

Österreichs Mediensystem Ein Überblick

Thomas Steinmaurer

1. Einleitung

Die Medienstruktur Österreichs stellt sich schon auf den ersten Blick in vielerlei Hinsicht als ein Sonderfall dar. Einerseits ergibt sich das aus dem kleinstaatlichen Charakter des Landes mit seiner Anbindung an einen größeren gleichsprachigen Nachbarn, mit den Kennzeichen der Abhängigkeit, Ressourcenknappheit, der Marktgröße und des Korporatismus. (Vgl. Fabris 1991) Andererseits verhielt sich die Medienpolitik über weite Strecken bestenfalls reaktiv und überließ anderen Akteuren, wie den Höchstgerichten oder den Medien selbst, die Rolle einer aktiven Gestaltungskraft. Besonders im Rundfunksektor konnte sich die Medienpolitik sehr lange nicht dazu durchringen, ein duales System zu implementieren. Erst im Jahr 2001 wurde die vom Straßburger Gerichtshof 1993 eingemahnte Marktöffnung auch für das Fernsehen gesetzlich verankert. Im Printmediensektor haben sich dagegen die strukturellen Besonderheiten in den letzten Jahren sogar noch verschärft. Die für Europa beispiellos hohe Pressekonzentration wird nicht nur durch ein beträchtliches Ausmaß von Beteiligungen bundesdeutscher Verlage getragen, sondern hat über den Tageszeitungsmarkt hinaus jüngst auch den Zeitschriftenmarkt erfasst. Zu nachhaltigen Strukturveränderungen kam es durch eine Marktöffnung im Telekommunikationsbereich, die sich als eine zwingende Folge des Beitritts Österreichs zur Europäischen Union ergab.

Nach vielen Jahren der Verzögerung von Reformen erfolgten schließlich 2001 eine Reihe von gesetzlichen Neuregelungen (im Rundfunksektor die ORF-Reform und das Privatfernsehgesetz) und weitere Innovationen im Regulierungsbereich (Etablierung der Kommunikationsbehörde »KommAustria«). Einer sich weiter verschärfenden Pressekonzentration konnte dagegen seitens der (Medien)Politik kein Einhalt geboten werden. Die historische Ge-

nese und Struktur für die Bereiche der Printmedien und des Rundfunks sowie die Entwicklung des Telekommunikationsmarktes seit der Marktöffnung werden im Folgenden nachgezeichnet.

2. Printmedien

2.1 Historische Entwicklung

2.1.1 Phasen der österreichischen Pressegeschichte

Die Geschichte der Presse beginnt in Österreich mit dem Jahr 1621, als in Wien die ersten wöchentlichen »Ordinari Zeitungen« erschienen. Nach dieser ersten Phase der »reglementierten und zensierten Presse« (1621–1848) setzte die Entwicklung hin zur modernen Presse (1848–1918) ein. Daran anschließend lassen sich die weiteren zeitlichen Verläufe mit der Phase der Presseentwicklung innerhalb der »Ersten Republik« (1919–1933) und durch die im Ständestaat und im Dritten Reich (1934–1945) erfolgten Einschnitte markieren. (Vgl. Schmolke 1995, 219–222) Die daran anschließende Zeitspanne des Wiederaufbaus und der Konsolidierung von 1945 bis in die Gegenwart soll nun näher beleuchtet werden.

2.1.2 Die Nachkriegsentwicklung

In der unmittelbaren Nachkriegszeit, als ein Mangel an Papier und kaum ausgebaute Vertriebsnetze die Produktionsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften noch stark einschränkten, war die Herausgabe einer Tageszeitung in der »Stunde Null« (Geretschlaeger 1998, 39) zunächst an die Erlaubnis der Besatzungsmächte in Form einer Lizenz bzw. eines »Permits« gebunden.¹ (Vgl. Harmat 1999) Als erste Zeitung erschien im besetzten Österreich ein »Dreiparteienblatt«, das »Neue Österreich«, das von der ÖVP (der »Österreichischen Volkspartei«), der SPÖ (der »Sozialistischen Partei Österreichs«) und der KPÖ (der »Kommunistischen Partei Österreichs«), erstmals am 25.4.1945 herausgegeben wurde. Es folgten die jeweiligen Zeitungen der Parteien (die breit rezipierte »Arbeiter-Zeitung« der SPÖ, »Das Kleine Volksblatt« der ÖVP und die kommunistische »Volksstimme«²), weitere Titel der Besatz-

¹ Damit wurde von den Alliierten ein Kontrollmechanismus eingeführt, mit dem Ziel, das Wiederaufkommen nationalsozialistischer bzw. »pangermanischer« Ideologien zu verhindern und das Entstehen demokratischer Strukturen zu fördern sowie die militärische Sicherheit der Alliierten zu garantieren. (Vgl. Harmat 1999, 57)

ungsmächte (allen voran der sehr populäre »Wiener Kurier« der Amerikaner³) und erste, wenn auch zunächst unter alliierter Kontrolle herausgegebene parteiunabhängige Titel in Westösterreich. Darunter waren die »Salzburger Nachrichten«, die in Linz erscheinenden »Oberösterreichischen Nachrichten« sowie die »Tiroler Tageszeitung« mit Sitz in Innsbruck. (Vgl. Harmat 1999)⁴ Die neuen Bundesländerblätter wurden aber schon nach wenigen Wochen den österreichischen Eigentümern übertragen und stellten, wie im Fall der »Salzburger Nachrichten«, auch ein »Korrektiv zur Hauptstadtresse« dar. In Wien erschien ab 1946 wieder das bürgerliche Traditionsblatt »Die Presse«, zunächst als Wochenzeitung und ab Oktober 1948 als Tageszeitung.⁵ (Vgl. Geretschlaeger 1998, 39) Insgesamt führte die für die unmittelbare Nachkriegszeit typische Angebots- und Nachfragedynamik auf dem Pressesektor schon Ende 1946 zu einer täglichen Druckauflage von 2,5 Mio. Exemplaren mit 36 publizistischen Einheiten. Pürer sieht die Phase des Wiederaufbaus mit dem Jahr 1949 als beendet an, als unabhängige wie parteigebundene Blätter, nicht zuletzt durch ihre den Alliierten gegenüber »zurückhaltende Berichterstattung«, ihre »verlegerische und redaktionelle Autonomie« erhielten. (Vgl. Pürer 1990, 2)

Anschließend an diese erste Nachkriegsphase des Wiederaufbaus setzte in der Presselandschaft, die Anfang der fünfziger Jahre aus Besatzungszeitungen, Parteiblättern und unabhängigen Blättern bestand, ein Konsolidierungs- und Konzentrationsprozess ein. Jüngste Untersuchungen zur Entwicklung der Pressekonzentration in Österreich gehen davon aus, dass sich der 1952 »unmittelbar nach dem Wiedererscheinen einer demokratischen Presse gegebene Auflagenboom gelegt und – fünf Jahre nach Ende des Lizenzsystems – eine erste Anpassung der Pressestruktur an Marktbedingungen stattgefunden hat«. (Melischek/Seethaler 1999, 101) Es zeigte sich auch, dass der von den Alliierten initiierte Aufschwung der Bundesländerpresse nur von kurzer Dauer war, der in der Folge durch die Expansion regionaler Ausgaben Wiener Blätter in die westlichen Bundesländer konterka-

² Sie kamen erstmals am 5.8.1945 heraus.

³ Der bei den Lesern populäre »Wiener Kurier« erschien ab 27.8.1945.

⁴ Im Falle der »Oberösterreichischen Nachrichten« (ab 11.6.1945) und der »Salzburger Nachrichten« (ab 7.6.1945) war seitens der amerikanischen Besatzungsmacht nicht von allem Anfang daran gedacht, sie an österreichische Eigentümer zu übergeben, um damit die Entwicklung unabhängiger Zeitung zu unterstützen, sondern es wurde – wie Untersuchungen ergaben – erwogen, sie ursprünglich als »Allparteienblätter« zu lizenzieren. (Vgl. Harmat 1999, 88) Die »Tiroler Tageszeitung« erschien erstmals am 21.6.1945.

⁵ »Die Presse« erschien wieder ab 26.1.1946 und als Tageszeitung ab 19.10.1948.

riert wurde. (Vgl. Harmat 1999, 87) Denn als Österreich im Jahr 1955 seine Unabhängigkeit wieder gewann, waren die Zeitungstitel der Besatzungsmächte entweder eingestellt oder an österreichische Eigentümer übergeben worden und in der Metropole Wien war bereits – gegenüber den Bundesländern – ein durch Vielfalt geprägter Tageszeitungsmarkt entstanden.⁶

Die journalistische Kultur, die insbesondere im »Wiener Kurier« der Amerikaner gepflegt wurde und im späteren unabhängigen »Neuen Kurier«⁷ eine Fortsetzung fand, blieb in der Folge nicht ohne Einfluss auf die österreichische Zeitungskultur. Denn die an diese Tradition anknüpfende Boulevardpresse begann allmählich – in einem überaus hart geführten Konkurrenzkampf – zu einem bestimmenden Faktor in der österreichischen Zeitungslandschaft zu werden. Zusätzlich führte der nunmehr einsetzende Konzentrationsprozess zu einem beträchtlichen Rückgang der Anzahl der Titel und einem Anstieg der Auflage marktdominanter Blätter, die insbesondere die Parteizeitungen langsam vom Markt verdrängten. Ihr Anteil an der Gesamtdruckauflage lag 1953 noch bei 50 %, fiel 1971 auf nur noch rd. 20 % und hielt 1988 bei rd. 12 %. (Vgl. Pürer 1990, 2ff) Melischek/Seethaler sehen in dieser Zeit eine erste kritische Phase, in der »neben einer deutlichen Bewegung am Wiener Tageszeitungsmarkt [...] bereits eine bundesweite Umstrukturierung eingeleitet [wurde, d. Verf.], die einerseits in ökonomisch bedingten Umwandlungen von Parteiblättern der Bundesländer zu Ausgaben der Wiener ‚Zentralorgane‘ besteht und andererseits durch Gründung neuer Ausgaben der Wiener Parteizeitungen in den Bundesländern zu einer stärkeren Vernetzung mit der Metropole führt«. (Melischek/Seethaler 1999, 117f)⁸

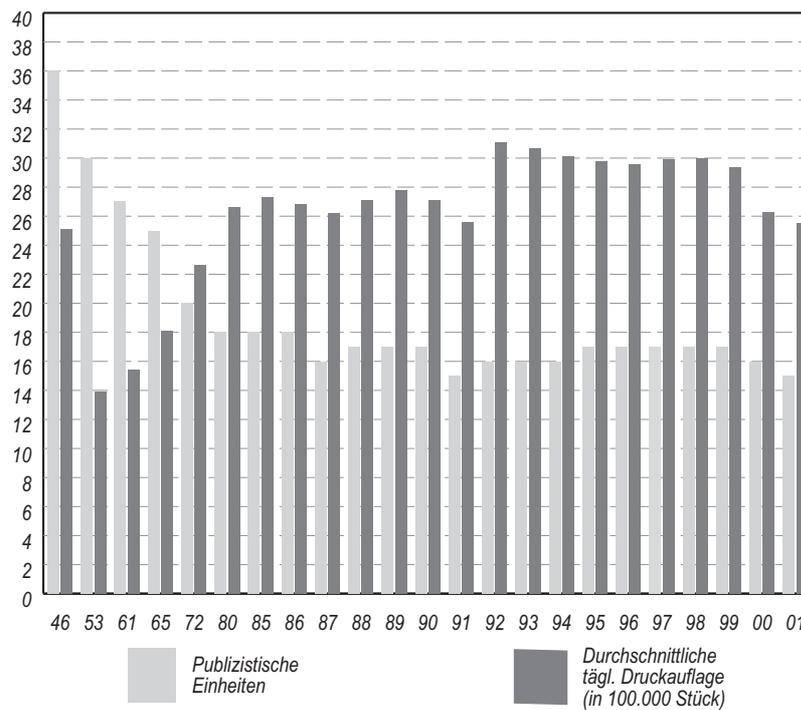
Im Sektor der Tageszeitungen war insbesondere zwischen 1967 und 1972 ein besonderer Konzentrationsdruck zu verzeichnen, da alleine in diesen sechs Jahren nicht weniger als fünf Titel ihr Erscheinen einstellen mussten. Dieses Zeitungssterben wurde v.a. von einer zunehmenden Marktdurchdringung der beiden Boulevardzeitungen »Kurier« und »Neue Kronen-Zeitung« begleitet, die von Wien aus immer stärker in den Westen Österreichs zu ex-

6 Zum Verhältnis der Parteizeitungen zu unabhängigen Blättern auch in Bezug auf das Verhältnis zu den Bundesländern (3:1) und der Metropole Wien. (Vgl. Harmat 1999)

7 Der »Neue Kurier« (ab 18.10.1954) war (mit seinem damaligen Chefredakteur Hans Dichand) Vorläufer des heutigen, in der Gruppe der Mediaprint befindlichen, »Kurier«.

8 Neben dieser ersten kritischen Phase unmittelbar nach dem Ende der Besatzungszeit lassen sich nach Melischek/Seethaler zwei weitere kritische Umstrukturierungsphasen am Beginn der siebziger Jahre und an der Wende der achtziger zu den neunziger Jahren festmachen. (Vgl. Melischek/Seethaler 1999)

Abbildung 1: Entwicklung von Druckauflagen (Durchschnitt pro Tag) und publizistischen Einheiten 1946 bis 2001

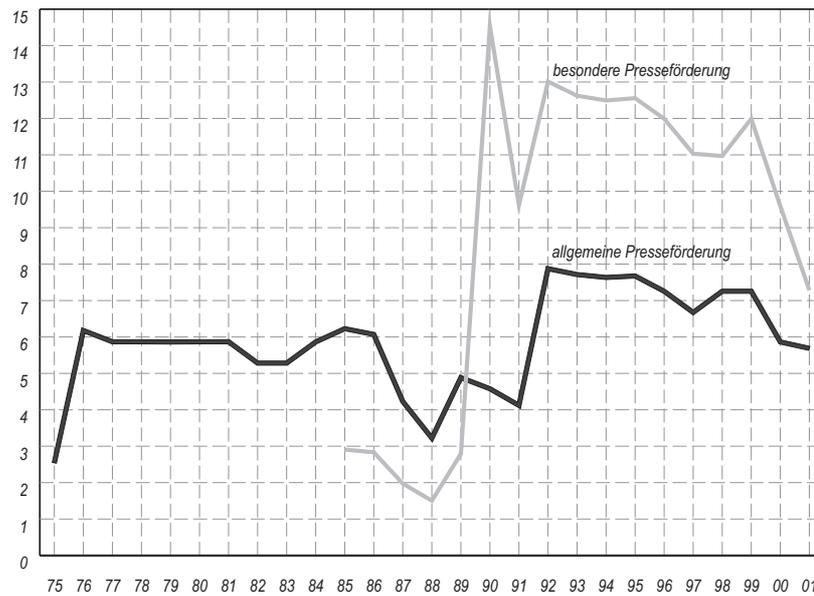


Quelle: Pressehandbuch 1986 bis 2001; ÖAK 4.Q. 1994 und 1995 sowie 1.Q. 2001; Pürer, Heinz: *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*, 1996, 418; MEDIACOM-PASS 1999 bis 2001; MA 1990 bis 2000; eigene Berechnungen (Summe Druckauflage der Erscheinungstage pro Woche dividiert durch die Zahl der Erscheinungstage pro Woche).
1994 und 1995 - Daten 4. Quartal. 2001 - Daten 1. Quartal. Die »Neue Zeit« wurde am 29.4.2001 eingestellt und ist daher in den Berechnungen für 2001 nicht mehr enthalten. Von Tageszeitungen, die nicht Mitglied der ÖAK sind, erfolgte die Schätzung der Druckauflage auf Basis der Reichweite laut Media-Analyse.

pandieren begannen, auch wenn sie die jeweiligen starken Bundesländerblätter nicht zu verdrängen vermochten. Der Rückgang der Parteizeitungen konnte trotz einer 1975 eingeführten Bundespresseförderung nicht aufgehalten werden. Dieses Förderungssystem wurde 1975 unter der Regierung Bruno Kreiskys eingeführt und zunächst sowohl wirtschaftlich stabilen wie instabilen Blättern gleichermaßen zugesprochen. Eine 1984 erfolgte Reform sah für finanzschwache Titel eine zusätzliche »besondere Förderung« in z.T. nicht unbeträchtlichem Ausmaß vor. (Vgl. Pürer 1990, 6) Schmolke problematisierte die in Österreich praktizierte Form einer »schlechten Presseförderung«, die v.a. dann als solche einzustufen sei, »wenn sie auf falsche Wei-

se und möglicherweise auch noch an die Falschen verteilt wird«, ganz abgesehen davon, dass Presseförderung per se als problematisch anzusehen sei, weil sie die »Wachhunde der Nation« korrumpiere. (Schmolke 1991, 337)

Abbildung 2: Entwicklung der Presseförderung: 1975 bis 2001 (in Mio. €)



Quelle: Bundeskanzleramt

Die allgemeine Presseförderung beinhaltet die Förderung für Tageszeitungen, Wochenzeitungen und Presseclubs sowie bis inkl. 1991 die Förderung für die Ausbildung.

Die für Österreich einmalige »Erfolgsgeschichte« der 1959 wiedergegründeten »[Neuen] Kronen-Zeitung«⁹ setzte Anfang der siebziger Jahre ein, als sich das Boulevardblatt »1971 den ersten Platz mit einem Marktanteil von 28,7 Prozent [erkämpfte] und [...] diesen Anteil in den folgenden 20 Jahren auf 42,3 Prozent [ausbaute].« (Bruck/Melcher-Smejkal 1993, 72) Mitte der achtziger Jahre (1984) entfielen auf die zehn unabhängigen Tageszeitungen 83 % und auf die acht verbleibenden Parteizeitungen 17 % einer Auflage von insgesamt 2,7 Mio. Exemplaren, wovon alleine die »Neue Kronen-Zeitung« nicht weniger als 36,4 % bestritt. (Vgl. Pürer 1990 6ff) Damit lag die »Neue Kronen-Zeitung« unangefochten an der Spitze und domi-

⁹ Sie erschien erstmals wieder ab 11.4.1959.

nierte nicht nur wirtschaftlich, sondern auch publizistisch den österreichischen Markt, und gehört mit ihrer überproportional hohen Reichweite bezogen auf die Gesamtbevölkerung zu den größten Tageszeitungen der Welt. Ein detailliertes Urteil über die »Qualität« ihres journalistischen Formats würde an dieser Stelle zu weit führen. (Vgl. Bruck 1991)

2.1.3 Die Presseentwicklung in den achtziger und neunziger Jahren

Eine weitere Etappe mit merklichen Veränderungen auf dem wirtschaftlich instabilen Printmedienmarkt setzte 1987 ein, als trotz staatlicher Förderungs-mittel weitere Parteizeitungen, und zwar die beiden ÖVP-Zeitungen »Südost-Tagespost« und die »Neue Volkszeitung« (Klagenfurt) sowie Lokalausgaben anderer Titel, eingestellt werden mussten.¹⁰ In weiterer Folge trennten sich drei Tageszeitungen von ihren Parteien und wurden unabhängig; zwei davon aus dem Lager der SPÖ (die »Neue Zeit« und die traditionsreiche »Neue AZ«¹¹) und eine Zeitung der ÖVP (»Neue Volkszeitung«).¹² Heute existieren noch drei tagesaktuelle Parteizeitungen in Österreich: die »Salzburger Volkszeitung« und das Linzer »Neue Volksblatt« der ÖVP sowie die »Kärntner Tageszeitung« der SPÖ. Insgesamt stellen die Parteizeitungen, die im Vergleich zu anderen europäischen Ländern erst relativ spät vom Markt verdrängt wurden, heute nur noch einen Anteil von 2,5 % an der Gesamtdruckauflage.

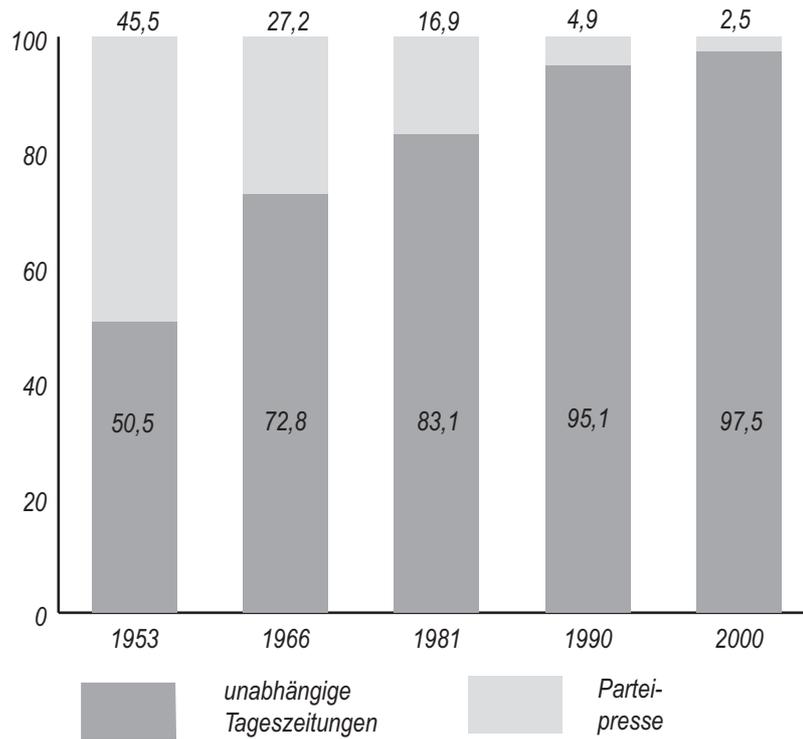
Zu strukturell nachhaltigen Veränderungen auf dem österreichischen Tageszeitungsmarkt kam es Ende der achtziger Jahre, als große bundesdeutsche Verlage, allen voran die Essener »Westdeutsche Allgemeine Zeitung« (WAZ), damit begannen, sich am österreichischen Tageszeitungsmarkt zu beteiligen. In einem ersten Schritt erwarb der Verlag der »WAZ« 1987 für den Betrag von 116 Mio. € 45 % der Anteile an der »Neuen Kronen-Zeitung« und ein Jahr danach ebenso 45 % an der zweitgrößten Zeitung, dem »Kurier«.

10 »Die Südost-Tagespost« erschien letztmalig am 31.3.1987, die »Neue Volkszeitung« wurde im Herbst 1989 zu einem unabhängigen Blatt, musste aber am 5.2.1990 eingestellt werden. Neben der Einstellung von Regionalausgaben ging die in Graz erscheinende SPÖ-Tageszeitung »Neue Zeit« im Juli 1987 als »unabhängige sozialdemokratische Zeitung« in den Besitz der Mitarbeiter über. (Vgl. Fidler/Merkle 1999, 409) Am 29.4.2001 musste auch sie, nachdem sie noch im Dezember 1998 eine Sonderförderung der steirischen Landesregierung von 2,906 Mio. € erhalten hatte, das Erscheinen einstellen. Ihr langjähriger Herausgeber und Chefredakteur, Josef Riedler, startete am 7.5.2002 »Die Neue« als Wochenzeitung.

11 Das als »Arbeiter-Zeitung« gegründete Traditionsblatt der Arbeiterbewegung erschien – nach einer Unterbrechung im Krieg – am 5.8.1945 wieder als Tageszeitung der SPÖ. Im Juli 1989 verkaufte die Partei 90 % der Anteile; sie überlebte allerdings als privatwirtschaftlich geführte Tageszeitung eines österreichischen Werbeagenturunternehmers nur bis zum 31.10.1991. (Vgl. Melischek/Seethaler 1999 sowie Fidler/Merkle 1999)

12 Das Parteiorgan der KPÖ, die »Volksstimme«, hielt sich bis zum 18.2.1991.

Abbildung 3: Rückgang der Parteipresse: Anteil an der durchschnittlichen tgl. Gesamtdruckauflage österreichischer Tageszeitungen (in %)



Quelle: Anteile 1953, 1966 und 1981 aus Pürer, Heinz: *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*, 1996, 418. Daten ab 1990 aus *Pressehandbuch 1991 und 2001* sowie eigene Berechnungen. Die Einstellung der Printversion von »Täglich Alles« erfolgte mit 12. August 2000 und scheint deshalb nicht mehr in der Berechnung auf.

(Vgl. Bruck/Melcher-Smejkal 1993, 74f)¹³ Am 17.3.1988 gründeten schließlich beide Zeitungen zusammen das gemeinsame Tochterunternehmen »Mediaprint«, das seit 1.7.1988 Druck, Vertrieb und Anzeigenakquisition dieser beiden führenden Tageszeitungstitel abwickelt. Die Anteile der »WAZ« erhöhten sich in den folgenden Jahren auf 50 % bei der »Neuen Kronen-Zei-

13 Die Beteiligung des Verlagshauses aus Essen ergab sich mittelbar aus der Tatsache, dass sich die beiden Hälfte-Eigentümer der »Neuen Kronen-Zeitung« voneinander trennten und der auch heute noch an der Spitze des Blattes tätige Hans Dichand sechs Monate Zeit hatte, einen Beteiligungs-Partner zu finden, der den Anteil seines damaligen Kompagnons, Kurt Falk, übernahm.

«tend» und auf 49,4 % beim »Kurier«. Mit der als »Elefantenhochzeit« bezeichneten Gründung der »Mediaprint« entstand der größte Printmedienverbund Österreichs, der unter seinem Dach auch Beteiligungen an einer Reihe von Zeitschriften (wie z.B. am Wochenmagazin »profil« und am Wirtschaftsmagazin »trend«) hält. (Vgl. Abb. 7) In der Folge begann sich die Mediaprint noch an weiteren Druckunternehmen in Österreich zu beteiligen.¹⁴ »1996 kontrollierte dieser Medienkonzern auf der Produktionsstufe Druck 54 % und auf der Produktionsstufe Vertrieb 51 % des österreichischen Tagespressemarktes.« (Melischek/Seethaler 1999, 133) Bezeichnend für die Situation in Österreich ist die Tatsache, dass die Gründung der Mediaprint, die mit den beiden Tageszeitungen schon 1991 58 % der Druckauflage bestritt, bewusst noch vor einer geplanten Verschärfung des Kartellgesetzes durchgeführt wurde. Dieses medienpolitisch wichtige Instrument zur Verhinderung von Monopolstellungen wurde allerdings auch im Zuge einer späteren Expansionsphase im Bereich des Zeitschriftensektors von der (Medien)Politik abermals nicht dazu eingesetzt, um gegen die im europäischen Vergleich äußerst bedenkliche Verflechtungsstruktur vorzugehen.

Nachdem nun im Jahr 1988 die »WAZ« ihren Einstieg am österreichischen Printmedienmarkt vollzogen hatte, folgten dieser Expansionsstrategie in den österreichischen Markt weitere Konzerne aus der Bundesrepublik Deutschland. Neben dem Markteintritt von Bertelsmann mit einer 25 %-Beteiligung an der seit März 1989 erscheinenden TV-Beilage »Tele«¹⁵ ermöglichte der Springer-Konzern mit einer Beteiligung im Ausmaß von 50 % 1988 die Neugründung der Qualitätszeitung »Der Standard«¹⁶ und übernahm ein Jahr später 45 % am Bundesländerblatt »Tiroler Tageszeitung«, die 1991 auf 65 % aufgestockt wurden.¹⁷ (Vgl. Pürer 1990; Bruck/Melcher-Smejkal 1993)

14 Eine ihrer ersten Kooperationen schloss sie, als sie für den symbolischen Preis von damals ATS 1.– 74 % des stark verschuldeten »Vorwärts-Verlags« und 35 % am Druckereibetrieb »Tusch-Druck« erworben hatte. Danach ging sie eine Kooperation mit dem SPÖ-Organ »Kärntner Tageszeitung« ein, deren Vertrieb, Anzeigengeschäft und Verwaltung seit 30.10.1990 von ihr übernommen wird. Weitere Kooperationen ging sie mit dem Druckhaus »Leykam« in Graz und 1991 mit dem Salzburger Druckzentrum, einer Tochter der »Salzburger Nachrichten«, ein. Am 2.5.1994 schloss die Mediaprint einen Transportvertrag mit der inzwischen eingestellten »Neuen Zeit« ab. (Vgl. u.a. Fidler/Merkle 1999, Pürer 1990)

15 Dieses TV-Magazin liegt den Bundesländerzeitungen sowie der »Presse« und dem »Standard« bei und wurde als ein Konkurrenzprodukt zur TV-Beilage von »Neuer Kronen-Zeitung« und »Kurier« (der »Fernseh- und Radio-Woche«) sowie zum TV-Programmteil der »Ganzen Woche« lanciert. (Vgl. Pürer 1990, 16)

16 Zu diesem Zeitpunkt (19.10.1988) war dies die bis dahin erste Neugründung seit 16 Jahren.

17 »Der Standard« erschien erstmals am 19.10.1988. Springer erwarb am 10.11.1989 zunächst 45 % und am 31.5.1991 weitere 20 % an der »Tiroler Tageszeitung«.

Im Mai 1995 trennte sich der Springer-Konzern wieder von seinen Anteilen beim »Standard«, der am 2.12.1998 den Verlag der »Süddeutschen Zeitung« für eine Kooperation im Ausmaß von 49 % gewinnen konnte.¹⁸ Eine weitere Neugründung im Tageszeitungssektor erfolgte 1995 durch das Engagement des schwedischen Bonnier-Konzerns, der seither 50 % der Anteile am thematisch fokussierten »Wirtschaftsblatt« hält.¹⁹ Legt man die Beteiligung ausländischer Medienkonzerne anteilig auf die Druckauflage um, entfielen im Jahr 2000 27,3 % der Gesamtdruckauflage auf die WAZ, 2,9 % auf Springer, 2,2 % auf den Verlag der »Süddeutschen Zeitung« und 1,1 % auf den schwedischen Bonnier-Konzern.

Tabelle 1: Auswahl wichtiger Beteiligungen ausländischer Medienkonzerne auf dem österreichischen Medienmarkt

WAZ-Verlag	50 %	Neue Kronen-Zeitung
	49,4 %	Kurier
Springer-Verlag	65 %	Tiroler Tageszeitung
	51 %	Sportmagazin-Verlag
Bertelsmann	25 %	Tele
Süddeutsche Zeitung-Verlag	49 %	Standard
	74 %	Wirtschaftsverlag
	100 %	Ueberreuter Verlag
Bonnier	50 %	Wirtschaftsblatt
Gruner & Jahr	52,5 %	Verlagsgruppe News
Passauer Neue Presse	100 %	OÖ. Landesverlag
Heinrich Bauer-Verlag	100 %	Bazar
Bohmann	80 %	Verlag Radda + Dressler
Deutscher Fachverlag	100 %	Manstein Verlag
Gong-Verlag	49 %	Metro-Verlag

Quelle: Pürer 1990, eigene Recherchen, Stand: Februar 2002

Nicht zuletzt als Reaktion auf die von außen erfolgten Markteintritte kam es auch zu innerösterreichischen Kooperationen und Innovationen. So starteten im März 1989 die »Salzburger Nachrichten« eine Bundesländerausgabe, und in Vorarlberg übernahmen ein Jahr später die »Vorarlberger Nachrichten« 74 % der kleineren »Neuen Vorarlberger Tageszeitung« vom Grazer

¹⁸ Eine weitere Beteiligung des Verlags der »Süddeutschen Zeitung« erfolgte am 28.8.2000 mit einer Übernahme von 74 % am »Wirtschaftsverlag«, dem größten österreichischen Fachzeitschriftenverlag.

¹⁹ Das »Wirtschaftsblatt« erschien erstmals am 6.10.1995.

Styria-Konzern.²⁰ Dieser erwarb wiederum im November 1991 51 % und im Dezember 1999 die restlichen 49 % am bürgerlichen Traditionsblatt »Die Presse«²¹, die mit dem unmittelbaren Mitbewerber, dem »Standard«, auf dem Qualitätszeitungssektor in Konkurrenz steht.²²

Auf dem Boulevardmarkt setzte wiederum Kurt Falk, der Ex-Kompagnon von Hans Dichand, ein deutliches Zeichen, als er mit Mitteln aus dem Verkauf seiner Anteile an der »Neuen Kronen-Zeitung« die vierfarbige Tageszeitung »Täglich Alles« gründete. Dieses Blatt, das im April 1992 erstmals herauskam, versuchte v.a. mit einer aggressiven Preispolitik und betont boulevardesken Inhalten auf dem Markt Fuß zu fassen. Dem Herausgeber gelang es allerdings nicht, »Täglich Alles« – insbesondere gegen den übermächtigen Marktleader »Neue Kronen-Zeitung« – zu einem erfolgreichen Produkt zu machen. Nach mehreren Rückschlägen musste das Billig-Blatt im August 2000 sein Erscheinen einstellen.²³ Am 19.3.2001 kam schließlich in Wien die Gratis-Tageszeitung »U-Express« aus dem Haus der »Neuen Kronen-Zeitung« auf den Markt, die vorwiegend in U-Bahn-Stationen verteilt wird. Damit kamen die Anbieter anderen Konkurrenten wie dem Grafikdienst Auer zuvor, der zusammen mit dem skandinavischen Medienkonzern Schibstedt ebenfalls eine Gratiszeitung für Wien geplant hatte. Die Struktur des österreichischen Tageszeitungsmarktes kann in einem Überblick, bezogen auf die Verteilung der Druckauflage, folgendermaßen dargestellt werden:

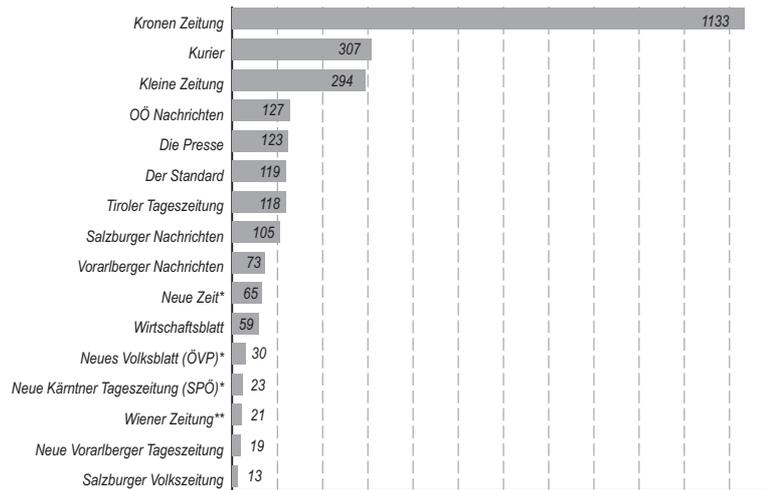
20 Mit 29.9.2000 baute der Styria-Konzern sein Engagement im Bereich Buchhandel aus, als er mit der Morawa Buchhandel GmbH fusionierte. Am 1.2.2001 setzte die Styria ein weiteres Zeichen im Ausland und übernahm 98 % an der größten kroatischen Tageszeitung »Vecernji«.

21 Die Styria erwarb am 5.11.1991 51 % und am 17.12.1999 die restlichen Anteile an der Tageszeitung »Die Presse«, die zuvor dem »Verein zur Förderung der bürgerlichen Presse in Österreich« gehörte, an dem über lange Jahre die Industriellenvereinigung eine Mehrheitsbeteiligung hielt.

22 Als eine zeitungshistorische »Eintagsfliege« ist der Titel »Guten Tag Niederösterreich« zu werten. Mit dieser Tageszeitung wurde versucht, auf dem niederösterreichischen Markt, der wie auch das Burgenland über keine eigene Tageszeitung verfügt, ein bundesländerspezifisches Produkt auf dem Markt zu positionieren. Sie musste allerdings kurz nach ihrem Start am 2.10.1990 – nach etwa nur einem Monat – aufgrund einer unzureichenden finanziellen und logistischen Basis eingestellt werden.

23 Die am 5.4.1992 gegründete Tageszeitung erschien am 12.8.2000 letztmalig in gedruckter Form. Seither erscheint das Boulevard-Blatt nur noch mit stark reduziertem Umfang im Internet.

Abbildung 4: Druckauflage österreichischer Tageszeitungen: 2000
(Durchschnitt pro Tag in 1.000 Stück)



Quelle: ÖAK/Pressehandbuch 2001 – Schnitt 3. und 4. Quartal 2000; eigene Berechnungen (Summe Druckauflage der Erscheinungstage pro Woche dividiert durch die Anzahl der Erscheinungstage pro Woche).

*Quelle: MEDIACOM:PASS 2000, da keine ÖAK-Zahlen verfügbar. Die »Neue Zeit« wurde am 29.4.2001 eingestellt.
**ÖAK-Halbjahresschnitt 2000, laut CD-Rom »Presse in Österreich« (Update Oktober 2000). Durchschnittliche Gesamtdruckauflage 2000 = 2.626.480 (in der Abbildung gerundete Werte). Die Printversion von »Täglich Alles« wurde mit 12.8.2000 eingestellt und ist deshalb nicht mehr berücksichtigt.

Insgesamt stellt sich damit Österreichs Presselandschaft mit 15 publizistischen Einheiten²⁴ – auch im europäischen Kontext – als ein Markt mit geringer Vielfalt dar, auf dem laut Expertenmeinungen nur einige Titel wirtschaftlich prosperieren. Das dominante Strukturmerkmal stellt allerdings die extrem hohe Auflagenkonzentration – insbesondere im Hinblick auf die »Neue Kronen-Zeitung« – dar, die auch im internationalen Vergleich ein inzwischen beachtliches Ausmaß angenommen hat.

2.2 Aktuelle Situation

Eine jüngst vorgenommene Berechnung marktspezifischer Kennwerte zur Pressekonzentration zeigt, dass – auch im Vergleich zu anderen Märkten – »Österreich schon Mitte der 60er Jahre zu jenen europäischen Ländern [zählte], deren Tagespressemarkt von einem hohen Grad an ökonomischer Konzentration gekennzeichnet war. Als Folge eines vergleichsweise besonders

24 Stand: Mai 2002. In dieser Aufzählung findet der »U-Express« keine Berücksichtigung.

rasch fortschreitenden Konzentrationsprozesses weisen neuere Studien [...] Österreich zu Beginn der neunziger Jahre schließlich eine Spitzenstellung in Europa zu: bezogen auf den Marktanteil (nach Auflagen) der zwei größten ökonomischen Einheiten nur noch übertroffen von Irland [mit 75 % vor 68 % für Österreich]²⁵, bezogen auf den Marktanteil des Marktleaders [54,5 % für Österreich und 51 % für Irland] sogar an erster Stelle.« (Melischeck/Seethaler 1999, 134) Die folgende Übersicht zeigt deutlich die Dominanz der »Neuen Kronen-Zeitung« hinsichtlich ihrer Reichweite, deren Partnerunternehmen aus der Mediaprint, der »Kurier«, an zweiter Stelle rangiert.

Abbildung 5: Reichweiten österreichischer Tageszeitungen: 2001 (in %)



Quelle: Media-Analyse 2001; Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre; keine Reichweiterehebung der »Wiener Zeitung« und der »Salzburger Volkszeitung«.

Insgesamt wurden während der Phase der Zweiten Republik in Österreich 66 publizistische Einheiten gegründet und bis zum Jahr 2001 53 eingestellt (vgl. Melischeck/Seethaler 1999, 115)²⁶, wobei sich »von den Spitzenwerten bis zu 36 publizistischen Einheiten in der ersten Hälfte der Besatzungszeit abgesehen [...] sich deren Zahl im Vergleich der Stichtage 1946/1952 (31) und

²⁵ Einzufügen wäre in dieser Reihung noch das Land Luxemburg.

²⁶ In dieser Darstellung ist die Einstellung von »Täglich Alles« und »Neuer Zeit« berücksichtigt.

1991 halbiert« hat. (Vgl. Melischek/Seethaler, 109)²⁷ Wien verfügt gegenwärtig mit sechs Titeln (gegenüber neun bis elf in den 50er und 60er Jahren) über die größte Vielfalt. Der Verlauf der Titel-Entwicklung zeigt – wie oben bereits erwähnt – drei kritische Phasen: unmittelbar nach Ende der Besatzungszeit, am Beginn der 70er Jahre sowie Ende/Anfang der 80er/90er Jahre. Berechnungswerte zur Darstellung der Konzentration²⁸ untermauern die beschriebene Situation. Demnach wurden im Jahr 1966 und abermals 1971 deutlich einschlägige Schwellenwerte für das Ausmaß der Konzentration übertroffen und dieses hohe Niveau seither nicht unterschritten. »Mit Hilfe der Äquivalenzzahl lässt sich sagen, dass die Konzentration bei den 1952 bzw. 1956 bestehenden 29-30 publizistischen Einheiten etwa so groß ist wie die Konzentration wäre, wenn es nur 16 gäbe, die über gleiche Anteile verfügten. Danach sinkt die Äquivalenzzahl kontinuierlich und erreicht 1971 einen seitdem nur noch gering unterschrittenen Wert, der jedoch den alarmierenden Zustand kennzeichnet, als ob kaum mehr als fünf publizistische Einheiten mit gleichen Anteilen vorhanden wären!« (Melischek/Seethaler 1999, 53f) Dieser Befund muss nach der nunmehr erfolgten Einstellung zweier weiterer Titel – nämlich von »Täglich Alles« und »Neuer Zeit« – als umso drastischer eingeschätzt werden. 1991 entfielen auf die Mediaprint 52 % der Umsatzanteile, gefolgt vom Styria-Verlag (»Kleine Zeitung«, »Die Presse«) mit 18 %. Der Marktanteil lag für die Mediaprint in diesem Jahr bei 58 % und jener der Styria bei 13 %.²⁹ Die Konzentrationsraten lie-

27 In der genannten Quelle heißt es dazu weiter unten: »Nach einem ersten Einbruch nach 1955, der vorübergehend teilweise wieder ausgeglichen werden konnte, kommt es kurz vor dem Stichtag im Dezember 1971 zu einer drastischen Reduktion von 25 (1966) auf 19 Einheiten. Dann folgen auf eine zwanzigjährig relativ stabile Phase erst Ende der 80er Jahre und Anfang der 90er Jahre erneute Einbrüche, sodass es derzeit in Österreich 15 publizistische Einheiten mit 17 Verlagen als Herausgeber gibt.« (Melischek/Seethaler 1999, 109) Die Autoren zählen in diesem Fall die »Neue Vorarlberger Tageszeitung« und die »Salzburger Volkszeitung« unter strikter Einhaltung der Schütz'schen Definition von »publizistischer Einheit« und »Ausgabe« nicht als eigenständige publizistische Einheiten. Legt man dieses strenge Maß nicht an und berücksichtigt die mittlerweile erfolgten weiteren Einstellungen, ergibt sich wiederum die Zahl von 15 publizistischen Einheiten. (Vgl. Abb. 1)

28 Melischek/Seethaler ziehen dafür die in der einschlägigen Forschung bewährten Maßzahlen der Konzentrationsrate und den Herfindahl-Hirschman-Index heran. (Vgl. Melischek/Seethaler 1999) Auf eine Explikation dieser Werte muss allerdings an dieser Stelle aus Platzgründen verzichtet werden.

29 Der Jahreswert ergibt sich aus der Stichtagsanalyse nach Melischek/Seethaler, deren Berechnungen für das Jahr 1996 einen Anteil am Umsatz für die Mediaprint von 45 % (gefolgt vom Styria-Verlag mit 17 %) und einen Marktanteil von 49 % (gefolgt von der »Familiapress« [»Täglich Alles« und »Wochenpresse«] mit 13 %) ausweist. (Vgl. Melischek/Seethaler 1999, 131)

gen in den 90er Jahren³⁰ fast doppelt so hoch wie die Vergleichswerte für die Bundesrepublik Deutschland. »Die Äquivalenzzahlen³¹ [...] verweisen auf eine Konzentration, die – unter der Prämisse gleich großer Anteile – einem Markt entspricht, der unter einem Viertel (!) der tatsächlich bestehenden Teilnehmer aufgeteilt wäre.« (Melischek/Seethaler 1999, 128)

Im Jahr 2000 vereinte der Marktführer »Neue Kronen-Zeitung« 43,5 % der Druckauflage auf sich. Zusammen mit dem »Kurier« deckt sie 55,4 % der Druckauflage ab. In den Bundesländern herrschen zum Teil noch dramatische Situationen vor, wie das westlichste Bundesland Vorarlberg zeigt. »Dort erreicht [1996] der Herfindahl-Hirschmann Index einen Wert von über 0,9 (bei einem möglichen Höchstwert von 1). Ein Anteil von 95 % für den Marketleader, das Firmenimperium von Eugen Ruß, signalisiert jedenfalls eine in Österreich einzigartige monopolähnliche Situation.« (Melischek/Seethaler 1999, 132)

Aus dieser detailreichen Analyse lassen sich wiederum Schlüsse ziehen, die der österreichischen Medienpolitik alles andere als ein gutes Zeugnis ausstellen. Insgesamt sehen die »vor allem in Österreich nach wie vor beschworenen Formen des Korporatismus, der Sozialpartnerschaft und der Konkordanzdemokratie [...] zwar die gleichgewichtige Koordination und Verhandlung des Staates mit Unternehmer- und mit Arbeitnehmer-Organisationen vor. Diese werden aber zunehmend abgelöst von direkten Verhandlungen des Staates mit einzelnen Großunternehmen. Dabei setzen sich überwiegend die partikularen Interessen einzelner Mediengroßunternehmen durch, während ein gemeinwohlorientierter Systemnutzen, etwa eine Sicherung von Informations- und Meinungsvielfalt, nur in dem eingeschränkten Maße erreicht wird, wie er für die Großunternehmen von Nutzen ist.« (Knoche 1997, 22) Diese Entwicklung sollte im Fall der Eingliederung der Zeitschrift »profil« in die News-Gruppe ein bezeichnendes Beispiel finden. Zumindest eine in Planung befindliche Reform der Presseförderung, die mit einem neuen Dreisäulenmodell die bislang oft kritisierte und ineffiziente Form der Förderung ablösen soll (vgl. Schmolke 1991)³², sieht eine Vertriebsför-

³⁰ $C1=0,5$ und $C4=0,8$.

³¹ Gemeint ist hier ebenfalls der Herfindahl-Hirschman-Koeffizient. (Vgl. Melischek/Seethaler 1999)

³² Zu kritisieren ist in diesem Modell insbesondere die sogenannte »allgemeine Presseförderung«, die nach dem Gießkannenprinzip an alle Titel Mittel ausschüttet, auch wenn diese, wie im Fall der »Neuen Kronen-Zeitung«, eine marktdominante Stellung innehaben. Die »besondere Förderung« erhalten nur Titel mit besonderer Bedeutung für die politische Meinungs- und Willensbildung, denen keine marktbeherrschende Stellung zukommt. (Vgl. Schmolke 1991) In diesen Fällen darf der Anzeigen- und Werbeumfang im Verhältnis zum redaktionellen Teil ein gewisses Ausmaß nicht überschreiten.

derung, eine operative Förderung sowie eine Struktur- und Innovationsförderung vor. (Vgl. Trappel 1998) Sie stellt nach Meinung des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ) vor allem vor dem Hintergrund einer deutlichen Erhöhung der Postzeitungstarife (von bis zu 30 %) und vor dem Hintergrund einer generellen Erhöhung der Papierpreise (rd. 20 %) einen dringlichen Reformbedarf dar. (Vgl. APA 2002b, 8) Eine am 18.6.1999 beschlossene »kleine Reform« erbrachte zumindest bei der »besonderen Presseförderung« eine Einschleifregelung beim Grenzwert für den Anzeigenumfang.

2.3 Wochenzeitungen und Magazine

Auf dem Gebiet der Wochenzeitungen liegen in Österreich besondere Stärken auf Bundesländerebene. Die größten Anbieter auf diesem Sektor sind die in 28 Ausgaben erscheinenden »Niederösterreichischen Nachrichten« (NÖN)³³, die »Oberösterreichische Rundschau« (OÖR) mit 13 Ausgaben und einer Sonntags-Gratisausgabe³⁴ sowie die in fünf Ausgaben vorliegende »Salzburger Woche« als Beilage der »Salzburger Nachrichten«. Insgesamt entwickelte sich die Titellanzahl in den letzten zehn Jahren leicht ansteigend und hält derzeit bei rd. 160 Einheiten, wobei zuletzt zunehmend auch wochenblattähnliche Gratistitel – wie etwa in den Bundesländern Salzburg und Burgenland – stark zugelegt haben. (Vgl. Geretschlaeger 1998) Im Burgenland erschienen erstmals im Oktober 2000 die »Bezirksblätter Burgenland« mit fünf Lokalausgaben und im Bundesland Salzburg ab September 2001 die »Salzburger Bezirksblätter«, an der die »Tiroler Tageszeitung« zu 50 % be-

33 Die »NÖN« erscheint im »Niederösterreichischen Pressehaus«, das im Eigentum der katholischen Kirche steht. Da in Niederösterreich – wie im übrigen auch im Burgenland – keine Bundesländer-Tageszeitung erscheint, erfüllt sie in diesem Bundesland eine Tageszeitungs-Ersatzfunktion. Am 7.3.2000 startete die NÖN mit einer eigenen Ausgabe für das Burgenland im Bezirk Mattersburg und gliederte drei Ausgaben der Niederösterreichischen Rundschau (»Schwarzataler Bezirksbote«, »Wiener Neustädter Nachrichten«, »Badener Rundschau«) sowie ein Gratisblatt (»Unser St. Pölten«) in ihr Unternehmen ein. Zudem erweiterte das Niederösterreichische Verlagshaus am 6.3.2001 ihre Präsenz auf dem Heimmarkt mit dem Titel »Unser Gratisblatt«, das in sieben Lokalausgaben erscheint. (Vgl. Brucknerberger 2001)

34 Die »OÖR« gehört seit 1991 mehrheitlich zum Verlag der »Passauer Neuen Presse«. Die als Gratisblatt erscheinende »Sonntags-Rundschau« ist erstmals am 9.1.2000 erschienen. Am 4.3.1999 übernahm die »OÖ Rundschau« (bzw. die OÖ Landesverlag Holding) die »Linzer Rundschau« zu Gänze. Sie besaß davor bereits einen Anteil von 50 %. Knapp ein Jahr danach, am 1.4.2000, brachte sie auch die »Salzkammergut Zeitung« in ihren Verlag ein. (Vgl. Brucknerberger 2000) In Passau wiederum starteten die »Oberösterreichischen Nachrichten« zusammen mit der Mediaprint im Rahmen der ZPV (Zeitungsproduktions- und Vertriebsges. mit Anteilen zu je 50 %) die Gratiszeitung »Sieben Tage Passau«.

teilt ist, mit sieben Ausgaben.³⁵ Schon im Oktober 1998 lancierte der Verlag der »Vorarlberger Nachrichten« im westlichsten Bundesland die »VN Woche«. Im Jahr 2000 zählte die Statistik über den heimischen Wochenzeitungsmarkt (inklusive der Gratiszeitungen) insgesamt 191 Titel.

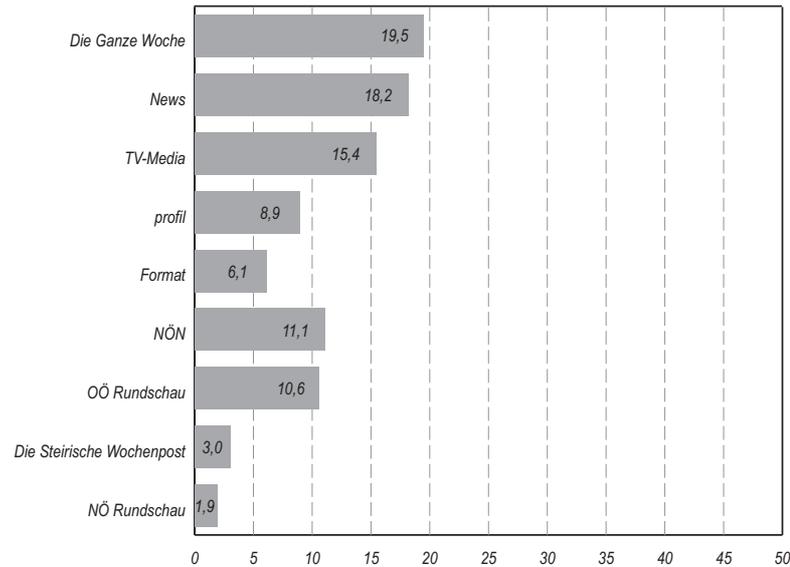
Die im Bereich der Magazine entstandene Diversifizierung des Angebots setzte in Form einer eigenständigen Produktentwicklung in den siebziger Jahren ein. War über lange Jahre hinweg der österreichische Markt im General Interest-Sektor von bundesdeutschen Titeln mitversorgt worden, konnten erstmals in den siebziger Jahren die von Oscar Bronner gegründeten Titel »profil«, ein typisches Nachrichtenmagazin nach dem Vorbild von »Newsweek« oder »Spiegel«, und das Wirtschaftsmagazin »trend« der Marktdominanz deutscher Verlage genuin österreichische Produkte erfolgreich gegenüberstellen. Es sollte nicht sehr lange dauern, bis sich ein Markterfolg – getragen durch eine Nischenpolitik – einzustellen begann, durch den heimische Titel in den jeweiligen Special Interest-Sparten erfolgreich Fuß fassen konnten. So ersetzten etwa in den siebziger Jahren die heimischen Neugründungen »Auto Revue« und »Rennbahn-Express« die bundesdeutschen Titel »Auto, Motor und Sport« sowie »Bravo«. Insgesamt war die Entwicklung auf dem Magazinmarkt in dieser Phase von einer großen Dynamik geprägt, die zu einer Reihe von Produktinnovationen führte aber auch nicht wenige Flops zu verkraften hatte. (Vgl. Geretschlaeger 1998, 11) Eine neue Phase der Marktentwicklung setzte Mitte der achtziger Jahre mit der Gründung der Illustrierten »Die ganze Woche« ein, die vom ehemaligen Mitherausgeber der »Neuen Kronen-Zeitung«, Kurt Falk, am 14.2.1985 gegründet wurde. Dieser Titel konnte mit einem betont boulevardesken Konzept in kurzer Zeit einen großen Markterfolg mit einer Reichweite von heute rd. 20 % erzielen und führt seit vielen Jahren die Reichweitentabelle bei den Publikumszeitschriften an.³⁶

In den achtziger Jahren setzte sich die Strategie des Markterfolgs durch Nischenpolitik weiter fort, eine Entwicklung, die nun besonders in den Sektoren der Lifestyle-Zeitschriften und Wirtschaftsmagazine zu beobachten war.

³⁵ In Tirol erscheinen die Bezirksblätter schon seit 1993 und halten derzeit bei elf Lokalausgaben. Der Start im Burgenland erfolgte am 11.10.2000, in Salzburg am 7.9.2001. (Vgl. Brucknerberger 2000)

³⁶ Die »Ganze Woche« verlegte im April 2000 wieder ihren Druck nach Bayern (Nürnberg, Sebaldu) und wurde am 29.7.2001 von Kurt Falk an seine Söhne verkauft. (Vgl. Brucknerberger 2001)

Abbildung 6: Reichweiten ausgewählter Zeitschriften und regionaler Wochenzeitungen: 2001 (in %)



Quelle: Media-Analyse 2001, Basis: Bevölkerung ab 14 Jahre

Im Jahr 1980 setzte der »Wiener«³⁷ erste Akzente, 1983 folgte das »Bastak« und 1985 die »Wienerin«. Der »Trend« übernahm bei den Wirtschaftsmagazinen eine Vorreiterrolle, dem 1982 der »Gewinn«, 1984 »Cash Flow«, 1987 »Option« und Ende 1991 »New Business« folgten. Eine Reihe weiterer Neugründungen im Sinne einer Produktdiversifizierung waren in den Marktnischen Gesundheit, Frauen, Wohnen, Essen und Sport zu verzeichnen. (Vgl. Geretschlaeger 1983) Im Jahr 2000 waren insgesamt 59 Magazintitel auf dem Markt, wovon 39 in Wien erschienen. (Vgl. VÖZ 2001)

In den neunziger Jahren führten schließlich die Neugründungen der »Verlagsgruppe News« zu nachhaltigen Veränderungen. Mit der am 15.10.1992 erstmals erschienenen Nachrichtenillustrierten »News«, die durch eine Beteiligung des Springer-Konzerns am Unternehmen im Ausmaß von 50 % möglich wurde, begann sich eine neue Form des Magazinjournalismus, die von Kritikern als »Fernsehen zum Umblättern« bezeichnet wurde, zu eta-

37 Im Jahr 1998 beteiligte sich am 21.1. der Nürnberger Gong-Verlag am Verlag des »Wiener«, dem Metro-Zeitschriftenverlag, der auch die »Wienerin« und das »Skip« herausgibt. Am 16.11.1999 trennte sich der Metro-Verlag wieder vom »Wiener« und verkaufte ihn an den Verlag »Radda + Dressler« (Diva, Option, New Business, etc.).

blieren und marktdominant zu werden. Nachdem im Mai 1995 der Springer-Verlag seine Anteile am Unternehmen auf 25 % reduziert hatte, kam am 15.11.1995 die TV-Programmzeitschrift »tv-media« hinzu. Im März 1998 beteiligte sich schließlich – nach dem völligen Rückzug des Springer-Verlags – mehrheitlich der größte deutsche Zeitschriftenverlag »Gruner & Jahr« mit 75 % an der »Verlagsgruppe News« der Gebrüder Wolfgang und Helmut Fellner. Bald danach folgte eine weitere Produktinnovation aus diesem Verlagshaus in Form des Nachrichtenmagazins »Format«, das erstmals am 5.10.1998 herauskam. Es wurde als Konkurrenzprodukt zum lang eingeführten »profil« lanciert, mit dem man in einen harten Verdrängungswettbewerb eintrat.³⁸ Nach der Neulancierung eines weiteren Titels – dem »E-Media« (15.5.2000) – kam es schließlich Anfang September 2000 zu einer höchst umstrittenen wirtschaftlichen Kooperation zwischen der News-Gruppe und dem »profil«, und damit auch zu einer Verbindung der Mediaprint-Gruppe mit der News-Gruppe, in denen sich jeweils verschiedene Verlagsinteressen bündeln. Konkret hält ab diesem Zeitpunkt die Zeitschriften Verlagsbeteiligungs-AG (ZVB) des Kurier-Konzerns, zu der u.a. die Magazine »profil«, »trend« und auch noch andere Titel gehören, 30 % der News-Gruppe.³⁹ Über die News-BeteiligungsgesmbH. halten somit Gruner & Jahr errechnete 52,5 % und die Gebrüder Fellner die restlichen 17,5 % an der Verlagsgruppe News. (Vgl. Bruckenberg 2000, 73 sowie Abb. 7) Damit gingen auch die WAZ-Gruppe und der Bertelsmann Konzern auf ihrem österreichischen Operationsfeld eine enge Kooperation ein. Der damit erfolgte Zusammenschluss wurde vom Kartellgericht nur unter den Auflagen einer Bestandsgarantie für das Magazin »profil« bis 2006 und der Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit genehmigt. Im kartellgerichtlichen Urteil heißt es dazu unter anderem: »Der Zusammenschluss bewirkt [...] auf dem Lesermarkt selbst unter Berücksichtigung aller nur denkmöglichen Substitutionsbeziehungen eine Verstärkung einer schon bisher bestehenden marktbeherrschenden Stellung

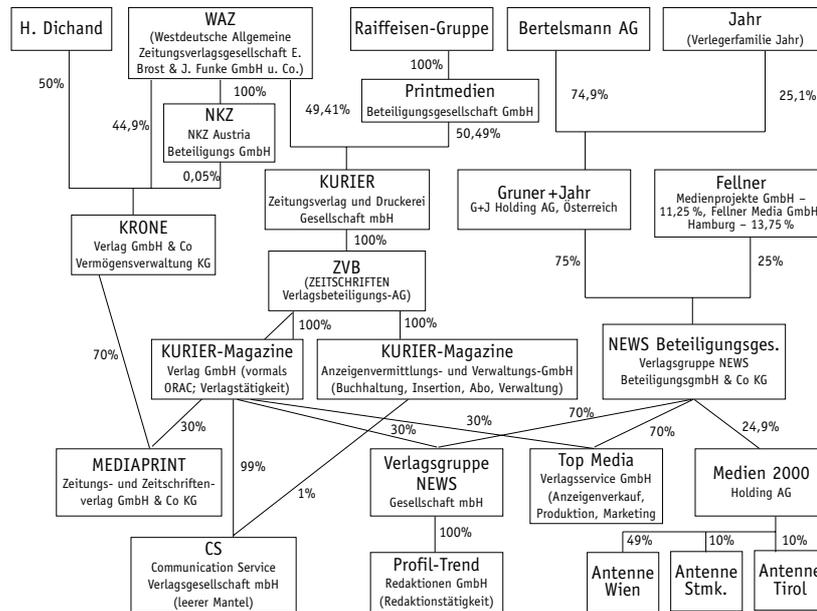
38 Nach Hüffel, der sich auf Branchenmeldungen beruft, verschlang der Marketing-Wettkampf für das »profil« 14,5 Mio. € und für die News-Gruppe 29,07 Mio. €. Der geschätzte Jahresumsatz der neuen Verlagsgruppe mit ihren insgesamt 12 Zeitschriftentiteln sei mit 160 Mio. € zu veranschlagen. (Vgl. Hüffel 2001, 47) Laut eines Berichts des »Standard« beträgt der Jahresumsatz der Verlagsgruppe News 189,5 Mio. €, jener der Mediaprint 494 Mio. € und jener der Styria Media AG 276 Mio. €. (Vgl. »Formil« ist unerreicht. In: Der Standard, 12./13.1.2002, 31)

39 Bei der Höhe der Beteiligung der Raiffeisen-Gruppe handelt es sich um ein vom Gericht genehmigtes Ausmaß. Nach einer Aussage von Raiffeisen-Generalanwalt Christian Konrad vom November 2001 beträgt der tatsächliche Anteil der Raiffeisengruppe über die ZVB an der News-Gruppe nur 25,3 %. (Vgl. APA 2001a, 3)

(48 % auf 59 %).« (Beschluss vom 26.1.2001, 51f)⁴⁰ Von Kritikern wurde diese Kooperation zu Recht als eine weitere unzumutbare Verschärfung der Marktmacht des damit entstandenen Medienverbunds bewertet. Noch im November, genau am 9.11.2001, wurde von der Verlagsgruppe News ein weiterer Titel, das Frauenmagazin »Woman«, auf dem Markt lanciert und damit die Palette jener Magazine, die unter dem Druck eines redaktionellen Marketings eine neue journalistische Kultur des Infotainment forciert, um ein weiteres Produkt erweitert.

Bezeichnend für die österreichische Medienpolitik bleibt der Umstand, dass – wie bereits im Fall der Gründung der »Mediaprint« – Verschärfungen des Kartellrechts wiederum erst kurz nach einem erfolgten Zusammenschluss durchgeführt wurden, wobei an eine rückwirkende Entflechtung nie ernsthaft gedacht wurde bzw. wird. Die damit eingetretenen Auswirkungen auf die Einschränkungen der Meinungsvielfalt und den Wettbewerb müssen als demokratietheoretisch äußerst bedenklich eingeschätzt werden.

Abbildung 7: Konzernstruktur Mediaprint/Verlagsgruppe News



Quelle: OLG Wien als Kartellgericht 26.1.2001, 26 Kt 342, 369, 380, 381, 382, 383/100 (rk) in Medien und Recht, 1/2001, 51.

40 Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Kartellgericht, Geschäftszahl 26 Kt 342, 369, 380, 381, 382, 383/00-93.

3. Rundfunk

3.1 Historische Entwicklung

Die Geschichte des Rundfunks in Österreich beginnt im Jahre 1924, als am 1.10. die am Tag davor gegründete »Radio-Verkehrs-AG«, kurz RAVAG genannt, den Betrieb seines Radiosenders aufnahm. Sie war als Monopolunternehmen in »Staatsnähe« errichtet worden, an dessen wirtschaftlichem Erfolg die an ihr beteiligten Unternehmensgruppen – wie z.B. in- und ausländische Kapitalgruppen – interessiert waren. Nach einer ersten Aufschwungphase in den zwanziger Jahren geriet der Rundfunk allerdings zunehmend in Regierungsabhängigkeit und wurde immer wieder in innenpolitische Wirren hineingezogen. Als es etwa im Jahr 1934 zu bürgerkriegsähnlichen Auseinandersetzungen zwischen Regierung und Teilen des sozialdemokratischen »Schutzbundes« kam, bediente sich die Regierung der Propagandamacht des Mediums zur Niederschlagung des Aufstands. Im gleichen Jahr wurde im Zuge eines Putschversuchs illegaler Nationalsozialisten, bei dem der Bundeskanzler Engelbert Dollfuß ermordet wurde, das Funkhaus der RAVAG für einige Stunden von Putschisten besetzt gehalten. Mit dem Anschluss Österreichs an Hitler-Deutschland im Jahr 1938 wurde die RAVAG der »Reichsrundfunkgesellschaft« eingegliedert⁴¹, wobei die Sender Salzburg und Innsbruck dem Reichssender München und der Sender Vorarlberg dem Reichssender Stuttgart unterstellt wurden. Die Zentrale in Wien, deren Mitarbeiter schon vor der eigentlichen Übernahme des Senders Beziehungen mit illegalen Nationalsozialisten unterhielten, meldete sich noch am Tage des Anschlusses, am 12.3.1938, als »Deutsch-österreichischer Rundfunk« und bildete als solche im Status eines Reichssenders die ostmärkische Außenstelle der Reichsrundfunkgesellschaft. (Vgl. Steinmaurer 2002)

3.2 Die Nachkriegsentwicklung

Die nach dem Krieg einsetzende Phase des Wiederaufbaus führte für den Rundfunk aufgrund der Unterteilung Österreichs in vier Besatzungszonen zunächst zu einer ebensolchen Aufgliederung in vier Sendergruppen. Die Besatzer versuchten dabei mit unterschiedlichen Konzepten den im Kompetenzbereich der öffentlichen Verwaltung⁴² stehenden Rundfunk nach ihren

⁴¹ Die Aktien der RAVAG gingen dabei durch Kauf in das Eigentum der RRG über. Die Sendetechnik wurde von der Deutschen Reichspost käuflich erworben.

⁴² Der Rundfunk war besatzungsrechtlich deutsches Eigentum und deshalb der »öffentlichen Verwaltung« unterstellt worden.

medienpolitischen Zielen auszurichten. Vorarlberg und Tirol bildeten unter französischer Besatzung die »Sendergruppe West«, die Bundesländer Salzburg und Oberösterreich wurden vom amerikanischen Sender »Rot-Weiß-Rot« versorgt, Steiermark und Kärnten wurden unter französischer Besatzung zur »Sendergruppe Alpenland« zusammengefasst und »Radio Wien«, das als einziger Sender tatsächlich der »öffentlichen Verwaltung« unterstand, wurde von den Sowjets mit den Mitteln einer Zensur- und Interventionspolitik gelenkt. Kurz vor Ende der Besatzungszeit kam es 1954 zu einer Rezentralisierung des Rundfunks, die im Vorfeld von Wien gegen die Interessen der Bundesländer höchstgerichtlich durchgefochten werden musste. Damit wurde der Rundfunk, anders als in der Bundesrepublik Deutschland, wieder zu einer Bundessache. In der Folge setzte die Rückgabe der ersten Sender an das damalige »österreichische Rundspruchwesen« ein.

Nach Abzug der Alliierten und Österreichs Erlangung der Unabhängigkeit wurde beim Rundfunk der Ausbau eines UKW-Netzes vorangetrieben und am 1.8.1955 der Start eines Fernsehversuchsprogramms gefeiert. Zwei Jahre danach ging am 1.1.1957 das Versuchsprogramm in einen regelmäßigen Betrieb (an sechs Wochentagen) über. Institutionell wurde das »Rundspruchwesen« im selben Jahr durch einen Ministerratsbeschluss in die »Österreichische Rundfunk Gesellschaft mbH« eingebracht, die am 11.12.1957 ihre konstituierende Generalversammlung abhielt. Die streng nach dem politischen Proporzsystem ausgerichtete Besetzung der leitenden Positionen führte in der Folge allerdings sehr rasch zu starken strukturellen Mängeln und Verkrustungen in den Leitungsstrukturen, die sich nicht zuletzt in der mangelnden Qualität des Programms und damit in einer wachsenden Unzufriedenheit des Publikums niederschlugen.

3.3 Der ORF und seine Reformierung

Da sich die angesprochenen Strukturschwächen des Rundfunks – mittlerweile mit einer halben Million Fernseh- und rund zwei Millionen Hörfunkteilnehmern – nicht durch Reformen von innen lösen ließen, schlossen sich parteiunabhängige Tages- und Wochenzeitungen zusammen, die ein Volksbegehren gegen den »Proporzrundfunk« anstrebten. Ziel des Volksbegehrens war eine Stärkung der Unabhängigkeit des Rundfunks im Sinne einer Entpolitisierung. Gleichzeitig mag sicherlich den Zeitungen daran gelegen haben, die schnell wachsenden Medien Hörfunk und Fernsehen in ihren Möglichkeiten der Erwirtschaftung von Werbeeinnahmen beschränkt zu sehen.

Das 1964 angestrebte und erste Volksbegehren der Zweiten Republik erbrachte mit 832.353 Unterschriften einen großen Erfolg und führte 1967 zu einem neuen Rundfunkgesetz.⁴³ Diese erste Rundfunkreform des nunmehr als »ORF« bezeichneten Österreichischen Rundfunks (GmbH) schuf mit der Neustrukturierung der Organisation die Position eines Generalintendanten⁴⁴ mit umfassenden Entscheidungsbefugnissen. Sie brachte auf der Ebene des Programms die Festlegung auf zwei eigenständige Fernseh- und drei Hörfunkprogramme. Neben dem »Intendantprinzip« lieferte die Reform einen Anstoß zu einer »Informationsexplosion«, die den Umfang des Informationsangebots und das dafür notwendige Korrespondentennetz beträchtlich erweiterte. Es wurden auch Richtlinien über die Stärkung der Objektivität in der Nachrichtenberichterstattung erarbeitet, die 1971 in ein »Informationsstatut« mündeten. Zwei Jahre danach trat im ORF ein Redaktionsstatut, das erste seiner Art in Europa, in Kraft.

War diese erste Rundfunkreform in Zeiten der Alleinregierung der bürgerlichen ÖVP verabschiedet worden, brachte das im Jahr 1974 initiierte zweite Reformpaket in einer Phase der Alleinregierung der SPÖ unter Bruno Kreisky wiederum einen stärker von Gremien geleiteten Rundfunk und eine Änderung der Rechtsform von einer GmbH, deren Anteile zu 99 % beim Bund lagen, in eine Anstalt öffentlichen Rechts. Die beiden im Jahr 1974 beschlossenen Gesetze bildeten in der Folge die rechtliche Grundlage der Rundfunkstruktur Österreichs: Dabei handelte es sich um das im Verfassungsrang stehende »Bundesverfassungsgesetz über die Sicherung der Unabhängigkeit des Rundfunks«⁴⁵ und um das einfache »Bundesgesetz über die Aufgaben und Einrichtungen des Österreichischen Rundfunks«.⁴⁶ Das Verfassungsgesetz definierte die öffentliche Aufgabe des Rundfunks und schrieb die Grundprinzipien der Objektivität, Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Berücksichtigung der Meinungsvielfalt und Ausgewogenheit der Programme, die Unabhängigkeit der Personen und Organe sowie auch die Zuständigkeit des Bundes fest. Das einfache Bundesgesetz legte die Struktur und die Programme des ORF fest, definierte das Unternehmen als einen eigenen Wirtschaftskörper

43 Das Bundesgesetz »Über die Aufgaben und die Einrichtung der Österreichischen Rundfunk Gesellschaft m.b.H.« (Rundfunkgesetz), BGBl. Nr. 195/1966, wurde am 8.7.1966 beschlossen und trat am 1.1.1967 in Kraft.

44 Der erste Intendant des reformierten ORF war Gerd Bacher, der in der Folge noch weitere vier Amtsperioden – in unterschiedlichen Phasen – in dieser Position bestritt. (Vgl. Schmolke 2000)

45 BGBl. Nr. 396/1974.

46 BGBl. Nr. 397/1974.

mit Rechtspersönlichkeit, dem nach diesem Gesetz als einzigem Anbieter die Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehprogrammen – und zwar von mindestens drei Hörfunk- und zwei Fernsehprogrammen – aufgetragen wurde. Eines der Hörfunkprogramme musste im Sinne der föderalen Struktur von den in den Bundesländern angesiedelten Landesstudios gestaltet werden. Der ORF wurde darüber hinaus verpflichtet, für den technischen Betrieb, also den Aufbau und Betrieb der Sendeanlagen, aufzukommen.⁴⁷ (Vgl. Steinmaurer 2002)

Weitere Reformschritte wurden zehn Jahre danach mit einer Novellierung des Rundfunkgesetzes gesetzt, die im Rahmen der sogenannten »Funktionslösung« die Leitungsposition eines Programm- und Informationsintendanten, anstatt zweier jeweils für einen Fernsehkanal zuständiger Fernsehintendanten, einführte. Im Zuge dessen wurde auch das oberste Leitungsgremium des ORF, das für die Bestellung des auf vier Jahre gewählten Generalintendanten und anderer Führungspositionen (Landesintendanten, Direktoren etc.) sowie für die Festlegung finanzieller und programmlicher Richtlinien zuständige Kuratorium, von 30 auf 35 Mitglieder erweitert. Dieses Gremium spiegelte aufgrund seiner Zusammensetzung und Beschickung die Kräfteverhältnisse des politischen Parteienspektrums wider und war daher immer auch der Ort parteipolitischer Auseinandersetzung in rundfunkpolitischen Fragen, und ein Forum für die Vertreter politischer Parteien, in welchem sie ihren interessen geleiteten Einfluss auf das Unternehmen ausübten. Neben diesem Leitungsgremium vertrat die aus 35 Mitgliedern bestehende Hörer- und Sehervertretung die Interessen des Publikums. Eine aus 17 Mitgliedern bestehende Kommission zur Wahrung des Rundfunkgesetzes wachte als eine im Bundeskanzleramt angesiedelte Behörde über die Einhaltung des Rundfunkgesetzes. Zusätzlich hatte eine dreiköpfige Prüfungskommission, die jeweils vom Kuratorium auf drei Jahre nominiert wurde, die Geschäftsabbarung des ORF zu prüfen. Aus diesen vier Organen bestand nach dem Rundfunkgesetz – bis zur Einrichtung der Regulierungsbehörde »KommAustria« und der Umwandlung des ORF in eine Stiftung im Jahr 2001 – für viele Jahre die Leitungs- bzw. Kontrollstruktur des öffentlich-rechtlichen Unternehmens.

47 *Der ORF betreibt heute ca. 1770 Sender auf rd. 480 Sendeanlagen und erreicht damit einen Versorgungsgrad von 95 im Fernsehbereich und 98 Prozent im Radiobereich. Die große Anzahl der Sender ist auf Grund der topografischen Lage des Landes notwendig. Im Auftrag und auf Kosten des Bundes sorgte der ORF darüber hinaus für das Auslandsradio »Radio Österreich International« (RÖI) auf Kurzwelle, das er nach neuem ORF-Gesetz in eigener Budgethoheit anbieten »kann«.*

Eine erneute Reformierung in den darauffolgenden Jahren führte zu einer Anpassung des Rundfunkgesetzes an die Fernsehrichtlinie der Europäischen Union im Jahr 1993, in deren Rahmen dem ORF auch eine schrittweise Ausdehnung der Werbezeiten zugestanden wurde.⁴⁸ Eine weitere »kleine« ORF-Reform brachte Adaptierungen der ORF-Fernsehsendungen an die EU-Fernsehrichtlinie, wonach der ORF seit 1.1.1999 alle Sendungen nach 22.00 Uhr im Sinne des Jugendschutzes kennzeichnet. Über die Jahre hinaus wurden kontinuierlich Verbesserungen und Erweiterungen des Programmangebots vorgenommen. So erfolgte ab Dezember 1984 die Beteiligung am Satellitenkanal »3Sat« und der Start des Lokalfernsehens in den einzelnen Bundesländern mit einer abendlichen Nachrichtensendung »(Bundesland) heute«.⁴⁹ Im Hörfunkbereich wurde im Jänner 1995 der seit Oktober 1967 bestehende Jugendsender Ö3 in einem neuen Format mit einer kommerzielleren Ausrichtung noch vor dem bevorstehenden Markteintritt der Privatradios ausgestattet.

Der Einstieg des ORF in das digitale Zeitalter begann am 25.7.1997 mit dem Webauftritt von »ORF-ON«. Wenig später ging das erste digitale Fernseh-Spartenprogramm TW1, ein Tourismus- und Wetterkanal, über digitalen Satelliten (zunächst über Astra 1F, dann auf Astra 1G) und in Kabelnetzen im deutschsprachigen Raum auf Sendung.⁵⁰ Die gesamten ORF Programme sind seit 31.8.2000 digital über Satellit (ORF Digital) verfügbar, wobei die beiden Fernsehprogramme verschlüsselt (über Astra 1G und die d-box mit Smart-Card) und die restlichen Angebote (TW1 und die Radioprogramme) unverschlüsselt empfangbar sind.⁵¹ Darüber hinaus beteiligte sich der ORF von 1998 bis Ende 2000 mit Teilen seines Programms ORF2 am digitalen Programm bouquet des ZDF und seit Juli 2000 mit einem Programmfenster an BR-alpha.⁵² Im Hörfunksektor wurde das zum Teil englischsprachige Programm FM4, das seit 1992 zunächst innerhalb des Senders »Blue Danube Radio« in Form

48 Die Staffelnung reichte bis zu 42 Minuten der täglichen Sendezeit im Fernsehen und 172 Minuten im Hörfunk.

49 Die am 2.5.1988 erstmals ausgestrahlten Nachrichtensendungen der Bundesländerstudios wurden im September 1999 auch auf das Wochenende hin ausgedehnt.

50 TW1, das am 1.12.1997 seinen Programmstart feierte, ist im Ausmaß von 50 % ein Joint Venture mit einem privaten Unternehmen aus der Tourismuswirtschaft und bietet seit Mai 2000 innerhalb des Programms auch Sportberichterstattung.

51 Im Februar 2002 konnte der ORF über digitalen Sender 100.000 Kunden (ausgegebene Smart-Cards) erreichen.

52 Darüber hinaus wurden die seit 1998 bestehenden Kooperationen mit dem europäischen Kultursender »arte« im Jahr 2001 mit einem Assoziierungsvertrag ausgebaut und die Kooperation mit dem Bayerischen Rundfunk intensiviert.

einer Sendeleiste platziert war, am 1.2.2000 als neues Ganztagesprogramm lanciert.⁵³ Die beiden Fernsehsender des ORF wurden in den letzten Jahren hinsichtlich ihrer Programmformatierung klar ausgerichtet. Während ORF1 vorwiegend publikumsattraktive Programmangebote für eine werberelevante Zielgruppe der 14-49-jährigen Zuseher anbietet, verfügt das zweite Programm über eine vorwiegend auf öffentlich-rechtliche Kernthemen ausgerichtete Formatierung für eine eher ältere Zielgruppe mit stark österreich-bezogenen Programmanteilen. Dem gemäß verhält sich die Aufteilung nach Programmgenres. ORF1 hat mit 57,8 % einen hohen Anteil an Unterhaltungssendungen; 36 % entfallen auf Kinder- und Jugendsendungen und nur 6,1 % auf Informationsprogramme. Der Anteil in der Sparte Information liegt wiederum im zweiten Kanal bei 64,4 %, 35,6 % entfallen dort – laut ORF Geschäftsbericht 1999 – auf das Genre Unterhaltung.

Das Ziel all dieser Ausbau- und Innovationsvorhaben bestand nicht zuletzt in der Stärkung des Unternehmens gegenüber den Wettbewerbern, die seit vielen Jahren nicht nur über terrestrische Einstrahlung sondern v.a. in der Folge der stark zunehmenden Verbreitung des Kabel- und Satellitenempfangs auf dem österreichischen Rundfunkmarkt präsent sind. Zu Jahresbeginn 2002 waren rd. 81 % der Haushalte mit Kabel und/oder Satellit ausgestattet, wobei der ORF mit seinen beiden Fernsehprogrammen in diesen Haushalten im Jahr 2001 einen Marktanteil von 48 % erreichte. (Vgl. Tabelle 2) Seine Hauptkonkurrenten sind in diesem »KaSat«-Bereich, in denen durchschnittlich bis zu 39 überwiegend deutschsprachige TV-Programme empfangen werden können, die deutschen Privatsender RTL (7 %), SAT1 und PRO7 (jew. 6%). ARD und ZDF vereinen zusammen in Österreich 7 % der Marktanteile auf sich. Die durchschnittliche TV-Nutzungszeit liegt in Haushalten mit Kabel- und/oder Satellitenanschluss bei 156 Minuten.

⁵³ Der Sender »Blue Danube Radio« stellte eine auf Österreich ausgedehnte Weiterentwicklung des für die internationale Gemeinde der UNO-City in Wien seit 1979 angebotenen »Ö 3 international« dar und startete am 1.5.1992.

Tabelle 2: TV-Marktanteilsentwicklung: 1996 – 2001 (Basis: österreichische Bevölkerung ab 12 J.)

Sender	TV-Haushalte gesamt (in %)						KaSat-Haushalte (in %)					
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	1996	1997	1998	1999	2000	2001
ORF	62	62	61	58	56	56	48	48	50	48	48	48
Ausland	39	38	38	41	43	43	52	51	50	51	51	51
Lokal-TV Österreich	--	0	0	1	0	0	--	0	0	1	0	0
ORF1	25	24	26	24	24	23	20	19	21	20	20	20
ORF2	36	37	36	34	33	32	29	30	29	28	28	28
ARD	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
ZDF	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
BFS	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
DRS	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
3SAT	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
RTL	6	6	6	6	6	6	9	8	8	8	7	7
RTL2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
SAT 1	5	5	5	5	5	5	7	7	7	7	6	6
PRO7	5	6	6	5	5	5	7	8	7	7	6	6
Kabel 1	2	2	2	3	4	4	3	3	3	4	5	4
VOX	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3
Super-RTL	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
DSF	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Eurosport	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
n-tv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MTV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
VIVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
andere	5	3	4	4	5	6	4	4	5	5	6	7

Quelle: Teletest 1996 – 2001

Wie viele öffentlich-rechtliche Anstalten in Europa musste sich auch der ORF wegen steigender Kosten insbesondere bei den Programmrechten für Sport- und Filmlizenzen und vor dem Hintergrund eines sich verschärfenden Wettbewerbs zu einem Sparprogramm verpflichten und gleichzeitig versuchen, in neuen Geschäftsfeldern aktiv zu werden. Im Jahr 2000 betrug der Umsatz des ORF 853,5 Mio. € (+ 3,6 % gegenüber 1999), wobei er über Gebühren 369,7 Mio. € (43,3 % Anteil an den Umsatzerlösen) und etwas weniger, nämlich 365,2 Mio. € (42,8 % der Anteile am Umsatz), über Werbeeinnahmen

einnahm.⁵⁴ Diese beiden Erlösquellen machen 86 % der gesamten Umsatzerlöse für den ORF aus.⁵⁵ Mit dem Verkauf von Fernsehrechten erwirtschaftete der ORF im Jahr 2000 4,1 Mio. €, wobei in den Jahren 1999 und 2000 v.a. die Erlöse aus den Bereichen Sponsoring und Programmverkäufe (um 19 %) gesteigert werden konnten. Die Tochterunternehmen des ORF (ORF-Enterprise, ORF-Teletext, ORF ON, TW1 und GIS) erzielten im Jahr 2000 kumulierte Erlöse in der Höhe von 63,4 Mio. €. Grundsätzlich finanzieren sich laut Unternehmensangaben die für den gesamten Versorgungsauftrag mittlerweile aufgewendeten 807 Mio. € nur zu 44 % aus Gebühren. Selbst der öffentlich-rechtliche Kernauftrag ist diesen Angaben zufolge nur zu 62 % aus Programmertgelten finanziert. (Vgl. ORF 2001a)

Auf der Ausgabenseite zwang der Kostendruck das Unternehmen dazu, die Anzahl der Beschäftigten – zwischen 1993 und 2000 von 3275 auf 2641 – zu senken. So wurde insbesondere der Aufwand für das Personal im Jahr 2000 gegenüber dem Vorjahr auf 271,2 Mio. € und damit von 35,7 % auf 29,2 % des Anteils an den Aufwendungen gesenkt.⁵⁶ Grundsätzlich entfielen im Jahr 2000 fast 52 % der Gesamtaufwendungen auf den Bereich Programmproduktionen, Lizenzkosten, Honorare für Autoren, Aufführungsrechte, freie Mitarbeiter und auf den Materialaufwand. Gemessen an den Gesamtkosten verbrauchten rd. 20 % (rd. 167 Mio. €) die Landesstudios bzw. rd. drei Viertel das Fernsehen und rd. ein Viertel der Radiobereich. Nach Programmsparten verteilten sich laut Angaben des ORF die Kosten zu rd. 200 Mio. € auf den Bereich »TV-Information« und mit 51,4 Mio. € auf den Be-

54 Die monatliche Rundfunkgebühr (Fernsehen und Radio) lag 2001 bei durchschnittlich 14.-€. Von dieser Summe sind allerdings seitens des ORF Abgaben an Bund und Länder in der Höhe von etwa einem Drittel abzuführen. Rund 10 % der Haushalte sind in Österreich von den Gebühren befreit. Das Rundfunkgebührengesetz aus dem Jahr 1999 legte zunächst eine Refundierung der Gebührenbefreiungen aus dem Staatshaushalt fest, eine Zusage, die im Jahr 2000 allerdings wieder zurückgenommen wurde. Mit der gesetzlichen Neuregelung wurde auch die Einhebung der Gebühren an den ORF delegiert, der diese über die »Gebühren Info Service GmbH« (GIS) abwickelt. An dieser Gesellschaft beteiligte sich der ORF Ende 1999 mit 50 % und hält seit 1.1.2001 100 % der Anteile an ihr. (Vgl. ORF 2001b, 31)

55 Der Rest der Erträge wird durch Programmverwertung, Beteiligungen, Zinsen und sonstige Erträge erwirtschaftet. Durch die Kleinheit des Marktes ist der ORF auf die Einnahmen aus der Werbung angewiesen. Die ARD oder das ZDF lukrieren rd. 80 % ihrer Einnahmen aus Gebühren, die BBC zu rd. 91 %.

56 Auch unter Berücksichtigung der vielen freien Mitarbeiter konnte der Aufwand für Personal von 43,3 % im Jahr 1998 auf 38,5 % der Anteile an den Aufwendungen reduziert werden. (Vgl. ORF 2001b) Neben den fest angestellten Mitarbeitern zählt der ORF rund 1800 freie Mitarbeiter. (Vgl. Fidler/Linsinger 2002, 46; Wrabetz [zit. in Fidler 2002, 30] spricht von 1300 bis 2300 freien Mitarbeitern.)

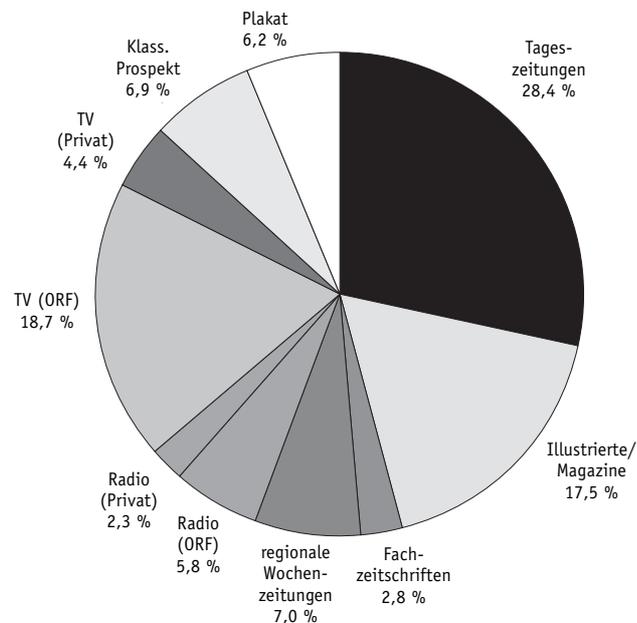
reich »Kultur« im Fernsehen. Für die TV-Sparte »Kinder, Jugend und Familie« werden rund 35 Mio. € aufgewendet. Für Eigenproduktionen werden rund 71 % der Kosten (37 % der Sendezeit), für Kaufware 14 % der Aufwendungen (52 % der Sendezeit) und 15 % für sonstige Programmanteile investiert (11 % der Sendezeit). (Vgl. ORF 2000a, 2000b)

Bezogen auf die Mittel, die sich in Österreich über die Werbung auf die einzelnen Mediensektoren verteilen, nahm das Fernsehen über Jahre hinweg den zweiten Rang hinter den Tageszeitungen ein. Im Jahr 2000 entfielen vom Gesamtwerbemaufkommen in der Höhe von 2,015 Mrd. € 23,8 % auf den Bereich Fernsehwerbung, während die Tageszeitungen 29,3 % auf sich vereinen konnten. Illustrierte und Magazine kamen auf 18 % der Anteile am Werbekuchen. Der Pro-Kopf-Werbemaufwand betrug im Jahr 2000 251,30 € und näherte sich damit dem europäischen Vergleichsniveau an. (Vgl. Lankes 2001, VI) Im Jahr 2001 verzeichnete jedoch die heimische Medienwirtschaft laut Focus Marketing Research das schwierigste Jahr der vergangenen Dekade. Der Gesamtwerbemaufwand ging gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Prozent auf 2,088 Mrd. € zurück, wobei v.a. in der zweiten Jahreshälfte ein deutlicher Einbruch zu verzeichnen war. Noch 1997 und 1999 konnten Steigerungsraten von 10,5 bzw. 15 % erreicht werden. Gemessen nach Werbeträgern konnte der Bereich Privatfernsehen (Werbefenster + ATV) auf ein Plus von 15 %, und die Plakatwerbung ein Plus von 11,8 Prozent verweisen. Auch der Radiosektor verzeichnete 2001 mit 3,1 % noch ein Wachstum. Verluste gab es mit 1,3 % bei den Illustrierten und Magazinen und im gesamten Bereich Printmedien mit 1,5 %, wobei die Tageszeitungen alleine 3,2 % verloren. Der TV-Sektor meldete Verluste von insgesamt 3 % gegenüber dem Vorjahr, das ORF-TV musste ein Minus von 6,4 % hinnehmen. Die stärksten Rückgänge betrafen die Kinowerbung mit 10,4 %. Aufgeteilt auf das Gesamtwerbemaufkommen von € 2,008 Mrd. entfielen damit im Jahr 2001 auf die Tageszeitungen 28,4 %, auf Illustrierte und Magazine 17,5 %, auf das Fernsehen 23,1 % (davon ORF 18,7 %) und auf den Hörfunk 8,1 % (davon ORF 5,8 %). (Quelle: Media Focus Research, vgl. Lankes 2002) Als zusätzlicher Werbemarkt entwickelten sich seit Mitte der neunziger Jahre die seitens der deutschen TV-Anbieter für Österreich produzierten Werbefenster innerhalb ihrer Programmausstrahlung im Kabel, deren Anzahl sich seit 1998 von drei auf sieben erhöhte, wobei sich der Werbeumsatz der fünf Hauptkonkurrenten RTL, Pro7, SAT.1, RTL2 und Kabel1 vervierfacht hat. (auf rd. 72,672 Mio. € im Jahr 2000) Den Großteil konnten dabei RTL, Pro7 und SAT.1 auf sich verbuchen. (Vgl. ORF 2001b) Laut Media Focus Research konnte Werbung im Privat-

TV im Jahr 2001 um 15 % gegenüber dem Vorjahr (mit 88 Mio. €) zulegen. Als erster Anbieter im Kabelbereich startete RTL damit am 1.4.1996, SAT.1 öffnete sein Werbefenster im Juli des gleichen Jahres. Danach folgten Pro7 im März 1998 und der ebenfalls in der Pro7-Gruppe angesiedelte Sender Kabel1 im Januar 1999 sowie RTL2 im Mai 1999. Die Ausstrahlung eigens für Österreich bestimmter Programmangebote im Kabelbereich wurde bislang, mit Ausnahme von vorübergehenden Fußballübertragungen bei SAT.1, aus wirtschaftlichen Gründen nicht realisiert.

Abbildung 8: Anteile am Werbevolumen nach Werbeträger: 2001 (in %)

(Gesamtsumme 2001 = 2,008 Mrd. €)



Quelle: Media Focus Research 2002

Auf dem heimischen Rundfunkmarkt erhielt der ORF erst durch den Sendestart der Privatradios im Jahr 1995 und mit der Öffnung des Kabelbereichs für privates Fernsehen 1997 innerösterreichische Konkurrenten. Die Zulassung von terrestrisch verbreitetem Privatfernsehen sollte dagegen noch bis 2002 auf sich warten lassen.

3.4 Auf dem Weg zu einer dualen Rundfunkstruktur

3.4.1 Die Marktöffnung für Privatradios und die Gründung der »Komm Austria«

Die Bestrebungen über die Zulassung von kommerziellen Hörfunkveranstaltern nahm erstmals in Form einer Vereinbarung zwischen den »Mediensozialpartnern« ORF und V.Ö.Z., dem Verband Österreichischer Zeitungsherausgeber und Zeitungsverleger, konkretere Züge an. Sie einigten sich 1987 auf ein sogenanntes »Radioprint-Modell«, das auf einer schon 1985 erstmals erzielten Verständigung zu dieser Frage aufbauen konnte.⁵⁷ Das Radioprint-Modell sah die Durchführung von Pilotprojekten unter Beteiligung der Printmedien vor, wobei dieses Abkommen auf einer Verpflichtung zur Einhaltung weiterer Rahmenvereinbarungen über die Marktaufteilung (insbesondere im Bereich der Werbung) zwischen dem ORF und den Zeitungsherausgebern aufbaute. Ende August legten ORF und V.Ö.Z. einen Gesetzesentwurf vor, der die Zulassung von Privatrundfunkanbietern für jedes Bundesland in Kooperation mit dem ORF ermöglichen sollte. Dieser Vorschlag wurde allerdings nicht verwirklicht.⁵⁸

Ein erster konkreter Schritt in Richtung einer Marktöffnung für private Anbieter wurde im Sommer 1993 gesetzt, als nach langen Diskussionen und auch nach Einmahnung der Liberalisierungsnotwendigkeit durch den Europäischen Menschenrechtsgerichtshof⁵⁹, am 9.7.1993 der Nationalrat ein

57 *Der ORF und der »Verband Österreichischer Zeitungsherausgeber und Zeitungsverleger« (heute lautet der genaue Titel »Verband Österreichischer Zeitungen« [VÖZ]) einigten sich darauf, dass sich der ORF für die Einräumung einer Ausweitung der Werbezeiten in Hörfunk und Fernsehen auf die Nutzung zusätzlicher Frequenzen für zusätzliche Radioprogramme sowie auf die Einführung von Werbung im Regionalfernsehen der Bundesländer verzichtet. (Vgl. Luger/Steinmaurer 1990, 251)*

58 *Der ORF und der VÖZ schlossen seit Mitte der achtziger Jahre immer wieder Abkommen, in denen sie ihre jeweiligen Spielräume im Hinblick auf das Marktverhalten und ihre medienpolitischen Ziele festschrieben. Dem ersten Abkommen aus 1985 folgten weitere Erneuerungen in den Jahren 1987, 1993 und 1999, wobei das letzte Ende November 2001 – das als Abkommen den Ausbau von Sonderwerbformen und Spartensender für den ORF, die Option der Verleger für ein Engagement im Privat-TV innerhalb des ORF etc. beinhaltete – für beendet erklärt wurde. Der Versuch, in einer Kooperation des ORF mit den Zeitungsherausgebern eine gemeinsame österreichische Plattform im Internet aufzubauen, wurde ebenfalls nicht realisiert.*

59 *Der Verstoß im Rundfunkbereich mit dem ORF als den alleinigen Hörfunk- und Fernsehanbieter gründete auf einem Widerspruch zum Artikel 10 Abs. 1 Satz 1 und 2 der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK), konkret gegen das dort festgeschriebene Recht auf freie Meinungsäußerung, der sowohl für den Fernsehbereich – in einem Urteil im Fall »Lentia« vom 24.11.1993 – als auch für den Hörfunksektor (Urteil im Fall »Radio ABC« vom 20.10.1997) zumindest für den Zeitraum bis zum 1.8.1996 (Zulassung von Kabel-TV) festgestellt wurde. (Vgl. dazu weiter unten)*

Regionalradiogesetz⁶⁰ beschloss, das Lizenzen für zehn regionale private Hörfunkanbieter vorsah. Im Zuge des Lizenzierungsverfahrens beeinspruchten allerdings eine Reihe im Verfahren unberücksichtigt gebliebener Lizenzwerber die im Gesetz für die Frequenzverteilung getroffenen Regelungen, welche daraufhin der Verfassungsgerichtshof in seinem Erkenntnis vom 27.9.1995 für rechtswidrig befand. Damit kam es für den Großteil der Privatradios, deren Start für den 1.9.1995 vorgesehen war, zu einer weiteren Verzögerung des Sendebeginns. Lediglich zwei Anbieter, die sich mit den Einspruchsparteien über den Weg der Einräumung einer Minderheitsbeteiligung geeinigt hatten, konnten auf Sendung gehen. Am 22.9.1995 startete in Graz die »Antenne Steiermark« und in Salzburg am 17.10. »Radio Melody«. Ehe allerdings die restlichen acht Regionalradios ihren Sendebetrieb aufnehmen konnten, dauerte es noch bis zum 20.3.1997, als der Nationalrat die entsprechende Novellierung des Regionalradiogesetzes⁶¹ verabschiedete. Diese Novelle sah auch die Zulassung von Lokalradios vor, von denen 43 Anbieter, darunter auch nicht-kommerzielle und zwei Minderheitenradios (in Kärnten und im Burgenland), eine Lizenz erhielten.⁶² Der Großteil von ihnen nahm am 1.4.1998 den Betrieb auf. An den Regional- und Lokalradios, denen für sieben Jahre eine Lizenz zugesprochen wurde, durften laut Regionalradiogesetz Inhaber einer Tages- oder Wochenzeitung Anteile im Ausmaß von maximal 26 % (an einem Anbieter) und bis zu jeweils 10 % an Sendern in zwei weiteren Bundesländern halten. Ausländische Kapitalgesellschaften (aus Ländern außerhalb der EU) durften höchstens 25 % der Anteile an einem Privatradio besitzen. Die Werbezeit war vorerst auf 15 % der täglichen Sendezeit beschränkt.

Am 1.1.1999 erfolgte durch eine Novellierung des Regionalradiogesetzes eine Ausdehnung der Werbezeit von 90 auf 120 Minuten auf das damalige Niveau des ORF, und eine Streichung aller werbefreien Tage.⁶³ Am 1.8.1999

60 Der Titel des Gesetzes lautete »Bundesgesetz, mit dem Regelungen über regionalen und lokalen Hörfunk erlassen werden«; es trat am 1.1.1994 in Kraft. BGBl. Nr. 506/1993.

61 BGBl. Nr. 41/1997. Die Novellierung trat am 1.5.1997 in Kraft.

62 Seit 9.7.2001 sendet ein vorrangig slowenischsprachiges Programm unter dem Titel »Radio dva« (Radio zwei) in Form einer Kooperation von Radio Agora, Radio Korotan und dem ORF in Kärnten. Im Burgenland ging der ORF eine Kooperation mit dem Verein »Mehrsprachiges offenes Radio Mora« im Rahmen von »Antenne 4« ein. Die Vereinbarung beinhaltet die Übernahme von Produktionen in Kroatisch, Ungarisch und Romanes mit inhaltlichem Bezug auf das Burgenland und seine Volksgruppen sowie auf Ungarn und Kroatien. (Vgl. ORF 2001b, 36) Seit 21.11.2001 musste der Sender »Antenne 4« allerdings wegen finanzieller Probleme »vorrübergehend« den Betrieb einstellen. (Vgl. APA 2001, 7)

63 Für den ORF wurden im Gegenzug die Anzahl der werbefreien Tage von 6 auf 3 reduziert und die Möglichkeit der Jahresdurchrechnung der Werbezeiten geschaffen.

trat eine weitere Änderung in Kraft, die eine generelle Verlängerung der Lizenzen von sieben auf zehn Jahren vorsah und den Geltungsbereich des Gesetzes auf den Mittelwellenbereich ausdehnte.

Durch den Marktzutritt der Regional- und Lokalradios kam es – wenn auch zu einer um Jahre verzögerten – Dualisierung im Hörfunkbereich und damit zu einer deutlichen Marktbelebung, die zwar zu einer Anbieter-, nicht jedoch so sehr zu einer Angebotsvielfalt führte, da der Großteil v.a. der Regionalradios mit einem an der Hitparade orientierten AC-Format⁶⁴ startete. Die Regionalradios, an denen sich mit Ausnahme von Radio Melody überwiegend im zugelassenen Höchstmaß die Printmedienverlage beteiligt hatten, positionierten sich großteils als Konkurrenten zum nationalen Marktführer, dem ORF-Hitradio Ö3.

Auf dem Radiomarkt erreichten 2001 die vier ORF-Programme zusammen 83 % der Marktanteile, 15 % insgesamt entfielen auf die inländischen Privatradios. Die nach Marktanteilen stärksten ORF-Sender sind die Ö2-Regionalprogramme (in Summe) mit 39 % und das landesweit ausgestrahlte »Hitradio Ö3« mit 38 % der Marktanteile. Der Bildungs- und Kultur-Sender Ö1 kam 2001 auf 5 % und FM4 auf 2 % (Erwachsene ab 10 Jahre, Quelle: Radiotest). In den einzelnen Bundesländern liegen die Spitzenwerte bei den Marktanteilen für Privatradios zwischen 10 % in der Altersgruppe 10+ (»Antenne Steiermark«, »Life Radio«, Linz) und 15 % in der werberelevanten Zielgruppe der 14-49-Jährigen (ebenfalls »Antenne Steiermark«). In dieser Altersgruppe liegt der Österreich-Marktanteil von Ö3 bei 50 %, jener der Privatradios in Summe bei 19 %. Sehr wettbewerbsintensive Marktverhältnisse haben sich in Wien entwickelt, wo sich die Privatradios »88,6 Der Musiksender« 7 % und »Radio Energy« 5 % gegenüber Ö3 mit 42 % der Marktanteile in der Zielgruppe der 14-49-jährigen positionieren konnte. (Regionaldaten 2. Halbjahr 2001, Quelle: Radiotest, Vgl. dazu Tab. 3)

Zu einer weitreichenden Neustrukturierung des Rundfunksektors kam es im Jahr 2001. Noch davor stellte der Verfassungsgerichtshof neuerlich eine – für die Entwicklung der Medienordnung in Österreich bezeichnende – Verfassungswidrigkeit im Zusammenhang mit der Privatrundfunkbehörde fest. Die Tatsache, dass dieser am 29.6.2000 abermals die Grundkonstruktion der Privatrundfunkbehörde als verfassungswidrig erkennen musste, machte schon am 6.6.2000 ein Übergangsgesetz notwendig, das vorerst den Bestand der Lizenzen für weitere sieben Monate sicherte und gleichzeitig die Werbezei-

⁶⁴ Das »Adult Contemporary«-Format richtet sich mit seinem Hitparadenangebot an die für die Werbewirtschaft interessante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

Tabelle 3: Radio-Tagesreichweiten und Marktanteile: 1999 – 2001 Österreich

Montag – Sonntag	Tagesreichweiten (in %)		
	1999	2000	2001
Basis: 10+			
ORF Hörfunk gesamt	72,9	75,8	76,3
Österreich 1	6,7	7,4	7,4
ORF Regionalradios gesamt	35,9	38,2	37,4
Hitradio Ö3	39,5	41,1	41,7
FM4*	2,2	3,1	3,6
Privatradios Inland gesamt	20,6	22,7	20,2
Antenne Sender gesamt**	--	--	6,9
Krone Hit R@dio***	--	--	4,4
Basis: 10+	Marktanteile (in %)		
ORF Hörfunk gesamt	80	80	83
Österreich 1	4	4	5
ORF Regionalradios gesamt	38	38	39
Hitradio Ö3	37	36	38
FM4*	1	2	2
Privatsender Inland gesamt	17	17	15
Antenne Sender gesamt**	--	--	5
Krone Hit R@dio***	--	--	3
Montag – Sonntag	Tagesreichweiten (in %)		
Basis: 14 J. – 49 J.	1999	2000	2001
ORF Hörfunk gesamt	73,4	76,2	76,6
Österreich 1	4,5	4,8	5,0
ORF Regionalradios gesamt	24,8	27,4	25,7
Hitradio Ö3	53,4	55,3	55,8
FM4*	3,1	4,9	5,7
Privatsender Inland gesamt	28,7	31,0	27,4
Antenne Sender gesamt**	--	--	9,7
Krone Hit R@dio***	--	--	5,9
Basis: 14 J. – 49 J.	Marktanteile (in %)		
ORF Hörfunk gesamt	75	75	78
Österreich 1	2	2	2
ORF Regionalradios gesamt	23	24	23
Hitradio Ö3	48	47	50
FM4*	1	3	3
Privatsender Inland gesamt	22	22	19
Antenne Sender gesamt**	--	--	6
Krone Hit R@dio***	--	--	4

Quelle: Radiotest 1999 – 2001; N = je 24.000 ERW. 10+

* bis 31.1.2000: BDR/FM4, ab 1.2.2000: FM4 ** erst ab 2001 ausgewiesen *** Sendestart im Jahr 2001

tenbeschränkung für Privatradios von 120 Minuten auf das Niveau von 172 Minuten, das der ORF inzwischen erreicht hatte, anheb. Die danach verhältnismäßig rasch durchgeführten gesetzlichen Neuregelungen führten schließlich zu einer Neufassung des Regionalradiogesetzes⁶⁵ und zur Errichtung einer neuen Regulierungsbehörde für Medien, der »KommAustria«.⁶⁶ Beide Gesetze traten am 1.4.2001 in Kraft.

Das neue Privatradiogesetz hob die bislang gültige Unterscheidung von Lokal- und Regionalradios auf und definierte nunmehr Versorgungsgebiete als Senderäume.⁶⁷ Ferner wurde erstmals die Möglichkeit für den Aufbau einer bundesweiten privaten Radiokette geschaffen und die Beteiligungsbeschränkungen für Medieninhaber geändert. Die neue Regelung hebt die bisher geltenden Beschränkungen von 26 % (+ 2 mal 10 %) auf und orientiert sich an Versorgungsgebieten und an der Anzahl der empfangbaren Programme eines Medienverbands. Demnach darf ein Betreiber an mehreren Privatradios bis zu 100 % beteiligt sein, sofern sich die Versorgungsgebiete nicht überschneiden. Entsteht dadurch eine österreichweite Kette eines Anbieters, dürfen diesem Betreiber keine weiteren Lizenzen mehr zugesprochen werden.⁶⁸ Weitere Neuerungen des Gesetzes betreffen die Möglichkeit der Übernahme von Programmen im Ausmaß von höchstens 60 % der täglichen Sendezeit und die Verpflichtung des ORF, seine Sendeanlagen zu gleichen Bedingungen wie für den Eigenbetrieb den Privatradiobetreibern zur Verfügung zu stellen. (Vgl. Wittmann 2001 und Dillenz 2001a) Als Folge einer Neudaptierung des Gesetzes kam es auch zu einer Reihe von Umschichtungen in den Beteiligungsverhältnissen und in der Anbieterstruktur. Insbesondere die Mediaprint-Gruppe begann – neben dem »Antenne-Verbund«⁶⁹ – im Jahr 2001 mit dem Ausbau einer überregionalen Radiokette in Form des Sendeverbundes »Krone Hitradio«, die mit Jahresende 2001 13 Stationen auf sich vereinen konnte. Als Überraschung galt in diesem Zusammenhang die Entscheidung der »KommAustria« im Zuge der im Juni 2001 erfolgten Frequenzver-

65 »Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen für privaten Hörfunk erlassen werden (Privatradiogesetz)« BGBl. Nr. 20/2001.

66 BGBl. Nr. 32/2001.

67 Diese Versorgungsgebiete werden durch die zu versorgenden Gemeindegebiete und durch technische Parameter bestimmt.

68 Als Grundsatz ist normiert, dass an einem Ort nicht mehr als zwei Programme, die als zu demselben Verbund gehörig zu betrachten sind, ausgestrahlt werden dürfen. (Vgl. Wittmann 2001, 13)

69 Der Antenne-Verbund schließt die Sender in der Steiermark, Wien, Salzburg, Kärnten, Tirol und Vorarlberg mit ein. Kooperationen bestehen mit dem »Life-Radio« in Linz.

gaben⁷⁰, dem Wiener Sender 92.9 HitFM, einem Anbieter aus der Gruppe der »Neuen Kronen-Zeitung«, keine neue Lizenz für die Bundeshauptstadt zu erteilen. Sie wurde an »Radio Arabella« vergeben, das am 14.12.2001 den Sendebetrieb aufnahm. Die folgende Übersicht gibt einen Überblick über die Anbieterstruktur auf dem Privatradiosektor mit Stand April 2002.

Tabelle 4: Privatradios und freie Radios in Österreich

Bundesland	Sender	Versorgungsgebiet	
Wien	88,6 Der Musiksender	Wien	
	(Radio Eins Privatrado GesmbH: 8 % Krone-Media Beteiligungs-GmbH, 10 % Metro-Zeitschriftenverlags GmbH, 3 % Wolfgang Altermann, 49 % MOVE Handels- u. BeteiligungsgmbH [Bank Austria/CA], 10 % Wailand und Waldstein GmbH [Gewinn, Top Gewinn], 10 % Bronner Medien Holding GmbH, 10 % Dornier Holding GmbH)		
	Antenne Mix 102,5	Wien	
	(Antenne Wien Privat Radio BetriebsgmbH: 26 % »Die Presse« VerlagsgmbH. [Styria Media AG], 2 % Concept Medien GmbH, 49 % Medien 2000 Holding AG [75,1 % GWR, 24,9 % Verlagsgruppe News], 23 % PCO Constantia Privatrado BeteiligungsgmbH [Constantia Privatbank])		
	Radio Arabella 92,9	Wien	
	Radio Energy	Wien	
	Radio Stephansdom	Wien	
	Radio Orange	Wien	
	Niederösterreich	Krone Hitr@dio NÖ	Niederösterreich
		(Donauwelle Radio Privat Niederösterreich GmbH: 100% Kurier Hörfunk Beteiligung GmbH)	
Radio 93,4 Die Musikwelle		Baden	
Hit FM St. Pölten		St. Pölten	
Hit FM		Waldviertel	
Party FM		Wiener Neustadt	
Digi Hit		Bezirk Melk, Mostviertel	
Radio Maria		Waidhofen/Ybbs	
Gym Radio		Hollabrunn (Ausbildungsradio)	
FH Radio 94,4		St. Pölten (Ausbildungsradio)	
Burgenland	Krone Hitr@dio Burgenland	Burgenland	
	(Privatrado Burgenland 1 GmbH & Co KG: 25 % BKF Burgenländisches Kabelfernsehen GmbH, 15 % Kabel-TV Burgenland GmbH, 20 % Krone – Media BeteiligungsGmbH, 40 % BF Medienbeteiligungs- und Betriebs GmbH [Werbeagentur im Eigentum der SPÖ])		
	Antenne 4	nördl. u. mittl. Burgenland	

⁷⁰ Die KommAustria vergab am 6.6.2001 zu diesem Zeitpunkt anstehende 23 Privatradiolizenzen. »Die Verfahren waren auf Grund der Aufhebung durch ein Verfassungsgerichtshofurteil vom 28. November 2000 notwendig geworden. Die von der damals zuständigen Privatrundfunkbehörde am 19. Dezember 2000 erteilten einstweiligen Zulassungen endeten durch Fristablauf nach sechs Monaten am 19. Juni 2000.« (www.medienrecht.com/licences.html; 31.1.2002)

Bundesland	Sender	Versorgungsgebiet	
Kärnten	Antenne Kärnten (Antenne Kärnten – Regionalradio GmbH: 11,4 % IM Informations- und Medienges.mbH, 6 % Hermagoras Verein in Klagenfurt, 19,09 % Styria Media AG, 63,47 % AV Audiovisuelle Beteiligung St. Josef GmbH)	Kärnten	
	Radio Wörthersee Radio Real (CMP)	Raum Wörthersee, Villach u.a. Spittal an der Drau, Radenthein	
	Krone Hitr@dio Villach Lokalradio Völkermarkt** Radio dva	Villach Unterkärnten Gebiet d. slowenischen Volksgruppe	
	Radio Starlet Radio Gute Laune	Spittal an der Drau Spittal an der Drau	
	Steiermark	Antenne Steiermark (Antenne Steiermark Regionalradio GmbH: 4,3 % RLB Beteiligungs- und Treuhandges.mbH, 10,1 % Informations-Medienges.mbH., 10,1 % »TVS« Gesellschaft für Beschaffung und Transport von Programmsignalen GmbH, 4 % Media Süd-Ost Beratungs- und Beteiligungs-GmbH, 10 % Beteiligung von Repräsentanten der steirischen Wirtschaft am Regionalradio Steiermark GmbH, 2,4 % AWEKA – KapitalverwaltungsgmbH, 1 % RS Privatrado GmbH, 1,1 % Österreichischer Journalisten Club (ÖJC), 26 % Styria Media AG, 10 % Medien 2000 Holding AG, 20 % AV Audiovisuelle Beteiligung St. Josef GmbH, 1 % Beate u. Werner Gröbl Privatstiftung)	Steiermark
		Krone Hitr@dio Graz*	Graz
89,6 Das Musikradio		Bruck a.d. Mur, Mur-Mürztal	
radio freequenns		Raum Liezen	
Radio West		Raum Köflach	
Radio Grün Weiss		Bezirk Leoben u.a.	
A1		Aichfeld, Oberes Murtal	
97,9 FM		Graz (Ausbildungsrado)	
Radio Helsinki		Graz (Ausbildungsrado)	
Oberösterreich		LIFE Radio (Life Radio GmbH & Co KG: 25,5 % J. Wimmer GmbH [OÖ. Nachrichten], 25,5 % Landesverlag Holding GmbH, 9,5 % Österr. Zeitungsverlags- und VertriebsgmbH, 5 % Gutenberg Werbering GmbH, 9,5 % Privates Radio Oberösterreich GmbH, 2 % Freie Medien Beteiligung GmbH, 5 % Concept Medien GmbH, 3 % Klausnitzer GmbH, 10 % »Tele-Kurier« Gesellschaft zum Studium neuer Kommunikationssysteme GmbH & Co KEG, 5 % Vereinigung der Österreichischen Industrie, Landesgruppe OÖ)	Oberösterreich
	Radio Salzkammergut	Salzkammergut	
	Krone Hitr@dio Gmunden	Gmunden	
	Krone Hitr@dio Innviertel	Innviertel	
	Krone Hitr@dio Steyr	Steyr	
	Krone Hitr@dio Linz	Linz	
	Radio FRO	Linz	

Bundesland	Sender	Versorgungsgebiet
Salzburg	Antenne Salzburg (Antenne Salzburg GmbH: 100 % GWR Medien GmbH)	Bundesland Salzburg
	Krone Hitr@dio Salzburg*	Salzburg
	Krone Hitr@dio Hallein	Hallein
	Krone Hitr@dio Innergebirg	Innergebirg
	Welle 1*	Salzburg
	City Radio Salzburg	Salzburg
Tirol	Antenne Tirol (RRT – Regionalradio Tirol GmbH: 26 % Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH [Tiroler Tageszeitung], 10 % Telefon & Buch VerlagsgmbH, 17 % BTV 2000 BeteiligungsverwaltungsgmbH, 17 % Raiffeisen Landesbank Tirol, 10 % Medien 2000 Holding AG, 20 % TT-Verlags- und Management GmbH)	Tirol
	U1 Radio Unterland	Tiroler Unterland, Zillertal
	Welle 1 Stadt Radio	Unteres Inntal
	Radio Arabella Oberland	Tiroler Oberland
	Radio Osttirol	Osttirol
	Frau Hitt Radio***	Innsbruck
	Krone Hitr@dio Kitzbühel	Raum Kitzbühel
	Radio Arabella Innsbruck	Innsbruck
	106 FM	Osttirol u.a.
	Radio Arabella Außerfern	Außerfern
Vorarlberg	Antenne Vorarlberg (Vorarlberger Regionalradio GmbH: 10 % Vereinigung Österreichischer Industrieller, Landesgruppe Vorarlberg, 26 % Eugen Russ Vorarlberger Zeitungsverlag und Druckerei GmbH [Vorarlberger Tageszeitung], 25 % BTV 2000 BeteiligungsgmbH, 10 % Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH, 10 % Telefon & Buch VerlagsgmbH, 9 % BAWAG, 10 % »Salzburger Nachrichten« VerlagsgmbH & Co.KG)	Vorarlberg
	Radio Arabella	Bregenz
	ProTon	Bludenz

* Lizenz nicht rechtskräftig, Berufungsverfahren beim Bundeskommunikationssenat anhängig.

** Sendernamen vorläufig

*** derzeit nicht auf Sendung

Quelle: KommAustria, Stand 8.5.2002

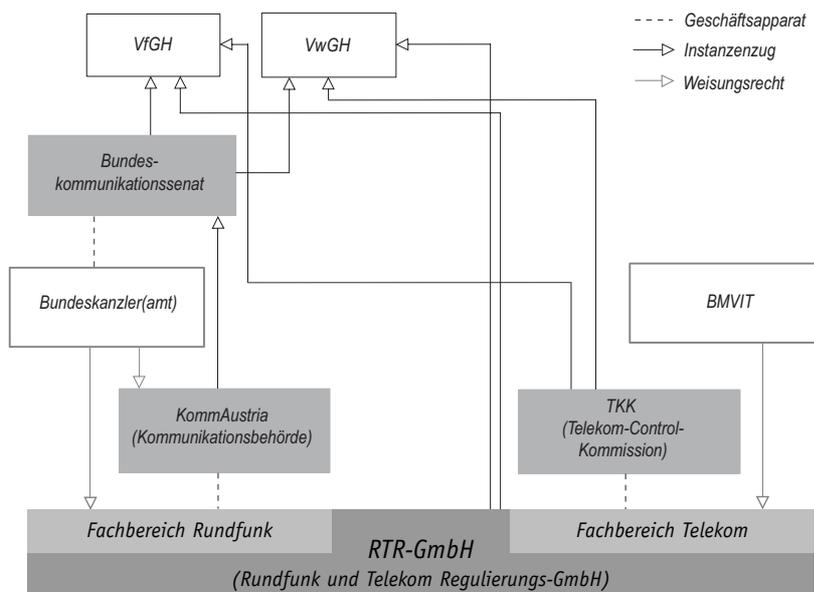
Am 3.5.2002 erfolgte seitens der KommAustria eine Ausschreibung für weitere acht Frequenzen.

Die oben angesprochenen Änderungen »bewirken im Ergebnis aber auch eine generelle Stärkung des Privatradiosektors, bedingt durch die Möglichkeit des bundesweiten Hörfunks⁷¹ und die Einschränkungen der Beteiligungsbeschränkungen, sowie der erweiterten Übernahmemöglichkeit von Programmen

⁷¹ Hinsichtlich einer bundesweiten Kette ergaben allerdings inzwischen durchgeführte frequenz-technische Erhebungen, dass der Aufbau einer derartigen Senderstruktur nicht möglich ist.

anderer Veranstalter. Das wird nach allgemeiner Erwartung dazu führen, dass Printmedieninhaber noch viel stärker und in konzentrierter Form auf das elektronische Medium Radio greifen können, als ihnen das bisher möglich war.« (Dillenz 2001a, 65) Eine weitere entscheidende Novität hängt mit der Behebung des eigentlichen »Geburtsfehlers« (vgl. Dillenz 2000a, 65) des alten Regionalradiogesetzes, und zwar mit der Installierung einer neuen Regulierungsbehörde, zusammen. Sie vereint in der nunmehr neu eingerichteten »KommAustria« u.a. auch die für den Radiobereich bislang ministeriell getrennt angesiedelte Privatrundfunkbehörde und die Fernmeldebehörde unter einem gemeinsamen Dach.

Abbildung 9: Struktur der Rundfunk- u. Telekom-Regulierungsbehörde (RTR) (vereinfachte Darstellung)



Quelle: RTR

Diese neue Regulierungsbehörde führt in der ihr zugeordneten »Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH« (RTR GmbH) die mit dem Telekommunikationsgesetz von 1997 geschaffene Telekommunikationskontroll-Behörde und die neue Medienbehörde im Sinne einer konvergenten Regulierungsinstanz zusammen. Ihr obliegt die gesamte operative Abwicklung der »Komm Austria« und der »Telekom Control-Kommission« (TKK). (Vgl. dazu weiter un-

ten) Die »KommAustria« übernimmt als eigentliche Medienbehörde die Agenden der Vergabe von Privatrundfunk-Lizenzen, sie spricht die Zulassung von Sendeanlagen und Frequenzen⁷² (inkl. Planung und internationale Koordination) aus und übernimmt die Rechtsaufsicht im Privatrundfunkbereich.⁷³ Zur Beratung der »KommAustria« dient ein Rundfunkbeirat.⁷⁴ Ein Bundeskommunikationssenat dient als Berufungsbehörde. Er übt auch die Rechtsaufsicht über den ORF aus.⁷⁵ Auch wenn mit der Schaffung dieser Medienbehörde ein wichtiger Schritt im Sinne einer Modernisierung der Regulierung des Kommunikationssektors erreicht werden konnte, haftet ihr doch der Makel einer eingeschränkten Unabhängigkeit an, da es mangels einer verfassungsändernden Parlamentsmehrheit nicht gelungen ist, sie als weisungsfreie öffentlich-rechtliche Anstalt – etwa im Vergleich zu den Landesmedienanstalten in Deutschland – zu etablieren. So sind die »KommAustria« und der Fachbereich Rundfunk dem Bundeskanzler(amt) und der Fachbereich Telekom dem Infrastrukturministerium als weisungsgebundene Behörden untergeordnet.

3.4.2 Liberalisierung des Fernsehmarktes

So wie im Zuge der Marktöffnung im Hörfunkbereich der Verfassungsgerichtshof zu einem nicht unwesentlichen medienpolitischen Akteur geworden war, wurde auch die Einführung eines dualen Systems im Fernsehbereich immer wieder von höchstgerichtlichen Instanzen – hier v.a. durch den Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte – als Reformierungsbedarf eingemahnt. Die Medienpolitik blieb trotz der eingeforderten Liberalisierungsnotwendigkeit über viele Jahre untätig und verhielt sich allenfalls reaktiv. Ein erster Schritt wurde im Juli 1993 mit einer Änderung der Rundfunkverordnung gesetzt, die die Zulassung von Kabeltext für lokale Kabelgesellschaften ermöglichte. Am 20.3.1997 erfolgte schließlich durch den Beschluss des Kabel- und Satellitenrundfunkgesetzes eine weitere Marktöffnung, die

72 *Damit werden »früher oft bemängelte Doppelgleisigkeiten zwischen rundfunk- und fernmelderechtlichen Verfahren und die dabei oft auftretenden Missverständnisse« (Lehofer 2002, 69) der Vergangenheit angehören.*

73 *Ursprünglich war auch gedacht, der »KommAustria« auch die Entscheidung über das ORF-Programmngelt zu übertragen.*

74 *Dem Rundfunkbeirat ist vor der Erteilung von Zulassungen Gelegenheit zur Stellungnahme zu geben.*

75 *Dieser Senat übernimmt damit die Agenden der zuvor im Bundeskanzleramt eingerichteten Kommission zur Wahrung des Rundfunkgesetzes. Weiters übernimmt die Behörde die Kommission zur Wahrung des Regionalradiogesetzes und die Kommission zur Wahrung des Kabel- und Satellitenrundfunkgesetzes.*

wiederum durch eine seit Jahresbeginn 1995 rechtlich unklare Situation notwendig wurde, da einige Kabelanbieter von sich aus damit begonnen hatten, eigenproduzierte TV-Angebote in ihrem lokal begrenzten Raum zu senden.⁷⁶ Mit 1.7.1997 erhielten schließlich Kabel-TV-Betreiber die Möglichkeit, selbstständig produziertes Programm mit Werbeeinschaltungen anzubieten, d.h. eigenprogrammschöpferisch tätig zu sein.⁷⁷ Bis zur Zulassung von terrestrisch verbreitetem Privatfernsehen war ATV der weitaus größte Anbieter im Kabelbereich. Er ging aus dem ehemaligen Sender »Wien 1«⁷⁸ hervor, und sendete seit 17.1.1999 im Wiener Kabelnetz und in Kabelnetzen bundesweit mit einer technischen Reichweite von 1,1 Mio. Haushalten (davon 430.000 in Wien), wobei der Sender in diesem beschränkten Bereich nur einen Marktanteil von 2 bis 2,5 % erreichen konnte. Neben diesem großen Wiener Anbieter sind eine verhältnismäßig große Anzahl mittelgroßer und kleiner Betreiber (rd. 100) im regionalen oder auch lokalen Raum als Anbieter mit einem vielfach auch nur sehr eingeschränkten Programmumfang registriert.

Die Zulassung für terrestrisch verbreitetes Privatfernsehen in Richtung einer vollen Dualisierung des Rundfunksystems ließ allerdings noch immer auf sich warten, obwohl der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte in seinem Urteil vom 24.11.1993 (im Fall »Lentia« u.a.) die in Österreich geltende Situation als nicht mit dem Art. 10 EMRK, dem Recht auf freie Meinungsäußerung (das auch die Rundfunkfreiheit enthält), vereinbar erklärte. Erst mit der gesetzlichen Zulassung der Veranstaltung von aktivem Kabelrundfunk ab 1.8.1996⁷⁹ war – so ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte vom 21.9.2000 – diese doch erhebliche Rechtswidrigkeit nicht mehr gegeben. Es ist allerdings hervorzuheben, dass dieses Urteil auf einem abgewiesenen Antrag des Betreibers »Tele 1«⁸⁰ auf Zuteilung ei-

76 Einige Kabel-Betreiber hatten beim Verfassungsgerichtshof gegen die Einschränkung, keine Laufbilder oder Werbeeinschaltungen senden zu dürfen, erfolgreich geklagt.

77 Die Regelungen besagen, dass 15 % der Sendezeit für Werbung, in HF-Programmen höchstens 90 Minuten, aufgewendet werden dürfen. Zeitungsverlage dürfen 26 % der Anteile an einen Kabel-TV-Betreiber halten, für Beteiligte aus Nicht-EU-Staaten besteht eine Beteiligungsbeschränkung von 49 %. Satellitenbetreiber wurden im Gegensatz zu Lokal-TV-Anbietern an eine Lizenzierung gebunden, Kabel-TV-Betreiber mit eigenproduziertem Programm hatten den Betrieb lediglich der Behörde anzuzeigen.

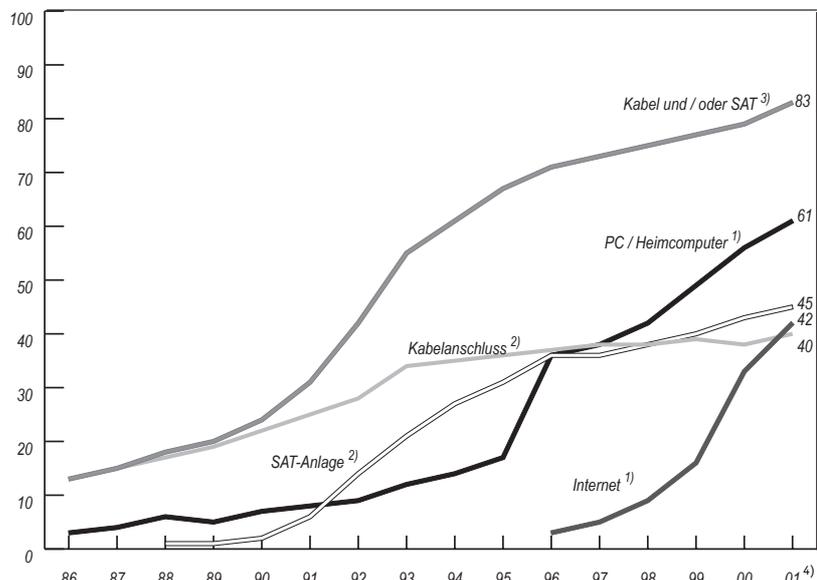
78 »Wien 1« ging am 15.4.1997 erstmals mit einem nur einstündigen Programm (+ Wiederholungen) auf Sendung. Im Jahr 1998 erreichte der Sender eine durchschnittliche Reichweite von 2 % und lieferte ein Mantelprogramm an weitere Anbieter in die Bundesländer. (Vgl. Steinmaurer 2000)

79 Sie beruht auf der oben angesprochenen Entscheidung des Verfassungsgerichtshof vom 27.9.1995.

80 Der Antrag für eine Lizenz für »Tele 1« wurde für den Großraum Wien von der »Neuen Kronen-Zeitung« gestellt.

ner Fernsehlizenz für den Raum Wien beruht. Der Europäische Gerichtshof argumentierte, dass die nunmehr vorhandenen Mittel der Kabelverbreitung in Wien (von über 50 % zu diesem Zeitpunkt) durchaus eine taugliche Alternative darstellten, die Programme an das Publikum heranzubringen. Damit konnte auch der terrestrische Verbreitungsweg dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen vorbehalten bleiben. (Vgl. Ring 2001) In diesem Verfahren war »der österreichischen Regierung wohl die lange Verfahrensdauer zugute gekommen, sowie der Umstand, dass der Beschwerdeführer nur für das – kabelmäßig sehr gut erschlossene – Stadtgebiet von Wien seine Lizenz beantragt hatte. Die Entscheidung wäre möglicherweise anders ausgefallen, wenn die Lizenz für das gesamte Gebiet von Österreich beantragt worden wäre, wo nach Erhebungen im Mai 2000 nur rd. 37 % der Haushalte in Österreich einen Kabelanschluss hatten.« (Dillenz 2001b) Auch wenn im Jahr 2002 die Verbreitung von Kabelanschlüssen mit 40 % nicht viel höher liegt, erreichte sie zusammen mit der Satellitenanbindung eine mittlerweile sehr hohe Diffusionsrate von 83 % (Februar 2002).

Abbildung 10: Entwicklung der Heimelektronik 1986 bis 2001 (in %)



1) PC und Internet bis 1992: persönl. Besitz ab 14 J.; 1993: Besitz im Haushalt; ab 1994: persönl. Besitz von Personen ab 10 J.; ab 1996: Austrian Internet Monitor (AIM); Personen über 14 J.

2) Kabel bzw. Sat bis 1992: prozentuiert auf alle Haushalte; ab 1993: prozentuiert auf TV-Haushalte

3) Kabel und oder Sat bis 1995: Summe von Kabel und Satellit; ab 1996 ohne Doppelnennungen

4) Daten 2. Halbjahr 2001 Quelle: ORF (<http://mediaresearch.orf.at/fernsehen.htm> – downloaded, am 20.03.2002)

3.4.3 Die Dualisierung des Rundfunksystems und die Reform des ORF

Die Einführung des Privatfernsehens wurde – wie oben bereits angesprochen – seitens der Medienpolitik über viele Jahre nicht über das Stadium der Planungen hinaus gebracht, auch wenn sie bereits Bestandteil des Regierungsübereinkommens der großen Koalition im Jahr 1990 war. Erst im Oktober 1998 kam es zur Vorlage eines Privatfernsehgesetzes, das in der damaligen Form allerdings nicht beschlossen wurde, da v.a. Fragen der Frequenzressourcen im Hinblick auf die Implementierung des digitalen Fernsehens noch nicht geklärt werden konnten.

Erst im Jahr 2001 wurden, neben den bereits oben erwähnten Veränderungen im Hörfunkbereich, mit der Beschlussfassung eines neuen »ORF-Gesetzes«⁸¹ und eines Privatfernsehgesetzes die entscheidenden Schritte zur Einführung einer dualen Rundfunkordnung gesetzt. Kennzeichnend für die Diskussion in der Implementierungsphase beider Gesetze war die fast ausschließliche Konzentration auf das ORF-Gesetz, während das Privatfernsehgesetz vergleichsweise geringe Aufmerksamkeit in der politischen Auseinandersetzung fand. Im Zentrum der medienpolitischen Debatte über den ORF stand einerseits die Frage der Entpolitisierung des Unternehmens, die durch die »Politikerklausel«, d.h. den Ausschluss politischer Funktionäre aus dem Leitungsgremium, erreicht werden sollte. Kritiker und Kenner der österreichischen Situation qualifizieren diese Reformierung nur als eine scheinbare Entpolitisierung, da die Beschickung der unabhängigen Experten in den nunmehr neu eingerichteten Stiftungsrat (an Stelle des bisherigen Kuratoriums) mehrheitlich nach wie vor in der Hand der Politik liegt. Ein zweiter umstrittener Punkt lag in der Auseinandersetzung um die Kürzungen für Sonderwerbformen und -zeiten für den ORF, deren Begrenzung nicht zuletzt im Interesse der Zeitungsherausgeber und der Privatrundfunkbetreiber lag. Die durch Beschluss des Nationalrats vom 5.7.2001 geschaffenen gesetzlichen Bestimmungen führen den ORF in eine Stiftung über, präzisieren den öffentlich-rechtlichen Auftrag und bringen Einschränkungen bei den Werbeformen mit sich.

Im Detail unterteilt die neue gesetzliche Regelung den öffentlichen Auftrag in einen Programm- und einen Versorgungsauftrag und legt – nicht wie davor im Sinne eines Mindestversorgungsauftrags – nunmehr auch diesen explizit fest. Zum Versorgungsauftrag des ORF gehören die Anzahl der zu ver-

⁸¹ Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk, ORF-Gesetz, Rechtslage seit 1.1.2002 (Konsolidierte Fassung) BGBl. Nr. 379/1984 idF BGBl. Nr. 83/2001.

anstaltenden Fernseh- und Hörfunkprogramme sowie auch der Betrieb eines Online-Dienstes und die Berücksichtigung autochtoner Volksgruppen. Der Stiftungsrat besteht – wie bisher das Kuratorium – aus 35 Mitgliedern und wählt mit einfacher Mehrheit den Generaldirektor (davor Generalintendant) für die Zeit von fünf Jahren und kann ihn mit Zweidrittelmehrheit abwählen. Auf Vorschlag des Generaldirektors werden die übrigen leitenden Direktionspositionen und die neun Landesdirektoren der Länderstudios gewählt. Zur Wahrung der Interessen des Publikums fungiert ein Publikumsrat (bisher »Hörer- und Sehervertretung«), dessen 35 Vertreter auf vier Jahre gewählt werden, sechs davon erstmals über Fax-Wahl direkt vom Publikum. Er hat wie schon bisher vorwiegend Vorschlags-, Empfehlungs-, Auskunfts- und Befragungsrechte. In einer Übersicht lassen sich die Neuerungen im Vergleich zu den bisherigen Rahmenbedingungen folgendermaßen darstellen:

Tabelle 5: Die ORF-Struktur im Vergleich

ORF alt	ORF neu
Öffentlich-rechtliche Anstalt	Stiftung öffentlichen Rechts (»Stiftungsbegünstigter ist die Allgemeinheit«)
Generalintendant , bestellt auf vier Jahre Kein direktes Eingriffsrecht in das Programm	Generaldirektor , bestellt auf fünf Jahre Weisungsrecht, auch für die übrigen Mitglieder der Geschäftsführung
Geschäftsführung: Zwei TV-Intendanten, ein Hörfunkintendant, ein kaufmännischer und ein technischer Direktor und neun Landesintendanten (Anhörungsrecht der Landeshauptleute)	Generaldirektor ist flexibler bei Zahl und Geschäftsverteilung in der Geschäftsführung; zwischen vier und sechs Direktoren; Landesdirektoren (weiter mit Anhörungsrecht der Landeshauptleute)
Aufsichtsrat: Kuratorium mit 35 Mitgliedern für drei Jahre (Kuratoren nicht haftbar) Beschickung des Kuratoriums: Bundesregierung: 9 Kuratoren Bundesländer: 9 Kuratoren Parlamentsparteien: 6 Kuratoren Zentralbetriebsrat: 5 Kuratoren Hörer- und Sehervertretung: 6 Kuratoren	Stiftungsrat mit 35 Mitgliedern für vier Jahre (Stiftungsräte haften wie AG-Aufsichtsräte) Auswahl bleibt unverändert, künftig gilt allerdings für alle »Stiftungsräte« eine strenge Politikerklausel (einschließlich parlamentarischer Mitarbeiter und Sekretäre)
Kuratoren bestellen und berufen den Generalintendanten mit Zweidrittelmehrheit ab, zudem Intendanten und Direktoren mit einfacher Mehrheit	Stiftungsräte bestellen Generaldirektor mit einfacher, berufen ihn mit Zweidrittelmehrheit ab, Intendanten heißen Direktoren
Hörer- und Sehervertretung (beratend, ohne Kompetenzen), für drei Jahre 37 Mitglieder (nach Proporz vorgeschlagen und vom Kanzler bestellt)	Publikumsrat (beratend, ohne Kompetenzen), für vier Jahre 35 Mitglieder mit Politikerklausel (Bestellung nahezu unverändert, sechs Mitglieder durch Telefaxwahl vom Publikum bestimmt)

Radio Österreich International (ROI) in Auftrag und auf Rechnung des Bundes	ROI »kann« vom ORF als Radioprogramm sowie als Onlinedienst auf eigene Rechnung veranstaltet werden.
Onlinedienste u. Teletext: keine Beschränkungen	Onlinedienst und Teletext nur im inhaltlichen Zusammenhang mit Radio- und Fernseh-Programmen
Programmauftrag Umfassende, unparteiliche u. objektive Berichterstattung Berücksichtigung der Meinungsvielfalt Einwandfreie Unterhaltung Vermittlung von Kunst u. Wissenschaft Beitrag zur Volks- und Jugendbildung	Programmauftrag (zusätzlich) Berücksichtigung von Familien, Kindern, Gleichberechtigung v. Behinderten etc., Förderung der österr. künstlerischen und kreativen Produktion, darf nach wirtschaftlicher Möglichkeit nicht unter Volumen von 2000 fallen. Im Hauptabendprogramm in der Regel auch anspruchsvolle Programme
Werbung Maximal 42 Minuten pro Tag und TV-Programm, Ringwerbung im Radio erlaubt, Schleichwerbung ist unzulässig	Werbung Maximal 42 Minuten pro Tag und TV-Programm, starke Einschränkung bei der Ringwerbung im Radio Schleichwerbung ist unzulässig TV-Werbung für Printmedien max. zwei Minuten pro Woche, nur mit Titel und Blattlinie; keine Sondertarife Verbot von Cross-Promotion Mitarbeiter des ORF dürfen nicht mehr in Werbespots für Produkte werben
Product Placement erlaubt mit Hinweis für Publikum	Product Placement verboten, außer für Filme und TV-Serien. Erlaubt für Sport-, Kultur- oder karitative Sendungen, nicht auf Rechnung des ORF; nicht in Kindersendungen
Unterbrecherwerbung erlaubt außer in Filmen, Nachrichten, Magazinen über das aktuelle Zeitgeschehen und Dokumentarfilmen Sponsoring ist außer für Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information erlaubt	Unterbrecherwerbung nur noch bei Übertragungen von Ereignissen mit Pausen, die nicht der ORF bestimmt (z.B. Sport u. Kultur) Unverändert. Hinweise auf den Auftraggeber nur noch vor und nach Sendungen. Auch nichtgestaltete An- und Absagen müssen in die Werbezeiten miteingerechnet werden. Themensponsoring ist verboten

Quelle: Der Standard Online, 5.5.2001, eigene Adaptierungen.

Am 16.10.2001 konstituierte sich erstmals der Publikumsrat – nachdem in der Woche zwischen 17. und 23.9.2001 die Wahl der direkt vom Publikum entsendeten Mitglieder durchgeführt worden war – und am 31.10.2001 schließlich der Stiftungsrat. Am 21.12.2001 wählte er die bisherige Landesintendantin von Niederösterreich, Monika Lindner, zur neuen ORF-Generaldirektorin. Sie trat damit die Nachfolge von Gerhard Weis an, der diese

Funktion im Oktober 1998 von Gerhard Zeiler übernahm. Am 8.2.2002 bestellte der ORF-Stiftungsrat vier neue Fachbereichsdirektoren sowie fünf neue Landesdirektoren. Die restlichen Landesintendanten wurden in ihrem Amt bestätigt, die Bestellung der Direktorenposten für den Bereich Online und Technik erfolgte wenig später.

Gleichzeitig zu den neuen gesetzlichen Regelungen für den ORF wurde ebenfalls am 5.7.2001 im Nationalrat das neue Privatfernsehgesetz beschlossen⁸², das auch das bis dahin gültige Kabel- und Satellitenrundfunkgesetz ersetzt. Es sieht die Errichtung von einer bundesweiten analogen TV-Frequenz (mit einem Versorgungsgrad von mindestens 70 %) und die Zulassung von regionalen/lokalen analogen terrestrischen Frequenzen vor. In diesen Ballungsgebieten, die für Wien, Linz und Salzburg nach dem Frequenzplan zur Verfügung stehen, hat der ORF den privaten Veranstaltern die zeitweise Nutzung seiner dortigen Frequenzen, die er für die Ausstrahlung der regionalen Fernsehnachrichten heranzieht, gegen ein angemessenes Entgelt zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus hat der Gesetzgeber jene Frequenzen, die nicht für eine private analoge nationale TV-Kette beansprucht werden, für den Ausbau des digitalen terrestrischen Fernsehens reserviert. In diesem Zusammenhang schreibt das Gesetz die Erarbeitung eines »Digitalisierungskonzepts« vor, das von einer »Arbeitsgemeinschaft Plattform Austria« zu erstellen ist und die Vollversorgung erreichen soll. Der Beginn der Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens ist bis 2003 zu ermöglichen. Als Lizenznehmer für digitales terrestrisches Fernsehen ist ein Multiplex-Betreiber vorgesehen, der die allfälligen Angebote diskriminierungsfrei zu transportieren hat. Am 29.3.2002 fand die Auftaktveranstaltung der »digitalen Plattform Österreich« statt.

Für den analogen terrestrischen Bereich besagt eine »Reichweitenregelung« im Privatfernsehgesetz, dass Medienunternehmen mit einer Reichweite von über 30 % (im Bereich der Verbreitungsgebiete von Radio, Kabel, Tages- und Wochenpresse) keine Lizenz für die Veranstaltung von Privatfernsehen erhalten dürfen. Eine »Überschneidungsregel« untersagt, dass ein Unternehmen gleichzeitig eine bundesweite analoge Zulassung und eine Zulassung für Regionalfernsehen innehaben darf.⁸³ Als Auflagen für die Zulas-

82 *Der genaue Titel des Gesetzes lautet: »Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen für privates Fernsehen erlassen werden«. BGBl. Nr. 84/2001. Das bis dahin geltende Kabel- und Satellitenrundfunkgesetz wurden in das Privatfernsehgesetz integriert.*

83 *Mehrere nicht-bundesweite Zulassungen sind dann möglich, wenn es nicht zu Überschneidungen des Versorgungsgebietes kommt. Ein Medienverbund darf in einem Versorgungsgebiet darüber hinaus nur ein terrestrisches Hörfunkprogramm und ein terrestrisches Fernsehprogramm betreiben. (Vgl. Erläuterungen zum Privatfernsehgesetz)*

sung einer Privatfernsehfrequenz gelten neben den üblichen Bestimmungen laut Mediengesetz die Grundsätze, dass sich die privaten Betreiber der »spezifischen Kreativität und des künstlerischen Schaffens« des Landes im Sinne eines breit definierten Österreich-Bezugs annehmen sollen und für Betreiber einer regionalen Frequenz die Aufforderung, den regionalen und lokalen Bezug im Programm zu berücksichtigen. Grundsätzlich werden die Lizenzen für die Dauer von 10 Jahren erteilt, wobei maximal 49 % der Anteile unter dem Einfluss von Betreibern aus Nicht-EU-Staaten liegen dürfen. Die Werbezeitenregelung sieht eine Beschränkung der Werbezeit auf 15 % der täglichen Sendezeit vor, wobei eine Ausweitung auf 20 % unter Berücksichtigung von Teleshopping-Angeboten eingeräumt wird.

Grundsätzlich ist Fernsehwerbung und Teleshopping in Blöcken auszustrahlen, einzelne Werbe- und Teleshoppingspots müssen die Ausnahme bilden. Des Weiteren dürfen Sendungen, die aus eigenen Teilen bestehen (z.B. bei Sportübertragungen) mit Fernsehwerbung unterbrochen werden, Kino- und Fernsehfilme (mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarsendungen) dürfen innerhalb des Zeitraums von 45 Minuten einmal unterbrochen werden.

Am 1.2.2002 erteilte schließlich die Medienbehörde »KommAustria« der »ATV Privatfernseh-GmbH« eine bundesweite Lizenz für terrestrisches Privatfernsehen in Österreich. Die Lizenz wurde für die Dauer von zehn Jahren erteilt. Sie erhielt zugleich auch die fernmelderechtliche Genehmigung für den Betrieb von den 72 für den Betrieb vorgesehenen Sendeanlagen. ATV setzte sich damit in der Endauswahl des Bewerbungsverfahrens gegenüber drei anderen Mitbewerbern durch. Ursprünglich hatten sich sieben Anbieter um die österreichweite Lizenz beworben. Den größten Anteil an ATV, der aus dem im April 1997 gestarteten Stadtsender »Wien 1«⁸⁴ hervorgegangen ist, hält mit 33 % der Münchner Filmhändler Herbert Kloiber (mit 26 Prozent über die »Concorde Media« und 7 % über seine »Tele München«). Weitere Anteile besitzen die Bawag-Holding »Ingebe« (29,48 %), das paneuropäische Netzwerk »SBS« (20 %), die Telekabel-Mutter »UPC« (13 %), die »Erste Bank« (2,52 %) sowie die Generali Holding »Vienna AG« (2 %). (Vgl. APA 2002c) Seitens des Anbieters wird ein Marktanteil von fünf bis sieben Prozent in den ersten zwei bis drei Jahren angestrebt. Nach den Auflagen der »KommAustria« und nach dem Privatfernsehgesetz muss im ersten Jahr eine technische Reichweite von 70 % der österreichischen Bevölkerung, und nach zwei

84 Vgl. dazu Fußnote 78.

weiteren Jahren von mindestens 75 % erreicht werden, wobei in den Angeboten ein Eigenproduktionsanteil von mindestens 20 % enthalten sein muss. Laut Expertenmeinungen ist der österreichische Privatfernsehmarkt als wirtschaftlich riskant einzustufen. Dies belegten nicht nur Meinungen von Medienexperten, sondern auch zwei Studien, die – im Vorfeld der Debatte zum neuen ORF-Gesetz entstanden – von einem eklatant hohen Finanzierungsaufwand für einen privaten Anbieter sprachen. Denn die »damit verbundenen Kosten – auch in Bezug auf die knappen Ressourcen und ihre Verteilung auf alle Werbeträger – stehen in ebenso ungünstigem Verhältnis zu dem erwartbaren Nutzen wie die erforderlichen Investitionen«. (Trappel 2001, 34f)

Mit dieser gesetzlichen Neuregelung nimmt Österreich Abschied von seiner Rolle als Schlusslicht in der Entwicklung zu dualen Rundfunksystemen in Europa, die immerhin schon 1954 in Großbritannien ihren Anfang genommen hat. Für Österreich wird damit neben dem Effekt einer Marktbelebung mit einem neuen Akteur das Meinungsspektrum erweitert, das durch das dominierende Dreieck von »Neuer Kronen-Zeitung«, ORF und News-Gruppe oftmals eingeschränkt bleibt, was nicht nur aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht als demokratiepolitisch bedenklich eingestuft wird. Gleichzeitig bleibt abzuwarten, mit welchen inhaltlichen Formaten der neue Anbieter (ATV) den Konkurrenzkampf aufnimmt und in welcher Weise er damit in der Lage sein wird, tatsächlich einen substantiellen Beitrag zur publizistischen Vielfalt in Österreich zu leisten.

4. Telekommunikation

4.1 Die Marktöffnung

Wie in kaum einem anderen Bereich war die Entwicklung auf dem Gebiet der Telekommunikation seit den neunziger Jahren von technologisch global wirksamen Innovationen (Digitalisierung) und der daraus resultierenden Marktliberalisierungsdynamik gekennzeichnet. Für Österreich brachte insbesondere der Beitritt zur Europäischen Union im Jahr 1995 die Notwendigkeit einer Auflösung des staatlichen Telekommunikationsmonopols und die Einleitung eines weitreichenden Restrukturierungsprozesses mit sich, der 1997 in einem neuen Telekommunikationsgesetz und der Errichtung einer auf ministerieller Ebene ausgelagerten Regulierungsbehörde, der »Telekom Control«, mündete. Auf europäischer Ebene war schon mit dem Grünbuch von 1987

(KOM(87)290) das Vorhaben einer weitgehenden Liberalisierung des Telekommunikationssektors mit dem Ziel der Etablierung eines gemeinsamen Marktes festgeschrieben worden.

In Österreich erfolgte nach der Abgabe des Beitrittsantrags im Jahr 1989 eine erste Phase der Marktöffnung zwischen 1993 und 1997, die sich allerdings »weniger aufgrund eigenständiger nationaler Initiative als vielmehr auf Grund des Reformdrucks und ausgearbeiteter Reformmuster der Europäischen Union [vollzog]. In vielen Fällen wurden Reorganisationschritte spät und oft auch nur im gerade notwendigen Umfang durchgeführt.« (TKC 2000, 19) In einem ersten Schritt mussten laut EU-Richtlinie eine Separierung von regulatorischen und operativen Agenden durchgeführt werden, die 1993 mit der Errichtung der Obersten Fernmeldebehörde (Sektion IV der Post- und Telegraphenbehörde) als Regulierungsbehörde gelang. Noch im selben Jahr wurde ein von dieser Behörde vorbereitetes neues Fernmeldegesetz beschlossen, das am 1.4.1994 in Kraft trat und erste konkrete Liberalisierungsschritte – wie z.B. die Konzessionsfreiheit für Datendienste und die Neugestaltung der Kundenbeziehung der PTV auf privatwirtschaftlicher Basis – setzte. Zwei Jahre danach kam es durch ein neues Poststrukturgesetz (mit Wirksamkeit 1.5.1996) zur vollständigen Ausgliederung der Post- und Telegraphenverwaltung aus dem Bundesministerium für öffentliche Wirtschaft und Verkehr, und zur Gründung der Post und Telekom Austria (PTA) als Aktiengesellschaft, deren Eigentümerschaft nunmehr auf das Finanzministerium überging. Kurz danach kam es zur Gründung von »mobilkom Austria«. Im April 1996 wurde der Bereich Mobilfunk dann gänzlich in Form einer Aktiengesellschaft aus der Post- und Telekom-Austria ausgegliedert und nahm im November des selben Jahres den operativen Betrieb auf. Am 23.4.1997 beteiligte sich eine Tochtergesellschaft der italienischen Telecom Italia-Gruppe (STET Mobile) mit 25 % + 1 Aktie an der »mobilkom Austria AG«. Der Teilbereich Telekommunikation der PTA wurde schließlich ab 1.1.1998, nach in Kraft treten des neuen Telekommunikationsgesetzes 1997, in ihre 100 % Tochter Telekom Austria eingebracht und damit auch die strukturelle Trennung von Telekommunikation und »gelber Post« vollzogen. Im Oktober 1998 wurden 25 % + 1 Aktie von »Telekom Austria« an »STET International Netherlands NV« (STET International), eine gemeinsame Tochter von »STET International SpA« und »Telecom Italia SpA«, veräußert. Zur Zeit besitzt »Telekom Italia« 29,8 % von »Telekom Austria«. (Mai 2002)

Das neue Telekommunikationsgesetz mit Wirkung vom 1.8.1997⁸⁵ war durch die Liberalisierungsbestrebungen der Europäischen Union notwendig geworden, die in einer Reihe von Richtlinien das Ziel einer vollständigen Liberalisierung des Telekommunikationsmarktes per 1.1.1998 vorgab. Darunter fiel die Sprachtelefonierichtlinie (RL98/10/EG) mit der Absicht der Zugangs- und Nutzungsöffnung der öffentlichen Festnetztelefonie, die Zusammenschaltungsrichtlinie (RL97/33/EGiff RL98/61/EG) mit der Absicht einer Harmonisierung der Zusammenschaltung mit öffentlichen Netzen, die Kabel-TV-Richtlinie (RL95/51/EG) zur Erweiterung des Wettbewerbs im Kabelbereich und v.a. die Mobilfunkrichtlinie (RL96/2/EG), die eine weitgehende Liberalisierung der Mobilfunkdienste vorsah. »Die vollständige Liberalisierung der Telekom-Märkte trat am 1.1.1998 in Kraft, die gesetzlich administrativ festgelegte Markteintrittsbarriere zur Aufrechterhaltung des Monopols im Bereich Infrastruktur und fester Sprachtelefonie wurde damit beseitigt.« (TKC 2000, 95) Nach inhaltlichen Gesichtspunkten umfasst die Umsetzung des europäischen Regelwerks im Telekommunikationssektors also die »Regulierung des Marktzutritts, die Öffnung der Netze des Ex-Monopolisten, die Verhinderung von missbräuchlicher Anwendung von Marktmacht, die Sicherstellung des Universaldienstes, die ökonomisch sinnvolle Bewirtschaftung von begrenzten Ressourcen wie Funkfrequenzen und die Verwaltung des Nummernplanes sowie Aufgaben im Konsumentenschutz.« (TKC 2000, 13)⁸⁶

Auf der Ebene der Regulierungsstruktur wurde der wesentliche Schritt durch die Etablierung der »Telekom-Control-GmbH« (TKC) als neue Regulierungsbehörde vollzogen, die sich – laut Telekommunikationsgesetz 1997 – am 1.11.1997 konstituierte. Am 24.11.1997 kam es zur Gründung der bei ihr angesiedelten »Telekom-Control-Kommission« (TKK), einer aus drei Mitgliedern bestehenden Kollegialbehörde mit richterlichem Einschlag und einer Funktionsperiode von fünf Jahren. Zu ihren Aufgaben gehört u.a. die Erteilung, die Entziehung und der Widerruf von Konzessionen, die Genehmigung von Geschäftsbedingungen und Entgelten bei Unternehmen mit beträchtlicher Marktmacht, die Feststellung des Vorliegens einer beträchtlichen Marktmacht und die Feststellung der Zusammenschaltungsbedingungen in

85 BGBl. Nr. 100/1997.

86 Im Folgenden wird vorwiegend auf die Bereiche Mobiltelefonie und Internet eingegangen, währenddessen Fragen im Zusammenhang mit der Zusammenschaltung, Entbündelung, Kostenentwicklung im Festnetz, Konsumentenschutz, Mietleitungen etc. unberücksichtigt bleiben. Vgl. dazu TKC 2000, RTR 2002 sowie 7th Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package Com(2001) 706.

Streitfällen.⁸⁷ (Vgl. TKC 2000, 26f) Die TKC, die »Telekom-Control« (Österreichische Gesellschaft für Telekommunikationsregulierung m.b.H.) wurde wiederum als Gesellschaft mit beschränkter Haftung konstruiert, deren Anteile dem Bund vorbehalten waren. Sie hatte laut ihren Anforderungen als unabhängige Regulierungsbehörde den Wettbewerb auf den Telekommunikationsmärkten zu fördern und damit die Aufgabe, zur Standortqualität, Investitionssicherheit und zur Versorgung von Wirtschaft und Konsumenten mit hochwertigen und preiswerten Telekom-Diensten beizutragen. (Vgl. TKC 2000, 29)

Mit der Einrichtung der »KommAustria« am 1.4.2001 wurde schließlich die 1997 gegründete Telekom-Control GmbH mit der neu gegründeten »Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH« (RTR-GmbH) verschmolzen. »Im Sinne eines ‚Konvergenzregulators‘ fungiert die RTR-GmbH sowohl als Geschäftsstelle der ‚Kommunikationsbehörde Austria‘ (KommAustria) als auch der ‚TelekomControlKommission‘ (TKK)«. (Vgl. Abb. 9) »Die RTR-GmbH besteht aus den zwei Fachbereichen Rundfunk und Telekommunikation und erfüllt im wesentlichen folgende Aufgaben: Wahrnehmung der Aufgaben des Geschäftsapparates der KommAustria, Wahrnehmung der Aufgaben, die der RTR-GmbH nach dem Telekommunikationsgesetz (TKG) zugewiesen sind, Wahrnehmung der Aufgaben nach dem Signaturgesetz (SigG), Durchführung von Verfahren der Streitschlichtung (§ 8 KOG), Aufbau und Führung eines Kompetenzzentrums insbesondere für Fragen der Konvergenz von Medien und Telekommunikation.«⁸⁸ Generell sind allerdings der TKK für den Bereich der Telekommunikation die wichtigsten Regulierungsaufgaben vorbehalten, zumal die Kompetenz zur Durchführung von Wettbewerbsverfahren (das sogenannte § 34-Verfahren) mit 31.3.2001 von der GmbH in die TKK verlagert wurde. Die neuen RTR-GmbH⁸⁹ wiederum fungiert als Geschäftsstelle der TKK, sie vertritt diese nach außen, erarbeitet Entscheidungsgrundlagen und verfasst Expertisen, übernimmt Aufgaben im Bereich der Nummernverwaltung und der Endkunden-Streitschlichtung. (Vgl. RTR 2002, 23)

Ein grundsätzliches Problem im Zusammenhang mit der Konstituierung der neuen Regulierungsbehörde liegt, wie bereits angesprochen, in der Tat-

⁸⁷ Zu den weiteren Kompetenzen der TKK vgl. RTR 2002.

⁸⁸ Vgl. www.rtr.at (7.2.02) Die Anteile an der RTR-GmbH sind zu hundert Prozent dem Bund vorbehalten. Die RTR GmbH wurde im Jahr ihrer Gründung mit einem Stammkapital von 3,633 Mio € ausgestattet.

⁸⁹ Sie finanziert sich aus den Abgaben der Konzessionsinhaber, gemessen nach deren Anteil am Umsatz, den sie auf dem österreichischen Markt erwirtschaften.

sache begründet, dass es nicht gelungen ist, eine unabhängige und somit weisungsfreie Behörde zu schaffen, da auf politischer Ebene keine verfassungsgebende Zweidrittelmehrheit im Parlament erreicht werden konnte. Ebenso wurden der Behörde in ihren Kompetenzen hinsichtlich der Überwachung und Sanktionierung in Wettbewerbsfragen Einschränkungen auferlegt. »The initial draft of the KommAustria Act intended to establish (a body of) the NRA [National Regulatory Authority] also as a specific competition authority in the field of media and telecommunications, and included a constitutional amendment in order to allow effective fines to be imposed on providers abusing their significant market power (up to € 1 Million or, in any case, up to 10 % of the operator's turnover in the market concerned). Constitutional amendment was also intended in order to establish an Independent Federal Communication Senate as an ordinary appeal body. However, these provisions have not been adopted.« (Annex 3 to (COM(2000) 706, 244) Das Bundeskanzleramt bzw. der Bundeskanzler und das Bundesministerium für Innovation und Technologie verfügen daher nach der derzeit gültigen Struktur über ein Weisungsrecht gegenüber der KommAustria und dem Fachbereich Rundfunk (BKA) bzw. dem Fachbereich Telekom (BMVIT). (Vgl. Abb. 9) Gleichfalls bestehen noch Unklarheiten im Hinblick auf die Rechtmäßigkeit des Ablaufs der Berufungsverfahren in Zusammenhang mit dem Verwaltungs- und Verfassungsgerichtshofs. »All market players continuously express concern about a suitable mechanism to appeal against decisions taken by the NRA. Since the regulatory authorities started to exercise their powers under the Telecommunications Act in 1998, complaints have been lodged against their decisions in more than 80 cases. [...] Both the Constitutional and the Administrative Court have always denied suspensory effect of a complaint filed against decisions of the NRA, some of the NRA's important decisions [...] are still lacking in legal certainty.« (Annex 3 to (COM(2000) 706, 242, 245) Der Telekommunikationsbericht 2000 hält wiederum zum Punkt der Weisungsgebundenheit fest: »Die Tatsache, dass vom BMVIT bis dato noch keine Weisung erteilt wurde, lässt darauf schließen, dass einerseits gegen die inhaltliche Durchführung der Telekommunikationsregulierung seitens des BMVIT kein Einwand besteht, andererseits, dass der BMVIT – dem Willen des Gesetzgebers, eine finanziell und vom politischen Tagesgeschehen unabhängige Regulierungsbehörde zu schaffen, entsprechend – das Weisungsrecht allenfalls äußerst behutsam in Anspruch nimmt.« (RTR 2002, 27)

4.2 Festnetzliberalisierung und Mobilkommunikation

Die Liberalisierung der Märkte setzte im Bereich der Mobilkommunikation in Österreich mit Beginn des Jahres 1996 ein, als neben den drei bereits bestehenden Netzen der PTV⁹⁰ eine GSM-900-MHz-Frequenz an das »Ö-Call« Konsortium (später max.mobil) vergeben wurde, das im Herbst des selben Jahres den Betrieb aufnahm. Eine weitere Lizenz erhielt Ende August 1997 (im Bereich 1800 MHz) die Anbietergruppe »Connect« (»One«). Sie nahm den Betrieb im Oktober 1998 auf. Die Mobilkom und das Konsortium »Ö-Call« hatten ihre Konzession für jeweils rd. 291 Mio. € erhalten, die Gruppe Connect musste dafür rd. 167 Mio. € entrichten. Der Anbieter max.mobil⁹¹ hat eine Konzessionsdauer bis 31.12.2015, die Lizenz von »Connect« endet am 31.12.2017. Anfang Mai 1999 erfolgte schließlich noch nach einer Novellierung des Telekommunikationsgesetzes die Konzessionierung einer vierten Mobilkommunikationslizenz, die an den Anbieter »tele.ring« ging.

Tabelle 6: Anbieter im Bereich Mobilkommunikation, Marktanteile und Beteiligungen 2001

Betreiber	Marktanteil	Beteiligungen
max.mobil*	34,20 %	100 % T-Mobile International AG, Deutsche Telekom
Mobilkom	42,60 %	75 % Telekom Austria , 25 % + 1 Aktie Telekom Italia
One	19,50 %	50,1 % E.ON, 17,45 % Telenor, 17,45 % Orange, 15 % Tele Danmark
Tele.ring	3,70 %	100 % Western Wireless International Corporation

* seit 18.4.2002 »T-Mobile Austria«

Quelle: fmk (Dezember 2001)

Mit der Marktöffnung am 1.1.1998 begann eine äußerst dynamische Entwicklung auf dem Telekommunikationssektor einzusetzen, die von einem starkem Wachstum bei fallenden Preisen gekennzeichnet war. In den Jahren 1998 und 1999 beschleunigte sich das Wachstum von 12 auf 19 Prozent, das v.a. vom Bereich Mobiltelefonie, der schon 1996 liberalisiert wurde, und von den Liberalisierungseffekten im Sektor der Mietleitungen getragen wurde. (Vgl. TKC 2000, 9) Im Festnetzbereich nahm Ende 1998 und im Frühjahr 1999 die Wettbewerbsintensität v.a. bei den internationalen und nationalen Ferngesprächen deutlich zu, »was sich in rasch sinkenden Preisen und einer Ab-

⁹⁰ Eines dieser Netze, und zwar das D-Netz, wurde bereits 1990 in Betrieb genommen. Im Dezember 1994 folgte das Netz A1.

⁹¹ Die Marke max.mobil änderte am 18.4.2002 ihren Firmennamen auf T-Mobile Austria (GmbH).

nahme des Marktanteils der Telekom Austria bei insgesamt wachsenden Telekomumsätzen bemerkbar machte«. (TKC 2000, 14)

Tabelle 7: Marktanteile 2000 nach Gesprächsdistanzen im Festnetz (in %)

	Regional	National	Ausland
Telekom Austria	81,5	81,6	62,2
UTA	3,7	3,4	5,8
Tele 2	3,4	2,3	4,6
tele.ring	3,0	3,0	4,5
Telekabel	1,6	0,6	1,7
Cyber Tron mit 1066	1,3	1,8	3,1
RSL COM (New Telco)	1,1	1,1	6,4
Sonstige	4,4	6,2	11,7

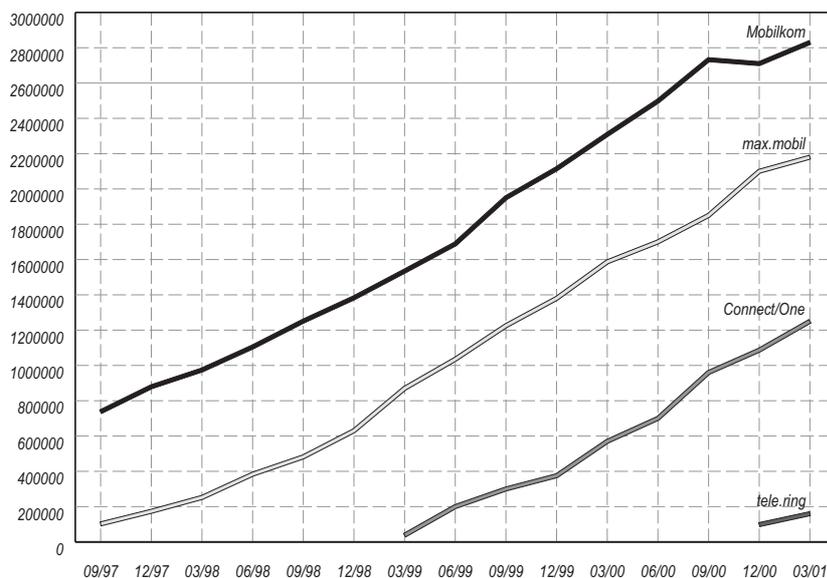
Quelle: RTR 2002, 83.

Die Umsatzentwicklung im Festnetzbereich war im Jahr 1998 noch von einem Aufwärtstrend von 3,8 % gekennzeichnet, in den beiden folgenden Jahren ging er allerdings um 3,4 % bzw. 8,7 % zurück. »Der Umsatzrückgang erklärt sich durch weiterhin branchenweit fallende Tarife bei gleichzeitig in etwa gleichbleibenden bis leicht rückläufigen Verkehrsmengen.« (RTR 2002, 81)

Die deutlich größte Wachstumsdynamik war in Österreich in den letzten Jahren im Bereich der Mobiltelefonie bei einem durchschnittlichen Wachstum von nahezu 50 % in den letzten drei Jahren zu verzeichnen. »Betrug das Marktvolumen 1997 noch rd. 559,6 Mio. €, so sind die Gesamtumsätze 1999 bereits auf 1,235 Mrd. € angestiegen. Im Jahr 2000 belaufen sich die über alle Betreiber kumulierten Umsätze auf 1,846 Mrd. €. Nahezu verdreifacht (220 Mio. auf 620) hat sich die Verkehrsmenge (Gesprächsminuten) der Mobilfunkbetreiber im Zeitraum Jänner 1999 bis bis März 2001.« (RTR 2002, 87)

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht die beständig ansteigende Anzahl der Teilnehmer in der Mobiltelefonie, wobei sich im Jahr 2000 die Kurve der Neuanmeldungen vor dem Hintergrund der bis dahin bereits erreichten hohen Diffusionsrate in Österreich allmählich verflachte und eine Abnahme der Marktkonzentration festgestellt werden konnte. Die Marktdurchdringung im Bereich der Mobiltelefonie erreichte im August 2001 mit 6,7 Mio. Handy-Usern die Marke von 82 % und liegt damit im europäischen Vergleich (EU-Durchschnitt August 2001 73 %) zusammen mit Italien im unmittelbaren Spitzenfeld. (Vgl. Annex 3 to Com(2001) 706, 54)

Abbildung 11: Entwicklung der Mobilfunk-Teilnehmer vom 1.9.1997 bis 1.3.2001



Quelle: Mobile Communications

Der nächste Ausbauschnitt in Richtung UMTS erfolgte mit der Versteigerung von sechs Lizenzen im Rahmen einer Auktion im November 2000. Die Anbieter mussten sich in diesem Zusammenhang bereit erklären, bis zum 31.12.2003 25 % und bis 31.12.2005 50 % der Marktabdeckung zu erreichen. Im Jahr 2002 ist mit dem Markteintritt des ersten Anbieters zu rechnen. An folgende Unternehmen wurden Lizenzen erteilt, wobei Österreich bezogen auf den Lizenzkostenpreis pro 10.000 Einwohner (mit 1.031.095 €) im europäischen Vergleich an sechster Stelle lag.⁹²

Tabelle 8: Vergabe der UMTS-Lizenzen

Betreiber	Auktionspreis (in Mio. €)
Mobilkom Austria	171,5
max.mobil*	170,4
Connect Austria (One)	120,1
Mannesmann	113,2
Hutchinson	139,0
3G Mobile	117,4

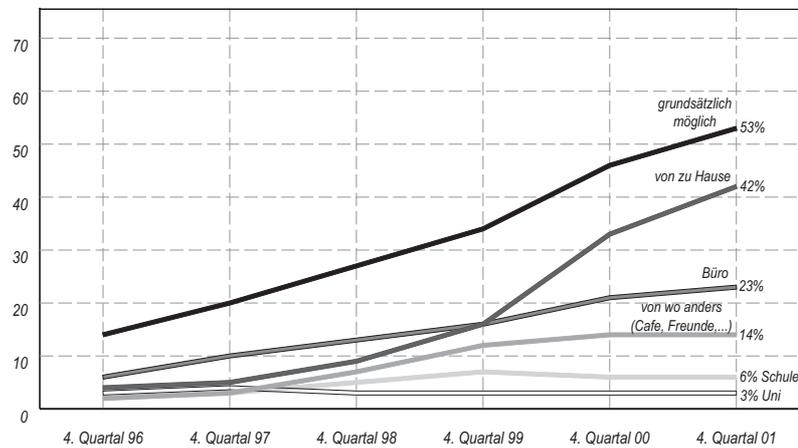
Quelle: RTR 2002, 36. * seit 18.4.2002 »T-Mobile Austria«

92 Die Spitzenreiter sind Deutschland, Großbritannien und Italien.

4.3 Internet-Verbreitung

Bezüglich der Verbreitung des Internet weist Österreich eine im Vergleich zu anderen europäischen Staaten ebenfalls sehr hohe Diffusionsrate auf. Ende 2001 hatten 53 % der Bevölkerung über 14 Jahren, also 3,5 Mio. Österreicher, Zugang zum Internet, wobei in der jüngsten Zeit die Zugangsform von zu Hause aus mit 42 % (4. Quartal 2001) besonders stark zugenommen hat. 23 % haben im Büro und 9 % von der Uni/Schule aus Anschluss zum Netz.

Abbildung 12: Internet-Nutzung in Österreich nach Zugangsarten: 1996 – 2001 (in %)



Quelle: Fessel-GfK/Intergral (Austrian Internet Monitor - AIM); n=4.500 pro Quartal; Methode: CATI; Basis: Bevölkerung ab 14 J.

Im europäischen Vergleich liegt Österreich hinsichtlich der Verbreitung und Nutzung hinter den skandinavischen Ländern, der Niederlande und Schweiz an achter Stelle und damit über dem EU-Schnitt. Im Juni 2001 lag die durchschnittliche Haushaltsversorgung mit Internetzugang bei 36 %. (Quelle: Eurobarometer) Grundsätzlich hat sich zwischen Ende 1996 und Anfang 2001 die Gesamtzahl der Internetnutzer vervierfacht. (Vgl. RTR 2002, 101)

Die Kosten für den Zugang zum Netz verloren, so der Bericht der TKC, unter dem stark zunehmenden Wettbewerbsmarkt der letzten Jahre sehr rasch an Bedeutung. (Vgl. TKC 2000, 110) Als Motive für die Anschaffung eines privaten Internetanschlusses lagen die Informationssuche und -beschaffung vor dem Interesse nach Kommunikation (E-Mails) an der führenden Stelle.

Tabelle 9: Internet-Nutzung in Europa und den USA

Land	Stand	Anteil der Nutzer (in %)	Basis
1 Island	März 2001	71,6	Bevölkerung: 16 – 75 Jahren
2 Finnland	1. Quartal 2001	63,0	Bevölkerung: 15 – 74 Jahren
3 Schweden	Mai 2001	57,0	Bevölkerung: 9+
4 Dänemark	Mai 2001	54,0	Bevölkerung: 15+
5 Niederlande	1. Quartal 2001	53,0	Bevölkerung: 15+
6 Schweiz	März 2001	52,1	Bevölkerung: 14+
7 Norwegen	1. Quartal 2001	50,4	Bevölkerung: 13+
8 Österreich	4. Quartal 2001	47,0	Bevölkerung: 14+
9 Deutschland	Januar 2001	46,0	Bevölkerung: 14 – 69 Jahren
10 Belgien	April 2001	44,0	Bevölkerung: 15+
11 Großbritannien	April 2001	39,5	Bevölkerung: 16+
12 Slowenien	Februar 2001	37,5	Bevölkerung: 15 – 75 Jahren
13 Italien	April 2001	34,0	-
14 Irland	April 2001	33,5	-
15 Estland	Frühjahr 2001	25,0	-
16 Frankreich	April 2001	22,0	Bevölkerung: 15+
17 Spanien	Februar / März 2001	19,8	Bevölkerung: 14+
18 Tschechien	1. Quartal 2001	19,7	Bevölkerung: 12 – 79 Jahren
19 Slowakei	Februar 2001	17,1	-
20 Portugal	2000	15,4	Bevölkerung: 15+
21 Kroatien	April 2001	14,0	Bevölkerung: 10 – 74
22 Griechenland	Frühjahr 2001	13,1	-
23 Polen	April 2001	13,0	Bevölkerung: 15+
24 Bulgarien	April 2001	11,4	Bevölkerung: 15+
25 Lettland	Frühjahr 2001	11,0	-
26 Ungarn	1. Quartal 2001	10,7	Bevölkerung: 14+
27 Rumänien	Jänner 2001	10,2	Bevölkerung: 15+
28 Türkei	Juli 2000	7,0	Bevölkerung: 14 – 49 Jahren
29 Litauen	Frühjar 2000	6,0	
30 Mazedonien	3. Quartal 2000	6,0	
31 Russland	Frühjahr 2001	5,2	Bevölkerung: 16+
32 Serbien/Monten.	1. Quartal 2001	4	
33. Ukraine	3. Quartal 2000	3,2	Bevölkerung: 15 – 59 Jahren
34 Bosnien-Herzeg.		1	
35 Albanien	3. Quartal 2000	0,6	
USA	Dezember 2000	59,9	-

Quelle: ORF-Medienforschung. http://mediaresearch.orf.at/c_international/console/data/d_3_5_1.htm.
Abruf am 12.4.2002

Literatur

- APA (2001): Raiffeisen: Rundum zufrieden mit der Medienstrategie. In: APA Medien, 21.11.2001, 1-3.
- APA (2002a): Fernsehen bleibt »Hobby« Nr. Eins. In: APA Medien, 9.1.2002, 8.
- APA (2002b): Medien in »Krisensituation«. In: APA Medien, 16.1.2002, 8.
- APA (2002c): ATV: Vom Kabelprojekt zum bundesweiten Privatsender. APA-Meldung 011400 Feb 02 vom 1.2.02.
- Bruck, Peter A. (Hg.) (1991): Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges »Neue Kronen Zeitung«. Wien.
- Bruck, Peter A./Melcher-Smejkal, Iris (1993): Tageszeitungen. In: Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hg.): Massenmedien in Österreich. Medienbericht 4. Wien, 57-91.
- Brucknerberger, Johannes (1999): Zeitungen im Zeitraffer. In: VÖZ (Hg.): Presse 1999. Wien, 35-62.
- Brucknerberger, Johannes (2000): Zeitungen im Zeitraffer. In: VÖZ (Hg.): Presse 2000. Wien, 48-79.
- Brucknerberger, Johannes (2001): Zeitungen im Zeitraffer. In: VÖZ (Hg.): Presse 2001. Wien, 42-77.
- Commission of the European Communities (2001): Seventh Report on the Implementation of the Telecommunications Regulatory Package. Brussels. COM (2001) 706.
- Dillenz, Walter (2001a): Elektronische Medien: Entwicklungsschub in Österreich. In: MediaLex, Nr. 2, 64-65.
- Dillenz, Walter (2001b): Elektronische Medien. Entwicklungsschub in Österreich. Unveröffentlichtes Manuskript.
- Fabris, Hans Heinz (1991): Österreich und die europäische Medienentwicklung. In: Trappel, Josef: Medien, Macht, Markt. Medienpolitik westeuropäischer Kleinstaaten. Wien, 11-18.
- Fidler, Harald/Merkle, Andreas (1999): Sendepause. Medien und Medienpolitik in Österreich. Oberwart.
- Fidler, Harald (2002): »Idealismus nicht Blödheit«. In: Der Standard v. 13.2.2002, 30.
- Fidler, Harald/Linsinger, Eva (2002): ORF-Betriebsrat droht: 1800 Angestellte mehr. In: Der Standard, 25.4.2002, 46.
- Geretschlaeger, Erich (1993): Zeitschriften und Magazine. In: Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (Hg): Massenmedien in Österreich. Medienbericht 4. Wien, 93-107.
- Geretschlaeger, Erich (1998): Massenmedien in Österreich. Wien.
- Harmat, Ulrike (1999): Die Medienpolitik der Alliierten und die österreichische Tagespresse 1945-1955. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef: Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Bd. 5: 1945-1955. Frankfurt a. Main u.a., 57-96.
- Hüffel, Clemens (2001): Die Medienlandschaft in Deutschland und Österreich. Zahlen, Daten, Fakten. Wien.
- Knoche, Manfred (1997): Medienpolitik als Konzentrationsförderungs politik. In: Medien Journal, H. 2, 14-25.
- Lankes, Gertraud (2001): Das Werbejahr 2000. In: Verband Österreichischer Zeitungen (Hg.):

- Pressehandbuch 2001. Wien. VI-XI.
- Lankes, Gertraud (2002): Das Werbejahr 2001. In: Verband Österreichischer Zeitungen (Hg.): Pressehandbuch 2001. Wien. VII-XII.
- Lehofer, Hans Peter (2002): KommAustria: Der neue Rundfunkregulator. In: Der Österreichische Journalist, 12/01 + 1/02, 68-69.
- Luger, Kurt/Steinmaurer, Thomas (1990): Die Medien-Megamorphose. Österreichs Medienlandschaft im Umbruch. In: Rundfunk und Fernsehen, H. 2, 242-258.
- Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef (1999): Zur Pressekonzentration in Österreich nach 1945. In: Diess. (Hg.): Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation, Bd. 5: 1945-1955. Frankfurt a. Main u.a., 97-158.
- ORF (2000a): ORF-Finanzierungsbuch. Wien.
- ORF (2000b): ORF Geschäftsbericht 2000. Wien.
- ORF (2001a): Der ORF im Wettbewerb. Daten, Fakten und Zusammenhänge zur Finanzierung des ORF. Wien.
- ORF (2001b): Ergebnisse 1998-2001. Arbeitsbilanz MitarbeiterInnen, Landesintendanten, Geschäftsführung und Generalintendant Gerhard Weis. Wien.
- Pürer, Heinz (1990): Presse in Österreich. Wien.
- Ring, Wolf-Dieter (2001): Entwicklung eines dualen Fernsehsystems in Österreich. Gutachterliche Stellungnahme. München/Wien.
- Schmolke, Michael (1991): Von der »schlechten Presseförderung« in Österreich. In: Wirtschaftspolitische Blätter, 15. Jg., H. 3, 337-346.
- Schmolke, Michael (1995): Presse. In: Bamberger, Richard u.a. (Hg.): Österreich-Lexikon. Band 2, Wien, 219-222.
- Schmolke, Michael (Hg.) (2000): Der Generalintendant. Gerd Bachers Reden, Vorträge, Stellungnahmen aus den Jahren 1967 bis 1994. Wien.
- Steinmaurer, Thomas (2000): Das Rundfunksystem Österreichs. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen. Baden-Baden 2000, 494-511.
- Steinmaurer, Thomas (2002): Das Mediensystem Österreichs. In: Hans-Bredow-Institut (Hg.): Internationales Medienhandbuch 2002/2003. Baden-Baden. (in Druck)
- Telekom Control (2000): Telekommunikationsbericht 1998 – 1999. Wien. (TKC 2000)
- Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (2002): Telekommunikationsbericht 2000. Wien. (RTR 2002)
- Trappel, Josef (1998): Weißbuch zur Presseförderung in Österreich. Prognos-Bericht. Erarbeitet im Auftrag des Bundeskanzleramtes. Basel.
- Trappel, Josef (2001): Fernsehmarkt Österreich. Prognos-Bericht. Erarbeitet im Auftrag des ORF. Basel.
- VÖZ (Hg.) (2001): Pressehandbuch 2001. Wien.
- Wittmann, Heinz (2001): Das neue Privatradiogesetz. In: Medien und Recht, Nr. 1, 12-14.