

# Bescheid

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) hat durch Senat II, bestehend aus dem Vorsitzenden-Stellvertreter Dr. Florian Philapitsch, LL.M. als Senatsvorsitzenden sowie den weiteren Mitgliedern Dr. Susanne Lackner und Mag. Michael Truppe, im Auftragsvorprüfungsverfahren gemäß §§ 6 ff ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 55/2014, betreffend die Änderung des Angebotskonzepts oe3.ORF.at wie folgt entschieden:

## I. Spruch

Der Antrag des Österreichischen Rundfunks zur Änderung des Online-Angebots oe3.ORF.at durch Einführung von „Ö3-Live / Visual“ wird gemäß § 6b iVm §§ 3, 4e und 4f ORF-G abgewiesen.

## II. Begründung

### 1. Gang des Verfahrens

Mit Schreiben vom 16.05.2014, bei der KommAustria eingelangt am 20.05.2014, übermittelte der Österreichische Rundfunk (ORF) einen Vorschlag für eine Änderung des Angebotskonzepts für das Online-Angebot oe3.orf.at durch Einführung von „Ö3-Live / Visual“. Diesen Vorschlag übermittelte der ORF auch der Wirtschaftskammer Österreich und der Bundesarbeitskammer. Gleichzeitig veröffentlichte der ORF diesen Vorschlag gemäß § 6 Abs. 2 ORF-G auf seiner Website unter <http://zukunft.orf.at> mit dem Hinweis, dass alle vom geplanten Angebot Betroffenen dazu binnen einer Frist von sechs Wochen Stellung nehmen können.

Mit Schreiben vom 29.07.2014, bei der KommAustria eingelangt am 08.08.2014, beantragte der ORF gemäß § 6a Abs. 3 ORF-G die Genehmigung der Änderung des Angebotskonzepts für oe3.ORF.at durch eine Erweiterung des Angebots um die Funktion „Ö3-Live / Visual“. Dem Antrag wurden die hierzu an den ORF gerichteten Stellungnahmen der Bundesarbeitskammer, der Wirtschaftskammer Österreich und des Verbands Österreichischer Privatsender (VÖP) beigelegt, die im Rahmen der vorangegangenen Konsultation eingelangt waren.

Mit Schreiben jeweils vom 01.09.2014 übermittelte die KommAustria den Antrag des ORF mit sämtlichen beigelegten Unterlagen sowie den eingelangten Stellungnahmen gemäß § 6a Abs. 4 ORF-G an die Bundeswettbewerbsbehörde und an den gemäß § 6c ORF-G eingerichteten Beirat (im Folgenden: Public-Value-Beirat) mit dem Ersuchen, hierzu nach Maßgabe des § 6a Abs. 4 Z 1 bzw. Z 2 ORF-G binnen sechs Wochen Stellung zu nehmen.

Mit Schreiben an die KommAustria vom 15.09.2014 stellte die Bundeswettbewerbsbehörde Fragen zum Angebotskonzept, welche dem ORF mit Schreiben vom selben Tag übermittelt und von diesem mit Stellungnahme vom 19.09.2014 beantwortet wurden.

Mit Schreiben vom 09.10.2014 nahm der Public-Value-Beirat, mit Schreiben vom 14.10.2014 die Bundeswettbewerbsbehörde zum geplanten Angebot des ORF Stellung.

## **2. Sachverhalt**

### **2.1. Bestehendes Angebotskonzept oe3.orf.at**

Mit Schreiben vom 31.03.2011, KOA 11.266/11-001, hat der ORF gegenüber der KommAustria ein Angebotskonzept für das Online-Angebot oe3.ORF.at gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 bis 4, § 4e Abs. 2, 3 und 4 und § 4f Abs. 1 iVm § 5a ORF-G vorgelegt. Das Angebotskonzept wurde von der Regulierungsbehörde nicht untersagt und in weiterer Folge am 28.07.2011 auf der Website des ORF (zukunft.ORF.at) veröffentlicht.

Zur Online-Verbreitung des Hörfunkprogramms Ö3 wird im bestehenden Angebot unter Punkt 2.1. („Inhaltskategorien“) ausgeführt, dass das Programm Ö3 live gestreamt wird, wobei die CD-Covers der laufenden Musiktitel als Coverflow angezeigt und die aktuellen Schlagzeilen eingblendet werden. Unter Punkt 2.4. („Technische Nutzbarkeit sowie Zugang zu oe3.ORF.at“) wird dargelegt, dass der Livestream von Ö3 mittels Streamingtechnologie (in den gängigen Formaten wie Windows-Media-Audio oder in Flash eingebettete MP3) zur Verfügung gestellt wird, wobei über oe3.ORF.at die beschriebene Version mit Coverflow zugänglich ist und mit dieser Technologie für die Nutzer keine Speicherung möglich ist.

### **2.2. Änderung des Angebotskonzepts für das Online-Angebot oe3.ORF.at**

Zur Darstellung und Begründung der beantragten Änderung führt der ORF an, dass auf oe3.ORF.at (derzeit) rund um die Uhr der Simulcast-Stream zum laufenden Ö3-Programm angeboten („Ö3-Live“) werde, wobei die Subseite „Ö3-Live“ einen Webplayer mit Zusatzinformationen beinhaltet, die sich unmittelbar auf das laufende Programm beziehen (Name der Sendung, aktuelle Schlagzeilen, Musiktitel etc.).

Um die Attraktivität von Ö3-Live zu bewahren bzw. zu steigern, soll es durch die beantragte Änderung im Bereich Bewegtbild verbessert werden, wobei erstens Livebilder aus dem Sendestudio und zweitens die zu den laufenden Musiktiteln zugehörigen Musikvideos synchron integriert werden sollen. Der Hörer soll die Gelegenheit bekommen, jederzeit – etwa bei Programmaktionen oder bei besonderen Gelegenheiten (z.B. prominenter Studiogast) – einen Blick ins Sendestudio zu werfen, wobei es dabei häufig nur den Moderator (nunmehr als Bewegtbild) zu sehen geben wird. Ebenso wie das bisher statische Bild des Moderators sollen auch die Covers der gespielten Songs nunmehr zum Bewegtbild werden, zumal es von fast jedem Song im Programm von Ö3 ein verfügbares Musikvideo gibt.

Im Einzelnen werden folgende Änderungen des bestehenden Angebotskonzepts für oe3.ORF.at (zum Stand 26.05.2011) beantragt:

Punkt 2.1. des Angebotskonzepts (Inhaltskategorien) lautet geändert (Änderungen *kursiv*): „Das Programm Ö3 wird live gestreamt (die CD-Covers der laufenden Musiktitel werden als Coverflow angezeigt und die aktuellen Schlagzeilen eingeblendet). *Alternativ wird ein Videostream des laufenden Ö3-Programms angeboten, der über mehrere Kamerapositionen einen Blick ins Sendestudio gewährt („Web-Cam“) und während der Musiktitel synchron die dazu gehörenden Musikvideos zeigt.* Ausgewählte Ö3-Sendungen und Sendungsteile (Wortbeiträge) aus dem Ö3-Programm können abgerufen oder als Podcast abonniert werden.

Punkt 2.4. (technische Nutzbarkeit sowie Zugang zu oe3.ORF.at, letzter Absatz) lautet geändert (Änderungen *kursiv*): „Der Livestream von Ö3 wird mittels Streamingtechnologie (in den gängigen *Audio- und Videoformaten* wie Windows-Media-Audio oder in Flash eingebettete MP3) zur Verfügung gestellt. Mit dieser Technologie ist für die Nutzer keine Speicherung möglich.“

Zu Punkt 2.6. (Komplementäre oder ausschließliche Beziehungen zu anderen Angeboten des ORF) wird darauf hingewiesen, dass im Fall der Genehmigung der „ORF-RADIOthek“ das ORF-RADIOthek-Modul die bislang bereitgestellten On-Demand-Services ersetzen bzw. erweitern würde (so der parallel veröffentlichte Vorschlag für radiothek.ORF.at).

Zu Punkt 2.8. (Einhaltung der Vorgaben des ORF-G, insbesondere Vereinbarkeit mit dem öffentlich-rechtlichen Kernauftrag gemäß § 4 ORF-G) wird darauf hingewiesen, dass – soweit überhaupt anwendbar – auch Werbebeschränkungen für lineare Programme eingehalten würden. Darüber hinaus soll Ö3-Live bzw. Ö3-Live / Visual nicht vermarktet werden, womit – mangels Bildern – keine audiovisuelle kommerzielle Kommunikation betrieben werde.

Punkt 2.2. (Zielgruppe) bleibt insgesamt unverändert. Es sei anzunehmen, dass die gegenständlichen Änderungen isoliert betrachtet das jüngere Segment des Ö3-Publikums ansprechen. Keine Änderungen ergäben sich weiters zu den Punkten 2.3. (Zeitliche Gestaltung von oe3.ORF.at), 2.5. (Besondere Qualitätskriterien von oe3.ORF.at) und 2.7. (Themen, Formate, Programmschienen von oe3.ORF.at).

### **2.3. Angaben des ORF zu den voraussichtlichen Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation auf dem relevanten Markt**

Zu den möglichen Auswirkungen der geplanten Änderung des Online-Angebots oe3.ORF.at auf die Wettbewerbssituation legte der ORF ein Gutachten der Rechtsanwaltskanzlei Freshfields Bruckhaus Deringer LLP vor.

Zur Marktabgrenzung wird darin zunächst auf die sogenannte „Zweigleisigkeit“ von Medienmärkten hingewiesen, wonach ein Produkt, das sowohl Inhalte als auch Werbung beinhaltet, einem Markt für Inhalte und einem Markt für Werbung zuzuordnen sei, wobei es zu Interdependenzen zwischen diesen Märkten kommen könne, da der Wert einer Werbefläche zum Teil von der Anzahl der Nutzer des Mediums auf dem Inhalte-Markt abhängt. Da ein Markt im kartellrechtlichen Sinn grundsätzlich nur entstehen könne, wenn es zu einem Leistungsaustausch zwischen Anbieter und Nachfrager komme, werde bei Medieninhalten, die dem Nutzer kostenlos bereitgestellt werden, üblicherweise lediglich der entsprechende Werbemarkt berücksichtigt. Gegenständlich seien somit Inholdemärkte vom Vorhaben kaum betroffen, da das geplante audiovisuelle Online-Angebot des ORF Nutzern kostenlos im Internet zur Verfügung stehen solle.

Neue Technologien hätten in den letzten Jahren – etwa aufgrund der Nutzung verschiedener Medien über mobile Endgeräte – zu einer Annäherung zwischen verschiedenen, ehemals klar voneinander trennbaren Medien (v.a. Fernsehen, Radio und Internet) und den Formen ihrer audiovisuellen Nutzung geführt. Gleichzeitig führe der steigende Zugriff auf idente

Online-Inhalte über verschiedene Endgeräte zu einer Vereinheitlichung des audiovisuellen Angebots verschiedener Plattformen, und habe der steigende Anspruch der Konsumenten, Medien flexibel nutzen zu können, zu einer höheren Nachfrage nach Inhalten auf Abruf (On-Demand) geführt. Insgesamt könne daher etwa der Standpunkt vertreten werden, dass Radio-Livestreaming mit Bild- und Videountermalung oder Videoangebote On-Demand einem ähnlichen Zweck wie klassisches Fernsehen dienen. Auch die zunehmende Internet-Anbindung von TV-Geräten (Smart-TV) sowie die Bereitstellung von On-Demand-Fernsehen schaffe eine starke Ähnlichkeit des klassischen Fernsehens zum On-Demand-Angebot verschiedener Websites. Eine eindeutige Zuordnung des geplanten Angebots zu einem einzigen Markt sei somit nicht möglich, für die Zwecke des Gutachtens aber auch nicht erforderlich. Um alle Aspekte des bestehenden Online-Radio-Angebots des ORF sowie der geplanten Erweiterung um Videoelemente zu erfassen, müsse davon ausgegangen werden, dass die Ö3-Website sowie die Ö3-Apps in einem Substitutionsverhältnis mit verschiedenen anderen Produkten stehen könnten, und deren Auswirkungen analysiert werden.

Für die Analyse der Auswirkungen auf den Wettbewerb seien anhand der Rundfunkmitteilung und der Gesetzesmaterialien die Marktstruktur, die Marktstellung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt, der Grad des Wettbewerbs sowie die potenziellen Auswirkungen auf Initiativen privater Marktteilnehmer als Kriterien für die Beurteilung eines neuen Angebots heranzuziehen. Darüber hinaus seien ähnliche/austauschbare Angebote der Konkurrenz sowie der publizistische Wettbewerb in die Betrachtung einzubeziehen.

Nach der gängigen Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission, wonach mangels Leistungsaustausch bei kostenlosen Angeboten im Medienbereich lediglich auf den Werbemarkt abzustellen sei, bestehe kein eigener Markt für Online-Musikvideos. Ein solcher könne aber allenfalls gestützt auf eine nicht-monetäre Gegenleistung der Nutzer angenommen werden, etwa die Steigerung des Bekanntheitsgrades der Website und damit verbundene Vorteile auf dem Radiomarkt. In diesem Zusammenhang sei gegenständlich aber nur Live-Streaming von Musikvideos vorgesehen, ohne dass diese nachträglich zum Abruf bereitgehalten würden.

Bei Betrachtung des Online-Musikvideo-Angebots seien zahlreiche Online-Plattformen, allen voran Youtube, zu berücksichtigen, auch Plattformen wie myVideo und Clipfish seien auf Deutsch verfügbar. Vevo, eine der weltweit führenden Plattformen für professionelle Musikvideos, sei auch in Österreich verfügbar und enthalte sowohl Video-Streaming nach einem vorgegebenen Programm als auch Musikvideos On-Demand. Alle diese Plattformen verfügten über eine weltweit starke Marktposition und könnten auf jedem der betroffenen Märkte starken Druck ausüben. Der Produktmarkt für On-Demand-Musikvideos umfasse darüber hinaus auch die Websites anderer Rundfunkveranstalter, auf denen einzelne Musikvideos ausgewählt und abgespielt werden können (MTV, Viva, gotv). Diese Websites profitierten auch von dem Wiedererkennungswert, wenn dasselbe Videomaterial auch im Fernsehen gezeigt werde. Fernseh-Zuseher würden daher zum Abruf eines bestimmten Videos eher die Website des Fernsehsenders besuchen, wodurch es zu einer Koppelung dieser beiden Märkte komme. Diese komme TV-Unternehmen zugute, während Hörfunk-Betreiber davon nicht im gleichen Ausmaß profitieren könnten.

Die Nutzerzahlen der Ö3-Website seien im Vergleich zu jenen von Online-Plattformen wie Youtube gering. Der Ö3-Liveplayer sei zudem nur eine von vielen Nutzungsmöglichkeiten der Website, auf der Ö3 zahlreiche Informationen wie Nachrichten, Wettervorhersagen und Verkehrsmeldungen zur Verfügung stelle, während die Seiten der genannten Wettbewerber hauptsächlich dazu dienen, Musikvideos abzuspielen. Da Videoclips nur im Rahmen der Livesendung zugänglich sein werden, sei aufgrund der eingeschränkten Flexibilität nicht davon auszugehen, dass es zu einer Substitution anderer Angebote oder zu einem hohen Anteil von Ö3 im Bereich Online-Videos kommen werde. Darüber hinaus sei nicht damit zu rechnen, dass das Online-Angebot die Attraktivität von Werbung im Ö3-Radio im Vergleich zu anderen Anbietern von Radiowerbung spürbar erhöhe. Insgesamt sei in Europa ein Trend

erkennbar, dass Hörfunkveranstalter Live-Video-Streaming und audiovisuelle Angebote auf Abruf einführen. Im Unterschied zu privaten Rundfunkveranstaltern sei es dem ORF jedoch aufgrund des ORF-G untersagt, ein weiteres terrestrisches Fernsehprogramm einzuführen, was bei einer (wahrscheinlichen) weiteren Annäherung zwischen den Fernseh-, Radio und Online-Märkten einen weiteren entscheidenden Wettbewerbsnachteil bedeuten könne.

Mit dem neuen Angebot reagiere Ö3 auf die zunehmende Erwartung der Konsumenten, dass Radiosender auf den verfügbaren Screens (Smartphones, Smart-TV) auch sendungsbegleitende Inhalte anbieten. Das Angebot könne als qualitative Verbesserung für Radiohörer betrachtet werden, denen bisher beim Abruf des Livestreams auf der Ö3-Website kein ansprechendes visuelles Angebot offeriert wurde. Es sei daher davon auszugehen, dass das Vorhaben zur Erhöhung der Angebotsvielfalt in quantitativer und qualitativer Hinsicht führen werde, da Konsumenten eine größere Auswahl an Musikvideos und Online-Sendungen geboten werde. Das zusätzliche Angebot schaffe keine Marktbarrieren und habe keine marktabschottende Wirkung. Alle Wettbewerber und potenziellen Konkurrenten hätten nach wie vor die gleichen Möglichkeiten, in den Markt einzutreten oder ihr Angebot zu erweitern. Insgesamt käme es aufgrund der steigenden Vielfalt des Angebots ausschließlich zu positiven Auswirkungen auf den hypothetischen Sehermarkt für On-Demand-Videos.

Auf dem Hörfunkwerbemarkt würden von Hörfunkveranstaltern Werbezeiten angeboten, die von Werbetreibenden mit Werbespots belegt werden können, wobei keine Austauschbarkeit mit den Werbeformen Fernsehwerbung und Anzeigen in Printmedien vorliege. Potenzielle Auswirkungen des neuen Angebots auf diesen Markt seien jedenfalls zu untersuchen, da dieses exakt das Radioprogramm wiedergebe, während die Musikvideos nur eine untergeordnete Rolle spielten, zumal sie nur in Verbindung mit dem Radioprogramm zur Verfügung gestellt würden. Die Einführung von visuellen Inhalten auf der Ö3-Website könne zu einer steigenden Anzahl an Radiokunden führen, wodurch Ö3 auch für Werbetreibende an Attraktivität gewinne. Räumlich werde der relevante Markt üblicherweise nach Lizenz- und Sendegebieten abgegrenzt, womit gegenständlich – ausgehend vom Sendegebiet von Ö3 – von einem nationalen Markt für Radiowerbung auszugehen sei.

Neben dem Hörfunkangebot des ORF (drei bundesweit und neun bundeslandweit ausgestrahlte Programme) bestehe der österreichische Radiomarkt aus zahlreichen ausschließlich oder überwiegend werbefinanzierten Hörfunk-Veranstaltern, mit deren Programmen das bestehende Hörfunkangebot von Ö3 sowie die vermarktete Werbezeit in einem Substitutionsverhältnis stünden. Aufgrund der Zuordnung von Radio über Internet zum Hörfunkmarkt seien alle Online-Radios und die damit verbundenen Werbezeiten ebenfalls diesem Markt zuzurechnen. Ö3 sei vor allem durch Kronehit starkem Wettbewerb ausgesetzt, in den vergangenen Jahren sei der Marktanteil von Ö3 auf dem Radiomarkt auf hohem Niveau kontinuierlich gesunken (zwischen 2007 und 2012 um ca. 9 %). Dies sei auf verschiedene Hörerbindungsstrategien zurückzuführen, wobei beispielsweise Kronehit im Bereich Handy-Apps verstärkt präsent sei (Streaming, On-Demand, „Kronehit Select“), aber auch andere Privatradiosender weitreichende Streaming- und Audio-Abrufdienste anbieten würden. Ö3 konkurriere daher mit Werbezeiten zahlreicher privater Radiosender sowie Internetradio-Veranstaltern.

Die geplante Erweiterung des Online-Angebots betreffe den Radiomarkt allerdings nur in geringem Ausmaß, da das Hörfunkprogramm und die darin enthaltenen Werbezeiten unverändert blieben. Auswirkungen könnten – insbesondere wegen des Verzichts auf Bildwerbung beim Video-Streaming des Radioprogramms – lediglich dadurch entstehen, dass die Attraktivität von Ö3 als Radioprogramm steige und dadurch der Wert der Werbezeiten steige. Dieser Effekt werde sich jedoch nicht spürbar negativ auf den Markt für Radiowerbung auswirken, da gewisse indirekte wettbewerbliche Auswirkungen des neuen Video-Angebots auf dem Hörfunkmarkt durch ähnliche Angebote der privaten Wettbewerber zumindest kompensiert würden. Es handle sich bei den geplanten Änderungen also lediglich um eine Anpassung an die aktuellen Trends auf dem Radiomarkt, die aufgrund geänderter

Nutzerbedürfnisse notwendig seien. Dass Ö3 in dieser Hinsicht auf dem österreichischen Markt neben Kronehit eine Vorreiterrolle einnehme, könne nur als positiv bewertet werden. Würde dem ORF die Anpassung an wesentliche Trends wie die Verlagerung des Fokus der Konsumenten auf Online-Inhalte verwehrt, führte dies mittelfristig zu einem enormen Wettbewerbsnachteil gegenüber unregulierten Hörfunkveranstaltern.

Durch das Angebot entstünden jedenfalls keine Eintrittsschranken in den Markt. Es stehe nach wie vor allen Unternehmen frei, sich auf dem Markt für Radiowerbung zu betätigen oder ihr Online-Angebot durch Innovation noch attraktiver zu gestalten. Daher seien keine negativen Auswirkungen auf den Wettbewerb auf dem Markt für Radiowerbung zu erwarten. Sollten aufgrund der höheren Attraktivität des Online-Angebots von Ö3 dennoch kurzfristig geringfügige negative Auswirkungen auf den Wettbewerb eintreten, würden diese aus Sicht der Werbetreibenden und Konsumenten durch die Steigerung der Qualität der angebotenen Services kompensiert.

Durch die Einführung von Musikvideos sowie von HD-Aufnahmen aus dem Ö3-Sendestudio komme es zu einer Ähnlichkeit zwischen dem audiovisuellen Online-Angebot von Ö3 und auf Musik spezialisierten Fernsehsendern, wobei vor allem eine Nahebeziehung zu linearem Fernsehen (z.B. gotv) entstehe. Eine Zuordnung des neuen Angebots zum Sehermarkt für TV-Inhalte sei jedoch auszuschließen, sondern es sei lediglich der Markt für TV-Werbung zu berücksichtigen. Da im Rahmen des Vorhabens keine Werbung vorgesehen sei, könnten im Bereich Fernsehwerbung keine Bedenken bestehen. Allenfalls sei aufgrund der Ähnlichkeit der Inhalte eine hypothetische Substitutionsbeziehung im Werbesegment in Betracht zu ziehen, da Werbetreibende durch die wegen des neuen Ö3-Angebots veränderten Konsumgewohnheiten bestimmter Hörer bzw. Seher betreffend Musikvideos indifferent zwischen dem Radioprogramm Ö3 und Musik-TV-Programmen werden könnten.

Auf dem Fernsehmarkt bzw. dem Markt für Fernsehwerbung stünden die ORF-Programme im Wettbewerb mit zahlreichen deutschen und österreichischen Privatsendern, wobei auch ein umfangreiches On-Demand-Angebot dieser Sender bestehe. Der ORF habe im Bereich TV-Inhalte in den letzten Jahren konstant Marktanteile verloren, während Privatsender einen wesentlichen Anstieg verzeichnet hätten. Eine ähnliche Entwicklung zeichne sich auf dem Fernsehwerbemarkt ab. So würden etwa zahlreiche Werbetreibende mit regionalem Fokus verstärkt zu (den nunmehr kooperierenden) regionalen Fernsehsendern abwandern. Unabhängig von diesen Entwicklungen sei jedoch nicht davon auszugehen, dass das geplante Online-Angebot von Ö3 Auswirkungen auf diesen Märkten haben werde. Bei Ö3 Visual Radio handle es sich nicht um ein Fernsehprogramm, sondern um visualisierten Hörfunk. Das bestehende Programm (Ö3-Radioprogramm mit statischen Bildern) habe eine Tagesreichweite von lediglich 0,2 %, Video-Werbung werde nicht gesendet. Eine Hebelwirkung im Sinn einer Übertragung der Marktanteile vom Fernsehmarkt zum Online-Video-Markt werde nicht eintreten, ebenso wenig eine Ausweitung der Marktposition von Ö3 auf den Fernsehmarkt, da es dem ORF verboten sei, ein neues TV-Programm zu schaffen. Dass die Video-Komponente nicht im Vordergrund stehe, ergebe sich auch daraus, dass die Video-Funktion online individuell vom Nutzer ein- und ausgeschaltet werden könne. Es sei nicht damit zu rechnen, dass Zuseher von Fernsehsendern abwandern, da inhaltliche Unterschiede zwischen klassischen Fernsehprogrammen und dem geplanten Video-Angebot von Ö3 bestünden und dieses technisch auf Endgeräte beschränkt sei, die eine Zwei-Wege-Kommunikation über Internet ermöglichen. Während in Fernsehprogrammen verschiedene moderierte Sendungen ausgestrahlt würden (in Musik-Fernsehsendern etwa neben Musikvideos gelegentlich auch andere Sendungen wie Shows oder Serien), bestehe das Video-Angebot von Ö3 lediglich aus einer Aneinanderreihung einzelner Musikvideos sowie gelegentlichen Aufnahmen aus dem Ö3-Sendestudio.

Selbst wenn man lediglich die Marktnische aus Musikvideoprogrammen ohne Moderation und Unterhaltungselemente betrachte, zeige sich, dass Ö3 sowohl auf dem Sehermarkt als auch auf dem TV-Werbemarkt starkem Wettbewerb durch das auf dem österreichischen

Fernsehmarkt stark etablierte gotv ausgesetzt sei, das laufend aktuelle Musikvideos sende und ausschließlich werbefinanziert sei. Damit wäre das Online-Angebot von Ö3 von Beginn an sogar in der sehr spezifischen Sparte für Musik-TV-Programme hohem Wettbewerb durch mindestens einen starken Marktteilnehmer ausgesetzt. Auf dem gesamten Fernseh- und Fernsehwerbemarkt sei von zahlreichen Privatsendern ebenfalls Wettbewerbsdruck zu erwarten. Es sei daher nicht damit zu rechnen, dass der Wettbewerb auf dem TV-Markt und dem TV-Werbemarkt durch das online frei zugängliche Video-Material von Ö3 beeinträchtigt würde. Vielmehr sei davon auszugehen, dass sich die Wettbewerbssituation aufgrund des zunehmenden On-Demand-Angebots weiterhin zugunsten privater Veranstalter entwickelt.

Der Markt für Lizenzen, die eine Online-Verwertung von geschützten Musikvideos ermöglichen, sei zu berücksichtigen, da der ORF diese erwerben und damit mit anderen Anbietern, die diese Rechte zukaufen, in Konkurrenz treten würde. Innerhalb des Marktes für Online-Rechte sei auf Großhandelsebene von einem gemeinsamen Markt für Audio-Musikrechte und Video-Musikrechte auszugehen, da für beide Kategorien großteils gleiche Anbieter (Plattenfirmen) und gleiche Nachfrager (Rundfunkunternehmen, Streaming-Plattformen) auftreten würden. Eine weitere Unterscheidung nach Übertragungstechnologie (Streaming vs. Download), Musikgenre oder Zusammenstellung (Single, Compilation, Album) sei bisher nicht vorgenommen worden. Angesichts des vielfältigen Musikangebots von Ö3 könne räumlich von einem EWR-weiten Markt ausgegangen werden.

Auf diesem Markt trete der ORF als Nachfrager in Konkurrenz mit zahlreichen anderen Erwerbern, wobei er über keine herausragende Stellung verfüge. Auch lasse das Ausmaß der notwendigen Rechte nicht darauf schließen, dass er in Zukunft gegenüber Plattenfirmen eine starke Marktposition einnehmen werde. Beim Erwerb von Online-Rechten durch den ORF sei zudem jegliche Art von Exklusivität ausgeschlossen, sodass keine Marktabschottung gegenüber bestehenden oder zukünftigen Nachfragern eintrete. Es sei daher nicht davon auszugehen, dass das neue Angebot und der damit verbundene Erwerb von Online-Rechten an Musikvideos negative Auswirkungen auf diesen Markt haben werde, vielmehr werde die zusätzlich generierte Nachfrage die Kreativindustrie fördern und sich somit positiv auswirken.

Denkbar seien Auswirkungen des erweiterten Angebots von Ö3 auf einen potenziellen Markt für mobile Apps, da Video-Streaming für Nutzer nicht nur online, sondern auch via Handy-App auf Mobiltelefonen zugänglich gemacht werden sollte. Da es sich jedoch in beiden Fällen um dieselben Inhalte handle und der Zugang zum Streaming von einem Mobiltelefon mit Internetzugang gleichermaßen über die Ö3-Website wie über die Handy-App möglich sei, sei aus Sicht eines Handy-Nutzers von einem Substitutionsverhältnis auszugehen und im Ergebnis kein separater Markt im App-Bereich abzugrenzen. Eine kommerzielle Vermarktung der Ö3-App sei zudem nicht geplant.

#### **2.4. Angaben des ORF zu den voraussichtlichen Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt**

Zur Frage der Auswirkungen des geplanten Angebots auf die Angebotsvielfalt legte der ORF dem Antrag ein Gutachten von Prof. Dr. Rudolf Bretschneider zu den Fragen bei, inwieweit das Konzept „Ö3-Liveplayer“ den Entwicklungen der Musikhörgewohnheiten entgegenkomme, inwieweit die Angebotsvielfalt davon berührt sei und ob die intendierte Zielsetzung (die Aktualisierung des Image von Ö3) erreichbar erscheint.

Dem zufolge habe sich die Vielfalt der Musikradioprogramme in den letzten Jahren deutlich erhöht, wobei Musik auf einer Vielzahl von Endgeräten gehört werde. Dies erkläre auch die relative Konstanz der Hörfunknutzungszeit. Eine Untersuchung des Musikkonsums (für Deutschland) weise zwar nach wie vor das Radio, gefolgt von „CD-artigen Tonträgern“, als häufigste Quelle aus, an dritter und vierter Stelle lägen aber bereits Videostreaming-Anbieter und Internetradios. Bei den 14- bis 29-Jährigen überwiege der Gebrauch kostenloser

Videostreaming-Portale (wie Youtube) das Radio als bevorzugte Musikquelle. Insgesamt habe sich die Nutzung mobiler digitaler Abspielgeräte erhöht und nicht-klassische Nutzungs- und Verbreitungsformen von Audioinhalten hätten an Relevanz gewonnen. Auch im Bereich der Webradio-Nutzung, wo zwar die Zahl der Sender in Deutschland seit 2011 leicht abgenommen habe, die Abrufzahlen aber steigen würden, seien mobile Endgeräte Treiber der Entwicklung. Mit einer weiteren Steigerung der mobilen Nutzung von Onlineangeboten werde gerechnet. Jedes fünfte Webradio stelle inzwischen auch Videoinhalte auf seiner Website zum Abruf bereit. Es zeige sich also, dass die neuen technologischen Möglichkeiten – vor allem durch jüngere Zielgruppen – genutzt würden, wobei neue Ansprüche entstünden, denen ein zeitgemäßes Programm gerecht werden müsse, um seine Image-Position zu behaupten und bestehende Zielgruppen zu binden. In diesem Zusammenhang stärke der mittels Webcam ermöglichte Blick ins Studio die intensive Bindung der Hörer ans Programm.

Die für Deutschland beschriebene Entwicklung sei auch in Österreich zu registrieren. So sei die Zahl der Personen, die täglich über Internet Radio hören, von 209.000 im Jahr 2010 auf 270.000 im Jahr 2013 (davon 105.000 Ö3-Hörer, unter denen kein klarer Altersschwerpunkt erkennbar sei) signifikant gestiegen. Dadurch würden Verluste an Radiohörern hinsichtlich der Nutzungsdauer kompensiert, wobei die Nutzungsweisen jener, die Radio täglich (auch) via Internet hören, im Tagesverlauf den bisherigen Hörgewohnheiten gleichen würden. Die Daten für den bisherigen Ö3-Liveplayer bzw. das mobile Angebot zeigten auch ein Interesse für Musik-Apps. Insgesamt werde die Radionutzung also – wie in Deutschland – vielfältiger und müsse Mobilitätsansprüchen gerecht werden.

Durch das erweiterte Angebot sei keine Konkurrenz zu TV-Musikspartenkanälen zu erwarten, da die Tagesreichweite der in Frage kommenden Programme relativ gering sei und der technische Einstieg in das TV-Angebot leichter sei als die Video-Zusatznutzung via Player (welche aber wiederum ortsunabhängiger sei). So seien die Tagesverlaufskurven von Ö3 Visual Radio und TV-Musiksendern durchaus unterschiedlich. Angebote wie Youtube würden zwar häufig genutzt, dabei aber gezielt aufgesucht, während im Fall eines Radioprogramms auch die Visualisierung an einen feststehenden Ablauf gebunden sei. Sie würden aber – noch stärker als Musik-TV-Sender – das Bild zeitgemäßer Musikpräsentation prägen und entsprechende Erwartungen an Bildanteile bei der Musikrezeption generieren.

Zusammenfassend sei festzustellen, dass „Broadcast-Radio“ nach wie vor zu den meist genutzten Medien gehöre und sich Online-Radio parallel und ergänzend dazu entwickle. Der Empfang auf mobilen Geräten komme besonders den Lebensgewohnheiten jüngerer Bevölkerungsgruppen entgegen, die vermehrt über Erfahrungen unterschiedlicher Rezeptionsmodi verfügten und in der Folge veränderte Ansprüche an Darbietungsformen entwickelten. Die geplante Weiterentwicklung des Ö3-Liveplayers stelle für innovationsoffene Nutzer, die mobile Geräte bzw. das Internet für den Empfang nutzen, ein interessantes Mehrangebot dar, das die Bindung an das Angebot von Ö3 erhöhen könne. Die vorgesehene Modernisierung sei ein geeigneter Schritt, um sich im Konkurrenzzumfeld zu behaupten. Dabei sei die Erschließung neuer Publikumsschichten – etwa von Angeboten wie Youtube oder Musik-TV-Programmen – eher unwahrscheinlich, da diese andere Empfangssituationen als Ausgangspunkt hätten. Eine Aktualisierung des Images von Ö3 durch Erhöhung von dessen Angebotsvielfalt sei durch die Weiterentwicklung in einem kompetitiven Umfeld auch unter Bedachtnahme auf die „mobilen“ Zielgruppen der Ö3-Nutzer durchaus wahrscheinlich.

## **2.5. Ergebnisse der Konsultation der Änderung des Angebotskonzepts für oe3.ORF.at**

Im Rahmen der vom ORF gemäß § 6a Abs. 2 ORF-G durchgeführten Konsultation gaben die Bundesarbeitskammer, die Wirtschaftskammer Österreich, der Verband Österreichischer Zeitungen und der Verband Österreichischer Privatsender Stellungnahmen ab.

### 2.5.1. Bundesarbeitskammer

Die Bundesarbeitskammer (BAK) führt aus, das vorgestellte Onlineprojekt stelle einen wichtigen Beitrag zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages dar. Vor allem jüngere Internetnutzer hätten sich an den Gebrauch und die Präsentationstechnik von Plattformen wie Youtube gewöhnt, weshalb begleitende visuelle Eindrücke im jugendlichen Gebrauchsalltag des Internet nicht mehr wegzudenken seien. Wollte der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch weiterhin jüngere TeilnehmerInnen ansprechen, solle er sich dieser Entwicklung nicht entziehen. Die BAK gehe anhand der geplanten Änderungen davon aus, dass trotz Videounterstützung weiterhin das Audioprogramm im Mittelpunkt der Wahrnehmung der NutzerInnen stehe, die Bewegtbilder aber ergänzende visuelle Eindrücke ermöglichen würden. Mit einer solchen Modernisierung des Onlineauftritts von Ö3 werde auf die Internetgewohnheiten junger TeilnehmerInnen Rücksicht genommen, für die eine strikte Trennung von akustischen und visuellen Beiträgen anachronistisch wäre. Der Schritt sei zweckmäßig, um sicherzustellen, dass Ö3 auch vom jungen, internetaffinen Publikum wahrgenommen werde. Vor diesem Hintergrund erscheine die vorgeschlagene Änderung als wichtiger Beitrag zu einem nutzerfreundlichen Ausbau der ORF-Angebotspalette jedenfalls unterstützenswert. Es werde damit unzweifelhaft ein wirksamer Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags geleistet.

### 2.5.2. Wirtschaftskammer Österreich

Die Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) führt aus, im Rahmen der Prüfung des vorliegenden Projekts sei darauf Bedacht zu nehmen, welche Folgen aus der Realisierung für das duale Rundfunksystem und insbesondere dessen private Säule entstehen könnten. Es sei davon auszugehen, dass private Marktteilnehmer unter Druck geraten würden, vergleichbare Angebote aufzubauen und mangels Finanzierbarkeit durch den Werbemarkt der Kostendruck für Privatsender erhöht würde. Des Weiteren sei zu prüfen, ob durch Abweichungen zum UKW-Programm ein neues Programm entstünde und welche Folgen dies für das duale Rundfunksystem in seiner Gesamtheit und für die auf den entsprechenden Märkten gegebene Angebotsstruktur habe. Die WKÖ gehe davon aus, dass der ORF die Musikvideorechte – gegebenenfalls im Wege von Nachlizenzierungen – erwerben und insgesamt Wert darauf legen werde, dass österreichische Angebote im Rahmen des breit auszurichtenden Gesamtangebots – sowohl auf klassischem Weg wie auch im Rahmen des Onlineangebots – eine angemessene Präsenz erlangen werden können.

### 2.5.3. Verband Österreichischer Zeitungen

Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) führt (zur gegenständlichen Änderung und zum Vorschlag für das Angebotskonzept radiothek.ORF.at in einer Stellungnahme) aus, die Genehmigung der beiden Änderungsvorhaben würde im Hinblick auf Ö3 bedeuten, dass dieses zu einem über internetfähige Empfangsgeräte linear und on demand verfügbaren Online-Musik-TV-Programm, vergleichbar mit gotv, VIVA oder MTV, ausgebaut würde. Das Vermarktungspotenzial der Website von Ö3 würde durch die Integration von Bewegtbild in den Ö3-Live Player drastisch erhöht, gleichzeitig würde mit der ebenfalls umfassend vermarkteten Radiothek ein Online-Angebot mit besonderem Werbewert geschaffen.

Der faktische Ausbau des Hörfunkprogramms Ö3 durch „Ö3-Live / Visual“ zu einem Internet-Musik-TV-Programm korrespondiere nicht mit sozialen, demokratischen oder kulturellen Bedürfnissen der österreichischen Bevölkerung, da der Zugang zu Musikvideos – sowohl linear als auch nicht linear – durch den Markt ausreichend erbracht werde. Auch ein sozialer, demokratischer oder kultureller Mehrwert durch die Übertragung von Studiobildern und Musikvideos sei nicht erkennbar. Die Auswirkungen des neuen Angebots auf die Wettbewerbssituation seien in beiden Vorschlägen jeweils isoliert dargestellt und es werde nicht auf die Auswirkungen von „Ö3-Live / Visual“ auf den Wettbewerb zwischen dem ORF und klassischen Medienunternehmen verlegerischer Herkunft eingegangen. Es sei jedoch

offenkundig, dass durch ein umfassendes audiovisuelles Angebot mit Musikvideos und Bewegtbildübertragungen aus dem Studio nicht nur die Vermarktbarkeit der Radiothek, sondern auch die Vermarktbarkeit von klassischen Display-Werbeformen auf oe3.ORF.at selbst drastisch erhöht werde. Es sei daher davon auszugehen, dass (auch) die Erhöhung des Werbewerts von oe3.ORF.at durch „Ö3-Live / Visual“ erhebliche negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation privater Medienunternehmen im Verhältnis zum ORF haben werde, die im Vergleich zu dem durch das neue Angebot bewirkten Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages unverhältnismäßig seien.

Schließlich würden die Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt in dem vom ORF vorgelegten Gutachten unzureichend dargelegt, da die Auswirkungen auf den Wettbewerb nicht einbezogen worden seien. So begnüge sich das Gutachten zur Angebotsvielfalt mit der Behauptung, eine Konkurrenz zu TV-Musikspartenkanälen sei nicht zu erwarten, weil deren Tagesreichweiten ohnedies gering seien und der technische Einstieg leichter sei als die Video-Nutzung via Player. Eine eingehende Befassung mit den Auswirkungen auf die teilweise genuin österreichischen TV-Spartenkanäle (etwa im Fall von gotv) fehle. Es sei auch nicht beurteilt worden, ob die zu erwartenden Auswirkungen auf den Werbemarkt auch Auswirkungen auf die Angebotsvielfalt von Online-Nachrichten- und Magazinportalen in Österreich haben werden. Zusammengefasst werde der öffentlich-rechtliche Mehrwert des vorgeschlagenen Ausbaus von oe3.ORF.at zu einem über Internet verfügbaren Musikfernsehen-Spartenkanal nachdrücklich in Zweifel gezogen. Es werde daher empfohlen, „Ö3-Live / Visual“ lediglich eingeschränkt auf die schlichte Übertragung des Studiobildes aus einer fixen Kameraposition und unter der Auflage der Werbefreiheit von oe3.ORF.at zu genehmigen, die Übertragung von Musikvideos jedoch zu untersagen.

#### 2.5.4. Verband Österreichischer Privatsender

Der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) spricht sich gegen eine Genehmigung des vorgelegten Angebotskonzepts aus und bringt dazu vor, die vorgeschlagene Änderung von oe3.ORF.at durch einen Videostream des laufenden Ö3-Programms würde im Ergebnis die Etablierung eines online zur Verfügung gestellten Musikfernsehprogramms mit österreichspezifischer Information und Elementen der Unterhaltung bedeuten und somit dem gemäß § 3 Abs. 2 Z 2 und Abs. 8 ORF-G bestehenden Verbot, ein neues Fernsehprogramm zu schaffen, zuwiderlaufen. Mit „Ö3-Live / Visual“ würde der ORF eine Alleinstellung erreichen, die seine marktbeherrschende Stellung am Hörermarkt und am Radiowerbemarkt zulasten der privaten Mitbewerber verstärken würde. Da die Etablierung und der Betrieb von „Ö3-Live / Visual“ gebührenfinanziert erfolgen würde, wäre es dem privaten Wettbewerb aus betriebswirtschaftlichen Gründen unmöglich, ein gleichwertiges Angebot bereitzustellen.

Das geänderte Angebotskonzept lasse offen (und es werde entsprechend klarzustellen sein), ob Sendungen oder Sendungsteile mit Videostream auch on demand in der geplanten Radiothek oder gemäß § 3 Abs. 4a ORF-G zeitversetzt abzurufen sein sollen.

Zum angenommenen Widerspruch zu § 3 Abs. 1 Z 2 und Abs. 8 ORF-G führt der VÖP aus, das Angebotskonzept würde ein „24/7 Fernsehprogramm“ ermöglichen. Soweit im Antrag ausgeführt werde, das Angebot biete kein TV-ähnliches Unterhaltungsprogramm an, sondern beschränke sich lediglich auf die Untermalung des Radioprogramms mit Musikvideos sowie Aufnahmen aus dem Sendestudio, unterscheide sich dies jedenfalls betreffend die 70 % Musikanteil von Ö3 nicht vom alternativen Angebot bestehender Musikspartensender, während der aus dem Studio über Videostream gesendete Wortanteil aus der Information (Nachrichten, Verkehrsmeldungen und Wetter) wesentlich zur Attraktivität des Gesamtprogramms beitrage. Durch Smalltalk mit publikumswirksamen Gästen (das Konzept selbst spreche von „interessanten Studiogästen“) oder programmimmanente Elemente der Comedy würde auch der für Fernsehsender typische Unterhaltungswert bewirkt. Gleichzeitig könnten die durch Werbung bewirkten visuellen Ausstrahlungslücken im „Ö3 Fernsehen“ leicht durch Studioaufnahmen überbrückt werden, wodurch ein Vollprogramm zur Verfügung

gestellt würde. Damit lägen aber keine sendungsbegleitenden und sendungsabgeleiteten Inhalte im Sinn von § 4e Abs. 1 ORF-G mehr vor, während ein „Ö3 Fernsehen“ gleichzeitig auch nicht vom Regelungszweck weiterer Online-Angebote nach § 4f ORF-G umfasst sei.

Zu den Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation führt der VÖP aus, soweit ersichtlich existiere in Europa kein mit dem Angebotskonzept des ORF vergleichbares Angebot, die vom ORF angeführten Video-Livestreaming-Angebote anderer Sender würden sich nur auf kleine Teile des jeweiligen Radioangebots beziehen. Dem ORF würde für synchrones 24/7-Videostreaming eine dauerhafte Monopolstellung zukommen, da private Hörfunksender ohne Gebührenfinanzierung nicht in der Lage wären, derartige Plattformen zu etablieren, da diese lediglich mit einem Bruchteil des Gesamtaufwandes monetarisiert werden könnten. Der ORF sei mit seinen Hörfunkprogrammen laut Radiotest für das Jahr 2013 in der werberelevanten Zielgruppe mit 65 % Hörermarktanteil marktbeherrschend und habe auch im Werbemarkt eine dominante Marktposition (EUR 108 Mio. Bruttowerbeumsatz 2013 gegenüber EUR 80 Mio. aller Privatsender zusammen). Es sei also davon auszugehen, dass das Angebot „Ö3-Live / Visual“ auch ohne separate Vermarktung zu zusätzlichen Vermarktungserfolgen des ORF führen würde, da die Hörfunkvermarktung auf der Messung der Marktanteile und Reichweiten durch den empirisch erhobenen „Radiotest“ basiere. Da die befragten Hörer im Rahmen der ergebnisgestützten Abfrage nicht unterscheiden würden, über welche Übertragungswege Hörfunkinhalte konsumiert wurden, würde jede Nutzung eines Angebots unter der Marke Ö3 (also auch über „Ö3-Live / Visual“) im Radiotest dem Sender Ö3 zugeordnet und somit auch in dessen Vermarktung einfließen. Durch eine Erhöhung der Hörerbindung von Ö3 durch „Ö3-Live / Visual“ würde sich die in Österreich im internationalen Vergleich ohnedies unzureichend ausgebildete duale Rundfunkordnung zulasten der privaten Anbieter verschieben. Die Entwicklung einer dualen Rundfunkordnung sei eine in § 2 KOG enthaltene Zielbestimmung, eine sich weiter verstärkende Schiefelage zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk würde überdies den gegenüber den staatlichen Instanzen bestehenden Gewährleistungsanspruch auf Garantie der Meinungs- und Informationsfreiheit unterminieren.

Aus wettbewerbsrechtlicher Sicht richte sich das Angebot „Ö3-Live / Visual“ an zwei interdependente Absatzmärkte, den Hörermarkt und den Hörfunkwerbemarkt (räumlich jeweils bezogen auf Österreich). Auf dem Hörermarkt existiere in Österreich kein mit dem Angebotskonzept des ORF vergleichbares Angebot, „Ö3-Live / Visual“ sei also durch österreichische Alternativangebote nicht substituierbar. Die Genehmigung würde langfristig eine Monopolstellung des ORF am Hörermarkt mit synchronen Video-Livestream-Angeboten bewirken, da private Mitbewerber außerstande wären, ein derartiges Projekt aufzubauen und zu erhalten. Dabei sei auch zu berücksichtigen, dass der österreichische Radiomarkt im Wesentlichen auf dem Verbreitungsweg „analog terrestrisch“ aufgebaut sei und die wirtschaftlichen Möglichkeiten der Privatsender durch in den nächsten Jahren im Zuge der Digitalisierung notwendige Investitionen weiter eingeengt würden. Am Hörfunkwerbemarkt würde Radiowerbung in Verbindung mit dem synchronen Video-Stream wesentlich attraktiver als gegenwärtig. Im Ergebnis wäre der ORF mit „Ö3-Live / Visual“ in der Lage, seine bereits bestehende marktbeherrschende Stellung am Hörfunkmarkt (sowohl Hörermarkt als auch Hörfunkwerbemarkt) zulasten der privaten Hörfunkveranstalter weiter deutlich auszubauen.

Von einem relevanten Beitrag von „Ö3-Live / Visual“ zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages könne keine Rede sein. Das Gutachten zu dieser Frage beschränke sich auf die lapidare Feststellung (das „Scheinargument“), das Projekt stelle für innovationsoffene Nutzer ein interessantes Mehrangebot dar. Von dem 19 Punkte umfassenden Katalog des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags gemäß § 4 Abs. 1 ORF-G komme lediglich Z 8 („Darbietung von Unterhaltung“) als mögliche Rechtfertigung in Betracht. Ausgehend von einer Tagesreichweite von Ö3 von 45,9 % sei der Unterhaltungswert von Ö3 allerdings unter dem Gesichtspunkt des Public Value als ausreichend gesättigt anzusehen und bestehe keine Notwendigkeit für eine synchrone Ausstrahlung des Hörfunkprogramms durch Videostream. Soweit das neue Angebot mit der Erhöhung der Hörerbindung und der

Aktualisierung des Images von Ö3 gerechtfertigt werde, sei dies aus der Sicht des Public Value unerheblich. Das Gutachten bestätige somit die eigentliche Absicht des ORF, seine Wettbewerbsposition zulasten der privaten Anbieter weiter auszubauen.

Im Ergebnis lägen die Voraussetzungen für eine Genehmigung des Angebotskonzepts im Sinn von § 6b Abs. 1 ORF-G nicht vor, weil das Angebot gesetzwidrig sei und negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation der Österreichischen Privathörfunkveranstalter erwarten lasse, die im Vergleich zu dem durch das neue Angebot bewirkten Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrages unverhältnismäßig seien.

## **2.6. Stellungnahme des Public-Value-Beirates**

Der Public-Value-Beirat (PVB) führt in seiner Stellungnahme vom 09.10.2014 aus, er erachte den Versuch des ORF, mit dem Angebot eines Visual Radio und insbesondere mit der Zurverfügungstellung von Musikvideos, junge User zurückzugewinnen, die in den vergangenen Jahren vom Radio ins Internet abgewandert sind, als im Prinzip nachvollziehbar und legitim, könne es doch nicht darum gehen, den ORF von der medialen Zukunft abzuschneiden.

Dennoch würden aus Sicht des PVB mehrere Gründe gegen eine Erweiterung von „Ö3 Live“ in ein „Ö3 Visual Radio“ sprechen: Grundsätzlich sei auf Basis des ORF-Gesetzes festzustellen, dass das neue Angebot in seiner gesamten Anmutung und in der Wahrnehmung des Zuhörers, der zum Zuseher mutiere, kein reines Radio-Angebot darstelle, sondern durch den großen Anteil an Musikvideos vielmehr einem TV-Musiksender ähnlich sei. Es sei daher vom aktuellen ORF-Gesetz nicht gedeckt, weil dem ORF neue Fernsehangebote nicht bzw. nur nach entsprechender Auftragsvorprüfung erlaubt seien. Abgesehen davon leiste das Ö3 Visual Radio aus Sicht des PVB keinen ausreichenden Beitrag zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags. Zwar beinhalte dieser laut § 4 ORF-G auch „die Darbietung von Unterhaltung“, Musikvideos würden jedoch nur in sehr eingeschränktem Ausmaß und in Einzelfällen jene inhaltlichen und qualitativen Kriterien erfüllen, die aus publizistischer Sicht an öffentlich-rechtliche Inhalte anzulegen seien. Weiters leiste Ö3 Visual Radio keinen ausreichenden Beitrag zur Erweiterung der Angebotsvielfalt für die Nutzer, da Musikvideos im Netz in vielerlei Form und auf vielerlei Plattformen von privaten Anbietern zur Verfügung gestellt würden und dazu die Angebote von TV-Musiksendern wie gotv oder Viva bestünden. Die Hauptzielgruppe für derartige Angebote bestehe vorwiegend aus jungen netzaffinen Usern, die keine Schwierigkeiten hätten, diese Angebote aufzufinden und zu nutzen. Da es sich ausschließlich um die visuelle Darstellung des Radioprogramms handle, könne zudem nicht von einer Erweiterung des inhaltlichen Angebots gesprochen werden.

Abschließend weist der PVB darauf hin, dass das ORF-G in der derzeitigen Fassung für die Beurteilung von Fragen wie der vorliegenden nicht adäquat erscheine, da die strikte Trennung in Radio-, TV- und Netzangebote in Zeiten der Konvergenz und Multimedialität höchst anachronistisch anmute und immer weniger der Realität der Nutzungsgewohnheiten vor allem junger Menschen entspreche. Für die öffentlich-rechtliche Qualität eines Angebots könne es nicht mehr ausschlaggebend sein, ob es via Radio, TV oder Netz verbreitet werde. Der PVB spreche sich daher für eine Reform des ORF-G aus, die den neuen medialen Realitäten Rechnung trage. Diese müsse sicherstellen, dass dem ORF der Zugang zu den jungen Zielgruppen ermöglicht werde, und möglichst konkrete Public-Value-Kriterien für neue Angebote definieren.

## **2.7. Stellungnahme der Bundeswettbewerbsbehörde**

Die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) führt in ihrer Stellungnahme zunächst zur Frage des relevanten Marktes aus, derzeit werde zum Hörfunkprogramm Ö3 via Satellit und Terrestrik das Ö3 Visual Radio verbreitet, das statische Bilder aus dem Sendestudio, Cover der

gespielten Songs sowie Verkehrsmeldungen und Nachrichten in Text und Grafik zeige. Das neue Angebot „Ö3-Live“ sehe ausschließlich für den Verbreitungsweg Internet einen deutlichen Ausbau des Bewegtbildangebots vor, indem das passende Musikvideo zu jedem Musikstück sowie Bewegtbilder der Moderatoren aus dem Sendestudio gezeigt werden sollen. Ö3-Live werde via Internet v.a. auf den Endgeräten Computer/Tablet, Mobiltelefon, Smart-TV u.Ä. verfügbar sein. Keine Bewegtbildanteile werde es im (geplanten) On-Demand-Angebot von Ö3 in der Radiothek geben. Auf Ö3-Live werde keine TV-Werbung und (im Player) auch keine Online-Werbung (Display, Audio, Video-Werbung) eingespielt. Hörfunkwerbung werde mit dem akustischen Signal übertragen, wobei für deren Dauer das Sendestudio im Bild eingeblendet werde.

Zur Abgrenzung des relevanten Marktes führt die BWB aus, das neue Angebot bleibe aus Konsumentensicht ein (attraktives) ergänzendes Leistungsmerkmal des Hörfunkprogramms Ö3, da es nur in Verbindung mit diesem genutzt werden könne. Die Zuordnung zum Markt für Online-Musikvideos überzeuge im Ergebnis nicht, da der User bei solchen Diensten aktiv bestimmte Videos auswähle und eine derartige Funktion bei Ö3-Live nicht gegeben sei. Diese Einschätzung werde auch im Gutachten von Prof. Bretschneider bestätigt, wonach dadurch die Hörerbindung innovationsoffener Nutzer an Ö3 gestärkt werden könne. Das Teilangebot Ö3-Live stelle somit eine Ergänzung des Hörfunkprogramms dar und habe für Rezipienten keine der für sonstige Online-Angebote des ORF-Hörfunks spezifischen Funktionen (Zeitsouveränität, selbstbestimmte Auswahl). Es scheine daher geboten, seine Auswirkungen auf dem klassischen Hörfunkmarkt zu würdigen.

Von Fernsehprogrammen unterscheide sich das neue Angebot wesentlich durch die unterschiedliche Empfangssituation, da es nicht terrestrisch, über Kabel oder Satellit empfangbar sei und für die Seher auf diesen Plattformen somit auch nicht neben anderen Musik-TV-Programmen zur Auswahl stehe. Einzige Grauzone sei Smart-TV, da das Angebot auch über diese Plattform – als Teil des Radioprogramms Ö3 – verfügbar sein solle. Der Geschäftsführer des Musikspartenkanals gotv habe gegenüber der BWB nach Durchsicht des Angebotskonzepts aber bestätigt, dass das neue Angebot die Wettbewerbsposition von gotv nicht berühre, solange es nicht am Fernsehmarkt aktiv sei. Das neue Angebot werde auch jedenfalls nicht auf dem TV-Werbemarkt aktiv sein, da eine eigenständige Vermarktung von Ö3-Live als Bewegtbildangebot nicht geplant sei. Da bei Aufruf des Ö3-Live-Players auch keine Online-Werbung ausgespielt werde und die kommerzielle Verwertung des neuen Angebots somit nur mittelbar über die Hörfunkwerbemarktung für Ö3 erfolge, indem Hörfunkwerbung nicht aus dem laufenden Programm Ö3 entfernt werde, sei als relevanter Werbemarkt lediglich jener für Hörfunkwerbung, nicht aber jener für Online-Werbung (oder ein Segment der Online-Werbung) anzusehen.

Zu den erwarteten Auswirkungen des neuen Angebots führt die BWB aus, eine dadurch bewirkte längere Hördauer bzw. größere Zahl von Nutzern von Ö3 insgesamt (Broadcast-Radio und Online-Radio) werde sich positiv bei der Reichweiterehebung im Radiotest niederschlagen. Daraus würden sich negative Auswirkungen auf den Wettbewerb nicht erst bei einer Reichweitensteigerung ergeben, sondern bereits dann, wenn der ORF seine in diesem Bereich marktbeherrschende Stellung behaupten könne. Es bedürfe somit keiner eigenen Vermarktung von Ö3-Live, um den Zugewinn an Wettbewerbsfähigkeit durch das attraktive neue Teilangebot auch monetarisieren zu können.

Auf dem Hörfunkmarkt verfüge der ORF über 65 % Marktanteil (davon Ö3 allein 41 %), der Marktanteil des ORF bei Hörfunkwerbung liege bei 57 %. Obwohl Begriffe wie Marktbeherrschung für die Auftragsvorprüfung nicht von Bedeutung seien, erscheine das Konzept der Marktbeherrschung zweckmäßig, um die spezifische Position des ORF auf dem Hörfunkwerbemarkt zu charakterisieren. Die Marktbeherrschung des ORF – eine solche werde nach dem Kartellgesetz ab einem Marktanteil von 30 % vermutet – ergebe sich durch die späte Einführung des dualen Rundfunksystems in Österreich und Verbundvorteile des ORF aufgrund seiner Tätigkeiten in den Bereichen Fernsehen, Radio, Online und

Senderinfrastruktur. Marktbeherrschung bedeute, dass der Marktbeherrscher in der Lage sei, die Bedingungen, unter denen sich Wettbewerb entwickle, zu bestimmen oder wenigstens merklich zu beeinflussen. Beim ORF-Hörfunk zeige sich die Unabhängigkeit eines Marktbeherrschers an der Preisführerschaft in der kommerziellen Vermarktung und in der Dominanz der technologischen Entwicklung im Markt. Die Preisdominanz des ORF äußere sich darin, dass dieser den günstigsten TKP (Tausenderkontaktpreis) habe und die RMS als gemeinsamer Vermarkter der Privatradios aufgrund der Marktsituation gezwungen sei, den gleichen TKP anzubieten. Durch die vom ORF gewährten (Natural-)Rabatte werde diese Situation noch verschärft. Die Rabattierungspraxis des ORF zielen auf eine höhere Auslastung in buchungsschwachen Zeiten und adressiere dabei mit relativ niedrigen Eingangsschwellen gerade die Zielkunden der regionalen Privatsender. Im Bereich neuer Technologien übernehme der ORF mit den verfahrensgegenständlichen Angeboten (gemeint: Radiothek und Ö3-Live) Vorreiterstellung und mache sein Angebot insgesamt attraktiver für Nutzer und Werbekunden, während die privaten Rundfunkveranstalter aufgrund des Preisverhaltens des ORF selbst im Hauptgeschäftsfeld kaum kostendeckend arbeiten könnten. Investment in das eigene Online-Angebot verursache derzeit lediglich hohe Kosten (für Lizenzen, Streaming und technischen Aufwand), ohne entsprechende Einnahmen zu generieren, sei aber dennoch wichtig als Zukunftsinvestition.

Festzuhalten sei, dass sich der ORF aufgrund öffentlich-rechtlicher Finanzierung ein Online-Angebot leisten könne, das nach betriebswirtschaftlichen Kriterien am Markt nicht finanzierbar wäre. Dass dieses Angebot nach Absicht des ORF auch kommerziell vermarktet werden solle, potenziere die negativen Konsequenzen aus der Schieflage im Verhältnis zu den Privaten. Fehlende Kostendeckung bei privaten Hörfunkveranstaltern werde unmittelbar zur Einstellung von Hörfunkprogrammen und damit zu einer Beeinträchtigung der medialen Vielfalt in Österreich führen.

Das Angebot Ö3-Live scheine potenziell zur Förderung der Nachfrage geeignet. Der ORF könne dabei seine Expertise als Spezialist für Bewegtbild einbringen und werde interessante Bewegtbildbeiträge gestalten. Aufgrund der hohen Reichweite von Ö3 habe der ORF besonders guten Zugang zu Künstlern und vereinnahme einen wesentlichen Teil jener Künstler und Veranstaltungen für sich, die auch für das Programm des privaten Hörfunks relevant wären. Ö3-Live ermögliche es, den Wettbewerbsvorteil in diesem Bereich noch weiter auszubauen, da bei exklusiven Veranstaltungen bzw. von den betreffenden Künstlern Bilder für Ö3-Live produziert und zugleich – ohne Beschränkung der werblichen Verwertung – als sendungsbegleitendes Material (Bilder und Kurzvideos) auf der Ö3-Website publiziert werden könnten. Zudem werde vom ORF eingeräumt, dass auch Liveübertragungen von Konzerten naheliegend seien. Ö3-Live könne als visuelles Mittel besonders effektiv eingesetzt werden, um die speziellen Beziehungen des marktbeherrschenden Programms Ö3 zu Stars und Musikern in Szene zu setzen und damit zahlreiche interessierte Hörer zu gewinnen. Aufgrund der dominanten Marktposition des ORF im Hörfunk und den zahlreichen strukturellen Nachteilen der privaten Wettbewerber reiche die durch das egenständliche Angebot mögliche attraktivere Bewerbung von Veranstaltungen aus, um erhebliche und unverhältnismäßige negative Auswirkungen auf die regionalen und lokalen Radiosender zu realisieren.

## **2.8. Stellungnahme des ORF zu den Stellungnahmen des PVB und der BWB**

Mit Schreiben vom 20.11.2014 äußerte sich der ORF zu den Stellungnahmen der BWB und des PVB.

### **2.8.1. Zur Stellungnahme des PVB**

Zur Stellungnahme des PVB führt der ORF aus, darin blieben die Maßstäbe des Beirats an die Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags im Dunkeln. Der PVB scheine, wenn er davon ausgehe, dass Musikvideos nur in eingeschränktem Ausmaß und in Einzelfällen die

an öffentlich-rechtliche Inhalte anzulegenden inhaltlichen und qualitativen Kriterien erfüllen, entweder dem Programm Ö3 überhaupt die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags abzusprechen, oder aber Kriterien an öffentlich-rechtliche Inhalte anzulegen, wonach Musikvideos jedenfalls als publizistisch inferior einzuordnen seien. Beides sei unrichtig, würden doch Musikvideos zum Teil „als Gesamtkunstwerke geschaffen, bei denen die Bilder ein vollwertiger Teil des Werkes sind, ähnlich wie bei den traditionellen Kunstformen Oper, Operette oder Musical, bei denen Musik und Darstellung gleichwertig zusammengehören“ (Wikipedia).

Ebenfalls nicht nachvollziehbar sei, welches Ausmaß an Erweiterung der Angebotsvielfalt der PVB als „ausreichend“ erachte, wenn er davon ausgehe, das geplante Angebot leiste keinen ausreichenden Beitrag in diesem Sinn. Nach dem ORF-G müsse der ORF auch berechtigt sein, kleine Änderungen mit positiven Auswirkungen durchzuführen. Dass Videoinhalte auch auf Youtube gratis vorhanden seien und daher vom ORF nicht angeboten werden müssten, werde als irrelevant zurückgewiesen, zumal es gegenständlich nicht um die Realisierung einer Hosting-Plattform, sondern um die linear-synchrone Bereitstellung von Musikvideos zu den Musiktiteln in einem Hörfunkprogramm gehe. Im Zusammenhang mit der Erweiterung der Angebotsvielfalt lasse die Stellungnahme des PVB zudem offen, inwiefern die insofern positiven Aussagen des Gutachtens von Prof. Bretschneider unrichtig seien.

Dem PVB sei beizupflichten, soweit er das ORF-G für teilweise modernisierungsbedürftig halte. Im konkreten Fall sei aber bereits auf Basis des geltenden ORF-G festzuhalten, dass das geplante Angebot aus publizistischer Sicht zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags zweckmäßig erscheine und einen positiven Beitrag zur Erweiterung der Angebotsvielfalt leiste.

#### 2.8.2. Zur Stellungnahme der BWB

Wortwahl und Argumentation der Stellungnahme der BWB würden im Ergebnis darauf hinauslaufen, die bloße Existenz des ORF als Beeinträchtigung des Wettbewerbs anzusehen. Dies gehe am gesetzlich vorgegebenen Gegenstand und den Kriterien einer Auftragsvorprüfung vorbei. Prüfungsgegenstand seien die voraussichtlichen Auswirkungen des geänderten Online-Angebots auf den Wettbewerb, nicht aber die Existenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks oder dessen Finanzierungssystem. Die Europäische Kommission gehe von der Erforderlichkeit eines besonderen Prüfungsverfahrens aus, weil der ORF Inhalte unter Zuhilfenahme öffentlicher Mittel bereitstelle, dies sei aber per se kein Grund, ein Angebot nicht zu genehmigen. Dass kommerzielle Anbieter vergleichbare Angebote mangels Refinanzierbarkeit im Markt nicht anbieten, zeige entgegen der Ansicht der BWB kein der Genehmigung des Vorschlags des ORF entgegen stehendes Argument auf, sondern gerade umgekehrt dessen Genehmigungsfähigkeit. Nach den beihilfenrechtlichen Vorgaben sowie gemäß § 6b Abs. 3 Z 3 ORF-G sei es positiv zu veranschlagen, wenn ein vergleichbares anderes Angebot auf dem österreichischen Medienmarkt nicht existiere.

Zentrales Anliegen der BWB sei offenbar die Verhängung von Auflagen durch die KommAustria. Dies sei aber nur im Rahmen einer Abwägungsentscheidung möglich, wofür die BWB weder zuständig sei noch über die notwendigen Entscheidungsgrundlagen verfüge. Sie habe in ihrer Stellungnahme lediglich die voraussichtlichen Auswirkungen des neuen Angebots auf die Wettbewerbssituation anderer in Österreich tätiger Medienunternehmen darzulegen, die Verhältnismäßigkeit und die Erforderlichkeit von Auflagen könnten aber nur in einer Zusammenschau von Auswirkungen durch die Regulierungsbehörde geprüft werden. Aufgabe der BWB sei zudem nicht nur die Zusammenfassung, sondern auch die kritische Würdigung der Stellungnahmen der anderen Marktteilnehmer. Gegenständlich beschränke sich die Kritik am Angebot des ORF jedoch weitgehend auf die bloße Wiedergabe der Befürchtungen privater Marktteilnehmer, so etwa im Hinblick auf Konzertveranstaltungen und Rabatte, wo offenbar jeweils Vorwürfe von KRONEHIT übernommen worden seien, über die die KommAustria bereits rechtskräftig entschieden habe.

Zur Marktabgrenzung der BWB behalte sich der ORF weiteres Vorbringen vor, da ohnehin von der Beauftragung eines Amtssachverständigen mit der Klärung dieser Frage durch die KommAustria auszugehen sei. Erhebliche negative Auswirkungen auf den Markt für Hörfunkwerbung seien jedenfalls nicht zu erwarten und auch von der BWB nicht schlüssig begründet worden.

Der Prüfungsmaßstab der BWB werde dem System der Auftragsvorprüfung nicht gerecht, da darin auf das Bestehen oder die Verstärkung einer Marktbeherrschung fokussiert werde, dieses Kriterium im ORF-G aber nicht zu finden sei. Mit diesen Argumenten würde jede relevante Änderung oder Neuschaffung eines Online-Angebots, das Hörfunkprogramme begleite oder begünstige, verunmöglicht, solange die BWB den ORF als Marktbeherrscher einordne. Darüber hinaus lasse die BWB hinsichtlich des geplanten Online-Angebots außer Acht, dass der ORF nach dem ORF-G berechtigt sei, seine Hörfunkprogramme zeitgleich oder bis zu 24 Stunden zeitversetzt online zu streamen, und auf oe3.ORF.at schon bisher ein Streaming-Angebot entsprechend den gesetzlichen Rahmenbedingungen bereitgestellt habe. Dass mit den geplanten Änderungen bestehende Programmteile oder Programme attraktiver werden, könne nicht als Beeinträchtigung des Wettbewerbs aufgefasst werden.

Unrichtig seien die Annahmen der BWB, wonach das Angebot „Ö3-Live / Visual“ in die RADIOthek eingebunden werde. Dieses sei weder als solches noch in Teilen Bestandteil des geplanten RADIOthek-Angebots, sondern werde lediglich in Form der Verlinkung aller Radioangebote auf der RADIOthek von dort erreichbar sein. Ebenso unwahr sei die behauptete Preisdominanz des ORF in der Hörfunkwerbung, liege doch beispielsweise der TKP von Ö3 (für die Zielgruppe 14 bis 49 Jahre) über jenem von KRONEHIT bzw. der RMS Top Kombi.

### **3. Beweiswürdigung**

Die Feststellungen zur beantragten Änderung des Online-Angebots oe3.ORF.at durch Ergänzung um die Funktion „Ö3-Live / Visual“ beruhen auf den Angaben des ORF in seinem Antrag vom 29.07.2014.

Der Inhalt der Stellungnahmen des PVB und der BWB ergeben sich aus deren Schreiben vom 09.10.2014 bzw. 14.10.2014.

### **4. Rechtliche Beurteilung**

#### **4.1. Zuständigkeit der KommAustria**

§ 1 Abs. 1 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 125/2011, lautet:

*„(1) Zur Verwaltungsführung und Besorgung der Regulierungsaufgaben im Bereich der elektronischen Audiomedien und der elektronischen audiovisuellen Medien einschließlich der Aufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften, ist die Kommunikationsbehörde Austria („KommAustria“) eingerichtet.“*

§ 35 ORF G lautet:

*„(1) Die Aufsicht des Bundes über den Österreichischen Rundfunk beschränkt sich auf eine Aufsicht nach Maßgabe dieses Bundesgesetzes, unbeschadet der Prüfung durch den Rechnungshof. Die Rechtsaufsicht obliegt der Regulierungsbehörde. Ferner entscheidet die Regulierungsbehörde über Einsprüche gemäß § 33 Abs. 6.“*

*(2) Der Regulierungsbehörde obliegt auch die Rechtsaufsicht über die Tätigkeit der Tochtergesellschaften des Österreichischen Rundfunks im Hinblick auf die Einhaltung der Bestimmungen dieses Bundesgesetzes.*

*(3) Regulierungsbehörde im Sinne dieses Bundesgesetzes ist, soweit nicht Abweichendes bestimmt wird, die KommAustria.“*

Gemäß § 1 Abs. 1 KOG iVm § 35 ORF-G kommt der KommAustria unter anderem auch die Rechtsaufsicht über den ORF und seine Tochtergesellschaften zu. Dies schließt auch die Durchführung von Auftragsvorprüfungsverfahren nach den Bestimmungen der §§ 6 ff ORF G mit ein.

## **4.2. Anwendungsbereich der Auftragsvorprüfung und Verfahren**

§ 6 ORF-G lautet wie folgt:

*„(1) Eine Auftragsvorprüfung ist in den in diesem Gesetz festgeschriebenen Fällen sowie dann durchzuführen, wenn der Österreichische Rundfunk ein neues Angebot im Sinne des Abs. 2 anzubieten beabsichtigt.*

*(2) Als neue Angebote gelten*

*1. Programme oder Angebote gemäß § 3, die erstmals veranstaltet oder bereitgestellt werden und sich wesentlich von den vom Österreichischen Rundfunk aufgrund der §§ 3 bis 5 bereits zum Zeitpunkt der Auftragsvorprüfung erbrachten Programmen oder Angeboten unterscheiden, oder*

*2. bestehende Programme oder Angebote gemäß § 3, die so geändert werden, dass sich das geänderte Programm oder Angebot voraussichtlich wesentlich vom bestehenden Programm oder Angebot unterscheiden wird.*

*(3) Eine wesentliche Unterscheidung im Sinne des Abs. 2 liegt insbesondere vor:*

*1. wenn sich die Angebote durch ihren Inhalt, die Form ihrer technischen Nutzbarkeit oder ihres Zugangs wesentlich von den bestehenden Programmen oder Angeboten gemäß § 3 unterscheiden, oder*

*2. wenn die Angebote eine wesentlich andere Zielgruppe ansprechen als bestehende Programme oder Angebote gemäß § 3.*

*Ein Indiz für eine wesentliche Unterscheidung liegt vor, wenn der aus der Neuschaffung oder der Änderung entstehende finanzielle Aufwand mehr als 2 vH der Kosten des öffentlich-rechtlichen Auftrags beträgt.*

*(4) Maßgeblich für die Beurteilung, ob eine wesentliche Änderung im Sinne von Abs. 3 vorliegt, sind insbesondere das Angebotskonzept (§ 5a), soweit ein solches besteht, die Programmpläne und die Jahressende- und Jahresangebotsschemen (§ 21 Abs. 1 Z 3 und § 21 Abs. 2 Z 2).*

*(5) Unbeschadet § 4g darf ein neues Angebot vor Erteilung einer Genehmigung gemäß § 6b nicht erbracht werden.“*

### **4.2.1. Vorliegen der Voraussetzungen einer Auftragsvorprüfung**

§ 6 ORF-G legt den inhaltlichen Anwendungsbereich der Auftragsvorprüfung fest. Vereinfacht ausgedrückt besagt § 6 ORF-G, dass eine Auftragsvorprüfung gemäß Abs. 1 in den gesetzlich vorgesehenen Fällen, sowie bei allen „neuen“ Angeboten im Sinne von Abs. 2 durchzuführen ist.

Als neue Angebote im Sinn des § 6 Abs. 2 Z 2 ORF-G gelten etwa solche Änderungen von bestehenden Angeboten, die zu einer wesentlichen Unterscheidung vom bisherigen Angebot führen würden, zum Beispiel weil sie sich durch ihren Inhalt, die Form ihrer technischen Nutzbarkeit oder ihres Zugangs wesentlich von bestehenden Programmen oder Angeboten unterscheiden (Abs. 3 Z 1).

Gegenständlich ist der ORF zutreffend davon ausgegangen, dass sich das Online-Angebot oe3.ORF.at durch die Einführung der zusätzliche Funktion „Ö3-Live / Visual“ wesentlich vom bisherigen Angebot unterscheiden würde. Soweit durch die geplante Erweiterung nämlich zusätzlich zum bisherigen Inhalt von oe3.ORF.at (bzw. zum Teil die bloß statische Begleitung des Angebots durch Webcam, Albumcovers und textbasierte Servicemeldungen ersetzend) nunmehr ein eigenes Bewegtbild-Angebot mit Studiokamera und Musikvideos zum Hörfunkprogramm Ö3 angeboten wird, bezieht sich diese Änderung (statisches bzw. textbasiertes Angebot vs. Bewegtbild) sowohl auf den Inhalt als auch auf die technische Nutzbarkeit des Angebots im Sinn von § 6 Abs. 3 Z 1 ORF-G und ist auch jedenfalls insofern wesentlich, als zusätzlich zum bestehenden Online-Angebot eine völlig neue Funktionalität („Visual Radio“) neu eingeführt werden soll.

#### 4.2.2. Einhaltung der prozessualen Vorgaben

§ 6a ORF-G regelt das Verfahren der Auftragsvorprüfung. Abs. 1 legt zunächst jene Informationen fest, die vom ORF in Form eines Vorschlags aufzubereiten sind (neben einem Angebotskonzept nach § 5a ORF-G sind dies vor allem eine detaillierte Begründung, weshalb das Angebot im Unternehmensgegenstand liegt und zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags dient, ferner eine Darstellung der Finanzierung sowie der Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation und die Angebotsvielfalt), um allen Betroffenen und insbesondere der Regulierungsbehörde einen umfassenden Überblick über Tragweite und Auswirkungen des neuen Angebots zu verschaffen. Um Transparenz zu gewährleisten und alle für eine fundierte und ausgewogene Entscheidung erforderlichen Informationen zu erhalten (vgl. Rz 87 der Rundfunkmitteilung, 2009/C 257/01), ist dieser Vorschlag nach Abs. 2 vom ORF einer öffentlichen Begutachtung binnen einer angemessenen, mindestens sechswöchigen Frist zu unterziehen. Die eingelangten Stellungnahmen von Betroffenen sind, soweit sie nicht vertrauliche Daten enthalten oder die Betroffenen einer Veröffentlichung widersprechen, auf der Website des ORF zu veröffentlichen. Stellungnahmen, die vertrauliche Informationen zur Wettbewerbssituation (insbesondere Geschäftsgeheimnisse) enthalten, können von den Betroffenen direkt der BWB übermittelt und von dieser im Verfahren vor der KommAustria unter Wahrung des Amtsgeheimnisses verwendet werden. Nach Abs. 3 sind der Vorschlag sowie die hierzu eingelangten Stellungnahmen und allfällige Änderungen des Angebotskonzepts an die KommAustria zu übermitteln und die Genehmigung des neuen Angebots zu beantragen. Danach hat die KommAustria diese Unterlagen gemäß Abs. 4 dem gemäß § 6c ORF-G eingerichteten Public Value Beirat sowie der BWB zur Beurteilung der publizistischen bzw. wettbewerblichen Auswirkungen binnen sechswöchiger Frist zur Verfügung zu stellen.

Im Verfahren vor der Regulierungsbehörde ist neben dem ORF die BWB als Amtspartei vorgesehen, welche die Interessen des Wettbewerbs vertritt und die damit verbundenen Parteirechte (Parteiengehör samt Stellungnahmerecht, Akteneinsicht etc.) eingeräumt erhält.

Der ORF hat am 16.05.2014 gemäß § 6a Abs. 1 ORF-G einen Vorschlag für die Änderung des Online-Angebots oe3.ORF.at an die KommAustria, die Bundesarbeitskammer sowie die Wirtschaftskammer Österreich übermittelt und diesen auf seiner Website für die Dauer von sechs Wochen öffentlich zur Konsultation bereit gestellt. Im Anschluss daran hat der ORF die eingelangten Stellungnahmen sowie den Vorschlag der KommAustria mit dem Antrag auf Genehmigung übermittelt. Es wurden hierzu sämtliche nach § 5a ORF-G und § 6a Abs. 1 Z 1 bis 4 ORF-G geforderten Angaben gemacht. Die KommAustria hat hierauf ihrerseits die eingelangten Unterlagen der BWB und dem Public Value Beirat zur Stellungnahme zu den voraussichtlichen Auswirkungen auf den Wettbewerb bzw. die Angebotsvielfalt übermittelt.

### 4.3. Auftragsvorprüfungsentscheidung gemäß § 6b ORF-G

#### 4.3.1. Allgemeines

Die Bestimmung des § 6b ORF-G legt die inhaltlichen und verfahrensrechtlichen Determinanten der Entscheidung der Regulierungsbehörde über die Auftragsvorprüfung bzw. die Genehmigung eines neuen Angebots fest.

§ 6b ORF-G lautet auszugsweise:

#### **„Entscheidung**

*(1) Die Regulierungsbehörde hat das neue Angebot zu genehmigen, wenn das neue Angebot den Vorgaben dieses Gesetzes entspricht und*

- 1. zu erwarten ist, dass das neue Angebot zur Erfüllung der sozialen, demokratischen und kulturellen Bedürfnisse der österreichischen Bevölkerung und zur wirksamen Erbringung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags, insbesondere zur Erreichung der in § 4 Abs. 1 und 5a genannten Ziele, beiträgt und*
- 2. nicht zu erwarten ist, dass das neue Angebot negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation auf dem jeweils für das Angebot relevanten Markt und auf die Angebotsvielfalt für Seher, Hörer und Nutzer haben wird, die im Vergleich zu dem durch das neue Angebot bewirkten Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags unverhältnismäßig sind.*

*[...]*

Die Bestimmung des § 6b ORF-G statuiert zunächst, dass die Behörde ein neues Angebot (nur) dann zu genehmigen hat, wenn dieses „den Vorgaben dieses Gesetzes entspricht“ (und legt konsequenterweise erst in weiterer Folge die darüber hinaus bestehenden Voraussetzungen für ein neues Angebot dar). Damit kommt die Genehmigung eines Angebots schon von vornherein – ohne dass eine Abwägungsentscheidung nach § 6b ORF-G erforderlich wäre – nicht in Betracht, wenn dieses anderen Bestimmungen des ORF-G widersprechen würde, also etwa vom Unternehmensgegenstand (§ 2 ORF-G, vgl. insofern auch das ausdrückliche Erfordernis einer Begründung, weshalb das neue Angebot im Unternehmensgegenstand liegt, gemäß § 6a Abs. 1 Z 2 ORF-G) oder vom Versorgungsauftrag (§ 3 ORF-G) des ORF nicht umfasst wäre.

Das Hindernis, wonach die vorgeschlagene Änderung dem Versorgungsauftrag des ORF widerspricht, liegt im gegenständlichen Fall – wie im Folgenden näher dargelegt wird – vor.

#### 4.3.2. Versorgungsauftrag und Auftrag für ein Online-Angebot

§ 3 ORF-G lautet (idF BGBl. I Nr. 50/2010):

#### **„Versorgungsauftrag**

*§ 3. (1) Der Österreichische Rundfunk hat unter Mitwirkung aller Studios*

*1. für drei österreichweit und neun bundeslandweit empfangbare Programme des Hörfunks und*

*2. für zwei österreichweit empfangbare Programme des Fernsehens zu sorgen.*

*Der Österreichische Rundfunk hat nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit dafür zu sorgen, dass in Bezug auf Programm- und Empfangsqualität alle zum Betrieb eines Rundfunkempfangsgerätes (Hörfunk und Fernsehen) berechtigten Bewohner des Bundesgebietes gleichmäßig und ständig mit jeweils einem bundeslandweit und zwei österreichweit empfangbaren Programmen des Hörfunks und zwei österreichweit empfangbaren Programmen des Fernsehens versorgt werden.*

(2) Die neun bundeslandweit empfangbaren Programme des Hörfunks werden von den Landesstudios gestaltet. Einzelne von den Landesstudios gestaltete Hörfunksendungen, an denen ein besonderes öffentliches Informationsinteresse besteht, können auch bundesländerübergreifend ausgestrahlt werden (Ringsendungen). In den Programmen des Fernsehens sind durch regelmäßige regionale Sendungen sowie durch angemessene Anteile an den österreichweiten Programmen die Interessen der Länder zu berücksichtigen. Die Beiträge werden von den Landesdirektoren festgelegt.

(3) Die Programme nach Abs. 1 Z 1 und 2 sind jedenfalls terrestrisch zu verbreiten. Für das dritte österreichweit empfangbare in seinem Wortanteil überwiegend fremdsprachige Hörfunkprogramm gilt abweichend von Abs. 1 zweiter Satz jener Versorgungsgrad, wie er am 1. Mai 1997 für dieses Programm bestanden hat.

(4) Nach Maßgabe der technischen Entwicklung und Verfügbarkeit von Übertragungskapazitäten, der wirtschaftlichen Tragbarkeit sowie nach Maßgabe des gemäß § 21 des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes, BGBl. I Nr. 84/2001, erstellten Digitalisierungskonzeptes hat der Österreichische Rundfunk dafür zu sorgen, dass die Programme gemäß Abs. 1 unter Nutzung digitaler Technologie terrestrisch (unter Nutzung des Übertragungsstandards DVB-T im Hinblick auf die Programme gemäß Abs. 1 Z 2) verbreitet werden. Die Ausstrahlung von Programmen über Satellit hat nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit unter Nutzung digitaler Technologien zu erfolgen.

(4a) Der Österreichische Rundfunk kann nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit die Programme nach Abs. 1 Z 1 und 2 sowie nach Abs. 8 gleichzeitig mit der Ausstrahlung ohne Speichermöglichkeit online bereitstellen. Er kann weiters diese Programme um bis zu 24 Stunden zeitversetzt ohne Speichermöglichkeit online bereitstellen. Der Beginn und das Ende der zeitgleichen und zeitversetzten Bereitstellung eines solchen Programms ist der Regulierungsbehörde anzuzeigen. Die Bereitstellung kann nur unverändert erfolgen. Ausgenommen hiervon sind Ausstrahlungslücken, die aus rechtlichen Gründen erforderlich sind oder die durch Auslassung von kommerzieller Kommunikation entstehen. Derartige Ausstrahlungslücken können durch Wiederholung von Programmelementen, welche innerhalb der vergangenen 24 Stunden im selben Programm ausgestrahlt wurden, geschlossen werden. Ein Ersatz von Ausstrahlungslücken durch kommerzielle Kommunikation ist unzulässig.

(5) Zum Versorgungsauftrag zählt auch

1. die Veranstaltung von mit Rundfunkprogrammen nach Abs. 1 und Abs. 8 im Zusammenhang stehendem Teletext sowie

2. die Bereitstellung von mit Rundfunkprogrammen nach Abs. 1 und Abs. 8 im Zusammenhang stehenden Online-Angeboten gemäß § 4e und § 4f.

(6) Der Österreichische Rundfunk kann zudem nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit sowie nach Maßgabe außerhalb des UKW-Bereichs zur Verfügung stehender Übertragungskapazitäten ein Hörfunkprogramm für Österreicher im Ausland und zur Darstellung Österreichs in der Welt gestalten (Auslandsdienst) und verbreiten. Der Beginn und das Ende der Veranstaltung eines solchen Programms ist der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

(7) Der Österreichische Rundfunk kann nach Maßgabe fernmelderechtlicher Bewilligungen unter Nutzung von im Mittelwellen-Bereich zur Verfügung stehenden Übertragungskapazitäten ein Hörfunkprogramm gestalten und verbreiten. Der Beginn und das Ende der Veranstaltung eines solchen Programms ist der Regulierungsbehörde anzuzeigen.

(8) Zum Versorgungsauftrag zählt auch die Veranstaltung eines Sport-Spartenprogramms gemäß § 4b, eines Informations- und Kulturspartenprogramms gemäß § 4c sowie die Ausstrahlung eines Fernsehprogramms gemäß § 4d.“

§ 4e und 4f ORF-G, durch welche die zulässigen Inhalte der gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G im Versorgungsauftrag des ORF gelegenen Online-Angebote näher bestimmt werden, lauten (idF BGBl. I Nr. 169/2013) auszugsweise:

### **„Besonderer Auftrag für ein Online-Angebot**

§ 4e. (1) Der Österreichische Rundfunk hat zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (§ 4) auch ein Online-Angebot bereitzustellen, das insbesondere sendungsbegleitende und in direktem Zusammenhang mit seinen Rundfunkprogrammen stehende Inhalte zu umfassen hat. Dieses Online-Angebot hat nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit zu beinhalten:

1. Information über den Österreichischen Rundfunk und seine gemäß § 3 veranstalteten Programme und bereitgestellten Angebote;
  2. eine tagesaktuelle Überblicksberichterstattung (Abs. 2);
  3. die Begleitung der in den Programmen nach § 3 Abs. 1 und 8 ausgestrahlten Sendungen (sendungsbegleitende Inhalte; Abs. 3) und
  4. einen Abrufdienst für die in den Programmen nach § 3 Abs. 1 und 8 ausgestrahlten Sendungen (Abs. 4).
- [...]

### **Bereitstellung weiterer Online-Angebote**

§ 4f. (1) Der Österreichische Rundfunk hat nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit über das Angebot nach § 4e hinaus weitere Online-Angebote bereitzustellen, die einen wirksamen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (§ 4) leisten. Darunter fallen auch Abrufdienste. Solche Angebote dürfen nur nach Erstellung eines Angebotskonzepts (§ 5a) erbracht werden; sind die Voraussetzungen des § 6 erfüllt, ist eine Auftragsvorprüfung (§§ 6 bis 6b) durchzuführen.

(2) Folgende Online-Angebote dürfen nicht im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags bereitgestellt werden:

1. [...].“

§ 3 ORF-G umschreibt den Umfang der im Rahmen des öffentlichen Auftrags vom ORF anzubietenden Dienste („hat... zu veranstalten“), wobei Abs. 1 und 8 die Anzahl an zu veranstaltenden Hörfunk- und Fernsehprogrammen im Sinne einer quantitativen Mindest- und Höchstgrenze des öffentlich-rechtlichen Programmangebots vorgeben (vgl. Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetze<sup>3</sup>, S. 42).

In den Erläuterungen zur Neufassung des öffentlich-rechtlichen Auftrags durch BGBl. I Nr. 83/2001 (ErlRV 634 BlgNR, 21. GP) wurde zu § 3 ORF-G ausgeführt: „Wie im Allgemeinen Teil erläutert, wird der öffentlich-rechtliche Auftrag in einen Versorgungsauftrag und einen Programmauftrag unterteilt. § 3 regelt den technischen Versorgungsauftrag. § 3 erweitert die Bestimmungen der bisherigen Rechtslage des § 3 Abs. 1 bis 3 und des § 4 RFG. Abs. 1 bis 3 entsprechen inhaltlich der bisherigen Rechtslage des § 3 Abs. 1 bis 3 RFG. Mit diesen Bestimmungen wird auch im Zusammenhalt mit den Regelungen des § 9 eine abschließende Regelung hinsichtlich der Anzahl der analog terrestrisch verbreiteten Programme (Hörfunk und Fernsehen) getroffen. Insbesondere ist die Veranstaltung von weiteren Programmen in Form des Event- oder Ausbildungshörfunk auf zusätzlichen Übertragungskapazitäten privaten Veranstaltern vorbehalten (vgl. die Regelungen des Privatradiogesetzes). [...] Abs. 5 trägt dem ORF die Veranstaltung von mit den in Abs. 1 genannten Rundfunkprogrammen in Zusammenhang stehenden Online-Diensten und Teletext (gemäß den inhaltlichen – an sich für Rundfunkprogramme geltenden – Anforderungen, die in § 4 normiert sind) auf. Auf Grund dieser Unterscheidung wird auch klargestellt, dass diese „öffentlich-rechtlichen“ Online-Dienste und Teletext aus dem Programmertgelt finanziert werden können.“

Mit der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 wurde im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags § 3 Abs. 4a eingefügt, wonach der ORF berechtigt ist, seine Hörfunk- und Fernsehprogramme gemäß § 3 gleichzeitig mit der Ausstrahlung oder bis zu 24 Stunden zeitversetzt online zu streamen. Gleichzeitig mit dieser Änderung ist die Neufassung des Auftrags für die Online-

Angebote (§ 3 Abs. 5 Z 2 iVm §§ 4e und 4f ORF-G) und die (Sport- bzw. Informations- und Kultur-)Spartenprogramme (§ 3 Abs. 8 iVm §§ 4b und 4c) erfolgt.

Zu § 3 Abs. 4a ORF-G führen die Erläuterungen (ErlRV 611 BlgNR, 24. GP) aus: „Es wird im Sinne der Plattformneutralität klargestellt, dass der ORF berechtigt ist, seine öffentlich-rechtlichen Hörfunk- und Fernsehprogramme online zu „streamen“, sofern dies technisch möglich und wirtschaftlich zu rechtfertigen ist. Die Bereitstellung im Internet hat grundsätzlich unverändert zu erfolgen; „maßgeschneiderte“ Angebote für den Online-Bereich würden unter § 3 Abs. 5 Z 2 fallen. Denkbar wäre auch eine Durchführung als kommerzielle Tätigkeit nach § 8a ff. [...] Zur Sicherung der Transparenz und zur Information der Regulierungsbehörde wird eine Anzeigepflicht vorgesehen. Lineare Übertragungsmöglichkeiten im Sinne der Plattformneutralität stellen grundsätzlich keine „neuen Angebote“ im Sinne von § 6 dar und sind daher grundsätzlich nicht einer Auftragsvorprüfung zu unterziehen (vgl. Fußnote 51 der Rundfunkmitteilung).“

In den Erläuterungen zur Einfügung von § 4e und 4f ORF-G wird u.a. ausgeführt: „[Zu § 4e]: Als Ergebnis des Beihilfeverfahrens wird dem ORF ein präzise und taxativ definierter Auftrag für Online-Angebote auferlegt, über dessen Rahmen nur im Wege des § 4f und damit, wenn die Voraussetzungen des § 6 erfüllt sind, einer Auftragsvorprüfung hinausgegangen werden kann. Dieser Online-Auftrag soll sicherstellen, dass der ORF seine wesentliche Informationsfunktion auch im Internet jederzeit aktuell wahrnehmen und seine Radio- und Fernsehsendungen im Internet begleiten kann sowie über einen angemessenen Spielraum verfügt, von ihm ausgestrahlte Sendungen zum Abruf im Internet bereit zu stellen. ... [Zu § 4f:] Entsprechend den Ergebnissen des Beihilfeverfahrens wird dem ORF ein Auftrag für die Bereitstellung weiterer öffentlich-rechtlicher Online-Angebote erteilt, die jedoch nur nach Vorlage eines Angebotskonzepts (§ 5a) bereitgestellt werden dürfen und, soweit die Voraussetzungen des § 6 erfüllt sind, einer Auftragsvorprüfung (§§ 6 bis 6b) zu unterziehen sind. Das Gemeinschaftsrecht erfordert eine verpflichtende Betrauung eines Unternehmens mit gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen (vgl. Rz 50 der Rundfunkmitteilung). Abs. 1 legt fest, dass Angebote gemäß § 4f bereitzustellen sind, soweit sie im Unternehmensgegenstand des ORF (§ 2) liegen und die technische Entwicklung und wirtschaftliche Tragbarkeit es erlauben; zentrale Voraussetzung ist ferner, dass diese Angebote einen wirksamen Beitrag zur Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Kernauftrags (§ 4) leisten. Die nähere Determinierung und Konkretisierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags für diese Angebote erfolgt durch das Angebotskonzept sowie gegebenenfalls durch die Auftragsvorprüfung. Durch die Auftragsvorprüfung wird ferner sichergestellt, dass nur jene Angebote erbracht werden dürfen, deren öffentlich-rechtlicher Mehrwert allfällige negative Auswirkungen auf die Wettbewerbssituation überwiegt. [...] Zu den Angeboten im Sinne von § 4f zählen beispielsweise: 1. Die Bereithaltung von nicht-linearen Audio- und audiovisuellen Inhalten des ausgestrahlten Programms zum Abruf durch den Nutzer, sofern nicht bereits von § 4e Abs. 4 erfasst (wenn der ORF seinen Abrufdienst gemäß § 4e Abs. 4 also etwa um im ORF-Fernsehprogramm ausgestrahlte Fremdproduktionen wie z. B. zugekaufte Dokumentationen erweitern oder die Abrufbarkeit der Sendungen auf einen Zeitraum über sieben Tage hinaus verlängern möchte); 2. sonstige (nicht-lineare) text- und/oder bildbasierte oder Audio- oder audiovisuelle Angebote, die im Unternehmensgegenstand liegen und der Erfüllung des Programmauftrags gemäß § 4 Abs. 1 dienen (z. B. die bestehenden Angebote Futurezone und Soundpark; in Zukunft z. B. die Angebote, die den 611 der Beilagen XXIV. GP - Regierungsvorlage - Vorblatt und Erläuterungen 35 von 85 Zugang zu Sportübertragungen ermöglichen, die vom ORF nicht ausgestrahlt wurden – etwa im Rahmen von olympischen Spielen); 3. lineare Audio- und audiovisuelle Angebote, die nicht terrestrisch, über Satellit oder über Kabel ausgestrahlt werden (z. B. lineare Übertragung von Parlamentsdebatten via ipTV oder die Schaffung eines speziellen linearen Online-Programms).“

Ebenfalls mit der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 wurden im ORF-G – in Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, 2010/13/EU (Audiovisuelle Mediendienste-

Richtlinie, AVMD-RL) – in § 1a Begriffsbestimmungen eingefügt. Diese lauten (soweit hier maßgeblich):

### **„Begriffsbestimmungen**

§ 1a. Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet

1. „audiovisueller Mediendienst“ eine unter der redaktionellen Verantwortung des Österreichischen Rundfunks oder einer seiner Tochtergesellschaften im Wege von Kommunikationsnetzen (§ 3 Z 11 TKG 2003, BGBl. I Nr. 70) angebotene Dienstleistung, deren Hauptzweck in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der Allgemeinheit besteht;
2. „Fernsehprogramm“ einen audiovisuellen Mediendienst, der für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendepplans bereitgestellt wird;
3. „Hörfunkprogramm“ einen unter der redaktionellen Verantwortung des Österreichischen Rundfunks angebotenen Dienst, der für den zeitgleichen Empfang von Hörfunksendungen auf der Grundlage eines Sendepplans bereitgestellt wird;
4. „Abrufdienst“ einen für den Empfang von Sendungen aus einem festgelegten Katalog zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf bereitgestellten audiovisuellen Mediendienst;
5. „Sendung“
  - a) in Fernsehprogrammen und Abrufdiensten eine einzelne, in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die im Fall von Fernsehprogrammen Bestandteil eines Sendepplans oder im Fall von Abrufdiensten eines Katalogs ist;
  - b) in Hörfunkprogrammen einen einzelnen, in sich geschlossenen und zeitlich begrenzten Bestandteil des Programms;
6. [...]“

Zur Umsetzung der AVMD-RL und zur Einführung der Begriffsbestimmungen führen die (bereits zitierten) Erläuterungen aus: „Diese Richtlinie ist auch für den Bereich des öffentlich-rechtlichen Medienanbieters in innerstaatliches Recht umzusetzen. Daraus folgt, dass auch das ORF-Gesetz zunächst zwischen Fernsehen und Abrufdiensten differenzieren muss, andererseits aber ein wesentlicher Teil der inhaltlichen Anforderungen aus der AVMD-RL auf beide Typen von Medienangeboten gleichermaßen Anwendung finden müssen. Die durch die Mediendiensterichtlinie vorgegebenen Änderungen betreffen aber auch die Definition von „audiovisueller kommerzieller Kommunikation“, die Anwendung eines Großteils der diese Kommunikation betreffenden inhaltlichen Standards auch auf Abrufdienste und die damit einhergehenden Änderungen bei den speziell die Werbung im Fernsehen berührenden Bestimmungen. [...] Die Einfügung von Begriffsbestimmungen dient vor allem der Umsetzung der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL) in der Fassung der Richtlinie 2007/65/EG. Die Z 1, 2, 4 und 5 lit. a gehen unmittelbar auf die Definitionen dieser Richtlinie zurück. Für die einzelnen Definitionselemente („redaktionelle Verantwortung“, „Hauptzweck“, „Sendung“) kann daher auf die entsprechenden Erwägungsgründe 16 bis 18 dieser Änderungsrichtlinie sowie die Erläuterungen zu den Begriffsbestimmungen des Art. 2 AMD-G verwiesen werden. [...] Die Richtlinie differenziert zwischen Fernsehprogrammen (einschließlich Webcasting bzw. Streaming) und Abrufdiensten. Abrufdienste unterscheiden sich von den Fernsehprogrammen dadurch, dass der Nutzer individuell über den Zeitpunkt des „Konsums“ entscheiden kann, indem er aus einem vom ORF zusammengestellten Sendungskatalog auswählt. Mit dem Begriff der Sendung soll auch für die Abrufdienste klargestellt werden, dass es sich beim Inhalt dieser Dienste um fernsehähnliche Erscheinungsformen audiovisueller Inhalte handeln muss. Ein Abrufdienst fällt daher nur dann unter die Regelungen, wenn er Sendungen anbietet, die mit dem Angebot eines Fernsehveranstalters vergleichbar sind und so in Konkurrenz zu Fernsehsendungen treten könnten. Beispiele für Sendungen sind unter anderem Spielfilme, Sportberichte, Komödien, Dokumentationen, Kinderfilme und Originalfernsehspiele („original drama“). Im Zuge der von der Richtlinie vorgegebenen Definition eines Fernsehprogramms und der Sendung ist es

*auch naheliegend, eine entsprechende Definition einer Hörfunksendung und des Hörfunkprogramms aufzunehmen.“*

#### 4.3.3. Abgrenzung des Versorgungsauftrages und Plattformneutralität

Aus der Systematik dieser Bestimmungen (idF BGBl. I Nr. 50/2010) ergibt sich, dass der Versorgungsauftrag für Hörfunk- und Fernsehprogramme in § 3 ORF-G – und zwar genauer in den Abs. 1 bis 4a sowie Abs. 8 dieser Bestimmung – abschließend geregelt ist. Dafür spricht auch der Umstand, dass die Erweiterung des Versorgungsauftrages im Bereich der linearen Angebote bislang immer in eigenen Bestimmungen (vgl. etwa § 3 Abs. 8 iVm § 9a ORF-G idF BGBl. I Nr. 159/2005 sowie § 3 Abs. 8 iVm §§ 4b und 4c ORF-G idF BGBl. I Nr. 50/2010) erfolgt ist. Der ORF ist also nicht berechtigt, über die Programme gemäß § 3 Abs. 1, 4a und 8 ORF-G hinaus ein weiteres Fernsehprogramm (im Sinn des § 1a Z 1) zu veranstalten. Die Online-Bereitstellung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen beschränkt sich darauf, dass der ORF die Programme, zu deren terrestrischer bzw. Satelliten-Verbreitung er gemäß § 3 Abs. 1 und 8 ORF-G verpflichtet ist, gemäß Abs. 4a online bereitstellen „kann“. Im Sinne der mit der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 für das ORF-G statuierten „Plattformneutralität“ soll der bis dahin auf die terrestrische Versorgung bezogene Versorgungsauftrag der (linearen) Verbreitung der bestehenden, abschließend geregelten Fernseh- und Hörfunkprogramme auch über das Internet nicht entgegenstehen. „Neutralität“ hinsichtlich der unterschiedlichen Verbreitungswege kann jedoch nicht bedeuten, dass online verbreitete Fernseh- und Hörfunkprogramme außerhalb des Versorgungsauftrages stehen und daher nicht den zahlenmäßigen Beschränkungen unterliegen würden.

Die Erläuterungen zur Neufassung des Versorgungsauftrages in § 3 Abs. 1 bis 3 ORF-G idF BGBl. I Nr. 83/2001 sprechen zwar noch davon, dass damit *„eine abschließende Regelung hinsichtlich der Anzahl der analog terrestrisch verbreiteten Programme (Hörfunk und Fernsehen) getroffen“* [Hervorhebung durch die KommAustria] wird. Aus der Einfügung der Begriffsbestimmungen in § 1a ORF-G sowie des § 3 Abs. 4a ORF-G durch BGBl. I Nr. 50/2010 ergibt sich aber zwingend, dass nunmehr einerseits, soweit in § 3 ORF-G von „Fernsehprogrammen“ (bzw. „Programmen des Fernsehens“ – diese Begriffe verwendet das ORF-G synonym, vgl. dazu etwa § 3 Abs. 1 Z 2 und § 5 Abs. 2) die Rede ist, davon auch (nur) online verbreitete Fernsehprogramme („Web-TV“) umfasst wären, und andererseits auch die Online-Bereitstellung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen des ORF im Rahmen des § 3 abschließend geregelt wird.

Nach der Formulierung der Begriffsbestimmungen gemäß § 1a ORF-G und den Erläuterungen zu dieser Bestimmung sind nämlich nunmehr unzweifelhaft auch für das Begriffsverständnis im ORF-G die (insofern übernommenen) Begrifflichkeiten der AVMD-RL maßgeblich. „Fernsehprogramm“ (Z 2) meint demnach *„einen audiovisuellen Mediendienst, der für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendeplans bereitgestellt wird“* (vgl. auch die im Wesentlichen gleichlautende Definition für „Hörfunkprogramm“ in Z 3). Dem (linearen) „Fernsehprogramm“ wird der „Abrufdienst“ (Z 4) als ein *„für den Empfang von Sendungen aus einem festgelegten Katalog zu dem vom Nutzer gewählten Zeitpunkt und auf dessen individuellen Abruf bereitgestellte[r] audiovisuelle[r] Mediendienst“* gegenübergestellt, beide bilden Unterformen des Begriffs *„audiovisueller Mediendienst“* [Z 1]. Wesentlich ist nach den Erläuterungen, *„dass der bereits bisher bekannte Begriff Fernsehen in Z 2 jede (erdenkliche technische) Form der auf einem Sendeplan basierenden linearen (dh zeitgleichen) Verbreitung audiovisueller Inhalte an die Allgemeinheit erfasst.“*

Dem entspricht auch die (innere) Systematik von § 3 ORF-G (idF BGBl. I Nr. 50/2010): Zunächst wird dem ORF der Auftrag erteilt, drei österreichweit und neun bundeslandweit empfangbare Programme des Hörfunks sowie zwei österreichweit empfangbare Programme des Fernsehens zu veranstalten und diese (primär) terrestrisch zu verbreiten (Abs. 1 bis 3

und Abs. 4 erster Satz). Weiters hat eine Ausstrahlung via Satellit nach Maßgabe der technischen Entwicklung und der wirtschaftlichen Tragbarkeit zu erfolgen (Abs. 4 zweiter Satz). Darüber hinaus ist geregelt, dass der ORF die genannten Programme zeitgleich oder bis zu 24 Stunden zeitversetzt online streamen kann (Abs. 4a). Die Bereitstellung darüber (also über das Streaming der primär über eine andere Plattform verbreiteten Programme) hinaus gehender Online-Angebote gehört ebenfalls zum Versorgungsauftrag (Abs. 5 Z 2), unterliegt aber einem besonderen Regime gemäß §§ 4e und 4f ORF-G.

In diesen Bestimmungen wird wiederum zwischen dem besonderen Auftrag für ein Online Angebot, das insbesondere sendungsbegleitende und in direktem Zusammenhang mit den Rundfunkprogrammen stehende Inhalte zu umfassen hat (§ 4e) und weiterer Online-Angebote („über das Angebot nach § 4e hinaus“), die nur nach Erstellung eines Angebotskonzepts und allfälliger Durchführung einer Auftragsvorprüfung bereitgestellt werden dürfen (§ 4f), unterschieden. Aus den obigen Ausführungen ergibt sich freilich, dass es sich dabei um kein – auch nicht lediglich online verbreitetes – Fernseh- oder Hörfunkprogramm handeln kann da dieses vom Auftrag des § 3 Abs. 1 bis 3 abschließend erfasst wird.

Weiters (Abs. 8) zählt zum Versorgungsauftrag iSd § 3 ORF-G die Veranstaltung eines Sport-Spartenprogramms gemäß § 4b, eines Informations- und Kultur-Spartenprogramms gemäß § 4c und die Ausstrahlung eines Fernsehprogramms für das europäische Publikum gemäß § 4d, wobei insofern primär die Verbreitung über Satellit vorgesehen ist, der ORF aber auch diese Programme gemäß Abs. 4a zeitgleich oder zeitversetzt online streamen kann.

Auch diese Systematik geht wie dargestellt auf die Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 zurück, die vom Grundsatz der „Plattformneutralität“ getragen ist (vgl. die dargestellten Erläuterungen zu § 1a und § 3 Abs. 4a ORF-G). Davon ausgehend wird zunächst „plattformneutral“ geregelt, welche Fernseh- und Hörfunkprogramme (im Sinn der Definitionen gemäß § 1a ORF-G) der ORF zu veranstalten hat, und erst in weiterer Folge, auf welchen Wegen er diese verbreiten muss bzw. kann. Für die Online-Verbreitung der (primär terrestrisch bzw. über Satellit zu verbreitenden) Hörfunk- und Fernsehprogramme ist ausdrücklich festgelegt, dass der ORF diese gleichzeitig mit der Ausstrahlung oder bis zu 24 Stunden zeitversetzt online streamen „kann“. Online-Angebote im Sinn des Abs. 5 sind davon ausgehend weitere Inhalte, die im Internet verbreitet werden und mit den Fernseh- und Hörfunkprogrammen in Zusammenhang stehen, aber selbst keine Fernseh- oder Hörfunkprogramme darstellen.

Im Ergebnis ist also die Verbreitung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen durch den ORF in § 3 Abs. 1 und 8 ORF-G abschließend geregelt, und zwar in der Form, dass zunächst die Anzahl der zu veranstaltenden Programme bestimmt und in der Folge geregelt wird, auf welchen Plattformen diese zu verbreiten sind. Dabei ergibt sich die Online-Verbreitung der zu veranstaltenden Programme aus § 3 Abs. 4a ORF-G. Damit ist aber die Bereitstellung eines weiteren – wenn auch nur im Internet verbreiteten – Fernseh- oder Hörfunkprogramm im Rahmen des Auftrages zur Bereitstellung von Online-Angeboten gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 iVm §§ 4e und 4f ORF-G ausgeschlossen.

Auch eine nähere Betrachtung des Wortlautes des § 4f ORF G bestätigt diese Sichtweise: Der Einleitungssatz nennt als Anknüpfungspunkt ausdrücklich den Katalog der in § 4e ORF-G geregelten „direkt“ beauftragten Online-Angebote, insbesondere also die Überblicksberichterstattung, die Sendungsbegleitung und den Abrufdienst (arg „[...] über das Angebot nach § 4e hinaus [...]“) und ermöglicht damit – unter den Kautelen der Auftragsvorprüfung nach §§ 6 ff ORF G – Erweiterungen dieses Grundangebotes in quantitativer und qualitativer Art. Aus diesem ausdrücklichen Bezugspunkt erschließt sich aber umgekehrt auch, dass eine Erweiterung des taxativen Katalogs der nach § 3 Abs. 1 und Abs. 6 bis 8 ORF G zu veranstaltenden Hörfunk- und Fernsehprogramme von § 4f ORF G eben gerade nicht umfasst ist, da der Gesetzgeber sonst auch den Einleitungssatz

entsprechend gestaltet hätte (etwa: „[...] über das Angebot nach § 3 und § 4e ORF G hinaus [...]“).

Dass die Bereitstellung von „Ö3-Live / Visual“ als (gleichzeitiger) Stream im Sinne des § 3 Abs. 4a ORF-G zu qualifizieren wäre, bringt nicht einmal der Antragsteller selber vor. Es sei an dieser Stelle dennoch darauf hingewiesen, dass die Verbreitung eines „visualisierten“ Radioprogrammes der expliziten Anforderung einer *unveränderten* Bereitstellung widersprechen würde. Für die KommAustria besteht kein Zweifel daran, dass auch die Ergänzung eines Radioprogrammes um Bewegtbildinhalte eine Veränderung darstellten, die weit über die Grenzen der nach § 3 Abs. 4a ORF-G zulässigen Parallelverbreitung hinausginge.

#### 4.3.4. Zulässigkeit „spezieller linearer“ Online-Angebote

Dieses Ergebnis steht auch in keinem Widerspruch zu der in den Erläuterungen zu § 4f ORF-G enthaltenen Formulierung, wonach zu den Angeboten im Sinne dieser Bestimmung beispielsweise auch *„lineare Audio- oder audiovisuelle Angebote [zählen], die nicht terrestrisch, über Satellit oder über Kabel ausgestrahlt werden (z.B. lineare Übertragungen von Parlamentsdebatten via ipTV oder die Schaffung eines speziellen linearen Online-Programms)“*. Nach dem zur (insofern eindeutigen) Gesetzessystematik Gesagten kann dies aber nur so verstanden werden, dass von der Formulierung *„Schaffung eines speziellen linearen Online-Programms“* nur solche Online-Angebote umfasst sind, die kein *„Fernsehprogramm“* im Sinn der Begriffsbestimmung gemäß § 1a Z 2 ORF-G darstellen, also nicht *„Sendungen auf der Grundlage eines Sendepplans“* enthalten. Dem entspricht auch das genannte Beispiel der – regelmäßig anlassbezogenen und nicht einem Sendepplan folgenden – Übertragung von Parlamentsdebatten. Zulässiger Inhalt von im Rahmen des § 4f ORF-G bereitgestellten Online-Angeboten können somit auch fallweise lineare audiovisuelle Inhalte (Übertragungen von Ereignissen – etwa der „FM4-Geburtstagsparty“ – im Internet) sein. Missverständlich ist somit lediglich die Formulierung *„Online-Programm“* in den Erläuterungen zu dieser Bestimmung. Die Zulässigkeit der Veranstaltung eines weiteren, über § 3 Abs. 1 und 8 ORF-G hinausgehenden *„Fernsehprogramms“* im Sinn des § 1a Z 2 kann darauf aber nicht gestützt werden.

#### 4.3.5. „Ö3-Live/Visual“ als Fernsehprogramm

Damit ist abschließend zu beurteilen, ob die vorgeschlagene Änderung durch die Einführung des Angebots „Ö3-Live / Visual“ die Veranstaltung eines Fernsehprogramms im oben dargestellten Sinn darstellen würde.

Daran besteht für die KommAustria vor dem Hintergrund der Definitionen gemäß § 1a Z 1 und 2 ORF-G kein Zweifel. Zunächst ist die „audiovisuelle“ Gestaltung des Angebots, also die Verbindung von Bild- und Tonelementen, nach dem Antrag des ORF gerade der Zweck der geplanten Änderung.

Die weiteren Kriterien für das Vorliegen eines audiovisuellen Mediendienstes gemäß Z 1 (*„im Wege von Kommunikationsnetzen [...] angebotene Dienstleistung, deren Hauptzweck in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der Allgemeinheit besteht“*) sind ebenfalls zu bejahen. Insbesondere besteht hinsichtlich des Sendungsbegriffs kein Zweifel, dass eine Sendung eines Fernsehprogramms (*„einzelne, in sich geschlossene und zeitlich begrenzte Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton“*), das in seiner Gestaltung dem Ablauf eines Radioprogramms folgt, der jeweiligen Sendung im Hörfunkprogramm (*„einzelne[r], in sich geschlossene[r] und zeitlich begrenzte[r] Bestandteil des Programms“*) gleich zu halten ist. Eine Abfolge von Musikvideos und Moderationselementen, wobei die Moderatoren jeweils im Bild zu sehen sind, stellt auch eine Sendung im Rahmen eines Fernsehprogramms dar (vgl. zur Begründung, dass aneinander

gereichte Musikvideos bereits selber in sich abgeschlossene Sendungsteile sind BKS 23.06.2006, 611.001/0024-BKS/2005).

Dasselbe gilt für das Kriterium des Vorliegens eines „Sendeplans“ gemäß Z 2: Soweit das ORF-G nämlich für die Einordnung eines Angebots als Fernsehprogramm lediglich das Vorliegen eines Sendepplans fordert, ist nicht ersichtlich, inwiefern die Qualifikation als Fernsehprogramm ausgeschlossen wäre, wenn dieser Sendepplan dem eines Radioprogramms entspricht, dem das Fernsehprogramm („Visual Radio“) inhaltlich folgt. Tatsächlich wäre der Sendepplan des Radioprogramms „Ö3“ und des Angebotes „Ö3-Live/Visual“ weitgehend deckungsgleich. Dass das Radioprogramm „Ö3“ einem Sendepplan, mithin einer vom Rundfunkveranstalter festgelegten Reihenfolge von Sendungen und Programmelementen folgt, kann als bekannt vorausgesetzt (und diese unter <http://oe3.orf.at/sendungen/> abgerufen) werden. Für den Fall, dass ein (Fernseh)Programm ein anderes (Radio)Programm lediglich „abbildet“, übernimmt das abbildende Programm den Sendepplan des abgebildeten Programms; es kann jedoch nicht behauptet werden, dass das übernehmende Programm selber gar keinen Sendepplan hat.

Als audiovisueller Mediendienst, der für den zeitgleichen Empfang von Sendungen auf der Grundlage eines Sendepplans bereitgestellt würde, handelte es sich bei „Ö3-Live/Visual“ jedoch um ein weiteres, wenngleich nur online verbreitetes, Fernsehprogramm des ORF das zu veranstalten dieser jedoch vom abschließend geregelten Versorgungsauftrag des § 3 ORF-G nicht ermächtigt ist.

Soweit der ORF vorbringt, dass das vorgeschlagene Angebot eben kein Fernsehprogramm, sondern nur „bebildertes Radio“ darstelle, ist dem zu entgegen, dass das vorgeschlagene Angebot über die ledigliche „Bebilderung“, wie sie vom ORF bereits jetzt im Rahmen seines Online-Angebots zur Verfügung gestellt wird (Cover-Flow, Schlagzeilen), weit hinausgeht. Visualisierungen von Radioprogrammen überschreiten jedenfalls dann die Grenze zum Fernsehen, wenn es sich um bewegte Bilder handelt, denen ein eigenständiger Informationswert zukommt. Kommt man im Wege der „Subtraktion“ also zu dem Ergebnis, dass der Dienst nicht in direktem Zusammenhang mit dem Hörfunkprogramm steht, sondern auch eigenständig von einem durchschnittlichen Zuseher als Angebot angenommen werden könnte, liegt ein Fernsehprogramm vor (Vgl. *Kogler/Trainer/Truppe*, Österreichische Rundfunkgesetz<sup>3</sup>, 13 f).

Wie dargestellt, handelt es sich bei „Visual Radio“ in der geplanten Form um ein Fernsehprogramm. Auch im Rahmen der Konsultation des gegenständlichen Vorschlags wurde mehrmals auf die inhaltliche Ähnlichkeit des geplanten Angebots zu dem von Musikfernsehsendern hingewiesen. Wenn zudem selbst das vom ORF vorgelegte Gutachten eine mögliche Substitutionswirkung mit Musikfernsehprogrammen sieht, legt dies ebenfalls den Schluss nahe, dass es sich beim gegenständlichen Angebot selber um ein Fernsehprogramm handelt.

Wie oben (unter Punkt 4.3.2.) ausgeführt wurde, kann ein Online-Angebot, egal ob gemäß § 4e oder 4f ORF-G, kein Fernseh- oder Hörfunkprogramm darstellen, da dieses vom Auftrag des § 3 Abs. 1 bis 3 abschließend erfasst wird. Umgekehrt kann es sich bei einem Fernseh- oder Hörfunkprogramm um kein Online-Angebot gemäß der §§ 4e oder 4f ORF G handeln.

Die KommAustria geht davon aus, dass es sich bei „Ö3-Live/Visual“ um ein weiteres Fernsehprogramm des ORF handelt. Eine Zurverfügungstellung als Angebot gemäß § 4e ORF-G entfällt daher ebenso wie als Angebot gemäß § 4f ORF-G. Damit erübrigt sich die weitere Prüfung nach § 6b ORF-G.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

### **III. Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Bescheid steht der/den Partei/en dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Beschwerde gemäß Art. 130 Abs. 1 Z 1 B-VG beim Bundesverwaltungsgericht offen. Die Beschwerde ist binnen vier Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Kommunikationsbehörde Austria einzubringen. Die Beschwerde hat den Bescheid, gegen den sie sich richtet, ebenso wie die belangte Behörde, die den Bescheid erlassen hat, zu bezeichnen und die Gründe, auf die sich die Behauptung der Rechtswidrigkeit stützt, das Begehren sowie die Angaben zu enthalten, die erforderlich sind, um zu beurteilen, ob die Beschwerde rechtzeitig eingebracht wurde. Für die Beschwerde ist eine Gebühr in Höhe von EUR 30,- an das Finanzamt für Gebühren, Verkehrssteuern und Glückspiel (IBAN: AT83010000005504109, BIC: BUNDATWW, Verwendungszweck: „Bundesverwaltungsgericht“, Vermerk: „Name des Beschwerdeführers“) zu entrichten. Die Entrichtung der Gebühr ist im Zeitpunkt der Einbringung der Eingabe durch einen von einer Post-Geschäftsstelle oder einem Kreditinstitut bestätigten Zahlungsbeleg in Urschrift nachzuweisen.

Wien, am 18. Februar 2015

**Kommunikationsbehörde Austria**  
Der Senatsvorsitzende

Dr. Florian Philapitsch, LL.M.  
(Vorsitzender-Stellvertreter)

Zustellverfügung:

1. Österreichischer Rundfunk/GD Dr. Alexander Wrabetz, Würzburggasse 30, 1136 Wien, amtssigniert per E-Mail an gra@orf.at
2. Bundeswettbewerbsbehörde, z.Hd. GD für Wettbewerb Dr. Theodor Thanner, Praterstraße 31, 1020 Wien, amtssigniert per E-Mail an wettbewerb@bwb.gv.at