutlich mehr als einer Millionen bzw. 31 Prozent aller TV-Haushalte das (mittlerweile fast ausschließliche) digitale Kabelfernsehen dar. Auf IPTV entfallen knapp 0,3 Mio. der TV-Haushalte, immerhin bereits neun Prozent. Insgesamt rund 200.000 Haushalte in Österreich bzw. fünf Prozent werden ausschließlich per DVB-T und damit per Hausantenne mit

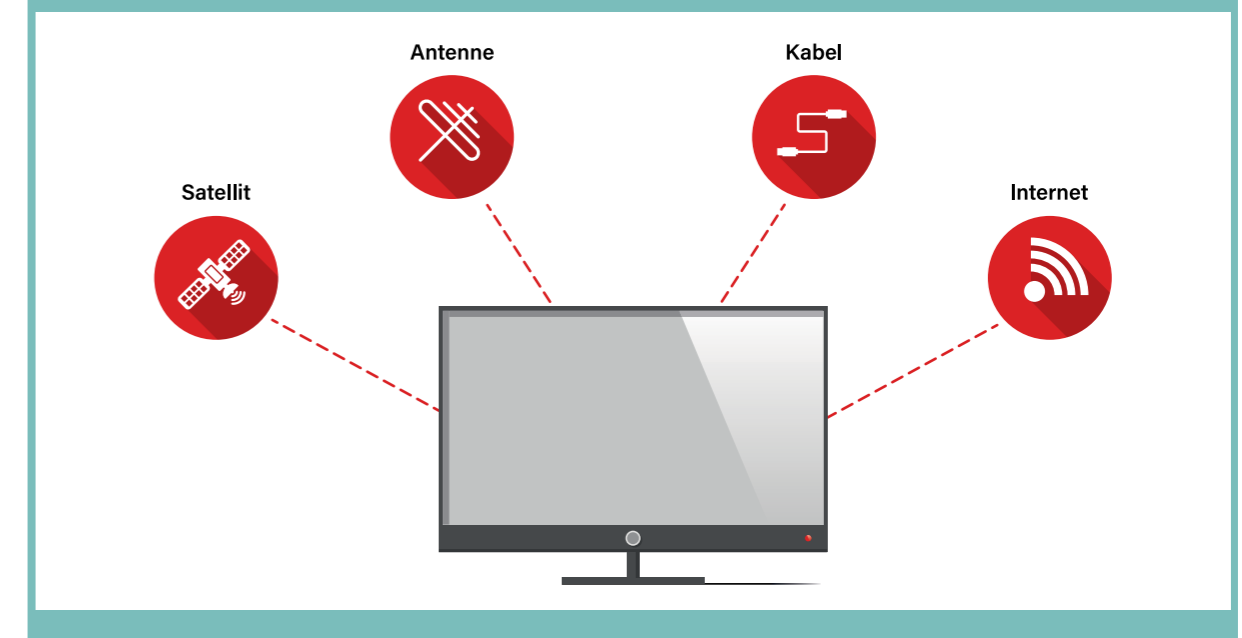
19) Alle Zahlenangaben in diesem Kapitel wurden überwiegend der Website der ORF-Medienforschung medienforschung.orf.at sowie diversen ORF-Geschäftsberichten aus den jeweiligen Jahren entnommen.

20) Angaben laut der.orf.at/medienforschung/fernsehen/technikhaushalt/index.html.

Fernseh-Programmen versorgt.²¹⁾ Der TV-Empfang per Satellit ist damit weiter auf dem Vormarsch, leichte Rückgänge verzeichnet hingegen das Kabelfernsehen, während im Gegenzug IPTV und die Zahl der DVB-T-Haushalte leicht zunimmt.

Die Gesamtzahl jener österreichischen TV-Haushalte, die ihre Programme in hochauflösendem HD empfangen, liegt aktuell bei 2,97 Millionen (Stand 2018). Im Jahr 2017 lag dieser Wert bei 2,89 Millionen Haushalten.

Die Empfangsmöglichkeiten von TV-Programmen



21) Angaben laut Astra TV-Monitor 2017. Nachzulesen u.a. in einer Medienmitteilung der Astra Deutschland GmbH, auf www.ors.at, veröffentlicht am 5. Juni 2018, bzw. in einer ebenfalls auf www.ors.at am 23. April 2019 veröffentlichten Pressemeldung zum Astra TV-Monitor Österreich www.ors.at/fileadmin/user_upload/files/190423_PM_Astra_TV-Monitor_OEsterreich_2018.pdf.



4 Der österreichische TV-Markt

4.1 Ein Abriss

Schwieriger Markt mit Besonderheiten. Der Fernseh-Markt in Österreich ist von großer Dynamik, extremer Vielfalt und einigen Besonderheiten geprägt. Zu nennen wären unter diesen Eigenheiten beispielsweise die Kleinstaatlichkeit, die starke Konkurrenz aus dem Ausland und die Ressourcen-Knappheit. Zu den Rahmenbedingungen zählt auch der hohe Konzentrationsgrad in Teilen des österreichischen Medienmarktes. Österreich ist zudem Teil eines großen, gleichsprachigen Marktes. Im Land werden daher zahlreiche deutschsprachige Medien konsumiert, die nicht explizit für den österreichischen Markt produziert werden. Alle österreichischen TV-Sender, der ORF und die Privatsender, konkurrieren beim Wettbewerb um die Seher mit den großen deutschen Sendern, die einen wesentlichen Teil des in Österreich empfangbaren und genutzten Programm-Angebots stellen.

Dominierender Player im österreichischen TV-Markt ist der öffentlichrechtliche ORF mit jeweils zwei Voll- und Spartenprogrammen: ORF 1 und ORF 2, bzw. dem Informations- und Kulturkanal ORF III sowie dem Sport-Programm ORF Sport +. Der ORF finanziert sich zu einem erheblichen Teil aus Werbeeinnahmen (rund ein Drittel), zum überwiegenden Teil jedoch aus den Programm-Entgelten, die umgangssprachlich als ORF-Gebühren bezeichnet werden. In den vergangenen Jahren verschob sich das prozentuelle Splitting zwischen Gebühren und Werbeeinnahmen allerdings massiv in Richtung der Gebühren.

Der ORF gilt insgesamt als das größte Medienhaus Österreichs. Der Marktanteil von ORF eins und ORF 2, der einst deutlich über der 50 Prozent-Marke lag, ist mittlerweile auf einen Wert um die 30 Prozent gesunken. Die Marktanteilsverlust der vergangenen Jahre für seine beiden Voll-Programme konnte der ORF teils durch die beiden Sparten-Programme kompensieren, wobei für ORF Sport + offiziell keine Marktdaten über den TELETEST bzw. die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) ausgewiesen werden.²²⁾

Öffentlicher Versorgungsauftrag. Die Aktivitäten des ORF sind durch das ORF-Gesetz geregelt, das u.a. einen Versorgungsauftrag und einen Bildungsauftrag festschreibt. Um diese zu erfüllen, ist der ORF u.a. verpflichtet, seine beiden Voll-Programme österreichweit terrestrisch und unverschlüsselt sowie ohne jegliche anderen technischen Barrieren auszustrahlen.

22) Die aktuellsten Zahlen, Daten und Fakten zum Fernseh-Programm finden sich unter dem Titel „ORF-Fernsehen im Jahr 2018“ auf der Website der ORF-Medienforschung der.orf.at/medienforschung.

Das Angebot von ORF 2 wird teilweise durch die neun ORF-Landesstudios bestritten, die zu bestimmten Zeiten insgesamt neun eigene, lokale Programmfenster (ORF Wien, ORF Burgenland usw.) ausstrahlen. Ein solches Programm-Fenster wird beispielsweise mit der täglichen, von den jeweiligen Landesstudios produzierten Sendung „Bundesland heute“ bespielt. Für diese neun Lokal-Fenster braucht der ORF auch neun Übertragungsfrequenzen bzw. Programmplätze. Dazu gesellen sich noch ORF 2 Europa, das internationale TV-Angebot des ORF, sowie 3sat, das Gemeinschafts-Kulturprogramm von ORF, ZDF (Deutschland) sowie der Schweizer SRG SSR und den Landesrundfunkanstalten (Dritte Programme) der ARD (Deutschland). Federführender Sender bei 3sat ist das ZDF. Seit 2002 kooperiert der ORF zudem mit dem deutschfranzösischen Kultur-Sender ARTE, der u.a. von der ARD (vertreten durch den SWR), dem ZDF und France Télévisions betrieben wird. Diese Sender zählen auch zur Eigentümerstruktur von ARTE.

Dem ORF steht mittlerweile eine große Zahl an österreichischen und internationalen Privatsendern gegenüber, aus denen die österreichischen Fernseh-Zuschauerinnen und Fernseh-Zuschauer ihr bevorzugtes Programm auswählen können. Die Alleinstellung des ORF im terrestrischen Fernsehmarkt wurde vom Gesetzgeber lange verteidigt und das österreichische Fernsehpublikum musste sich lange Zeit mit dem Programm(en) des öffentlich-rechtlichen ORF begnügen. Doch heute können die TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauer aus einem schier unendlich breiten Spektrum an österreichischen und nicht-österreichischen Fernseh-Sendern, öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern sowie Vollprogrammen und Spartenkanälen wählen.

4.2 Privatfernsehen in Österreich

4.2.1 Szenische Einblicke

Zartes Pflänzchen duales System. Als sich Mitte der 1980er-Jahre in den europäischen Märkten rasch das Privatfernsehen ausbreitete, verhielt sich Österreich zunächst noch zögerlich und abwartend. Es sollte bis zum Jahr 1994 dauern, ehe auch in Österreich das Zeitalter des Privatfernsehens anbrach und damit im Land ein duales Fernseh-System keimte. Zwar wurde die Einführung von Privatfernsehen bereits im Jahr 1990 von der damaligen großen Koalition aus SPÖ und ÖVP im Regierungsübereinkommen festgeschrieben, doch erst 2002 wurde schließlich terrestrisches Privatfernsehen in Österreich zugelassen: 18 Jahre nachdem das private Fernsehen in Deutschland auf Sendung gegangen war, war Privatfernsehen damit auch in Österreich erlaubt.

Die Marktperspektiven für privates Fernsehen waren in Österreich anfänglich eher ungünstig und vor allem deutlich ungünstiger als jene in den frühen 1980er-Jahren, als in Deutschland bereits die ersten Privatsender als neue Alternative zu den öffentlich-rechtlichen Programmen in Erscheinung traten. Doch das Land konnte sich im rasant

fortschreitenden elektronischen Zeitalter nicht auf Dauer von der Entwicklung in den internationalen Märkten abschotten. Immerhin waren über die Kabelnetze und das Satelliten-Fernsehen nicht-österreichische und private TV-Programme bereits in zahlreichen Haushalten präsent. Zudem strahlten Sender aus den Nachbarländern durch den sogenannten „Overspill“ auf terrestrischem Weg nach Österreich ein.

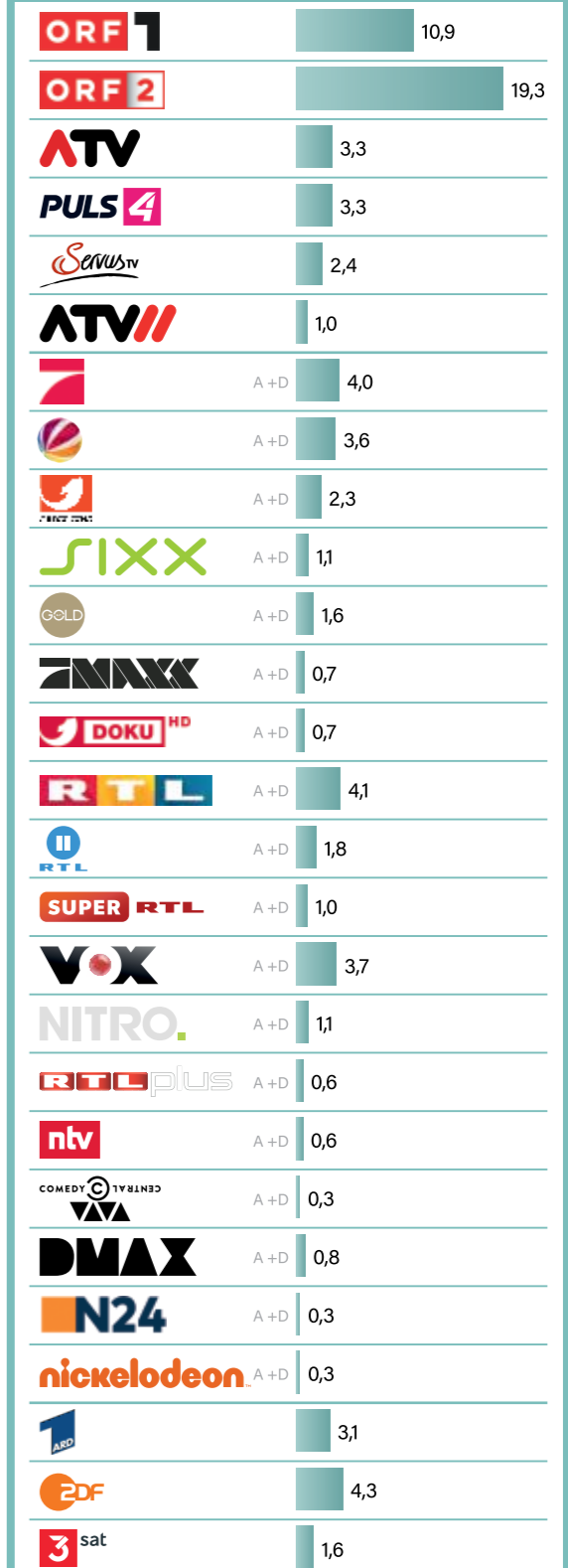
Ende für das ORF-Monopol. Nach langjährigen Diskussionen und anfänglichen ersten Versuchen, auch in Österreich Privatfernsehen zu betreiben, fiel das Fernseh-Monopol des ORF offiziell erst mit dem Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetz (KSR-G) aus dem Jahr 1997. Entstanden war dieses Gesetz aus einer rechtlich unklaren Situation heraus. Einige Kabelanbieter hatten 1995 damit begonnen, eigenproduziertes TV-Programm in ihrem lokal begrenzten Verbreitungsgebiet zu senden. Zudem hatten diverse Kabel-Netzbetreiber beim Verfassungsgerichtshof (VfGH) erfolgreich gegen das Verbot geklagt, Laufbilder oder Werbeeinschaltungen zu senden. Mit 1. Juli 1997 wurde den Kabelbetreibern schließlich gestattet, selbstständig produziertes Programm inklusive Werbeeinschaltungen zu senden.

Manche Sender aus dieser ersten Stunde des Privatfernsehens in Österreich zählen heute zur R9-Gruppe, die nach eigenen Angaben mit viertem Quartal 2018 in Summe rund 2,5 Millionen Haushalte erreicht.²³⁾ Neben dem Empfang in den verschiedenen Kabelnetzen strahlt R9 seit Mitte 2015 unter der Bezeichnung R9 Österreich HD auch ein eigenes Fernsehprogramm via Satellit aus.

23) Vergleiche dazu die Angaben im Unternehmens-Folder „R9 – Regionales Fernsehen Österreich – Ihr Partner in den Regionen“ auf der Website www.r-9.at.

TV-Marktanteile 2018

Basis: Personen 12+ / alle Empfangsebenen



Quelle: AGTT / GfK Austria / TELETEST
A + D = Summe Österreichfenster + deutsches Programm

Privatsender oder private Sender-Verbünde mit nationaler Ausstrahlung im gesamten Bundesgebiet sind heute ein zentraler, nicht mehr wegzudenkender Bestandteil der österreichischen TV-Landschaft und ein Garant für die Medien- und Programmvietfalt in Österreich.

Neuer Markt Privatfernsehen. In Wien war bereits am 15. April 1997 der Privatsender „Wien 1“ mit einem eigenen Programm im Kabelnetz auf Sendung gegangen. Später ging daraus ATV hervor, das bis zur endgültigen Zulassung von terrestrisch verbreitetem Privatfernsehen in Österreich der mit Abstand größte Programm-Anbieter im Kabel-Sektor war. ATV sendete seit dem 17. Jänner 1999 im Wiener Kabelnetz und in diversen weiteren Kabelnetzen im gesamten Bundesgebiet, die technische Reichweite des Senders lag damals bei 1,1 Millionen Haushalten.

Nach einer Erhebung im Mai 2000 verfügten bundesweit nur 37 Prozent aller Haushalte in Österreich über einen Kabelanschluss. Zwei Jahre später lag diese Rate mit 40 Prozent auch nicht wesentlich höher. Doch mit dem Empfang von Satelliten-TV konnten im ersten Halbjahr 2003 österreichweite immerhin bereits knapp mehr als 84 Prozent aller Haushalte Privatfernsehen beziehen.

Neue TV-Gesetze beschlossen. Schließlich kam es erst am 5. Juli 2001 zur Novelle des ORF-Gesetzes bzw. wurden sowohl das Privatfernseh-Gesetz (PrTV-G) als auch das Privatradiogesetz vom Nationalrat beschlossen. Das Privatfernseh-Gesetz ersetzte das bis dahin gültige Kabel- und Satellitenrundfunk-Gesetz. Das neue Gesetz erlaubte die Vergabe von bundesweiten analogen TV-Frequenzen mit einem Versorgungsgrad von mindestens 70 Prozent und ermöglichte zudem analoges terrestrisches Fernsehen auf lokaler und regionaler Ebene.

Die Medienbehörde KommAustria erteilte am 1. Februar 2002 der ATV Privatfernseh-GmbH als erstem Sender eine bundesweite Lizenz für terrestrisches Privatfernsehen in Österreich, am 1. Juni 2003 ging ATVplus auch terrestrisch auf Sendung. Heute steht der Sender ebenso im Besitz der ProSiebenSat.1Puls4-Gruppe wie das mit 1. Dezember 2011 gestartete Schwesterprogramm ATV 2. Puls 4 folgte am 21. Juni 2004, damals noch als Wiener Stadtsender Puls TV, als zweites österreichisches und bundesweit zu empfangendes Privat-Fernsehen. Das in Wals-Sitzenheim (Salzburg) angesiedelte Servus TV aus dem Red Bull Media House nahm am 1. Oktober 2009 seinen Sendebetrieb auf.

Vor den österreichischen Privatfernseh-Sendern war am 26. Oktober 2002 noch Premiere Austria und damit das Pay-TV in Österreich gestartet. Pay-TV wird bis heute in erster Linie über Kabelnetze und TV-Satelliten verbreitet.

Wegen der Monopolstellung des ORF und der bis dahin gültigen ORF-Dominanz im Werbemarkt wurde der Start des Privatfernsehens in Österreich vielfach als „wirtschaftlich riskant“ eingestuft. Heute besteht an der wirtschaftlichen Existenzfähigkeit von Privatfernseh-Sendern in Österreich kein Zweifel mehr, allerdings konkurrieren sie nicht nur im Seher-Markt mit vielen Mitbewerbern, sondern auch im Werbemarkt.

Mit insgesamt 30,0 Prozent Marktanteil beim Gesamtpublikum dominierte der ORF mit seinen beiden Vollprogrammen ORF eins (11,8 Prozent) und ORF 2 (18,2 Prozent) im Jahr 2018 den Fernseh-Markt in Österreich.²⁴⁾

Die gesamte Sendergruppe lag bei 32,9 Prozent. In der Gruppe 12plus waren es gesamt 30,2 Prozent – 10,9 Prozent für ORF eins und 19,3 Prozent für ORF 2. Puls 4 und ATV, die beiden Schwestersender aus der ProSiebenSat.1Puls4-Gruppe, waren mit jeweils 3,3 Prozent Jahresmarkt-Marktanteil in der Gruppe 12plus im Jahr 2018 die stärksten österreichischen Privatsender, dahinter folgte Servus TV mit 2,4 Prozent. Das Feld der Sender mit Österreich-Fenster wurde von RTL (4,1 %) angeführt. Es folgten Pro 7 (4,0 %), VOX (3,7 %) und SAT.1 (3,6 %) sowie eine Vielzahl kleinerer Sender. Das öffentlich-rechtliche Erste (ARD) verzeichnete 2018 in Österreich einen Marktanteil von 3,1 Prozent, mit 4,3 Prozent lag das ebenfalls öffentlichrechtliche ZDF deutlich besser. Der Gemeinschafts-sender 3sat (ARD, ZDF, ORF und SRG SSR) kam auf 1,6 Prozent Marktanteil.²⁵⁾

Der Fernseh-Werbemarkt in Österreich verzeichnete 2018 laut der „Focus Werbebilanz 2018“ einen Umsatz von 1,184 Milliarden Euro (brutto, also ohne Abzug von Rabatten, Skonti usw.), das entspricht einem guten Viertel (27,7 Prozent) des Gesamt-Werbemarktes. Davon entfielen wiederum 69,1 Prozent auf die Privatsender und 30,9 Prozent auf den ORF.²⁶⁾

Doch sowohl die Marktanteile als auch die jeweiligen Werbeumsätze stellen im sich rasch verändernden Fernsehmarkt nur eine Momentaufnahme dar und ändern sich monatlich, saisonal oder auch abhängig von Großereignissen wie z.B. Fußball-Weltmeisterschaft oder Olympischen Spielen.

4.3 Die Werbefenster

4.3.1 Privatsender drängen nach Österreich

Erste Fenster öffnen sich. Auch Österreich konnte sich im rasant fortschreitenden elektronischen Zeitalter nicht auf Dauer von der Entwicklung in den internationalen Märkten abschotten. Dank Kabelnetzen und Satelliten-Fernsehen waren nicht-österreichische und private TV-Programme bereits in zahlreichen Haushalten präsent. Zudem strahlten Sender aus den Nachbarländern durch den sogenannten Overspill auch auf terrestrischen Weg in das Land ein. In der Frühzeit des Fernsehens waren das beispielsweise auch die öffentlichrechtlichen Programme (ARD, ZDF, Dritte) aus Deutschland.

24) Die aktuellsten Zahlen, Daten und Fakten zum Fernseh-Programm finden sich unter dem Titel „ORF-Fernsehen im Jahr 2018“ auf der Website der ORF-Medienforschung der.orf.at/medienforschung.

25) Eine Übersicht zu den Jahresmarktanteilen 2018 findet sich auf der Website der AGTT www.agt.at unter Daten „TV MA Sender 2018“.

26) Angaben laut Medienbeobachtungs-Unternehmen Focus Marketing Research www.focus-institut.com bzw. www.focusmr.com/wp-content/uploads/2019/01/Focus-Pressekonferenz-2019-Final.pfd.

Neben den österreichischen Privatfernseh-Pionieren befeuerten auch die Betreiber von Österreich-Werbefenstern den aufkeimenden privaten Fernsehmarkt in Österreich. Diese Werbefenster deutscher Privatsender, die zuerst nur nach Österreich einstrahlten und sich in weiterer Folge auch rasch über Kabel und Satellit in den österreichischen TV-Haushalten verbreiteten, stellen einen wichtigen Meilenstein für die Entwicklung des privaten und dualen Fernseh-Marktes in Österreich dar.

Das erste Österreich-Werbefenster startet der Kölner Privatsender RTL am 1. April 1996 mit seinem Programm im Kabelfernsehen. SAT.1 aus Unterföhring bei München lancierte im Juli desselben Jahres ebenfalls ein Werbefenster. Danach folgten im März 1998 Pro-Sieben und im Jänner 1999 der ebenfalls zur ProSieben-Gruppe gehörende Sender Kabel 1 sowie im Mai 1999 RTL II. Das Werbefenster auf VOX startete mit Jahresbeginn 2004. Zahlreiche weitere Sender vom Musikkanal VIVA bis hin zum Frauensender sixx öffneten in den folgenden Jahren weitere Österreich-Werbefenster.

Grundsätzlich sind Werbefenster für den österreichischen Markt von Bedeutung, weil sich die aus dem „Overspill“ zusätzlich generierten Nutzungsminuten eines TV-Programms von einem österreichischen werbefinanzierten Programm-Veranstalter im eigenen Land sonst nicht vermarkten ließen. Die Werbefenster erschlossen der werbetreibenden Wirtschaft in Österreich neue Zielgruppen und versetzten dem österreichischen Werbemarkt neue Impulse, sie förderten die Kreativwirtschaft und Agenturlandschaft. Zahlreiche Unternehmen nutzten die neue mediale Vielfalt aus öffentlichrechtlichem ORF, österreichischen Privatsendern und Österreich-Werbefenstern, um überhaupt erst mit eigenen Fernseh-Kampagnen und TV-Spots in den Wettbewerb einzusteigen.

Werbe- und Programmfenster. Wachstumspotenzial für das Privatfernsehen in Österreich sahen Marktbeobachter nicht nur in den Werbefenstern, sondern auch in eigenen Programm-Fenstern. Mit den auf die österreichischen Zuschauer abgestimmten Programmelementen könnten die in das Land einstrahlenden und/oder auch hier verbreiteten Programme, die ursprünglich für einen anderen Markt konzipierte waren, in Österreich höhere Zuschauerzahlen und damit auch höhere Werbeleistungen generieren, so die Einschätzung. Tatsächlich ließ eine Reihe deutscher Sender, die ursprünglich nur ein Werbefenster in Österreich lanciert hatten, diesem alsbald auch ein eigenes Programm-Fenster folgen.

Heute können österreichische TV-Haushalte dank der Digitalisierung z.B. deutsche Sender sowohl in der ursprünglichen (deutschen) Version als auch in jener mit österreichischen Programm- und/oder Werbefenstern empfangen. Bei der Programmierung von Programm-Listen ist daher darauf zu achten, dass jene Programm-Version mit österreichischen Elementen vor der ursprünglichen, für einen ausländischen Markt produzierten Programm-Variante gereiht werden. Dieses Prinzip darf weder willkürlich noch durch wirtschaftliche Interessen oder Geldflüsse an Aggregatoren umgekehrt oder umgangen werden.



5 Die ÖSTERREICHLISTE (österreichliste.at)

5.1 Positionen und Ziele

Gebündelte Brancheninteressen. Der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** wurde von österreichischen Medienhäusern, unter deren Dach eine Vielzahl der wichtigsten in Österreich zu empfangenden Programme angesiedelt sind, gegründet. Zu den Initiatoren des Vereins zählen auch TV-Vermarktungs-Unternehmen sowie technische Dienstleister. Konkret stehen der ORF (in Form eines fördernden Mitgliedes), die Sendergruppe RTL Österreich und deren Werbevermarkter IP Österreich, der österreichische Privatsender ServusTV, R9 Regional TV Austria – ein (Vermarktungs)-Verbund österreichischer Regionalsender – sowie der Vermarkter Goldbach Austria hinter dieser Initiative. Das Gründungsmitglied ATV schied nach dem Eigentümerwechsel von der TMG zu ProSiebenSat.1 wieder aus. Eine Aufnahme von Schau TV war bei Redaktionsschluss dieses Weißbuchs geplant.

Der Zweck des Vereins ist, laut seinen eigenen Statuten, eine „für den TV-Konsumenten freundliche und leicht verständliche Vereinheitlichung der Programmlisten-Reihung in den TV-Geräten bzw. sonstigen Empfangsgeräten sowie Kabel- und sonstigen Fernsehnetzen mit dem Ziel einer gerechten und fairen Verteilung der Programmplätze“.²⁷⁾ Wobei die unterschiedlichsten TV-Programme nach klar nachvollziehbaren Kriterien gereiht werden.

Nach außen hin tritt der Verein unter dem Namen **ÖSTERREICHLISTE** bzw. **ÖSTERREICHLISTE.AT/österreichliste.at** auf. Die **ÖSTERREICHLISTE** vertritt gemeinsame Interessen der beteiligten TV-Sender sowie Fernseh-Vermarktungs-Unternehmen und setzt sich für einen partnerschaftlichen Wettbewerb und Umgang der Sender-Betreiber und -Vermarkter untereinander ein.

Die **ÖSTERREICHLISTE** versteht sich vor allem auch als eine Service-Einrichtung für die österreichischen Fernsehzuschauerinnen und -zuschauer. Daher stellt sie über ihre Homepage www.österreichliste.at kostenlos vordefinierte Programmlisten mit nach objektiven Kriterien gereihten TV-Programmen mit Österreich-Bezug sowie eine aktuelle USB-Update-Möglichkeiten für diese Programmlisten zur Verfügung. Denn über den herkömmlichen automatischen Sendersuchlauf können viele neue Programme nicht gefunden werden. Die zuvor angesprochenen Reihungskriterien für die Sendervorauswahl umfassen u.a. den Anteil an Österreich-Programm und österreichischen Produktionen, den Marktanteile, die Relevanz, etc.

27) Programm, Ziele und das Serviceangebot des Vereins ÖSTERREICHLISTE.AT lassen sich in der aktuellsten Form jeweils auf dessen Website österreichliste.at abrufen.

Die **ÖSTERREICHLISTE** erleichtert das Um- und Einstellen von bestehenden und neu hinzukommenden TV-Sendern, damit alle Programme mit Österreich-Bezug problemlos und mit nur „einem“ Tastendruck auf der Fernbedienung empfangen und gesehen werden können. Damit heißt es: **Schluss mit dem Senderchaos.**



ÖSTERREICHLISTE.at
SEHEN SIE WAS SIE WOLLEN – NICHT WAS SIE FINDEN.

**MEHR HDTV UND PROGRAMMVIELFALT
MIT ÖSTERREICHLISTE.AT**

Nr. TV-Programm	Nr. TV-Programm	Nr. TV-Programm
01 ORF1 HD	31 MELODIE TV	61 K-TV
02 ORF2W HD (Bundesland)*	32 gotv	62 RiC
03 ATV HD	33 LT1-OOE	63 ANIXE HD
04 PULS 4 Austria	34 TLC Austria	64 DELUXE MUSIC
05 ServusTV HD Österreich	35 StarParadies A	65 Mei Musi TV
06 ORF III HD	36 ZDF HD	66 Deutsches Musik Fernsehen
07 ProSieben Austria	37 Das Erste HD	67 Sky Sport News HD
08 SAT.1 Österreich	38 ZDFneo HD	68 München TV HD
09 RTL Austria	39 3sat HD	69 TV Oberfranken HD
10 VOX Austria	40 ZDFinfo HD	70 INTV HD
11 ATV2	41 BR Süd HD	71 Schweiz 5
12 Kabel 1 Austria	42 ARTE HD	72 Aristo TV
13 RTL2 Austria	43 PHOENIX HD	73 TV1 OOE
14 SAT.1 Gold Österreich	44 NDR FS HH HD	74 CNN Int.
15 ORF SPORT+ HD	45 ONE HD	75 Sky News Intl
16 sixx Austria	46 SWR BW HD	76 Zee One HD
17 NITRO Austria	47 EUROSPORT 1 Deutschland	77 BBC World News Europe HD
18 SUPER RTL Austria	48 WDR HD Köln	78 HITRADIO OE3
19 Kabel1 Doku Austria	49 Disney Channel	79 ORF2E
20 DMAX Austria	50 KIKA HD	80 ORF2N HD
21 Pro7 MAXX Austria	51 TELE 5	81 ORF2B HD
22 n-tv Austria	52 MDR Sachsen HD	82 ORF2O HD
23 RTLplus Austria	53 hr-fernsehen HD	83 ORF2S HD
24 N24 Doku Austria	54 WELT	84 ORF2T HD
25 Comedy Central Austria	55 RBB Berlin HD	85 ORF2V HD
26 Nickelodeon Austria	56 Tagesschau24 HD	86 ORF2St HD
27 OE24.TV HD	57 ARD Alpha HD	87 ORF2K HD
28 R9 Österreich HD	58 Bibel TV HD	
29 Schau TV HD	59 Welt der Wunder TV	
30 SPORT1	60 EuroNews German	



Ab Programmplatz 100 finden Sie Pay-TV-Programme, ab Programmplatz 130 (Fernseher, außer Samsung und Sony) oder 200 (Receiver, sowie Samsung und Sony Fernseher) Sky Pay-TV-Programme, nur bei Geräten welche technisch dafür geeignet sind (CI+ Schnittstelle, Sky zertifiziert, usw.)

*) Programmplatz 2: Sie finden in der jeweiligen Bundesländer-Senderliste das ausgewählte Landesstudio auf Programmplatz 2.
Die Liste 2019 basiert auf den Astra SAT Empfangsdaten von April 2019. Auf Änderungen der Sendefrequenzen haben wir keinen Einfluss.

Stand: April 2019

5.2 Eine Programmliste für alle Player

Alle Sender und Programme unter einem Dach. Die **ÖSTERREICHLISTE.AT** und der **Verein zur Förderung von TV-Programmlisten mit Österreich-Bezug** stehen allen in Österreich tätigen TV-Medienhäusern, seien es österreichische Fernseh-Sender, deren Vermarkter oder die Vermarkter von Sendern in Österreich, zum Beitritt offen. Angestrebt wird, möglichst alle Marktteilnehmer unter einem Dach zu vereinen und eine Programmliste zu erstellen, die auf einem langfristig tragfähigen Konsens beruht.

Das Serviceangebot der **österreichliste.at** ist weder von den Interessen eines einzelnen Anbieters, sei es ein TV-Sender, eine Vermarktungs-Gruppe, ein Netz-Betreiber oder ein Geräte-Hersteller, getrieben noch erfolgt die Reihung in der **österreichliste.at** auf Basis eines einzigen Marktteilnehmers. Im Gegenteil, Fairness, Transparenz und auch für Außenstehende objektiv nachvollziehbare Kriterien für die Reihung von Programmlisten sind das erklärte Ziel des Vereins **österreichliste.at** und seiner Mitglieder.

Neben den bereits mehrfach genannten Kriterien gilt dabei ein Grundsatz: **„Wir kaufen keine Programm-Plätze!“**



6 Die österreichische Programmliste

6.1 Die Reihungskriterien

Ordnung ins Chaos. Hunderte Sender rittern in Österreich um die Gunst des Publikums. Es herrscht geradezu ein Überangebot an Fernseh-Programmen. Mancher Marktbeobachter ist geneigt, die Lage sogar als „Senderchaos“ einzustufen. Täglich kommen neu TV-Programme hinzu. Mit dem erhöhten Angebot steigt aber auch die Orientierungslosigkeit der Zuschauer.

In dieser Situation sollen und können elektronisch angebotene Programmlisten Ordnung auf der Fernbedienung schaffen. Schließlich gilt es, dem TV-Publikum einen möglichst einfachen und barrierefreien Zugang zu den Fernseh-Programmen zu ermöglichen. Doch solche Programmlisten müssen auf klar nachvollziehbaren, objektiven, fairen und transparenten Regeln basieren.

Der **österreichliste.at** hat solche, sowohl für alle Marktteilnehmer als auch die TV-Konsumenten klar nachvollziehbare Kriterien für die Reihung von Programmlisten erstellt. Dieser umfassende Kriterien-Katalog ist nicht nur die Basis, sondern auch **das Herzstück für jede Programmierung von in Österreich gültigen Programmlisten.**

Im nachfolgenden Kapitel „Die Reihungsregeln“ sind diese Vorgaben, die sich an Faktoren wie „österreichische Lizenz“, „Vollprogramm“, „Marktanteil“ und anderen orientieren, aufgelistet.

6.2 Fairness als Maxime

Neue Medienvielfalt. Ganz allgemein gilt für die Belegung von in Österreich gültigen Programmlisten der Grundsatz, dass Rundfunk-Programme, die aufgrund ihrer inhaltlichen Ausrichtung in besonderem Maße zur Medienvielfalt und der kulturellen Identität des Landes beitragen, besonders hervorzuheben und leicht auffindbar zu machen sind. Gemeint sind damit in aller Regel öffentlichrechtliche Sender und Vollprogramme privater Anbieter sowie im regionalen Raum oder auf lokaler Ebene auch Regionalfenster und Regionalsender, dazu Spartensender mit dem Schwerpunkt Information sowie auf Sprachminderheiten und anerkannte Volksgruppen abgestimmte Sender und Programme.

Solch allgemein formulierte Regeln werden aber mittlerweile der komplexen Angebots-Vielfalt des Fernsehmarktes nicht mehr gerecht. Die mehrstufigen Kriterien der **österreichliste.at** berücksichtigen daher, ob ein TV-Angebot für die Medienvielfalt in Österreich interessant und wichtig ist und/oder ob es eine Relevanz für den österreichischen Markt besitzt. Diese objektivierte Kriterien für eine fair programmierte Programmliste bewertet alle Marktteilnehmer und Anbieter nach denselben Maßstäben.

Neben dem Empfang der österreichischen Programme ORF 1, ORF 2, ORF III, ORF Sport+, ATV und ATV 2, PULS 4, Servus TV, dem Regional-Senderverbund R9 sowie der österreichischen Version von RTL, VOX, RTL 2, N24 Doku, DMAX, Nickelodeon umfasst die **österreichliste.at** viele weitere deutschsprachige und internationale Vollprogramme und Spartensender. Dabei reiht die **österreichliste.at** österreichische Sender sowie die deutschen Sender mit österreichischem Programm- und/oder Werbefenster automatisch nach vorne. Insgesamt bedeutet das eine noch größere Programmv Vielfalt.

Mehr Regionalität. Ergänzend zu den Reihungs-Regeln, die sich aus dem Markt ergeben, fließen in diesen Katalog auch Faktoren ein, welche die föderalistische Struktur des Landes abbilden. Die **österreichliste.at** bietet daher auch mehr Regionalität. Konkret heißt das, ein Tiroler bekommt z.B. ORF 2 HD Tirol auf seinen Programmplatz 2 programmiert, ein Kärntner ORF 2 HD Kärnten und die TV-Seher im Burgenland natürlich ORF 2 HD Burgenland. Ebenso werden von dieser Regionalisierung der **österreichliste.at** lokale und regionale Privatprogramme erfasst.

Wird ein Programm sowohl in HD- als auch in SD-Qualität angeboten, wird die HD-Version vorgezogen, wenn sie für die TV-Konsumenten kostenlos verfügbar ist. Generell wird der Empfang in HD-Qualität bevorzugt behandelt.

Berücksichtigt werden zudem in Österreich gesetzlich anerkannten Volksgruppen und Minderheiten (Slowenen und Kroaten).

Ab Programmplatz 100 werden alle Pay-TV-Sender programmiert, ab dem Programmplatz 130 (Fernsehgeräte) bzw. Programmplatz 200 (Receiver sowie Samsung- und Sony-Fernsehgeräte) die Sky Pay-TV-Programme. Das bedeutet auch für diese Programmpakete klar festgeschriebene Programm-Plätze und genügend Flexibilität für neue Kanäle. Für die Kunden der angebotenen Pay-TV-Pakete bietet diese Listen-Programmierung vor allem aber eine bessere Orientierung und mehr Übersichtlichkeit.

Trotz der umfassenden und vorab getroffenen Einstellungen nach den Kriterien der **österreichliste.at** bleibt den Sehern und TV-Konsumenten jedoch immer die Möglichkeit, ihre bevorzugte, individuelle Programm- und Sender-Reihung zu erstellen. Diese Option muss für den TV-Zuschauer zwingend garantiert und per Gesetz fixiert, immer gegeben sein und bleiben.



7 Die neue österreichische Programmliste

7.1 Klare Reihungsregeln

Orientierungshilfe. Nach den bisher erörterten Rahmenbedingungen, den medienpolitischen Erfordernissen und der aufgezeigten Problematik rund um die Reihung von TV-Programmen wurden folgende, verbindliche Regeln für eine faire Reihung von TV-Angeboten auf den von Marktteilnehmern vorprogrammierten Programmlisten erarbeitet. Diese Regeln orientieren sich an den im vorhergehenden Kapitel „Die Reihungskriterien“ beschriebenen Faktoren und somit auch weitgehend am Seh-Verhalten der österreichischen TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauer bzw. an den Marktverhältnissen im österreichischen Fernseh-Markt.

7.2 Mehr-Säulen-Modell als Basis

Klare Vorgaben. Ausgangsbasis und Grundprinzip für diese Reihung ist ein Mehr-Säulen-Modell nach den folgenden Kriterien:

1. Österreichischer Sender

Ein österreichischer Sender besitzt eine „Österreichische Lizenz“.

Unterschieden wird zu diesem Punkt in der Listenreihung weiters zwischen einem

a) „**österreichischen Sender mit Vollprogramm**“ und einem Marktanteil mit mehr als 1,5 Prozent in der Zielgruppe 12+

... und einem ...

b) „**österreichischen Sender mit Programmfenster**“ und einem Marktanteil mit mehr als 2,5 Prozent in der Zielgruppe 12+.

2. TV-Sender

Als TV-Sender gilt hier ein via Satellit und/oder Terrestrik und/oder Kabelnetz zum Endkonsumenten verbreitetes Fernsehprogrammangebot.

3. Vollprogramm

Bei einem Vollprogramm handelt es sich hier um ein täglich wechselndes Fernsehprogrammangebot mit Österreich-Anteilen und täglich mindestens 18 Stunden originärem Programm.

7.3 Die Regeln für Programmlisten

Basis für ein neues Gesetz. Ausgehend von dem oben dargestellten Mehr-Säulen-Modell hat die österreichliste.at folgende Regeln für die Programmlisten-Reihung erarbeitet.

Diese Regeln gelten für alle Mitglieder im Verein österreichliste.at als verbindlich und werden von diesen auch als Empfehlung und Basis für eine mögliche gesetzliche Regelung angesehen und akzeptiert.

7.3.1 Der Kriterienkatalog für Programmlisten

Objektiv und fair. Der von der österreichliste.at aufgestellte Katalog für die Reihung ihrer Programmliste umfasst 14 klar nachvollziehbare Punkte. Diese ebenso objektiven wie fairen Regeln gelten (vorerst nur) verpflichtend für alle Mitglieder im Verein Österreichliste und dienen aus deren Sicht als Basis für eine künftige, gesetzlich fixierte, österreichische Programmliste, die alle Programmanbieter und technischen Dienstleister als Vorgabe akzeptieren und gegebenenfalls bei der technischen Implementierung einer eigenen Programmliste übernehmen müssen.

Der Kriterien-Katalog für die Programmlisten-Reihung der österreichliste.at:

- a) **Österreichischer Sender (Volllizenz)** mit einem Vollprogramm und einem Marktanteil von mehr als 1,5 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.
- b) **TV-Sender** mit einer Fensterlizenz oder einem Österreich-Werbefenster und einem Marktanteil von mehr als 2,5 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.
- c) **Österreichischer Sender (Volllizenz)** mit Vollprogramm und einem Marktanteil von 1 bis 1,5 Prozent.
- d) **TV-Sender** mit Fensterlizenz oder Österreich-Werbefenster und einem Marktanteil von **mindestens** 1 Prozent und **weniger als** 2,5 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.

- e) **Österreichischer Sender (Volllizenz)** mit Vollprogramm und einem Marktanteil von 0,5 Prozent bis 0,99 Prozent.
- f) **TV-Sender** mit Fensterlizenz oder Österreich-Werbefenster und einem Marktanteil von **mindestens** 0,5 Prozent und **weniger als** 0,99 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.
- g) **TV-Sender** mit Fensterlizenz oder einem Österreich-Werbefenster und einem Marktanteil von **mindestens** 0,2 Prozent und **weniger als** 0,5 Prozent.
- h) **Österreichischer Sender** mit mehr als 50 Prozent Produktionsanteil und mindestens 25 Prozent technischer Reichweite, der Marktanteil ist hier irrelevant.
- i) **TV-Sender** mit Fensterlizenz oder einem Österreich-Werbefenster und mit einem Marktanteil von **weniger als** 0,2 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.
- j) **TV-Sender** ohne Österreich-Werbefenster, aber einem Marktanteil von **mehr als** 2,5 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.
- k) TV-Sender ohne Österreich-Werbefenster sowie einem Marktanteil von weniger als 2,5 Prozent in der Zielgruppe 12 plus.
- l) Sonstige TV-Sender in der Sprache von in Österreich anerkannten Volksgruppen.
- m) Sonstige TV-Sender mit z.B. Interesse von in Österreich aufhaltigen Communities.
- n) Ab Listenplatz 100 Pay-TV.



8 Gesetze und Regulierung

8.1 RTR & KommAustria – Rolle, Aufgaben und Kontrolle

Kontrolle und Sanktionen. Der Medienmarkt insgesamt sowie der Fernseh-Markt im speziellen sind in Österreich klar durch mehrere Gesetze geregelt. Die Kontrolle und Einhaltung dieser gesetzlichen Voraussetzungen und Regeln hat neben den Gerichten eine eigene Regulierungs-Behörde, die RTR, zu gewährleisten, zu kontrollieren und nötigenfalls bei Verstößen auch zu sanktionieren.

Die „Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH“ (RTR) wurde per Gesetz am 1. April 2001 gegründet. Sie besteht aus den zwei Fachbereichen – Medien sowie Telekommunikation. Als Geschäftsstelle unterstützt die RTR die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria), die Telekom-Control-Kommission (TCK) und die Post-Control-Kommission (PCK). Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der RTR bereiten als Expertinnen und Experten zu Recht, Technik, Frequenzmanagement und Wirtschaft die Entscheidungen der Regulierungsbehörden auf.²⁸⁾

Die RTR fungiert zudem auch als Anlauf- und Informationsstelle für Anliegen der Hörer und Seher von Rundfunk- und Fernsehprogrammen oder der Nutzer von audiovisuellen Abrufdiensten, Rundfunknetzen und Rundfunkübertragungsdiensten.

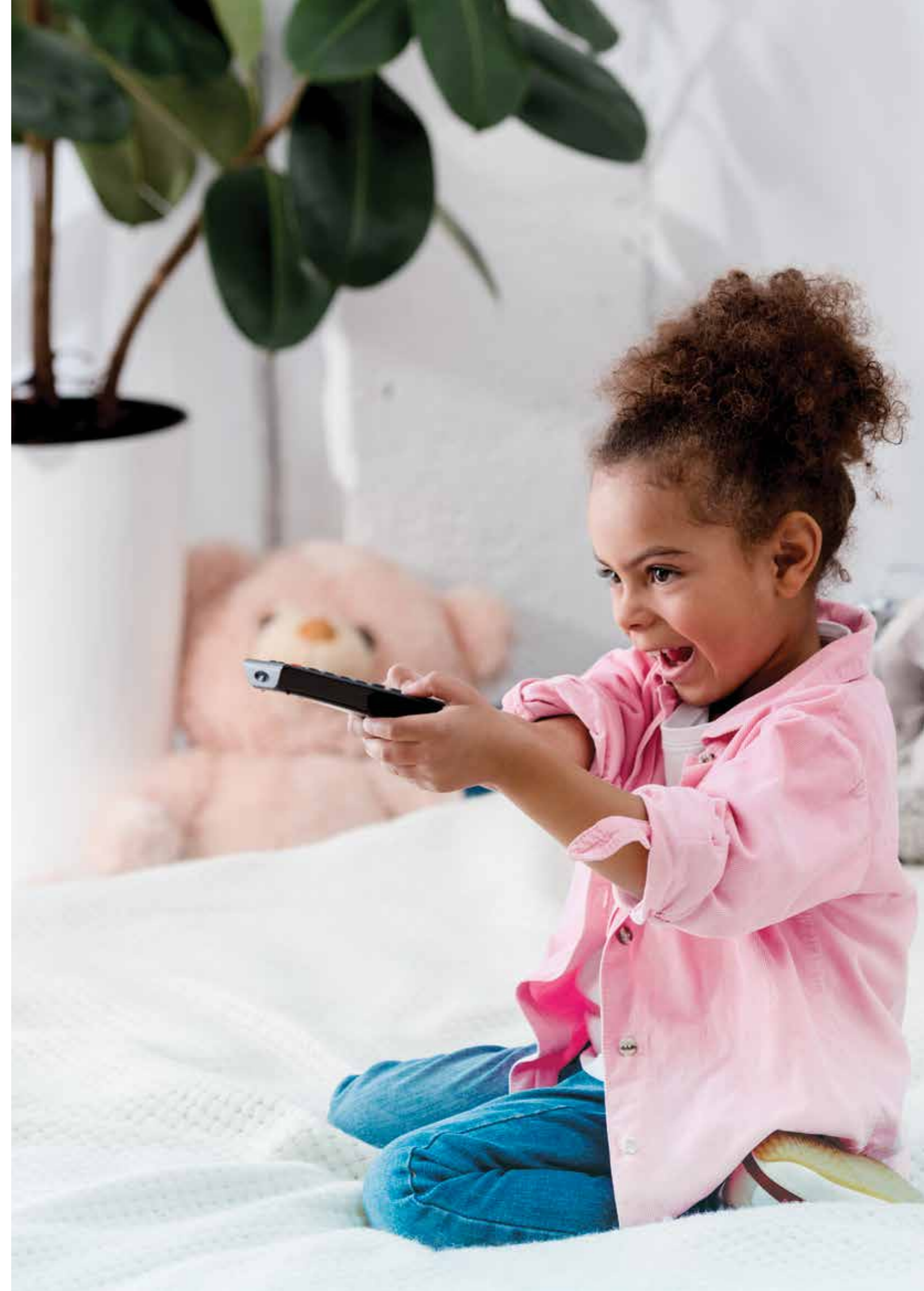
Im Segment Medien zeichnet die KommAustria für die „Verwaltungsführung und die Besorgung der Regulierungsaufgaben“ für die elektronischen Audiomedien und die elektronischen audiovisuellen Medien verantwortlich. Die KommAustria ist als Medienbehörde auch für die Aufsicht über den ORF und seine Tochtergesellschaften zuständig. Die RTR steht der KommAustria dabei als Geschäftsstelle unterstützend zur Verfügung.

Marktförderung und Medienvielfalt. Zu den Zielen und Aufgaben der KommAustria gehört es u.a. den Markteintritt neuer Anbieter zu fördern und die Medienvielfalt sowie die technischen Voraussetzungen für die Verbreitung von Rundfunkprogrammen zu sichern. Ebenso ist es Aufgabe der KommAustria, technische und ökonomische Konzepte für einen dualen Rundfunkmarkt in Österreich zu entwickeln sowie die Förderung des Marktes im Sektor der audiovisuellen Medien. Letztendlich soll die KommAustria die Schaffung und Bewahrung einer modernen und qualitativ hochstehenden Kommunikationsinfrastruktur zur Förderung der Standortqualität auf hohem Niveau sichern.

In weiterer Folge ist die KommAustria als Regulierungsbehörde für die Verwaltung des Fernsehfrequenzspektrums für den terrestrischen Rundfunk sowie für Errichtungs- und Betriebsbewilligungen für Funkseendeanlagen in diesem Bereich zuständig, hingegen obliegt die Aufsicht über diese Funkanlagen den Fernmeldebehörden.

28) Rolle, Aufgabe, Organisation und das Selbstverständnis der RTR bzw. der KommAustria finden sich auf der Homepage der RTR www.rtr.at unter dem Punkt „Über uns“.

Mithin fallen auch alle in Zusammenhang mit der Konzeption, Erstellung und Umsetzung von Sender- und Programmlisten in deren Aufgabenbereich. Eine Kontrolle und im Streitfall auch eine Schlichtung sowie ein Maßnahmen- und Strafen-Katalog für eventuelle gesetzliche Verstöße eines oder mehrerer Marktteilnehmer wären daher auch bei der KommAustria anzusiedeln. Diese Stelle ließe sich u.a. in der Form eines Beirates, der als Prüfung- und Schlichtungsinstanz und Schiedsgericht agiert, einrichten.



9 Die Distributions-Plattformen

9.1 Rollen und Aufgaben

Übertragungswege und Selektionsmöglichkeiten. Auf Grund der Komplexität der digitalen Übertragung von Fernsehsignalen, die nach der Produktion zuerst codiert werden, um so übertragen zu werden, und schließlich wieder decodiert werden müssen, um letztendlich von den Zuschauern gesehen werden zu können, verfügen die auf jeder Stufe der TV-Übertragungs-Kette angesiedelten Unternehmen und technischen Dienstleister über eine Selektionsmöglichkeit jener Programme, die sie in ihr Angebot aufnehmen bzw. ausstrahlen.

Zugangshürden für die TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauer zu bestimmten Programmen und Sendern ließen sich in vielfältiger Form installieren. Der Betreiber einer Multiplex-Anlage könnte demnach die Aufnahme eines Senders in sein Programm-Bouquet verweigern, ein Programm-Aggregator könnte seine Sender-Auswahl ebenso willkürlich treffen wie ein Kabelnetz-Anbieter, der Hersteller bzw. Distributor von Set-Top-Boxen/Receivern könnte nur bestimmte Programme umwandeln, der Betreiber des Navigationssystems wiederum könnte bestimmte Programme gar nicht oder nur versteckt auflisten. Der Anbieter einer SmartCard könnte den Einsatz eines Systems für bestimmte Pay-TV-Sender verweigern. Solche Vorhaben gilt es schon im Ansatz zu unterbinden.

Im Fernseh-Markt schwimmen heutzutage die Grenzen immer mehr. Viele Glieder in der Verwertungs- und Übertragungskette, deren Funktion noch bis vor kurzem klar festgeschrieben war, treten mittlerweile in einer Doppel- oder gar Mehrfach-Rolle auf. Auch Internet-Dienste drängen mit einzelnen Services auf den TV-Bildschirm, zudem bieten Aggregatoren ihren Kunden immer öfter über Informations- und Werbeseiten auch eigene Inhalte an. Diese Entwicklungen werfen neue Problemfelder auf.

Neue Anbieter, neue Dienste, neue Problemfelder. Ähnliches gilt für Video-Services, Recorder-Angebote, TV- und Mediatheken usw. Auch die Distributions-Plattformen haben sich mittlerweile von der Aufgabe des reinen Verteilers gelöst und werden immer mehr selbst zu Programm-Anbietern. Bei A1 TV ist das z.B. über einen Abruf-Service für Filme, aber auch als Anbieter von Live-Übertragungen von Spielen der Österreichischen Fußball-Bundesliga der Fall. Auch aus der neuen Partnerschaft des Kabelanbieters UPC und des Mobilfunk-Betreibers T-Mobile in Österreich könnten sich derartige Konflikte ergeben, bei denen die eigenen Programm-Interessen jenen in der Rolle und bei den Aufgaben als Distributor entgegenstehen bzw. die ursprüngliche Rolle als Aggregator und Distributor zum eigenen Vorteil für eigene Programminteressen eingesetzt werden könnte.

Diese Machtposition darf nicht zu einer Gatekeeper-Rolle führen oder gar zu einer solchen missbraucht werden. Ein Distributor darf die Programmplätze weder nach willkürlichen Entscheidungen noch nach Eigeninteressen belegen oder gar bestimmte Sender ohne rational nachvollziehbare Gründe aus seinem Angebot ausschließen, um so den Markt künstlich zu verengen. Vor allem dürfen eigene Programm-Angebote von den Distributoren nicht bevorzugt behandelt werden.

Grundsätzlich trifft der Betreiber einer Plattform die Entscheidung über die Belegung einer Programmliste, diese muss aber nach nachvollziehbaren Kriterien erfolgen (Marktanteil, Inhalt, Programmvielfalt usw.). Plattformanbieter dürfen den Wechsel von Sendern und das individuelle Programmieren einer Programmreihenfolge durch den TV-Konsumenten, den User nicht behindern oder gar blockieren. Voreinstellungen und einmal getroffene Reihungen müssen durch den Endkonsumenten problemlos stets wieder verändert und rückgängig gemacht werden können.

Alle Sender- und inhaltlichen Angebote müssen unabhängig vom Inhalt oder der Programmform mittels einer Suchfunktion diskriminierungsfrei auffindbar sein.

Die regulatorischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Vertrieb von Fernseh-Signalen müssen für allen Ebenen und jede Phase der Übertragung so gestaltet sein, dass sie Chancengleichheit sowie eine faire und diskriminierungsfreie Auswahl gewährleisten. Vieles ist in den bestehenden Medien- und Fernsehgesetzen bereits geregelt. Dennoch gilt es, auf die neuen Herausforderungen zu reagieren und klare Regeln für die Belegung von Programmplätzen und -listen, von Programm-Reihungen und -Listen zu schaffen und diese gesetzlich zu fixieren.

9.2 Must-Carry vs. Must-be-Found

9.2.1 Eine Gegenüberstellung

Programme und TV-Publikum. Ursächliches Ziel der Anbieter von Fernseh-Inhalten ist es, dass deren Programme auch beim Publikum, bei den Zuschauerinnen und Zuschauern ankommen. Die technischen Verbreitungs- und Sendemöglichkeiten sowie die Mediengesetze schaffen die Rahmenbedingungen dafür. Vor allem die technischen Dienstleister in der Verbreitungskette von TV-Signalen müssen sicherstellen, dass die Programme auch tatsächlich und in der entsprechenden Qualität bei den Seherinnen und Sehern ankommen.

Dabei gilt es zwei Ansprüche abzuwägen und zu berücksichtigen. Zum einen geht es um einen gewissen gesellschaftlichen Auftrag, der sich mit dem Schlagwort „österreichische Identität“ umreißen lässt, zu der Information, Bildung, Kulturauftrag und ähnliches mehr zählen. „Österreich zuerst!“ wäre eine griffige Formel für diesen Anspruch, bei dem die TV-Konsumenten im Fokus stehen. Zum anderen sind natürlich

auch die Marktinteressen der verschiedenen TV-Sender und Programm-Anbieter zu berücksichtigen.

Laut der gesetzlich fixierten „Must-Carry“-Bestimmungen sind die Kabelnetz-Betreiber in Österreich verpflichtet, die ORF-Hörfunk- und Fernsehprogramme einschließlich ORF III und ORF Sport+ weiter zu verbreiten, „sofern dies ohne unverhältnismäßig großen (ökonomischen und/oder technischen) Aufwand möglich ist“²⁹⁾, heißt es dazu im AMD-G (§20, Abs.1). Diese „Must-Carry“-Verpflichtung gilt laut ORF-Gesetz (§§ 4b, Abs. 2 und 4c, Abs 2)³⁰⁾ auch für Multiplex- und Satelliten-Betreiber. Das Gesetz für Audiovisuelle Mediendienste (§20 Abs 2) hält zudem fest, dass „Kabelnetzbetreiber Fernsehprogramme, die einen besonderen Beitrag zur Meinungsvielfalt im Verbreitungsgebiet leisten, auf Nachfrage zu jenen Bedingungen zu verbreiten (haben), die für die überwiegende Anzahl an sonstigen im Kabelnetz verbreiteten Programme gelten“³¹⁾.

Ein Kabelnetz-Betreiber muss nach diesen Gesetzen einem Programmveranstalter zwar Zugang zu seinem Kabelnetz gewähren, allerdings ist dazu eine vertragliche Vereinbarung erforderlich und der Netzbetreiber ist berechtigt, für den Transport eines Fernsehsignals ein entsprechendes Entgelt in Rechnung zu stellen. Diese „Must-Carry“-Bestimmungen gelten sowohl für die digitale als auch die analoge Verbreitung. Die KommAustria fungiert als Kontroll- und Vollzugsbehörde für diese Bestimmungen.

Die RTR formulierte dazu schon 2001 nach einem entsprechenden Verfahren: „Damit nicht die Kabelbetreiber diejenigen sind, die die alleinige Letztentscheidung darüber treffen, welche Programme empfangen werden können und welche nicht, und dabei möglicherweise der Meinungsvielfalt einen Schaden zufügen, kennt das PrTV-G im § 20 den ‚Verbreitungsauftrag in Kabelnetzen‘, auch ‚Must-Carry-Verpflichtung‘ genannt.“³²⁾ Und weiter heißt es im RTR-Text: „Demnach haben Kabelnetzbetreiber in der Regel jedenfalls die Programme des ORF und – gegen angemessenes Entgelt – jene des Inhabers der bundesweiten Fernsehzulassung zu verbreiten.“³³⁾

Mit dieser Feststellung zu einem „Must-Carry-Verfahren“ aus dem Jahr 2001 fixierte die RTR/KommAustria zwar die Verbreitungspflicht auch für Privatprogramme, zugleich hält die Medienbehörde damit jedoch auch eine Ungleichbehandlung von öffentlich-rechtlichem ORF und den privaten TV-Anbietern fest. Denn nur an letztere darf demnach ein Entgelt für die Verbreitung ihres Programms in Rechnung gestellt werden, während für den ORF keine solchen „Kabel-Gebühren“ anfallen.

Eine zentrale Forderung an die österreichische Medienpolitik muss daher die Beseitigung dieser Ungleichbehandlung in naher Zukunft sein, um einen fairen Wettbewerb unter annähernd gleichen Bedingungen zu gewährleisten. Letztendlich heißt das, eine entgeltfreie Einspeisungsverpflichtung für alle österreichischen Programme, inklusive der österreichischen Programm- und Werbefenster, in die österreichischen Kabelnetze.

29) Alle aktuellen Mediengesetze lassen sich auf der Website der Regulierungsbehörde RTR www.rtr.at/de/m/ Gesetze nachlesen, www.rtr.at/de/m/AMDG

30) ebenda und www.rtr.at/de/m/ORF-G

31) ebenda, www.rtr.at/de/m/AMDG

32) RTR, Kommunikationsbericht 2001: 3.2.4. Must-Carry-Verfahren, Seite 44-45

33) ebenda

10 Gleichheitsgrundsatz und Chancengleichheit

10.1 Das Diskriminierungsverbot

Information und Unterhaltung. Die Europäische Union stuft das Fernsehen als „den wichtigsten Informations- und Unterhaltungsträger in Europa“ ein und schreibt in der Fernsehrichtlinie „Fernsehen ohne Grenzen“ die wichtigsten Rahmenbedingungen für das Fernsehen in den EU-Mitgliedsstaaten fest.³⁴⁾ Diese Richtlinie stellt die Basis für funktionierende Fernsehmärkte in den einzelnen Mitgliedsländern dar. Einer der zentralen Punkte dieser Fernsehrichtlinie ist die „freie Verbreitung der europäischen Fernsehprogramme innerhalb des Binnenmarktes“³⁵⁾. Für einen prosperierenden und gesunden Fernseh-Markt in Österreich lässt sich daraus die Gleichbehandlung aller österreichischen, öffentlich-rechtlichen und privaten Sender sowie jener Sender, die in Programm- und/oder Werbefenstern nur teilweise österreichische Inhalte anbieten, als eine der Grundvoraussetzungen ableiten und formulieren.

TV-Sender und Fernseh-Programme dürfen gegenüber gleichartigen Anbietern ohne sachlich gerechtfertigte Gründe nicht unterschiedlich behandelt werden. Vor allem ist es unzulässig, dass TV-Anbieter bei der Verbreitung ihres Programmes auf Antrag oder Aufforderung eines Dritten, eines Mitbewerbers oder eines anderen TV-Anbieters behindert, schlechter behandelt oder nachteilig gereiht werden. Die Verbreitung von Programmen und anderen TV-Angeboten hat zu angemessenen Bedingungen und zu klar nachvollziehbaren Konditionen zu erfolgen. Entgelte und Tarife sind offenzulegen und so zu gestalten, dass auch regionale und lokale Anbieter zu angemessenen und chancengleichen Bedingungen verbreitet werden können.

„Gleichartige Angebote oder Inhalte dürfen bei der Auffindbarkeit, insbesondere der Sortierung, Anordnung oder Abbildung auf Benutzeroberflächen nicht ohne sachlich gerechtfertigten Grund unterschiedlich behandelt, ihre Auffindbarkeit darf nicht unbillig behindert werden“, formulieren die deutschen Landesmedienanstalten in ihrem Entwurf und Diskussionspapier zu einem neuen Rundfunk- und Fernsehstaatsvertrag.³⁶⁾ Diese oder eine inhaltlich auf das gleiche Ergebnis abzielende Formulierung muss auch ein neues österreichisches Mediengesetz enthalten.

34) Vergleiche dazu die Fernsehrichtlinie der Europäischen Union „Fernsehen ohne Grenzen“ auf der EU-Website eur-lex.europa.eu.

35) ebenda

36) Vgl. dazu u.a. den deutschen „Rundfunkstaatsvertrag“ in der Fassung vom 24. 04. 2018, zu finden u.a. auf der Website der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg www.lfk.de/Rundfunkstaatsvertrag und den Entwurf bzw. die „Diskussionsgrundlage für eine Neufassung der Maßgaben zur Plattformregulierung im Rundfunkstaatsvertrag“ der Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen NRW (www.medienanstalt-nrw.de) auf der Plattform der Medienanstalten in Deutschland www.die-medienanstalten.de, Stellungnahme des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien www.mbei.nrw.de/plattformregulierung sowie des Verbandes Privater Medien www.vau.net/system/files/documents/22_raestv_2018-06-14.pdf.

Durch die Reihung der Sender und Programme darf keine Vormachtstellung einzelner Sender, Sender-Gruppen, Anbieter, Vermarkter oder Aggregatoren entstehen, insbesondere dann nicht, wenn eine solche auf finanzieller Basis oder einer anderen materiellen Gegenleistung beruhen sollte. Das Bezahlen für das Positionieren von Programmen und Inhalten, speziell für eine sachlich ungerechtfertigte Besserreihung, ist mittels gesetzlicher Regelungen und Hürden zu untersagen und zu verhindern.

Generell gefordert und umzusetzen ist ein aktiver und effektiver Schutz gegen jegliche Form von Diskriminierung einzelner Anbieter.

10.2 Blockade-Politik

10.2.1 Programm-Flotten vs. regionale Interessen

Flotten-Politik und Programm-Vielfalt. Das Mosaik der TV-Sender auf allen Verbreitungsebenen und Plattformen wird immer bunter. Programmbouquet lautet eines der Zauberworte bei den Expansionsstrategien der großen Sendergruppen. Dabei werden die Publikumsmärkte in immer kleinere Zielgruppen segmentiert und das inhaltliche Angebot mit neuen Sparten- und Minisendern immer präziser auf derart definierte, potenzielle Sehergruppen zugeschnitten. Vollprogramme werden so von einer ganzen Flotte an Sender-Beibooten flankiert.

Die Programmbündelung von Sendern aus einer einzigen Senderfamilie wäre aus Sicht der einzelnen Betreiber vor allem aus organisatorischen und marketingtechnischen Gründen eine wünschenswerte und auch praktikable Möglichkeit der Programm-Reihung. Aber je mehr Sender eine Gruppe anbietet, um so größere ist die Wahrscheinlichkeit, dass es sich bei diesen Kanälen um Spartensender handelt, die sich z.B. inhaltlich oder nach der Altersstruktur (Kindersender, Programm für eine ältere Zielgruppe) an eine klar definierte, aber begrenzte Seherschaft wenden. Ein Betreiber könnte durch eine Unzahl an Spartenprogrammen, Minisendern und Sender-Ablegern zahlreiche Sendeplätze blockieren und andererseits die Vollprogramme anderer Anbieter auf hintere Sendeplätze verweisen. Eine solche Form der beabsichtigten oder unbeabsichtigten Blockadepolitik ist unzulässig und in einem neuen Mediengesetz eindeutig zu untersagen. Zudem würde sich in einem solchen Fall die Frage der marktbeherrschenden Stellung (Kartell) oder schlimmstenfalls eines Monopols stellen.

Blockade-Politik. Für solch beabsichtigte Blockade-Strategien, die es durch entsprechende Regelungen zu verhindern gilt, bedarf es nicht einmal eines Programm-Angebots mit üblichen Bewegtbildern, denn ein Marktteilnehmer könnte bei derartigen Bouquet- oder Bündellösungen Sendeplätze beispielsweise auch mit nur Text umfassenden Infoseiten oder ähnlich statischen Angeboten belegen. Derartige Infoseiten müssen auf alle Fälle auf den hinteren Sender-Plätzen programmiert werden.

Auch Haussender von Wohnanlagen könnten theoretisch Sendeplätze blockieren, allerdings würde es technisch keinen Sinn ergeben, derartige Programme über die Terrestrik, ein kommerzielles Kabelnetz oder gar per Satellit zu verbreiten. Alleine die Kosten sprechen derzeit gegen die Einspeisung in einen der genannten Übertragungswege.

Reicht die Kapazität nicht zur Belegung mit allen Sendern aus, ist zwar den Programmen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, vor allem solchen mit Informations- und Nachrichtencharakter, Vorrang vor kommerziellen Programmen einzuräumen, allerdings nicht in unbegrenztem Ausmaß. Hier gelten spezielle Regeln für den Transport von TV- und Sendungs-Signalen, die nach dem folgenden Prinzip angewandt werden.

Rücksicht auf lokale Besonderheiten. Bei beschränkten Kapazitäten darf das Angebotsspektrum für bundesweit zu empfangende Programme nicht durch Lokal- oder Regionalfenster, auch nicht der öffentlich-rechtlichen Sender begrenzt werden. In einem solchen Fall scheint eine Reduktion auf zwei, maximal drei Regionalfenster (z.B. ORF 2 OÖ, ORF 2 Sbg., ORF 2 Steiermark) sinnvoll. Angebots-Bündel mehrerer Bundesländer-Versionen von ORF 2 würden dennoch unter einer speziellen Ausgangslage als wünschenswert erscheinen. Dies vor allem dann, wenn der gewachsene wirtschaftliche, organisatorische oder gesellschaftlich Bezugsraum einer Region nicht mit den Bundeslandgrenzen ident erscheint, sondern z.B. durch gewachsene Wirtschaftsräume, die Schullandschaft, den Arbeitsmarkt oder andere Gegebenheiten stark zu einem anderen Bundesland ausgerichtet ist. Beispielsweise ist der Salzburger Tennengau wegen seiner geografischen Lage stark in die Steiermark orientiert, der Bezirk Braunau in Oberösterreich intensiv an Salzburg angebunden und Osttirol hat zu Kärnten vielfach mehr Bezug als zu Nordtirol. Diese Verbindungen lassen sich teilweise sogar durch objektive Kriterien wie Telefon-Vorwahlen oder Postleitzahlen, die rein mathematisch zu einem anderen Bundesland gehören, nachvollziehen.

Entscheidungen, die auf solchen Voraussetzungen beruhen, sind im konkreten Fall intensiv zu prüfen und entsprechend zu begründen. Da ohnedies die Verpflichtung existiert, Regional-Programme des ORF zu transportieren, besteht andererseits nicht die Gefahr, dass solche Regionalangebote völlig aus dem Raster fallen.

Die Vollprogramme der privaten Anbieter sind im Falle drohender Kapazitätsgrenzen vor Sparten- und Shoppingkanälen, insbesondere aber auch vor Programmen, die ausschließlich Schaubilder, Textinformationen oder nur fernsehähnlichen Charakter aufweisen, zu reihen. Die Verbreitung von Angeboten mit einzelnen Bewegtbildern in rascher Abfolge oder über Schaubilder (Teletext, fernsehähnliche Telemedien, Info-Dienste, elektronische Programm-Guides usw.) darf keine Plätze für Sender mit Vollprogramm oder Sparten-Programm blockieren.

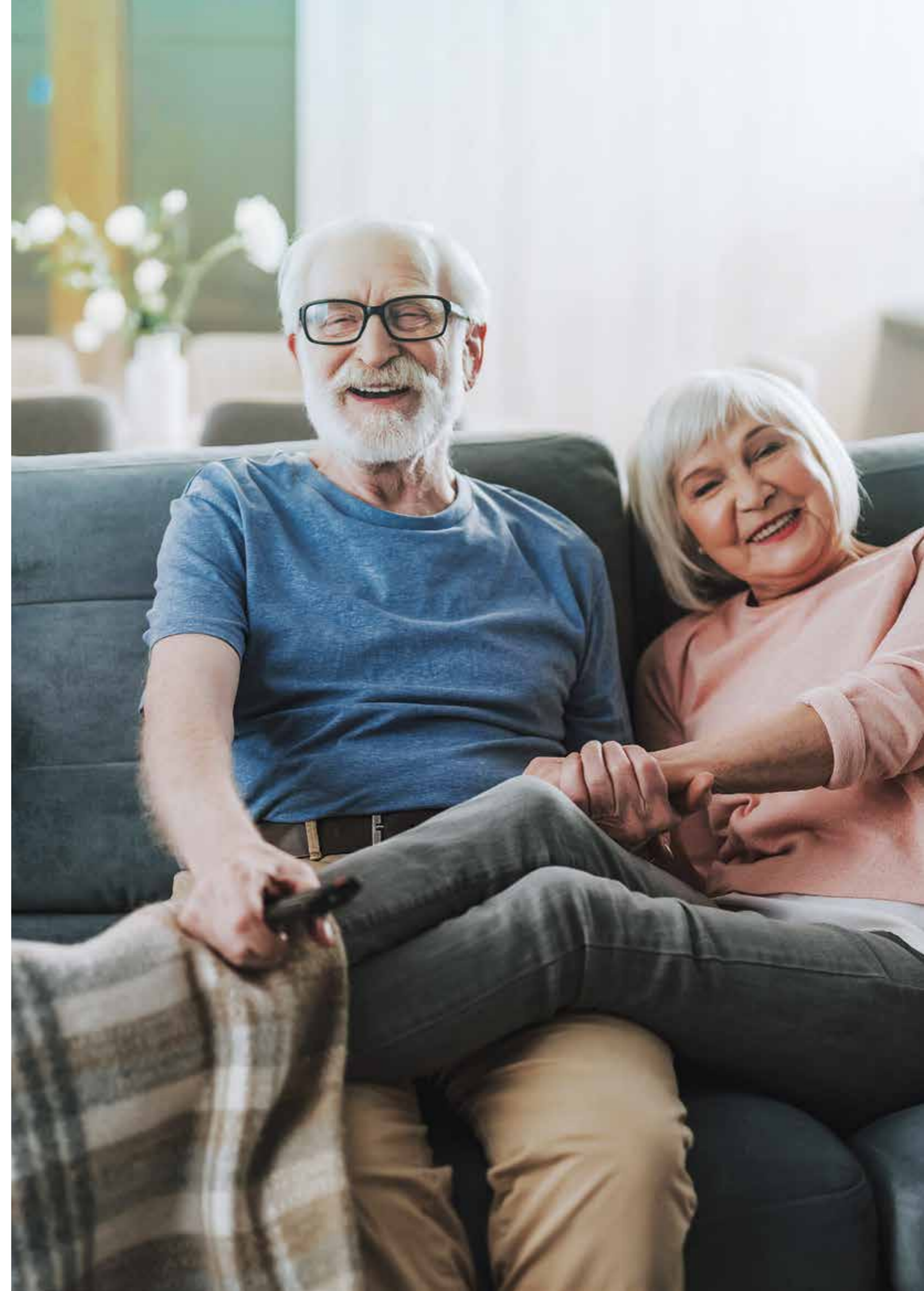
Bezahl-Kanäle und Streaming-Dienste. Auch durch verschlüsselte und/oder Pay-TV-Angebote könnten mutwillig Sendeplätze blockiert werden. Die Zuschauer sehen in einem solchen Fall nur einen Hinweis auf das Bezahlangebot des jeweiligen Senders. Die Folge ist eine mühsame Suche von Programmen über zahlreiche Sendeplätze hinweg, die von diesen Bezahl-Sendern blockiert werden oder überhaupt nicht belegt sind. Die Abo-Sender und Bezahl-Programme sind in diesem Fall nur für die jeweiligen Abonnenten sichtbar, blockieren aber Sendeplätze, auf denen sonst Programme gezeigt wären, die von allen TV-Kunden zu sehen sind.

Da Pay-TV-Anbieter ständig neue Kanäle und Inhalts-Pakete auf den Markt bringen, steigt deren Bedarf an Programmplätzen permanent. Die Folge: Für den Zuschauer gestaltet sich auch die Suche nach frei zugänglichen Sendern immer schwieriger und mühsamer, wenn Sendeplätze – in Programmlisten vor allem auf den vorderen Positionen – mit Kanälen belegt sind, die keinen freien und dauerhaften Zugang zu deren Inhalt gewähren. Pay-TV-Sender und ähnliche entgeltliche Programme verlieren im Fall von beschränkten Kapazitäten daher ihre Plätze im Portfolio einer Programmliste.

Soziale Medien und andere Internet-Anbieter wandeln sich mit einzelnen Diensten immer mehr zu TV-ähnlichen Angeboten (YouTube usw.). Auch wenn sie als die großen Konkurrenten der TV-Sender gelten, könnten sie den TV-Bildschirm als zusätzliche Auspielplattform für sich entdecken und Begehrlichkeiten auf die vorderen und damit attraktiveren Sender-Plätze entwickeln. Sofern die jüngsten Generationen der TV-Geräte nicht ohnedies bereits internetfähig sind. Eine Reihung solcher Internet-Services auf den Programm- und Sender-Listen hat hinter den klassischen TV-Sendern und Angeboten, insbesondere hinter Vollprogrammen, Programmen in deutscher Sprache sowie den Anbietern von österreichischen Programm- und Werbefenstern zu erfolgen.

Neue Dienste wie z.B. die Streaming-Anbieter Netflix, Amazon Video und DAZN, aber auch das österreichische Flimmit bieten nichtlineares Fernsehen und stellen die etablierten TV-Sender mit ihrem linearen Fernseh-Angebot vor neue Herausforderungen. Auch diese Streaming-Anbieter könnten über die bisherigen, den Fernseh-Sendern vorbehaltenen Auspielplattformen auf den TV-Bildschirm drängen, um so neue Absatzmärkte zu erschließen. In diesem Fall sind die Streaming-Dienste ähnlich wie die Anbieter von Abo-Fernsehen einzuschätzen und bei einer möglichen Sende-Platzreihung entsprechend zu behandeln.

Auch in diesem Fall sind die Reihungsregeln für Soziale Medien und Internet-Services bei der Programmlisten-Belegung anzuwenden (siehe dazu vorhergehendes Kapitel zum Gleichheitsgrundsatz und der Chancengleichheit).



11 Hardware-Erzeuger und -Anbieter

11.1 Neutralität in der Distributionskette

Hardware versus Inhalte. Die Satelliten-Receiver und TV-Gerät mit integriertem Empfangs-Modul stellen die „letzte Hürde“ für TV-Programme und -Inhalte auf dem Weg zum TV-Konsumenten dar. Unternehmen, die derartige Geräte herstellen und vertreiben, sollten grundsätzlich die Rolle des neutralen Transporteurs übernehmen, welcher die Inhalte nach dem Prinzip der Black Box zur Verfügung stellt. Eine Gatekeeper-Funktion sieht weder der Gesetzgeber vor, noch ist eine solche in der grundsätzlich technischen Konzeption von TV-Geräten, Receivern und Empfangs-Modulen ursächlich gegeben.

Doch die Rolle der Geräte-Hersteller hat sich in jüngster Vergangenheit deutlich verändert. Sie treten nun auch als Aggregator auf und bieten eine Voreinstellung der Geräte mit eigenen Programmlisten an, deren Reihungskriterien sich nicht immer und/oder meist nur schwer nachvollziehen lassen. Statt als neutraler Anbieter von Empfangstechnik im Sinne der TV-Konsumenten zu agieren, verstehen sich die Geräte-Hersteller plötzlich als Aggregatoren. Diese neue, ihnen ursprünglich nicht zugeordnete Rolle, haben die Gerätehersteller nicht zufällig übernommen. Vielmehr stecken klare wirtschaftliche Interessen dahinter. Denn die Hersteller von TV-Geräten, Satelliten-Receivern und anderer Hardware zum Empfang von TV-Programmen haben die Programmierung eigener Programmlisten als ein neues, lukratives Geschäftsfeld und als eine angenehme Einnahmequelle für sich entdeckt. Zum eigenen Vorteil, aber nicht immer zum Vorteil des Fernseh-Publikums. Ganz im Gegenteil, vielfach erwachsen den TV-Konsumenten dadurch sogar Unannehmlichkeiten und erhebliche Nachteile.

Zuschauer-Interessen oft zweitrangig. Getrieben und animiert von den Eigeninteressen einzelner TV-Sender und/oder Senderfamilien, aber auch kommerziellen Anbietern von Programmlisten, lassen sich viele Gerätehersteller mittlerweile fürstlich für die Vorprogrammierung bezahlen und reihen voreingestellt Programmlisten in den eigenen Geräten nach den Interessen und Wünschen dieser finanzkräftigen Auftraggeber. Die Interessen des österreichischen TV-Publikums stehen in Folge bei der Programmlisten-Erstellung erst an zweiter Stelle.

Dabei sollte eine Voreinstellen der Programmlisten in den Geräten ausschließlich nach Zuschauerinteressen und allgemein gültigen, weitgehend den Markt widerspiegelnden, transparenten und nachvollziehbaren Kriterien erfolgen. Das war auch die ursprüngliche Intention von vorprogrammierten Programmlisten, die eine Serviceleistung der Gerätehersteller gegenüber ihren Kunden darstellten. Solche vorprogrammierte Programmlisten waren und sind im Sinne der Medienvielfalt sowie eines möglichst barrierefreien Zugangs zu den einzelnen TV-Sendern und ihren Programmen auch wünschenswert

und sinnvoll. Die Auswahl und Reihung der Programme haben aber weder der Hersteller noch der Vertreiber solcher Geräte vorzunehmen, es sei denn, ihnen werden keine anderen und praktikablen Vorgaben geboten.

Generell sind bei der Voreinstellung von Programmlisten alle österreichischen Gesetze und Auflagen zu erfüllen. Dies gilt insbesondere für die Aufnahme- und Einspeisungsverpflichtung für österreichische Fernsehsender und TV-Programme sowie mit diesen gleichgesetzte Programm-Angebote.

Willkürliche Besserreihung. Insbesondere ist eine Vorprogrammierung von Programmlisten abzulehnen und zu untersagen, die aufgrund von „Einspeisungsgebühren“ welcher Art auch immer, materiellen Gegenleistungen und/oder anderen wirtschaftlichen Vereinbarungen zwischen einzelnen Sendern oder Sender-Gruppen einerseits und den Geräteherstellern und -vertreibern andererseits zustande kommt. Das Bezahlen für das Positionieren von Sendern, Senderfamilien, TV-Programmen und anderen TV-Inhalten, insbesondere das willkürliche Vor- und Besserreihen zu Ungunsten ähnlich positionierter Sender, Programme und/oder TV-Anbieter sowie gleichwertiger Inhalte ist abzulehnen und zu untersagen.

Programmlisten und Sender-Reihungen seitens der Gerätehersteller und -Vertreiber haben in allen Fällen nach klar erkennbaren, objektiven Kriterien und fairen Regeln zu erfolgen. Die Reihungs-Grundlagen für Listen und Reihungen, die von diesen Kriterien und Regeln sowie insbesondere gesetzlichen und regulatorischen Vorgaben abweichen, sind ebenso wie die Programmlisten selbst offenzulegen und zu begründen.

Für die Hersteller und -Vertreiber von TV-Geräten, Receivern und anderen technischen Einheiten für den TV-Empfang gelten für das Erstellen von Sender- und Programmlisten sowie deren Handhabung dieselben Regeln, Auflagen und Gesetze wie für alle anderen Dienstleister in der Vertriebs- und Verbreitungskette von TV-Signalen.

Medienbehörde und Regulierung. Anlaufstelle bei allfälligen Streitfällen sind die österreichischen Medienbehörden und Regulierungsstellen. Entscheidungen, Schiedssprüche und Urteile bei Streitfällen werden von den jeweils zuständigen Behörden und juristischen Instanzen nach den jeweils gültigen österreichischen Medien- und anderen Gesetzen sowie Auflagen, insbesondere solchen für den Fernseh-Markt gefällt.

Allen technisch oder in anderer Form voreingestellten Sender- und Programmlisten bleibt jedoch der Wunsch der einzelnen Fernseh-Konsumentin bzw. des einzelnen Fernseh-Konsumenten zu einer individuellen Programmierung übergeordnet. Die Möglichkeit einer individuellen Senderplatz-Programmierung und -Umprogrammierung muss für die TV-Konsumenten zu jedem Zeitpunkt barrierefrei gegeben bleiben. Individuelle Programmierungen dürfen in keiner Form, insbesondere nicht durch technische Implementierungen, untersagt oder blockiert werden.

Diese Technik darf weder durch Hard- noch durch Software so kompliziert gestaltet werden, dass dem einzelnen TV-Konsumenten das eigene Reihen der TV-Programme nach seinen persönlichen Wünschen und Vorstellungen erschwert oder quasi unmöglich gemacht wird. Im Gegenteil, ist hier stets die technisch einfachste Lösung anzustreben.



12 Resümee und Ausblick

12.1 Gegenwart und Zukunft

Fokus auf den Zuschauer. Nach den bisherigen Ausführungen besteht die klare Forderung, für sämtliche in Österreich verbreiteten Programmlisten sowie die in TV-Geräten, Satelliten-Receivern oder anderen technischen Einheiten für den Empfang von TV-Programmen implementierten Programmlisten klare gesetzliche Vorgaben zu schaffen und im Umkehrschluss willkürlich gereichte, vor allem aber auf Geldflüssen basierende Programmlisten zu verbieten. Der Fokus bei der Programmlisten-Reihung muss ausschließlich auf die Fernseh-Zuschauerinnen und -Zuschauer in Österreich gerichtet sein und nicht auf die Interessen einzelner Sender, Sender-Familien, Aggregatoren, Kabelnetz-Anbieter oder sonstiger Dienstleister in der TV-Übertragungskette.

Medien sind eine wichtige Grundlage der Demokratie. Im Medienmarkt geht es aber auch um Macht und Meinung, um Einfluss und Entscheidungen, um ökonomische und politische Rahmenbedingungen. Im österreichischen TV-Markt bedarf es zudem eines Gleichgewichts zwischen öffentlichrechtlichen Sendern und privatem Fernsehen. Dieses Gleichgewicht ist nicht nur durch die Rahmenbedingungen im Binnenmarkt labil und daher immer weder auszutarieren, sondern wird auch durch neue intermediäre Konkurrenz wie z. B. das Internet und neue inhaltliche Angebotsformen infrage gestellt.

Auch wenn der Fernsehmarkt insbesondere aus Sicht der Werbewirtschaft nach wie vor über ein Wachstumspotenzial verfügt, kommt es zwischen den einzelnen Sendern und Programmen oft nur noch zu einem Verdrängungswettbewerb. Dennoch drängen zahlreiche internationale Anbieter aus dem TV-Sektor mit immer neuen und mehr Programmen weiter auf den Markt. Aber auch neue Anbieter aus anderen medialen Sektoren sorgen für Konkurrenz. Der technische Fortschritt senkt die Zugangsbarrieren für neue Mitbewerber, aber auch die ökonomischen Hürden für die Verbreitung von neuen Programmen werden immer kleiner.

Klare Mediengesetze. Faire Wettbewerbsregeln und klare Mediengesetze sind eine unabdingbare Notwendigkeit für ein partnerschaftliches Miteinander aller Gruppen auf dem Medien-Markt generell und dem Fernseh-Markt im Besonderen. Damit TV-Sender und Fernseh-Programme mit österreichischen Inhalten sowie mit Österreich-Bezug, österreichischen Programm- und Werbefenstern auch gesehen werden, kommt deren Reihung in Programmlisten und -Plätzen große Bedeutung zu. Doch dafür bedarf es fairer Spielregeln und klar nachvollziehbarer Entscheidungsgrundlagen – sowohl auf gesetzlicher Basis als auch durch (freiwillig getroffene) Übereinkünfte der Marktteilnehmer. Nur so können die TV-Anbieter einen sinnvollen Beitrag zur Wahrung der österreichischen Identität sowie der Medien- und Meinungsvielfalt in diesem Land leisten.

Medienhäuser aus anderen Segmenten drängen mit eigenen TV-Programmen wie z.B. krone.TV, News.TV, oe24.TV, styria.TV usw. auf den Markt. Dazu gesellen sich völlig neue

Angebots- und Distributionsformen, die von international agierenden Unternehmen abgedeckt werden. Zu nennen sind hier beispielsweise Streaming-Plattformen wie Netflix, Amazon und DAZN.

Neues Mediengesetz wird erwartet. Im sich verschärfenden Wettbewerb der Sender grätscht daher mancher Anbieter mit unlauteren Mitteln und zum eigenen Vorteil hinein. Der Zeitpunkt ist brisant, denn ein neues Mediengesetz oder eine massive Novellierung zeichnet sich am nicht allzu fernen Horizont ab. Im Vorfeld dazu bestimmt eine mögliche Reform des öffentlichrechtlichen ORF weitgehend die politischen und öffentlichen Debatten, während die Rolle der Privatsender und andere medienpolitische Themen eher stiefmütterlich behandelt werden. Die Problematik der Reihung von Programmlisten ist eines dieser Themen.

Dieses Weißbuch versucht daher eine Situations- und Positionsbeschreibung und bietet Argumentationshilfen. Es ermuntert zu einer lebendigen und offen geführten Diskussion. Es will Anregungen geben und zur Lösungsfindung beitragen.

Die aufgezeigten Themenfelder beziehen sich in erster Linie auf den österreichischen Fernsehmarkt und seine Spezifika. Aber gerade wegen der vielfältigen Marktbesonderheiten in der rot-weiß-roten Medien- und Fernsehlandschaft könnte der eine oder andere Punkt in diesem Weißbuch bei ähnlich gelagerten Frage- und Problemstellungen den Anstoß für eine gesamteuropäische Fernseh- und Mediendebatte geben.

13 Der Glossar

13.1 Begriffsbestimmungen und Definitionen

Abonnenten-Fernsehen/Abo-Fernsehen

Abonnenten-Fernsehen steht als Synonym für Pay-TV. Das Pay-TV stellt eine besondere Form von Programm-Angebot dar, das erst nach dem Bezahlen eines gesonderten Entgelts konsumiert werden kann. Eingedeutscht werden Pay-TV-Programme auch als Bezahlfernsehen bezeichnet.

Aggregator

Als Aggregator wird im Wirtschaftsleben allgemein ein Dienstleister bezeichnet, der im Auftrag eines Kunden etwas Bestimmtes auswählt, zusammenstellt und zum Kauf anbietet. Im Medien-Business versteht man unter dem Begriff Aggregator eine Software oder einen Dienstleister, der (digitale) Medieninhalte (Content) wie z.B. Filme, Fotos, Musik und Nachrichten sammelt, aufbereitet und anbietet sowie möglicherweise sogar bewertet. Die Aufbereitung und Zusammenfassung kann maschinell durch Algorithmen oder manuell durch Editoren erfolgen. Der Aggregator fungiert dabei oft als Schnittstelle zwischen Rechteinhaber und Kunden, in dem er z.B. TV-Programme bündelt und diese für Netzbetreiber und Telekommunikations-Unternehmen zur Verfügung stellt. Als Programm-Aggregatoren treten aber auch Mobilfunkanbieter auf, die Pakete von TV-Kanälen zusammenstellen, die dann über technische Plattformen verbreitet werden.

Im Zusammenhang mit TV-Programm-Listen werden aber auch die Hersteller von TV- und/oder anderen Empfangsgeräten als Aggregatoren gesehen, da sie vielfach eigene Programm-Listen zusammenstellen und diese fix in ihre Geräte programmieren.

AGTT - Arbeitsgemeinschaft TELETEST

Die AGTT (Arbeitsgemeinschaft Teletest) ist ein 2005 gegründeter Verein und seit 1. Jänner 2007 der Auftraggeber für den TELETEST, der bis Ende 2006 im alleinigen Auftrag des ORF durchgeführt wurde. Der AGTT gehören aktuell der ORF/ORF-Enterprise (vermarkter der ORF-Sender), die IP-Österreich (Vermarkter der RTL-Gruppe in Österreich sowie anderer Sender), die ProSiebenSat.1Puls 4-Gruppe (Vermarkter der ProSiebenSat.1Puls4-Gruppe), ATV, Servus TV sowie Goldbach Media Austria (Vermarkter von Comedy Central/Viva Austria, DMAX Austria, N24 Austria und Nickelodeon Austria) an. Die AGTT stellt über Ihre Website www.agtt.at täglich allen Interessierten

Reichweiten-Daten für die jeweiligen Top 3-Sendungen des Vortages (3.00 bis 3.00 Uhr) der einzelnen Sender zur Verfügung.

Algorithmus

Ein Algorithmus ist eine eindeutige Handlungsvorschrift zur Lösung eines Problems oder der Umsetzung eines bestimmten Handlungsschrittes, wenn eine oder mehrere zuvor definierte Voraussetzungen erfüllt werden. Der Begriff stammt ursprünglich aus der Mathematik, taucht heutzutage aber häufig in Zusammenhang mit der Informatik, dem Internet bzw. Sozialen Medien auf. Algorithmen werden z.B. in Navigationsgeräten eingesetzt, um Routen zu berechnen, bei der Reihung von Ergebnissen bei einer Suchmaschinen-Abfrage im Internet, aber auch bei der Auswahl von Werbung, Shopping-Tipps oder Restaurant-Empfehlungen auf Websites und Apps.

Analog

Analog bezeichnet die Speicherung, Bearbeitung und Übertragung von Daten, z.B. eines TV-Programms, mittels eines stufenlosen, unterbrechungsfreien Signals.

Astra

Die luxemburgische Gesellschaft Société Européenne des Satellites (SES) betreibt unter dem Namen Astra ein eigenes System von mehreren Satelliten zur Übertragung von TV-Programmen. Bei SES bzw. Astra handelt es sich um den führenden Satelliten-Anbieter für den direkten Empfang von TV- und HD-TV-Programmen in Europa. Für den Empfang der Programme, die von den Astra-Satelliten abgestrahlt werden, genügt ein einziger Parabolspiegel, umgangssprachlich auch als Satelliten-Schüssel bezeichnet. Alle Astra-Satelliten befinden sich auf einer geostationären Umlaufbahn und umrunden in einer Höhe von 36 Kilometern die Erde.

Ballungsraum-TV

Der Begriff Ballungsraum-TV (Ballungsraum-Fernsehen) bezeichnet ein lokales oder regionales TV-Programm, das die Bewohner eines gewachsenen Kommunikationsraumes - z.B. eine Stadt und ihr Umfeld, einen oder mehrere Bezirke, ein Bundesland - versorgt.

Bildschirmnutzung

Als Bildschirmnutzung wird bei der TV-Reichweitenmessung jede über den Bildschirm des TV-Gerätes laufende Nutzung bezeichnet. Neben der TV-Nutzung zählt dazu auch das Abspielen von Kassetten, DVDs und anderen Datenträgern sowie das Nutzen von TV-Theken, TELETEST und Telespielen.

Content

Content steht im Englischen für Inhalt. Heutzutage bezieht sich der Begriff üblicherweise auf die Inhalte in Online-Medien, der Fachterminus Content wird aber auch im TV-Business verwendet.

Decoder/Set-Top-Box

Ein Gerät zum Umsetzen, Konvertieren oder Wandeln für digitale und analoge TV-Signale, so dass es am TV-Gerät als Film, Serie, Nachrichtensendung usw. gesehen werden kann.

Digital-Fernsehen

Ein digitalisiertes Signal ist heute auf allen Empfangsebenen, also terrestrisch, per Kabel und Satellit der gängige Standard. Das Fernsehsignal wird digital und mitunter auch verschlüsselt übertragen. Damit es am Bildschirm sichtbar wird, muss es über einen Decoder, einen Receiver/eine Empfangs-Box oder eine bereits in das TV-Gerät integrierte Empfangseinheit umgewandelt bzw. auch decodiert werden. Der Begriff Digital-Fernsehen wurde früher oft als Synonym für Pay-TV verwendet, da für Pay-TV das Fernseh-Signal bereits seit dessen Start digitalisiert und codiert übertragen wurde.

Durchschnittsreichweite/Durchschnittliche Reichweite

Die Durchschnittsreichweite (DRW) gibt an, wie viele Personen innerhalb eines bestimmten Zeitintervalls im Durchschnitt ferngesehen haben. Bei der Reichweitenmessung wird die konkrete Sehdauer der Personen innerhalb dieses Zeitintervalls berücksichtigt. Der englische Begriff dafür lautet „Rating“.

DVB-C

DVB-C – Ist die Abkürzung für den englischen Begriff Digital Video Broadcasting – Cable, was sich in etwa mit Digitales Kabelfernsehen übersetzen lässt. Es bezeichnet die Übertragung von digitalen Hörfunk- und Fernsehsignalen über Kabel.

DVB-H

DVB-H - Digitales Fernsehen, das mobil, z.B. über Smartphones oder Tablets zu empfangen ist.

DVB-S

DVB-S (bzw. der Nachfolgestandard DVB-S2) steht für Digital Video Broadcasting - Satellite bzw. für die Ausstrahlung von DVB-Signalen per Satellit. DVB-S steht auf Deutsch für „Digitales Satellitenfernsehen“.

DVB-T

DVB-T steht als Abkürzung für Digital Video Broadcasting-Terrestrial, das heißt so viel wie Digitales Fernsehen über Antenne bzw. Antennen-Fernsehen. Gemeint ist damit digitaler Rundfunk, der auf terrestrischem (erdgebunden) Weg gesendet und empfangen - über Haus- oder Zimmerantenne - wird. Der offizielle DVB-T-Start in Österreich fand am 26. Oktober 2006 statt, die bundesweite Umstellung in mehreren Phasen statt. Im ersten Schritt nahm nur ein Multiplex (Mux A), mit ORF eins, ORF 2 und ATV den Betrieb auf. Die österreichweite Abdeckung mit DVB-T liegt derzeit bei 95 Prozent. Ab 2007 wurde begonnen, parallel zur sukzessiven Umstellung der Großsender auf DVB-T, die analogen TV-Frequenzen abzuschalten. Seit 2011 ist diese Umstellung von analogem auf digitales Antennen-Fernsehen abgeschlossen. Seit dem 15. April 2013 ist in Österreich neben DVB-T auch der Nachfolgestandard DVB-T2 (Mux B) zu empfangen.

DVB-T2

DVB-T2 wird unter dem Markennamen simpliTV vermarktet und empfangen. DVB-T hat das frühere per Haus-Antenne zu empfangende, analoge Fernsehen abgelöst, allerdings wird DVB-T noch immer terrestrisch verbreitet. In Großbritannien und Irland wird DVB-T unter der Bezeichnung DTT (Digital Terrestrial Television) verbreitet, die Spanier bezeichnen es als TDT (Television Digital Terrestre), in Frankreich läuft es unter dem Kürzel TNT (Television numérique terrestre). Beim Standard DVB-T2 ist bei gleicher Kanalbandbreite die Übertragung von mehreren Programmen oder in besserer Qualität (HD) möglich. Die beiden Sendestandards DVB-T und DVB-T2 sind allerdings nicht kompatibel.

DVB-T2 HD

DVB-T2 HD verknüpft klassisches Fernsehen und Internet-TV miteinander.

Duales Fernsehsystem/Dualer Fernsehmarkt/Dualer Rundfunk

Als duales Fernsehsystem wird das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privatem Fernsehen in einem nationalen Markt bezeichnet.

Einschaltquote oder Quote

Umgangssprachlicher Übergriff für diverse Parameter der Fernsehnutzung wie Reichweite, Marktanteil sowie Anzahl der Seherinnen und Seher. Die Quote bzw. Einschaltquote im engeren Sinn stellt als Kennzahl das Verhältnis zwischen der Gesamtanzahl aller empfangsbereiten und den tatsächliche eingeschalteten TV-Empfangsgeräten in einem festgelegten Zeitraum dar.

Empfänger

Empfänger steht im TV-Markt als Oberbegriff für Empfangsgeräte, mit denen ein TV-Signal empfangen werden kann und ist ein Synonym für Receiver.

Empfangsebene

Fernsehprogramme können auf unterschiedlichstem Weg empfangen werden: Terrestrisch (über Antenne), über Kabel und Satellit. „Alle Empfangsebenen“ steht für alle österreichischen Privathaushalte, die zumindest ein TV-Gerät besitzen und Fernsehen empfangen können.

Empfangspotenzial/Technische Reichweite

Gibt die Anzahl der Haushalte an, die einen bestimmten Sender an mindestens einem Gerät eingestellt haben.

Erwachsene

In der TV-Forschung in Österreich werden Personen ab dem 12 Lebensjahr als Erwachsene bezeichnet. Der TELETEST weist z.B. eine Altersgruppe 12 plus (in Deutschland 14 plus) als „erwachsene Seher“ aus.

Europäische Fernsehrichtlinie/EU-Fernsehrichtlinie

Die Europäische Fernsehrichtlinie bildet die rechtliche Grundlage für die Ausstrahlung von Fernseh-Programmen regelt und stellt in vielen Ländern die Basis für nationale Fernseh- und Mediengesetze dar, sie sollen aber auch zu einer EU-weiten Harmonisierung der nationalen Gesetze und zu gleichen Wettbewerbsbedingungen führen. Sie regelt die u.a. die Produktion und Verbreitung von Fernsehprogrammen, gibt aber auch Regeln für Werbung im Fernsehen vor. Zu den bekanntesten EU-Richtlinien gehören „Fernsehen ohne Grenzen“ und die AVMD, die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste.

Fernsehsender/TV-Sender

Als Fernsehsender (Rundfunksender) wird zum einen eine technische Anlage zur Ausstrahlung von Fernsehprogrammen verstanden, zum anderen der Anbieter bzw. Verbreiter (Rundfunkveranstalter) eines oder mehrerer Fernseh-Programme(s).

Gewichtung

Statistisches Verfahren, bei dem einzelnen Variablen einer Stichprobe bzw. Fallzahl eine Gewichtung gegeben wird, damit statistisch über- oder unterrepräsentierte Teilgruppen bzw. Teilstichproben in einer Grundgesamtheit in einer relevanten und aussagekräftigen

Größe berücksichtigt werden. Beim TELETEST wird die Gewichtung z.B. für die kleineren Bundesländern angewendet.

Grundgesamtheit

Die gesamte Basis aus der eine Stichprobe gezogen wird. Für den TELETEST bilden beispielsweise 3,7 Millionen Fernsehhaushalte, in denen rund acht Millionen Österreicher ab 3 Jahren leben, die Grundgesamtheit für das Panel.

Haushalte

Für den TELETEST werden unter dem Begriff Haushalte alle Privathaushalte verstanden, die über ein TV-Gerät verfügen und deren Haushaltsvorstand die österreichische Staatsbürgerschaft besitzt. Die Haushalte von Krankenhäusern, Pensionisten- und oder Pflegeheimen, Kasernen, Hotels usw. werden nicht erfasst.

HbbTV

Abkürzung für Hybrid broadcast broadband TV, Standard für die Übertragung von Hybrid-TV (Programm und Zusatzinformation).

HD-TV

HDTV ist die Abkürzung für High Definition Television (High Density Television) - für eine hochauflösende Fernsehtechnik, die Auflösung ist viermal höher als bei der lange gängigen SD-Technik. HD-TV steht als Sammelbegriff für eine Reihe von Fernsehnormen, die sich durch eine deutliche höhere Bildauflösung von der lange gebräuchlichen SD-Qualität (Standard Definition) unterscheidet. Für viele Sender ist die Übertragung in HD heute der gebräuchliche Standard. Eine große Anzahl an Sendern bietet ihre Programme aber nur gegen eine zusätzliche Gebühr in HD-Qualität an.

IPTV

Abkürzung für Internet Protocol Television, die Übertragung von TV-Angeboten auf Online-Endgeräte (PC, Handy usw.).

Kabelfernsehen

Beim Kabelfernsehen werden die Signale für Fernsehprogramme über das Trägermedium Kabel übertragen. Ein Kabelnetz ist das Verbindungssystem zu vielen Teilnehmern, z.B. in einer Stadt oder einem lokalen Raum.

Kabel-Grundversorgung

Private TV-Haushalte, die zwar mit bestimmten Sender via Kabel versorgt werden, jedoch kein Vertragsverhältnis mit einem Kabelbetreiber verfügen, können dennoch ausgewählte Sender, die im Zuge der Kabelgrundversorgung oder der sogenannten Must-Carry-Regelung freigeschaltet bzw. ausgestrahlt werden müssen, sehen. Diesen Haushalten stehen via Kabel allerdings deutlich weniger Sender zur Verfügung als den regulären Kabel-Kunden.

KaSat-Haushalte

KaSat-Haushalte steht für alle privaten TV-Haushalte, die über einen Satelliten- und/oder einen Kabelanschluss verfügen. Da manche Haushalte beide Empfangsvarianten nutzen, ist die Gesamtzahl der KaSat-Haushalte etwas kleiner als die Summe der Haushalte mit Kabelanschluss oder Satellitenempfang.

KommAustria

KommAustria steht als Kurzbezeichnung für die mit 1. April 2001 eingerichtete Kommunikationsbehörde Austria. Diese eigenständige Medienbehörde ist u.a. für die Zulassung sowie Aufsicht von Privatfernsehen und Privatrado in Österreich verantwortlich. Die KommAustria agiert als Nachfolger der früheren Privatrundfunkbehörde und der Kommission zur Wahrung des Regionalradiogesetzes. Letztere wiederum hatte gleichzeitig die Rolle der Kommission zur Wahrung des Kabel- und Satelliten-Rundfunkgesetzes inne. Außerdem fungiert die KommAustria als Verwaltungsstrafbehörde über alle privaten Programmveranstalter und als Verwaltungsbehörde für alle Rundfunkfrequenzen. Die KommAustria ist einer von zwei Geschäftsbereichen der RTR GmbH, der Rundfunk- und Telekommunikationsregulierungs GmbH.

Lineares Fernsehen

Beim linearen Fernsehen werden Programme und Sendungen in der Form und zu jener Zeit konsumiert, wie bzw. wann sie angeboten werden.

Marktanteil

Der Marktanteil (MA) ist das in Prozent ausgedrückte Verhältnis eines TV-Senders im Gesamtangebot aller Sender. Präzise formuliert, gibt der Marktanteil den relevanten Anteil der Sehdauer einer Sendung bzw. eines Programms oder Senders an der Gesamtsehdauer aller Sendungen bzw. aller Programme zum jeweiligen Zeitintervall (Tag, Monat usw.) wieder. Der Tagesmarktanteil gibt den prozentuellen Anteil der erreichten Seher eines Senders an der gesamten Sehdauer aller Sender eines Tages wieder und zeigt damit an, wie viel des gesamten Sehvolumens eines Sendetages auf einen bestimmten Sender entfallen.

Mediaplanung

Hinter dem Begriff Mediaplanung verbirgt sich ein Instrument der Kommunikationspolitik. Bei der Mediaplanung wird die optimale Werbeträger-Kombination bzw. der optimale Media-Mix festgelegt, mit dem die Werbeziele eines Unternehmens bzw. für ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Marke erreicht werden sollen.

Medienmarkt

Der Begriff Medienmarkt steht für den Gesamtmarkt der Medien aller Gattungen und aller Klassen. Der Medienmarkt lässt sich wiederum in zahlreiche Untergruppen wie den Medienabsatzmarkt, den Printmarkt, den TV-Markt, den Radio-Markt aber auch den Seher-, Lesermarkt und andere gliedern.

Multiplexing/Multiplexverfahren (Mux)

Ein technisches Verfahren, bei dem mehrere unterschiedliche Signale ineinander verschachtelt und dann gemeinsam übertragen werden und am Ende der Übertragungsstrecke wieder in einzelne Signale decodiert bzw. aufgesplittet werden. Durch diese Technik kann die Kapazität eines bestimmten Übertragungsweges deutlich ausgeweitet werden.

Must-Carry-Regel

Die Must-Carry-Regel ist eine gesetzlich festgeschriebene Verbreitungspflicht (Rundfunkgesetz) für Plattformanbieter und Kabelnetzbetreiber, die ihnen vorgibt, bestimmte Fernseh-Programme, z.B. die öffentlich-rechtlichen ORF-Vollprogramme ORF eins und ORF 2, einen Privatsender, für ein definiertes Verbreitungsgebiet zur Verfügung zu stellen.

Nettoreichweite

Beim Fernsehen umfasst die Nettoreichweite die Anzahl all jener Personen, die unter Berücksichtigung eines definierten Seherkriteriums innerhalb eines bestimmten Zeitintervalls ferngesehen haben. Es werden nur Personen gezählt, die das Seherkriterium erfüllt haben.

Note

Die Panel-Teilnehmer können im Rahmen des TELETEST eine Sendung auch nach einer sechsstufigen Skala beurteilen. Wobei die Note 5 für „sehr gut“ und 0 für „sehr schlecht“ steht. Aus allen über den TELETEST abgegebenen Bewertungen wird schließlich ein Mittelwert ermittelt und die jeweilige Sendung mit einer Note bewertet.

Öffentlich-rechtliches Fernsehen

Typus des Fernsehens, das durch den entgeltlichen Empfang über Gebühren, Fernseh-abgabe oder eine Steuer bestimmt ist. Das Gegenstück (Antonym) zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen ist das Privatfernsehen.

Österreichischer TV-Sender

Unter einem österreichischen TV-Sender wird in diesem Weißbuch ein Fernsehsender verstanden, dessen Programm dank einer österreichischen TV-Lizenz verbreitet werden darf.

Overspill/Overflow

Der TV-Overspill in Österreich hat vor allem aufgrund der gemeinsamen Sprache für deutsche Fernseh-Sendern Bedeutung. Denn zum einen werden auch zahlreiche Sender ohne österreichischen Programm- und/oder Werbeanteil vom TELETEST und damit von der Reichweiten- und Marktanteils-Messung erfasst, allerdings nicht offiziell ausgewiesen. Diese Sender stellen damit für die österreichischen Sender sowie die Sender mit zumindest teilweise österreichischen Programm- und Werbeeinhalten eine Konkurrenz dar.

Medienexperten unterscheiden zwischen inzidentiellem und intendiertem Overspill. Während der inzidentielle Overspill wie eine Art Nebenprodukt der Ausstrahlung im Ursprungsland angesehen und von der Medienmessung üblicherweise nicht erfasst wird, wird beim intendierten und damit gezielten Overspill der erzielte Reichweitenüberhang auch gemessen und der werbetreibenden Wirtschaft auch verrechnet. In letztem Fall passen die Medien ihren Inhalt mitunter durch Programm- und/oder Werbefenster an die Verhältnisse in den jeweiligen Ländern an.

Der Overspill im TV-Markt gewinnt beim Erwerb von Film- und Serien-, insbesondere aber bei Sportrechten eine immer größere Bedeutung. Rechte werden heute zum Beispiel als Paket für einen Sprachraum wie zum Beispiel Österreich, Deutschland und die Schweiz verkauft. Sender die solche länderübergreifende Rechte erwerben, können einen Verkauf derselben Rechte an einen nationalen Anbieter verhindern. Die kann auch übergreifend für die Angebotsform, z.B. Free-TV- und Pay-TV-Sender gelten. Andererseits verkaufen die Anbieter von TV-Rechten ihre Programme immer mehr für einen geographisch klar abgegrenzten Raum. Der Programm-Overspill darf von den Sendern dann nicht mehr genutzt werden. Im Gegenteil, in anderen als dem Heimmarkt muss das Programm, z.B. eine Fußball-Übertragung, in solchen Fällen sogar durch technische Maßnahmen „geschwärzt“ oder verzerrt ausgestrahlt werden. Speziell durch die Verbreitung von TV-Programmen via Kabel und Satellit haben sich die Overspill-Reichweiten in den vergangenen Jahren massiv erhöht.

ORS

Die ORS (Österreichische Rundfunksender GmbH) gehört mehrheitlich dem ORF und wird allgemein auch als ORF-Sender-Tochter bezeichnet). Wobei in diesem Fall unter dem Begriff Sender die technische Infrastruktur der über das Land verteilten Sender wie z.B. Kahlenberg (Wien), Gleisberg (Salzburg), Schöckl (Graz), Pfänder (Bregenz) gemeint sind. Die ORS ist aktuell der einzig behördlich zugelassene Betreiber der DVB-T-Infrastruktur in Österreich.

Panel

Von einem Panel oder TV-Panel spricht man von einer Personengruppe oder einer bestimmten Anzahl von TV-Haushalten in denen regelmäßig und innerhalb eines gleichbleibenden Adressatenkreises das Zuschauerverhalten ermittelt wird. In Österreich misst dieses TV-Verhalten der TELETEST.

Pay-TV/Abo-Fernsehen

Pay-TV oder Abonnenten-Fernsehen stellt eine besondere Form von Programm-Angebot dar, die erst nach dem Bezahlen eines gesonderten Entgelts konsumiert werden kann. Es handelt sich um ein auf Abonnentenbasis funktionierendes Fernsehsystem. Pay-TV-Angebote können aber auch nach einzel empfangenen Sendungen (Pay-per-View) verrechnet werden. Abonnenten-Fernsehen steht als Synonym für Pay-TV.

Prime-Time

Beim Fernsehen bezeichnet der Begriff „Prime-Time“ die abendliche Sendezeit mit der im Tagesverlauf üblicherweise höchsten Gesamtnutzung. In Österreich wird mit der Prime-Time meist der Zeitraum von 18 bis 22 Uhr beschrieben, in Deutschland wird die Prime-Time von den einzelnen Sendern zwischen 18 und 23 Uhr unterschiedlich angesetzt. Umgangssprachlich wird mit der Prime-Time in Österreich auch der Beginn des Hauptabend-Programms um 20.15 Uhr gleichgesetzt. Der ORF arbeitet mittlerweile mit einer so bezeichneten Kernzeit von 17 bis 23 Uhr.

Privatfernsehen

Hinter dem Privatfernsehen stehen als Betreiber Privatunternehmen, die nach marktwirtschaftlichen Gesetzen agieren. Der Typus des Privatfernsehens ist abgesehen von Pay-TV-Angeboten durch den weitgehend unentgeltlichen Empfang charakterisiert.

Programm-Fenster

Von einem Programm-Fenster wird gesprochen, wenn Teile eines Original-Programms zu gewissen Zeiten bzw. bestimmte Sendungen wie z.B. Nachrichten von einem

Programm überspielt werden, dessen inhaltliche Ausrichtung z.B. auf einen regionalen oder anderen nationalen Markt als den Heimatmarkt des Senders abzielt.

Programmliste

Unter einer Programmliste wird eine vordefinierte Zusammenstellung und Reihung der TV-Programme verschiedener Anbieter verstanden, die durch eine Voreinstellung, per Download oder eine andere elektronische Form in einem TV-Receiver, einem TV-Gerät oder einer ähnlichen technischen TV-Empfangseinheit sowie über ein Kabel-TV-Netz oder einen anderen Aggregator angeboten werden. Eine solche Programmliste kann von den TV-Konsumenten aber auch und muss von diesen auch stets individuell zusammengestellt und/oder programmierbar sein.

Relevant Set

Der Begriff Relevant Set kommt aus dem Marketing und bezeichnet eine Auswahl aus einem bestimmten Produktangebot und Marken, die sich im Bewusstsein des Verbrauchers festgesetzt haben und beim Konsum von diesem gezielt gesucht werden. In der Fernsehforschung wird unter Relevant Set die Anzahl an bevorzugten TV-Programmen verstanden, die ein Zuschauer nutzt, um einen bestimmten Prozentsatz seines TV-Konsums abzudecken.

SD/Standard Definition

SD steht für Fernsehen in „Standard Definition“ (SDTV - Standard Definition Television) und beschreibt im Gegensatz zu HD (High Definition) das lange gültige analoge Übertragungs-Format für ein Fernseh-Signal.

Sehdauer

Die Sehdauer gibt an, wie lange eine Person innerem bestimmten Zeitintervall (z.B. pro Tag) im Schnitt ferngesehen hat. Zur Berechnung des Durchschnitts werden alle in TV-Haushalten lebenden Personen herangezogen, egal ob sie im fraglichen Zeitraum ferngesehen haben oder nicht.

Seherstruktur

Unter der Seherstruktur versteht man die Zusammensetzung des TV-Publikums eines Senders, einer Sendung oder eines bestimmten Zeitabschnitts. Aus der Seherstruktur werden die Anteile bestimmter Zielgruppen unter den Sehern einer Sendung oder eines Senders herausgefiltert.

simpliTV

Als Nachfolgestandard für DVB-T ging am 15. April 2013 in Österreich eine neue Generation des digitalen Antennenfernsehens on Air. Die neue TV-Plattform wird unter dem Markennamen simpliTV vermarktet und vertrieben.

Streaming

Abruf von TV-Sendungen unabhängig vom Zeitpunkt der Zurverfügungstellung durch den Programm-Anbieter.

Tagesreichweite

Zur Ermittlung der Tagesreichweite eines Senders wird die Anzahl aller Nutzer, die während eines Tages einen bestimmten Sender eine vordefinierte Zeiteinheit (mind. 60 Sekunden) lang durchgehend gesehen haben, addiert. Mehrfachkontakte werden nicht berücksichtigt, jede Person wird nur einmal gezählt.

Technische Reichweite

Die technische Reichweite gibt die theoretische Gesamtzahl an Haushalten an, die technisch in der Lage wären, einen bestimmten Fernsehsender zu empfangen. Haushalte, die an ihren Geräten auch den Sender eingestellt haben, stehen für das Empfangspotenzial.

TELETEST

Der TELETEST ist ein elektronisches Zuschauermess-System, mit dem die TV-Nutzung - öffentlich-rechtlicher Rundfunk (ORF) und der Privatsender - der österreichischen Bevölkerung erhoben wird. Das TELETEST-Panel umfasst seit Mitte 2016 1.628 Haushalte, die für eine Grundgesamtheit von 3.694.000 TV-Haushalten im gesamten Land stehen. Das Panel umfasst damit 3.556 Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Davon sind wiederum 3.239 Personen ab 12 Jahren, die repräsentativ für die 7.302.000 erwachsenen Österreicherinnen und Österreicher in Haushalten mit mindestens einem TV-Gerät stehen. Dazu kommen 317 Kinder im Alter zwischen der und elf Jahren, die repräsentativ für die 717.000 österreichischen Kinder in den TV-Haushalten stehen. Die TELETEST-Daten werden vom Marktforschungsunternehmen GfK Austria erhoben und stehen allen Mitgliedern zur Verfügung. Zusätzliche Interessenten können die TV-Daten direkt kaufen. Die Daten werden zudem von Werbe- und Mediaagenturen sowie werbetreibenden Unternehmen für deren Mediaplanungen/Medieneinschaltungen genutzt. Außerdem werden die Daten interessierten Gruppen wie der Presse, Universitäten, Verbänden usw. zur Verfügung gestellt. Das TELETEST-Panel ist in Bezug auf die österreichischen Bundesländer disproportional angelegt, um auch die kleineren Bundesländer repräsentative und valide Daten liefern zu können. Für die Erhebung des TELETEST werden die ausgewählten Haushalte mit einem speziellen Messgerät der Firma Telecontrol

ausgestattet. Über eine Fernbedienung mit Personentasten wird vom Mikrocomputer in diesem Gerät sekundengenau registriert, wer wann welches Programm sieht.

Terrestrik/Terrestrisch

Terrestrisch steht für den TV-Empfang per Antenne, aktuell für private TV-Haushalte mit DVB-T bzw. simpliTV (DVB-T2) und Kabel-Grundversorgung.

Verband Österreichischer Privatsender (VÖP)

Hinter dem 1993 gegründeten Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) verbirgt sich eine freiwillige Interessenvertretung von Privatradios und Privatfernseh-Sendern in Österreich. Ursprünglich war der VÖP als Repräsentant der Privatradios gegründet worden, vertrat zunächst aber auch die Interessen privaten Kabel-TV-Anbieter. In weiterer Folge nach der VÖP auch TV-Sender sowie die Vermarkter von TV-Werbefenstern als Mitglieder auf. Zu seinen Aufgaben schreibt der VÖP, zähle es, „die Interessen der Privatrundfunk- und Vermarktungsunternehmen gegenüber den Behörden, den gesetzgebenden Körperschaften, dem Österreichischen Rundfunk und allgemein in der Öffentlichkeit zu vertreten. Im September 2014 kündigte ATV per offenen Brief seinen Ausstieg aus dem VÖP an, da der Verband nur die Interessen von ProSiebenSat.1 Österreich und von Puls 4 wahrnehme“, so die Begründung. Anlass war der Streit um eine Einspeisung von ATV 2 in Kabelnetze. ATV wurde zwar überall digital eingespielt, nicht jedoch in alle Kabelnetze auch analog.

Verweildauer

Die Verweildauer gibt an, wie lange jene Personen, die tatsächlich ferngesehen haben, in einem bestimmten Zeitintervall im Durchschnitt das Medium genutzt haben. Die Verweildauer steht im Gegensatz zur Sehdauer, die in ihren Durchschnitt auch jene Zuschauer mit einbezieht, die ihren Fernseher zum befragten Zeitpunkt gar nicht eingeschaltet haben.

Weitester Seherkreis (WKS)/Kumulierte Reichweite

Der weiteste Seherkreis gibt an, wie viele Personen in einem definierten Zeitintervall Kontakt zu einer oder mehreren Sendungen an einem oder mehreren Tagen hatten.

Werbefenster

Werbefenster sind speziell auf den österreichischen Markt ausgerichtet Werbe-Programme, die in ausländischen Fernseh-Programmen - unabhängig von Programmfenstern in Rot-Weiß-Rot - laufen. Dabei ein Teil der oder alle Werbeblöcke in einem ausländischen Original-Programm durch eigene, speziell für den österreichischen Markt produzierte Werbung ersetzt. Dazu wird parallel zum Original-Programm eine

komplette österreichische Version des Programms über Satellit und in den Kabelnetzen ausgestrahlt. Die österreichischen Programm-Versionen laufen aber auch über das digitale Antennenfernsehen (DVB-T2 bzw. simpliTV). Für Werbung in den Werbefenstern gelten österreichische Gesetze und Werberegelungen.

Zapping oder Channel Hopping, Switching

Der Begriff Zapping steht für ein bestimmtes Benutzerverhalten der TV-Konsumentinnen und TV-Konsumenten. Dabei wechseln die Zuschauer in kürzester oder kurzer Folge mehr oder weniger gezielt von einem TV-Kanal zum anderen. Nicht immer wird das Zapping oder Switching durch eine Unzufriedenheit mit dem aktuell gebotenen Programm ausgelöst.

Zielgruppe

Als Zielgruppe wird eine nach bestimmten Merkmalen wie z.B. dem Alter oder Bildung definierte Personengruppe bezeichnet, auf die das Konzept einer Sendung, eines Programms, eines Senders oder auch einer Werbeaktivität ausgerichtet ist.

14 Die Literaturliste

14.1 Verwendete und weiterführende Literatur

Diller, Hermann (Hrsg.): Vahlens Großes Marketing Lexikon, dtv, Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1994

Frühschütz, Jürgen: Medien-Lexikon, Horizont Books. Deutscher Fachverlag, Frankfurt/Main.

Fidler, Harald: Österreichs Medienwelt von A-Z. Das komplette Lexikon mit 1000 Stichwörtern von Abzockfernsehen bis Zeitungsterben. Falter Verlag, Wien.

Fidler, Harald & Merkle, Andreas: Sendepause. Medien und Medienpolitik in Österreich. edition lex liszt 12, Wien 1999.

IP Deutschland: Für jede Zielgruppe der passende Schuh. Zu finden auf www.ip.de/tv/new/senderstrecke.cfm.

Karstens, Eric & Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Springer VS, 3. aktualisierte Auflage, Köln/Wiesbaden 2013. ISBN 978-3-658-00113-1, ISBN 978-3-658-00114-8 (eBook)

Koschnik, Wolfgang J.: Focus-Lexikon Österreich Werbeplanung, Mediaplanung, Marktforschung, Kommunikationsforschung, Mediaforschung in drei Bänden, Focus Magazin Verlag, München.

Koschnik, Wolfgang J.: Focus-Lexikon Werbeplanung, Mediaplanung, Marktforschung, Kommunikationsforschung, Mediaforschung in drei Bänden, Focus Magazin Verlag, München.

Satzung über die Zugangsfreiheit zu digitalen Diensten und zur Plattformregulierung gemäß §53 Rundfunkstaatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV) in Deutschland: u.a. zu finden auf der Website der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, www.lfk.de.

SevenOneMedia: Studie „Relevant Set“ – Sendervielfalt, München/Unterföhring 2012, online abrufbar unter www.sevenonemedia.de/service/research/mediennutzung.

Verband Österreichischer Privatsender (VÖP), Hrsg: Media Future Perspectives, Das Weissbuch für den Medienmarkt Österreichs, Wien.

Verband Privater Medien: Relevant Set: 80 Prozent der TV-Nutzung entfällt auf 6 Sender: www.vau.net/tv-nutzung/content/relevant-set-80-prozent-tv-nutzung-entfaellt-6-sender

Verordnung der Landesanstalt für Kommunikation über die Ausweisung und Zuweisung von Übertragungskapazitäten (NutzungsplanVO): zu finden auf der Website der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, www.lfk.de.

14.2 Links zum Thema

Arbeitsgemeinschaft TELETEST: www.agtt.at

Astra: <https://de.astra.ses>

Bayerische Landeszentrale für neue Medien: www.blm.de

Die Medienanstalten in Deutschland: www.die-medienanstalten.de

EU-Fernsehrichtlinie: eur-lex.europa.eu

Focus Institut Marketing Research: www.focus-institut.com bzw. www.focusmr.com

Goldbach Austria: www.goldbach.com/at/de/home

IP Österreich: www.ip.at

Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK): www.lfk.de

Landesanstalt für Medien NRW: www.medienanstalt-nrw.de

ORF: der.orf.at

ORF-Medienforschung: der.orf.at/medienforschung, medienforschung.orf.at bzw. mediaresearch.orf.at

ORS – Österreichische Rundfunksender GmbH: www.ors.at

Österreichliste: www.österreichliste.at bzw. österreichliste.at und www.oesterreichliste.at

R9 Regionales Fernsehen Österreich: www.r-9.at

RTR/KommAustria (Rundfunk Regulierungsbehörde): www.rtr.at

Schau TV: www.schautv.at

Servus TV: www.servus.com/tv

SevenOneMedia: www.sevenonemedia.de

simpliTV: www.simplitv.at

Verband Österreichischer Privatsender: www.voep.at

Verband Privater Medien (Deutschland): www.vau.net

W24 – Der Stadtsender: www.w24.at

ÖSTERREICHLISTE.at

SEHEN SIE WAS SIE WOLLEN – NICHT WAS SIE FINDEN.



Sie empfangen Ihre Fernsehprogramme über Satellit?

Sie haben Probleme, Ihre österreichischen Lieblingssender in der Programmliste Ihres Gerätes zu finden?

Dann holen Sie sich jetzt mit wenigen Klicks Ihre Programmliste mit Österreich-Schwerpunkt:

- ▶ **Einfach auf österreichliste.at gehen und ohne Zusatzkosten SAT-Programmliste auf einen USB-Stick herunterladen.**
- ▶ **Ihre neue SAT-Programmliste mit USB-Stick auf Ihren HD-SAT-Receiver oder TV Gerät spielen**
- ▶ **Programmvierfalt in bester Qualität erleben**

**Ich sehe, was ich will!
österreichliste.at**

**JETZT
DOWNLOADEN!**



