

Bescheid

Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) hat durch Senat II, bestehend aus dem Vorsitzenden-Stellvertreter Dr. Florian Philapitsch, LL.M. als Senatsvorsitzenden sowie den Mitgliedern Dr. Susanne Lackner und Mag. Michael Truppe, im Rahmen ihrer Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk und seine Tochtergesellschaften gemäß § 2 Abs. 1 Z 9 und § 13 Abs. 3 Z 13 KommAustria-Gesetz (KOG), BGBl. I Nr. 32/2001 idF BGBl. I Nr. 125/2011 iVm § 35 bis § 37 ORF-Gesetz (ORF-G), BGBl. I Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 126/2011, wie folgt entschieden:

I. Spruch

Gemäß §§ 35, 36 Abs. 1 Z 3 lit. a und 37 Abs. 1 ORF-G wird festgestellt, dass der ORF durch die Bereitstellung folgender Online-Angebote die Bestimmungen des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G jedenfalls seit dem 21.07.2011 verletzt:

1. Was Gibt es Neues?
<http://de-de.facebook.com/wasgibtesneues>
2. Universum
<http://de-de.facebook.com/pages/Universum-ORF/37399319225>
3. Ö3-Zeitreise
<http://www.facebook.com/events/175646575855578/>
4. direkt - das magazin
<http://de-de.facebook.com/direkt.dasmagazin>
5. Willkommen Österreich
<http://de-de.facebook.com/WillkommenOesterreich>
6. Schlawiner
<http://de-de.facebook.com/Schlawiner.Serie>
7. ORF Radio Wien
<http://www.facebook.com/pages/ORF-Radio-Wien/204215046257790?ref=ts>

8. ORF Wien heute
<http://www.facebook.com/pages/ORF-Wien-heute/195243503843218>
9. Ö3 Soundcheck
<http://de-de.facebook.com/oe3soundcheck>
10. ORF Serien
<http://de-de.facebook.com/ORFSerien>
11. ORF Lange Nacht der Museen
<http://www.facebook.com/ORFLangeNachtderMuseen>
12. ORF Die Große Chance
<http://de-de.facebook.com/ORFDieGrosseChance>
13. HELDEN VON MORGEN
<http://de-de.facebook.com/HELDENVONMORGEN>
14. Wir sind Kaiser - Ein Fest für Österreich
<http://de-de.facebook.com/WirSindKaiser.EinFestFuerOesterreich>
15. Österreich singt - ORF
<http://www.facebook.com/pages/%C3%96sterreich-singtORF/123511177719324>
16. ORF RadioKulturhaus
<http://www.facebook.com/pages/ORFRadioKulturhaus/189082143376>
17. ORF Shop
<http://www.facebook.com/pages/ORF-Shop/109001202452549>
18. Nadine Beiler Goes Eurovision
<http://de-de.facebook.com/NadineBeilerGoesEurovision>
19. Die ARGE Talk-Show ORF Eins
<http://de-de.facebook.com/pages/Die-ArGe-Talkshow/187534804603086?v=info>
20. 147 - Rat auf Draht
<http://de-de.facebook.com/147rataufdraht>
21. ORF contra I der talk
<http://de-de.facebook.com/orfcontra>
22. Zeit im Bild
<http://de-de.facebook.com/ZeitimBild>
23. Heute in Österreich
<http://de-de.facebook.com/pages/Heute-in-%C3%96sterreich/134922593238616>
24. Weltjournal
<http://de-de.facebook.com/pages/Weltjournal/325906704160>
25. kultur.montag
<http://www.facebook.com/pages/kulturmontag/400364115907>
26. ORF REPORT
<http://de-de.facebook.com/orf.report>

27. konkret - das Servicemagazin
<http://de-de.facebook.com/orf2konkret>
28. ORF Jahreszeit
<http://de-de.facebook.com/pages/ORF-Jahreszeit/197871770237406>
29. ORF newton
<http://de-de.facebook.com/pages/ORF-newton/102443543156858>
30. dokfilm
<http://de-de.facebook.com/pages/dokfilm/114879698565684>
31. CLUB 2
<http://de-de.facebook.com/clubzwei>
32. ORF BÜRGERFORUM
<http://de-de.facebook.com/orfbuergerforum>
33. Schnell ermittelt
<http://de-de.facebook.com/pages/Schnell-ermittelt/67869003672>
34. Die Lottosieger
<http://de-de.facebook.com/pages/Die-Lottosieger /174787565907235>
35. Radio Vorarlberg - Da bin ich daheim
<http://de-de.facebook.com/pages/Radio-Vorarlberg-Da-bin-ich-daheim/121919051194808?sk=notes>
36. ORF Religionsmagazin ORIENTIERUNG
<http://www.facebook.com/Orientierung>
37. Radio Niederösterreich
<http://www.facebook.com/radio.niederoesterreich>
38. radio FM4
<http://de-de.facebook.com/radioFM4>
39. Hitradio Ö3
<http://de-de.facebook.com/oe3>, hinsichtlich der vom ORF bereitgestellten Inhalte bzw. von ORF-Administratoren vorgenommenen Änderungen von bereitgestellten Inhalten.

II. Begründung

1. Gang des Verfahrens

1.1. Aufforderung zur Stellungnahme

Mit Schreiben vom 20.06.2011 teilte die KommAustria dem ORF mit, dass ihr zur Kenntnis gelangt sei, dass der ORF Online-Angebote auf sozialen Netzwerken bereitstellt. Der ORF

wurde ersucht, eine vollständige Aufstellung aller vom ORF oder im Auftrag des ORF verantworteten Online-Angebote, insbesondere auf Facebook und Myspace, zu übermitteln.

1.2. Stellungnahme des ORF

Mit Schreiben vom 05.07.2011, am selben Tag bei der KommAustria eingelangt, teilte der ORF mit, dass es derzeit nicht möglich sei, diesem Ersuchen zu entsprechen, da dieses offen lasse, welche Netzwerke die KommAustria als soziales Netzwerk im Sinne des ORF-G ansieht. Weiters bleibe offen, ob und welche Inhalte in sozialen Netzwerken als Online-Angebote des ORF gelten sollen. Der ORF teilte ebenfalls mit, dass der ORF kein soziales Netzwerk betreibe und hierfür weder die technische Infrastruktur zur Verfügung stelle, noch die Kontrolle über die den Webseiten eines sozialen Netzwerkes zugrundeliegenden Funktionen habe. Die bloße Nutzung von sozialen Netzwerken sei durch die einzige soziale Netzwerke enthaltende Bestimmung des ORF-G (§ 4f Abs. 2 Z 25) nicht verboten. Weiters habe die KommAustria nicht näher bestimmt, unter welchen Voraussetzungen bestimmte Inhalte vom ORF zu „verantworten“ seien. Eine „Sitesearch“ für facebook.com unter google.com mit der Einschränkung auf das Suchwort „ORF“ ergebe mehr als 300.000 Ergebnisse von Inhalten auf Facebook, die das Wort „ORF“ enthalten. Man gehe außerdem davon aus, dass es sich bei sozialen Netzwerken faktisch und rechtlich um bloße „Tools“, und nicht um klassische „mediale“ Online-Angebote handle.

1.3. Einleitung eines Rechtsverletzungsverfahrens

Mit Schreiben vom 21.07.2011 leitete die KommAustria ein Verfahren zur Feststellung einer Rechtsverletzung wegen der Vermutung von Verletzungen des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G ein. Die KommAustria hielt fest, dass die eingelangte Stellungnahme des ORF vom 05.07.2011 nicht geeignet sei, den geschilderten Verdacht auszuräumen. Anhand des Beispiels der Sendung „Report“ legte die KommAustria die Grundstruktur eines ORF-Angebots auf Facebook dar. Die Angebote seien publizistischer Natur, und ließen sich grundsätzlich in folgende Kategorien einordnen: Sendungshinweise, sendungsbegleitende Inhalte, tagesaktuelle Berichterstattung und Information über den österreichischen Rundfunk und seine Programme. Die KommAustria legte eine Liste inkriminierter Angebote vor:

1. Was Gibt es Neues?
2. Universum
3. Nachbar in Not
4. Ö3-Zeitreise
5. direkt - das magazin
6. Willkommen Österreich
7. Schlawiner
8. ORF Radio Wien
9. ORF Wien heute
10. Ö3 Soundcheck
11. ORF Serien
12. ORF Lange Nacht der Museen

13. ORF Die Große Chance
14. HELDEN VON MORGEN
15. Wir sind Kaiser - Ein Fest für Österreich
16. Österreich singt - ORF
17. ORF RadioKulturhaus
18. ORF Shop
19. Nadine Beiler Goes Eurovision
20. Die ARGE Talk-Show ORF Eins
21. 147 - Rat auf Draht
22. ORF contra I der talk
23. Zeit im Bild
24. Heute in Österreich
25. Weltjournal
26. kultur.montag
27. ORF REPORT
28. konkret - das Servicemagazin
29. ORF Jahreszeit
30. ORF newton
31. dokfilm
32. CLUB 2
33. ORF BÜRGERFORUM
34. Schnell ermittelt
35. Die Lottosieger
36. Radio Vorarlberg - Da bin ich daheim
37. ORF Religionsmagazin ORIENTIERUNG
38. radio FM4
39. Hitradio Ö3 – Wundertüte
40. ORF III

41. FM4 La boum de luxe
42. FM4 UNLIMITED
43. FM4 Tribe Vibes
44. Hitradio Ö3
45. Am Schauplatz
46. ORF WM livestream
47. Radio Ö1
48. Radio Wien (Community)
49. Radio Burgenland (Community)
50. Radio Niederösterreich (Community)
51. Radio Oberösterreich (Community)
52. Radio Steiermark (Community)
53. Radio Tirol (Community)
54. Radio Kärnten (Community)
55. Radio Kärnten Morgenshow
56. Radio Salzburg (Community)
57. Radio Vorarlberg (Community)
58. ORF Teletext
59. ORF eins
60. ORF TVthek
61. Projekt X
62. Musikantenstadl

1.4. Replik des ORF

Mit Schreiben vom 12.08.2011, am selben Tag bei der KommAustria eingelangt, nahm der ORF dahingehend Stellung, dass es sich um keine „Kooperation“ mit sozialen Netzwerken handle, weil eine Nutzung derselben den äußerst möglichen Wortsinn von „Kooperation“ überschreite und eine solche daher nicht vorliege. Die Zielrichtung des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G betreffe „sonstige Kooperationen“ im Sinne der Bereitstellung eines (ganzen) sozialen Netzwerks. Wäre die Nutzung eines sozialen Netzwerkes verboten, würde auch das Verbot der Verlinkung zu sozialen Netzwerken gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G ins Leere laufen.

Weiters liege kein „Online-Angebot“ im Sinne der § 3 Abs. 5 Z 2 bzw. §§ 4e und 4f ORF-G vor. Der Gesetzgeber gehe davon aus, dass das soziale Netzwerk selbst – das heißt als Ganzes – als „Online-Angebot“ bzw. „Angebot“ im Sinne des ORF-G gelte. Einzelne Teile eines solchen seien daher nicht selbst als „Online-Angebot“ im Sinne des ORF-G anzusehen. Bei Auftritten auf Facebook handle es sich nicht um klassische Online-Angebote im Sinne von publizistischen, an die Öffentlichkeit gerichtete Angeboten.

Der ORF brachte weiters vor, dass soziale Netzwerke derzeit von vielen Unternehmen zur Vermarktung genutzt werden. Das „Web 2.0“ trete neben herkömmliche Formen der Individualkommunikation, wie z.B. Mails, SMS oder Telefon. Die Einordnung und Zurechnung im Sinne eindeutig abgrenzbarer „Angebote“ werde den Gegebenheiten nicht gerecht, die Erstellung von Seiten durch Unternehmen erfülle eine gewisse Schutzfunktion, damit scheinbar offizielle Angebote verdrängt werden könnten. Unternehmen könnten diese neuen „Tools“ als Service für Anfragen, Beschwerden oder Wünsche von Kunden verwenden und auf effiziente Art und Weise bearbeiten und beantworten.

Die Erstellung und Betreuung von Seiten und Inhalten auf sozialen Netzwerken habe eine „gemeinschaftliche“ Dimension, die herkömmlichen Einordnungen und Zurechnungen von eindeutig abgrenzbaren (ganzen) „Angeboten“ an eine bestimmte einzelne Person würden den Gegebenheiten nicht gerecht.

Selbst wenn es sich um ein Online-Angebot handle, sei es maßgeblich, ob der ORF bzw. einer seiner Mitarbeiter oder seiner Auftragnehmer es in der Hand habe, eine Seite anzubieten, zu verändern oder einzustellen. Diese Möglichkeit würde von Facebook nur „Administratoren“ eingeräumt. Daher seien Seiten von Dritten, insbesondere von „privaten Fans“, nicht dem ORF zuzurechnen.

Im Übrigen wurde vorgebracht, dass selbst wenn ein Verbot aufgrund der Bereitstellung einer Seite als „sonstige Kooperation“ bestehe, eine solche „Kooperation“ aufgrund der Ausnahme im Zusammenhang mit der eigenen tagesaktuellen Online-Übersichtsberichterstattung gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G zulässig sei.

Weiters wurde mitgeteilt, welche der inkriminierten Angebote von ORF-Mitarbeitern oder von Auftragsproduzenten betreut werden.

1.5 Stellungnahme des Public-Value-Beirats

Dem gemäß § 6c ORF-G eingerichteten Public-Value-Beirat wurde von der KommAustria mit Schreiben vom 15.09.2011 Gelegenheit zur Stellungnahme gegeben. Am 30.09.2011 machte der Public-Value-Beirat von dieser Möglichkeit Gebrauch.

In seiner Stellungnahme brachte der Public-Value-Beirat vor, dass die bloße Annahme einer Nutzungsvereinbarung seiner Ansicht nach nicht schon eine Kooperation im Sinne des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G begründe.

Allerdings handle es sich bei den inkriminierten Angeboten jedenfalls um Online-Angebote, bezüglich derer Angebotskonzepte zu legen und gegebenenfalls Auftragsvorprüfungen durchzuführen seien.

Die Zurechenbarkeit von Facebook-Angeboten zum ORF sei weit auszulegen. Weiters würden manche Angebote eine Verletzung des Verbots der Bereitstellung permanenter Foren gemäß § 4f Abs. 2 Z 23 ORF-G darstellen.

1.6. Replik des ORF auf die Stellungnahme des Public-Value-Beirats

In seiner Stellungnahme vom 17.10.2011 brachte der ORF vor, dass er die Rechtsansicht des Public-Value-Beirats begrüße, wonach es sich bei den inkriminierten Angeboten um keine verbotenen Kooperationen gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G handle.

Bezüglich der Ansicht des Public-Value-Beirats, wonach der ORF sich Angebote „aller Seiten“, d.h. auch von Dritten, zurechnen lassen müsse, wurde festgehalten, dass eine solche Zurechnung dem ORF-Gesetz nicht zu entnehmen sei.

Zur Frage des Vorliegens eines Online-Angebots verwies der ORF auf seine Stellungnahme vom 12.08.2011, wonach Facebook-Angebote nicht als Online-Angebote im Sinne des ORF-Gesetzes anzusehen seien. Vielmehr werde dieses Angebot zur Individualkommunikation genutzt. Auch der Verweis des Beirats auf eine Umgehung des Verbots der Bereitstellung „permanenter Foren“ gehe ins Leere, da das „Angebot zur Veröffentlichung von Inhalten durch Nutzer“ im Sinne des ORF-Gesetzes (§ 4f Abs. 2 Z 23 ORF-G) nicht vom ORF, sondern von Facebook bereitgestellt werde.

2. Sachverhalt

2.1. Facebook

Facebook stellt mit ca. 800 Millionen Nutzern (Oktober 2011, Quelle: Social Media & Word Press Consulting) das größte soziale Netzwerk der Welt dar. In Österreich nutzen ca. 2,6 Millionen Nutzer (November 2011, Quelle: Digital Affairs) dieses soziale Netzwerk.

In seinen Nutzungsbedingungen stellt Facebook klar, dass es lediglich als technischer Dienstleister bzw. Vertriebsweg für von Nutzern bereitgestellte Angebote fungiert. In der „*Erklärung der Rechte und Pflichten*“ heißt es in Punkt 2:

„Du bist Eigentümer aller Inhalte und Informationen, die du auf Facebook postest. Zudem kannst du Mithilfe deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen kontrollieren, wie diese Informationen ausgetauscht werden.“

Bei der Seitenerstellung müssen die Richtlinien für Facebook-Seiten akzeptiert werden: *„Ich stimme den Richtlinien für Facebook-Seiten zu“*.

Auf Facebook gibt es die Möglichkeit, eigene Angebote entweder als Seite oder als Gruppe einzurichten:

„Offizielle Seiten werden durch autorisierte Vertreter eines Unternehmens, einer Marke, berühmten Persönlichkeit oder Organisation verwaltet. Sie können Inhalte über die Organisation, oder die Person, die sie repräsentieren, erstellen und mit Nutzern teilen.

Gruppen erlauben die direkte Kommunikation mit anderen zu einem bestimmten Thema auf Facebook. Jeder kann eine Gruppe gründen und verwalten.“ (Hervorhebung nicht im Original)

Voraussetzung für die Erstellung von Seiten ist die Einrichtung eines Accounts. Für die Einrichtung eines normalen Nutzeraccounts besagt die „*Erklärung der Rechte und Pflichten*“, dass eine Vereinbarung zwischen Nutzer und Facebook Ireland Limited zustande kommt: *„Die vorliegende Erklärung der Rechte und Pflichten („Erklärung“) beruht auf den Facebook-Grundsätzen und reguliert unsere Beziehung zu den Nutzern und anderen, die mit Facebook interagieren. Mit deiner Nutzung von Facebook oder dem Zugriff darauf stimmst du dieser Erklärung zu.“* Die Zuständigkeit von Facebook Ireland Limited ergibt sich aus Punkt 18 Z 1 der Erklärung: *„Wenn du in den USA oder Kanada ortsansässig bist oder dort deinen Hauptgeschäftssitz hast, stellt diese Erklärung eine Vereinbarung zwischen dir*

und Facebook, Inc. dar. Anderenfalls stellt diese Erklärung eine Vereinbarung zwischen dir und Facebook Ireland Limited dar... „, (Hervorhebung nicht im Original)

Seiten dürfen nur durch eine vom Unternehmen befugte Person erstellt und administriert werden:

„Seiten dürfen nur von offiziellen Vertretern erstellt und verwaltet werden.“ (Hervorhebung nicht im Original)

2.2. Online-Angebote des ORF

2.2.1. Inhalte der ORF.at Angebote

Am 25.03.2011 (TV.ORF.at), dem 31.03.2011 (insider.ORF.at; oe1.ORF.at; radio.ORF.at, oesterreich.ORF.at) sowie am 26.05.2011 (kundendienst.ORF.at; oe3.ORF.at; religion.ORF.at, Fm4.ORF.at) übermittelte der ORF für die genannten Online-Angebote gemäß § 4e und 4f ORF-G vollständige Angebotskonzepte gemäß § 5a ORF-G an die KommAustria. Diese wurden acht Wochen später auf der Website des ORF zugänglich gemacht.

Das Angebotskonzept zu TV.ORF.at lautet auszugsweise:

„[...]

2 Angebotskonzept für TV.ORF.at

TV.ORF.at fasst Informationen über die Fernsehprogramme des ORF (ORF eins, ORF 2, ORF Sport Plus; in Zukunft allenfalls auch über das Programm nach § 4c ORF-G), begleitende Inhalte zu den Fernsehsendungen des ORF, verstärkt zu seinen Eigen- und Auftragsproduktionen, sowie Links zum Angebot entsprechender Sendungen im Abrufdienst TVThek.ORF.at in einem Angebot zusammen.

[...]

Überblicksseiten zu den Sendungen fassen einerseits alle über das Programm verteilten Inhalte der verschiedenen Sendungsredaktionen zusammen. Andererseits bieten sie auch Möglichkeiten für dynamische Vorschauen, besondere Inhalte und Links zu einzelnen besonderen und verbundenen Ergänzungsangeboten.

[...]

Die Liste der ORF-Sendungen mit eigener Übersicht in der Startseitennavigation von TV.ORF.at zum Stichtag 31. 1. 2008 lautet:

[...]

- *Bürgerforum*
- *CLUB 2*

[...]

- *dok.film*

[...]

- *Heute in Österreich*
- *Konkret*

[...]

- *Newton*
- *Report*

[...]

- *Was gibt es Neues?*
- *Weltjournal*
- *Willkommen Österreich*
- *Zeit im Bild*
- *ZIB 2*
- *ZIB 20*
- *ZIB 24*

[...]

2.1 Inhaltskategorien

TV.ORF.at informiert über die Sendungen der ORF-Fernsehprogramme

[...]

Die Inhalte sind den Kategorien Information, Magazin, Dokumentation, Kultur, Sport, Kinder, Show, Serie und Film zugeordnet. Die Kategorien wurden für die erstmalige Bereitstellung von TV.ORF.at der Jahressendeplanung entnommen und sind seither unverändert. Im Zuge der technischen Erneuerung sollen die Kategorien dem Stand der ORF-Inhaltskategorisierung angepasst werden. Denkbare zukünftige eigene Inhaltskategorien sind zum Beispiel „Religion“ und „Volksgruppen“.

[...]“

Die oben zitierte Sendungsauflistung bezieht sich auf den Stichtag 31. Januar 2008. Zum Zeitpunkt der Erlassung gegenständlichen Bescheides finden sich auch Informationen zur Sendung „direkt – Das Magazin“ auf TV.ORF.at.

Vor der Einstellung der Sendung *contra|der talk* mit Jahreswechsel 2011/2012 fanden sich auch zu dieser Sendung Informationen auf den Webseiten des ORF (*kundendienst.ORF.at*, *programm.ORF.at*, *TV.ORF.at*).

Das Angebotskonzept zu *insider.ORF.at* lautet auszugsweise:

„[...]“

*2 Angebotskonzept für *insider.ORF.at**

Insider.ORF.at ist eine programmbegleitende „Customer-Relationship-Management“-Plattform (User können sich als ORF-Insider registrieren) mit multimedialen und interaktiven Services zu thematischen Schwerpunkten des ORF-Programms, zu TV-Sendungen oder TV- und Sport-Events. Dazu werden aktuelle Hintergrundstorys angeboten, sowie Themen-Specials und Video-on-Demand-Highlights aus den jeweiligen ORF-Sendungen bzw -Übertragungen.

[...]

Weiters wird zu den aktuellen Rubriken (Channels) verwiesen, die derzeit folgende Unterseiten beinhalten: Sport on demand (Video-on-Demand-Highlights), Kultur Insider (mit aktuellen Informationen zu ORF Kultursendungen und Informationen zu Veranstaltungen aus den jeweiligen Sendungen), Gewinnspiele, Aktionen (Informationen in Verbindung mit den Programmen und Inhalten von ORF Sendungen, z.B. wie kann man an der neuen interaktiven TV-Sendung „Contra“ teilnehmen), Newsletter (Informationen über das aktuelle Newsletter-Angebot und deren Inhalte), Vorteilsangebote für ORF Insider (z.B. Backstageführungen, ORF Nachlese) sowie Links zu ORF Tickets und Kontakt & AGBs.

2.1 Inhaltskategorien

Die zentralen Inhaltskategorien von insider.ORF.at stehen in direktem Zusammenhang mit den Programmangeboten des ORF. Insbesondere sind dies die Bereiche Information, Sport, Religion, Kultur, Gesellschaft, Unterhaltung und Lebenshilfe. Generell bietet ORF Insider Informationen über die Sendungen des ORF und den daran mitwirkenden Personen. Insider.ORF.at setzt inhaltliche Schwerpunkte, wie z.B. „Bewusst Gesund“, „ORF Serien“, „Kultur“ und „Kochen“, die vom Publikum stark nachgefragt werden.

[...]“

Das Angebotskonzept zu oe1.ORF.at lautet auszugsweise:

„[...]“

2.1 Inhaltskategorien

[...]“

Das Teilangebot radiokulturhaus.ORF.at informiert über das „Radiokulturhaus“, welches sich im Funkhaus Wien, in dem auch Ö1 gestaltet wird, befindet. Es soll interessante - für die Verbreitung in den Ö1 zur Verfügung stehenden Ausspielmedien gedachte - Veranstaltungen unter Beteiligung des Publikums organisieren. Mitschnitte dieser Veranstaltungen werden daher laufend auch in Ö1 - ganz oder in Teilen – gesendet. Fallweise werden Veranstaltungen auch live gestreamt. Der Bereich des Radiokulturhauses in oe1.ORF.at gibt einen Überblick über kommende Veranstaltungen (Programm, Mitwirkende, Inhalte, etc.) mit bis zu etwa einem Monat Vorlauf und beinhaltet auch einen Rückblick auf vergangene Veranstaltungen der laufenden Saison. Kategorienfilter (wie zum Beispiel „Gespräche“ und „Literatur“) erlauben eine einfache Vorselektion des Programms. Dabei wird auch auf entsprechende Inhalte insbesondere Artikel oder Sendungen in den Rundfunkprogrammen verlinkt.

[...]“

Das Angebotskonzept zu radio.ORF.at lautet auszugsweise:

„[...]“

2 Angebotskonzept für radio.ORF.at

[...] Die drei österreichweit und neun bundeslandweit terrestrisch empfangbaren Hörfunkprogramme (Ö1, Ö3, FM4, Radio Burgenland, Radio Kärnten, Radio Niederösterreich, Radio Oberösterreich, Radio Salzburg, Radio Steiermark, Radio Tirol, Radio Vorarlberg und Radio Wien) werden gemäß § 3 Abs 4a ORF-G online (Live-Streaming) bereitgestellt. Diese Streams werden im Rahmen der Online-Angebote der Hörfunkprogramme angeboten.

[...]

Zudem bietet radio.ORF.at Links zu den Programminformationen bzw. Programmschemata der ORF-Hörfunkprogramme. Außerdem werden Verlinkungen auf die Übersichten der On Demand Streaming Angebote (ohne Speichermöglichkeiten) und die Podcast Angebote innerhalb der radiobezogenen Online-Angebote bereitgestellt. Hier wird auch auf Übersichtseiten für die On Demand Streaming Angebote von Sendungen und Beiträgen in den Sprachen der Volksgruppen, für die ein Volksgruppenbeirat eingerichtet wurde, verlinkt.

[...]

2.1 Inhaltskategorien

Radio.ORF.at dient hauptsächlich der Übersicht über die zeitgleiche Online-Bereitstellung der Hörfunkprogramme des ORF sowie über die Audio-On-Demand-Angebote und Audio-Podcasts. Es verlinkt auch die Online-Angebote der ORF Hörfunkprogramme.

Eigene Inhaltskategorien für radio.ORF.at sind nicht vorgesehen. Die verlinkten Inhalte folgen in ihren Inhaltskategorien denen der Hörfunkprogramme und der mit ihnen im Zusammenhang stehenden Online-Angebote.

[...]“

Das Angebotskonzept zu kundendienst.ORF.at lautet auszugsweise:

„[...]

2 Kundendienst.ORF.at

Kundendienst.ORF.at enthält eine Hauptseite mit drei Bereichen: Service, Programm und Unternehmen. Diese Bereiche informieren über jeweils über Programme und Sendungen, Personen, Fakten, Zahlen, Strukturen, Serviceadressen und -angebote sowie Ansprechpartner im ORF. Zum Online-Angebot des Kundendienstes sind weiters auch besondere Teilangebote mit spezifischen Informationen zu rechnen, wie z.B. programm.orf.at, digital.orf.at und www.dvb-t.at oder zukunft.orf.at. [...] Das Angebot und dessen Teile bestehen aus Text und Bild und enthalten auch Audio- und audiovisuelle sowie interaktive Elemente.

2.1 Inhaltskategorien

Das Einstiegsportal unter kundendienst.ORF.at führt zu den Teilbereichen Programm, Unternehmen und Service und bietet einen Überblick über aktuelle Sendungen bzw. weitere Meldungen.

[...]

2.1.1 Programm

Die programmbezogenen Inhalte auf Kundendienst.ORF.at werden zunächst unter dem Menüpunkt „Programm“ angeboten, welcher zu einer Überblicksseite führt. Diese beinhaltet unter Rubriken, wie z.B. „Fernsehen“, „Radio“, „ORF: Angebot für österreichische Volksgruppen“, „ORF-Stars“ sowie „Stars im ORF: Schauspieler & Co.“, „Programmangebote“, „Der ORF für Hör- und Sehbehinderte“ und letztlich „Rundfunkempfang/Frequenzen“, diverse programm- und sendungsbezogene Informationen.

Dazu zählen etwa Informationen zu kommenden Programm- und Themenschwerpunkten im Fernsehen, Hörfunk und Internet, aktuelle Produktionsberichte, Informationen zu

Serienstarts, neuen Sendungsformaten, ORF-Moderatoren, Quoten, Programmankündigungen oder Serviceinformationen wie Kontaktmöglichkeiten oder Ticketinformationen.

Außerdem wird ein umfassender Überblick über sämtliche Programmangebote des ORF geboten, wie z.B. Beschreibungen, Aktionen und Schwerpunkte der ORF-Fernseh- und ORF-Radioprogramme sowie Spartenkanäle und Angebote für österreichische Volksgruppen, Lebensläufe zu ORF-Stars.

[...]

Im Bereich „Fernsehen“ werden sämtliche ORF-Sendungsformate von ORF eins und ORF 2 mit allgemeinen Informationen zur Sendung (z.B. Inhalt, Sendezeit, Moderator) und weiterführenden sendungsbegleitenden Informationen beschrieben.

Unter programm.orf.at wird dem Publikum ein Überblick über die ORF-Programm-Highlights geboten.

[...]

2.1.3 Service

Die „klassischen“ Serviceinformationen werden auf einer Überblicksseite aufgeführt. Diese beinhaltet servicebezogene (Unternehmens)Informationen unter diversen Rubriken wie „Humanitäres“, „Kontakte“, „Serviceangebote“, „Technik“, „Events“, „Publikationen“, „DVDs“ bzw. „CDs“ etc.

Dazu zählen beispielsweise unter der Rubrik „Humanitäres“ allgemeine Informationen über die humanitären Aktionen bzw Angebote des ORF, denen teilweise auch ein eigenes Teilangebot gewidmet ist (zu diesen unter Punkt 2.1.3.1), sowie Informationen zum Thema Jugendschutz. Unter „Serviceangebote“ werden etwa allgemeine Informationen zum ORF-Ticket-service, ORF-Backstage, dem ORF-Video- bzw. Audioservice, ORF Stars, Servicenummern, ORF-Newsletter etc. angeboten. Die Rubrik „Kontakte“ beinhaltet weiters die diversesten Kontaktmöglichkeiten (zu Sendungen, Geschäftsführung etc) und allgemeine Hinweise zum Besuch des ORF im Wege von Führungen über „ORF-Backstage“ oder von Sendungen des ORF über das Ticket-service (zu den betreffenden Teilangeboten unter den Punkten 2.1.3.2 und 2.1.3.3). Unter „Technik“ werden weiters Information zum Empfang der Rundfunkprogramm des ORF geboten (zum Teilangebot digital.orf.at unter Punkt 2.1.3.4). Unter den Rubriken „Publikationen“, „DVDs“ bzw. „CDs“ werden programmbezogene und sonstige Materialien mit Bezug zum ORF dargestellt (zum ORF-Shop als eigenes Teilangebot unter Punkt 2.1.3.6).

2.1.3.1 Humanitäre Teilangebote

[...]

2.1.3.1.3 rataufdraht.ORF.at

„147 - Rat auf Draht“, ist eine vom ORF 1987 ins Leben gerufene Telefonhilfe für Kinder, Jugendliche und deren Bezugspersonen, die unter der Notrufnummer 147 erreichbar ist, und für die im Sinne des § 4f ORF-G ein besonderer Auftrag besteht. Im Jahr 2007 wurde das telefonische Angebotskonzept für kundendienst.orf.at Serviceangebot um Onlineberatung unter rataufdraht.orf.at erweitert. Seit diesem Zeitpunkt hat sich das Angebot in der Struktur, den Angebotselementen und -teilen nicht wesentlich verändert. Das Angebot wird nicht kommerziell verwertet.

Das Teilangebot bietet zielgruppengerecht aufbereitete Inhalte zu Problemstellungen, die „Dauerbrenner“ der 147-Helpline sind, wie sich in zwanzigjähriger Erfahrung gezeigt hat. Die zehn Rubriken befassen sich mit Liebe, Freundschaft und Sexualität ebenso, wie mit Gewalt oder Sucht. Die Inhalte werden vom professionellen Beraterteam der Helpline gestaltet.

Unter den Menüpunkten „News“, „Eltern“, „Beratung“, „Adressen“, „Über uns“ und „RaD kontaktieren“ werden weitergehende Informationen wie etwa aktuelle Meldungen zu „Rat auf Draht“, spezielle Informationen für Eltern, Kontaktinformationen (auch zu dritten Servicestellen) sowie Informationen über die Beratung an sich angeboten. Unter dem Menüpunkt „Beratung“ kann die erwähnte Onlineberatung in Anspruch genommen werden. Rat Suchende können über ein Webformular ihre Anfrage an „Rat auf Draht“ richten und die Antwort des Expertenteams einfach und kostenlos mittels persönlichen Passworts über die Website abrufen. Dieses den aktuellen internationalen Sicherheits- und Datenschutzstandards entsprechende Serviceangebot gewährleistet im Gegensatz zur E-Mail-Bearbeitung von Anfragen absolute Vertraulichkeit und Anonymität.

[...]

2.1.3.3 tickets. ORF.at

Das ORF-Ticketservice bietet unter dem Teilangebot tickets. ORF.at die Möglichkeit zum entgeltlichen Bezug von Eintrittskarten zu Aufzeichnungen und Live-Übertragungen von ORF-Sendungen sowie weitere Informationen in diesem Zusammenhang. Diese Eintrittskarten sind ausschließlich online über tickets. ORF.at erhältlich.

Auf der Startseite dieses Angebots werden die ORF-Sendungen aufgelistet, für welche Eintrittskarten erworben werden können. Zu den jeweiligen Sendungen werden weitere Informationen bereitgestellt, wie über die Sendung selbst bzw. der Veranstaltung vor Ort (wie etwa Kartenpreis, zeitliche Daten zur Aufzeichnung und allfällige weitere Hinweise wie Kleidungsvorschriften). Weiters sind Allgemeine Geschäftsbedingungen, Anfahrtspläne zu den Aufzeichnungsorten und FAQ abrufbar.

[...]

2.1.3.6 shop. ORF.at

Um den Bezug von Produkten im Sinne des § 8a Abs 6 Z 1 zweiter Satz ORF-G sowie von solchen, die der Vermarktung des ORF bzw. von ORF-Programmen und Angeboten im Sinne des § 2 Abs 1 Z 4 ORF-G dienen, durch den ORF Shop in zeitgemäßer Form auch über das Internet zu ermöglichen, wird das Teilangebot shop. orf.at bereitgestellt.

Die Startseite dieses Angebots bietet dabei einen Überblick über vier spezielle „Abteilungen“ des ORF Shops - den Ö1-Shop, den FM4-Shop, den Ö3-Shop sowie den „allgemeinen“ ORF-Shop - sowie die Kontaktdaten des „physischen“ ORF-Shops und letztlich einen direkten Link zum Erwerb eines Gutscheins. Shop. orf.at ist wie folgt gestaltet:

Auf der linken Seite befindet sich eine Menüleiste, auf der sich zuoberst der „Warenkorb“ befindet, darunter unter „Kategorien“ die Rubriken „Alle Artikel“, „Ö1 Shop“, „FM4 Shop“, „Ö3 Shop“ und „ORF Shop“. Beim Klick auf „Alle Artikel“ werden alle verfügbaren Artikel, geordnet nach ihrer Art (zum Beispiel CD, DVD, Buch) dargestellt, unabhängig davon, welchem Programm sie zuzuordnen sind. Der „Ö1 Shop“ stellt die diesem Programm zugehörigen Produkte dar, gleiches gilt für den „FM4 Shop“, „Ö3 Shop“ und „ORF Shop“ bzw. bei der Anwahl der erwähnten „Abteilungen“ auf der Startseite des Shops. Der Shop enthält Beschreibungen der jeweiligen Artikel. Unter den „Kategorien“ wird weiter die Möglichkeit einer allgemeinen Suche sowie einer nach Preiskategorien angeboten während zuletzt am Ende der Menüleiste die „Top 10“ der verkauften Artikel des jeweiligen „Shops“ angezeigt werden.

In der Mitte der Webseite werden zu Beginn ausgewählte Artikel beziehungsweise nach Auswahl einer entsprechenden Kategorie in der Menüleiste (z.B. unter „CD“ die Kategorie „Chanson“) die Angebotskonzept für kundendienst. orf.at dieser entsprechenden Artikel angezeigt. Am oberen Ende der Webseite unter dem jeweiligen Logo befinden sich weitere Menüpunkte, wobei unter „Info“ weitere Informationen zum ORF-Shop wie etwa Liefer- und Zahlungsbedingungen sowie die Allgemeinen Geschäftsbedingungen abrufbar sind. Der Ö1-

Shop bietet hier darüber hinaus noch einem passwortgeschützten Händlerbereich sowie die Möglichkeit des Downloads von Katalogen...

[...]

3.1.3 Langenacht. ORF.at

Die vom ORF ins Leben gerufene „ORF-Lange Nacht der Museen“ ist längst fixer Bestandteil des österreichischen Kulturlebens geworden. Das traditionelle Ereignis, bei dem sich Kunst- und Kulturgenuss mit unterhaltsamen Programmpunkten zu einer spannenden Melange verbindet, fand 2010 bereits zum elften Mal statt.

Die Startseite beinhaltet die wichtigsten Informationen zur jährlichen Aktion. Eine Navigationsleiste verlinkt unter den Rubriken „News“, „Allgemeine Infos“, „Tickets“, „Meine Nacht“, „Presse“, „Kontakt“ zu entsprechenden Informationen über die jeweils aktuelle „ORF-Lange Nacht der Museen“ (bzw. bleiben diese bis zum Beginn der nächsten „ORF-Lange Nacht der Museen“ online).

Die „ORF-Lange Nacht der Museen“ wird von allen Medien des ORF umfangreich begleitet. Die Kulturberichterstattung des ORF-Fernsehens greift die „ORF-Lange Nacht der Museen“ in diversen Beiträgen thematisch auf. Weiters berichten aktuelle Nachrichtensendungen sowie „Bundesland heute“ über dieses Kulturhighlight. Neben Informationen zur „ORF-Langen Nacht der Museen“ auf langenacht.ORF.at berichtet das ORF.at-Netzwerk z. B. auch auf oe1.ORF.at über das Kulturereignis.

[...]“

Das Angebotskonzept zu oe3.ORF.at lautet auszugsweise:

„[...]

2 Angebotskonzept für oe3.ORF.at

[...]

Auf oe3.ORF.at stehen die Programminformation und Sendungsbegleitung zu Ö3 im Vordergrund des Angebots. Das Angebot richtet sich an die Hörer dieses Programms, liefert vorwiegend sendungsbegleitende Informationen zu den gesendeten Beiträgen oder begleitende Informationen zu aktuell stattfindenden Ö3-Aktionen und Gewinnspielen, bringt aber für diese Zielgruppe auch Informationen in Form der Überblicksberichterstattung.

Oe3.ORF.at hat seit 1997 großes Augenmerk auf Interaktivität und Hörerbeteiligung gelegt.

[...]

Auch die Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion etwa im Rahmen von Wettbewerben ist auf Interaktivität und Hörerbeteiligung angelegt und demnach auf die Einbeziehung des Online-Angebots genauso angewiesen, wie der „Club Ö3“. Die Mitgliedschaft beim Ö3-Hörerclub („Club Ö3“) ist gratis, die Anmeldung erfolgt über oe3.ORF.at. Mitglieder haben die Möglichkeit kostenlos einen E-Mail-Newsletter mit aktuellen Informationen zum Ö3-Programm zu abonnieren und können sich als Verkehrsmelder („Ö3ver“) registrieren. Der „Ö3-Newsletter“ informiert über alle bevorstehenden Aktionen und Gewinnspiele im Ö3-Programm, liefert einen Blick hinter die Kulissen des Radiosenders und kann von den Mitgliedern auch online abgefragt werden.

Die wichtigsten Beiträge des Tages werden auf der Titelseite durch Bildelemente präsentiert („Grid“), darunter folgen weitere Artikel. Auf der Titelseite befinden sich weitere Navigationspunkte, wie etwa zum Livestream, Livecam, Club, Kontakt und zu den Audio-Angeboten sowie auf weitere Teilangebote (wie z.B. Radioprogramm, Kalender, Charts, Comedy, Service).

2.1 Inhaltskategorien

oe3.ORF.at stellt allgemeine Informationen über Ö3 und das Online-Angebot dar: Darunter fallen das Sendeschema und allgemeine Beschreibungen der Sendungen und Sendereihen und dessen Schwerpunkte sowie etwa Moderatoren-Infos, Studio-Webcam, Empfangsmöglichkeiten (UKW samt enthaltener Daten; Stream) oder Kontakt. Hörer können sich auch (kostenlos) als Mitglied im „Club Ö3“ oder als Verkehrsmelder („Ö3ver“) registrieren bzw. entsprechende Newsletter beziehen.

Das Programm Ö3 wird live gestreamt (die CD-Covers der laufenden Musiktitel werden als Coverflow angezeigt und die aktuellen Schlagzeilen eingeblendet). Ausgewählte Ö3-Sendungen und Sendungsteile (Wortbeiträge) aus dem Ö3-Programm können abgerufen oder als Podcast abonniert werden.

Zu den Sendungen können sendungsbegleitende Inhalte abgerufen werden. Dies sind Informationen in Text, Bild und Audio- und audiovisuellen Elementen sowie ergänzenden interaktiven Elementen. Dabei handelt es sich insbesondere um die Wiedergabe oder weiterführende Aufarbeitung (z.B. auch durch redaktionell ausgewählte Links, Bilder, Charts der Ö3-Austria Top 40, Audiopassagen aus einer Sendung bzw. Langfassungen von Sendungsteilen, etwa Interviews in ihrer ursprünglichen Länge oder ein „Making-of“) von Sendungsthemen. Einzelne Sendungsteile (etwa „Ö3-Callboy“) werden dabei als sendungsbegleitendes Material zum Download angeboten. Hier ist auch das HITSERVICE zu nennen, mit dem Nutzer herausfinden können, welcher Hit zu einem bestimmten Zeitpunkt auf Ö3 gesendet wurde. Umgekehrt wird auch im laufenden Ö3-Programm auf die Homepage verwiesen, wenn dort weiterführende Informationen vorhanden sind bzw. die Möglichkeit besteht, das Gehörte nachzulesen. Zudem werden die aktuellen Inhalte der fixen Rubriken aus dem Ö3-Programm unter oe3.ORF.at angeboten (zB „Movie-Minute“, „Einfach Wunderlich“, „Gamecheck“). Im Rahmen der Sendungsbegleitung werden nicht-ständige und redaktionell begleitete Foren bereitgestellt, die den Usern eine Kommentarfunktion zu Beiträgen anbieten.

[...]

Das Angebotskonzept zu oesterreich.ORF.at lautet auszugsweise:

„[...]

2 Angebotskonzept für oesterreich.ORF.at

Das Onlineangebot oesterreich.ORF.at bietet im Rahmen der Überblicksberichterstattung fortlaufend aktualisierte regionale Nachrichten aus allen Bundesländern Österreichs. Es ist ein zentral koordiniertes Verbundangebot der ORF-Landesstudios. Zu oesterreich.ORF.at gehören die Teilangebote vorarlberg.ORF.at, tirol.ORF.at, salzburg.ORF.at, kaernten.ORF.at (inkl. Bachmannpreis.eu), steiermark.ORF.at, ooe.ORF.at, noe.ORF.at, wien.ORF.at und burgenland.ORF.at (in Folge auch: [bundesland].ORF.at).

Darüber hinaus begleitet [bundesland].ORF.at die Fernseh- und Radioprogramme und Sendungen des jeweiligen Landesstudios und stellt weitere Unternehmensinformationen bereit.

Elemente der aktuellen Überblicksberichterstattung und der Sendungsbegleitung bzw. Unternehmensinformation finden in jeweils eigenen, visuell voneinander unterscheidbaren Teilen innerhalb der [bundesland].ORF.at-Teilangebote statt.

2.1 Inhaltskategorien

Die einzelnen Bundesländer-Nachrichtenkanäle (Teilangebot 1) berichten über das regionale Geschehen auf der Ebene des Bundeslandes. Es handelt sich um regionale Nachrichten aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Chronik, Wetter, Kultur, Wissenschaft,

Sport, Volksgruppen und Religion, gesetzlich beschränkt auf maximal 80 Meldungen je Bundesland und Woche.

Neben der Überblicksberichterstattung bietet [bundesland].ORF.at Teilangebote für die Begleitung der Fernseh- und Radiosendungen (auch Volksgruppensendungen) der ORF-Landesstudios (Teilangebot 2) sowie für Informationen über die Programme und Angebote der Landesstudios, Service-Informationen für die Seher, Hörer und Leser und Informationen über den ORF, insbesondere das jeweilige Landesstudio (Teilangebot 3). Zu den Inhalten zählen auch ergänzendes Video- und Audio-Material aus den Fernseh-, Radio- und Online-Redaktionen der ORF-Landesstudios (Audio-, audiovisuelle Elemente sowie Podcasts) und Angebote des Abrufdienstes (Streaming on demand). Zudem stellt [bundesland].ORF.at das jeweils bundeslandweit terrestrisch empfangbare Hörfunkprogramm auch online (Live-Streaming) bereit.

Bei den Inhalten der Teilangebote 2 und 3 handelt es sich überwiegend um Inhalte aus den Kategorien Nachrichten, Gesellschaft, Wetter, Sport, Kultur und Freizeit, Gesundheit, Wissenschaft sowie um Serviceinformationen wie Programmüberblick, TV- und Hörfunkprogramme und Unternehmenskommunikation.

[...]"

Das Angebotskonzept zu religion.ORF.at lautet auszugsweise

„[...]"

Religion.ORF.at hat seit 1999 ein Archiv mit Audio- oder audiovisuelle Angeboten (sowohl von in den ORF-Rundfunkprogrammen ausgestrahlten Sendungen als auch von sonstigen Audio- oder audiovisuellen Inhalten wie etwa „User-generated Content“) sowie von sendungsbegleitenden Informationen und Hintergrundberichten aufgebaut.

[...]"

TV&RADIO bietet einen Überblick über die vom ORF angebotenen Hörfunk- und Fernsehsendungen der ORF Religion, wie z.B. den Fernsehsendungen „Kreuz & Quer“, „Orientierung“, „Was ich glaube“, „FeierAbend“, „Religionen der Welt“, Gottesdienste und den Hörfunksendungen der Programme Ö1, Ö2 oder Ö3 „Einfach zum Nachdenken“, „Erfüllte Zeit“ oder „Zwischenruf“. Dabei werden zum einen Kurzbeschreibungen der einzelnen Sendungen sowie deren Sendetermine bereitgestellt, aber auch ein Archiv mit sendungsbegleitenden Informationen (zumeist eine Kurzbeschreibung der Sendungsinhalte) zu vergangenen Sendungen bereit gestellt.

[...]"

Das Angebotskonzept zu Fm4.ORF.at lautet auszugsweise

„[...]"

Fm4.ORF.at bietet Artikel und Texte, Sendungsbegleitendes und Radioinformation, Senderinformation, Radio zum Nachhören und Service, einen Terminkalender sowie den Soundpark, die Plattform für österreichische Musik. Alle Teilangebote von Fm4.ORF.at sind redaktionell begleitet.

Fm4.ORF.at bietet Radioinhalte sowie Radioservice. Es gibt einen Live-Stream und einen On Demand-Bereich: In diesem werden FM4-Sendungen und Teile daraus zum Nachhören angeboten. Weiters werden eine ausführliche Radioprogrammvorschau, Trackservice, Sendungsinformationen und allgemeine Radio-Informationen wie Pressebereich, Sendeschema oder Service-Infos angeboten. Bestandteil von Fm4.ORF.at ist auch ein redaktionell gestalteter Terminkalender (Fm4.ORF.at/termine). Fm4.ORF.at verwendet die Forenfunktion des ORF.at-Netzwerks, im Rahmen der im ORF-G gesetzten Bedingungen.

Die wichtigsten Geschichten des Tages werden auf der Titelseite durch Bildelemente präsentiert („Grid“), darunter folgen alle weiteren Artikel, nach absteigendem Veröffentlichungszeitpunkt sortiert. Auf der Titelseite befindet sich ein „Radiobereich“, wo auf Livestream, Radioprogramm und Audio und audiovisuelle Angebote verwiesen wird. Es gibt außerdem Navigationspunkte zum Terminkalender, dem FM4 Soundpark, der Übersicht der Autoren, einer Suche sowie weitere Servicepunkte.

[...]

Auf Fm4.ORF.at gibt es anlassbezogen auch Video-Beiträge, vor allem von selbstveranstalteten Konzerten oder Sessions unter anderem von den Radiosessions, die Soundpark-Studio2 Session oder die Akkustiksessions. Des Weiteren gibt es in unregelmäßigen Abständen audiovisuelle Beiträge, die die Berichterstattung von Fm4.ORF.at ergänzen, etwa Interviews mit Musikern oder Konzertberichte.

Auf Fm4.ORF.at gibt es ausführliches Radioprogramm mit Vorschau, Serviceinformation wie Sendeschema, Presse-Bereich, Kontakt, FAQ, Charts, Webcam, Moderatoren-Infos, Frequenzen und die Möglichkeit, Radio zu hören: entweder im Livestream oder On Demand. Bestandteil von Fm4.ORF.at ist auch der Terminkalender (Fm4.ORF.at/termine), der Fm4.ORF.at inklusive Fm4.ORF.at/soundpark begleitet und im überwiegenden Konnex dazu und zu Radio FM4 steht. Der Kalender erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit, er umfasst ausschließlich redaktionell ausgewählte, FM4-relevante Termine, unter besonderer Berücksichtigung österreichischer Bands und Künstler. durch die Auswahl von relevanten und interessanten Terminen für jedes von FM4 gespielte Musikgenre.

[...]“

2.2.2. Facebook-Angebote des ORF

Der ORF bietet auf dem sozialen Netzwerk Facebook zumindest seit dem 21.07.2011 und laufend Angebote an, die unter Verwendung von ORF-Logos, ORF-Markennamen, Namen von Programmen oder Sendungen unterschiedliche Informationen, die den durch die in 2.2.1. dargestellten Inhalten weitgehend entsprechen, bereitstellen, und die durch Interaktionsmöglichkeiten für Nutzer ergänzt werden.

Angebote des ORF werden auf Facebook als Seiten und nicht als Gruppen angeboten. Sie werden zum Teil innerhalb, zum Teil außerhalb der Dienstzeit bzw. ehrenamtlich von Mitarbeitern betreut. Die Angebote werden dauerhaft bereitgestellt.

Auf der Seite „Pinnwand“ des jeweiligen Angebots werden Informationen insbesondere über das Angebot selbst, die Inhalte der jeweiligen Sendung, des jeweiligen Programms oder anderer Projekte des ORF angeboten. Der Nutzer hat dann die Möglichkeit, mit der Redaktion bzw. den Verantwortlichen oder mit anderen Nutzern im Wege von Postings zu kommunizieren. Dabei sind die Inhalte des Austauschs nicht auf ein Thema beschränkt, der Nutzer kann zu beliebigen Themen Stellung beziehen.

Die Angebote sind auf der Seite „Info“ mit den Logos, Markennamen und einer Beschreibung der jeweiligen Sendung bzw. des jeweiligen Programms ausgestattet.

Auf der Seite „Fotos“ werden z.B. Bilder von Drehs und allgemeine Informationen etwa zum „Making-of“ angeboten.

Auf der Seite „Diskussionen“ können Nutzer Diskussionen starten oder daran teilnehmen.

Auf der Seite „Rezensionen“ können Nutzer Feedback, z.B. zur Sendung, geben.

Weiters werden Rubriken etwa wie „Fragen“, „Notiz“ und „Umfragen“ angeboten.

Die Angebote und die darauf enthaltenen Inhaltskategorien zum 21.07.2011 stellen sich wie folgt dar und sind auch im Zeitpunkt der Bescheiderlassung im Wesentlichen ident, wobei sich aus der Natur des Angebotes heraus vereinzelt Verschiebungen ergeben können. Sie werden den vom ORF tatsächlich bereitgestellten entsprechenden Angeboten auf ORF.at gegenübergestellt.

Die Angebote im Einzelnen:

1. Was Gibt es Neues?

a.) <http://de-de.facebook.com/wasgibtesneues>

Das Facebook (FB)-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos, Fragen, Notizen und Link zur Sendung.

b.) Im Online-Angebot <http://TV.ORF.at/wasgibtesneues> (Angebotskonzept TV.ORF.at) findet sich zur Sendung „Was gibt es Neues?“ neben einem Foto des Rateteams ein Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick auf die letzten drei Sendungen. Weiters besteht die Möglichkeit, Fragen an die Redaktion zu übermitteln sowie Tickets für Sendungen zu bestellen. Mittels eines weiteren Links gelangt man zu den Mitgliedern des Rateteams mit einer Verlinkung zu deren Websites. Auf der Seite <http://TV.ORF.at/wasgibtesneues> findet sich auch ein Link mit dem Titel „Ding der Woche“, das auf eine Liste „Ding der Woche seit Sendungsstart“ verlinkt.

2. Universum

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Universum-ORF/37399319225>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Link zur Sendung

b.) Im Onlineangebot <http://derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf2/univ.html> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) findet sich unter derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf2/univ.html eine Beschreibung der Sendungsreihe Universum. Neben einem Link auf die in der TVthek abrufbaren Angebote finden sich mehrere Links zu verschiedenen Themen („Universum“ präsentierte Doku über den Inn im Landesstudio Tirol oder „Universum“-Dreharbeiten im Tiergarten Schönbrunn) bzw. Mitwirkende an den Sendungen und Preise („Universum“ gewinnt „Naturfilm-Oscar“ für „Radioaktive Wölfe“ oder Michael Schlambergers „Universum“-Sambesi-Zweiteiler beim Greenscreen Naturfilmfestival ausgezeichnet). Weiters findet sich eine kurze Beschreibung des Universum-Magazins sowie ein Link auf die externe Seite <http://www.universum.co.at/>.

3. Ö3-Zeitreise

a.) <http://www.facebook.com/events/175646575855578/>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Reise, Fotos, Videos, Diskussionen, Veranstaltungen (leer), Link zu Ö3.

b.) Unter dem Angebot <http://oe3.orf.at/aktionen/stories/539149/> (Angebotskonzept oe3.ORF.at), findet sich neben einem Bild von einem der Clubbings, eine Beschreibung der Ö3-Zeitreise, einer Clubbingveranstaltung von Ö3 unter Angabe der gespielten Musik sowie den Veranstaltungsorten im Jahr 2010. Weiters abrufbar sind zwei Videos zur Ö3-Zeitreise. Die Links zu Fotoslideshows sind nicht mehr abrufbar.

4. direkt - das magazin

a.) <http://de-de.facebook.com/direkt.dasmagazin>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Links zum ORF.

b.) Im Online-Angebot <http://TV.ORF.at/direkt/> (Angebotskonzept TV.ORF.at) findet sich ein Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick auf die letzten drei Sendungen. Zu jeder dieser Sendungen sind weitere Informationen, Links und Bildmaterial abrufbar. Über einen eigenen Link ist der Lebenslauf der Moderatorin abrufbar. Weiters gibt es mit der Urlaubscheckerin und dem Haushaltschecker Spartipps zu den Themen Urlaub, Haushalt, Versicherungen, etc.

5. Willkommen Österreich

a.) <http://de-de.facebook.com/WillkommenOesterreich>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Umfrage zu Willkommen Österreich, Links zum ORF.

b.) Im Online-Angebot <http://TV.ORF.at/willkommenoesterreich> (Angebotskonzept TV.ORF.at) findet sich neben einer Beschreibung der Show ein Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick auf die letzten drei Sendungen. Zu jeder dieser Sendungen ist eine kurze Sendungsbeschreibung abrufbar. Über einen Link gelangt man zu den Lebensläufen der beiden Moderatoren. Weiters besteht die Möglichkeit der Bestellung von Karten zur Sendung.

6. Schlawiner

a.) <http://de-de.facebook.com/Schlawiner.Serie>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Link zur Sendung.

b.) Unter dem Online-Angebot <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf1/schlawiner.html> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) findet sich neben einigen Fotos der Darsteller eine Beschreibung der im Rahmen der „Donnerstag Nacht“ ausgestrahlten Comedyserie Schlawiner samt Kurzkomentaren der Hauptdarsteller zu ihrer Rolle bzw. der Serie.

7. ORF Radio Wien

a.) <http://www.facebook.com/pages/ORF-Radio-Wien/204215046257790?ref=ts>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung des Senders, Umfragen, Fotos, Diskussionen, Link zum ORF Wien.

b.) Unter dem Online-Angebot <http://wien.orf.at/radio/> (Angebotskonzept radio.ORF.at) findet sich neben der Möglichkeit, einen Livestream von Radio Wien abzurufen, ein Link zum Angebot von Radio Wien, weiters Details zu den Sendungen und zu den Moderatoren, zur Newsletter-Anmeldung sowie zu einem Überblick über die Experten von Radio Wien. Es besteht insbesondere auch die Möglichkeit einen Musikwunsch online zu schicken. Weiters sind zu einzelnen Sendungsbeiträgen zum Teil bebilderte Hintergrundinformationen mit weiterführenden Links bereitgestellt.

8. ORF Wien heute

a.) <http://www.facebook.com/pages/ORF-Wien-heute/195243503843218>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen, Link zur TVthek, Link zum ORF Wien.

b.) Im Rahmen von <http://wien.orf.at/tv/> (Angebotskonzept oesterreich.ORF.at) finden sich bebilderte Informationen zur in ORF 2 regional ausgestrahlten Nachrichtensendung Wien heute und zu deren Moderatoren.

9. Ö3 Soundcheck

a.) <http://de-de.facebook.com/oe3soundcheck>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung des Bandwettbewerbs, SMS Voting, Ö3 Livestream, Veranstaltungen, Fotos, Videos, Link zu Ö3.

b.) Unter <http://oe3.orf.at/soundcheck> (Angebotskonzept radio.ORF.at) finden sich Informationen zum Hitradio Ö3 Soundcheck. Neben einer bebilderten Kurzdarstellung der letzten Sieger des Wettbewerbs findet sich eine Beschreibung der Zusammenarbeit mit mica-music austria, die Nennung der Jury samt Kurzlebenslauf sowie Darstellung des Siegers 2010.

10. ORF Serien

a.) <http://de-de.facebook.com/ORFSerien>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Übersicht der ORF Serien, Fotos, Umfragen zu Serien, Links zum ORF.

b.) Unter <http://insider.orf.at/?story=5473> (Angebotskonzept insider.ORF.at) finden sich bebilderte Informationen und Hintergrundberichte zu den einzelnen Serien die im ORF ausgestrahlt werden.

11. ORF Lange Nacht der Museen

a.) <http://www.facebook.com/ORFLangeNachtderMuseen>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Veranstaltungen, Umfragen, Fotos, Diskussionen, Veranstaltungen (leer), Link zu Twitter.

b.) Im Rahmen des Angebots <http://kundendienst.orf.at/events/lnm.html> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) werden allgemeine Informationen zur „ORF-Lange Nacht der Museen“ angeboten. Daneben werden Presseinformationen sowie Programmbroschüren zum Abruf bereitgestellt.

12. ORF Die Große Chance

a.) <http://de-de.facebook.com/ORFDieGrosseChance>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos (nur mit Anmeldung), Veranstaltungen (Casting Termine), Link zur Sendung.

b.) Unter <http://anmeldung.diegrossechance.orf.at/> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) bestand die Möglichkeit sich für die nächste Runde anzumelden. Weiters finden sich bebilderte Hintergrundinformationen zur letzten Sendungsstaffel.

13. HELDEN VON MORGEN

a.) <http://de-de.facebook.com/HELDENVONMORGEN>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Musik (Bewerbung der CD), Fotos, Videos, Veranstaltung, Notizen, Link zur Sendung und zu ORF Tickets.

b.) Unter heldenvonmorgen.orf.at (Angebotskonzept kundendienst.orf.at) waren Informationen, Hintergrundinformationen und Bilder bereitgestellt. Mittels einer Voting-

Möglichkeit hatten die Zuseher die Möglichkeit, sich an der Sendung zu beteiligen. Die Seite ist nicht mehr abrufbar.

14. Wir sind Kaiser - Ein Fest für Österreich

a.) <http://de-de.facebook.com/WirSindKaiser.EinFestFuerOesterreich>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Veranstaltungen, Videos (leer), Link zur Sendung.

b.) Unter <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf1/wirsindkaiser.html> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) wird eine bebilderte Kurzbeschreibung der Sendung bereitgestellt. Weiters kann über Links eine Biografie von dem Hauptdarsteller der Sendung sowie eine Bestellmöglichkeit für die bisherigen DVDs aufgerufen werden.

15. Österreich singt - ORF

a.) <http://www.facebook.com/pages/%C3%96sterreich-singtORF/123511177719324>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos, Link zum ORF.

b.) Unter http://derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf2/oesterreich_singt.html (Angebotskonzept TV.ORF.at) sind Informationen zu „Österreich singt“, einem Chorwettbewerb, sowie dessen Ablauf abrufbar. Über einen Link werden bebilderte Informationen der Jurymitglieder sowie deren Lebenslauf und Link auf deren Website bereitgestellt. Weiters sind alle teilnehmenden Chöre mit Link sowie einem Video des Chores abrufbar.

16. ORF RadioKulturhaus

a.) <http://www.facebook.com/pages/ORFRadioKulturhaus/189082143376>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung des Hauses, Diskussionen (leer), Veranstaltungen (leer), Links, Link zum ORF Kulturhaus.

b.) Unter <http://radiokulturhaus.orf.at/radiokulturhaus/> (Angebotskonzept oe1.ORF.at) sind vergangene und kommende Veranstaltungen im RadioKulturhaus mit einer kurzen Beschreibung abrufbar. Zum Teil enthalten die Beiträge Audiodateien bzw. Bilder.

17. ORF Shop

a.) <http://www.facebook.com/pages/ORF-Shop/109001202452549>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Fotos, Diskussionen (leer), Rezensionen, Link zum ORF. Auf der Pinnwand werden insbesondere Produkte aus dem ORF-Shop angezeigt.

b.) Das Angebot shop.orf.at (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) beinhaltet neben Verlinkungen zu den Shops von Ö1, Ö3 und FM4 den ORF-Shop, auf dem zahlreiche Waren online oder im Shop in 1040 Wien, Argentinierstraße 30a, gekauft werden können.

18. Nadine Beiler Goes Eurovision

a.) <http://de-de.facebook.com/NadineBeilerGoesEurovision>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos, Abstimmung, Share MP3, Link zu Youtube, Link zu Twitter, Link zu Pic Badges, Link zum ORF.

b.) Unter <http://kundendienst.orf.at/nadinebeiler/> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) finden sich Informationen und Berichte zum Song Contest 2011 und der österreichischen

Teilnehmerin Nadine Beiler (mit einem kurzen Lebenslauf). Weiters abrufbar ist der Text des österreichischen Beitrages sowie das Video des Auftritts von Nadine Beiler. Weiters finden sich auf oe3.ORF.at bebilderte Beiträge zu Nadine Beiler nach dem Song Contest.

19. Die ARGE Talk-Show ORF Eins

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Die-ARGE-TalkShow-ORF-Eins/156758464376494>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Veranstaltungen, Podcasts, Links, Link zum ORF.

b.) Das Angebot <http://kundendienst.orf.at/programm/fernsehen/orf1/arge.html> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) bietet eine kurze mit Bildern versehene Beschreibung der im ORF ausgestrahlten Satire-Diskussionssendung an. Eine bebilderte Beschreibung der jeweils aktuellen Sendung findet sich in der Programmvorschau [programm.ORF.at](http://programm.orf.at) wieder, Karten für die Sendung können über das Angebot [tickets.ORF.at](http://tickets.orf.at) online bezogen werden.

20. 147 - Rat auf Draht

a.) <http://de-de.facebook.com/147rataufdraht>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung von Rat auf Draht, Fotos, Videos, Diskussionen, Link zu Rat auf Draht.

b.) Das Angebot <http://rataufdraht.orf.at/> (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) bietet umfangreiche Informationen für Eltern und Kinder zu Themen wie Liebe, Freundschaft, Familie, Gewalt oder Sucht an. Mit dem Team kann über ein spezielles, passwortgeschütztes Formular Kontakt aufgenommen werden. Im Rahmen von „News“ wird auf verschiedene aktuelle Aktionen und Berichte hingewiesen und werden Fotos von aktuellen Ereignissen dargestellt.

21. ORF contra I der talk

a.) <http://de-de.facebook.com/orfcontra>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Veranstaltungen, Videos, Notizen, Link zur Sendung, Link zu Twitter.

b.) Unter <http://contradertalk.orf.at> (Angebotskonzept tv.ORF.at) waren bis zur Einstellung der Sendung Ende 2011 Informationen zur Sendung abrufbar und wurde die Möglichkeit der interaktiven Beteiligung an der Sendung geboten.

22. Zeit im Bild

a.) <http://de-de.facebook.com/ZeitimBild>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos, Abstimmung, Share MP3, Link zum ZiB Newsletter, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot TV.ORF.at/zeitimbild bzw. TV.ORF.at/zib2/ (Angebotskonzept TV.ORF.at) befindet sich jeweils eine Übersicht, die unmittelbar zum Livestream der ZiB 1 und 2 auf der TVthek verlinkt. Weiters bietet die Überblicksseite Zusammenfassungen der vergangenen vier Sendungen.

23. Heute in Österreich

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Heute-in-%C3%96sterreich/134922593238616>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen (leer), Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot TV.ORF.at/heuteinoesterreich/ (Angebotskonzept TV.ORF.at) befindet sich eine Übersicht, die die Sendungen ca. einer Woche auflistet. Auf dieser Übersichtsseite werden bei den Sendungen die jeweiligen Titel der einzelnen Beiträge bezeichnet. Weiters werden noch kurze Darstellungen über die in den einzelnen Sendungen zu behandelnden Inhalte angeboten.

24. Weltjournal

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Weltjournal/325906704160>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot <http://TV.ORF.at/weltjournal/> (Angebotskonzept TV.ORF.at) findet sich zur Sendung „Weltjournal“ ein Link zum Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick mit Links auf die letzten drei Sendungen.

25. kultur.montag

a.) <http://www.facebook.com/pages/kulturmontag/400364115907>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen (leer), Rezensionen (leer), Videos (leer), Link zum ORF.

b.) Im Rahmen des Online-Angebots <http://TV.ORF.at/kulturmontag> (Angebotskonzept TV.ORF.at) finden sich zum „kultur.montag“ ein Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick auf die letzten drei Sendungen. Die Beiträge sind mit Bildern versehen.

26. ORF REPORT

a.) <http://de-de.facebook.com/orf.report>

Das FB-Angebot bietet Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen, Rezensionen, Link zum ORF.

b.) Unter TV.ORF.at/report (Angebotskonzept TV.ORF.at) findet sich ein Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick auf die letzten drei Sendungen des „Report“. Die Beiträge sind mit Bildern versehen.

27. konkret - das Servicemagazin

a.) <http://de-de.facebook.com/orf2konkret>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen, Rezensionen, Link zum ORF.

b.) Unter TV.ORF.at/konkret/ (Angebotskonzept TV.ORF.at) findet sich ein Überblick über die kommende Sendung sowie ein Rückblick auf die letzten vier Sendungen. Die Beiträge sind mit Bildern versehen.

28. ORF Jahreszeit

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/ORF-Jahreszeit/197871770237406>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Diskussionen (leer), Fotos, Videos, Links, Link zum ORF.

b.) Unter derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf2/winterzeit.html (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) ist eine bebilderte Beschreibung der Sendung „Jahreszeit“ abrufbar. Über einen Link gelangt man zu einer Biographie der Moderatoren. Weiters abrufbar sind Links zu einem Überblick über die kommende Sendung sowie zum Rückblick auf die letzten

vier Sendungen von „Winterzeit“. Anzumerken ist, dass sich der Name der Sendung und damit auch die Adresse entsprechen der Jahreszeit ändert – und insoweit die Verknüpfung auf das Facebook-Angebot nur im Frühling aktuell ist. Die einzelnen Beiträge sind mit Bildern versehen.

29. ORF newton

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/ORF-newton/1024435431568589>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen (leer), Rezensionen (leer), Link zu Wikipedia, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot TV.ORF.at/newton/ (Angebotskonzept TV.ORF.at) befindet sich eine Übersichtsseite mit einer kurzen Vorschau auf die nächste Sendung und eine Rückschau auf die letzten drei Sendungen.

30. dokfilm

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/dokfilm/114879698565684>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen (leer), Rezensionen (leer), Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot TV.ORF.at/dok.film (Angebotskonzept TV.ORF.at) befindet sich eine Übersichtsseite mit einer Vorschau auf den nächsten dok.film und eine Zusammenfassung der vier letzten Sendungen. Weiters wird mit „dok.ausblick“ und „dok.rückblick“ ein Ausblick bzw. Rückblick auf die nächsten/letzten Sendungen geboten, mit „dok.aktuell“ Informationen aus dem Bereich des Films und mit „kultur im TV“ Informationen über Kultur.

31. CLUB 2

a.) <http://de-de.facebook.com/clubzwei>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Diskussionen, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot von TV.ORF.at/club2 (Angebotskonzept TV.ORF.at) befindet sich eine Übersichtsseite mit einer Rückschau auf den letzten Club 2 und ein Hinweis auf das Datum der nächsten Sendung. Weiters wird eine Zusammenfassung der drei letzten Club 2 geboten.

32. ORF BÜRGERFORUM

a.) <http://de-de.facebook.com/orfbuengerforum>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos, Diskussionen, Rezensionen (leer), Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot von derneue.orf.at/programm/fernsehen/orf2/buengerforum.html (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) wird die Sendung allgemein beschrieben. Verlinkt wird zum Livestream des Bürgerforums.

33. Schnell ermittelt

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Schnell-ermittelt/67869003672>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos, Rezensionen, Notizen, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot von derneue.orf.at/aktuelles/schnell_ermittelt.html (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) findet sich eine Seite mit einigen Fotos für die Promotion und Informationen hinsichtlich Zuseherzahlen, der Dreharbeiten, O-Töne der Mitwirkenden und eine Sendungsvorschau.

34. Die Lottosieger

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Die-Lottosieger/174787565907235>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot von kundendienst.orf.at/aktuelles/lottosieger.html (Angebotskonzept kundendienst.ORF.at) findet sich eine Seite mit einigen Fotos für die Promotion und Informationen hinsichtlich Zuseherzahlen, Dreharbeiten, O-Töne der Mitwirkenden und eine Sendungsvorschau.

35. Radio Vorarlberg - Da bin ich daheim

a.) <http://de-de.facebook.com/pages/Radio-Vorarlberg-Da-bin-ich-daheim/121919051194808?sk=notes>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Informationen zum Sender, Fotos, Musik, Videos, Notizen (hier auch als Tauschbörse genutzt), Veranstaltungen (leer).

b.) Im Online-Angebot von <http://vorarlberg.orf.at/radio/> (Angebotskonzept radio.ORF.at) findet sich eine Übersichtsseite, die einen Livestream und eine Titel-Information anbietet; weiters werden Downloads der Nachrichtensendungen, das Programmschema, ein Programm für Musikwünsche und Begleitinformationen zu Sendungen angeboten. Verlinkt wird zu Vorarlberger Lokalnachrichten und zur Vorstellung des Landesstudios.

36. ORF Religionsmagazin ORIENTIERUNG

a.) <http://www.facebook.com/#!/Orientierung>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung der Sendung, Fotos, Videos (leer), Diskussionen, Links, Link zum ORF.

b.) Im Online-Angebot von [religion.ORF.at](http://religion.orf.at) (Angebotskonzept religion.ORF.at) findet sich eine allgemeine Darstellung der Sendung „Orientierung“ mit etwas veralteten Sendungsdaten, der verantwortlichen Redaktion und einem Link zum Sendungsarchiv (ebenfalls Sendungsdarstellungen).

37. Radio Niederösterreich

a.) <http://www.facebook.com/radio.niederoesterreich>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung des Senders, Link zum ORF, Fotos.

b.) Im Online-Angebot von noe.orf.at/radio/ (Angebotskonzept radio.ORF.at) werden Details zu den Sendungen (Moderatoren, Musikwünsche, Sendungsmitschnitte, Webcam, Livemitschnitte, Podcasts, Fragen zu den Sendungen, Veranstaltungen melden), Downloads der Nachrichtensendungen und Informationen aus dem Bereich der Chronik und zu Sendungsthemen geboten. Weiters wird zu Nachrichten aus Niederösterreich, zur Vorstellung des Landesstudio Niederösterreich und zum Kalender für lokale Veranstaltungen verlinkt.

38. radio FM4

a.) <http://de-de.facebook.com/radioFM4>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung des Senders, Fotos, Veranstaltungen,

Videos, Notizen, Umfragen, Link zu FM4, Link zu FM4 auf Myspace.

b.) Im Online-Angebot von Fm4.ORF.at (Angebotskonzept Fm4.ORF.at) findet sich eine Überblicksseite mit alternativen Nachrichten sowie zu Informationen zu ebensolcher Musik. Weiters wird ein Livestream angeboten. Weiters werden Soundpark, AutorInnen, Politik auf FM4, Song zum Sonntag und das FM4 Kochbuch angeboten. Serviceangebote sind ein Terminkalender, ein Shop, das Sendeschema und ein On Demand-Service. Verlinkt wird außerdem zum FM4 Frequency Festival 2012 und zum Protestsongcontest.

39. Hitradio Ö3

a.) <http://de-de.facebook.com/oe3>

Das FB-Angebot bietet v.a. Pinnwand, Beschreibung des Senders, Livestream von Ö3 (Ö3 Player), Ö3 Comedy, Fotos, Veranstaltungen, Videos, Link zum Sender, Link zum Sender auf Youtube, Link zu Ö3.

b.) Im Online-Angebot von oe3.ORF.at (Angebotskonzept oe3.ORF.at) findet sich eine Überblicksseite mit Nachrichten aus der Pop- und Prominentenwelt. Weiters wird ein Livestream, eine Live Cam des Programms Ö3 und Podcasts angeboten. Serviceangebote betreffen Musikwünsche, Hörservice, Sendeschema, einen Veranstaltungskalender, die Austria Top 40, ein Trackservice, eine Programmübersicht und den Club Ö3, der Vorteile und Vergünstigungen in verschiedenen Bereichen bietet. Weiters findet sich ein Link zum Songcontest.

Die Online-Angebote auf ORF.at enthalten eigene Web-Formulare, mittels derer die Nutzer in Kontakt mit der Redaktion treten können.

Die Inhalte der inkriminierten Facebook-Angebote entsprechen im Wesentlichen jenen der genannten Online-Angebote auf ORF.at bzw. der entsprechenden Angebotskonzepte, wobei manche dieser Angebote von mehreren Online-Angeboten auf ORF.at bzw. von den entsprechenden Angebotskonzepten erfasst sind. Manche verfahrensgegenständliche Angebote gehen auch über die zitierten Angebotskonzepte hinaus.

2.3. Bereitstellung von ORF Facebook-Angeboten

Die Bereitstellung der Angebote erfolgt auf unterschiedliche Weise, wobei nachstehende Konstellationen anzuführen sind:

2.3.1. Die Angebote werden von in einem Naheverhältnis zum ORF stehenden Dritten (Auftragsproduzenten) bereitgestellt; diese haben keinen ausdrücklichen Auftrag des ORF, Facebook-Seiten zu gestalten. ORF-Mitarbeiter sind oder waren auch nicht als Administratoren der jeweiligen Angebote eingetragen. Dies betrifft die unter 2.2. angeführten Angebote 1 bis 3.

2.3.2. Bei diesen Angeboten trifft das unter 2.3.1. Gesagte zu, mit dem Unterschied, dass neben Dritten (Auftragsproduzenten) auch ein Mitarbeiter des ORF als Administrator eingetragen wurde. Die regelmäßige Betreuung der Angebote erfolgt nicht durch den ORF bzw. dessen Mitarbeiter, sondern durch Dritte. Dies betrifft die unter 2.2. angeführten Angebote 4 bis 6.

2.3.3. Diese Angebote werden vom ORF bereitgestellt; nach Vorbringen des ORF werden diese faktisch nicht oder nicht mehr von ORF-Mitarbeitern betreut (zur rechtlichen Würdigung vgl. 4.4.). Dies betrifft die unter 2.2. angeführten Angebote 7 bis 9.

2.3.4. Diese Angebote werden von Mitarbeitern des ORF betreut, die in die Abteilung „Marketing und Kommunikation“ eingebunden sind. Dies betrifft die unter 2.2. angeführten Angebote 10 bis 20.

2.3.5. Diese Angebote werden von redaktionellen Mitarbeitern der jeweiligen Sendungen des ORF mitbetreut. Dies betrifft die unter 2.2. angeführten Angebote 21 bis 38.

2.3.6. Das Angebot 39 wird von einem Schweizer „Fan“ (Michi Gallobitsch) bereitgestellt. Herr Gallobitsch hat auch Ö3-Mitarbeiter zu Administratoren der Seite gemacht. Als Gründer der Seite ist Herr Gallobitsch aber auch nach wie vor Administrator der Seite.

2.4. Andere Angebote auf Facebook

Folgende Angebote, die ursprünglich von der KommAustria inkriminiert wurden, und auf die die in 2.3. genannten Kriterien nicht zutreffen, werden nicht vom ORF bereitgestellt:

1. ORF III
2. FM4 La boum de luxe
3. Nachbar in Not
4. FM4 UNLIMITED
5. FM4 Tribe Vibes
6. Hitradio Ö3 – Wundertüte
7. Am Schauplatz
8. ORF WM livestream
9. Radio Ö1
10. Radio Wien (Community)
11. Radio Burgenland (Community)
12. Radio Oberösterreich (Community)
13. Radio Steiermark (Community)
14. Radio Tirol (Community)
15. Radio Kärnten (Community)
16. Radio Kärnten Morgenshow (Community)
17. Radio Salzburg (Community)
18. Radio Vorarlberg (Community)
19. ORF Teletext
20. ORF eins

21. ORF TVthek
22. Projekt X
23. Musikantenstadl

3. Beweiswürdigung

Die Feststellung hinsichtlich Inhalt und Umfang der Facebook-Angebote des ORF ergeben sich durch Einschau in die entsprechenden Seiten auf Facebook und deren Ausdruck als Screen-Shots am 15.07.2011 und am 19.07.2011 sowie durch Überprüfung am 25.01.2012. Die Feststellungen hinsichtlich der Zurechenbarkeit der Facebook-Angebote gründen sich auf das glaubwürdige Vorbringen des ORF in seiner Stellungnahme vom 12.08.2011 bzw. konnten keine eindeutigen Tatsachenfeststellungen zur Zurechenbarkeit getroffen werden. Die Feststellungen hinsichtlich der Seiten, die faktisch nicht oder nicht mehr vom ORF bereitgestellt werden, ergeben sich aus dem glaubwürdigen Vorbringen des ORF in seiner Stellungnahme vom 12.08.2011.

Die Feststellungen hinsichtlich der Angebotskonzepte des ORF vom 25.03.2011 (TV.ORF.at), dem 31.03.2011 (insider.ORF.at; oe1.ORF.at; radio.ORF.at, oesterreich.ORF.at) sowie vom 26.05.2011 (kundendienst.ORF.at; oe3.ORF.at; religion.ORF.at, Fm4.ORF.at) ergeben sich aus den nicht untersagten und auf einer Website (http://zukunft.orf.at/show_content2.php?s2id=183) des ORF veröffentlichten Angebotskonzepten.

Die Feststellungen hinsichtlich des tatsächlichen Angebots auf ORF.at ergeben sich durch Einschau in das entsprechende Online-Angebot.

Die Feststellungen hinsichtlich der „Erklärung der Rechte und Pflichten“ von Facebook ergeben sich aus <http://www.facebook.com/#!/terms.php>. Die Feststellungen hinsichtlich der Angebotsformen auf Facebook (Seiten, Gruppen) ergeben sich aus <https://de-de.facebook.com/help/?faq=218067754888920>. Die Nutzungsbedingungen für Facebook-Seiten ergeben sich aus https://www.register.facebook.com/page_guidelines.php.

4. Rechtliche Beurteilung

Gemäß § 35 ORF-G iVm § 13 Abs. 3 Z 13 KOG obliegt die Rechtsaufsicht über den Österreichischen Rundfunk der Regulierungsbehörde. Gemäß § 35 Abs. 3 ORF-G ist die Regulierungsbehörde die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria).

§ 35 ORF-G lautet auszugsweise:

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

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

§ 36 ORF-G lautet auszugsweise:

„§ 36. (1) Die Regulierungsbehörde entscheidet neben den anderen in diesem Bundesgesetz und im KommAustria-Gesetz genannten Fällen – soweit dafür nicht eine andere Verwaltungsbehörde oder ein Gericht zuständig ist – über die Verletzung von Bestimmungen dieses Bundesgesetzes mit Ausnahme der Bestimmungen des 5a. Abschnittes oder über die Verletzung des Umfangs eines Angebotskonzepts einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilten Auflagen

[...]

von Amts wegen

a. soweit der begründete Verdacht besteht, dass gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 bereitgestellte Angebote oder gemäß § 3 Abs. 8 veranstaltete Programme nicht dem durch die §§ 4b bis 4f und die Angebotskonzepte (§ 5a), einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilter Auflagen gezogenen Rahmen entsprechen;

[...]“

§ 2 ORF-G lautet auszugsweise:

„(1) Der Unternehmensgegenstand des Österreichischen Rundfunks umfasst, soweit in diesem Bundesgesetz nicht Anderes bestimmt ist,

1. die Veranstaltung von Rundfunk,

2. die Veranstaltung von mit der Tätigkeit nach Z 1 in Zusammenhang stehendem Teletext und die Bereitstellung von mit der Tätigkeit nach Z 1 in Zusammenhang stehenden Online-Angeboten,

[...]“

§ 3 ORF-G lautet auszugsweise:

„ (5) Zum Versorgungsauftrag zählt auch

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

§ 4e und § 4f ORF-G lauten auszugsweise:

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

1. Information über den Österreichischen Rundfunk und seine gemäß § 3 veranstalteten Programme und bereitgestellten Angebote;

2. eine tagesaktuelle Überblicksberichterstattung (Abs. 2);

3. die Begleitung der in den Programmen nach § 3 Abs. 1 und 8 ausgestrahlten Sendungen (sendungsbegleitende Inhalte; Abs. 3) und

4. einen Abrufdienst für die in den Programmen nach § 3 Abs. 1 und 8 ausgestrahlten Sendungen (Abs. 4).

(2) Die Überblicksberichterstattung (Abs. 1 Z 2) besteht aus Text und Bild und kann einzelne ergänzende Audio-, audiovisuelle und interaktive Elemente sowie Podcasts (Audio und Video) umfassen. Sie bezieht sich auf die wichtigsten tagesaktuellen Geschehnisse aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Chronik, Wetter, Kultur, Wissenschaft, Sport, Volksgruppen und Religion auf internationaler, europäischer, und bundesweiter Ebene[...].

(3) Sendungsbegleitende Inhalte (Abs. 1 Z 3) sind:

1. Informationen über die Sendung selbst und die daran mitwirkenden Personen sowie damit im Zusammenhang stehender Sendungen, einschließlich Audio- und audiovisueller Angebote und ergänzender interaktiver Elemente sowie Podcasts (Audio und Video), und

2. Informationen zur unterstützenden Erläuterung und Vertiefung der Sendungsinhalte, einschließlich Audio- und audiovisueller Angebote und ergänzender interaktiver Elemente sowie Podcasts (Audio und Video), soweit dabei auf für die jeweilige Hörfunk- oder Fernsehsendung bzw. Sendereihe verfügbare Materialien und Quellen zurückgegriffen wird und dieses Angebot thematisch und inhaltlich die Hörfunk- oder Fernsehsendung unterstützend vertieft und begleitet[...].

(4) Der Abrufdienst gemäß Abs. 1 Z 4 umfasst nur Sendungen (einschließlich Hörfunk), die vom Österreichischen Rundfunk selbst oder in seinem Auftrag, sei es auch in Zusammenarbeit mit Dritten, hergestellt wurden [...].

(5) Das Online-Angebot gemäß Abs. 1 bis 4 darf erst nach Erstellung eines Angebotskonzeptes (§ 5a) bereitgestellt werden und ist keiner Auftragsvorprüfung zu unterziehen. Sind durch die kommerzielle Verwertung der Angebote gemäß Abs. 1 die Voraussetzungen des § 6 erfüllt, ist eine Auftragsvorprüfung (§§ 6 bis 6b) durchzuführen.

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

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

[...]

23. Foren, Chats und sonstige Angebote zur Veröffentlichung von Inhalten durch Nutzer; zulässig sind jedoch redaktionell begleitete, nicht-ständige Angebote zur Übermittlung oder Veröffentlichung von Inhalten durch Nutzer in inhaltlichem Zusammenhang mit österreichweit gesendeten Fernseh- oder Hörfunkprogrammen. Voraussetzung für die Veröffentlichung von Nutzerinhalten in solchen Angeboten sind die Registrierung des Nutzers unter Angabe von Vor- und Nachname und der Wohnadresse. Die Registrierung ist nur zulässig, wenn der Nutzer ohne Zwang und in Kenntnis der Sachlage für den konkreten Fall in die Verwendung seiner Daten ausdrücklich eingewilligt hat. Der Österreichische Rundfunk hat Nutzer bei begründetem Verdacht auf unrichtige Registrierungsangaben zum Nachweis der Richtigkeit der Angaben binnen angemessener Frist bei sonstiger Löschung des Registrierungsprofils aufzufordern und Nutzer mit offenkundig unrichtigen Angaben von vornherein von der Registrierung auszuschließen. Die bei der Registrierung übermittelten Daten dürfen zu keinem über die Registrierung hinausgehenden Zweck verwendet werden. Auf Verlangen des Nutzers sind sämtliche Daten, einschließlich des Registrierungsprofils, zu löschen;

[...]

25. soziale Netzwerke sowie Verlinkungen zu und sonstige Kooperationen mit diesen, ausgenommen im Zusammenhang mit der eigenen tagesaktuellen Online-Überblicksberichterstattung;

[...]"

§ 18 ORF-G lautet auszugsweise:

„§ 18. (3) Die in § 4f Abs. 2 Z 1 bis 7, 9, 11, 13, 14, 16, 20, 21 und 23 bis 28 genannten Angebote dürfen im Rahmen der kommerziellen Tätigkeiten nicht bereitgestellt werden.“

4.1. Amtswegigkeit

Die Bestimmung des § 36 Abs. 1 Z 3 lit a ORF-G legt fest, dass, „soweit der begründete Verdacht besteht, dass gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 bereitgestellte Angebote oder gemäß § 3 Abs. 8 veranstaltete Programme nicht dem durch die §§ 4b bis 4f und die Angebotskonzepte

(§ 5a), einschließlich allfälliger nach § 6b Abs. 2 erteilter Auflagen gezogenen Rahmen entsprechen“, die Regulierungsbehörde von Amts wegen zu entscheiden hat.

Der ORF stellt in umfangreicher Weise Inhalte im Internet, d.h. online, in diesem Fall auf Facebook, bereit, bei denen es sich, wie noch unten auszuführen sein wird, um Angebote gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G handelt.

§ 4f Abs. 2 ORF-G normiert Verbote bei der Bereitstellung gewisser Online-Angebote, darunter unter Z 25 ein Verbot sozialer Netzwerke sowie Verlinkungen zu und sonstige Kooperationen mit diesen.

Ein begründeter Verdacht, wonach die inkriminierten Angebote nicht dem Rahmen der § 4e oder § 4f ORF-G entsprechen, war daher hinreichend gegeben.

Hinsichtlich des amtswegigen Einschreitens der Behörde ist noch darauf zu verweisen, dass es „*einer der zentralen Aspekte der Novelle BGBl I 2010/50 [war], den Umfang des zulässigen Online-Angebots zu präzisieren.*“ (Anmerkung zu § 3 Abs. 5 ORF-G in *Kogler/Trainer/Truppe, Österreichische Rundfunkgesetz³, 45*).

4.2. Vorliegen eines Online-Angebots

Zunächst ist festzuhalten, dass das Gesetz selbst davon ausgeht, dass es sich bei sozialen Netzwerken um Online-Angebote handelt. § 4f Abs. 2 1. Satz iVm Z 25 ORF besagt nämlich Folgendes:

„(2) Folgende Online-Angebote dürfen nicht im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags bereitgestellt werden: [...] 25. soziale Netzwerke [...].“

Unbeschadet dessen wird materiell-rechtlich geprüft, ob und inwieferne es sich bei den inkriminierten Angeboten um Online-Angebote gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G (Online-Angebote gemäß § 4e und 4f) handelt.

Das ORF-G im Allgemeinen und die in § 1a ORF-G normierten Definitionen im Speziellen enthalten keine Begriffsbestimmung dessen, was ein Online-Angebot darstellen soll. Diese Definition war daher zu ermitteln.

Der Public-Value-Beirat hat in seiner Stellungnahme vom 30.09.2011 die Einordnung der ORF-Facebook-Angebote dahingehend kommentiert, dass *„kein Zweifel [besteht], dass es sich bei den inkriminierten Angeboten um „Online-Angebote“ im Sinne der Vorschriften des ORF-G handelt. Es mag stimmen, dass diese Angebote – wie der ORF vorbringt – keine „klassischen Online-Angebote“, wie etwa das Angebot auf news.orf.at sind. Grundsätzlich hält der Public-Value-Beirat fest, dass es sich dabei um zeitgemäße Formen der Verbreitung publizistischer Inhalte an die Allgemeinheit handelt.“* (Hervorhebung nicht im Original).

Die KommAustria geht grundsätzlich davon aus, dass ein Online-Angebot im Sinne des § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G ein publizistisches, an die allgemeine Öffentlichkeit gerichtetes Angebot darstellt, das über ein elektronisches Kommunikationsnetz („Online“) verbreitet wird.

Anhaltspunkte für eine genauere Definition des Begriffs (öffentlich-rechtliches) „Online-Angebot“ liefert die Begründung zum 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, der im Wesentlichen die Ergebnisse des deutschen Beihilfeverfahrens in den Rundfunkrechtsbestand eingearbeitet hat. Dieses erforderte aus beihilfenrechtlicher Sicht eine Präzisierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, insbesondere im Bereich Online. Einerseits wurden damit die vom Bundesverfassungsgericht entwickelten inhaltlichen Grundlagen des öffentlich-rechtlichen Rundfunkauftrags für neue Technologien fortentwickelt, andererseits bedurfte es einer neuen inhaltlichen Abgrenzung, nunmehr nicht

nur gegenüber den privaten Mitbewerbern, sondern auch gegenüber den anderen Bewerbern, die auf diesem Markt tätig sind, wie etwa die Verleger.

Die Eckpunkte derartiger Telemedien, wie es in der deutschen Terminologie anstelle von Online-Angeboten heißt, sind:

„Telemedien, die von den in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, dem ZDF und Deutschlandradio angeboten werden, setzen [...] eine journalistisch-redaktionelle Veranlassung und journalistisch-redaktionelle Gestaltung des betreffenden Angebots voraus. Der Begriff „journalistisch-redaktionell“ verlangt eine planvolle Tätigkeit mit dem Ziel der Herstellung und zeitnahen Weitergabe eines Angebots, das [...] als Beitrag zur Meinungsbildung genügt. Als journalistisch-redaktionelle Tätigkeitsschwerpunkte kommen insbesondere die recherchierende Sammlung, die auswählende und gewichtende Bewertung recherchierter Quellen sowie die systematisierende und strukturierende sprachliche oder sonstige Aufbereitung in Betracht. Eine Veranlassung ist z. B. dann gegeben, wenn der journalistisch-redaktionell bearbeitete Gegenstand öffentliche Relevanz aufweist. Journalistisch-redaktionelle Gestaltung ist gegeben, wenn das für das in Bearbeitung befindliche Angebot ausgewählte Material in eigenständiger Weise in Text, Bild oder Ton geformt wird. Somit sind zufällige Ansammlungen (unredigierte Chats, Messergebnisse), nicht bearbeitete Wiedergaben (Web-Kamera, Foto-Galerie) oder nicht gewichtete Inhalte (aufgelistete Agenturmeldungen) Beispiele für Angebote, die das Merkmal journalistisch-redaktionell nicht erfüllen.“

Die KommAustria geht davon aus, dass diese Grundsätze auch auf die Frage der Abgrenzung bzw. Definition eines Online-Angebots im Sinne des ORF-G angewendet werden können. Anhand dieser – insbesondere hinsichtlich der Abgrenzung zwischen dem, was tatsächlich ein Online-Angebot darstellt und zufälligen Ansammlungen von Text o.ä. zutreffenden – Definition kann festgehalten werden, dass die inkriminierten Angebote journalistisch-redaktionell veranlasste, journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote und planvolle Tätigkeiten darstellen. Sie werden vom ORF bewusst bereitgestellt, um eine Diskussion zu einem bestimmten Thema in Gang zu bringen oder Informationen über Sendungen bereitzustellen. Die Angebote sollen einen Beitrag zur Meinungsbildung dadurch leisten, dass im Fernsehen oder im Radio angebotene Inhalte auch auf der Plattform Facebook bekanntgemacht und verbreitet werden sollen, und damit an eine Zielgruppe herangeführt werden, die von den klassischen Medien nicht erreicht werden kann. Daher handelt es sich um eine bewusste Aufbereitung bzw. Bereitstellung von Inhalten (z.B. Live-Stream von Ö3 oder Sendungsmitschnitte), es findet auch regelmäßig eine redaktionelle Betreuung sowie Kommentierung der von den Nutzern online bereitgestellten Inhalte statt. Auch die angebotenen Videos und Fotos sind bewusst, passend zum betreffenden Angebot, gewählt. Die Inhalte spiegeln die betreffenden Sendungen bzw. Angebote wieder. Insofern stellen diese Angebote bewusste Ansammlungen von Inhalten oder bearbeitete Wiedergaben derselben dar.

Der ORF vertritt demgegenüber die Auffassung, das „Web 2.0.“ diene mittlerweile auch der Kommunikation zwischen Personen und trete in seiner Funktion neben herkömmliche Formen der Individualkommunikation, wie zB. E-Mail oder Telefon. Dieser Vergleich erscheint im Hinblick auf den in Frage stehenden Sachverhalt unter anderem deshalb als unzutreffend, weil auf Facebook beide Möglichkeiten, nämlich die, individuelle Nachrichten ohne Einsichtsmöglichkeiten durch Dritte dem Seitenbereinsteller zu übermitteln, und die, Nachrichten auf die „Pinnwand“ zu posten, existieren. Für die Interaktion zwischen ORF und Nutzern wird ausschließlich die „Pinnwand“ genutzt, damit ist Individualkommunikation im Sinne einer ausschließlichen Zwei-Weg-Kommunikation ausgeschlossen. Die Kommunikation findet zum einen für alle Nutzer einsehbar und in diesem Sinn öffentlich statt, zum anderen ist die Teilnahme an dieser Kommunikation durch Posten jederzeit möglich.

Das Vorbringen des ORF, die Erstellung und Betreuung von Seiten erfolge in stetem Wechselspiel zwischen Nutzern und „Administratoren“ und würde diese Form der Gestaltung daher der herkömmlichen Einordnung und Zurechnung von eindeutig abgrenzbaren „Angeboten“ an eine bestimmte einzelne Person nicht gerecht, ist unter einem weiteren Gesichtspunkt abzulehnen: Das Grundangebot auf den inkriminierten Seiten wird vom ORF bereitgestellt, die Nutzer haben die Möglichkeit, darauf zu reagieren. Insofern handelt es sich um klar und bewusst abgegrenzte Angebote, hinsichtlich derer eindeutig ersichtlich ist, wem sie zuzurechnen sind. In diesem Sinn ist der Bundeskommunikationssenat in seiner Entscheidung hinsichtlich des Teilangebots debatte.ORF.at (BKS vom 07.09.2011, GZ 611.993/0001-BKS 2011, S. 3) zu zitieren, der festhält, dass ein Themenwechsel bei einzelnen Debatten nichts an der ständigen Verfügbarkeit deren Darstellung über das Foren-Angebot auf debatte.ORF.at an sich ändert. Insofern ändern auch Postings der Nutzer nichts an der Abgegrenztheit der inkriminierten Angebote und deren Zurechenbarkeit.

Im Übrigen räumt auch der ORF in durchaus widersprüchlicher Weise ein, dass neben dem „Posten“ die Erstellung und Betreuung von Seiten und Inhalten in sozialen Netzwerken eine „gemeinschaftliche Dimension“ aufweisen. Zu ergänzen wäre hier, dass keines der inkriminierten Angebote über eine Zugangsbeschränkung verfügt. Dies ist bei Facebook dann der Fall, wenn das betreffende Angebot nur über die Funktion „FreundIn hinzufügen“ eingesehen werden kann und sich dieses damit nur an einen eingeschränkten Nutzerkreis wendet. Die Tatsache, dass es sich bei den inkriminierten Angeboten nicht um solche mit einem geschlossenen Nutzerkreis handelt, ist ein Hinweis, dass sich die Angebote an die allgemeine Öffentlichkeit richten. Das Angebot von Facebook ist jedermann zugänglich, eine allfällige Registrierung steht jedem Nutzer offen. Der ORF bringt zudem vor, dass die inkriminierten Angebote als Marketinginstrumente verstanden werden müssen. Auch dadurch wird ersichtlich, dass sich die Angebote an eine breite Öffentlichkeit wenden.

Die inkriminierten Angebote entsprechen inhaltlich den durch den Katalog der §§ 4e Abs. 1 Z 1 bis 3 und 4f Abs. 1 ORF-G im öffentlich-rechtlichen Auftrag verpflichtend vorgesehenen Online-Angeboten. Es handelt sich im Wesentlichen dabei um Information über den ORF und seine gemäß Abs. 3 ORF-G veranstalteten Programme und bereitgestellten Angebote, um tagesaktuelle Berichterstattung oder um Begleitung der in den Programmen gemäß § 3 Abs. 1 und 8 ORF-G ausgestrahlten Sendungen. Im Einzelnen sind dies:

1. Was Gibt es Neues?

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G dar.

2. Universum

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 3 ORF-G dar.

3. Ö3-Zeitreise

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G dar.

4. direkt - das magazin

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

5. Willkommen Österreich

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

6. Schlawiner

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

7. ORF Radio Wien

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

8. ORF Wien heute

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G dar.

9. Ö3 Soundcheck

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G dar.

10. ORF Serien

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

11. ORF Lange Nacht der Museen

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G dar.

12. ORF Die Große Chance

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

13. HELDEN VON MORGEN

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

14. Wir sind Kaiser - Ein Fest für Österreich

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

15. Österreich singt - ORF

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

16. ORF RadioKulturhaus

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G dar.

17. ORF Shop

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4f Abs. 1 ORF-G dar.

18. Nadine Beiler Goes Eurovision

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

19. Die ARGE Talk-Show ORF Eins

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

20. 147 - Rat auf Draht

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4f Abs. 1 ORF-G dar.

21. ORF contra I der talk

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

22. Zeit im Bild

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1, 2 und 3 ORF-G dar.

23. Heute in Österreich

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

24. Weltjournal

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

25. kultur.montag

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

26. ORF REPORT

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

27. konkret - das Servicemagazin

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

28. ORF Jahreszeit

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

29. ORF newton

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

30. dokfilm

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

31. CLUB 2

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

32. ORF BÜRGERFORUM

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

33. Schnell ermittelt

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

34. Die Lottosieger

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

35. Radio Vorarlberg - Da bin ich daheim

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

36. ORF Religionsmagazin ORIENTIERUNG

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

37. Radio Niederösterreich

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

38. radio FM4

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 und 3 ORF-G dar.

39. Hitradio Ö3

hinsichtlich der vom ORF bereitgestellten Inhalte bzw. von ORF-Administratoren vorgenommenen Änderungen von bereitgestellten Inhalten.

Dies stellt grundsätzlich ein Angebot gemäß § 4e Abs. 1 Z 1, 3 und 4 iVm 4f Abs. 1 ORF-G dar.

Die Inhalte der inkriminierten Angebote entsprechen weiters den am 25.03.2011, am 31.03.2011 und am 26.05.2011 der KommAustria vollständig übermittelten Angebotskonzepten, die vom ORF acht Wochen später zugänglich gemacht wurden. Es handelt sich dabei um die Angebotskonzepte zu TV.ORF.at, oesterreich.ORF.at, religion.ORF.at, Fm4.ORF.at, oe1.ORF.at, insider.ORF.at, radio.ORF.at, kundendienst.ORF.at und oe3.ORF.at. Auch dadurch ergibt sich, dass der Gesetzgeber von dem dargestellten Verständnis eines Online-Angebots ausgeht, da er diese Inhalte ausdrücklich als solche der Online-Angebote definiert.

Im Wesentlichen beinhalten die Angebotskonzepte bzw. die tatsächlich bereitgestellten Online-Angebote auf ORF.at neben der redaktionellen Begleitung der Sendungsinhalte auch weitere Informationen zu den einzelnen Sendungen, wie etwa Bilder oder Hintergrundinformationen. Weiters besteht die Möglichkeit zur Aufnahme des Kontaktes mit den einzelnen Redaktionen über E-Mail oder eigenen Webformularen. Weitergehende Interaktionsmöglichkeiten mit den Redaktionen bestehen jedoch nicht.

Die Facebook-Angebote bieten darüber hinaus den für ein soziales Netzwerk typischen Mehrwert wie die Möglichkeit der Interaktion mit anderen Nutzern bzw. dem ORF als Betreiber der Facebook-Seiten oder Kommentierungsfunktionen betreffend Videos und Fotos.

Zum anderen weisen die Facebook-Angebote insgesamt eine erhöhte Multimedialität auf. Es werden beispielsweise eine Vielzahl von Fotos und Videos von den Produktionen selbst sowie den Dreharbeiten gezeigt.

Es wird als Zwischenergebnis festgehalten, dass es sich bei den inkriminierten Angeboten um solche handelt, die sich an die Allgemeinheit richten und die einen publizistischen Charakter aufweisen. Es handelt sich um Online-Angebote gemäß § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G,

die von ihren Inhalten her zunächst einmal zum Großteil unter die Bestimmungen der §§ 4e Abs. 1 und 4f Abs. 1 ORF-G subsumiert werden können.

Ergänzend sei darauf verwiesen, dass der ORF in seiner Stellungnahme vorbringt, dass es sich bei Facebook nicht um ein „klassisches“, im Sinne eines publizistischen Online-Angebots handle, da „soziale Netzwerke derzeit von vielen Unternehmen zur Vermarktung genutzt [werden].....Eine Facebook-Seite entspricht unter diesem Aspekt einer zeitgemäßen Form einer Online-Anzeige. Auch die Schaltung bzw. Veröffentlichung einer vom ORF gestalteten Online-Anzeige...ist kein Online-Angebot des ORF iSd ORF-G.“ Aus dieser Ansicht wird geschlossen, dass bestimmte Angebote vor allem Marketingaktivitäten darstellen. Auch die organisatorische Einbindung der entsprechenden Mitarbeiter in die Abteilung „Marketing und Kommunikation“ würde diesem Faktum Rechnung tragen.

Dieses Vorbringen geht an der für Online-Angebote geltenden Rechtslage vorbei. Wie bereits oben angeführt, sind auch jene Angebote von § 4e ORF-G erfasst, die „Informationen über den Österreichischen Rundfunk und seine gemäß § 3 veranstalteten Programme und bereitgestellten Angebote“ bieten (§ 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G). Zum Beweis der publizistischen Dimension der betreffenden Angebote sei erneut darauf verwiesen, dass auch jene vom ORF im Zusammenhang mit den Marketing-Aktivitäten zitierten Facebook-Beispiele (ORF Serien, ORF Lange Nacht der Museen, ORF Die Große Chance, HELDEN VON MORGEN, Wir sind Kaiser - Ein Fest für Österreich, Österreich singt, ORF Radio Kulturhaus, ORF Shop, Nadine Beiler Goes Eurovision und die ARGE Talkshow) den durch die veröffentlichten Angebotskonzepte vom 31.03. bzw. 26.05.2011 gedeckten Online-Angeboten insider.ORF.at, oe.ORF.at und kundendienst.ORF.at entsprechen. Das bedeutet, die in den genannten Angebotskonzepten umrissenen Inhalte entsprechen jenen im Rahmen der inkriminierten Angeboten behandelten, und werden lediglich plattformadäquat angepasst.

Diese inhaltliche, publizistische Dimension unterscheidet auch Angebote gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G von Tätigkeiten gemäß § 2 Abs. 1 Z 4 ORF-G, hier insbesondere die Vermarktung der Bereitstellung von Online-Angeboten. Damit scheidet § 2 Abs. 1 Z 4 ORF-G als Rechtsgrundlage für die inkriminierten Angebote aus, vielmehr handelt es sich dem Grunde nach um hinsichtlich des Unternehmensgegenstandes allenfalls unter § 2 Abs. 1 Z 2 ORF-G zu subsumierende Tätigkeiten.

Es überzeugt das Marketing-Argument schon insoweit nicht, als damit der ORF zeitlich-inhaltliche Beschränkungen des § 4e bzw. 4f ORF-G umgehen könnte. Durch Bereitstellung von über § 4e bzw. 4f ORF-G hinausgehende Inhalte unter dem Titel des „Marketing“ würden die gesetzlichen Festlegungen jegliche Bedeutung verlieren. Es ist unbestritten, dass durch derlei Online-Angebote auch Marketing-Zwecke verfolgt werden, im Kern geht es aber um die Bereitstellung von Inhalten, die von § 4e bzw. § 4f ORF-G abgedeckt sind. Das betreffende inkriminierte Angebot kann insoweit nicht über den Titel Marketing „entkleidet“ werden. In diesem Zusammenhang spielt auch die Betreuung mancher Angebote durch Mitarbeiter der ORF-Abteilung Marketing keine Rolle, es handelt sich hier lediglich um eine Frage der ORF-internen Organisationsstruktur.

Die vorzitierten Angebote stellen im Lichte des oben Dargestellten auch nicht Webinhalte dar, die der ORF wie jedes Unternehmen betreibt, um die Voraussetzung für sein Tätigwerden erst zu schaffen, sondern eben um publizistische Angebote, die inhaltlich den gesetzlichen Anforderungen für öffentlich-rechtliche Angebote gemäß § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G unterliegen.

Wie bereits angesprochen würde eine andere Sichtweise dazu führen, dass die präzisen gesetzlichen Bestimmungen für Online-Angebote des ORF vollständig umgangen werden könnten. Redaktionell gestaltete, mit den gesetzlich gebotenen Inhalten vergleichbare Angebote, würden auf einer anderen, nicht ORF-eigenen Plattform allgemein zugänglich

gemacht, ohne den einschlägigen gesetzlichen Bedingungen zu unterliegen. Wäre dem so, würde es sich um eine planwidrige Lücke handeln, die dem Gesetzgeber nicht unterstellt werden kann.

Es handelt sich also auch bei den „Marketing-Aktivitäten“ bzw. „Webinhalten, die der ORF wie jedes andere Unternehmen betreibt, um tätig zu werden“, unzweifelhaft um Online-Angebote im Sinne des § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G. Auch hier gilt wiederum, dass die betreffenden Inhalte unter § 4e Abs. 1 Z 1 ORF-G subsumiert werden können.

Zusammenfassend ist also hinsichtlich des Vorliegens von Online-Angeboten festzuhalten, dass die inkriminierten Angebote, da sie publizistische Inhalte, die (entweder oder kumulativ) Sendungshinweise, sendungsbegleitende Inhalte, tagesaktuelle Berichterstattung bzw. Information über den Österreichischen Rundfunk und seine Programme beinhalten, in den Anwendungsbereich des § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G fallen.

4.3. Vorliegen eines Sozialen Netzwerkes

Nicole B. Ellison vom Department of Telecommunication, Information Studies and Media an der Michigan State University definiert in ihrer Arbeit über Soziale Netzwerke diese folgendermaßen:

Soziale Netzwerke stellen web-basierende Dienste dar, die es Nutzern ermöglichen

- 1.) ein öffentliches oder halb-öffentliches Profil innerhalb eines begrenzten Systems einzurichten,
- 2.) eine Liste anderer Nutzer, mit denen sie eine Verbindung teilen, zu erstellen, und
- 3.) ihre Liste sowie andere innerhalb des Systems erstellte Listen zu sichten und einzusehen.

Die unter www.facebook.com abrufbare Plattform stellt ein klassisches soziales Netzwerk, einen Prototyp im Sinne des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G dar.

4.4. Zurechenbarkeit zum ORF

Nächste zu prüfende Voraussetzung im Hinblick auf § 3 Abs. 5 Z 2 und damit §§ 4e und 4f ORF-G ist, ob die inkriminierten Angebote dem ORF zuzurechnen sind und damit von ihm bereitgestellt werden.

Ausschlaggebend für die Beurteilung der Zurechenbarkeit ist, wer die Verfügungsgewalt über das jeweilige Angebot hat. Dabei schadet es auch wie erwähnt nicht, wenn das zur Verfügung gestellte publizistisch-redaktionelle Angebot durch von anderen Nutzern erstellte Elemente angereichert wird, wie es bei den inkriminierten Angeboten der Fall ist.

Keinerlei Relevanz kommt in diesem Zusammenhang dem Plattformbetreiber zu: dieser ist lediglich technischer Dienstleister bzw. Vertriebsweg für die vom ORF bereitgestellten Angebote. In der „*Erklärung der Rechte und Pflichten*“ von Facebook heißt es in Punkt 2: „*Du bist Eigentümer aller Inhalte und Informationen, die du auf Facebook postest. Zudem kannst du Mithilfe deiner Private- und Anwendungseinstellungen kontrollieren, wie diese Informationen ausgetauscht werden.*“

Weiteres Element der Zurechenbarkeit ist die Rolle des für das Angebot verantwortlichen Administrators, der damit auch die redaktionelle Kontrolle für das Angebot ausübt. Die redaktionelle Kontrolle besteht u.A. darin, die Inhalte löschen oder ändern zu können. Über die Rolle des Administrators kann der ORF ein Online-Angebot im Sinne des Gesetzes „bereitstellen“, was die Voraussetzung für die Anwendung von § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G

darstellt. Er muss es nämlich in der Hand haben, das betreffende Angebot umfänglich (in den vom Plattformbetreiber technisch vorgegebenen Grenzen) verändern zu können.

Unerheblich für die Frage der Zurechnung ist, ob und wie viele weitere Personen nach der Einrichtung der Seite als Administratoren eingetragen werden.

Wie oben dargestellt, werden folgende Formen der Bereitstellung der inkriminierten Angebote unterschieden:

Angebote (1 bis 3), die von einem Auftragsproduzenten gestaltet werden, diese haben keinen ausdrücklichen Auftrag des ORF, Facebook-Seiten zu gestalten. ORF-Mitarbeiter sind auch nicht als Administratoren der jeweiligen Seiten eingetragen.

Auftragsproduktionen des ORF sind Letzterem zuzurechnen, der Auftragsproduzent ist für den ORF eine Art „Erfüllungsgehilfe“. Es handelt sich bei den entsprechenden Transaktionen um Programmkäufe, die der Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags, wie er in § 3 bis 5 ORF-G definiert ist, dienen. Daraus ergibt sich die rundfunk- und medienrechtliche Verantwortlichkeit des ORF für diese Produktionen. Das vertragliche Innenverhältnis zwischen Auftragsproduzenten und ORF ist insofern für die Frage der Zurechnung unerheblich. Es ist daher auch belanglos, wenn kein ausdrücklicher Auftrag des ORF zur Bereitstellung der inkriminierten Angebote besteht.

Der ORF bringt vor, dass für derartige Facebook-Angebote keine sachlichen Mittel des ORF herangezogen werden. Die Bereitstellung steht in untrennbarem Konnex zur Auftragsproduktion, diese wird aus Mitteln des ORF finanziert. Ohne die Auftragsproduktion ist nicht denkbar, dass z.B. die Facebook-Auftritte von „Was gibt es Neues?“ oder „Willkommen Österreich“ bereitgestellt werden. Dem Gesetzgeber kann nicht unterstellt werden, dass in jenen Fällen, in denen Informationen bzw. Inhalte im Sinne des § 4e Abs. 1 ORF-G über eine Auftragsproduktion, nicht vom ORF, sondern vom Auftragsproduzenten bereitgestellt werden, die gesetzlichen Vorgaben nicht zur Anwendung kommen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Online-Angebote, die Auftragsproduktionen des ORF betreffen, aus den genannten Gründen letzterem zuzurechnen sind, auch für den Fall, dass kein expliziter Auftrag seitens des ORF vorliegt. Typischerweise hätte jedoch der ORF in diesen Fällen einen vertraglichen Einfluss.

Diese Zurechnung gilt um so mehr auch für jene Fälle, wo neben den Auftragsproduzenten auch ein Mitarbeiter des ORF als Administrator eingetragen wurde.

Ohne Bedeutung ist dabei, ob die Angebote nach wie vor gewartet werden. Die Angebote sind nach wie vor auf Facebook abrufbar und werden insofern vom ORF bereitgestellt. Dies gilt auch für Angebote, die seit einem Zeitpunkt vor dem Inkrafttreten der neuen Gesetzeslage, also dem 01.10.2010, nicht mehr aktualisiert wurden. Sie hätten nach dem 01.10.2010 entfernt werden müssen.

Das Vorbringen des ORF, wonach ein Angebot „faktisch“ nicht oder nicht mehr von einem ORF-Mitarbeiter betreut wird, ist daher ohne Belang. Derlei Angebote sind, da sie vom ORF bereitgestellt wurden, diesem auch zuzurechnen.

Für die Zurechnung gleichfalls unerheblich ist, ob Einträge auf Facebook ehrenamtlich bzw. außerhalb der Dienstzeit vorgenommen werden. Dies ist nämlich dem Fall gleichzusetzen, wenn ein Mitarbeiter außerhalb der Dienstzeit Mails schreibt oder Telefonate führt, die beruflich indiziert sind. Entscheidend ist insgesamt, dass die Tätigkeit durch den Mitarbeiter in seiner Eigenschaft als Mitarbeiter des ORF durchgeführt wird. Ebenso spielt keine Rolle, ob dies eine freiwillige Leistung darstellt, entscheidend ist, dass das betreute Angebot dem ORF in obigem Sinne zugerechnet werden kann.

Das bedeutet auch, dass jene Seiten, die von ORF-Mitarbeitern als Privatpersonen erstellt werden, nicht dem ORF zugerechnet werden können, sofern sie nicht den vorstehenden Kriterien entsprechen.

Anders verhält es sich im Fall der Website von Ö3, die ursprünglich von einem privaten „Fan“ eingerichtet wurde. Wie der ORF selbst in seiner Stellungnahme ausführt, wurden Ö3-Mitarbeitern mittlerweile Administratorenrechte eingeräumt. Ö3 selbst bietet unter „Ö3 Live“ Online-Radio an, unter „Fotos“, „Videos“ und „Youtube“ wird umfangreiches Eigenmaterial, unter „Veranstaltungen“ werden zahlreiche Off-air Veranstaltungen angeboten. Das Angebot ist daher in diesem Umfang dem ORF zuzurechnen. Hinsichtlich des übrigen Angebots ist die Mitwirkung der ORF-Administratoren an der Bereitstellung dem ORF zuzurechnen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass diejenigen Online-Angebote auf Facebook, die von einem für den ORF handelnden Mitarbeiter oder Mitarbeiter eines Auftragsproduzenten für eine vom ORF beauftragte Produktion bereitgestellt werden, dem ORF zuzurechnen sind. Dies gilt ebenso für Angebote, wo ORF-Administratoren nur Teile der Seite (und zwar in diesem Ausmaß) bereitstellen.

4.5. Vorliegen einer Kooperation

Es ist zu prüfen, inwieweit der Tatbestand einer Kooperation gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G vorliegt.

Gegen ein restriktives Verständnis der Verbotsliste des § 4f Abs. 2 ORF-G spricht einerseits die Judikatur. Der BKS hat in seiner Entscheidung (BKS vom 07.09.2011, GZ 611.993/0001-BKS 2011, S. 4) im Hinblick auf einen anderen Tatbestand der Verbotsliste des § 4f Abs. 2 ORF-G zur Frage der Unzulässigkeit des ORF-Teilangebots debattiert. ORF.at ausgeführt, dass: „...auch die Textierung der Z 23 zum Ausschluss auch „sonstiger Angebote zur Veröffentlichung von Inhalten durch Nutzer“ die Annahme nahe[legt], dass ein allzu restriktives Verständnis des offensichtlich durch Konkurrenzüberlegungen motivierten Tatbestands ausscheidet.“ Dies erschließe sich vor allem daraus, dass „vor allem unter Berücksichtigung der vorhandenen Materialien unzweifelhaft davon auszugehen [ist], dass den einzelnen Tatbeständen der Verbotsliste des 4f Abs.2 ORF-G eine wettbewerbsrechtlich oder zumindest wettbewerbspolitisch bedeutsame Abgrenzungsfunktion beizumessen ist. Abgesehen von spezifischen Ausnahmen sollen jedenfalls die in 4f Abs.2 ORF-G näher bezeichneten Angebote privaten Anbietern vorbehalten sein.“ (Hervorhebungen nicht im Original).

Gerade im Sinne der angesprochenen Wettbewerbsüberlegungen kann dem Gesetzgeber zudem nicht unterstellt werden, dass hier ausschließlich, wie der ORF meint, diesem untersagt werden solle, im Rahmen einer Kooperation an der Entwicklung eines sozialen Netzwerkes teilzunehmen, das ein allfälliger Kooperationspartner betreibt. Vielmehr ist davon auszugehen, dass der Gesetzgeber hier auch die starke Rolle des ORF als Content-Bereitsteller vor Augen hatte und aus den vorgenannten Überlegungen privaten Anbietern dieses Instrument der Anbindung spezieller Zielgruppen überlassen wollte.

Daher geht die Komm Austria davon aus, dass das ORF-G abschließend regelt, was der ORF im öffentlich-rechtlichen, publizistischen Bereich darf. Es gibt keinen Raum für publizistische Tätigkeiten, die öffentlich-rechtlich finanziert sind, die nicht durch das ORF-G geregelt sind, da das nunmehr in Geltung befindliche ORF-G (BGBl. I Nr. 379/1984 idF BGBl. I Nr. 126/2011) den öffentlich-rechtlichen Auftrag abschließend regelt.

Die Erläuterungen zur RV 611 BlgNR, 24. GP besagen in diesem Zusammenhang, dass *„Die Konkretisierung des zulässigen Online-Angebots gegenüber der geltenden Rechtslage ... aus wettbewerbsrechtlichen Überlegungen [erfolgt]: Anders als im Bereich des*

klassischen Rundfunks, wo die zulässigen Hörfunk- und Fernsehprogramme vor dem Hintergrund des dualen Rundfunks zahlenmäßig beschränkt sind, existiert im Online-Bereich schon aus technischen Gründen keine quantitative Begrenzung des Angebots. Der zulässige Tätigkeitsbereich des ORF im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags muss daher qualitativ bestimmt werden...“ (Hervorhebung nicht im Original).

Gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G dürfen vom ORF (die Online-Angebote) soziale Netzwerke sowie Verlinkungen zu und sonstige Kooperationen mit diesen nicht im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags bereitgestellt werden.

Hievon ausgenommen ist lediglich die Verlinkung bzw. sonstige Kooperation im Zusammenhang mit der eigenen tagesaktuellen Online-Überblicksberichterstattung. Die Erläuterungen zur RV 611 BlgNR, 24. GP besagen, dass „*eine solche Verlinkung zum Beispiel [erforderlich ist], wenn im Rahmen der tagesaktuellen Überblicksberichterstattung ein Bericht inhaltlich einen Bezug zu einem Social Network hat (vgl. auch Z 24) und dabei auf in einem Social Network veröffentlichte Information Bezug genommen wird (z.B. Bericht über Vorfälle in einem Social Network).*“

Der Folgerung des ORF, eigene Facebook-Angebote können schon deshalb nicht verboten sein, weil sonst die Bestimmung über die Verlinkung keinen Sinn ergeben würden, kann daher logisch nicht gefolgt werden. Das Gegenteil ist der Fall. Sogar eine Bezugnahme in der tagesaktuellen Berichterstattung auf ein soziales Netzwerk bzw. eine darauf veröffentlichte Information ist nur ausnahmsweise und in dem einzigen Fall möglich, wenn ein Bericht inhaltlich darauf Bezug nimmt und dabei auf eine in einem sozialen Netzwerk veröffentlichte Information Bezug genommen wird.

Schon diese sehr beschränkte Ausnahme weist darauf hin, dass weitergehendere Interaktionen mit sozialen Netzwerken untersagt sind, und dass eigene Auftritte des ORF im Rahmen sozialer Netzwerke überhaupt nicht in Betracht kommen.

Die in gegenständlichem Zusammenhang in Betracht kommende Fallkonstellation des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G hinsichtlich der inkriminierten Angebote sind „sonstige Kooperationen“ des ORF mit sozialen Netzwerken.

Mit der Formulierung „sonstige Kooperationen“ ist neben den expliziten Verboten eigener Netzwerke und Verlinkungen zu solchen ein umfassender Auffangtatbestand geschaffen. Sie bedeutet, dass mit „sonstige“ sowohl vertragliche, aber auch weniger förmliche und damit „lose“ Formen von Kooperationen, die auf die Bereitstellung eines Online-Angebotes hinauslaufen, von diesem Verbot erfasst sind.

Es ist davon auszugehen, dass der Gesetzgeber mit dem Begriff „sonstige Kooperationen“ – wobei dieser Begriff von co – operare, also zusammen – arbeiten, stammt – alle Arten einer mehr oder weniger förmlichen Zusammenarbeit erfassen wollte, vom Vertrag bis zum bloßen Zusammenwirken zwischen dem Plattformbetreiber des sozialen Netzwerks und dem ORF, sofern diese auf die Darstellung eines Online-Angebotes hinausläuft (vgl. dazu den Einleitungssatz von § 4f Abs. 2 iVm Z 25 ORF-G). Für ein umfassendes Verständnis dieser Bestimmung, wie schon oben ausgeführt, spricht die Intention der §§ 4e und 4f ORF-G.

Sowohl für die Nutzung des Facebook-Angebots wie für die Erstellung von Seiten müssen Nutzungsvereinbarungen abgeschlossen werden.

Durch die Annahme der Nutzungsbedingungen sowie die Zustimmung zu den Richtlinien für Facebook-Seiten kommen demnach Vereinbarungen zwischen dem ORF (bzw. seinen Vertretern) und Facebook zustande. Damit ist von einer Kooperation, und zwar im engst

möglichen Wortsinn, auszugehen. Insoweit ist dem ORF beizupflichten, dass jedermann, der in vergleichbarer Form Facebook nutzt, eine Kooperation eingeht.

Der ORF geht aufgrund der Bereitstellung von Online-Angeboten in Form von „Seiten“ auf Facebook, die sowohl eine Annahme von Nutzungsbedingungen als auch eine Annahme der Facebook-Richtlinien für die Seitenerstellung des Angebots voraussetzt, jedenfalls eine „sonstige Kooperation“ im rechtlichen Sinn gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G ein. Es werden Online-Angebote im Sinne des § 4f Abs. 1. Satz iVm Z 25 ORF-G bereitgestellt.

Kooperation bedeutet auch ein gemeinsames Hinwirken auf einen wechselseitigen Zweck. Deshalb besteht auch bei einer wirtschaftlichen Betrachtungsweise eine Kooperation dahingehend, als durch die Bereitstellung der ORF-Angebote erhöhter Traffic auf Facebook generiert wird. Durch die Verlinkung auf die ORF.at-Seiten wiederum wird höherer Traffic für diese Online-Angebote des ORF erzielt. Dies wiederum führt zu erhöhten Werbeeinnahmen für Facebook auf der einen Seite und die Anziehung insbesondere junger Nutzer zum ORF (und in der Folge ebenfalls die Generierung erhöhter Werbeeinnahmen) auf der anderen Seite.

Auf einen ökonomischen Zusammenhang weist auch der Public-Value-Beirat in seiner Stellungnahme hin.

Dieses gemeinsame Hinwirken auf einen wechselseitigen Zweck gilt im Übrigen auch im Verhältnis Facebook zu Nutzer: Der Nutzer stellt seine persönlichen Daten zur Verfügung und ermöglicht es Vertragspartnern von Facebook, gezielt Werbung zu gestalten. Auf der anderen Seite hat der Nutzer die Möglichkeit, unentgeltlich mit seinen Freunden Kontakt aufzunehmen. Das bedeutet, dass Nutzer und Plattformbereitsteller im Rahmen dieses gemeinsamen Hinwirkens kooperieren.

Auch im Falle von Ö3 wird, wie bereits erwähnt, trotz der ursprünglichen Initiative von Herrn Gallobitsch davon auszugehen sein, dass das Angebot dem ORF in dem Ausmaß zuzurechnen ist, in dem Inhalte von Ö3 bzw. dessen Mitarbeiter bereitgestellt werden. Zur Kooperation gilt das oben Gesagte: der Abschluss einer Nutzungsvereinbarung ist Voraussetzung für die Tätigkeit der Administratoren, ebenso findet ein Zusammenwirken zu einem wechselseitigen Zweck statt. Der Vollständigkeit halber anzumerken wäre hier, dass eine andere Auslegung zu dem Ergebnis führen könnte, dass sich der ORF andernfalls leicht aus dem ihn treffenden Verbot befreien könnte.

Rechtlich und wirtschaftlich liegt der Bereitstellung der inkriminierten Angebote durch den ORF eine Kooperation des ORF mit dem Plattformbetreiber im Sinne des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G zugrunde. Im Sinne der vorstehenden Ausführungen zur Frage der Zurechenbarkeit schließt dies auch jene Fälle ein, bei denen dem ORF zurechenbare Dritte (Auftragsproduzenten) eine Seite bereitstellen.

4.6. Schlussfolgerung

Wie dargestellt, handelt es sich bei den inkriminierten Angeboten 1-38 um dem ORF zurechenbare Online-Angebote nach § 3 Abs. 5 Z 2 ORF-G, deren Bereitstellung gemäß 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G verboten ist.

Hinsichtlich Ö3 (39) gilt dies in dem Umfang als der ORF selbst Inhalte (insbesondere Player, Sendungsmitschnitte, Fotos, Videos, Veranstaltungskalender und Youtube) bereitstellt bzw. die Tätigkeit der Administratoren von ORF-Mitarbeitern wahrgenommen wird.

Die inkriminierten Angebote sind auch nicht von der in dieser Bestimmung normierten Ausnahme, wonach ein Bezug bzw. eine Verlinkung zu sozialen Netzwerken dann

hergestellt werden kann, wenn ein Zusammenhang mit der eigenen tagesaktuellen Online-Überblicksberichterstattung besteht, erfasst, da es sich bei diesen Angeboten um eigenständige, unter ORF-Marken bereitgestellte, handelt.

Unzulässige Angebote gemäß § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G dürfen auch nicht auf kommerzieller Basis erbracht werden (vergleiche dazu § 18 Abs. 3 ORF-G: „*die in § 4f Abs. 2 Z [...] 25 genannten Angebote dürfen im Rahmen der kommerziellen Tätigkeiten nicht bereitgestellt werden*“). Demgemäß ist eine Bereitstellung der Angebote sowohl auf öffentlich-rechtlicher wie auf kommerzieller Basis ausgeschlossen. Insoweit wird auch der Unternehmensgegenstand des § 2 Abs. 1 Z 2 ORF-G im genannten Umfang eingeschränkt, sodass eine Bereitstellung von Online-Angeboten auf Facebook seitens des ORF prinzipiell nicht in Betracht kommt.

Aus den dargelegten Gründen ist zu folgern, dass der ORF hinsichtlich der inkriminierten, ihm zurechenbaren Angebote, bezüglich der er Kooperationen mit dem sozialen Netzwerk Facebook eingegangen ist, das Verbot des § 4f Abs. 2 Z 25 ORF-G jedenfalls seit dem 21.07.2011 verletzt.

Es war daher spruchgemäß zu entscheiden.

III. Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Bescheid steht der Partei dieses Verfahrens das Rechtsmittel der Berufung offen. Die Berufung ist binnen zwei Wochen nach Zustellung dieses Bescheides schriftlich, telegraphisch, fernschriftlich, im Wege automationsunterstützter Datenübertragung oder in jeder anderen technisch möglichen Weise bei der Behörde, die diesen Bescheid erlassen hat, einzubringen. Die Berufung hat den Bescheid gegen den sie sich richtet, zu bezeichnen und einen begründeten Berufungsantrag zu enthalten.

Wien, am 25. Jänner 2012

Kommunikationsbehörde Austria
Der Senatsvorsitzende

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