

Die Digitalisierung der Fernsehübertragung als Herausforderung für den Österreichischen Rundfunk

CHRISTINA ORTNER, INGRID PAUS-HASEBRINK UND ALOIS PLUSCHKOWITZ

1 Einleitung

Seit einigen Jahren wird die Umstellung der Fernsehdistribution auf die digitale Technik europa- und weltweit von Politik und Marktteilnehmern zügig vorangetrieben. Da die Digitalisierung die Rahmenbedingungen für Fernchanbieter und Rezipienten grundlegend verändert, erweist sie sich als Herausforderung für Politik und Medienbranche und kann als eine der zentralen Entwicklungen im Rundfunkmarkt der letzten Jahrzehnte angesehen werden. Auch die österreichische Fernsehlandschaft ist von dieser Umstellung betroffen, insbesondere für den *Österreichischen Rundfunk (ORF)* stellt dies eine Herausforderung dar.

Der vorliegende Beitrag geht daher der Frage nach, in welcher Weise sich die Rahmenbedingungen für den *ORF* im Zuge der Digitalisierung der Fernsehübertragung gewandelt haben. Im ersten Kapitel wird der Digitalisierungsprozess seit den Anfängen der digitalen Satellitenübertragung in den 1990er Jahren bis hin zur Gegenwart nachgezeichnet. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Zeit nach 2001, als in Österreich erste systematische Überlegungen zu Umstiegsstrategien angestellt wurden. Anschließend werden die wesentlichen Veränderungen der medienpolitischen Vorgaben, die im Rahmen der Digitalisierung beschlossen wurden, hinsichtlich ihrer Auswirkung auf die Situation des *ORF* diskutiert. Eine zentrale Rolle spielen dabei das Privatfernsehgesetz (2001), die Novelle des ORF-Gesetzes (2001), die Digitalisierungskonzepte (2003; 2005; 2007) und ihre Umsetzung durch die Regulierungsbehörde *KommAustria*.

Da der *ORF* zu großen Teilen werbefinanziert ist, widmet sich ein weiteres Kapitel den Veränderungen der Konkurrenzsituation am Zuschauer- und Werbemarkt. Vor dem Hintergrund der erweiterten Angebote der digitalen

Plattformen (Terrestrick, Satellit, Kabel und IP-TV) und ihrer Verbreitung in der Bevölkerung, werden Veränderungen der Reichweiten, Marktanteile und Werbeeinnahmen des *ORF* in den Blick genommen.

2 Die Digitalisierung des Fernsehens in Österreich

2.1 Die Anfänge der Digitalen Fernsehübertragung

Der Beginn der digitalen Übertragung von Fernsehsignalen geht auf Mitte der 1990er Jahre zurück, als erstmals TV-Programme über digitale Satelliten ausgestrahlt wurden. Den Start machten im deutschsprachigen Raum *RTL* und das Pay-TV Programm *DF1* (Zervos 2003, 129; Stark 2006). Schon ein Jahr später begannen auch *ARD* und *ZDF* mit der digitalen Satellitendistribution (Zervos 2003, 131). Der *ORF* strahlte den Spartensender *TW1* (Tourismus- und Wetterkanal) erstmals 1997 über digitalen Satelliten aus; *ORF1* und *ORF2* folgen im Jahr 2000 (Steinmaurer 2002, 35).¹ Digitale Programme im Kabel waren in Deutschland schon im Jahr 1997 erhältlich (Zervos 2003, 131), und Ende 1998 wurde in Großbritannien erstmals in Europa auch digital-terrestrisches Fernsehen eingeführt (Marsden und Arino 2005, 7). Damit ist die Terrestrick europaweit der letzte Übertragungsweg, der auf die digitale Technik umgestellt wird.

Die Strategien der europäischen Länder sind dabei sehr verschieden. Österreich hat sich ähnlich wie Deutschland für eine inselweise Umstellung entschieden. Das bedeutet, dass der Umstieg Region für Region durchgeführt wird und die analogen Signale schon nach kurzem Parallelbetrieb (Simulcast-Phase) abgeschaltet werden. Dafür wurde in den Digitalisierungskonzepten 2003, 2005 und 2007 der *KommAustria* ein Umstellungsfahrplan vorgelegt, der inzwischen zu weiten Teilen umgesetzt ist.

2.2 Die Umstellung des terrestrischen Übertragungswegs

Seit 26.10.2006 strahlt der österreichische Multiplex-Betreiber *ORS*, Sendetechnik des *ORF*, in allen Landeshauptstädten die Programme *ORF1*, *ORF2*, *ATV* digital-terrestrisch aus (MUX A). Ende 2007 hatte der Versorgungsgrad bereits 90% erreicht (RTR 2007a, 122) und ist somit dem Ziel von 95% Abdeckung (KommAustria 2006, 9) rasch näher gekommen. Schon im März 2007 wurde mit der schrittweisen Abschaltung analoger Frequenzen begonnen. Den Anfang machte Bregenz, darauf folgten von Westen nach Osten Innsbruck, Salzburg, Linz, Graz, Klagenfurt, Wien, St. Pölten und Eisenstadt. Im Laufe des Jahres 2008 wurden zudem zahlreiche ländliche Gebiete digitalisiert (DFFG² 2008), so dass Ende 2007 schon 80% der Bevölkerung (RTR 2007a,

122) keine analog-terrestrischen Signale mehr empfangen konnte. Spätestens 2011 soll die Abschaltung aller analogen Programme (ATO) in ganz Österreich beendet sein (ebd.).

Da die digitalen Sender weniger Frequenzen brauchen als die früheren analogen, werden nach dem ATO wieder Frequenzen frei. Die ersten freien Übertragungsressourcen wurden für MUX B mit *Puls4*, *ORF Sport Plus* und *3sat* verwendet. Ende 2007 hatte dieser MUX bereits einen Versorgungsgrad von 80% der österreichischen Haushalte; laut *ORS*, einem Tochterunternehmen des *ORF* mit Beteiligung von *Medicur (Raiffeisen)*, das für die Ausstrahlung der DVB-T-Signale in Österreich verantwortlich ist, soll er in dichter besiedelten Gebieten noch etwas ausgebaut werden (ebd.). Neben MUX B stehen noch zwei weitere bundesweite Bedeckungen zur Verfügung.

Da sich lokale und regionale Fernsehanstalten die vergleichsweise hohen Kosten für die Ausstrahlung über MUX A oder B kaum leisten können, wird MUX C ausschließlich für diese Anbieter zur Verfügung stehen (*KommAustria* 2007, 18). Am 12.9.2007 wurden von der *KommAustria* Zulassungen zum Betrieb von mehreren regionalen und lokalen Multiplex-Plattformen ausgeschrieben; dies hatte reges Interesse zur Folge. Laut Pressemeldung der *RTR* sind insgesamt 29 Anträge eingelangt (*RTR* 2007b). Die Antragsteller sind vor allem Rundfunkveranstalter, die schon lokale oder regionale Programme in Kabelnetzen verbreiten. Das Vergabeverfahren ist derzeit noch nicht abgeschlossen.

Zeitgleich wurde auch eine Zulassung zur Betreibung einer Multiplex-Plattform für portables und mobiles Fernsehen (DVB-H) ausgeschrieben. Grund dafür war das große Wachstumspotenzial, das Rundfunkveranstalter und Mobilfunkunternehmen dieser neuen TV-Nutzungsform zuschreiben (*KommAustria* 2007, 22).³ Auch hier war das Interesse groß und die *KommAustria* musste aus vier Bewerbern auswählen. Am 29.2.2008 erhielt die *Media Broadcast GmbH* den Zuschlag. Für den Aufbau und Betrieb des Sendernetzes ist die *ORS* zuständig (*RTR* 2007a, 123). Die Ausstrahlung startete wie geplant im Juni 2008 zur Fußball Europameisterschaft mit 15 Programmen (*ORS* 2008a). Vorerst ist die Versorgung auf die Ballungsräume beschränkt, das Netz wird aber kontinuierlich ausgebaut (*ORS* 2008b).

Bis Ende 2007 wurden etwa 400.000 DVB-T-Empfangsgeräte verkauft; 230.000 davon werden vermutlich aber für Zweit- und Drittfernseher verwendet, denn nur 5% der österreichischen Fernsehhaushalte (etwa 170.000 Haushalten) nutzen *ausschließlich* den digital-terrestrischen Empfangsweg (*RTR* 2007a, 121).⁴ Einen Überblick über den Stand der Digitalisierung im Bereich der Terrestrik zeigt Tabelle 1:

Tabelle 1: Überblick über terrestrische Multiplexe

	MUX A	MUX B	MUX C	MUX D
Ausschreibung	10.5.2005	10.5.2005	12.9.2007	12.9.2007
Bescheid	26.2.2006	26.2.2006	–	29.2.2008
Zulassungsinhaber	ORS	ORS	–	Media Broadcast
Ausstrahlungsbeginn .	26.10.2006	05.3.2007	–	6.6.2008
Sendebereich	bundesweit (95%)	bundesweit	lokal/ regional	bundesweit
Abdeckung	90% (Ende 2007)	80% (Ende 2007)	–	Landeshauptstädte; genaue Zahl unbekannt
Standard	DVB-T	DVB-T	DVB-T	DVB-H
Empfangbarkeit	frei	frei	frei	nur für Handy-Kunden von Drei gegen monatlichen Aufpreis
Programme	ORF1, ORF2 (2 Bundes- länder), ATV, ORS-EPG	Puls4, ORF Sport Plus, 3sat, ORS-EPG	–	ORF1, ORF2, ATV, Puls4, ProSieben Austria, RTL, SAT1 Austria, VOX, LAOLA1, LaLaTV, Krone.tv, Red Bull TV, RTLII, N24, Super RTL

Quelle: Eigene Darstellung.

2.3 Stand der Digitalisierung der anderen Plattformen

Obwohl in der Umstellung der Terrestrik in den letzten Jahren große Fortschritte erzielt wurden, wird die Digitalisierung von der Satellitenübertragung angetrieben. Vor 2000 lag die Digitalpenetration im Satellitenbereich in Österreich noch unter 10%, danach gab es kontinuierlich deutliche Anstiege. Die größten Zuwächse konnten 2005 und 2007 verzeichnet werden (RTR 2006, 122; RTR 2007a, 120, 122).⁵ Ende 2007 nutzten bereits 65% aller österreichischen Satellitenhaushalte digitalen Empfang (RTR 2007a, 120). Grund für die jüngsten Zuwächse könnten neben der großen Programmviefalt die Preisreduktionen bei digitalen Satellitenreceivern und die Abschaltung der analogen terrestrischen Signale sein, wodurch analoge Satellitennutzer österreichische Programme nicht mehr empfangen können. Mit „einem vollständigen Verschwinden des Analogempfanges in diesem Bereich“ rechnet die RTR (2007a, 118) bereits „um das Jahr 2012“.

Die Digitalisierung des Kabels setzte etwas später ein und geht am langsamsten von statten. Zwar bieten österreichische Kabelbetreiber mehrheitlich digitale Pakete an, die Akzeptanz seitens der Kunden ist jedoch gering. Der Anteil der digitalen Nutzer an den Kabelhaushalten schwankte bis 2005 etwa zwischen 3% und 5%. Ein deutlicher Anstieg auf 12% konnte 2006 verzeichnet

werden (RTR 2006, 122).⁶ Seit Anfang 2008 verlangt der größte österreichische Kabelanbieter *UPC* erstmals keinen Aufpreis mehr für das digitale Bouquet. Zudem wurde *ORF1* im Juni 2008 in HD-Auflösung in die digitalen Kabelnetze eingespeist und die Endgerätförderung für Kabelreceiver aus dem Digitalisierungsfond kam zum Tragen (RTR 2007a, 119). Dies könnte die Digitalisierung im Kabel etwas vorantreiben.

Eine neue Form der Fernsehübertragung stellt IP-TV dar. Gemeint ist damit die Übertragung von TV-Inhalten über Breitband-Internetanschlüsse mit Hilfe des IP-Protokolls (ebd., 122). IP-TV wird derzeit vereinzelt von lokalen Anbietern und in größeren Teilen Österreichs von der *Telekom Austria* angeboten. Mit ihrem Produkt *aonTV* erreichte die *Telekom* Ende 2006 nach eigenen Angaben etwa 3.000 Haushalte (RTR 2006, 123). Günstige Preisangebote lösten in letzter Zeit großes Interesse aus. Laut *SES Astra* (2007) nutzten Ende 2007 schon 1% der österreichischen TV-Haushalte IP-TV.

Nimmt man alle vier Übertragungswege zusammen, liegt die Digitalpenetration Ende 2007 in Österreich laut *SES Astra* (2007) bei 52,7% und damit deutlich über dem europäischen Schnitt von 41%.

3 Veränderung der medienpolitischen Rahmenbedingungen

3.1 Medienpolitische Ausgangslage

Im Zuge der Digitalisierung, die in Österreich zeitlich mit der Dualisierung des Rundfunks und einem neuen ORF-Gesetz zusammengefallen ist, haben sich für den *ORF* die medienpolitischen Rahmenbedingungen verändert. Die gesetzliche Grundlage dafür bildet das Privatfernsehgesetz (PrTV-G) von 2001. Im Zentrum der politischen Bemühungen steht in Österreich die Digitalisierung der terrestrischen Übertragung. Obwohl dieser Empfangsweg 2007 nur mehr von 11% der Haushalte (RTR 2007a, 116) genutzt wurde, soll er auch in Zukunft die Funktion der TV-Grundversorgung⁷ erfüllen. Der Gesetzgeber erachtet die Satellitenübertragung dafür als ungeeignet, weil sie auf Grund der Dominanz europäischer Unternehmen nicht im Einflussbereich nationaler Medienpolitik steht. Die Kabelnetze hingegen sind in den ländlichen Regionen kaum ausgebaut. Zudem wird die terrestrische Distribution – so die Argumentation der *KommAustria* (2003, 12) – auch für Zweit- und Drittgeräte und für den Empfang von *ORF1*, *ORF2* und *ATV* in analogen Satellitenhaushalten genutzt⁸ (Ortner und Paus-Hasebrink 2007, 281 f.).

Mit der Abwicklung der Digitalisierung sind die *KommAustria* und ihre Geschäftsstelle *RTR* beauftragt, die von einem Expertengremium (*Digitale Plattform*

Austria) beraten werden. Ziel ist es, die kulturelle und staatspolitische Identität zu wahren, die wirtschaftliche Eigenständigkeit zu sichern, den Medien- und Kommunikationsstandorts Österreich aufzuwerten und die Medienvielfalt zu fördern (KommAustria 2003, 8).

3.2 Die Position der Österreichischen Rundfunksender GmbH (ORS)

Um die Vielfalt an Programmen auszubauen, wurde die Terrestrik für zusätzliche private bundesweite, regionale und lokale Anbieter geöffnet. Ziel war die Sicherung eines „diskriminierungsfreien und gleichberechtigten“ Zugangs zu terrestrischen Übertragungsressourcen (ebd., 14). Um dies zu gewährleisten, wurde der Betrieb des digitalen Netzes – der so genannten Multiplexe – nicht dem *ORF* überlassen, wie es im Bereich der analogen Terrestrik der Fall war, sondern öffentlich ausgeschrieben. Ähnlich wie Satelliten- und Kabelbetreiber sind Multiplex-Betreiber Distributionsunternehmen, die für die Planung, den Aufbau und den Betrieb eines Sendernetzes zuständig sind und auch über die Belegung der Frequenzen entscheiden (§ 25, 2 PrTV-G). Da das Gesetz nicht ausschließt, dass ein Multiplex-Betreiber im Besitz eines Rundfunkunternehmens ist, konnte die *ORS* um den Betrieb der ersten beiden österreichischen Multiplex-Plattformen ansuchen und bekam im Februar 2006 als einziger Bewerber die Zulassung (KommAustria 2005, 13).

So obliegt die Entscheidung, welcher Sender im Falle mehrerer Interessenten ausgestrahlt wird, nun der *ORS* – wenn auch unter einer Reihe behördlich vorgegebener Kriterien. Diese ist zu 60% im Besitz des *ORF*, dem größten Rundfunkanbieter des Landes. Die Vergabe der ersten beiden Bedeckungen führte dazu, dass der *ORF* im Bereich des terrestrischen Angebots auch nach der Digitalisierung seine dominante Stellung halten konnte. Während MUX A auf Grund gesetzlicher Vorschriften mit den Sendern *ORF₁*, *ORF₂* und *ATV* belegt werden musste, hatte die *ORS* hinsichtlich MUX B größeren Spielraum. Auch auf diesem Multiplex wurden zwei öffentlich-rechtliche Programme aufgenommen (*Sport Plus*, *3sat*), so dass für den *ORF* nur ein neuer Konkurrent (*Puls4*) hinzukommt. Unter den abgewiesenen Interessenten befand sich unter anderem der Wiener Bürgersender *Okto*, der mit der Begründung abgelehnt wurde, er sei zu stark auf den Wiener Raum fokussiert.

Problematisch ist des Weiteren, dass die *ORS* auch die Bedingungen – insbesondere die Kosten – für die Verbreitung der digital-terrestrischen Programme festlegen kann. Diese Situation ist ähnlich wie bei der analogen Übertragung, denn auch da musste *ATV* den *ORF* für die Ausstrahlung seines Programms bezahlen. Wenn die Regulierungsbehörde einem Sender die Zulassung zur analog-terrestrischen Verbreitung erteilte, war der *ORF* jedoch gezwungen, die

Distribution zu einem „angemessenes Entgelt“ zu übernehmen. Eine Einigung musste daher zu Stande kommen, notfalls mit Hilfe der *KommAustria*. Dies ist nun nur mehr bei *ATV* der Fall, denn alle anderen Sender müssen vom *ORS* nicht ins Bouquet aufgenommen werden.

Der Konflikt um die Höhe des Entgelts für die digitale Ausstrahlung ist derzeit so verfahren, dass *ATV* sich bisher weigert, die *ORS* zu bezahlen und sogar überlegt, gänzlich auf die terrestrische Übertragung zu verzichten (Standard 2008). Auf Proteste der privaten TV-Veranstalter hin wurde 2006 der entsprechende Passus im PrTV-G geändert; das Gesetz verlangt von der *ORS* nun, den Rundfunkbetreibern die tatsächlich „anfallenden Kosten“ „anteilmäßig“ (§ 27, 2 PrTV-G) zu verrechnen. Solange die *ORS* diese Kosten nicht offen legen muss, so die Reaktion der Privatsender (VÖP 2006, 3), sei diese Novelle aber wirkungslos.

3.3 *Neue Möglichkeiten gewinnorientierten Handelns für den ORF*⁹

Im Bereich der terrestrischen Übertragung wurde die Position des *ORF* also indirekt über seine Sendetochter gestärkt. Dies hat jedoch auf weite Teile des von der Kabel- und Satellitenübertragung dominierten Fernsehmarkts keine Auswirkung. Dennoch haben sich die Bedingungen auch in diesem Bereich verändert, da 2001 eine Novelle des ORF-Gesetzes verabschiedet wurde, die den Spielraum des *ORF* neu absteckt.

So eröffnet die Neufassung des Gesetzes dem *ORF* im Bereich der Veranstaltung von Rundfunkprogrammen die Möglichkeit, jenseits des öffentlich-rechtlichen Auftrags auch gewinnbringende Geschäfte zu betreiben. Durch diese Regelung wird die Gründung von Zweigniederlassungen und Tochtergesellschaften sowie die Beteiligung des *ORF* an nationalen und internationalen Rundfunkunternehmen möglich (ebd.). Voraussetzung dafür ist allerdings, dass gewinnbringende Bereiche organisatorisch und buchhalterisch von den öffentlich-rechtlichen Unternehmensgebieten getrennt werden (§ 2, 3 ORF-G). So soll sicher gestellt werden, dass Gebührengelder nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden. Darüber hinaus ermöglicht die Novelle von 2005 die Produktion eines Sportkanals im Rahmen des öffentlich-rechtlichen Auftrags (§ 9a ORF-G).

Diese Neuerung eröffnet dem *ORF* neue Spielräume in einem verstärkt durch Globalisierung und Internationalisierung geprägten Rundfunkgeschehen (Rossnagel und Strothmann 2004, 27). Andererseits begrenzt das ORF-Gesetz den *Österreichischen Rundfunk* hinsichtlich seines Unternehmensbereichs. Der *ORF* bleibt auf die Veranstaltung von Rundfunk beschränkt (§ 2, 1 ORF-G), darf in anderen Bereichen nicht tätig werden und an branchenfremden Unternehmen maximal 25% besitzen (§ 2, 3 ORF-G). Online-Angebote,¹⁰ Teletext und

insbesondere Printprodukte dürfen nur programmbegleitend und im Einklang mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag entwickelt werden (§ 9, 6 ORF-G). Damit bleibt dem *ORF* die Entwicklung von einem reinen Rundfunkveranstalter zu einem medienübergreifend agierenden Kommunikationsunternehmen versperrt.

4 Verschiebung der Konkurrenzverhältnisse

Da sich der *ORF* zu einem großen Teil über Werbungen finanziert,¹¹ spielen nicht nur die medienpolitischen Rahmenbedingungen, sondern auch die Konkurrenzverhältnisse am Zuschauer- und Werbemarkt eine zentrale Rolle. Anhand einer Analyse des Programmangebots der unterschiedlichen Plattformen (Terrestrik, Satellit, Kabel und IP-TV), der Verschiebung der Empfangsebenen sowie der Entwicklung von Quoten und Werbeeinnahmen werden daher im Folgenden Veränderungen der Konkurrenzsituation nachgezeichnet. Die Analyse beschränkt sich dabei auf das Kerngeschäft des *ORF* – die Gestaltung von Rundfunkprogrammen – und auf die Situation innerhalb des Fernsehmarktes, ohne die Konkurrenz durch andere Freizeitbeschäftigungen, Medien oder Werbeträger zu berücksichtigen.

4.1 *Steigende Konkurrenz durch sinkende Eintrittsbarrieren*¹²

Ein wesentlicher Vorteil der Digitalisierung ist die effizientere Nutzung des Frequenzspektrums. Durch Komprimierungstechniken kann über dieselbe Anzahl an Kanälen ein Vielfaches an Programmen ausgestrahlt werden. Dadurch sinken die Zugangsbarrieren für neue Rundfunkanbieter und bestehende haben die Möglichkeit, die Verfügbarkeit ihrer Programme zu erhöhen oder ihr Angebot zu Senderfamilien auszubauen.

Da der *ORF* mit beiden Vollprogrammen schon analog in allen österreichischen Haushalten empfangbar ist, kann er daraus nur geringen Nutzen ziehen. Ähnlich wie die deutschen öffentlich-rechtlichen Sender versucht er aber sein Angebot durch neue Programme zu erweitern. Zusätzlich zu *ORF1* und *ORF2* wird nun *ORF Sport Plus* über alle digitalen Distributionswege ausgestrahlt.¹³ Zudem können *ORF2 Europe* mit österreichspezifischen Information für Menschen im Ausland, die HD Variante von *ORF1* und alle neun *Bundesland-heute*-Sendungen über digitalen Satellit und in einigen der wichtigsten digitalen Kabelnetze empfangen werden.

Die Vervielfachung der Sendeplätze hat nicht nur niedrigere Zugangsbarrieren, sondern auch eine Ausweitung und strukturelle Veränderung des Fernsehangebots zur Folge. Da mit der wachsenden Anzahl an Programmen weder

die Zahl der Zuseher steigt noch die Zeit, die sie mit dem Fernsehen verbringen, führt dies zu verschärftem Wettbewerb um Aufmerksamkeit (Brown 2005, 89). Am geringsten ist die Konkurrenz für den ORF im Bereich der analogen Terrestrik, in dem außer *ORF1* und *ORF2* nur *ATV* ausgestrahlt wird. Auch die Digitalisierung hat daran wenig geändert, denn als bundesweiter Konkurrent ist nur *Puls4* hinzugekommen. Im analogen Kabel ist die Anzahl der Programme traditionell höher; dies wurde durch die Digitalisierung noch verstärkt. Das Angebot der wichtigsten Netze umfasst 27 bis 44 analoge und 52 bis 155 digitale Sender; dies entspricht einem Zuwachs von durchschnittlich 49 Programmen. *AonTV*, das bedeutendste IP-TV Angebot in Österreich, bietet ein ähnliches Bouquet (65 Sender). Am größten sind die Zuwächse aber im Bereich der Satellitenübertragung. Während mittels analogem Satelliten 42 Programme übertragen werden, bietet DVB-S seinen Nutzern 295 verschiedene Sender.

4.2 Die neuen Konkurrenten des ORF

Im Wesentlichen machen drei Gruppen von Programmen dem ORF verstärkt Konkurrenz. Dies sind deutsche und schweizerische öffentlich-rechtliche Sender, private Spartensender sowie private Vollprogramme. Sowohl im digitalen Kabel als auch im digitalen Satellitenangebot wird ein wesentlicher Teil der freien Frequenzen an neue Spartenprogramme von *ARD* und *ZDF*, an regionale und lokale Angebote der Landesrundfunkanstalten und an die beiden Vollprogramme des Schweizer Fernsehens vergeben. In den wichtigsten österreichischen Kabelnetzen ist ein Zuwachs von durchschnittlich 17 solcher Sender zu beobachten, im Satellitenbereich sind es 20. Einige dieser Angebote stehen wegen ihrer lokalen Ausrichtung nur bedingt in Konkurrenz zum ORF, andere, wie etwa die Vollprogramme des *SF* oder die Spartenkanäle aus den Bereichen Kultur und Information, hingegen schon.

Auch das Angebot an privaten Spartensendern hat deutlich zugenommen. Die Erweiterungen im Kabel liegen im Durchschnitt bei 14 und im Bereich der Satellitenübertragung etwa bei 50 Sendern. Einerseits hängt dies mit der Ausdifferenzierung der Sparten zusammen, andererseits mit einem umfangreicheren Angebot in bestehenden Feldern. Als Mitbewerber des ORF sind vor allem neue Film-, Serien-, Nachrichten- und Informationssender zu betrachten, da er in diesen Bereichen selbst große Programmanteile hat.¹⁴

Mit der Digitalisierung, die zeitlich mit dem Aufbau des dualen Systems in Österreich zusammenfällt, ist zudem die Anzahl privater österreichischer Vollprogramme gestiegen. Neben *ATV* ist nun auch *Puls4* auf allen digitalen Plattformen und *Austria 9* über Kabel, Satellit und IP-TV bundesweit zugänglich. Die Verfügbarkeit der deutschen Privatsender hat sich nicht verbessert,

sehr wohl aber die Verbreitung ihrer Österreich-Fenster. In den Kabelnetzen strahlen *RTL*, *RTL II*, *Super RTL*, *Sat.1*, *ProSieben* und *Kabel 1* schon seit Ende der 1990er Jahre und *VOX* seit 2004 eigene Werbefenster aus (Steinmaurer 2004, 512). Durch die Aufhebung der Frequenzknappheit im Zuge der Digitalisierung können diese Sender ihre Werbefenster nun auch über Satelliten senden; dies macht sie zwar nicht zu stärkeren Konkurrenten am Zuschauer-, sehr wohl aber am Werbemarkt.¹⁵

4.3 Tendenz zu Plattformen mit größerem Programmangebot

Für Veränderungen der Konkurrenzverhältnisse sind auch der Verlauf der Digitalisierung und Verschiebungen zwischen den Empfangswegen von Bedeutung, denn die größere Anzahl an Programmen erreicht die österreichischen Haushalte erst durch den Wechsel von analogem zu digitalem oder von terrestrischem zu Kabel- und Satellitenempfang. Seit der Einführung der Kabel- und Satellitenübertragung ist das Verhältnis der Empfangsebenen in Österreich in Bewegung. Betrachtet man die letzten zehn Jahre (siehe Tab. 2), so zeigt sich, dass der Kabelempfang Schwankungen unterlegen war und letztlich einen leichten Anstieg (um 3,3%) verzeichnen konnte. Die Zuwächse im digitalen Kabel waren lange Zeit niedrig. Obwohl es 2006 einen merklichen Digitalisierungsschub gab, machten Personen mit digitalem Kabelempfang im Jahr 2007 laut *Media-Analyse* erst 6% der Bevölkerung aus (RTR 2007a, 117). Durch die geringen Zuwächse hat die Kabelübertragung seit 1997 nur in kleinem Maße zur besseren Verfügbarkeit von Programmen in Österreich beigetragen.

Tabelle 2: Entwicklung der Empfangsebenen in Österreich (Anteil in %)

Jahr	Kabel	Satellit	nur Terrestrik
1997	35,3	35,7	29,3
1998	33,4	40,3	26,6
1999	33,5	42,0	24,9
2000	35,2	43,1	22,0
2001	36,7	44,7	19,3
2002	37,7	45,0	18,0
2003	39,8	45,3	15,4
2004	38,5	46,5	15,5
2005	38,4	48,5	13,7
2006	40,5	48,5	11,7
2007	38,6	51,1	11,2

Quelle: *Media-Analyse* 2007 (RTR 2007a, 117). Angaben in % an Haushalten mit TV-Gerät.

Ganz anders stellt sich die Situation bei der Satellitenübertragung dar. Diese konnte seit 1997 kontinuierlich Steigerungen verzeichnen, so dass 2007 16% mehr Haushalte ihre Programme über Satellit empfangen als 1997 (siehe Tab. 2). Lange Zeit resultierten die Zuwächse aus Umstiegen von der Terrestrik zum analogen Satellit, spätestens seit 2000 gehen sie jedoch auf das Konto der digitalen Satellitenübertragung. Besonders in den letzten Jahren sind zudem Abwanderungen vom analogen zum digitalen Satellitenempfang zu verzeichnen, möglicherweise verstärkt durch die Digitalisierung der Terrestrik.¹⁶ Laut *Media-Analyse* wurde der digitale Satellitenempfang 2007 von 40% (ebd.) der Bevölkerung genutzt und ist damit die am weitesten verbreitete Empfangsart. Sowohl die andauernde Abwanderung von der Terrestrik zum Satelliten als auch die rasche Digitalisierung dieses Distributionswegs haben die Anzahl an verfügbaren Programmen in österreichischen Haushalten wesentlich erhöht.

Die Zuwächse der Kabel-, insbesondere aber der Satellitenübertragung hatten sinkende Zahlen im Bereich der Terrestrik zur Folge. Diese verlor in den letzten zehn Jahren 18% und lag 2007 bei 11% der österreichischen Haushalte mit TV-Gerät (siehe Tab. 2). Nachdem die Abwanderung 2004 kurz stagnierte, nahm sie 2005 wieder zu. Auch die Digitalisierung dieses Bereichs führte nur bedingt zur Verfügbarkeit einer größeren Anzahl an Sendern, denn im Vergleich zur analogen Terrestrik kamen nur drei Programme dazu, und die Nutzer dieses Empfangswegs machten mit 5,6% (ebd.) 2007 noch einen geringen Anteil der Bevölkerung aus.

Die Entwicklungen der Empfangsarten in den letzten Jahren zeigen, dass vor allem die digitale Satellitenübertragung zur Verschärfung der Konkurrenz für den ORF beigetragen hat. Im Falle von weiteren Digitalisierungsschüben, insbesondere im Bereich der Satellitenübertragung, wird sich dieser Trend noch verstärken.

4.4 Auswirkungen auf Quoten und Werbeeinnahmen des ORF

Die Entwicklung der Reichweiten und Marktanteile¹⁷ seit 2002 (siehe Tab. 3) zeigt, dass sich die verschärfte Konkurrenzsituation in den Quoten des ORF niederschlägt, obwohl er nach wie vor die österreichische Fernsehlandschaft dominiert. Mit einer Tagesreichweite von 40% und 35% und einem Marktanteil von 26% und 18% lagen ORF2 und ORF1 im Jahr 2007 nach wie vor weit vor allen anderen Sendern. Insgesamt verloren ORF Angebote in den letzten sechs Jahren aber 9% Tagesreichweite¹⁸ und 11% Marktanteil. Bis 2004 gelang es, die Quoten einigermaßen stabil zu halten, danach verzeichnete der ORF kontinuierlich Verluste – besonders hohe im Jahr 2007.

Da die Rückgänge der *ORF* Tagesreichweiten in Satellitenhaushalten am deutlichsten waren und besonderes seit dem sprunghaften Anstieg digitaler Satelliten-Empfänger 2005 ins Gewicht fielen, scheint die Digitalisierung dieser Plattform die Quotenverluste zu beschleunigen. Den eklatanten Rückgang 2007 quer über alle Empfangsebenen hinweg kann dies jedoch nicht ausreichend erklären. Es ist davon auszugehen, dass auch die Programmreform¹⁹ des *ORF* zu diesen Quotenverlusten beigetragen hat. Die im Jahr 2007 durchgeführte Neuausrichtung der *ORF*-Programme kann als Reaktion auf die Quotenrückgänge gesehen werden. Entgegen der Intention des *ORF* hat sie die Verluste jedoch eher verstärkt und wurde daher in Teilen wieder rückgängig gemacht.

Tabelle 3: Entwicklung der Tagesreichweiten und Marktanteile in Österreich

Programme	Tagesreichweiten (%)						Marktanteile (%)					
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TV gesamt	70,2	69,2	69,2	68,4	65,9	64,1	—	—	—	—	—	—
Ausland	48,8	49,1	48,2	49,0	49,1	48,9	44,7	46,4	44,9	46,9	49,2	53,3
Fensterprogramme	37,8	36,8	38,4	38,9	38,1	37,5	24,1	23,6	26,4	26,7	26,1	28,0
ORF gesamt	61,9	60,3	60,6	59,1	57,3	52,9	54,1	51,7	51,3	48,2	47,6	43,1
ORF1	44,1	43,3	43,7	41,8	39,7	34,7	22,2	21,9	21,6	20,1	20,3	17,6
ORF2	48,4	46,7	46,5	45,1	43,3	40,1	31,9	29,8	29,7	28,1	27,3	25,5
ATV	3,2	6,3	9,3	10,4	11,5	12,1	0,4	1,2	1,9	2,4	2,5	2,7
PULS4	—	—	—	1,1	1,2	1,3	—	—	—	—	—	—
gotv	—	—	—	—	—	0,8	—	—	—	—	—	—
RTL	21,0	20,1	19,9	19,6	18,3	17,5	6,2	5,9	5,6	5,7	5,6	5,8
RTL II	13,7	13,8	13,0	12,1	11,2	10,9	2,9	3,2	2,9	2,5	2,4	2,6
Super RTL	7,2	7,5	7,7	8,5	8,0	7,9	1,5	1,6	1,5	1,7	1,5	1,7
ProSieben	17,7	17,5	17,8	17,5	16,5	15,9	4,9	4,7	4,8	4,5	4,4	4,6
SAT.1	18,3	17,9	18,2	18,9	17,8	17,0	5,3	5,4	5,8	6,4	6,2	6,9
Kabel 1	11,5	10,9	10,6	11,3	11,0	10,6	3,3	2,9	2,7	2,6	2,5	2,6
VOX	—	—	12,9	13,5	13,1	13,2	—	—	3,0	3,3	3,4	4,0

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Daten aus dem Teletest 2002–2007. Angaben in %; Personen ab 12 Jahren. *ATV* war 2002 nur im Kabel empfangbar; die Werte für *ATV* 2003 beziehen sich nur auf Juni bis Dezember. Die Daten des Teletest sind nicht öffentlich zugänglich, werden aber jährlich in den Kommunikationsberichten der *RTR* veröffentlicht. Zu den Daten in dieser Tabelle siehe *RTR* 2002, 37 f.; *RTR* 2003, 136 f., 138; *RTR* 2004, 167 f., 170; *RTR* 2005, 134 f., 137; *RTR* 2006, 125 f., 128; *RTR* 2007a, 126 f., 129.

Die größere Anzahl von Programmen führt zwar potenziell zu niedrigen Quoten für einzelne Sender, dies muss aber nicht für alle Anbieter gelten, denn in einer Vielkanalumgebung steigt zwar die Anzahl der genutzten Pro-

gramme, nach wie vor aber „entfällt der Großteil der Fernsehnutzung [aber] auf eine durchaus überschaubare Zahl von Vollprogrammen“ (Hasebrink 2001, 35). Tatsächlich geraten nicht alle Rundfunkbetreiber durch die neuen Konkurrenzverhältnisse so stark unter Druck wie der *ORF*. So blieb die Reichweite der deutschen Privatsender mit österreichischen Werbefenstern seit 2002 in etwa gleich und ihr Marktanteil stieg an – bezeichnenderweise vor allem im Jahr 2007, in dem der *ORF* seine höchsten Verluste zu verzeichnen hatte. *ATV* kann sich seit seinem Start 2002 über Gewinne freuen; die Reichweite stieg in den letzten sechs Jahren von 3,2% auf 12% und der Marktanteil von 0,4% auf 2,7%. Die Gewinne des noch jungen Senders *Puls4* sind hingegen vergleichsweise niedrig.

Tabelle 4: Entwicklung der Werbeeinnahmen in Österreich

	2002		2003		2004		2005		2006	
	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%	Mio.	%
TV gesamt	455,5	–	463,1	–	497,1	–	507,9	–	545,4	–
TV Ausland	94,9	21	117,9	25	118	24	135,5	27	148	27
Privat TV	94,9	21	117,9	25	139,3	28	171,6	34	202,1	37
ORF TV	360,8	79	345,2	75	357,8	72	335,3	66	343,3	63
ORF1	118,4	26	142,9	31	182	37	168,2	33	174,3	32
ORF2	91,1	20	103,5	22	129,8	26	120,7	24	122	22
ORF1 + ORF2	151,1	33	98,8	21	46	9	47,4	9	47	9

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Daten aus *Focus Media Research* 2002–2007. Angaben in Millionen sowie in % an österreichischen TV-Werbegeldern. Die Ergebnisse von *Focus Media Research* werden jährlich in den Kommunikationsberichten der *RTR* veröffentlicht und wurden zum Überblick in einer Tabelle zusammengetragen (RTR 2003, 127f; RTR 2004, 156 f.; RTR 2005, 122 f.; RTR 2006, 11f; RTR 2007a, 109 f.). Die Berichte enthalten nur die absoluten Zahlen; die Prozentangaben basieren auf eigenen Berechnungen. Die Werte für die beiden Sender *ORF1* und *ORF2* beziehen sich ausschließlich auf Spots, die nur auf einem der beiden Sender ausgestrahlt wurden. Werbeeinschaltungen, die sowohl auf *ORF1* als auch auf *ORF2* gesendet wurden, sind in der Kategorie „*ORF1 + ORF2*“ ausgewiesen.

Die Quotenverluste des *Österreichischen Rundfunks* schlagen sich auch in den Werbeeinnahmen nieder, wie Tabelle 4 zeigt. Ähnlich wie bei den Quoten ist die Dominanz des *ORF* zwar ungebrochen – er nimmt immer noch mehr als zwei Drittel der TV-Werbegelder ein – die Rückgänge der letzten sechs Jahre sind aber ersichtlich. Hohe Zuwächse verzeichnen hingegen private Sender, die großteils dieselbe Zielgruppe ansprechen wie *ORF1* – allen voran *ATV*, gefolgt von *ProSieben*, *RTL* und *Sat.1* (RTR 2007a, 110).

5 Conclusio: ORF unter Rechtfertigungsdruck

Seit 2001 wird von Seiten der Politik und der Marktteilnehmer in Österreich intensiv an der Digitalisierung des terrestrischen Übertragungswegs gearbeitet. Auch die Umstellung der Kabel- und Satellitendistribution, die marktgetrieben vonstatten geht, hat vor allem im Satellitenbereich in den letzten Jahren an Geschwindigkeit gewonnen. Im Zuge dieser Entwicklungen haben sich die Bedingungen für österreichische Rundfunksveranstalter verändert. Dies beeinflusst auch die Situation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich.

Die medienrechtlichen Rahmenbedingungen im Bereich der digitalen terrestrischen Übertragung stärken die Position des *ORF* tendenziell, denn die *ORS*, eine Tochterfirma des öffentlich-rechtlichen Senders, hat die Zulassung für den Betrieb beider bundesweiter DVB-T-Multiplexe erhalten. Anders als bei der analog-terrestrischen Übertragung liegt die Auswahl der Programme nicht bei der Regulierungsbehörde, sondern beim Multiplex-Betreiber, so dass die *ORS* entscheiden kann, welche Programme zu welchen Kosten ausgestrahlt werden. Die *KommAustria* gibt lediglich eine Reihe an Auswahlkriterien vor. Neue Spielräume hat der *ORF* auch durch die Novelle des *ORF-Gesetzes* 2001 erhalten. Diese erlaubt ihm erstmals, in organisatorisch und buchhalterisch getrennten Unternehmensbereichen Gewinne zu erwirtschaften. Dies gilt allerdings nur für die Veranstaltung von Rundfunk; Aktivitäten in anderen (Medien-)branchen sind ihm nach wie vor untersagt.

Indem die Digitalisierung den Trend zu einer größeren Auswahl an freie empfangbaren Programmen fortsetzt und damit den Wettbewerb am Rundfunkmarkt weiter erhöht, führt sie aber auch zu einer Schwächung des *ORF*. Die Reichweiten, Marktanteile und Werbeeinnahmen der letzten Jahre zeigen, dass der *Österreichische Rundfunk* durch diese Entwicklung mehr unter Druck gerät als andere Rundfunkanbieter. Dennoch gelingt es ihm bislang, seine Marktdominanz zu behaupten. Es ist aber anzunehmen, dass die fortschreitende Digitalisierung den Marktdruck in den kommenden Jahren noch verschärfen wird.

Der *ORF* hat auf die neuen Entwicklungen schon früh mit der Neuausrichtung der Programmformate beider Vollprogramme reagiert, wobei *ORF1* vorwiegend auf „publikumsattraktive Programmangebote für eine werberrelevante Zielgruppe“ setzt und *ORF2* auf ein älteres Publikum abzielt und stärker österreichspezifische Inhalte anbietet (Steinmaurer 2002, 36). Diese Ausrichtung der beiden Sender wurde durch die Programmreform 2007 noch verstärkt. Eine Analyse der inhaltlichen Entwicklung der beiden Sender von Steininger und Woelke (2008) zeigt, dass Serien und Filme inzwischen 74%

und die Sparte Unterhaltung 81% der Sendezeit von *ORF1* ausmachen, Informationssendungen hingegen 2007 nur mehr 5% (ebd., 188). Auch im *ORF2*-Programm beobachten sie leichte Anstiege von fiktionaler Unterhaltung und „Human Touch“-Geschichten sowie einen geringen Rückgang von Informationssendungen (ebd., 190, 193). Steininger und Woelke interpretieren diesen seit Ende der 1990er Jahre andauernden Trend als Prozess der „Selbstkommerzialisierung und Selbstentföfentlichung“ (ebd., 198) des österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Nicht nur der *ORF* richtet sich als Reaktion auf den verstärkten Konkurrenzdruck stärker an den Vorlieben des Publikums aus; auch öffentlich-rechtliche Anstalten in anderen Ländern Europas gehen ähnlich mit den neuen Herausforderungen um. Wie Hujanen (2005, 68) feststellt, hat schon die Entstehung einer Viel-Kanal-Umgebung in ganz Europa zu einem Wandel des Selbstverständnisses öffentlich-rechtlicher Anbieter weg von kulturellen Institutionen hin zu konsumentenorientierten Programmanbietern geführt. Dieser Prozess wurde durch die Digitalisierung noch verstärkt. Dadurch ist das Konzept des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insgesamt und vor allem seine Finanzierung über Gebühren zunehmend unter Rechtfertigungsdruck geraten.²⁰ Dies trifft auch auf Österreich zu, wie die derzeitige mediale Debatte sowie zahlreiche Beschwerden privater Fernsehanbieter und Zeitungsverbände wegen unerlaubter staatlicher Beihilfen bei der EU-Wettbewerbsbehörde zeigen.

Anmerkungen

- 1 Die *ORF*-Programme wurden vor Einführung der digitalen Übertragungstechnik nicht über Satellit ausgestrahlt und sind nach wie vor über analogen Satellitenempfang nicht erhältlich. Der Grund dafür liegt in den großen Ausleuchtzonen der Satelliten, die neben Österreich auch Deutschland und die Schweiz abdecken. Daher müssen österreichische Sender entweder für sämtliche Inhalte die Nutzungsrechte für den gesamten deutschsprachigen Raum erwerben oder verschlüsselt werden. Letzteres ist mittels der digitalen Technik leichter möglich. Die österreichische Bevölkerung kann die verschlüsselten digitalen Satellitenprogramme österreichischer Anbieter mit Hilfe einer Entschlüsselungskarte empfangen.
- 2 Die *DFFG* (*Digitales Fernsehen Förder GmbH*) ist ein Tochterunternehmen der *ORS* und zu 100% in ihrem Besitz. Sie ist für die Abwicklung der Endgeräteförderung aus dem Digitalisierungsfond, der Zertifizierung von Endgeräten und begleitenden Kommunikationsmaßnahmen zuständig.

- 3 Es gab zuvor schon TV-Angebote für Mobiltelefone, die mittels UMTS ausgestrahlt wurden. Diese Technik stößt bei einer großen Anzahl an Nutzern jedoch schnell an ihre Grenzen.
- 4 Die Daten stammen aus dem GfK Elektropanel Dezember 2007, dessen Ergebnisse nicht öffentlich zugänglich sind. Daher wurde hier auf den Kommunikationsbericht der RTR zurückgegriffen.
- 5 Der Anstieg im Jahr 2005 lässt sich aus Abbildung 21 des Kommunikationsberichts 2006 (RTR 2006, 122) entnehmen, die auf Daten aus einem *Fessel GfK*-Monitoring beruht. Daten zum Jahr 2007 aus demselben Monitoring wurden im Kommunikationsbericht 2007 (RTR 2007a, 120) veröffentlicht.
- 6 Die Daten stammen ebenfalls aus dem unveröffentlichten Monitoring von *GfK Fessel*.
- 7 Die „Grundversorgung neu“ (KommAustria 2003, 15) soll nicht nur *ORF1* und *ORF2*, sondern zwölf bis 16 vorrangig frei empfangbare Programme in deutlich besserer Bild- und Tonqualität umfassen, die um „andersartige“ (ebd., 15) Angebote wie iTV Dienste, erweiterte Bildschirmtexte oder EPG ergänzt werden sollen.
- 8 Der Anteil an analogen Satellitenhaushalten machte im Herbst 2006 noch 26% aus (KommAustria 2003, 12), inzwischen ist er aber auf 17% (RTR 2007a, 117) gesunken.
- 9 Siehe dazu ausführlich Kogler et al. 2002, 4-10.
- 10 Kern der Online-Aktivitäten des *ORF* ist das Nachrichten- und Informationsportal *ORF.at*, das zu den meistbesuchten Internetseiten Österreichs zählt (ÖAW 2008). Der Schwerpunkt liegt auf aktuellen Nachrichten aus Österreich, dem Ausland und den Bundesländern. Ergänzt wird die Seite durch Programm-, Sendungs-, Kunden- und Unternehmensinformationen (siehe <http://www.orf.at/>). Die *ORF*-Radiosender *Ö1*, *Ö3* und *FM4* bieten ihren Hörern ein eigenes Webangebot. Zudem können die wichtigsten Nachrichtensendungen und ausgewählte Sportereignisse via Live-Stream bzw. bis zu einer Woche später im Internet angesehen werden.
- 11 Im Jahr 2007 lagen die Werbeeinnahmen des *ORF* bei 300,2 Millionen Euro, was bei einem Gesamtumsatz von 918,2 Millionen Euro beinahe 33% der Einnahmen ausmacht (Frühmann 2008). Im Vergleich zu anderen öffentlich-rechtlichen Anstalten fällt der Werbeanteil damit sehr hoch aus. So liegt der Anteil der Werbefinanzierung bei den deutschen öffentlich-rechtlichen Programmen laut Angaben der *ARD* (2008) beispielsweise in etwa bei 3%.
- 12 Die Angaben in Kapitel 4.1 und 4.2 basieren - falls nicht anders angegeben - auf einer Analyse der Programminformationen der wichtigsten Rundfunkveranstalter Österreichs. Auf Basis von Senderlisten der Anbieter wurde einerseits ein Vergleich zwischen dem analogen und digitalen Angebot und andererseits ein Vergleich zwischen den unterschiedlichen TV-Plattformen durchgeführt.

Berücksichtigt wurden dabei Terrestrik, Kabel, Satellit, IP-TV und DVB-H. Im Satellitenbereich wurde nur das Angebot von *SES Astra* recherchiert, da andere Anbieter wie *Eutelsat* auf Grund der geringen Anzahl an deutschsprachigen Sendern in Österreich nur eine marginale Rolle spielen. Als wichtigster und einziger überregionaler Anbieter von IP-TV wurde die *Telekom Austria (aonTV)* berücksichtigt. Am unübersichtlichsten ist das Angebot der Kabelanbieter, weil es österreichweit mehr als 200 gibt. Daher wurde aus jedem Bundesland der größte Anbieter ausgewählt. Das sind *LIWEST* (Oberösterreich), *Salzburg AG* (Salzburg), *B.net* (Burgenland), *UPC* (Kärnten, Steiermark, Wien), *Kabelsignal AG* (Niederösterreich), *Kabel-TV Lampert* (Vorarlberg) und *Telesystem Tirol*. Die analogen und digitalen Senderlisten sämtlicher Anbieter sind auf den jeweiligen Internetseiten zu finden. Nähere Angaben zum Programmangebot der Terrestrik (DVB-T und DVB-H) finden sich auch im zweiten Kapitel dieses Beitrags.

- 13 Eine Ausnahme stellt nur *B.net*, das größte Kabelnetz im Burgenland, dar.
- 14 Die Sparten Sport und Kinder, die beim *ORF* ebenfalls eine Rolle spielen, waren in den analogen Repertoires schon vertreten und konnten kaum einen Zuwachs an Sendern verzeichnen.
- 15 Darüber hinaus bilden fremdsprachige Programme und Standbildsender – also Programme, die aus einer Abfolge einzelner Standbilder bestehen – große Sendergruppen im digitalen Satellitenbouquet. Sie stehen aber nicht unmittelbar in Konkurrenz zum *ORF*. Auch DVB-H, eine Plattform die mit Sendern wie *LAOLA1*, *LaLaTV*, *Krone.tv* und *Red Bull TV* völlig neue Konkurrenz mit sich bringt, hat derzeit noch keine große Bedeutung.
- 16 Da über analoge Satelliten keine österreichischen Sender ausgestrahlt werden, haben analoge Satellitennutzer *ORF1*, *ORF2* und *ATV* in der Regel über die Haus- oder Zimmerantenne empfangen. Durch die Digitalisierung der Terrestrik waren sie gezwungen, sich entweder eine DVB-T-Box zu kaufen oder auf digitale Satellitenübertragung umzustellen. Der Großteil dieser Nutzer scheint sich für Letzteres entschieden zu haben.
- 17 Zwar geben diese Daten nur Auskunft darüber, wie viele Personen einen Sender an einem Tag eingeschaltet haben und wie unterschiedliche Anbieter zueinander stehen, nicht aber wie lange sie den einzelnen Programmen gefolgt sind, dennoch lassen sich daraus Trends ableiten.
- 18 Zwar sank die Tagesreichweite des Fernsehens insgesamt, allerdings nur um 6,1% (siehe Tab. 3).
- 19 Die Programmreform 2007 wurde unter dem Schlagwort „größte Programmreform aller Zeiten“ eingeführt. Wesentliches Element der Reform war die Neugestaltung des Vorabends, die Aufnahme einer Reihe neuer Eigenproduktionen (Shows, Magazine, Serien) und das Ende der Durchschaltung der *ZIB* in beiden Programmen.

20 Zur Diskussion um den gesellschaftlichen Wert des öffentlich-rechtlichen Rundfunks siehe u. a. Collins 2007.

Literatur

- Brown, Allan. 2005. Implications for Commercial Broadcasters. In *Digital Terrestrial Television in Europe*, ed. by Allan Brown, and Robert G. Picard, 85–100. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- Collins, Richard. 2007. The BBC and “public value”. In *Medien & Kommunikationswissenschaft* 55 (2): 164–184.
- Frühmann, Irina. 2008. ORF verdient mehr. Der ORF hat 2007 mehr Gewinn als erwartet gemacht, auch die Umsätze stiegen an. In *Wirtschaftsblatt*. Meldung vom 5.3.2008.
- Hasebrink, Uwe. 2001. *Fernsehen in neuen Medienumgebungen. Befunde und Prognosen zur Zukunft der Fernsehnutzung*. Schriftenreihe der Hamburgischen Anstalt für neue Medien. Unter Mitarbeit von Hardy Dreier, Friedrich Krotz, und Ralph Weiß. Berlin: Vistas.
- Hujanen, Taisto. 2005. Implications for Commercial Broadcasters. In *Digital Terrestrial Television in Europe*, ed. by Allan Brown, and Robert G. Picard, 57–84. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- Kogler, Michael, Thomas Kramler, und Matthias Traimer. 2002. *Österreichische Rundfunkgesetze*. Wien: Verlag Medien & Recht.
- Marsden, Christopher, and Monica Arino. 2005. From Analogue to Digital. In *Digital Terrestrial Television in Europe*, ed. by Allan Brown, and Robert G. Picard, 3–36. Mahwah, NJ, London: Erlbaum.
- O. A. 2008. *ATV-Eigentümer erwägt Verzicht auf Antennen-TV*. Der Standard, 28.5.2008.
- Ortner, Christina, und Ingrid Paus-Hasebrink. 2007. Digitales Fernsehen aus der Sicht der österreichischen Bevölkerung. In *Fernsehen in Österreich 2007*, hg. von Christian Steininger, und Jens Woelke, 281–300. Konstanz: UVK.
- Rossnagel, Alexander, und Peter Strothmann. 2004. *Die duale Rundfunkordnung in Europa. Gemeinschaftsrechtliche Rahmenbedingungen und aktuelle Ansätze zum dualen System in ausgewählten Mitgliedstaaten*. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH 2. Unter Mitarbeit Marie McGonagle, Peggy Valcke, Caroline Hilger, und Carmen Palzer. Wien.
- Stark, Birgit. 2006. *Fernsehen in digitalen Medienumgebungen. Eine empirische Analyse des Zuschauerverhaltens*. Medien-Skripten 46. München: Reinhard Fischer Verlag.
- Steininger, Christian, und Jens Woelke. 2008. Selbstkommerzialisierung und Selbstentöffentlichung österreichischer öffentlich-rechtlicher Fernsehvollprogramme. In *Fernsehen in Österreich 2007*, hg. von Christian Steininger, und Jens Woelke, 179–195. Konstanz: UVK.

- Steinmaurer, Thomas. 2002. *Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick*. Innsbruck, Wien: Studienverlag.
- Steinmaurer, Thomas. 2004. Das Mediensystem Österreichs. In *Internationales Handbuch Medien 2004/2005*, hg. vom Hans-Bredow-Institut, 505-520. Baden-Baden: Nomos.
- Verband Österreichischer Privatsender (VÖP). 2006. Parlament novelliert Privat-TV-Gesetz. In *Newsletter Privatsender* 2: 3. http://www.voep.at/images/stories/VOEP_Downloads/vpnl02.pdf, abgerufen am 13.10.2008.
- Zervos, Frank. 2003. *Digitales Fernsehen in Deutschland. Medienpolitische und medienwirtschaftliche Herausforderungen des zukünftigen Fernsehens*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Internetquellen

- ARD. 2008. Finanzen. <http://www.ard.de/intern/finanzen/-/id=8214/1g6i2ys/index.html>, abgerufen am 30.12.2008.
- Digitales Fernsehen Förder GmbH (DFFG). 2008. *Zeitplan*. <http://www.dvb-t.at/wann-wie-umstellen/zeitplan.html>, abgerufen am 3.10.2008.
- KommAustria. 2003. *Digitalisierungskonzept 2003 zur Einführung von digitalem terrestrischen Fernsehen gemäß § 21 Abs. 5 PrTV-G. Strategie für die Einführung des digitalen terrestrischen Rundfunks*. <http://www.rtr.at/de/rf/Digikonzept2003>, abgerufen am 3.10.2008.
- KommAustria. 2005. *Digitalisierungsbericht 2005. Bericht über die Digitalisierung der Rundfunkübertragung in Österreich gemäß § 21 Abs. 6 Privatfernsehgesetz*. <http://www.rtr.at/de/komp/Digitalisierungsbericht2005>, abgerufen am 3.10.2008.
- KommAustria. 2006. *Digitalisierungsbericht 2006. Bericht über die Digitalisierung der Rundfunkübertragung in Österreich gemäß § 21 Abs. 6 Privatfernsehgesetz*. http://www.rtr.at/de/komp/Digi_Bericht2006, abgerufen am 3.10.2008.
- KommAustria. 2007. *Digitalisierungskonzept 2007 gemäß § 21 Abs. 5 PrTV-G. Strategie für die weitere Entwicklung des digitalen terrestrischen Rundfunks, insbesondere im Hinblick auf lokale und regionale TV-Veranstalter sowie auf die Einführung von mobilem Fernsehen*. <http://www.rtr.at/de/rf/Digikonzept2007>, abgerufen am 3.10.2008.
- ORS. 2008a. *Start von DVB-H: Mit ORF kommt EURO 08 auf Handy-Bildschirm*. Pressesaussendung vom 6.6.2008. <http://www.ors.at/view/ors.php?showDefSmen=1&mid=122&edMid=122>, abgerufen am 3.10.2008.
- ORS. 2008b. *Qualität auf dem mobilen Bildschirm*. <http://www.ors.at/view08/ors.php?mid=104>, abgerufen am 3.10.2008.
- ÖAW. 2008. *ÖAW Plus. 2. Quartal 2008. Ranking aller Angebote*. http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/console.htm?y=1&z=1, abgerufen am 30.12.2008.
- RTR. 2002. *Kommunikationsbericht 2002*. <http://www.rtr.at/de/komp/KBericht2002>, abgerufen am 3.10.2008.

- RTR. 2003. *Kommunikationsbericht 2002*. <http://www.rtr.at/de/komp/KBericht2003>, abgerufen am 3.10.2008.
- RTR. 2004. *Kommunikationsbericht 2004*. <http://www.rtr.at/de/komp/KBericht2004>, abgerufen am 3.10.2008.
- RTR. 2005. *Kommunikationsbericht 2005*. <http://www.rtr.at/de/komp/KBericht2005>, abgerufen am 3.10.2008.
- RTR. 2006. *Kommunikationsbericht 2006*. <http://www.rtr.at/de/komp/KBericht2006>, abgerufen am 3.10.2008.
- RTR. 2007a. *Kommunikationsbericht 2007*. <http://www.rtr.at/de/komp/KBericht2007>, abgerufen am 3.10.2008.
- RTR. 2007b. *29 Anträge für lokale und regionale DVB-T-Zulassungen*. Presseaussendung vom 23.11.2007. <http://www.rtr.at/de/komp/PInfo23112007RF>, abgerufen am 3.10.2008.
- SES Astra. 2007. *Satelliten Monitor. Reception by country*. Quartal 4/2007. <http://www.ses-astra.com/business/en/support/market-research/reception-by-country/index.php>, abgerufen am 3.10.2008.