VERNEHMLASSUNGSBERICHT

DER REGIERUNG

BETREFFEND

DIE SCHAFFUNG EINES MEDIENGESETZES

SOWIE DIE ABÄNDERUNG WEITERER GESETZE

(Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk, Jugendgesetz, Gesetz über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz), Gesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr)

Ressort Verkehr und Kommunikation

Vernehmlassungsfrist **3. September 2004**

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Zusammenfassung 3

Zuständiges Ressort 4

Betroffene Amtstelle 4

Abgekürzte ausländische Rechtsvorschriften 5

I. Vernehmlassungsbericht 6

1. Ausgangslage 6
   - 1.1 Gegenstand des Vernehmlassungsberichts 6
   - 1.2 Entwicklung des Medienrechts in Liechtenstein 7
   - 1.3 Notwendigkeit der Vernehmlassungsvorlage 9

2. Konzept einer neuen Mediengesetzgebung in LIechtenstein 10
   - 2.1 Teilnehmer der Arbeitsgruppe 11
   - 2.2 Vorgehen in der Konzeptphase 11
   - 2.3 Zielsetzungen des Projektes 12
   - 2.4 Analyse Ist-Zustand 13
     - 2.4.1 Konzeptioneller Ansatz der Arbeitsgruppe 13
     - 2.4.2 Juristischer Ansatz der Arbeitsgruppe 13
   - 2.5 Lösungssuche 14
   - 2.6 Konzeptentscheid und Inhalte 15

3. Aufbau und Ihnhalt der neuen Mediengesetzgebung in Liechtenstein 21
   - 3.1 Umsetzung des Konzeptes 21
   - 3.2 Medienbegriff 21
   - 3.3 Aufbau und Schwerpunkte der Vernehmlassungsvorlage 22
     - 3.3.1 Aufbau 22
     - 3.3.2 Schwerpunkte der Vernehmlassungsvorlage 23
   - 3.4 Rezeptionsvorlagen der neuen Mediengesetzgebung 27
     - 3.4.1 Allgemeiner Teil (I.) 27
     - 3.4.2 Besonderer Teil (II.) 28
     - 3.4.3 Förderung der Medien (III.) 29
     - 3.4.4 Organisation und Durchführung (IV.) 29
     - 3.4.5 Strafbestimmungen (IV.) 29

4. Erläuterungen zu den einzelnen Gesetzesbestimmungen 29

4.1 Mediengesetz 29
4.2 Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG) 113
4.3 Gesetz über die Abänderung des Jugendgesetzes..... 114
4.4 Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz)..... 115
4.5 Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr..... 115

5. Verfassungs- und EWR-Konformität 117

6. Personelle und finanzielle Konsequenzen 118

II. Vernehmlassungsvorlagen 119

1. Mediengesetz (MedienG)..... 119

2. Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG)..... 181

3. Gesetz über die Abänderung des Jugendgesetzes..... 183

4. Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz) 185

5. Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr 187

ZUSAMMENFASSUNG

Die medienrelevante Rechtslage steht vor dem Hintergrund der epochalen Veränderungen in der Medienwelt und des damit verbundenen Anbruchs eines sog. „Informationszeitalters“ weltweit vor neuen Herausforderungen, denen sich auch die liechtensteinische Rechtsordnung zu stellen hat. Darüber hinaus kommt im Falle Liechtensteins hinzu, dass insbesondere das (private) Rundfunkrecht, die Medienförderung sowie die Rechte und Pflichten der Medienschaffenden einer dringenden Regelung bzw. Neuregelung bedürfen. Schliesslich leidet das liechtensteinische Medienrecht an Zersplitterung und Unübersichtlichkeit, weshalb ausserdem ein dringendes Bedürfnis nach Harmonisierung und Systematisierung besteht.

Diesen Handlungsbedarf erkennend, hat die Regierung mit 1. Juli 2003 beschlossen, das Medienrecht in seiner Gesamtheit einer Totalrevision zu unterziehen und zu diesem Zwecke einer interdisziplinären Arbeitsgruppe den Auftrag zur Ausarbeitung eines Konzeptes für eine neue und zeitgemässe Mediengesetzgebung in Liechtenstein zu erteilen.

Das umfangreiche Konzept der Arbeitsgruppe wurde der Regierung nach intensiver Arbeit im März dieses Jahres präsentiert, woraufhin die umgehende Ausarbeitung einer einschlägigen Vernehmlassungsvorlage, die auf dem in Rede stehenden Konzept aufbaut, beschlossen wurde.

Die ausgearbeitete Vernehmlassungsvorlage wiederum erfasst den gesamten (inhaltsbezogenen) Bereich des Medienrechts und gliedert sich zunächst in eine Hauptvorlage betreffend ein Mediengesetz sowie vier Nebenvorlagen betreffend die Anpassung medienrelevanter Bestimmungen in anderen Gesetzen.

Die Hauptvorlage als solche umfasst entsprechend den konzeptionellen Ergebnissen der Arbeitsgruppe einen Allgemeinen Teil (I.), der für sämtliche Medien im Sinne des Gesetzes gilt und ua die grundlegenden Rechte und Pflichten der Medien regelt, sowie einen Besonderen Teil (II.), der ergänzende Spezialvorschriften für einzelne Mediengattungen, insbesondere den Rundfunk, enthält. Des weiteren ist der Förderung der Medien (III.) sowie der Organisation und Durchführung (IV.) den Strafbestimmungen (V.), sowie den Übergangs- und Schlussbestimmungen (VI.) je ein eigener Teil gewidmet.

Die inhaltlichen Schwerpunkte des Mediengesetzes sind die Schaffung eines modernen Medienbegriffes, die Stärkung der Rechte der Medien und Medienschaffenden, die Normierung der Aufgaben und Pflichten der Medien in der sog. Informationsgesellschaft sowie Stärkung und Ausbau des Persönlichkeitsschutzes. Dabei wurde der Transparenz und der Modernisierung des Medienrechts Rechnung getragen. Die spezifisch liechtensteinische Form der Medienförderung wurde im Lichte der gemachten Erfahrungen und im Hinblick auf eine Effizienzsteigerung neu ausgerichtet.

Die Vernehmlassungsvorlage deckt damit den gesamten Bereich der medienrelevanten Rechtslage in Liechtenstein ab, ergänzt und modernisiert diese und dient drüber hinaus der Umsetzung einschlägiger europarechtlicher Vorgaben.

ZUSTÄNDIGES RESSORT

Ressort Verkehr und Kommunikation

BETROFFENE AMTSTELLE

Amt für Kommunikation

ABGEKÜRZTE AUSLÄNDISCHE RECHTSVORSCHRIFTEN

bwLMedienG	Landesmediengesetz Baden-Württemberg (LMedienG) vom 19. Juli 1999 (GBl. S. 273);
dJMStV	(deutscher) Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag - JMStV) vom 10./27. September 2002 idgF;
dMDStV	(deutscher) Staatsvertrag über Mediendienste (Mediendienste-Staatsvertrag – MDStV) vom 20. Januar/12. Februar 1997
dRStV	Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31.8.1991 idgF;
öMedienG	(österreichisches) Bundesgesetz vom 12. Juni 1981 über die Presse und andere Publizistische Medien (Mediengesetz), BGBl. 1981/314 idgF;
öPrFG	(österreichisches) Presseförderungsgesetz 1985, BGBl. 1985/228 idgF;
öPrR-G	(österreichisches) Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen für privaten Hörfunk erlassen werden (Privatradiogesetz – PrR-G), BGBl I 2001/20 idgF;
öPrTV-G	(österreichisches) Bundesgesetz, mit dem Bestimmungen für privates Fernsehen erlassen werden (Privatfernsehgesetz - PrTV-G), BGBl I 2001/84 idgF;
SMG	Saarländisches Mediengesetz vom 27. Februar 2002 (Amtsbl. S. 498) idgF;
sRTVG2002	(schweizerischer) Entwurf eines Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 18. Dezember 2002 (derzeit in parlamentarischer Behandlung);

Vaduz, 6. Juli 2004

RA 2004/1779-3801

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Regierung gestattet sich, den interessierten Kreisen nachstehenden Vernehmlassungsbericht betreffend die Schaffung eines Mediengesetzes sowie die Abänderung weiterer Gesetze zu unterbreiten.

I. VERNEHMLASSUNGSBERICHT

1. AUSGANGSLAGE

1.1 Gegenstand des Vernehmlassungsberichts

Wiewohl im deutschsprachigen Schrifttum[1] die Einheitlichkeit und damit die Selbständigkeit der Materie „Medienrecht“ überwiegend verneint und stattdessen von einer Querschnittsmaterie medienrelevanter Gebiete des Zivil-, Straf- und Staatsrechts ausgegangen wird, hat sich der Begriff des Medienrechts va unter dem Eindruck der stetig zunehmenden Bedeutung sowie Konvergenz bzw. Vernetzung der Medien[2] und dem damit verbundenen, viel beschworenen Wandel zu einer mediengeprägten Informationsgesellschaft mittlerweile soweit verfestigt, dass er zur übergreifenden Umschreibung des Gegenstandes dieses Vernehmlassungsberichts durchaus geeignet erscheint und den überkommenen Begriffen des Presse- und/oder Radio- und Fernsehrechts oder Multimediarechts vorzuziehen ist.

---

[1] Etwa *Paschke*, Medienrecht[2], Rz 3 mwN; *Petersen*, Medienrecht Rz 2, 21 ff, dagegen schlägt ob der behaupteten Unschärfe des Begriffs der Querschnittsmaterie einen perspektivischen Ansatz vor.

[2] So die Bezeichnungen der gegenwärtigen Situation durch die beiden Hauptströmungen im Schrifttum, die sich mittlerweile beinahe zu Glaubensfragen entwickelt haben; *Hahn/Vesting*, Rundfunkrecht, V f mwN.

Gegenstand des in Rede stehenden Vernehmlassungsberichts ist daher das Recht der Medien insoweit, als es die medieninhaltsrelevanten Bereiche des Zivil-, Straf- und Verwaltungsrechts umfasst, während Fragen der Verbreitungstechnik der Kommunikationsgesetzgebung überlassen werden.

1.2 Entwicklung des Medienrechts in Liechtenstein

Zum besseren Verständnis der geltenden Rechtslage im inhaltsrelevanten Bereich der Medien soll eine kurze Skizze der Entwicklung des Medienrechts in Liechtenstein[3] dienen, wobei zunächst festzuhalten ist, dass die Entwicklung des Medienrechts und seiner Teilgebiete ganz generell im Gleich- oder Nachklang mit den massgeblichen technischen Errungenschaften auf dem Gebiet der Vervielfältigungs- und Verbreitungstechnik stattfindet, weshalb das Massendruckverfahren, die Rundfunktechnologie sowie die neuen Telekommunikationstechnologien allgemeine Zäsuren in der Entwicklung des Medienrechts darstellen.

Bedingung und Ursprung der Entwicklung von Medien und Ansätzen eines Medienrechts in Liechtenstein selbst war die Gewährleistung der Meinungsfreiheit in der Verfassung von 1862, welche in Art. 40 der Verfassung von 1921 fortlebt und den verfassungsrechtlichen Rahmen für die gesamte Medientätigkeit bildet.

Mit Verordnung vom 30. Mai 1933 betreffend Beschlagnahme und Verbot von Druckschriften, LGBl. 1933 Nr. 9, wurde unter dem Eindruck der damaligen politischen Verhältnisse ein rechtliches Instrumentarium für die Beschlagnahme und das Verbot insbesondere staats- und ordnungsgefährdender Druckschriften erlassen.

Das - im Übrigen bis heute in Geltung stehende - Staatsschutzgesetz vom 14. März 1949, LGBl. 1949 Nr. 8, schliesslich, regelte in seinen presserechtlichen Bestimmungen (Art. 17 ff) eingehend die Impressumpflicht, einschliesslich der Pflicht zur Angabe eines verantwortlichen Redaktors, für sämtliche Druckschriften und führte die Bestimmungen über Beschlagnahme, Verfall und Entschädigung von Druckschriften einer Neufassung zu.

---

[3] Allgemeine Zivil-, Straf- und Verwaltungsgesetze, die selbstverständlich auch im Medienbereich gelten, bleiben dabei außer Betracht.

Mit dem Gesetz vom 15. November 1978 über Radio und Fernsehen, LGBl. 1978 Nr. 42, und den dazu ergangenen Verordnungen wurde in Liechtenstein das Rundfunkrecht erstmals einer umfassenden Regelung zugeführt, wobei sowohl die Veranstaltung und Verbreitung als auch der Empfang von Rundfunk einem gebührenpflichtigen Konzessionssystem unterstellt wurden.

Mit der PGR-Novelle 1992, LGBl. 1992 Nr. 57, wurde das Recht auf Gegendarstellung in einer Nachbildung der Art. 28g ff sZGB sowie §§ 9 ff öMedienG aF in das Personen- und Gesellschaftsrecht eingefügt (Art. 40a ff).

Im Jugendgesetz vom 19. Dezember 1979, LGBl. 1980 Nr. 38 wurden ua medienrelevante Bestimmungen im Interesse des Jugendschutzes aufgenommen, insbesondere Art. 22 betreffend sittlichkeitsgefährdende oder verrohend wirkende Dokumente und Gegenstände (Bücher, Schriften, Abbildungen, Plakate, Filme, Tonbänder, Schallplatten, Fernsehkassetten oder andere Gegenstände).

Mit Verordnung vom 13. April 1999 über den Verleih und den Verkauf von audiovisuellen Medien und Medienprodukten an Kinder und Jugendliche, LGBl 1999 Nr. 84, wurden aufgrund von Art. 8 und 55 des Jugendgesetzes vom 19. Dezember 1979, LGBl. 1980 Nr. 38, jugendschutzrechtliche Einschränkungen für den Verleih und Verkauf einschlägiger Art sowie deren Kontrolle erlassen.

Das Gesetz vom 19. Mai 1999 über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz), LGBl. 1999 Nr. 159, und die dazu ergangene Verordnung regelte ua die Grundsätze für die Verbreitung staatlicher Informationen (Art. 11), die Schaffung eines Presse- und Informationsamtes bei der Regierung (Art. 19) sowie die Akkreditierung von Medienschaffenden (Art. 34) und normierte damit auch das Informationsrecht der Medien als eine der Grundlagen für deren Tätigkeit.

Mit 1. November 1999 ist in Liechtenstein das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen vom 5. Mai 1989, LGBl. 1999 Nr. 175, in Kraft getreten, das va der Erleichterung der grenzüberschreitenden Verbreitung und Weiterverbreitung von Fernsehprogrammen zwischen den Vertragsparteien durch Harmonisierung gewisser Mindeststandards anstrebt.

Das Gesetz vom 25. November 1999 über die Förderung und Abgeltung von Leistungen der Medien (Medienförderungsgesetz, MFG), LGBl. 2000 Nr. 14, installierte ein Medienförderungssystem, das durch finanzielle Förderungs- und Abgeltungsbeiträge der Erhaltung und Förderung der Vielfalt der

Medienlandschaft in Liechtenstein, der Gewährleistung eines freien und unabhängigen Meinungsbildungsprozesses der Bevölkerung sowie der Abgeltung von Leistungen der Medien dienen sollte (Art. 1).

Mit Gesetz vom 16. April 2003 über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Gesetz; ECG), LGBl. 2003 Nr. 133, wurde in Umsetzung der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5h.01), das Recht der sog. Dienste der Informationsgesellschaft, die vielfach medialen Charakter haben, einer umfassenden Regelung zugeführt.

Jüngst wurde schliesslich mit dem Gesetz vom 23. Oktober 2003 über den „Liechtensteinischen Rundfunk“ (LRFG), LGBl. 2003 Nr. 229, das liechtensteinische Rundfunkrecht im Sinne eines dualen Rundfunksystems[4] umgebaut und damit, wenn man von den Informationskanälen des Landes und der Gemeinden absieht, die Komponente des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, wie er in allen europäischen Staaten existiert, etabliert.

Aus dieser Skizze ergibt sich, dass das heutige Recht der Medien in Liechtenstein durch eine erhebliche Rechtszersplitterung gekennzeichnet und dennoch lückenhaft ist, zumal etwa eine Pressegesetzgebung im klassischen Sinn vollständig fehlt. Darüber hinaus ist die geltende Rechtslage in Ansehung des Rundfunkrechts nicht EWR-konform, zumal insbesondere die Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Rundfunktätigkeit (EWR-Rechtssammlung: Anh. X – 1.01), in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juli 1997 (EWR-Rechtssammlung: Anh. X – 1.02), nach wie vor einer vollständigen Umsetzung harrt.

1.3 Notwendigkeit der Vernehmlassungsvorlage

Das Recht der Medien steht vor dem Hintergrund der epochalen Veränderungen in der Medienwelt und des damit verbundenen Anbruchs eines sog.

---

[4] Vgl. dazu *Petersen*, Medienrecht, Rz 53 ff.

„Informationszeitalters“ weltweit vor neuen Herausforderungen, denen sich auch die liechtensteinische Rechtsordnung zu stellen hat. Darüber hinaus kommt im Falle Liechtensteins hinzu, dass das Rundfunkrecht, abgesehen vom unlängst geregelten öffentlich-rechtlichen Rundfunkrecht, schon seit geraumer Zeit völlig überholt und seit der Geltung des EWRA noch dazu europarechtswidrig ist. Ferner weist das geltende Recht im Bereich der Medien wesentliche Lücken und Unzulänglichkeiten auf, wie etwa das Fehlen eines gesetzlich geregelten Redaktionsgeheimnisses oder die unbefriedigende Regelung der Medienförderung. Außerdem leidet das liechtensteinische Medienrecht an Zersplitterung und Unübersichtlichkeit, weshalb allgemein ein dringendes Bedürfnis nach Harmonisierung und Systematisierung besteht.

Aus diesen Gründen beschloss die Regierung, das liechtensteinische Medienrecht in seiner Gesamtheit einer Totalrevision zu unterziehen und erteilte mit Entscheidung vom 1. Juli 2003 zu RA 2003/1613-3831 zu diesem Zwecke einer interdisziplinären Arbeitsgruppe den Auftrag zur Ausarbeitung eines Konzeptes für eine neue und zeitgemässe Mediengesetzgebung in Liechtenstein.

Nach verschiedenen Sitzungen und intensiver Befassung mit der Materie legte die Arbeitsgruppe bereits im März dieses Jahres der Regierung als Ergebnis ein umfangreiches Konzept für eine neue Mediengesetzgebung in Liechtenstein vor und präsentierte die wesentlichen Inhalte der zuständigen Ressortinhaberin in einem mündlichen Vortrag. Dabei wurde insbesondere auch darauf Bedacht genommen, dass eine optimale Abstimmung mit gleichzeitig laufenden Gesetzgebungsprojekten, die Berührungspunkte mit dem (inhaltlichen) Medienrecht aufweisen, wie etwa die Schaffung eines Opferhilfegesetzes oder die Totalrevision des Telekommunikationsgesetzes, stattfindet.

Auf der Grundlage dieses Konzeptes wiederum, hat die Regierung die gegenständliche Vernehmlassungsvorlage ausgearbeitet und schickt sie mit dem Ziel einer umfassenden Neugestaltung des liechtensteinischen Medienrechts per 1.1.2005 in Vernehmlassung.

2. KONZEPT EINER NEUEN MEDIENGESETZGEBUNG IN LIECHTENSTEIN

Das Gesamtprojekt zur Schaffung eines neunen Medienrechts unterteilt sich in drei Phasen. In einer ersten Phase wurden unter Einbezug einer interdisziplinären

Arbeitsgruppe die konzeptionellen Grundlagen geschaffen. Darauf aufbauend wurde in einer zweiten Phase der Gesetzestext sowie die Erläuterungen erarbeitet und in den vorliegenden Vernehmlassungsbericht eingefügt. Die dritte Phase wird die Einarbeitung er Ergebnisse der Vernehmlassung sowie die Behandlung im Landtag umfassen.

Die erste Phase – die Konzeptphase – ist im Folgenden ausführlich dargestellt.

2.1 Teilnehmer der Arbeitsgruppe

Für die Konzeptphase wurde durch die Regierung mit RA 2003/1613 vom 1. Juli 2003 eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe eingesetzt, die in acht Sitzungen zwischen September 2003 und März 2004 das Konzept zur vorliegenden Totalrevision des liechtensteinischen Medienrechts erarbeitet hat.

Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe waren:

Disziplin	Medium / Funktion	Teilnehmer
Printmedium	Liechtensteiner Volksblatt	Daniel Sigel
Printmedium	Liechtensteiner Vaterland	Reinhard Walser
Radio	Radio Liechtenstein	Benno Heer (bis Oktober 2003) Markus Biedermann (ab November 2003)
TV	SF DRS Schweiz-TPC	Günther Kaiser
Internet	CT- Webdesign Schaan	Marcel Ritter
Jurist	Landesverwaltung/Jurist	Samuel P. Ritter
Amt für Kommunikation	Amtsleiter	Kurt Bühler
Ressort Verkehr und Kommunikation	Mitarbeiter der Regierung	Markus Biedermann
Projektleitung / Projekt-Organisation	Extern	Daniel Quaderer
Projektleitung / Projektmanagement	Extern	Michael Biedermann

2.2 Vorgehen in der Konzeptphase

Die Arbeitsgruppe hat in der Konzeptphase nach folgendem Ablauf gearbeitet:

1. Projekt-Zielsetzung festlegen
2. Ist-Zustand analysieren und Daten auswerten

3. Lösungen entwickeln und bewerten
4. Konzeptentscheid fällen

Das Konzept eines neuen Medienrechts konnte innerhalb von acht Sitzungen der Arbeitsgruppe erstellt werden. Einzelne Themen wurden des Weiteren in Kerngruppen erarbeitet und der Arbeitsgruppe wiederum präsentiert. In dieser Form wurden Detailabklärungen zu den Rechtsordnungen verschiedener Staaten bzw. Bundesländer von Deutschland vorgenommen, die sich aus der Internet-Technologie ergebenden Entwicklungen analysiert sowie die Abgrenzung und Zusammenwirkung zwischen dem Medienrecht sowie dem neu zu schaffenden Kommunikationsgesetz definiert. Am 3. März konnte die Arbeitsgruppe das Ergebnis der Konzeptphase der zuständigen Ressortinhaberin präsentieren und erläutern.

2.3 Zielsetzungen des Projektes

Die durch die Regierung eingesetzte Arbeitsgruppe orientierte sich bei ihrer Tätigkeit an folgenden Zielsetzungen, die diskutiert und durch die Arbeitsgruppe genehmigt wurde:

1. Sicherstellung der in der Verfassung definierten freien Meinungsbildung in Liechtenstein;

2. Sicherstellung des Rechtes auf objektive Information der Bevölkerung;

3. Schaffung der Grundlagen für die Existenz der Medien nach wettbewerbsfähigen Bedingungen (Förderung, Gebühren, Geldfluss);

4. Verbreitung der staatlich notwendigen Informationen nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen an alle Einwohner unseres Landes;

5. Einbezug heutiger und zukünftiger Medien (Print, Radio, TV, Internet);

6. Sicherstellung der EWR-Konformität der zukünftigen Mediengesetzgebung;

7. Definition und Organisation des Vollzugs und der Kontrolle der Mediengesetzgebung in Liechtenstein.

Die Zielsetzung bildet den Ausgangspunkt, innerhalb derer die Arbeitsgruppe das Konzept eines neuen Mediengesetzes für Liechtenstein ausgearbeitet hat.

2.4 Analyse Ist-Zustand

2.4.1 Konzeptioneller Ansatz der Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppe orientierte sich an der sog. Wertanalysemethode von L.D. Miles, bei der eine Gliederung der zu lösenden Fragen in Funktionen und deren Beschreibung durch ein Substantiv und ein Verb erfolgt. Im Einzelnen wurden daher durch die Arbeitsgruppe folgende Funktionen definiert:

Funktion	Inhalte
1. Meinungsfreiheit gewährleisten	Freie Meinungsäusserung als Grundrecht in unserer Gesellschaft
2. Sachinformation sicherstellen	Objektivität der Berichterstattung
3. Medienfinanzen managen	Medienförderung, Gebühren
4. Journalismus schützen	Schutz der Medien und Journalisten in der Ausübung der Medienberichterstattung
5. Persönlichkeit schützen	Schutz vor Persönlichkeitsverletzungen in Zusammenhang mit der Berichterstattung
6. Amtsinformation kommunizieren	Die Verbreitung der amtlichen Kundmachungen nach den gesetzlichen Bestimmungen
7. Rundfunk betreiben	Voraussetzungen und Anforderungen für das Betreiben von Radio und Fernsehen
8. Printmedien betreiben	Voraussetzungen und Anforderungen für die Printmedien, Tages-, Wochenzeitungen, regelmässige Publikationen
9. Internet betreiben	Voraussetzungen und Anforderungen für das neue Medium Internet (Bezug zu anderen Medien)
10. Aufsicht sicherstellen	Kontrolle und Aufsicht und Massnahmen der gesetzlichen Spielregeln

2.4.2 Juristischer Ansatz der Arbeitsgruppe

Als juristischer Ansatz der Arbeitsgruppe wurde die rechtsvergleichende Methode gewählt. Aufbauend auf der funktionellen Struktur erfolgte die Ist-Analyse der liechtensteinischen Rechtsordnung mit Medienbezug sowie die vergleichende Analyse ausländischer Rechtsordnungen. Neben dem obligaten Einbezug der einschlägigen Gesetzgebung in den beiden Nachbarstaaten, Österreich und Schweiz, wurden auch jene der Bundesrepublik Deutschland bzw. der drei Bundesländer, Baden-Württemberg, Bayern und Saarland, sowie Luxemburgs,

Monacos und San Marinos einander gegenüber gestellt. Die Selektion der genannten Staaten und Länder erfolgte sowohl nach geographischen Kriterien (Deutschland, Baden-Württemberg, Bayern) als auch nach Zweckmässigkeitserwägungen, wie etwa die relativ gute Vergleichbarkeit Liechtensteins mit anderen Kleinstaaten (Monaco, San Marino) oder aber die im deutschsprachigen Raum jüngste (umfassende) Mediengesetzgebung des Saarlandes[5].

Staat / Land	Besondere Merkmale
Schweiz	Aktuelle Totalrevision der Rundfunkgesetzgebung
Österreich	Gesetzesvielfalt (MedienG, PrTV-G, PrR-G, PrFG)
Deutschland	Medienrecht als Länderkompetenz
Baden Württemberg	Moderne Mediengesetzgebung
Bayern	Eigenwillige Rundfunkgesetzgebung
Saarland	Neue, sehr moderne Gesetzgebung
Luxemburg	Aktuelle Totalrevision der Mediengesetzgebung
Monaco - Frankreich	Vergleichbar Liechtenstein - Schweiz Modell
San Marino - Italien	Vergleichbar Liechtenstein - Schweiz-Modell

2.5 Lösungssuche

Hinsichtlich der Entscheidungsfindung verfolgte die Arbeitsgruppe einen spektralen Ansatz, bei dem, neben zwei Extrempositionen als Ausgangspunkte, jeweils verschiedene Zwischenformen oder Mittellösungen zu einer Sachfrage zur Entscheidung standen. Die Entscheidung zwischen den einzelnen Varianten wiederum erfolgte durch ein Bewertungssystem, bei dem die Eignung jeder Variante zur Erreichung des damit angestrebten Ziels beurteilt wurde und in einem Ausschlussverfahren jene Varianten ausgeschlossen wurden, mit denen dies gar nicht oder nicht am besten geschieht.

Auf der Grundlage der erhobenen Informationen zur Mediengesetzgebung in den untersuchten Staaten und Ländern wurde zunächst deren Struktur bzw. Aufbau untersucht und folgende abstrakten Modellvarianten für die neue Mediengesetzgebung in Liechtenstein herausgearbeitet und anschliessend bewertet:

---

[5] Saarländisches Mediengesetz vom 27. Februar 2002 idgF; das (noch) jüngere Thüringer Landesmediengesetz vom 5. März 2003 dagegen ist auf den Rundfunk und einige mediale Teilaspekte beschränkt und daher kein umfassendes Mediengesetz im hier verstandenen Sinn.

- Modell A „Gesetzesvielfalt“: Jede Funktion der Mediengesetzgebung wird durch ein eigenes Gesetz geregelt.
- Modell B „Ist-Zustand“: Relative Zersplitterung durch allgemeine und Spezialgesetze, wie sie sich heute in Liechtenstein präsentiert.
- Modell C „Modularsystem“: Die Mediengesetzgebung gliedert sich im Wesentlichen in zwei Bereiche auf, und zwar Printmedien und elektronische Medien.
- Modell D „Multifunktionales System“: In einem multifunktionalen Mediengesetz wird die gesamte Spezialgesetzgebung für Medien vereinigt, während daneben nur allgemeine Gesetze bestehen.

2.6 Konzeptentscheid und Inhalte

Die Ergebnisse der Arbeitsgruppe beziehen sich einerseits auf den formellen Aufbau des Medienrechts und andererseits auf die Umschreibung des Medienrechts hinsichtlich der definierten Funktionen.

Formeller Aufbau

Die Arbeitsgruppe hat sich in einem transparent nachvollziehbaren Entscheidungsprozess für das Modell D „Multifunktionales System“ entschieden. In einem ersten Schritt wurde das Modell A „Gesetzesvielfalt“ und Modell B „Ist-Zustand“ als nicht zielführend ausgeschieden. Die verbleibenden zwei Modelle wurde nochmals miteinander verglichen und bewertet, was zur Modellentscheidung zugunsten von Modell D führte.

Gesetzesinhalte der Funktionsbereiche

Die Arbeitsgruppe hat für jeden Funktionsbereich die zentralen Elemente besprochen und festgehalten. Im Folgenden ist ein Konzentrat dieser Überlegungen, die in den Gesetzgebungsprozess eingeflossen sind, wiedergegeben. Abgesehen von den allgemeinen Überlegungen sind die Überlegungen der Arbeitsgruppe nach den definierten Funktionen aufgeführt.

Allgemeine Bestimmungen

Ein Medium im Sinne dieses Gesetzes ist jede technische Form der Massenkommunikation zur Verbreitung von geistigen Inhalten in Wort, Schrift, Ton und Bild, die sich permanent oder periodisch an die Allgemeinheit richtet. Die Meinungsvielfalt und Medienvielfalt in Liechtenstein ist gekennzeichnet durch die Publikation verschiedener Meinungen über verschiedene Medien sowie die Vielfalt der Meinungen aus dem Tagesgeschehen in Liechtenstein aus verschiedenen Standpunkten. Die freie Meinungsäusserung über alle Themen in unserem Staat ist ein verfassungsmässiges Grundrecht der Bevölkerung. Die Grenzen dieses Grundrechtes sind gesetzliche, ethische und moralische Grenzen der freien Meinungsäusserung.

Meinungsfreiheit gewährleisten

Die Meinungsfreiheit ist in der Liechtensteinischen Verfassung im Artikel 40 verankert. Der Schutz der Meinungsfreiheit in der Verfassung beinhaltet auch die Medienfreiheit. Damit sind alle Arten der Kommunikation gemeint (Print, Radio, Fernsehen, Digitale Medien). Die in der Verfassung enthaltenen Grundrechte sind staatsgerichtete Schutzrechte, mögliche Leistungsansprüche für Medien werden auf Gesetzesebene geregelt. Ein Anpassungsbedarf des Verfassungsartikels wird seitens der Arbeitsgruppe als nicht notwendig befunden.

Sachinformation sicherstellen

Als Grundsatz soll gelten, dass Medien die Sorgfaltspflicht zu wahren haben. Für eine sachgerechte Information ist eine saubere und wahrheitsgetreue Recherche Voraussetzung. Die Arbeitsgruppe hat vorgeschlagen, Detailregelungen zu folgenden Punkten ins Medienrecht aufzunehmen:

- Eine Impressumpflicht für Medien (nur Inhalt) soll verpflichtend sein;
- Die Entscheidung über die publizierten Artikel und Themen sind beim Journalist und Herausgeber, es besteht keine Publikationspflicht für Inhalte und Beiträge Dritter;
- Die Zugangs- bzw. Informationsfreiheit für Medienkonsumenten soll gewährleistet sein;
- Eine Verbreitungspflicht von Informationen in Krisen- und Katastrophenfällen soll vorgesehen werden;
- Das Redaktionsgeheimnis soll gewahrt sein, insbesondere ein beschränktes Zeugnisverweigerungsrecht mit Ausnahme strafbarer Handlungen;

- Konzentrationsbeschränkungen von Medienunternehmen (Beteiligungsverhältnisse) sollen aufgenommen werden;
- Medien sollen ein Recht auf Informationen und Auskünfte des Staates haben;
- Herausgeber von Medien haben eine Aufzeichnungs- und Auskunftspflicht;
- Werbebeschränkungen sollen nach ethischen und moralischen Grundsätzen sowie nach dem Europarecht ausgestaltet sein.

In Zusammenhang mit der Sicherstellung der Sachinformation schlägt die Arbeitsgruppe eine Medienförderung vor. Förderungswürdig im Sinne dieses neuen Mediengesetzes sollen Unternehmen sein, die recherchierte, journalistisch aufbereitete und liechtensteinrelevante Informationen an die liechtensteinische Bevölkerung verbreiten. Ein weiteres Erfordernis soll das kontinuierliche periodische Erscheinen des Mediums sein.

Medienfinanzen managen

Die Arbeitsgruppe hält zu dieser Funktion fest, dass Medienunternehmen nach betriebswirtschaftlichen Prinzipien ihre Markleistungen so gestalten, dass die Wettbewerbsfähigkeit im Marktgebiet grundsätzlich gesichert ist. Der private Kunde entscheidet letztlich über den Medienkonsum und orientiert sich am Preis/Leistungsverhältnis. Der Staat hat aber ein fundamentales Interesse, die Meinungsfreiheit und Meinungsvielfalt in unserem Land sicherzustellen.

Die Medienförderung soll die redaktionelle Leistung fördern. Im Vordergrund steht die redaktionelle Aufbereitung von Liechtensteinthemen durch Medienunternehmen in Liechtenstein. Als Geltungsbereich sieht die Arbeitsgruppe die Förderung von medialen Leistungen. Diese ist ausgerichtet auf Medienunternehmen mit einem Liechtenstein-Bezug und der Hauptverbreitung in Liechtenstein. Voraussetzungen für die Förderung sollen sein:

- Inhalt der Medienberichte mit Liechtensteinthemen;
- Verbreitungsgebiet des Mediums in Liechtenstein;
- Häufigkeit der Publikation;
- Liechtensteinbezug in der Erzeugung (Teil der Produktionskette).

Die Arbeitsgruppe kommt zum Schluss, dass ausländische Medien ohne Liechtenstein-Bezug sowie Einzelpersonen als journalistische Zulieferer der

Medienunternehmen von der Medienförderung ausgeschlossen sein sollen. Nicht förderungswürdig in diesem Sinne sind zum Beispiel:

- Journalisten als Zulieferer inländischer und ausländischer Medien;
- Fotografen;
- Presseagenturen (zum Beispiel SDA) etc.

Als Medienförderungs-Modell einigt sich die Arbeitsgruppe auf eine Kombination aus direkter und indirekter Förderung medialer Leistungen.

- Die direkte Medienförderung soll via finanzielle Abgeltung der redaktionellen Leistung erfolgen. Diesbezüglich gelten die gleichen Voraussetzungen für jede Art von Medienunternehmung. Als Kriterien hält die Arbeitsgruppe fest:
  - Qualität der redaktionellen Leistung
  - Inhalt der Medienberichte mit Liechtensteinthemen
  - Verbreitungsgebiet des Mediums in Liechtenstein
  - Häufigkeit der Publikation
  - Liechtensteinbezug in der Erzeugung (Teil der Produktionskette)
- Die indirekte Medienförderung soll via Unterstützung der Verbreitungskosten der Information erfolgen. Hier herrschen je nach Verbreitungstechnologie unterschiedliche Voraussetzungen. Als Kriterium hält die Arbeitsgruppe fest, dass der Aufwand der Verbreitung, wie Zustellkosten der Printmedien beziehungsweise Kosten der audiovisuellen Signalverbreitung oder der Internet-Verbreitung als Massstab herangezogen werden soll.

<u>Journalismus schützen</u>

Im Bereich des „Journalismus schützen“ schlägt die Arbeitsgruppe vor, ergänzende Bestimmungen zum Zivilrecht, Strafrecht und den Verwaltungsgesetzen, insbesondere allgemeine und spezielle ergänzende Bestimmungen zum Redaktionsgeheimnis (beschränktes Zeugnisverweigerungsrecht), zum Überzeugungsschutz des Journalisten gegenüber dem Medium, dem Schutz der Urheberschaft und Veröffentlichungsfreiheit des Journalisten sowie dem Redaktionsstatut zwischen Medium und Journalisten aufzunehmen.

Persönlichkeit schützen

Die Arbeitsgruppe möchte zum Schutz der Persönlichkeit ergänzende Bestimmungen zum Zivilrecht, Strafrecht und den Verwaltungsgesetzen aufnehmen, die folgende Themen umfassen:

- Gegendarstellungsrecht;
- Veröffentlichungsrecht (Entscheidungen etc.);
- Datenauskunft und -einsichtsrecht (Archive etc.);
- Entschädigungsrecht gegenüber dem Medium;
- Schutz des höchstpersönlichen Lebensbereichs;
- Schutz der Identität, der Unschuldsvermutung (behördliche Verfahren, geheime Aufzeichnungen);
- Mitteilung über den Ausgang eines Verfahrens;
- Verbot elektronischer Aufzeichnung von behördlichen Verfahren durch Medien;
- Verbot der medialen Einflussnahme auf behördliche Verfahren (Vorverurteilung etc.).

Amtinformation kommunizieren

Das Kundmachungsgesetz sowie das Informationsgesetz enthalten weitreichende Bestimmungen um die Amtsinformation sicherzustellen. Die Arbeitsgruppe kam zum Schluss, dass diese beiden Gesetze nicht ins neue Mediengesetz integriert werden, sondern selbständig bestehen bleiben sollen. Aufgrund existentieller Überlebensnotwendigkeit für die beiden Tageszeitungen kommt die Arbeitsgruppe zum Schluss, dass keine Änderungen im Bereich des staatlichen Publikationswesens sinnvoll sind.

Rundfunk betreiben

Das heutige Radio- und Fernsehgesetz soll novelliert und in das neue Mediengesetz integriert werden. Die Arbeitsgruppe führt als speziell zu berücksichtigen auf:

- Konzessions- bzw. Anzeigepflicht;
- Niederlassungsprinzip;
- Programmgrundsätze;

- Ausübung von Exklusivrechten an besonderen Anlässen;
- Übertragungs- und Weiterverbreitungsrechte;
- Umsetzung europarechtlicher Bestimmungen;
- Vergabe von Frequenzen (Frequenzen sind ein knappes Gut).

Auf Grund der wirtschaftlichen Verträge sowie einschlägiger Abkommen mit der Schweiz empfiehlt die Arbeitsgruppe eine Abstimmung mit der schweizerischen Rundfunkgesetzgebung.

Printmedien betreiben

Im Bereich der Printmedien möchte die Arbeitsgruppe die Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen sowie die Anbietungs- und Ablieferungsverpflichtung der Verleger und der Drucker in das neue Mediengesetz aufnehmen.

Internet betreiben

Da das neue Mediengesetz Medien unabhängig von der Art der Verbreitung definiert, fällt auch eine Publikation von Inhalten im Internet unter dieses Mediengesetz. Die Arbeitsgruppe sieht im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft (Internet) Handlungsbedarf bei folgenden Themen:

- Haftung und Verantwortung für Links (Verknüpfung von Internet-Inhalten);
- Anforderung der maschinelle Auslesbarkeit von Werbenachrichten (Spam);
- Identifizierbarkeit;
- Schutz der Konsumenten vor nicht gewünschten Informationen (z.B. Werbung).

Aufsicht sicherstellen

Die Arbeitsgruppe sieht bei der Medienaufsicht eine neue Aufgabenverteilung. Verwaltungsrechtliche Konzessions- und Aufsichtsfunktionen sollen wie heute durch die Regierung und die Behörden wahrgenommen werden. Die Medienkommission soll für das gesetzliche Förderungswesen in 1. Instanz zuständig sein. Im Übrigen sollen die ordentlichen Straf- und Zivilgerichte den notwendigen Rechtsschutz (Persönlichkeitsschutz, Jugendschutz etc.) gewähren.

Das neue Mediengesetz soll allgemeine und spezielle Bestimmungen enthalten zu:

- Aufsichtsbehörde, -n (Zuständigkeit, Zusammensetzung);

- Beschwerdestelle, -n (Zuständigkeit, Zusammensetzung);
- Schiedskommission, -n (Zuständigkeit, Zusammensetzung);
- Beschwerde- bzw. Antragslegitimation (Mitbewerber, Dritte);
- Verfahren und Verfahrensbestimmungen.

3. AUFBAU UND IHNHALT DER NEUEN MEDIENGESETZGEBUNG IN LIECHTENSTEIN

3.1 Umsetzung des Konzeptes

Das von der Arbeitsgruppe ausgearbeitete Konzept für ein neues Mediengesetz wurde in einer zweiten Phase (Detailphase) in Form einer Vernehmlassungsvorlage umgesetzt, die auf den konzeptionell entwickelten Grundlagen beruht. Im Folgenden wird auf den in der Vernehmlassungsvorlage zugrunde gelegten Medienbegriff, den Aufbau und die Schwerpunkte der Vernehmlassungsvorlage sowie die verwendeten Rezeptionsvorlagen eingegangen.

3.2 Medienbegriff

Wie bereits der Abgrenzung des Gegenstandes des vorliegenden Vernehmlassungsberichtes (1.1) kommt auch dem zugrunde gelegten Medienbegriff herausragende Bedeutung zu, weshalb zunächst einige Ausführungen diesbezüglich angebracht sind.

Allgemein ist festzuhalten, dass der Begriff „Medium“ (lat.) in wörtlicher Übersetzung Mittel, Mittler, Vermittlung, Vermittelndes bedeutet und im Bereich der Kommunikationswissenschaft darunter die Vermittlung von geistigen Inhalten jedweder Art verstanden wird. Im Lichte dieser Auffassung fussen Konzept wie Vernehmlassungsbericht für ein neues Medienrecht in Liechtenstein auf dem Prinzip eines umfassenden Medienbegriffs, der sämtliche Formen der medialen Massenkommunikation ungeachtet ihrer Verbreitungsart umfasst, wie dies auch im jüngeren Schrifttum geschieht[6].

---

[6] Statt vieler *Fechner*, Medienrecht[4], Rz 8 ff; *Noll* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, § 1 Rz 2 ff.

Die Anwendung eines weiten und technikunabhängigen Medienbegriffes gebietet schon die (fortschreitende) Konvergenz bzw. Vernetzung der klassischen Arten von Massenmedien (Presse, Radio, Fernsehen), darüber hinaus aber auch der unbestreitbare Vorteil (weitgehender) Unabhängigkeit des (inhaltlichen) Medienrechts gegenüber zukünftigen technischen Entwicklungen im Medienbereich. Ferner werden in sachlich wie systematisch sinnvoller Weise die Herausarbeitung und legistische Erfassung der allgemeingültigen Prinzipien sämtlicher Medienarten gefördert sowie die (im Ausland teilweise kompetenzrechtlich bedingte) Redundanz medienrechtlicher Vorschriften (nahezu) vollständig vermieden.

3.3 Aufbau und Schwerpunkte der Vernehmlassungsvorlage

3.3.1 Aufbau

Die Vernehmlassungsvorlage als solche zerfällt in eine Hauptvorlage betreffend ein Mediengesetz (1.) sowie vier Nebenvorlagen zur Anpassung medienrelevanter Bestimmungen, und zwar die Gesetze über die Abänderung des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG) (2.), über die Abänderung des Jugendgesetzes (3.), betreffend die Abänderung des Gesetzes über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz) (4.) und betreffend die Änderung des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr (5.).

Die Hauptvorlage für ein Mediengesetz verfügt entsprechend den konzeptionellen Ergebnissen der Arbeitsgruppe über einen Allgemeinen Teil (I.), der für sämtliche Medien im Sinne des Gesetzes gilt, sowie über einen Besonderen Teil (II.), der Spezialvorschriften für einzelne Mediengattungen, insbesondere den Rundfunk enthält, die zu jenen des Allgemeinen Teils hinzutreten. Darüber hinaus nimmt sich das Gesetz in einem eigenen Teil der Förderung der Medien (III.) an, ehe der Organisation und Durchführung (IV.), den Strafbestimmungen (V.) sowie den Übergangs- und Schlussbestimmungen (VI.) je ein eigener Teil gewidmet wird.

Der Allgemeine Teil wiederum beinhaltet allgemeine Vorschriften zu Geltungsbereich, Zweck und verwendeten Begriffen (A.) sowie den grundsätzlichen Rechten und Pflichten der Medien und ihrer Tätigkeit (B.). Darüber hinaus ist je ein eigenes Kapitel dem Schutz des Journalismus (C.) und demjenigen der Persönlichkeit (D.) gewidmet. Ebenso - aufgrund ihrer herausragenden Bedeutung im Medienbereich - der Werbung (E.) sowie den Medieninhaltsdelikten (F.).

Der Besondere Teil enthält - wie bereits erwähnt - ergänzende Spezialvorschriften für einzelne Mediengattungen, allen voran den Rundfunk, dem das Kapitel A. gewidmet ist. Innerhalb desselben schliessen sich an die Allgemeinen Bestimmungen (1.) diejenigen betreffend die Programmkonzession (2.) und den Programminhalt (3.). Rechnungslegungs- Vorlage- und Informationspflichten bilden den Gegenstand des 4. Abschnitts, während die Vorschriften über die unveränderte Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen (5.) sowie die Terrestrischen Übertragungskapazitäten (6.) das Kapitel über den Rundfunk abrunden. Den Diensten der Informationsgesellschaft schließlich ist das zweite Kapitel (B.) des Besonderen Teils zugedacht.

Der Teil über die Medienförderung regelt das Medienförderungsrecht in abschliessender Weise, lediglich die Organisation der Medienkommission ist dem einschlägigen Teil IV. vorbehalten.

Der IV. Teil regelt die Organisation und Durchführung des Mediengesetzes, die zwischen Medienkommission (Kapitel A.), Regierung (Kapitel B.) und Landtag (C.) aufgeteilt wird.

Der V. Teil beinhaltet die gerichtlichen und verwaltungsrechtlichen Strafbestimmungen.

Die Übergangs- und Schlussbestimmungen endlich im VI. und letzten Teil sollen das ehestmögliche Inkrafttreten des Gesetzes reibungslos gewährleisten.

3.3.2 Schwerpunkte der Vernehmlassungsvorlage

Als zentrale Anliegen und Inhalte der in Rede stehenden Vernehmlassungsvorlage können in gebotener Knappheit umschrieben werden:

3.3.2.1 Harmonisierung und Systematisierung des Liechtensteinischen Medienrechts

Die geltende Rechtslage im Bereich der Medien ist geprägt durch weitreichende Zersplitterung und fehlende Abstimmung der einzelnen Normen untereinander, was sowohl der Rechtseinheit als auch der Rechtssicherheit abträglich, wenn nicht gar hinderlich ist. Daraus folgt, dass ein grundlegendes Ziel der Vernehmlassungsvorlage eine umfassende Bereinigung dieser Situation ist, die sich in Abhängigkeit des Reformbedarfs einer Materie wahlweise der Revision und Integration derselben in das neue Mediengesetz oder aber der Anpassung an

die neue Rechtslage unter Wahrung der Selbständigkeit bedienen. In beiden Fällen wird ungeachtet des konkreten Mittels der Harmonisierung tunlichst auf eine systematisch befriedigende Durchdringung des gesamten Medienrechts Bedacht genommen, um eine reibungslose Rechtsanwendung und damit ein Mehr an Rechtssicherheit zu gewährleisten.

3.3.2.2 Anpassung des Medienbegriffes

Der eingangs bereits dargestellte neue Medienbegriff wird dem grundlegenden (technischen) Wandel der Medienwelt gerecht und stellt gleichsam eine Reaktion darauf dar, die zu einer zeitgemässen Trennung von Inhalts- und Technikfragen im Bereich der Medien führt und damit die Bestandskraft und Flexibilität des neuen Medienrechts ungemein fördert.

3.3.2.3 Stärkung und Ausbau der Rechte und des Schutzes der Medien und Medienschaffenden

Dem liechtensteinische Recht ermangelt es heute an gewissen grundlegenden Einrichtungen zum Schutze der Medien und Medienschaffenden, deren prominentestes Beispiel ein ausdrückliches Redaktionsgeheimnis ist. Diesem Zustand soll durch gezielten Ausbau der Rechte und des Schutzes der Medien und Medienschaffenden abgeholfen werden, um ihnen die Erfüllung ihrer gesellschaftlich wichtigen Funktion zu erleichtern. Dabei wird nicht nur der aussengerichteten Rechte von Medienschaffenden gedacht, sondern auch der sog. inneren Medienfreiheit, die das Verhältnis des Journalisten gegenüber seinem Arbeitgeber, mithin dem Medienunternehmen, charakterisiert.

3.3.2.4 Normierung der Aufgaben und Pflichten von Medien in einer Informationsgesellschaft

Die Vielfalt an neuen Möglichkeiten im Bereich der Medien sowie der stetig zunehmende Bedeutungs- und damit Machtgewinn der Medien in einer mediengeprägten Informationsgesellschaft führt unweigerlich zu einer Zunahme an Verantwortung der Medien für ihr Handeln. Dieser Tatsache kann auch gesetzlich nicht mit Gleichmut begegnet werden, sondern mit einem ausgewogenen Modell an Aufgaben und Pflichten, das gleichsam komplementär an die Seite der vermehrten Rechte der Medien tritt.

3.3.2.5 Stärkung und Ausbau des Persönlichkeitsschutzes im Bereich der Medien

Die heutige Situation der massenmedialen Berichterstattung strapaziert den allgemeinen Persönlichkeitsschutz vielfach bis an seine Grenzen und teilweise darüber hinaus, weshalb man nicht umhin kommt, diesen durch ein medienspezifisches Instrumentarium zu ergänzen, das bei aller Achtung der Medienfreiheit das Persönlichkeitsrecht des Einzelnen gebührend schützt und ihm rasche und umfassende Entschädigung bei Verletzungen zugesteht.

3.3.2.6 Stärkung und Ausbau des Schutzes von Medienkonsumenten

Insbesondere Formen und Methoden der medialen Werbung verlangen nach einem griffigen Instrumentarium, um der Irreführung von Konsumenten unabhängig von der Art des Mediums zu steuern und gewissen allgemeinen Mindeststandards zum Durchbruch zu verhelfen. Darüber hinaus stellt das Internet den medialen Jugendschutz vor neue Herausforderungen, denen mit den herkömmlichen gesetzlichen Mitteln nicht mehr beizukommen ist und daher neue, wirksame Vorkehrungen erforderlich machen. Schließlich breitet sich die Pandemie der sog. Spam- oder Junk-Mails immer rascher und weiträumiger aus, weshalb es auch hier dringend geboten ist, gesetzliche Maßnahmen zu setzen und - die Eruierbarkeit der Täter vorausgesetzt - restriktive Sanktionen vorzusehen.

3.3.2.7 Stärkung und Ausbau der Transparenz im Medienbereich

Undurchsichtige Medienverflechtungen und Beteiligungsverhältnisse, unklare oder anonyme Herausgeber-, Inhaber- und Urheberschaft von Medien und Medieninhalten verhindern die berechtigte Kenntnisnahme des Medienkonsumenten von der einem Medium oder Medieninhalt eigentümlichen Herkunft und beizulegenden Bedeutung. Außerdem wird die rasche Klärung der Anspruchsgegnerschaft im Falle der Rechtsdurchsetzung erschwert oder gar verunmöglicht. Hier gilt es Transparenz zu schaffen und für eine umfassende Offenlegung von Organisationsstrukturen, Verantwortlichkeiten und Inhalten im Interesse des Medienkonsumenten zu fordern.

3.3.2.8 Verhinderung vielfaltgefährdender Medienkonzentrationen

Das Phänomen vielfaltgefährdender Medienkonzentrationen hat sich in den letzten Jahren international zugespitzt, wobei (ökonomisch mitunter notwendige

oder sinnvolle) Kooperationen und Fusionen regelmässig zu einem Verlust an Meinungsvielfalt geführt haben und weiterhin führen, während die Markt- und Meinungsmacht sog. Medienmoguln oder -zaren gleichzeitig bedrohliche Ausmasse angenommen hat, wie selbst in Ländern der Europäischen Union tragischerweise feststellbar ist. Hier gilt es präventiv Vorkehrungen in Form von ausgewogenen Handlungsmöglichkeiten zu schaffen, um - bei aller Kleinheit des liechtensteinische Medienmarkts - einen gesunden und funktionierenden medialen Meinungswettbewerb sicherzustellen und vielfaltgefährdende Medienkonzentrationen hintanzuhalten.

3.3.2.9 Modernisierung und (massvolle) Liberalisierung des Medienrechts

Etliche medienrelevante Bestimmungen der heutigen Rechtslage sind überholt und reformbedürftig, insbesondere im Bereich des (privaten) Rundfunkrechts, das gelegentlich seiner Modernisierung auch (massvoll) liberalisiert werden soll, indem keine weitergehenden Beschränkungen mehr beibehalten bzw. eingeführt werden, als in den völkerrechtlich verbindlichen Vorgaben des EWR und des Europarates vorgesehen sind. Damit wird im Sinne der Etablierung eines dualen Rundfunkssystems die Freiheit der privaten Rundfunkveranstalter dahingehend ausgebaut, als zwingende mediale Aufgaben grundsätzlich dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zugewiesen werden, während sich ersterer derselben nicht mehr anzunehmen hat und seine Programmgestaltung ohne Rücksichten darauf vornehmen kann[7].

3.3.2.10 Umsetzung einschlägiger europarechtlicher Vorgaben

Auf die Dringlichkeit der Umsetzung der Fernsehrichtlinie (Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Rundfunktätigkeit idF der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juli 1997) wurde bereits hingewiesen; darüber hinaus steht aber auch die Tabakrichtlinie (Richtlinie 2003/33/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring

---

[7] Diesem System widerspräche das Modell einer umfangreichen Heranziehung privater Rundfunkveranstalter zur Erfüllung öffentlicher medialer Aufgaben unter gleichzeitiger Zuweisung eines Teils der Rundfunkgebühren, wie ihn das sRTVG2002 vorsieht.

zugunsten von Tabakerzeugnissen) zur Umsetzung an, welche insoweit vorgenommen wird, als sie medienrelevante Vorschriften enthält.

3.3.2.11 Neuausrichtung und Effizienzsteigerung der Medienförderung

Die heutige Regelung der Medienförderung ist ein weiterer Punkt, der (auch) im Lichte der einschlägigen Verwaltungspraxis dringend einer Klärung und Verbesserung zugeführt werden muss, zumal das heutige Medienförderungsgesetz eine Vielzahl zT ausufernder Förderungsformen und -tatbestände normiert, was in Verbindung mit einer von Beginn an eingeschlagenen Behördenpraxis dazu geführt hat, dass das heutige Medienförderungswesen an mangelnder Sachgerechtheit und fehlender Treffsicherheit kaum noch zu überbieten ist und sich auch im internationalen Vergleich als atypische Erscheinung ausnimmt. Dem gilt es vehement zu steuern, und zwar in konsequenter Umsetzung näher definierten Grundsätze und Ziele der Medienförderung.

3.4 Rezeptionsvorlagen der neuen Mediengesetzgebung

In bewährter Tradition der (hiesigen) Legistik orientiert sich die Vernehmlassungsvorlage an ausgesuchten Rezeptionsvorlagen, um einerseits die praktische Erprobung der Normen im Voraus sicherzustellen und andererseits das ungleich weitere Feld diesbezüglich bestehender Rechtsprechung und Lehre für die heimische Rechtsanwendung nutzbar zu machen. Dabei wurde einschlägigen liechtensteinischen Bestimmungen - ihre Aktualität, Praktikabilität und Systemkonformität vorausgesetzt - selbstredend der Vorrang eingeräumt. In geraffter Form sollen daher die wesentlichen Rezeptionsvorlagen der einzelnen Teile der Vernehmlassungsvorlage vorgestellt werden[8].

3.4.1 Allgemeiner Teil (I.)

Rezeptionsgeschichtlich gesehen, zerfällt der Allgemeine Teil (I.) des Mediengesetzes in zwei Hauptgruppen, und zwar einerseits solche Bestimmungen, die auf dem (österreichischen) Bundesgesetz vom 12. Juni 1981 über die Presse und andere Publizistische Medien (Mediengesetz), BGBl. 1981/314 idgF, beruhen und andererseits solche, die auf das Saarländische

---

[8] Ein artikelgenauer Nachweis der jeweiligen Rezeptionsgrundlagen wird in den Erläuterungen zu den einzelnen Bestimmungen der Vernehmlassungsvorlage geliefert.

Mediengesetz vom 27. Februar 2002 (Amtsbl. S. 498) idgF, zurückgehen. Ergänzend wurden Bestimmungen anderer in- und ausländischer Gesetze rezipiert, wie etwa jene des Personen- und Gesellschaftsrechts betreffend die Gegendarstellung.

3.4.2 Besonderer Teil (II.)

Rundfunk

Das Rundfunkrecht des gegenständlichen Entwurfes orientiert sich va am deutschen (privaten) Rundfunkrecht und dabei wiederum an jenem der Bundesländer[9] Saarland und Baden Württemberg[10]. Ausschlaggebend für diese Wahl aus dem Kreise der in der Konzeptphase analysierten Rechtsquellen waren die Systemkonformität (Duales System), die praktische Bewährung, die (grundsätzlich) wortgetreue Umsetzung europarechtlicher Vorgaben, die Aktualität sowie die (durchaus) liberale Ausrichtung des privaten Rundfunks in Deutschland bzw. den bezeichneten Bundesländern. Vereinzelt wurde aber auch am geltenden liechtensteinischen Rundfunkrecht oder am schweizerischen (schweizerischer) Entwurf eines Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen vom 18. Dezember 2002 Anlehnung genommen.

Dienste der Informationsgesellschaft

Im Bereich des Rechts der Dienste der Informationsgesellschaft besteht in Form des Gesetzes vom 16. April 2003 über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Gesetz; ECG), LGBl. 2003 Nr. 133, bereits ein Spezialgesetz mit vielfältigen Sondernormen und ist der Bedarf nach Spezialvorschriften in Ergänzung des Allgemeinen Teils im gegenständlichen Vernehmlassungsentwurf nur hinsichtlich weniger, wenngleich wichtiger, Einzelfragen (Verantwortlichkeit des Diensteanbieters und -nutzers, sog. Spam- oder Junk-Mails) gegeben, die jedoch unmittelbar in das ECG integriert und vornehmlich vergleichbarer allgemeiner Strafbestimmungen nachempfunden wurden.

---

[9] Rundfunk fällt in die Generalkompetenz der Länder gem. Art. 30 und 70 GG.

[10] Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland vom 31.8.1991 idgF, Saarländisches Mediengesetz vom 27. Februar 2002 (Amtsbl. S. 498) idgF; Landesmediengesetz Baden-Württemberg (LMedienG) vom 19. Juli 1999 (GBl. S. 273).

3.4.3 Förderung der Medien (III.)

Die neuen Vorschriften über die Medienförderung stellen eine durchaus eigenständige Schöpfung dar, die sich nur Ansatzweise am (österreichisches) Presseförderungsgesetz 1985, BGBl. 1985/228 idgF, orientieren, im Übrigen aber eine Weiterentwicklung des bestehenden Medienförderungsgesetzes im Lichte der in der Konzeptphase neu formulierten Ziele und Grundsätze der Medienförderung sowie der einschlägigen praktischen Erfahrungen der letzten Jahre darstellt.

3.4.4 Organisation und Durchführung (IV.)

Das Organisationsrecht ist liechtensteinischer Provenienz und setzt die durchaus bewährte Struktur der heutigen Rechtslage mit den drei Organisationsebenen Medienkommission, Regierung und Landtag fort.

3.4.5 Strafbestimmungen (IV.)

In Anbetracht der weitgehenden Deckungsgleichheit des liechtensteinischen mit dem österreichischen (justiziellen) Straf- und Strafprozessrecht lag diesbezüglich die Wahl der Rezeptionsvorlage auf der Hand.

4. ERLÄUTERUNGEN ZU DEN EINZELNEN GESETZESBESTIMMUNGEN[11]

4.1 Mediengesetz

I. Allgemeiner Teil

Der Systematik des Gesetzes entsprechend, ist dem Gesetz ein Allgemeiner Teil I. vorangestellt, der für sämtliche Medien gilt und von einem Besonderen Teil II. ergänzt wird, der für einzelne Mediengattungen weitere Vorschriften enthält.

---

[11] Angesichts der Komplexität des Mediengesetzes, der Vielzahl an berücksichtigten Materien sowie Rezeptionsvorlagen wurde auf die Erläuterungen sehr viel Wert gelegt, weshalb sie in Art und Umfang durchaus in die Nähe einer Kommentierung des Gesetzes rücken.

A. Geltungsbereich, Zweck und Begriffsbestimmungen

Zu Art. 1 (§ 1 SMG; § 50 öMedienG; Art. 17 Abs. 1 StSchG)[12]

Der Geltungsbereich des Gesetzes ist umfassend und erstreckt sich grundsätzlich auf die gesamte mediale Tätigkeit im Sinne des weiten Medienbegriffes des Gesetzes (Abs. 1).

Abs. 2 bestimmt die vom Geltungsbereich des Gesetzes ganz oder teilweise ausgenommenen Materien:

Die amtlichen Publikationen unterliegen einschlägigen Sonderbestimmungen, insbesondere dem Kundmachungsgesetz, weshalb sie im Gegensatz zu anderen Publikationen der Behörden (im Rahmen der Privatwirtschaftsverwaltung) vom Geltungsbereich des Gesetzes ausgenommen sind (Bst. a).

Bst. b nimmt öffentlich-rechtliche Rechtsträger im Umfang der für sie bestehenden Sondervorschriften von der Anwendbarkeit des Gesetzes aus, also insbesondere Land und Gemeinden in Ansehung der nach dem Informationsgesetz verbreiteten Medien sowie den LRF, soweit das LRFG Sondervorschriften trifft. Darüber hinaus finden jedoch auch auf die Tätigkeit der öffentlich-rechtlichen Rechtsträger die Bestimmungen des MedienG Anwendung.

Bst. c schliesslich erfasst die sog. publizistischen Hilfsmittel, denen ein eigenständiger Publikationswert abgeht, und deren Inhalt nur der Ausübung einer entsprechenden Betätigung dient. Der demonstrativen Aufzählung des Gesetzes sind jedenfalls folgende Medien zuzuordnen: Banknoten, Wertpapiere, Preislisten, Speisekarten, Kalender, Mitgliederlisten, Andachtskarten, Einladungen, Hinweistafeln, Informationsschreiben etc., sofern ihnen keine eigenständige publizistische Bedeutung zukommt, sondern sie nur der Vereinfachung der jeweiligen Tätigkeiten dienen. Wenngleich eine exakte Abgrenzung nur im Einzelfall und damit durch die Vollziehung möglich ist, so wird die Grenze für die Anwendbarkeit des Gesetzes tief anzusetzen sein und es ist bereits bei Vorliegen eines bescheidenen publizistischen Gehalts eines Mediums im Interesse der Rechtssicherheit von der Anwendbarkeit des Gesetzes auszugehen.

Abs. 3 beinhaltet den obligaten Umsetzungshinweis für einschlägige Richtlinien, deren drei zur gänzlichen oder teilweisen Umsetzung anstehen.

---

[12] Der Klammerausdruck hinter einem Artikel gibt die allfällige(n) Rezeptionsvorlage(n) an.

Zu Art. 2 (§ 1 öMedienG, § 2 dRStV, § 2 SMG, § 2 bwLMedienG, § 3 dMDStV)

Die Begriffsbestimmungen des Abs. 1 sind gerade für die komplexe Materie des Medienrechts von grundlegender Bedeutung und für das richtige Verständnis sowie die korrekte Anwendung der einzelnen Normen unentbehrlich.

„Medium“ iSd Gesetzes ist jede technische Form der Massenkommunikation zur öffentlichen Verbreitung von geistigen Inhalten in Wort, Schrift, Ton oder Bild. Dabei bedeutet „Massenkommunikation“, dass die Vermittlung geistiger Inhalte unabhängig von der Art der eingesetzten Verbreitungstechnik an einen typischerweise offenen Adressatenkreis erfolgt, während im Gegensatz dazu die Bestimmtheit oder Bestimmbarkeit des Adressatenkreises ein Merkmal der Individualkommunikation darstellt, die den Medienbegriff des Gesetzes nicht erfüllt. Das Kriterium der Massenkommunikation ist daher von grundlegender Bedeutung für die Qualifikation als Massenkommunikationsmittel und damit als Medium iSd Gesetzes. „Technische Formen“ der Massenkommunikation wiederum sind dadurch charakterisiert, dass eine Verbreitung, dh die Überwindung der räumlichen Distanz zur Vermittlung der geistigen Inhalte, durch den Einsatz technischer Mittel, etwa Vervielfältigungsverfahren oder Sendeanlagen, stattfindet. „Öffentliche Verbreitung“ bedeutet, dass die Art Übermittlung der geistigen Inhalte geeignet ist, die Adressaten in der Öffentlichkeit zu erreichen und nicht bloss privat, etwa im Wege einer vertraulichen Mitteilung etc. „Geistige Inhalte in Wort, Schrift, Ton oder Bild“ schliesslich sind solche, die der sinnlichen Wahrnehmung zugänglich sind und über einen selbständigen Informationsgehalt im weitesten Sinne, dh eine Aussagekraft, verfügen. Unbeachtlich ist dabei, um welche Art von Information oder Aussage es sich handelt, solange die Wahrnehmung und geistige Verarbeitung für einen Menschen möglich ist.

Durch den gewählten offenen Medienbegriff wird gewährleistet, dass sowohl alle traditionellen Medienarten, von der klassischen Druckschrift über den Rundfunk und andere audiovisuelle Medien (Film, MC, LP, CD, DVD etc.) bis hin zu den sog. Diensten der Informationsgesellschaft erfasst sind, als auch zukünftige Erscheinungsformen, die insbesondere als Spielarten des Phänomens „Multimedia“ zu erwarten sind.

Z 2 definiert die wichtige Untergruppe der „periodischen Medien“, wobei permanentes Erscheinen (regelmässig) beim Rundfunk, teilweise auch bei Diensten der Informationsgesellschaft vorliegt, während fortlaufende Ausgaben

typischerweise bei Medienerzeugnissen vorkommen. Eine „vergleichbare Gestaltung“ liegt dann vor, wenn die einzelnen Ausgaben aufgrund formaler und/oder inhaltlicher Kriterien erkennbar miteinander im Zusammenhang stehen. Die Untergrenze für die Erscheinungshäufigkeit eines Periodikums wird dabei mit zwei Ausgaben pro Kalenderjahr denkbar niedrig angesetzt.

Z 3 umschreibt die Voraussetzungen für die Qualifikation als elektronisches Medium und stellt dabei aufgrund des gegenwärtigen Standes der Technik insbesondere auf die Benutzung elektromagnetischer Schwingungen ab.

Z 4 definiert die Medienerzeugnisse als jene Gruppe von Medien, die auf einem physisch wahrnehmbaren Träger verbreitet werden, wie Druckschriften, Bild- und Tonträger (MC, LP, CD, DVD etc).

Z 5 wiederum definiert die Periodika, wobei keine Beschränkung auf die klassischen Erscheinungsformen wie Zeitungen, Zeitschriften und Schriftreihen gegeben ist, sondern prinzipiell auch alle anderen Arten von Medienerzeugnissen in Betracht kommen, solange sie nur periodisch erscheinen und die einzelnen Ausgaben in inhaltlichem Zusammenhang stehen, dh zusammen den Jahrgang eines Periodikums bilden.

Nachdem die öffentliche Verbreitung gedanklicher Inhalte das zentrale Charakteristikum für die Erfüllung des gesetzlichen Medienbegriffes darstellt, knüpft auch die Definition des Verlagsortes hier an (Z 6).

Der Begriff des Medienunternehmens ist rechtsformneutral, weshalb er von allen natürlichen und juristischen Personen oder Personengesellschaften erfüllt werden kann. Ausschlaggebend ist vielmehr, dass die inhaltliche Gestaltung und Veröffentlichung eines Mediums unternehmerisch betrieben wird, wobei ein Mindestmass an sachlichen und personellen Unternehmensstrukturen vorhanden sein müssen (Z 7).

Eine Medienagentur wiederum kann jede natürliche oder juristische Person oder Personengesellschaft sein, deren primärer Unternehmenszweck nicht die öffentliche Publikation von Informationen, sondern die Versorgung von Medienunternehmen mit Informationen, also dem medialen „Rohmaterial“ ist (Z 8). Prominente Beispiele sind Reuters, DPA, APA, SDA.

Der Medieninhaber und der Verleger sind zentrale Figuren des neuen Medienrechts, deren gemeinsamer Gebrauch nicht zur Annahme der Begriffsidentität verleiten soll, sondern vielmehr Praktikabilitätserwägungen

gehorcht (Z 9). Medieninhaber ist demnach der Betreiber eines Medienunternehmens oder einer Medienagentur, mithin die natürliche oder juristische Person, die ein solches Unternehmen auf eigene Rechnung betreibt. Verleger dagegen ist derjenige, der ein Medium publiziert, ohne ein Medienunternehmen zu betreiben, wie etwa ein Autor, Verein etc., der im Selbstverlag veröffentlicht. Zentraler Unterschied ist daher nicht die Art der medialen Tätigkeit, sondern das Ausmass derselben. Beim Medieninhaber erfüllt diese den Unternehmenstatbestand, wird daher regelmässig zur Hauptbeschäftigung desselben gehören, während sie beim Verleger eine nachgeordnete ist.

Bei periodischen Medien, insbesondere bei Zeitungen, ist es üblich, dass ein Herausgeber, der durchaus mit dem Medieninhaber ident sein kann, aber nicht muss, die sog. Tendenz oder grundlegende Richtung des Mediums vorgibt, dh die weltanschauliche, politische oder dogmatische Position des Mediums bestimmt (Z 10).

Hersteller ist diejenige Person, die bei physisch wahrnehmbaren Medien die Vervielfältigung besorgt, etwa der Drucker bei Printmedien (Z 11).

Dem Begriff des Medienmitarbeiters kommt im Konzept des Gesetzes ähnlich tragende Bedeutung zu, wie jenem des Medieninhabers (Verleger). Medienmitarbeiter wirken an der inhaltlichen Gestaltung eines Mediums oder von Agenturmeldungen in journalistisch-redaktioneller Weise mit, im Gegensatz zur bloss technischen und/oder organisatorischen Mitwirkung. Darüber hinaus ist eine bestimmte Intensität der Mitarbeit gefordert, die über eine unbedeutende Nebenbeschäftigung hinausgeht (Z 12).

Die Redaktionskosten sind als Anhaltspunkt für die direkte Medienförderung bedeutsam und werden als Lohnkosten der Medienmitarbeiter iSd Z 12 definiert (Z13).

Der Werbebegriff des Gesetzes ist umfassend und erstreckt sich wie jener des Art. 13 Abs. 1 LRFG auf alle denkbaren Formen der Fremd- und Eigenwerbung zur Absatzförderung (Wirtschaftswerbung), aber auch sämtliche anderen Werbeformen, etwa für ideelle Zwecke, oder zur Gewinnung von Mitgliedern etc. (Z 14).

Die Definition der Schleichwerbung entspricht jener des Art. 14 Abs. 2 LRFG, die ihrerseits auf Art. 1 Bst. c der Fernsehrichtlinie beruht, wenngleich sie im

gegenständlichen Gesetz nicht auf den Rundfunk beschränkt wird (arg „Darstellung oder Erwähnung“) (Z 15).

Die Reichweite eines Mediums wird in der Wissenschaft in Abhängigkeit von Methode und Medienart unterschiedlich definiert, wobei gesetzlich keiner der anerkannten Methoden der Vorrang eingeräumt, sondern ihre prinzipielle Gleichwertigkeit angenommen werden soll. Entscheidend ist zudem nicht so sehr welche der gebräuchlichen Erhebungsmethoden zur Anwendung gelangt, sondern vielmehr die Unabhängigkeit der erhebenden Stelle, idR sind dies Markt- und Medienforschungsinstitute. Der Begriff des Konsumenten eines Mediums schliesslich vereinigt die Trias Leser, Rundfunkteilnehmer (Hörer und Seher) sowie Nutzer (von Diensten der Informationsgesellschaft) und damit das Publikum sämtlicher Medienarten (Z 16).

Dem Rundfunkbegriff[13] kommt insbesondere hinsichtlich der Abgrenzung gegenüber (vergleichbaren) Diensten der Informationsgesellschaft und der daraus folgenden Beurteilung der Frage der Konzessionspflicht entscheidende Bedeutung zu, wobei sich das Gesetz an der Definition des deutschen Rechts (§ 2 Abs. 1 dRStV) orientiert (Z 17). Kerngehalt ist dabei die Veranstaltung und Verbreitung von Darbietungen aller Art in Wort, Schrift, Ton und Bild für die Allgemeinheit zum gleichzeitigen Empfang in Echtzeit, während die angewandte Verbreitungstechnik zwischen terrestrischer, satelliten- oder kabelgestützter Verbreitung variieren kann und daher für die Abgrenzung gegenüber entsprechenden Multimediadiensten nicht mehr geeignet ist[14]. Vielmehr gibt das inhaltliche Kriterium der Darbietung den Ausschlag und weist den Weg für die Beurteilung im Einzelfall. Daraus folgt, dass die verwendete Definition für alle Entwicklungen im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft offen ist, wenngleich zum heutigen Zeitpunkt einige der sog. Internet-TV-Angebote den Rundfunkbegriff noch nicht erfüllen.

Das Rundfunkprogramm wiederum ist die Summe der Darbietungen eines Rundfunkveranstalters, die planvoll und zeitlich geordnet verbreitet werden, wobei die Ausdehnung des Verbreitungsgebietes unerheblich ist (lokal, regional, überregional). Planvoll und zeitlich geordnet bedeutet dabei, dass ein

---

[13] Eingehend dazu *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht[2], § 2 Rz 1 ff mwN.

[14] Dies wird durch die identische Diktion des technikbezogenen Teils von § 2 Abs. 1 dRStV und § 2 Abs. 1 dMDStV schlagend belegt!

Sendekonzept bzw. ein Programmschema zugrunde liegen muss, das Inhalt und Abfolge der Darbietungen im Voraus festlegt (Z 18).

Das Vollprogramm ist jene Art von Rundfunkprogramm, das ein vielfältiges „Bouquet“ an thematisch breit gefächerten Inhalten beinhaltet (Z 19), während das Spartenprogramm regelmässig nur einen Themenbereich (Wirtschaft, Sport, Unterhaltung, Kultur etc.), diesen jedoch umfassend, abdeckt (Z 23).

Die Sendung schliesslich ist ein in sich abgeschlossener Programmteil, der (regelmässig) unter einem bestimmten Titel verbreitet wird, der auch Teil einer übergeordneten Serie, Reihe etc. sein kann (Z 21).

Der Sponsoringbegriff (Z 23) geht wie jener des Teleshopping (Z 24) auf die einschlägigen Definitionen des Europäischen Fernsehübereinkommens (Art. 2 Bst. g und h) zurück, zumal sich diese in Europa allgemein gefestigt haben und hinlänglich Schrifttum und Judikatur dazu existiert.

Nachdem sich das Mediengesetz vornehmlich der Medieninhalte annimmt und technische Fragen nur am Rande streift, bleibt die detaillierte Definition der Übertragungskapazität - wie sie etwa § 2 Z 5 öPrTV-G bietet - dem Kommunikationsrecht vorbehalten und wird daher im gegebenen Zusammenhang eine allgemeine und technisch für neue Entwicklungen offene Begriffsbestimmung geboten (Z 25).

Eine Definition der (vielfältigen) Dienste der Informationsgesellschaft beinhaltet das insofern einschlägige ECG in Art. 3 Abs. 1 Bst. a, weshalb im Zusammenhang mit dem hier angebrachten Verweis (Z 26) lediglich die Betonung des Umstandes wichtig ist, dass die Dienste der Informationsgesellschaft ob ihrer Mannigfaltigkeit nicht per se den gesetzlichen Medienbegriff erfüllen, sondern eine Beurteilung im Einzelfall unumgänglich ist[15]!

Der Begriff des Medieninhaltsdeliktes

Abs. 2 beinhaltet die stehende Wendung betreffend die Geschlechtsneutralität aller im Gesetz verwendeten Berufs-, Funktions- und Personenbezeichnungen.

---

[15] Eingehend dazu *Noll* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, § 1 Rz 48 ff.

B. Rechte und Pflichten der Medien

Die Bestimmungen dieses Abschnitts normieren grundlegende Rechte und Pflichten der Medien iwS (Medieninhaber (Verleger), Medienschaffende etc.) und sind zT programmatischer Natur (Art. 3 und 4), deren Bestand für das Funktionieren einer modernen Medienlandschaft unerlässlich ist. Gleichzeitig wird durch die Dialektik der Normen (Rechte - Pflichten) deutlich zum Ausdruck gebracht, dass die herausragende Bedeutung der (Massen-)Medien in der heutigen Gesellschaft nicht nur Privilegien, sondern auch ein entsprechendes Mass an Verantwortung mit sich bringt.

Zu Art. 3 (§ 3 SMG)

Diese programmatische Bestimmung betont die Freiheit der Medien und stellt damit eine Konkretisierung des Art. 40 LV sowie des Art. 10 EMRK für den Bereich der Medien dar.

In Abs. 1 wird diese Freiheit für alle Medien im weiten Sinne des verwendeten Medienbegriffs betont und gleichzeitig die Unabdingbarkeit der Medienfreiheit für eine funktionierende demokratische Gesellschaft unterstrichen. Im Lichte der dynamischen Entwicklung der medialen Massenkommunikation soll damit sowohl die Verbreitung als auch der Konsum der Medien erfasst sein.

Abs. 2 hält fest, dass die Entfaltung medialer Tätigkeit grundsätzlich keiner besonderen medienrechtlichen Anmeldung oder Zulassung bedarf, soweit sie sich nicht knapper Ressourcen (Frequenzen etc) oder besonderer Organisationsformen (Aktiengesellschaft etc) bedient. Die Einschränkung „im Rahmen der Gesetze“ macht denn auch deutlich, dass Anmelde- oder Zulassungserfordernisse des allgemeinen Rechts, etwa gewerberechtlicher oder wirtschaftsrechtlicher Art, ebenso wie Anzeigevorschriften nach der Telekommunikationsgesetzgebung unberührt bleiben und selbstredend auch für den Bereich der Medien gelten.

Darüber hinaus kann die Freiheit der Medien auch mit anderen von der Verfassung geschützten Werten in Konflikt geraten, weshalb sie zusammen mit anderen beteiligten Grundrechten und Verfassungsgütern wie z.B. dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht oder der Strafverfolgung so zum Ausgleich gebracht werden muss, dass alle bestmöglich zur Geltung kommen. Die Herstellung dieser praktischen Konkordanz der mitunter widerstreitenden Rechte ist in erster Linie Sache des einfachen Gesetzgebers, weshalb in Abs. 3 Satz 1 diesem verfassungsrechtlichen Rahmen Rechnung getragen wird. Die Freiheit der Medien unterliegt danach nur den Beschränkungen, die durch die Verfassung

unmittelbar und in deren Rahmen durch dieses Gesetz zugelassen sind. Die Beschränkungen, die durch die Verfassung unmittelbar zugelassen sind, ergeben sich dabei aus Art. 40 LV: Nach dieser Verfassungsnorm wird die Meinungsfreiheit und als Teilaspekt derselben auch die Medienfreiheit nur „innerhalb der Schranken des Gesetzes und der Sittlichkeit“ gewährleistet, wobei der einfache Gesetzgeber einen verhältnismässigen Ausgleich anzustreben hat. Als gesetzliche Schranken sind insbesondere die Vorschriften zum Schutze der Persönlichkeit, in dem durch die Rechtsprechung entwickelten Umfang zu nennen, aber auch das allgemeine Strafrecht, das für Medien ebenso gilt, wie für andere Staatsbürger. Das in Satz 2 enthaltene Verbot von Sondermassnahmen jeder Art, die die Freiheit der Medien beeinträchtigen, folgt teilweise schon aus der Zensurbeschränkung des Art. 40 LV sowie weiteren verfassungsrechtlichen Prinzipien (Legalität, Gleichheit, Willkürverbot etc), gleichwohl soll auch einfachgesetzlich explizit hervorgehoben werden, dass keine gezielte Massnahmen gegen die Freiheit der Medien ergriffen werden dürfen.

Abs. 4 rundet den Kanon der Bestimmung ab, indem auch Einschränkungen der Freiheit der Medien im Wege von Zwangsorganisationen oder einer mit hoheitlicher Gewalt ausgestatteten Standesgerichtsbarkeit verboten werden, wobei sich das Verbot nicht nur gegen den Staat, sondern auch gegen die Medien selbst richtet und insofern aufgrund der mehrheitlich verneinten (unmittelbaren) Drittwirkung der Grundrechte einer gesetzlichen Verankerung bedarf. Allzu leicht könnte durch eine Zwangsorganisation der einzelne Medienschaffende oder das einzelne Medium in einer bedenklichen Weise in seiner Freiheit beschnitten werden. Nicht erfasst von diesem Verbot sind selbstverständlich Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle der Medien, wie die in Deutschland, Österreich und der Schweiz existierenden Presseräte udgl.

Zu Art. 4 (§§ 4, 6 und 15 SMG, § 3 bwLMedienG)

Als wesentlicher, ja entscheidender Faktor der Meinungsbildung in einer modernen Gesellschaft nehmen die Medien unweigerlich an der öffentlichen Meinungsbildung teil und erfüllen darüber hinaus weitere gesellschaftlich relevante Funktionen (Information etc.), deren Summe sich durchaus als eine öffentliche Aufgabe qualifizieren lässt[16].

---

[16] Der EGMR spricht plastisch von der Funktion der Medien als „public watchdog“; Nachweise bei *Grabenwarter*, EMRK, § 23 Rz 31, 36.

Abs. 2 wiederum nennt eine übergeordnete Aufgabe, deren Erfüllung alle Medien in ihrer Gesamtheit erfüllen sollen, ohne dass unmittelbar daraus eine inhaltliche Verpflichtung für ein einzelnes Medium entspringen würde, sehr wohl jedoch Leitlinien für eine entsprechende Medienpolitik vorgegeben werden.

Abs. 3 postuliert die fundamentalen Grundsätze, denen sich alle Medien in einer toleranten Gesellschaft unterzuordnen haben und soll gleichsam dem Missbrauch von Medien zur Unterminierung dieser Grundsätze, wie er historisch mehrfach vorgekommen ist, vorbeugen.

Abs. 4 trägt dem Umstand Rechnung, dass mit zunehmender Meinungsbildungskraft eines Mediums auch die öffentliche Aufgabe zunimmt, und zwar dahingehend, dass besonders solche Medien gefordert sind, für die erwähnten Kriterien einzutreten. Besonders meinungsbildend sind zum heutigen Zeitpunkt zweifelsohne die beiden liechtensteinischen Tageszeitungen sowie Radio Liechtenstein, wobei letzteres ohnehin ähnliche Verpflichtungen nach dem LRFG hat.

Abs. 5 schliesslich wendet sich ausschliesslich an die Tagespresse und Vollprogramme des Rundfunks, denen ob der Kleinheit Liechtensteins in besonderem Masse die Aufgabe zuteil wird, der Bevölkerung auch das lokale Geschehen zur Kenntnis zu bringen.

Zu Art. 5

Diese Bestimmung widmet sich dem Informationsrecht der Medien gegenüber den Behörden, das eine zentrale Voraussetzung der medialen Berichterstattung über das aktuelle (politische) Geschehen bildet und damit für die Erfüllung der in Art. 4 genannten Aufgabe unentbehrlich ist. Gleichwohl kann es vor dem Hintergrund der umfassenden Regelung dieses Rechtes im Informationsgesetz und der dazu ergangenen Verordnung aus dem Jahre 1999 mit einem Verweis auf dasselbe sein Bewenden haben, zumal aus der Sicht der Mediengesetzgebung das Informationsrecht der Medien hier ausreichend verankert ist.

Zu Art. 6 (Art. 19 StSchG, §§ 6 und 15 SMG, § 3 bwLMedienG)

Nach den eher allgemein gehaltenen Zielbestimmungen nimmt sich Art. 6 ausdrücklich der Medieninhalte an, wobei Abs. 1 die Pflicht zur Beachtung der verfassungsmässigen Ordnung sowie der einschlägigen Vorschriften zum Schutz konkurrierender Rechtsgüter durch die Medien hervorhebt und damit auch dem

Umstand Rechnung trägt, dass die beispielhaft genannten Schutzgüter gerade in den heutigen Massenmedien zum Teil erheblichen Verletzungen ausgesetzt sind.

Abs. 2 entspricht in materieller Hinsicht weitgehend dem Art. 19 StSchG und verpönt mediale Inhalte, die gerichtlich strafbar oder aber derart schädigend sind, dass ihre Verbreitung im öffentlichen Interesse durch die Medienfreiheit nicht mehr zu rechtfertigen ist.

Zu Art. 7 (§ 6 SMG, § 3 bwLMedienG)

Die Sorgfaltspflichten treffen insbesondere jene Medien, die journalistisch-redaktionelle Inhalte haben, wobei sich der Hinweis auf die Wahrung dieser Grundsätze beim Einsatz neuartiger Technologien auf virtuelle und ähnliche Techniken bezieht (Abs. 1)

Abs. 2 konkretisiert die verlangte Sorgfaltspflicht im Zusammenhang mit der Verbreitung von Nachrichten und Berichten in Medien, wobei „nach den Umständen geboten“ jenes Mass an Sorgfalt ist, das man von einem gewissenhaften Journalisten in einer solchen Situation erwarten kann, und zwar unter Berücksichtigung des in der Medienwelt herrschenden Zeitdrucks (Satz 1). Gleichwohl kann auch im Kampf um die den grösstmöglichen Neuigkeitswert von Meldungen von einem sorgfältigen Journalisten erwartet werden, dass er zumindest einen Vorbehalt anbringt, wenn der Wahrheitsgehalt einer Meldung nicht den notwendigen Kriterien entspricht (Satz 2). Die selbstständige und unverzügliche Richtigstellung von später als falsch erwiesenen Tatsachen gebietet schon die Standesehre eines seriösen Journalisten, weshalb diese Pflicht einer Selbstverständlichkeit gleichkommt (Satz 3).

Die in Abs. 3 festgehaltene Pflicht zur Trennung von Kommentar und Berichterstattung oder von Meinung und Tatsachen entspricht ebenfalls allgemein anerkannten Standards und sorgt für Klarheit bei den Medienkonsumenten, ebenso wie die Kennzeichnungspflicht eigener Meinungen, die darüber hinaus bei einer allfälligen Verantwortlichkeit des Verfassers weitwendige Ermittlungen über die Urheberschaft erübrigen soll.

Abs. 4 schliesslich normiert einen Grundsatz für die Bekanntgabe von Resultaten einer Meinungsumfrage, die sich nicht zuletzt durch die elektronischen Medien wieder vermehrter Beliebtheit erfreuen und nachweislich geeignet sind, das Verhalten anderer, etwa bei Wahlen oder dem Konsum, massgeblich zu beeinflussen. Zu betonen ist dabei, dass das Kriterium der Repräsentativität statistischen Ansprüchen genügen muss und daher nur selten gegeben sein wird.

Zu Art. 8 (§ 12 SMG, § 28 öMedienG)

Diese Bestimmung normiert die Grundsätze der medienrechtlichen Verantwortlichkeit, die sich im Bereich des Zivilrechts nach den allgemeinen Gesetzen, also insbesondere dem ABGB und dem PGR, richtet und sich daher nicht von der Haftung sonstiger Personen unterscheidet (Abs. 1).

Dasselbe trifft auf die strafrechtliche Verantwortlichkeit mit der Massgabe zu, dass unter I D (Medienstrafsachen) gewisse strafrechtliche Privilegierungen von Medienschaffenden vorgesehen sind, die der Stärkung der Medienfreiheit dienen.

Nachdem für Dienste der Informationsgesellschaft überdies haftungsrechtliche Sonderfragen (Links etc.) im ECG geregelt sind, scheint ein entsprechender Verweis darauf im Sinne der Klarheit geboten (Abs. 3).

Abs. 4 wiederum stellt ausserdem klar, dass selbst bei persönlicher Nichtverantwortlichkeit des Medieninhabers - aus welchem Grunde immer - ihn die selbständigen Pflichten zur Beseitigung von rechtswidrigen Inhalten seines Mediums treffen, die behördlich angeordnet werden.

Zu Art. 9 (§ 30 öMedienG)

Diese Bestimmung ist im weitesten Sinne eine Folge der parlamentarischen Immunität in der Ausprägungsform des Art. 57 Abs. 1 LV, zumal keine Stellvertreterhaftung des Journalisten für eine wahrheitsgetreu wiedergegebene Äusserung eines Parlamentariers eintreten soll, für die dieser selbst gerichtlich nicht belangt werden kann. Zu betonen ist jedoch, dass nur der wahrheitsgetreue Bericht, nicht aber die kommentierende, zustimmende oder billigende Stellungnahme des Journalisten haftungsausschliessend wirkt.

Zu Art. 10 (§ 9 SMG, § 10 Abs. 3 dMDStV)

Der Medieninhaber (Verleger) ist im Konzept der gegenständlichen Gesetzesvorlage, die insofern demjenigen des öMedienG folgt, zentrale Figur und Tatbestandsmerkmal unzähliger Normen, weshalb es die Effektivität dieser Normen und damit des Rechtsschutzes gebieten, die juristische Belangbarkeit desselben sicherzustellen. Deshalb ist es geboten, die persönlichen Voraussetzungen, die ein Medieninhaber (Verleger) eines im Inland erscheinenden Mediums zu erfüllen hat, vor dem Hintergrund seiner medienrechtlichen Bedeutung sowie der Gewährleistung der Durchsetzbarkeit allfälliger Ansprüche gegen das Medium so zu fassen, dass eine hinreichende Publizitätswirkung erzielt wird.

Abs. 1 sieht daher vor, dass sich der Wohnsitz des Medieninhabers (Verlegers) innerhalb des EWR oder der Schweiz befinden muss (Bst. a), seine volle Handlungsfähigkeit vorliegt (Bst. b) sowie die unbeschränkte strafrechtliche Verfolgung möglich ist und nicht etwa Hindernisse (zB Immunität, fehlende Rechtshilfeübereinkommen) entgegenstehen.

Abs. 2 macht von diesem Grundsatz insofern eine notwendige Ausnahme, als im Interesse der sog. Jugendpresse (Medien von Jugendlichen für Jugendliche) von den Erfordernissen der vollen Handlungsfähigkeit sowie der unbeschränkten strafrechtlichen Verfolgbarkeit, mithin in casu der Volljährigkeit sowie der Strafmündigkeit, abgesehen wird.

Zu Art. 11 (§ 17 StSchG, § 24 öMedienG, § 8 SMG)

Die Impressumpflicht zählt zu den ältesten und gleichzeitig bedeutsamsten Pflichten der Medien und gewinnt als primäre Publizitätspflicht im Lichte zunehmender wirtschaftlicher Verflechtung, technischer Diversifizierung und dadurch Internationalisierung der Medienlandschaft noch einmal an Stellenwert. Nur das Impressum ermöglicht eine personelle Zuordnung jedweder Art von Medieninhalten und damit die Kenntnis über (formelle) Urheberschaft und primären Verbreitungsort. Die gegenständliche Vorschrift dient damit dem Konsumentenschutz, dem Schutz öffentlicher Ordnungsinteressen sowie der Offenheit des Meinungsbildungsprozesses.

Abs. 1 Bst. a enthält die für alle im Inland verbreiteten (!) Medien zwingenden Mindestangaben im Impressum: Name oder Firma des Medieninhabers (Verlegers) und Verlagsort. Bst. b fordert zudem die Angabe des Herstellers sowie des Herstellungsortes bei Medienerzeugnissen, zumal diese Angaben die Körperlichkeit des Mediums voraussetzen.

Abs. 2 baut die Impressumpflicht für periodische Medien ob ihres höheren Bedeutungsgrades dahingehend aus, dass die Anschrift des Medieninhabers (Verlegers) und der Redaktion sowie Name und Anschrift des Herausgebers angegeben werden müssen, um die Transparenz zu erhöhen und die Kontaktaufnahme mit den Verantwortlichen zu erleichtern.

Es ist heute durchaus nichts Ungewöhnliches, dass etwa aufgrund von Kooperationen zwischen Medienunternehmen regelmässig ganze Teile des journalistisch-redaktionellen Inhalts fertig übernommen und im jeweils anderen Medium veröffentlicht werden. Diesfalls erstreckt sich die Impressumpflicht auch

auf die einschlägigen Angaben zu den verantwortlichen Personen und der Inhaberschaft des liefernden Medienunternehmens (Abs. 3).

Abs. 4 bestimmt die Pflicht zur Angabe von Name und Anschrift des Internet-Service-Providers bei Diensten der Informationsgesellschaft, da nur auf diese Weise eruiert werden kann über welche IP-Adresse und von wo aus ein bestimmter Inhalt in das Netz (www) gelangt ist.

Abs. 5 modifiziert die Form der Impressumpflicht für den Rundfunk, zumal hier die technischen Gegebenheiten gewisse Anpassungen erfordern.

Der Medieninhaber (Verleger) und (bei Medienerzeugnissen) auch der Hersteller sind für die Veröffentlichung des Impressums verantwortlich, wie dies nach Art. 17 Abs. 2 StSchG bereits nach geltendem Recht der Fall ist. Dem Hersteller sind die dafür notwendigen Angaben zu machen (Abs. 6).

Die Besonderheiten gewisser Medien, insbesondere im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft, bringen es mit sich, dass weitergehende Informationspflichten gesetzlich vorgesehen sind, deren Geltung von der Impressumpflicht unberührt bleibt (Abs. 7).

Zu Art. 12 (§ 25 öMedienG, § 28 dRStV)

Die Pflicht zur periodischen Offenlegung der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse sowie der grundlegenden Richtung periodischer Medien soll dem Medienkonsumenten Hinweise auf allfällige Abhängigkeitsverhältnisse geben, die unter Umständen auch die journalistisch-redaktionelle Gestaltung des Mediums beeinflussen können und im Impressum oder Titel nicht Ausdruck finden müssen. Darüber hinaus besteht auch ein allgemeines Interesse daran, die Beherrschung verschiedener Medien durch dieselben Personen transparent zu machen, um dem Publikum die kritische Würdigung einer nur vermeintlichen Medienvielfalt zu ermöglichen. Die Veröffentlichung im Medium selbst drängt sich bei körperlichen Medien, mithin Medienerzeugnissen, geradezu auf, während diese Verlautbarungsform für elektronische Medien nicht praktikabel erscheint, weshalb abweichend von § 25 Abs. 1 Satz 3 öMedienG die Veröffentlichung auf der Homepage des jeweiligen Mediums zweckmässiger erscheint und gegenüber einer (kostspieligen) Veröffentlichung in einem anderen Printmedium auch für das Medienunternehmen vorteilhaft ist. Das Vorhandensein einer Homepage wiederum darf heute indes - zumal bei elektronischen Medien - unterstellt werden, wobei durch den Begriff „zurechenbar“ zum Ausdruck kommen soll, dass nicht

zwingendermassen eine Übereinstimmung des Namens des Mediums und der Domain bestehen muss, solange nur der bestehende Konnex erkennbar ist.

Abs. 2 definiert die notwendigen Angaben in der Offenlegung, wobei das Ausmass des Grades an unmittelbarer und mittelbarer Beteiligung so gewählt ist, dass üblicherweise eine tatsächliche und rechtliche Einflussmöglichkeit (Sperrminorität) gegeben ist. Dabei begnügt sich der Entwurf mit der Offenlegung von Eigentumsverhältnissen, da diese das relativ am leichtesten fassbare Substrat der Einflussnahme sind, während andere Abhängigkeits-, Unterordnungs- oder ähnliche Verhältnisse, wie sie etwa nach § 28 Abs. 2 dRStV relevant sind, sehr einzelfallbezogen sind und sich daher einer generell-abstrakten Abgrenzbarkeit weitgehend entziehen. Ausserdem wird durch die vorgeschlagene Offenlegungspflicht die Transparenz über die Einflussmöglichkeiten bei einem Medium soweit erhöht, dass selbst bei Vorhandensein weiterer „Hintermänner“ zumindest konkrete Anhaltspunkte für deren Identität gegeben werden.

Abs. 3 dient der Offenlegung von personellen Verflechtungen zwischen verschiedenen Medienunternehmen und komplettiert damit die gesamte Bestimmung.

Die grundlegende Richtung („Blattlinie“) soll Auskunft über die - soweit vorhanden - weltanschauliche Positionierung eines Mediums geben und entfaltet va im Zusammenhang mit Fragen des journalistischen Überzeugungsschutzes eine klärende Funktion bereits im Vorfeld der Eingehung eines Arbeitsverhältnisses (Abs. 4).

Zu Art. 13 (Art. 40 LRFG, § 18 SMG)

Nachdem ein effektiver Rechtsschutz gerade bei Medieninhalten nur durch die Verfügbarkeit derselben gewährleistet ist und ausserdem in der heutigen Zeit die technischen Aufzeichnungsmöglichkeiten (Computer, Datenträger etc) so vielfältig sind, dass eine Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflicht eine durchaus verhältnismässige Verpflichtung der Medienunternehmen darstellt, erscheint es gerade in Ansehung elektronischer Medieninhalte sachgerecht, dem Medienunternehmen die Aufzeichnung und Aufbewahrung zu überantworten, zumal ein Medienkonsument nur eher zufällig über eine Aufzeichnung des ihn betreffenden Inhalts verfügen wird (Abs. 1). Die Bereitstellung zum „beliebigen zeitlichen Empfang“ kann entweder in einem Dienst der Informationsgesellschaft oder aber bei neuartigen Rundfunkangeboten, die auf individuellen Abruf zur

Verfügung stehen, stattfinden. Die wiederkehrende Verbreitung desselben Inhalts dagegen unterfällt Satz 1.

Die Abs. 2 und 3 entsprechen im wesentlichen Art. 40 Abs. 2 und 3 LRFG, weshalb auf die einschlägige Begründung verwiesen werden kann.

Zu Art. 14 (§ 8 SMG)

Die Auskunftspflicht dient der Ausmachung der unmittelbar verantwortlichen Person und damit der Gewährleistung ihrer Belangbarkeit, die gerade bei elektronischen Medien nicht immer unschwer nachzuvollziehen ist (Abs. 1).

Abs. 2 hält ein Recht zur Beanstandung von Medieninhalten zu Gunsten von jedermann fest, das zwar zunächst zahn-, weil sanktionslos erscheinen mag, jedoch iVm Abs. 3 in einem allfälligen behördlichen Verfahren zur Konsequenz führt, dass sich die verantwortlichen Personen des Medienunternehmens hinsichtlich der Verbreitung dieses Medieninhaltes nach erfolgter Beanstandung nicht auf mangelnde Fahrlässigkeit berufen können, sondern diese als erwiesen gilt (Beweisregel).

Zu Art. 15 (§ 46 öMedienG)

Die generelle Veröffentlichungspflicht nach Abs. 1 ist ein notwendiger Beitrag der periodischen Medien (insbesondere des Rundfunks) in Krisen- und Katastrophenfällen und daher unverzüglich zu erfüllen. Die ausgesprochene Seltenheit solcher Ereignisse rechtfertigt im Übrigen die Unentgeltlichkeit.

Abs. 2 dagegen sieht die Pflicht zur Veröffentlichung amtlicher Publikationen, wie sie etwa heute bereits in den beiden Tageszeitungen stattfindet, vor, ordnet diesfalls jedoch eine marktübliche Vergütungspflicht an, was in Anbetracht der gegenüber Abs. 1 nicht vorliegenden Ausnahmesituation sachgerecht ist, zumal sich die Behörden hier wie andere Auftraggeber von entgeltlichen Veröffentlichungen gerieren. „Zuständiges Organ“ ist jenes, in dessen Kompetenzbereich die den Inhalt der Veröffentlichung bildende Angelegenheit fällt.

Abs. 3 normiert die Pflicht zur exakten Wiedergabe der jeweiligen Inhalte, während allfällige Zusätze, wie etwa Ankündigungen der jeweiligen Veröffentlichung etc., deutlich davon zu trennen sind.

Abs. 4 wiederum eröffnet die Möglichkeit, bei Bedarf den Nachweis für die erfolgte Veröffentlichung zu verlangen, was typischerweise bei elektronischen

oder solchen Medien der Fall sein wird, deren Verbreitung im Inland nur in geringem Masse stattfindet.

Abs. 5 sieht den Ausschluss der Verantwortlichkeit des Medienunternehmens für diese Art von Veröffentlichungen vor, was eine Konsequenz aus der Pflicht zur Veröffentlichung solcher Inhalte darstellt. Ebenso findet gegen solche Veröffentlichungen keine Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung statt, da sie von den jeweiligen Behörden in Vollziehung der Gesetze angeordnet werden und allfällige Verletzungen von Rechten Dritter nach dem Amtshaftungsgesetz geltend zu machen sind.

Sonstige gesetzliche Veröffentlichungspflichten können sich aus Spezialgesetzen, etwa in Abhängigkeit von der Rechtsform eines Medienunternehmens (PGR), ergeben (Abs. 6).

Zu Art. 16 (Art. 4 LBG; § 43f öMedienG, § 14 SMG)

Die sog. Freiexemplare haben im Bereich der Druckwerke (Medienerzeugnisse) bereits eine längere Tradition und sind in Liechtenstein in Art. 4 des Gesetzes betreffend die Errichtung einer Liechtensteinischen Landesbibliothek, LGBl. 1961 Nr. 25, geregelt. Mit der zunehmenden Bedeutung von Informationen für alle Lebensbereiche in der sog. Informationsgesellschaft und der sich abzeichnenden Entgeltlichkeit qualitativer Informationen gerade im Bereich der elektronischen Medien soll daher die Anbietungspflicht auf solche Medien ausgedehnt werden, um zumindest an einer öffentlich zugänglichen Stelle im Inland, und zwar der Liechtensteinischen Landesbibliothek, der gesamten Bevölkerung die Möglichkeit einzuräumen, sich aus der gesamten Palette an inländischen Medien kostenlos zu informieren. Um jedoch andererseits der Landesbibliothek die organisatorischen Entscheidungen vorzubehalten, welche Medienformen sie zugänglich machen kann und will, bestimmt sie nach erfolgter Anbietung über den Bezug des Mediums, während im Bereich der Druckwerke (Medienerzeugnisse) nach Art. 4 leg cit eine Ablieferung jedenfalls stattzufinden hat (Abs. 1).

Abs. 2 soll der Regierung die Möglichkeit eröffnen, die Anbietungspflicht ganz oder partiell auf weitere Institutionen, wie Ausbildungs- und Forschungsstätten, im Verordnungsweg auszudehnen, wobei jedoch eine angemessene Entschädigung vorzusehen sein wird, um die Pflichten der Medieninhaber nicht zu überspannen.

Abs. 3 legt die Fristen zur Anbietung und allenfalls Bereitstellung der Medien fest.

Abs. 4 beschränkt die Anbietungspflicht bei Medieninhabern (Verleger) und Herstellern periodischer Medien insoweit, als die einmalige Anbietung zum laufenden Bezug beim erstmaligen Erscheinen ausreicht, was bereits ein Gebot der Pragmatik ist.

Abs. 5 sieht die gerichtliche Durchsetzbarkeit des Bezugsrechts vor, das auch dadurch nicht beeinträchtigt wird, dass die rechtzeitige Anbietung ganz oder teilweise unterbleibt.

Abs. 6 stellt fest, dass weitergehende Anbietungs- und Ablieferungspflichten, wie sie etwa nach dem - bereits erwähnten - Gesetz betreffend die Errichtung einer Liechtensteinischen Landesbibliothek, LGBl. 1961 Nr. 25, oder aber nach dem Archivgesetz vom 23. Oktober 1997, LGBl. 1997 Nr. 215, bestehen unberührt bleiben. Fragen der Konkurrenz sind nach den juristischen Auslegungsmethoden zu lösen.

Zu Art. 17 (§ 11 SMG)

Obschon dem Datenschutz im Bereich der Medien eine wachsende Bedeutung zukommt (zB im Zusammenhang mit dem investigativen Journalismus), erscheinen die geltenden Normen, va des Datenschutzgesetzes vom 14. März 2002, LGBl. 2002 Nr. 55, und der dazu ergangenen Verordnung, grundsätzlich hinreichend zu sein, um einen effektiven Schutz personenbezogener Daten unter gleichzeitiger Berücksichtigung der Interessen von Medienschaffenden (vgl etwa Art. 13 DSG) zu gewährleisten.

Zu Art. 18

Der Verweis auf das Immaterialgüterrecht ist va vor dem Hintergrund der (auch) für sämtliche Medien bestehenden einschlägigen Pflichten (etwa der Leistung von Verwertungsgebühren) sowie unter dem Eindruck der in den Diensten der Informationsgesellschaft zT grassierenden Verletzungen desselben zu sehen. Gleichwohl ist davon auszugehen, dass die bestehende Rechtslage in diesem Bereich - den effektiven Vollzug immer vorausgesetzt - als hinreichend beurteilt werden kann und ein Verweis darauf genügt.

Zu Art. 19

Nachdem es sich beim Medienrecht um eine klassische Querschnittsmaterie handelt soll die gegenständliche Bestimmung im Sinne einer Generalklausel einen Vorbehalt zugunsten aller sonstigen Rechte und Pflichten nach dem Zivil-, Straf-

oder Verwaltungsrecht normieren, die alle oder einzelne Medienunternehmen, -inhaber (Verleger) oder -schaffende treffen.

C. Schutz des Journalismus

Die Bestimmungen dieses Abschnitts sollen die Position der Journalisten schützen und stärken zugleich, indem sie einerseits seine Rechtsstellung im behördlichen Verfahren und andererseits innerhalb des Medienunternehmens ausbauen und festigen, mithin die äussere und innere Medienfreiheit fördern.

Zu Art. 20 (§ 31 öMedienG)

Ein wesentlicher und von der Praxis zu Recht kritisierter Mangel der heutigen Rechtslage ist das Fehlen eines ausdrücklich normierten Redaktionsgeheimnisses (auch „Quellenschutz“) zugunsten des Journalisten in Form eines Zeugnisverweigerungsrechtes. Der Schutz des Redaktionsgeheimnisses bedeutet dabei nicht Immunität der Medien, sondern vielmehr die Befreiung ihrer Mitarbeiter von der Zeugnispflicht in behördlichen Verfahren und im Zusammenhang damit das Verbot der Beschlagnahme von Unterlagen, die Hinweise auf den Gewährsmann (die „Quelle“) oder den Inhalt der Information enthalten und sich im Gewahrsam des vom Zeugnis Befreiten befinden. Hingegen kann sich ein Medienmitarbeiter, der etwa im Strafverfahren nicht Zeuge, sondern Beschuldigter ist, auf das Redaktionsgeheimnis nicht berufen. Aus Gründen der Gleichbehandlung und einer geordneten Rechtspflege kann der Schutz des Redaktionsgeheimnisses nicht so weit gehen, dass die Beschlagnahme zur Beweissicherung bei Medienmitarbeitern, die selbst Beschuldigte sind, gänzlich untersagt wird, oder so weit, dass die Strafbestimmungen gegen Begünstigung (§ 299 StGB) und gegen die Unterlassung der Verhinderung einer mit Strafe bedrohten Handlung (§ 286 StGB) in diesem Bereich schlechthin unanwendbar wären.

Der persönliche Schutzbereich des Redaktionsgeheimnisses soll dabei nicht nur Medieninhaber (Verleger), Herausgeber eines periodischen Mediums und Medienmitarbeiter im Sinne des Gesetzes umfassen, sondern darüber hinaus auch alle anderen Arbeitnehmer eines Medienunternehmens oder einer Medienagentur, auch wenn sie innerhalb dieser Unternehmen lediglich eine untergeordnete Tätigkeit entfalten, oder diese Tätigkeit nur als Nebenbeschäftigung, etwa als geringfügig beschäftigte freie Mitarbeiter, ausüben. In sachlicher Hinsicht bezieht sich das Zeugnisverweigerungsrecht sowohl auf Fragen nach der Person des Verfassers, Einsenders oder Gewährsmannes als auch auf Fragen nach dem Inhalt

von Mitteilungen, zumal es durchaus möglich ist, dass aus dem Inhalt der Informationen auf die Person des Gewährsmannes geschlossen werden kann. Das Entschlagungsrecht setzt dabei keine Veröffentlichung strafbaren Inhalts voraus; es ist von einer beabsichtigten oder erfolgten Veröffentlichung unabhängig. Die Befreiung von der Zeugnispflicht soll zudem nicht nur in gerichtlichen Verfahren wegen Medieninhaltsdelikten, sondern auch in einem Strafverfahren, das z.B. gegen die unbekannten Informanten wegen Verletzung einer Geheimhaltungspflicht geführt wird, und darüber hinaus überhaupt in jedem behördlichen Verfahren bestehen (Abs. 1).

In Abs. 2 wird die Befreiung von der Zeugnispflicht durch ein entsprechendes Umgehungsverbot, insbesondere hinsichtlich Aufträge zur Vorlage oder der Beschlagnahme einschlägiger Urkunden ergänzt. Dadurch sollen die Unterlagen geschützt werden, aus denen sich Schlüsse auf die Person des Gewährsmannes oder auf den Inhalt seiner Information ziehen lassen. Voraussetzung ist dabei, dass diese Unterlagen sich im Gewahrsam einer Person befinden, der das Zeugnisverweigerungsrecht zusteht.

Dieser durchaus weite Umfang des Redaktionsgeheimnisses in der vorgeschlagenen Ausgestaltung erscheint vor dem Hintergrund der essentiellen Bedeutung dieses Rechtes für die Tätigkeit von Journalisten gerechtfertigt, zumal sie gewisse brisante Informationen zT nur unter Zusicherung der Vertraulichkeit ihrer Herkunft erhalten. Darüber hinaus erscheinen die vollumfänglich zur Anwendung gelangenden Bestimmungen des StGB, wie etwa §§ 286 und 299, ausreichend zu sein, um zu vermeiden, dass die Inanspruchnahme des Redaktionsgeheimnisses die Verhinderung strafbarer Handlungen und die Aufklärung von Straftaten entscheidend behindern kann. Im Übrigen bleibt es jedem Journalisten jedenfalls unbenommen, aus freien Stücken Zeugnis in einem Verfahren abzulegen, in dem angesichts der Schwere der verfahrensgegenständlichen Tat sowie der Bedeutung seiner Aussage zur Klärung derselben ein Beharren auf das Redaktionsgeheimnis mit dem Berufsethos eines seriösen Journalisten unvereinbar wäre.

Zu Art. 21 (§ 2 öMedienG)

Die gesetzliche Garantie des Überzeugungsschutzes dient der Verwirklichung der sog. inneren Medienfreiheit und soll die Freiheit der journalistischen Berufsausübung gegenüber dem Medienunternehmen absichern, liegt aber darüber hinaus auch im öffentlichen Interesse an freier und unabhängiger Information. Der Journalist soll das Recht haben, die inhaltliche Mitarbeit an einer

Veröffentlichung oder einen Auftrag, seinen Beitrag umzuschreiben, aus Gewissensgründen (arg „grundsätzliche Fragen“) oder mit Rücksichtnahme auf seine Berufspflichten zu verweigern, ohne arbeitsrechtlichen Nachteile befürchten zu müssen. „Technisch-redaktionell“ wiederum bedeutet ohne jegliche inhaltliche Gestaltung, wie etwa die elektronische Verarbeitung oder die Rechtschreibkorrektur eines Beitrags, der von einem anderen Mitarbeiter verfasst wurde (Abs. 1).

Während die Weigerung der Mitarbeit aus Rücksichtnahme auf Berufspflichten, etwa bei Bestimmung zur Verfassung objektiv unrichtiger Meldungen keiner Beschränkung unterliegt, findet der gesetzliche Überzeugungsschutz aus Gewissensgründen seine Grenzen an der grundlegenden Richtung des Mediums, die - soweit sie nicht gesetzwidrig ist, ordentlich kundgemacht wurde und daher allgemein bekannt ist (Art. 12 Abs. 4) - vom Journalisten zu respektieren ist, wie dies bei allen Arbeitnehmern der Fall ist (zB einem Vegetarier in einem fleischverarbeitenden Betrieb udgl) (Abs. 2).

Zu Art. 22 (§ 3 öMedienG)

Der Schutz namentlich gezeichneter Beiträge geht über rein urheberrechtliche Fragen hinaus und soll va der ungewollten Zuschiebung von Verantwortung für nicht vom Gezeichneten verfasste Beiträge innerhalb der Redaktion vorbeugen. Der namentlichen Zeichnung gleichzuhalten sind dabei die im Journalismus häufig verwendeten Kürzel und Pseudonyme, soweit sie einer bestimmten Person zurechenbar sind. Nicht den „Sinngehalt“ betreffen solche Änderungen, die etwa rein orthographischer oder stilistischer Art sind, oder sich in der redaktionellen Verarbeitung (Darstellung, Platzierung im Medium etc.) erschöpfen.

Zu Art. 23 (§ 4 öMedienG)

Diese Bestimmung stellt im gegebenen Zusammenhang klar, dass der Überzeugungs- und Namensschutz blosse Abwehrrechte des Journalisten darstellen und ihm nicht etwa einen Anspruch auf Veröffentlichung seiner Beiträge in dem betreffenden Medium einräumen, vielmehr ist die inhaltliche Autonomie des Medieninhabers bzw. des Herausgebers eines periodischen Mediums zu wahren.

Zu Art. 24 (§ 5 öMedienG, § 3 Abs. 4 SMG)

Redaktionsstatuten kommt im Bereich der Medien die Bedeutung und Funktion von Betriebsvereinbarungen im Sinne des Arbeitsrechts zu, weshalb ihr Abschluss gesetzlich zwar ermöglicht, nicht jedoch erzwungen werden soll, zumal sie für

kleinere Medienunternehmen und -agenturen aufgrund des ohnehin bestehenden engen Kontaktes mitunter entbehrlich sein können (Abs. 1).

Abs. 2 regelt daher das - demokratischen Grundsätzen genügende - Zustandekommen von Redaktionsstatuten lediglich für den Fall, dass der grundsätzliche Wille zum Abschluss derselben besteht. Die Grösse der Redaktionsvertretung wird dabei bewusst offengelassen, um den Bedürfnissen verschieden grosser Medienunternehmen gerecht zu werden.

D. Schutz der Persönlichkeit

Weite Teile des Medienrechts bewegen sich im Spannungsfeld zwischen der Meinungsfreiheit und dem Schutz anderer Rechtsgüter, insbesondere der Persönlichkeit, wobei es die anspruchsvolle Aufgabe des Gesetzgebers ist, diese zT widerstreitenden Rechte in einen vernünftigen Ausgleich zu bringen, der sich den in stetem Wandel befindlichen Standards anpasst. Aus diesem Grunde sprechen auch systematische Erwägungen dafür, dass nach den allgemeinen Grundsätzen sowie den Schutzrechten des Journalisten die Bestimmungen zum Schutze der Persönlichkeit angefügt werden. Der Persönlichkeitsschutz im Bereich der Medien soll unter dem Eindruck der zT gewandelten Formen der Berichterstattung (Stichwort Sensationsjournalismus) sowie der aufgrund der Massenverbreitung den Medien inhärenten Potenzierung selbst geringfügiger Verletzungen des Persönlichkeitsrechtes ausgebaut und modernen Bedürfnissen angepasst werden. Gleichzeitig ist jedoch zu betonen, dass dies auf sachgerechte Weise und unter möglichster Schonung des Journalismus geschehen soll, weshalb sich der Ansatz des österreichischen Gesetzgebers anbietet, der seit den 1980er Jahren bestrebt ist, ein Instrumentarium auf (zivilrechtlicher) Entschädigungsbasis für einen über das allgemeine materielle Recht hinausgehenden Katalog von Verletzungen des Persönlichkeitsrechts durch die Medien zur Verfügung zu stellen und gleichzeitig die Entkriminalisierung des Medienrechts zu betreiben, indem insbesondere Strafverfahren sowie Haftstrafen gegen Journalisten zurückgedrängt werden sollen[17]. Im Lichte der weitgehenden Identität des allgemeinen Zivil- und Strafrechts Österreichs und Liechtensteins lassen sich die einschlägigen Bestimmungen des österreichischen Rechts auch harmonisch in die geltende Rechtslage einfügen.

---

[17] Vgl. 2 BlgNR XV. GP 22 f, 28 ff.

Zu Art. 25

Nachdem der Schutz des Persönlichkeitsrechts insbesondere nach den einschlägigen Bestimmungen des allgemeinen Zivil- und Strafrechts sowie der umfangreichen Judikatur dazu ausgestaltet wurde[18] und in dieser Form auch im Bereich der Medien in seiner Gesamtheit zur Anwendung gelangen soll, ist in einem Grundsatzartikel eine dahingehende Klarstellung geboten.

Zu Art. 26 (Art. 40a f PGR)

Wesentliches Element eines umfassenden Persönlichkeitsschutzes ist das Recht auf Gegendarstellung[19], das dem Betroffenen effizienten Rechtsschutz in der besonders durch Schnelligkeit und Breitenwirkung geprägten Medienwelt bieten soll.

Das Recht auf Gegendarstellung in den Medien wurde in Liechtenstein mit der PGR-Novelle 1992, LGBl. 1992 Nr. 57, in das Personen- und Gesellschaftsrecht eingefügt (Art. 40a ff) und ist Art. 28g ff sZGB sowie §§ 9 ff öMedienG aF nachgebildet. Aufgrund des Umstandes, dass sich diese Bestimmungen in der Praxis insgesamt bewährt haben sowie der Möglichkeit des Fortbestandes dazu ergangener Judikatur, sollen sie in materieller Hinsicht keine wesentlichen Änderungen erfahren, sondern nur hinsichtlich der Dienste der Informationsgesellschaft auf den neuesten Stand gebracht und um einige sinnvolle Ergänzungen (nachträgliche Mitteilung, Art. 34) erweitert werden.

In formeller Hinsicht dagegen drängt sich vor dem Hintergrund der Schaffung eines eigenen Mediengesetzes die Herauslösung dieser bereits heute nur Tatsachendarstellungen in periodisch erscheinenden Medien (Art. 40a Abs. 1 PGR) betreffenden Bestimmungen des Gegendarstellungsrechts aus dem PGR auf, zumal sie nunmehr sachlich unzweifelhaft in die damals noch nicht existente Spezialgesetzgebung gehören. Auch soll eine teilweise Neugliederung der einzelnen Bestimmungen nach systematischen Kriterien stattfinden.

Die Abänderungen in Abs. 1 beschränken sich mit Rücksicht auf die nunmehr eingeführte Legaldefinition des Begriffes der periodischen Medien auf eine

---

[18] Eingehend dazu *Frick*, Persönlichkeitsrechte, Wien 1991.

[19] Ein aus dem in Frankreich 1822 eingeführten „droit de réponse“ entwickeltes Rechtsinstitut (vgl *Höhne* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, Vor §§ 9-21 Rz 1).

sprachliche Vereinfachung, indem die demonstrative Aufzählung entfällt (vgl Art. 40a Abs. 1 PGR).

Abs. 2 entspricht wortgleich Art. 40a Abs. 2 PGR, weshalb weitere Ausführungen dazu entbehrlich erscheinen.

Zu Art. 27 (§ 10 öMedienG)

Das Recht auf Gegendarstellung in der Ausgestaltung des vorstehenden Artikels findet seine Grenze bei objektiv richtigen Berichten, wie sie ua auch bei solchen über (spektakuläre) Strafverfahren vorkommen können, weshalb für diese Fälle ergänzend ein Recht auf nachträgliche Mitteilung über den Ausgang eines Strafverfahrens eingeführt werden soll, um dem Umstand zu begegnen, dass ein Medium mitunter über die Einleitung eines Verfahrens gegen eine Person berichtet, in der Folge aber einen für den Verdächtigen oder Beschuldigten positiven Ausgang bzw. Abschluss des Verfahrens - aus welchen Gründen immer - unerwähnt lässt. Diesfalls soll der Betroffene Anspruch auf eine korrespondierende Berichterstattung haben, sofern er dies verlangt und nicht etwa jede weitere Berichterstattung über seinen Fall in der Öffentlichkeit ablehnt. Die Beschränkung auf einen für den Betroffenen positiven Ausgang des Verfahrens ergibt sich ausserdem aus dem Grundsatz, dass eine hinreichende Schutzwürdigkeit der Interessen des Betroffenen nur hier gegeben ist[20]. Neben dem Interesse des Betroffenen an einer Rehabilitation seiner Person in der Öffentlichkeit trägt diese Bestimmung im Übrigen auch dem Interesse der Öffentlichkeit an einer vollständigen Berichterstattung und damit einer umfassenden Information Rechnung (Abs. 1).

Die Richtigkeit der nachträglichen Mitteilung ist durch eine öffentliche Urkunde zu bestätigen, dies kann im Falle eines Freispruchs durch das rechtskräftige Urteil oder im Falle der förmlichen Einstellung durch eine Ausfertigung des einschlägigen Beschlusses geschehen, während in Ermangelung einer förmlichen Entscheidung von der verfahrensleitenden Behörde (Landgericht oder StA) dem Betroffenen auf Verlangen ein entsprechendes Amtszeugnis auszustellen ist (Abs. 2).

---

[20] Vgl zu den Konstellationen des Teil- oder Qualifikationsfreispruchs im Lichte des § 10 öMedienG *Höhne* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, § 10 Rz 4.

Zu Art. 28 (Art. 40 b PGR)

Diese Bestimmung baut auf Art. 40 b PGR auf, wobei Abs. 1 dahingehend ergänzt wird, dass auch die nachträgliche Mitteilung aufgenommen wird, zumal die Anforderungen an ihren Inhalt sich nicht wesentlich von jenen der Gegendarstellung unterscheiden. Gleichzeitig wird die unpräzise Formulierung des Art. 40 b Abs. 2 PGR in verbesserter Form als Satz 2 angefügt, zumal hier offensichtlich Inhaltserfordernisse angesprochen sind (Abs. 1).

Abs. 2 wiederum entspricht mit Ausnahme der Ergänzung der nachträglichen Mitteilung dem heutigen Art. 40d Abs. 6 PGR, der in unsystematischer Weise unter der Überschrift „Veröffentlichung“ fungiert, wiewohl er eindeutig Inhaltserfordernisse normiert.

Mit Abs. 3 soll bereits bei den Vorschriften über Form und Inhalt der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung auf die Möglichkeit der (zeitgemässen) Beilage von Datenträgern oder elektronischen Inhalten, etwa in der Form von Computerdateien, hingewiesen werden.

Zu Art. 29 (Art. 40c PGR)

Abs. 1 entspricht im Wesentlichen dem heutigen Art. 40c Abs. 1 PGR, wobei wiederum eine Ergänzung betreffend die nachträgliche Mitteilung aufgenommen wurde.

Abs. 2 dagegen wurde insofern präzisiert, dass jedenfalls eine umgehende Reaktionspflicht des Medienunternehmens besteht, wobei entweder anzugeben ist, wann und wo die Veröffentlichung stattfinden wird, oder aber warum dies nicht der Fall sein wird. Das Bedürfnis der zwingenden Reaktionspflicht trägt insbesondere dem Umstand Rechnung, dass der Betroffene die Möglichkeit hat die Veröffentlichung unmittelbar wahrzunehmen, was gerade bei Medien mit hoher Periodizität auf diese Weise am besten gewährleistet werden kann.

Zu Art. 30 (40d PGR)

Diese Norm fusst auf dem heutigen Art. 40d PGR, wobei Abs. 1 um die Wendungen „nachträgliche Mitteilung“ sowie „ohne Einschaltungen und Weglassungen in gleicher Aufmachung wie die Tatsachendarstellung“ ergänzt und damit insofern präzisiert wurde, dass die Veröffentlichung sowohl authentisch als auch formal gleichwertig zu sein hat.

Abs. 2 gibt wie schon Art. 40d Abs. 2 und 3 PGR die Kriterien für die Gewährleistung des gleichen Veröffentlichungswertes an, wobei er jedoch im Lichte des sachlichen Geltungsbereichs des Gesetzes neben den periodischen Medienerzeugnissen (Bst. a) sowie der Rundfunkberichterstattung (Bst. b) auch den Diensten der Informationsgesellschaft (Bst. c) gedenkt. Aus der Eigenart der Darbietung sowie des Konsums von Diensten der Informationsgesellschaft ergibt sich die in casu getroffene Regelung, wobei sich die „vergleichbare Form“ auch auf allfällige Zusatzeffekte der ursprünglichen Berichterstattung, z.B. optischer oder akustischer Natur, erstreckt sowie die Platzierung einer „unmittelbaren Verknüpfung“ (Link) an dem Ort der ursprünglichen Veröffentlichung mitumfasst. Damit wird auch der Möglichkeit Rechnung getragen, die Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung ohne Notwendigkeit zur umfassenden Überarbeitung des Dienstes der Informationsgesellschaft sowie der dazu allenfalls notwendigen Konvertierung des Datenformats gleichsam als Anhang zugänglich zu machen. Die Unmittelbarkeit der Verknüpfung wiederum ist nur dann gewährleistet, wenn der jeweilige Nutzer durch Anwahl des entsprechenden Symbols direkt zum Inhalt der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung gelangt. Die Publikationsdauer von einem Monat soll auch im Falle von minderfrequentierten Diensten der Informationsgesellschaft eine hinreichende Veröffentlichungswirkung gewährleisten und ist aufgrund des vorgenannten Privilegs zur „unmittelbaren Verknüpfung“ auch für den Diensteanbieter nicht unverhältnismässig belastend.

Abs. 3 entspricht Art. 40d Abs. 4 PGR mit der Massgabe, dass auch hier den Gegebenheiten des neuen Medienrechts durch Aufnahme der „nachträglichen Mitteilung“ einerseits sowie des „audiovisuellen Beitrags“ ausserhalb des Rundfunks, dh in einem Dienst der Informationsgesellschaft, andererseits berücksichtigt wurden.

Abs. 4 ist mit Art. 40d Abs. 5 PGR wortgleich.

In der Frage der Unentgeltlichkeit der Veröffentlichung geht Abs. 5 insofern über Art. 40d Abs. 7 PGR hinaus, als er diese vor dem Hintergrund der Möglichkeit zur Einhebung von Abrufentgelten bei elektronischen Medien zweiseitig ausgestaltet, dh sowohl für den Betroffenen als auch für den Konsumenten der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung Unentgeltlichkeit vorsieht. Dadurch soll verhindert werden, dass durch die Einhebung von Abrufentgelten, das sind im Gegensatz zu einem allfälligen Grundentgelt Einzelentgelte für den Konsum eines bestimmten Medieninhaltes, die Pflicht zur Veröffentlichung weitgehend unterwandert wird.

Zu Art. 31 (40a f PGR, § 11 öMedienG)

Mit dieser Bestimmung sollen die - gegenüber der heutigen Rechtslage ergänzten - Ausschlussgründe betreffend die Veröffentlichungspflicht für die Gegendarstellung und die nachträgliche Mitteilung in einem Abs. zusammengefasst und übersichtlich dargestellt werden.

Bst. a entspricht materiell Art. 40a Abs. 3 PGR, der seinerseits Art. 28g Abs. 2 sZGB rezipiert. Dabei wird in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Recht der weite Behördenbegriff beibehalten und auf die - mitunter übliche - Differenzierung zwischen allgemeinen Vertretungskörpern (Landtag, Gemeinderat) und Behörden der Vollziehung (Verwaltung, Gerichtsbarkeit) verzichtet, wie dies im Übrigen auch im Informationsgesetz (Art. 2 Abs. 2) geschehen ist.

Bst. b entspricht materiell Art. 40b Abs. 2 PGR, der seinerseits Art. 28h sZGB übernimmt, wobei lediglich die Formulierung der neuen Konstruktion der Bestimmung angepasst wurde.

Bst. c ergänzt die heutige Rechtslage dahingehend, dass § 11 Abs. 1 Z 3 öMedienG rezipiert wird, der im Zusammenhang mit den verschiedenen Veröffentlichungspflichten der Medien (nach dem MedienG oder anderen Rechtsnormen) den Ausschluss der Pflicht zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung bzw. nachträglichen Mitteilung anordnet, zumal die inhaltlichen Gestaltungsmöglichkeiten des Mediums sowie die Entscheidung über die Veröffentlichung in diesen Fällen nicht gegeben sind. Ein auf diese Weise Betroffener hat allfällige zivilrechtliche Ansprüche vielmehr unmittelbar gegen den die Veröffentlichung veranlassenden Rechtsträger geltend zu machen, ohne dass das Medium in diese Auseinandersetzung involviert werden soll.

Bst. d beruht auf § 11 Abs. 1 Z 8 öMedienG und trägt in sinnvoller Ergänzung der heutigen Rechtslage einem auch in der liechtensteinischen Medienlandschaft verbreiteten Usus Rechnung, wonach das Medium entsprechend dem journalistischen Berufsethos falsche bzw. unvollständige Tatsachendarstellung aus eigenem Antrieb im redaktionellen Teil des Mediums sowie in gebührender Form richtig stellt bzw. ergänzt[21].

---

[21] Eingehend *Höhne* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, § 11 Rz 17, der ua betont, dass die Form eines Leserbriefes oder Inserates unzureichend ist.

Bst. e hält fest, dass Fristversäumnis des Betroffenen ebenfalls zum Ausschluss der Pflicht zur Veröffentlichung führt.

Zu Art. 32 (Art. 40e PGR)

Diese Bestimmung übernimmt den auf Art. 281 sZGB zurückzuführenden Art. 40e PGR mit der Massgabe, dass eine Ergänzung des Wortlauts um das Institut der nachträglichen Mitteilung erfolgt, im Übrigen aber die Zulässigkeit des Rechtswegs im gleichen Umfang gewahrt bleibt.

Zu Art. 33 (§ 6 öMedienG)

Diese Bestimmung soll das bestehende strafrechtliche Instrumentarium zur Ahndung von Beleidigungsdelikten (§§ 111 ff StGB) im Falle der Begehung in einem Medium um einen zivilrechtlichen Entschädigungsanspruch ergänzen, der dem Betroffenen unter Schonung des verantwortlichen Journalisten gegenüber dem Medieninhaber (Verleger) eingeräumt wird, und damit sowohl einer Entkriminalisierung solcher Delikte im Medienbereich als auch der effizienteren Entschädigung des Betroffenen dient.

Abs. 1 beruht dabei wie die Rezeptionsvorlage auf der Lehre vom Unrechtstatbestand, wonach die Verwirklichung des objektiven strafrechtlichen Beleidigungstatbestands anspruchsbegründend wirkt[22]. Hinsichtlich der anspruchsbegründenden Delikte sei auf einschlägige Judikatur der Strafgerichte zu §§ 111 ff StGB verwiesen. Der eingeräumte Entschädigungsanspruch ist zivilrechtlicher Natur, besteht (stets) gegen den Medieninhaber (Verleger) und umfasst den immateriellen Schaden (Kränkung), was einer verschuldensunabhängigen Gefährdungshaftung entspricht, die mit anderen Schadenersatzansprüchen konkurrieren kann.

Abs. 2 normiert die Ausschlussgründe hinsichtlich des Anspruchs nach Abs. 1:

Bst. a ist eine Konsequenz der parlamentarischen Immunität (vgl auch die Erläuterung zu Art. 9).

Bst. b bezieht sich ausschliesslich auf die üble Nachrede und in Z 1 wiederum auf die in einer Tatsachenbehauptung bestehende Erscheinungsform derselben, zumal nur diese einem Wahrheitsbeweis zugänglich ist, während Z 2 auch den Beweis

---

[22] Eingehend *Berka* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, § 6 Rz 4 ff.

der Wahrnehmung der journalistischen Sorgfalt genügen lässt, sofern ein überwiegendes Veröffentlichungsinteresse bestanden hat, worunter etwa die Aufklärung schwerer Verbrechen, der Schutz der öffentlichen Sicherheit oder die Verhinderung der Irreführung der Öffentlichkeit verstanden werden können. Insgesamt soll damit va dem Umstand Rechnung getragen werden, dass in der Medienwelt die Schnelligkeit der Nachrichtenverbreitung von zentraler Bedeutung ist und daher dieser Sorgfaltsmassstab, der sich an der Massfigur des verantwortungsvollen Journalisten orientiert, hinreichend erscheint. Beispielhaft kann etwa die Berichterstattung über einen vermeintlichen politischen oder wirtschaftlichen Skandal angeführt werden, in den ua Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens verwickelt sein sollen, wobei es zur Wahrnehmung der journalistischen Sorgfalt genügt, wenn die einschlägige Meldung von einem als seriös verbürgten Nachrichtendienst (APA, DPA, SDA) stammt und dem Betroffenen, das Recht zur Stellungnahme eingeräumt wurde.

Bst. c begegnet dem Umstand, dass bei Direktübertragungen in elektronischen Medien die journalistisch-redaktionellen Gestaltungs- und Eingriffsmöglichkeiten des Medienunternehmens beschränkt sind (keine Nachbearbeitung etc), weshalb auch hier die Wahrnehmung der journalistischen Sorgfalt, etwa in der Vorbereitung und Moderation der Berichterstattung, hinreichend sein sollen. Die gebotene Sorgfalt wird etwa dann ausser Acht gelassen, wenn der Medienmitarbeiter oder Beauftragte des Mediums sich mit der strafbaren Äusserung identifiziert bzw. diese bewusst provoziert hat. Unberührt bleiben selbstverständlich die Haftungsansprüche gegen denjenigen der die inkriminierte Äusserung tätigt (etwa den Medienmitarbeiter, Beauftragten oder Gesprächsteilnehmer etc).

Bst. d positiviert die von der Rsp entwickelten Grundsätze der sog. „Zitatenjudikatur“[23], bei der es um Haftungsfragen im Zusammenhang mit der wörtlichen oder sinngemässen Wiedergabe von Äusserungen eines Dritten (in einem Medium) geht. Ein Haftungsausschluss soll demnach dann Platz greifen, wenn die Äusserung wahrheitsgetreu wiedergegeben wird (Korrektheit), keine Identifikation des Zitierenden mit der Äusserung stattfindet (Wertfreiheit) und unabhängig vom strafbaren Inhalt der Äusserung die Thematik oder die Person des Zitierten von öffentlichem Interesse sind (Nachrichtenwert). Eine

---

[23] Eingehend dazu *Berka* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, § 6 Rz 40 ff; *Polley* in *Berka/Höhne/Noll/Polley*, Mediengesetz, Vor §§ 28-42 Rz 37 ff jeweils mwN.

ausdrückliche Distanzierung dagegen ist im Regelfall nicht erforderlich, sofern eindeutig erkennbar ist, dass es sich um eine fremde Äusserung handelt.

Abs. 3 wiederum dient der Einschränkung der Ausschlussgründe nach Abs. 2 in Ansehung des höchstpersönlichen Lebensbereiches, der eines verstärkten Schutzes teilhaftig werden soll. Vgl zu den Begriffen des „höchstpersönlichen Lebensbereichs“ sowie der „öffentlichen Tätigkeit“ im Übrigen die Erläuterungen zu Art. 34.

Zu Art. 34 (§ 7 öMedienG)

Gerade die zT ausufernden Formen der Berichterstattung in Massenmedien lassen es angezeigt erscheinen, den Schutz der Privatsphäre einer Person in Ergänzung zu den grundrechtlichen und daher staatsgerichteten Garantien auch gegenüber (privaten) medialen Eingriffen auszubauen (Abs. 1). Dem höchstpersönlichen Lebensbereich ist dabei jedenfalls die Intimsphäre eines Menschen zuzurechnen (körperlicher und geistiger Zustand, Familien- und Sexualleben), ebenso wie gewisse Erscheinungsformen der sog. Privatöffentlichkeit, bei der es sich um höchstpersönliche Begebenheiten handelt, die sich (zufälligerweise) in der Öffentlichkeit zutragen. Nicht höchstpersönlich, sondern lediglich persönlich sind dagegen etwa Angelegenheiten des Berufslebens udgl. Die „Erörterung“ bezieht sich auf schriftliche oder verbale, die „Darstellung“ dagegen auf die bildliche Berichterstattung. „Blossstellung“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass es sich um ein mediales Eindringen in die innerste Privatsphäre, eine mediale Indiskretion handelt, die nicht notwendigerweise zu einer Ansehensminderung oder Rufschädigung der Person führen muss, jedoch zur Veröffentlichung von Informationen führt, die üblicherweise von niemandem publik gemacht werden. Der Entschädigungsanspruch entspricht jenem nach Art. 33 Abs. 1.

Abs. 2 enthält Ausschlussgründe, wobei die Bst. a und c den korrespondierenden Bestimmungen des Art. 33 Abs. 2 entsprechen, weshalb insoweit auf die einschlägige Begründung verwiesen werden kann.

Bst. b wiederum schliesst einen Entschädigungsanspruch in solchen Fällen aus, in denen wahrheitsgetreu berichtet wurde und ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen der Berichterstattung und einer öffentlichen Tätigkeit des Betroffenen besteht. Der Begriff der „öffentlichen Tätigkeit“ geht dabei über denjenigen der „amtlichen Tätigkeit“ hinaus, umfasst daher nicht nur behördliche Funktionen, sondern vielmehr den gesamten Bereich der Politik, der Wirtschaft, der Kultur und des Sports, sofern die einschlägige Tätigkeit des Betroffenen als allgemein

bekannt angesehen werden kann. Gedeckt wären etwa wahrheitsgetreue und verhältnismässige (!) Berichte über den Gesundheitszustand einer solchen Person, der geeignet ist, die Fähigkeit zur Ausübung ihrer jeweiligen Tätigkeit zu verhindern, oder etwa ein Verhalten im höchstpersönlichen Lebensbereich, das mit der öffentlichen Tätigkeit des Betroffenen oder seinen öffentlichen Postulaten in eklatantem Widerspruch steht.

Bst. d endlich schliesst einen Entschädigungsanspruch aus, wenn nach den Umständen des konkreten Einzelfalles vom Einverständnis zur Veröffentlichung auszugehen war, was insbesondere dann der Fall sein wird, wenn der Betroffene aufgrund von Ort und Anlass von einer Medienpräsenz und einer entsprechenden Berichterstattung ausgehen musste (z.B. bei Grossanlässen udgl). Sog. „Papparazzi-Journalismus“ dagegen, bei dem Beobachtung und anschliessende Berichterstattung regelmässig ohne jede Erkennbarkeit für den Betroffenen, geschweige denn einer Einwilligung seinerseits stattfinden wird selbstredend auch von dieser Bestimmung keinesfalls gedeckt und bleibt verpönt.

Zu Art. 35 (§ 7a öMedienG)

Diese Bestimmung dient dem Schutz vor identifizierender Kriminalberichterstattung in begründeten Fällen, zumal diese in den Massenmedien gelegentlich Ausmasse annimmt die über das Informationsinteresse hinausgehen und nurmehr der Schaulust dienen und daher für die Betroffenen und deren Umfeld zur unverhältnismässigen Belastung werden. Dabei soll der Kanon der Bestimmungen zum Schutze der Persönlichkeit eine sinnvolle Ergänzung dahingehend erfahren, als die Anonymität sowohl des Opfers als auch des (mutmasslichen) Täters einer strafbaren Handlung unter besonderen Voraussetzungen geschützt wird. Identifizierend ist eine Berichterstattung dann, wenn ein nicht unmittelbar informierter Personenkreis (Verfahrensbeteiligte, Familie) aus einem Medium die Identität der betreffenden Personen durch Angaben erfährt, die eine Identifizierung ermöglichen (Bild, Name, Wohnort, Beruf etc). Darüber hinaus müssen durch die identifizierende Berichterstattung schutzwürdige Interessen des Betroffenen verletzt werden (vgl dazu die Erläuterung zu Abs. 2). Als Regulativ ist jedoch eine Interessensabwägung mit dem öffentlichen Informationsinteresse vorgesehen, zumal etwa Personen des öffentlichen Lebens oder allgemein bekannte Straftäter durchaus hinnehmen müssen, dass über sie identifizierend berichtet wird (Abs. 1).

Abs. 2 nennt demonstrativ Beispiele für die Verletzung schutzwürdiger Interessen, bei denen die Nachteile einer identifizierenden Berichterstattung in

einem groben Missverhältnis zur Tat oder ihren Folgen stehen bzw. die negativen Auswirkungen derselben (für das Opfer) noch verstärken. Nach Bst. a genügt die Eignung zur Herbeiführung eines Eingriffes in den höchstpersönlichen Lebensbereich, wie er etwa bei der öffentlichen Identifizierung von Opfern einer Sexualstraftat vorliegt; Bst. b wiederum soll die Beeinträchtigung der Resozialisierung Minderjähriger sowie kleiner und mittlerer Straftäter hintanhalten; Bst. c soll verhindern, dass die Betroffenen in privater und beruflicher Hinsicht nicht infolge einer identifizierende Berichterstattung behindert werden.

Abs. 3 normiert die Ausschlussgründe, wobei Bst. a mit Art. 33 Abs. 2 Bst. a übereinstimmt. Bst. b nimmt insbesondere solche Konstellationen von einer Entschädigungspflicht aus, bei denen dem Medium die Veröffentlichung der Identität von behördlicher Seite aufgetragen wurde (Fahndungsaufruf, Vermisstenmeldung, Urteilsveröffentlichung etc). Bst. c betrifft den Fall der Einwilligung des Betroffenen in die Veröffentlichung der Identität (etwa anlässlich eines Interviews) oder aber der Veröffentlichung einer Medienmitteilung des Betroffenen selbst. Bst. d schliesslich privilegiert die Live-Berichterstattung, wobei in casu jedoch erhöhte Anforderungen an die Wahrnehmung der gebotenen journalistischen Sorgfalt zu stellen sind, zumal dem verantwortungsvollen Journalisten die Sensibilität der Materie von vornherein bewusst sein muss.

Zu Art. 36 (§ 7b öMedienG)

Die Unschuldsvermutung gehört zum Kernbestand rechtstaatlicher Garantien, weshalb ihr Schutz im Hinblick auf die Macht der Massenmedien dahingehend ausgedehnt werden soll, dass eine mediale Vorverurteilung eines Verdächtigen verhindert und überdies die Beeinflussung der Richter (insbesondere der Laienrichter) durch die Medien möglichst hintangehalten werden soll.

Abs. 1 umschreibt folglich Art und Umfang dieses Schutzes, den grundsätzlich jeder Verdächtige einer gerichtlich strafbaren Handlung geniesst. Verdächtiger in diesem Sinne ist jede Person, die mit einer gerichtlich strafbaren Tat (in welcher Begehungsform auch immer) in Verbindung gebracht wird, und zwar ungeachtet des Standes eines entsprechenden Strafverfolgungsverfahrens, weshalb der Schutz bereits vor Einleitung eines solchen greift und bis zur rechtskräftigen Verurteilung anhält. „Bezeichnung“ bedeutet in diesem Zusammenhang, dass jemand in der Berichterstattung ausdrücklich als „Täter“, „Verurteilter“, „Schuldiger“, „Mörder“, „Dieb“, „Räuber“ etc bezeichnet wird. „Hinstellen“ wiederum bezieht

sich auf den Gesamteindruck, den eine Medienberichterstattung hinterlässt, insbesondere wenn sie (auch ohne ausdrückliche Wortwahl) den Eindruck vermittelt, der Betroffene sei zweifellos der Täter.

Abs. 2 enthält - dem Aufbau der vorstehenden Bestimmungen folgend - die Ausschlussgründe, wobei Bst. a mit Art. 33 Abs. 2 Bst. a übereinstimmt. Bst. b trägt dem Umstand Rechnung, dass ein erstinstanzliches verurteilendes Erkenntnis den Umfang des Schutzes insofern mindert, als nunmehr der blosse Verweis auf die fehlende Rechtskraft des Strafurteils ausreicht. Bst. c berücksichtigt die Konstellation des aufrechten Geständnisses, das zwar keine Bindung für das von der Instruktionsmaxime beherrschte Strafverfahren hat, gleichwohl jedoch die Anforderungen an die Berichterstattung zu senken vermag. Bst. d und e privilegieren wiederum die Live-Berichterstattung sowie die Zitierung, unter den bereits wiederholt betonten Voraussetzungen, wobei in concreto festzuhalten ist, dass an das überwiegende öffentliche Interesse an einer entsprechenden Äusserung vor dem Hintergrund der Bedeutung der Unschuldsvermutung erhöhte Anforderungen zu stellen sind. Diese wären etwa im Falle von Äusserungen der Verfahrensbeteiligten erfüllt, nicht jedoch bei unqualifizierten Aussagen beliebiger Personen.

Zu Art. 37 (§ 7c öMedienG)

Diese Bestimmung begegnet dem Umstand, dass nach §§ 103 f StPO unter bestimmten Voraussetzungen die Überwachung eines Fernmeldeverkehrs als besondere Ermittlungsmassnahme angeordnet werden kann, was einen schwerwiegenden Eingriff in Grundrechte der davon Betroffenen darstellt, welcher nur durch besondere Bedürfnisse der Strafverfolgung zu rechtfertigen ist. In der Natur einer solchen Überwachung liegt es, dass ausser den für das konkrete Strafverfahren erheblichen Tatsachen auch solche zu Tage gefördert werden, die diesbezüglich irrelevant sind und deren Verwendung in der öffentlichen Schlussverhandlung daher unterbleibt. Gleichwohl kann es jedoch vorkommen, dass durch eine Indiskretion oder auf andere Weise solche Ermittlungsergebnisse in die Hand der Medien gelangen und veröffentlicht werden; diesfalls soll dem Betroffenen - neben allfälligen Ansprüchen gegen die zuständigen Behörden (Amtshaftung) - bei Verletzung seiner schutzwürdigen Interessen ebenfalls ein Entschädigungsanspruch gegenüber dem Medieninhaber (Verleger) zustehen, zumal es regelmässig kaum mehr zu eruieren sein wird, wie die Informationen an das betreffende Medium gelangten und wer sie dort zur Veröffentlichung freigab (Redaktionsgeheimnis!). Im Übrigen ist die Aktivlegitimation umfassend ausgestaltet (arg „jeder Betroffene“), sodass je nach Information und unabhängig

von den Verfahrensbeteiligten bei Vorliegen der weiteren Voraussetzungen ein Entschädigungsanspruch besteht (Abs. 1).

Die Ausschlussgründe entsprechen jenen des Art. 35 Abs. 3, weshalb an dieser Stelle auf die einschlägige Erläuterung verwiesen werden kann.

Zu Art. 38 (§ 6 Abs. 1 Satz 2 öMedienG)

In Anbetracht der nur einzelfallbezogenen Bestimmbarkeit des immateriellen Schadens sowie seines zivilrechtlichen Charakters wurde im Gegensatz zur Rezeptionsvorlage von der (im einschlägigen Schrifttum wiederholt kritisierten) Höchstbetragsbegrenzung abgesehen und dem Gericht sonstige Massstäbe zur Bestimmung der Höhe des Entschädigungsbetrages an die Hand gegeben. „Umfang und Auswirkungen der Veröffentlichung“ bezieht sich dabei zunächst auf die Intensität der Kränkung, die sowohl durch die Art der Berichterstattung als auch die Reichweite des konkreten Mediums bestimmt wird (arg „Art und Ausmass der Verbreitung“); darüber hinaus aber auch auf die Folgen der Berichterstattung für den Betroffenen, insbesondere psychischer Natur. Gleichzeitig soll jedoch die Existenzfähigkeit des Mediums bei der Bemessung des Entschädigungsbetrages berücksichtigt werden, um nicht die Medienvielfalt auf diese Weise zu gefährden. Die Rechtfertigung für diese Differenzierung nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit eines Medienunternehmens ergibt sich auch aus dem Umstand, dass die Grösse des Medienunternehmens idR in direkter Proportionalität zur Verbreitungsstärke und anderen anspruchsrelevanten Faktoren steht.

Zu Art. 39 (§§ 8, 8a öMedienG)

Nachdem es sich bei dem in Rede stehenden Entschädigungsbetrag zweifellos um einen zivilrechtlichen Anspruch handelt, ist er vom Betroffenen entweder im Adhäsionswege im Strafverfahren oder selbständigen Verfahren wegen eines Medieninhaltsdeliktes (Abs. 1) und in Ermangelung eines solchen mittels Klage im zivilgerichtlichen Verfahren geltend zu machen (Abs. 2 Satz 1). Von der rechtshistorisch erklärbaren Lösung eines selbständigen Antragsverfahrens vor den Strafgerichten (§§ 8, 8a öMedienG), bei dem wiederum einige Vorschriften der ZPO anwendbar sind, ist nicht nur aus dogmatischen Gründen Abstand zu nehmen, sondern vielmehr auch deshalb, weil im Zivilprozess eigene Verfahrensinstitute jedenfalls Berücksichtigung finden, die dem Strafprozess fremd sind (Aufrechnungseinrede etc).

Abs. 2 Satz 2 sieht die (materiellrechtliche) Präklusion des Anspruchs (arg „Verlust“) binnen 6 Monaten nach „Beginn der dem Anspruch zugrundeliegenden Verbreitung“ vor, worunter die erstmalige Veröffentlichung der anspruchsbegründenden Berichterstattung zu verstehen ist. Satz 2 leg cit geht insofern über die einschlägigen Bestimmungen der StPO (§§ 181, 314, 326) sowie der ZPO (§§ 172 ff) hinaus, als der Ausschluss der Öffentlichkeit im Falle der Erörterung höchstpersönlicher Tatsachen verpflichtend vorgesehen ist, zumal im entgegengesetzten Fall ein neuerlicher Eingriff in die Privatsphäre provoziert würde.

Abs. 3 betont zunächst, dass die Stützung des geltend gemachten Anspruchs auf eine bestimmte Norm der in Rede stehenden Bestimmungen für das Gericht nicht bindend ist, solange nur das Tatsachensubstrat die Anwendbarkeit irgendeiner derselben indiziert. Darüber hinaus gibt Satz 2 dem sog. Asperationsprinzip den Vorrang, wonach im Falle der Idealkonkurrenz (arg „einer Veröffentlichung) ein einziger Gesamtbetrag zu bestimmen ist, dessen Höhe sich nach Art. 38 bemisst.

Abs. 4 hebt die Behauptungs- und Beweislast des Medieninhabers (Verlegers) für die anspruchshindernden bzw. -vernichtenden Tatsachen hervor und beschränkt die Ermittlungspflichten im Sinne des Verhandlungsgrundsatzes.

Abs. 5 sieht die Möglichkeit der Anordnung der Urteilsveröffentlichung auf Antrag vor, womit dem Betroffenen auch die mediale Rehabilitierung zuteil werden soll; die einschlägige Bestimmung über die Urteilsveröffentlichung (Art. 49) ist sinngemäss anzuwenden.

Zu Art. 40 (§ 22 öMedienG)

Diese Bestimmung betrifft die sog. Gerichtssaalberichterstattung, die eine Erscheinungsform der aus der Volksöffentlichkeit abgeleiteten Medienöffentlichkeit von Gerichtsverhandlungen darstellt und insoweit zulässig ist, als sie den Prozessverlauf nicht stört oder in schutzwürdige Persönlichkeitsrechte der Verfahrensbeteiligten eingreift. Kontinentaleuropäischer Rechtstradition entspricht daher eine Grenzziehung der Zulässigkeit von Gerichtssaalberichterstattungen dahingehend, dass alle elektronischen Formen der Bild- und Tonberichterstattung (inkl. Standbilder) jedenfalls unzulässig sind, während die manuelle Anfertigung von Notizen, Mitschriften und Zeichnungen grundsätzlich toleriert wird. Im Vordergrund steht dabei die Vermeidung einer unnötigen Belastung der Verfahrensbeteiligten durch die unmittelbare Aufzeichnung ihres Verhaltens durch Medien sowie die Erkenntnis, dass das

Bewusstsein im medialen Rampenlicht agieren zu müssen bei Nichtroutinierten Unsicherheit, ja sogar Blockade auslösen kann. In vernünftiger Abwägung des öffentlichen Informationsinteresses sowie der schützenswerten Interessen der Verfahrensteilnehmer werden daher Fernseh- und Hörfunkaufnahmen und -übertragungen sowie Film- und Fotoaufnahmen, ungeachtet ihrer technischen Art, während der Gerichtsverhandlung untersagt. Der Schutzzeitraum erstreckt sich dabei von der förmlichen Eröffnung bis zum förmlichen Schluss der Verhandlung durch den Vorsitzenden.

D. Werbung

Die zentrale Bedeutung der Werbung in den modernen Massenmedien rechtfertigt es, die allgemeingültigen Grundsätze für Werbung in Medien in einem eigenen Abschnitt (D) des Allgemeinen Teils zu regeln, während im Besonderen Teil diesbezüglich nur noch ergänzende Vorschriften für einzelne Mediengattungen, insbesondere den Rundfunk, aufgenommen werden.

Zu Art. 41 (§ 26 öMedienG, § 13 SMG)

Fundamentale Bedeutung für die richtige Beurteilung der Medieninhalte durch die Medienkonsumenten hat die Pflicht zur Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen, zumal durch die zunehmende Beliebtheit von sog. PR-Beiträge bzw. redaktionellen Anzeigen, die Grenze zwischen Werbung und Berichterstattung zu Lasten der Transparenz insbesondere in den Printmedien, aber auch im Bereich des Internets zunehmend verwischt werden. Dieser Umstand ist auch für den urteilsfähigen und mündigen Konsumenten nicht hinnehmbar, zumal er darüber getäuscht wird, ob eine Aussage journalistischen Kriterien entspricht und daher erhöhte Glaubwürdigkeit verdient, oder aber nur eine entgeltliche Gefälligkeitsäusserung ist, die objektiven Kriterien in dieser Form nicht standhält. Die demonstrative Aufzählung „Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte“ umfasst sämtliche Medieninhalte, ebenso wie die Wendung „Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung“ sämtliche Vorteile oder Vergünstigungen umfasst, die ein Medienunternehmen oder -mitarbeiter für einen bestimmten Medieninhalt unmittelbar oder mittelbar erhält. Neben dem vergleichsweise eindeutigen Fall der finanziellen Gegenleistung sind auch subtilere Formen, wie etwa die Gewährung von Sonderkonditionen bei zukünftigen Geschäften etc. erfasst. Die Kennzeichnungspflicht erübrigt sich nur in absolut eindeutigen Fällen, die keinen vernünftigen Grund zu Zweifeln darüber lassen, dass es sich dabei um einen kommerziellen Beitrag handelt (Abs. 1)

In Abs. 2 wird die Pflicht zur eindeutigen Abgrenzung von Werbung (im weiten Sinne der gesetzlichen Definition) von den sonstigen Medieninhalten statuiert, wobei bei Medienerzeugnissen optische, im Radio akustische und im Fernsehen sowohl optische als auch akustische Mittel einzusetzen sind. Bei Diensten der Informationsgesellschaft hängt es von der Art des konkreten Dienstes ab, auf welche der geschilderten Weisen die Trennung von Werbung und sonstigen Teilen vorzunehmen sein wird.

Zu Art. 42 (Art. 14 LRFG, § 26 öMedienG, § 13 SMG)

Die Werbegrundsätze des Abs. 1 entsprechen den allgemein anerkannten Standards, denen jede Werbung zu genügen hat und wie sie sich auch im LRFG, einschlägigen Richtlinien der EU[24] sowie der Mediengesetzgebung anderer europäischer Länder wiederfinden. Die Auslegung der einzelnen Begriffe indes ist, abgesehen von eklatanten Fällen, einzelfallbezogen und gemeinsam mit den diesbezüglichen gesellschaftlichen Auffassungen stetem Wandel unterworfen, weshalb diesbezüglich auf die einschlägige Judikatur sowie die Entscheidungen der in verschiedenen Staaten (etwa der Schweiz) existierenden Medien-, Press- oder Werberäte und -kommissionen verwiesen werden muss.

Abs. 2 stellt ein absolutes Verbot für den Einsatz unterschwelliger Techniken, das sind solche, die unter der Wahrnehmungsgrenze liegen und insbesondere in elektronischen Medien eingesetzt werden sowie anderen, vergleichbar unlauteren Methoden (Bst. a). Bst. b untersagt jede Form von Schleichwerbung und ähnlichen Praktiken, die insbesondere in Hinweisen auf Unternehmen sowie deren Dienstleistungen oder Produkte bestehen, ohne dass dies für die Konsumenten zweifelsfrei erkennbar wäre.

Abs. 3 verbietet die redaktionelle Einflussnahme von Werbetreibenden oder -agenturen auf sonstige Inhalte eines Mediums, um die Beeinträchtigung der redaktionellen Unabhängigkeit der Medien zu vermeiden.

Zu Art. 43 (Art. 15 LRFG, Art. 19 f öPrR-G; Art. 39 ff öPrTV-G, Art. 10 sRTVG2002)

Während unzulässige Werbeformen in Art. 42 aufgezählt sind, bestimmt Art. 43 die unzulässigen Werbeinhalte und normiert generelle und beschränkte Werbeverbote, die für sämtliche Medien gelten.

---

[24] Vgl etwa Art. 12 RL 89/552/EWG idF RL 97/36/EG.

So ist Werbung für Tabakwaren (Abs. 1 Bst. a) sowie verschreibungspflichtige Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen (Abs. 1 Bst. b) jedenfalls unzulässig; erstgenanntes Verbot ergeht in Umsetzung der sog. Tabakrichtlinie (2003/33/EG), während zweitgenanntes hinsichtlich der Arzneimittel bereits aufgrund der geltenden Rechtslage (Art. 27 des Gesetzes vom 18. Dezember 1997 über den Verkehr mit Arzneimitteln im Europäischen Wirtschaftsraum, LGBl. 1998 Nr. 45) gilt. Der Bekämpfung des Tabakkonsums, besonders auch unter Jugendlichen, wird europaweit bereits seit geraumer Zeit erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt, weshalb die Umsetzung der einschlägigen Richtlinie nicht nur ein Gebot des EWRA, sondern vielmehr auch im Interesse der Volksgesundheit geboten ist. Das Werbeverbot für verschreibungspflichtige Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen wiederum dient primär Zwecken des Verbraucherschutzes.

Mit einem beschränkten Werbeverbot wird gem. Abs. 1 Bst. c die Werbung für alkoholische Getränke belegt, und zwar jenem, das Art. 15 der Richtlinie 89/552/EWG idF der Richtlinie 97/36/EG für Fernsehwerbung und Teleshopping zwingend vorschreibt, das jedoch im Lichte seiner Allgemeingültigkeit sowie der zunehmenden Vielfalt medialer Werbeformen, die hinsichtlich ihrer Wirkungsweise keineswegs hinter der Fernsehwerbung zurückbleiben, auf sämtliche Medien ausgedehnt wird.

Bereits in der Stellungnahme der Regierung zu den in erster Lesung des LRFG aufgeworfenen Fragen (76/2003) wurde in den Erläuterungen zu Art. 8 leg cit eingehend dargelegt, wie die Frage der politischen Werbung im Rundfunk in den anderen deutschsprachigen Staaten geregelt ist und warum ein absolutes Verbot für Liechtenstein dringend geboten erscheint. Gleichgelagert ist daher die Frage in Ansehung des privaten Rundfunks, zumal die Beschränktheit der technischen Kapazitäten sowie der materiellen Ressourcen einschlägiger Gruppierungen zu groben Verzerrungen des politischen Wettbewerbs sowie einer Gefährdung der Unabhängigkeit des Rundfunks führen würde. Ähnlich verhält es sich mit religiöser und ideologischer Propaganda, die vom Rundfunk, als dem meinungsmachenden Medium schlechthin, ferngehalten werden muss (Abs. 2).

Abs. 3 normiert eine Ausnahme vom Verbot der Tabakwerbung (Abs. 1 Bst. a) und der Arzneimittelwerbung (Abs. 1 Bst. b) zugunsten solcher Fachpublikationen, die für Mitglieder der einschlägigen Branche bestimmt sind (Fachhändler, Gesundheitsberufe etc.). Damit soll das Werbeverbot, dem Gebot der Verhältnismässigkeit entsprechend, in solchen Kreisen nicht gelten, wo

umfassende Kenntnis der Produkte und ihrer Risiken unterstellt und daher ein erhöhter Schutzwürdigkeit verneint werden kann.

Abs. 4 regelt die Modalitäten zulässiger Werbung für nicht verschreibungspflichtige Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen, worunter zB. auch der Hinweis auf nähere Informationen („Über Wirkungen und mögliche unerwünschte Wirkungen informieren Arzt oder Apotheker“) fällt.

Abs. 5 sieht die Möglichkeit weiterer im öffentlichen Interesse (zB. der Volksgesundheit, Sicherheit etc.) gelegener Beschränkungen im Bereich der Werbung für alle oder einzelne Medienarten im Verordnungswege vor, um auf schädliche Entwicklungen in diesem Bereich unverzüglich reagieren zu können.

Nachdem eine Vielzahl von Spezialgesetzen noch weitere Werbeverbote und -beschränkungen enthalten, beispielsweise hinsichtlich verschiedener Berufsgruppen[25], ist deren unveränderte Geltung ausdrücklich hervorzuheben (Abs. 6).

Zu Art. 44 (Art. 16 LRFG)

Dem Schutz Minderjähriger, die heute in ganz besonderem Masse Zielgruppe von zT zweifelhaften Werbearten und -botschaften sind, gilt es ebenso vermehrtes Augenmerk zuzuwenden. Dabei hält sich die Diktion weitgehend an die einschlägige Bestimmung des LRFG, zumal das Problem gleichgelagert ist.

Das Ausnutzen von Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ist eine der klassischen Methoden, Minderjährige in unlauterer Weise anzusprechen (Bst. a); zB. durch das Suggerieren einer vollkommen unrealistischen bzw. überzogenen Wirkung eines Produktes für Minderjährige. Bst. b bezieht sich auf eine Werbeform, bei der zum Kauf von Produkten, die regelmässig den finanziellen Rahmen der Eigenmittel Jugendlicher sprengen, gezielt die Eltern oder Dritte ins Spiel gebracht werden, zumal die Werbeforschung belegt hat, dass die entsprechenden Personengruppen nur allzu leicht dem dadurch erzeugten Druck nachgeben. Ebenso verpönt sind Werbebotschaften, die Vertrauenspersonen einsetzen, um die vermeintliche Qualität ihres Produktes unter Beweis zu stellen und so Bezugspersonen der Minderjährigen gezielt instrumentalisieren (Bst. c). Bst. d

---

[25] Vgl exemplarisch Art. 27 des Gesetzes vom 9. Dezember 1992 über die Rechtsanwälte, LGBl. 1993 Nr. 41 sowie Art. 17 des Gesetzes vom 22. Oktober 2003 über die Ärzte (Ärztegesetz), LGBl. 2003 Nr. 239.

wiederum sucht Nachahmereffekte im Bereich der gefährlichen Tätigkeiten zu vermeiden und dient damit mittelbar der Unfallverhütung.

Zu Art. 45

Aufgrund der dynamischen Entwicklung der Werbebranche und ihrer Methoden erscheint es dringend geboten, die Geltung der allgemeinen Werbebestimmungen durch eine Generalklausel auf alle anderen denkbaren medialen Werbeformen, wie etwa das Teleshopping, die vielfältigen Varianten des Sponsoring, auszudehnen.

F. Medieninhaltsdelikte

Dieser Abschnitt enthält durchwegs Sonderbestimmungen strafrechtlicher und strafprozessualer Natur, die mehrheitlich zu einer Privilegierung des Medienbereichs führen und ihre Rechtfertigung im Gebot zum zurückhaltenden Einsatz strafrechtlicher Instrumente im Lichte der Grundrechte der Meinungs- und Medienfreiheit finden.

Zu Art. 46 (§ 41 Abs. 1 öMedienG)

Diese Grundsatzbestimmung betont die subsidiäre Geltung der allgemeinen Strafgesetze (Abs. 1) sowie der Strafprozessordnung (Abs. 2) im Verhältnis zu den als *leges speciales* zu qualifizierenden Sondernormen dieses Abschnitts und klärt damit gleichzeitig das Derogationsverhältnis.

Zu Art. 47 (§ 29 öMedienG)

Der Nachweis der Wahrnehmung der gebotenen journalistischen Sorgfalt soll den nach § 111 Abs. 3 Satz 1 StGB zulässigen Wahrheitsbeweis ersetzen bzw. ein dem - im Medienbereich unanwendbaren - Beweis des guten Glaubens (§ 111 Abs. 3 Satz 2 leg cit) entsprechendes Berufsprivileg zugunsten der Medieninhaber (Verleger) und -mitarbeiter schaffen. Dabei wird gefordert, dass ein überwiegendes Veröffentlichungsinteresse bestanden hat und die gebotene journalistische Sorgfalt aufgewendet wurde (Abs. 1).

Abs. 2 Satz 1 entspricht § 111 Abs. 4 Satz 1 StGB, während Satz 2 leg cit anordnet, dass im Falle des Antritts des Wahrheitsbeweises dieser jedenfalls aufzunehmen ist, selbst wenn die Bestrafung schon aufgrund der Wahrnehmung der journalistischen Sorgfalt unterbleibt, um dem Medium die Möglichkeit zu eröffnen, über das für den Freispruch notwendige Mindestmass hinaus, die tatsächliche Richtigkeit der Berichterstattung unter Beweis zu stellen.

Abs. 3 will einen Ausgleich der im gegenständlichen Fall widerstreitenden Interessen des Medien- und Persönlichkeitsschutzes dahingehend herbeiführen, dass das anstelle des Wahrheitsbeweises geforderte Berufsprivileg der Wahrnehmung der journalistischen Sorgfalt die Bestrafung zwar abzuwenden vermag, nicht jedoch zu Lasten des nur aus diesem Grunde unterliegenden Prozessgegners gehen soll, weshalb insbesondere die Verfahrens- und Veröffentlichungskosten dem Beschuldigten, unter solidarischer Mithaftung des Medieninhabers (Verlegers), auferlegt werden können. Der ausdrückliche Verweis auf die sinngemässe Anwendung von Art. 50 drängt sich deshalb auf, weil die bezogene Bestimmung nach ihrem Wortlaut für freisprechende Urteile nicht einschlägig ist (arg „Verurteilte“).

Abs. 4 schliesslich stellt klar, dass aufgrund der Sonderregelung in der gegenständlichen Bestimmung die §§ 111 Abs. 3 und 112 StGB im Anwendungsbereich dieser Norm unanwendbar sind (Derogationsregel).

Zu Art. 48 (§ 33 öMedienG)

Wesentliches Moment der Begehung eines Medieninhaltdeliktes ist die Verbreitung des inkriminierten Inhaltes, weshalb der Unterbindung der Weiterverbreitung solcher Inhalte essentielle Bedeutung für die Wirksamkeit des einschlägigen Rechtsschutzes zukommt. Daraus folgt die Notwendigkeit eines Instrumentariums, das über § 26 StGB hinausreicht und in Fortentwicklung der Rezeptionsvorlage auch den Erscheinungsformen der Online-Publikationen gerecht wird. Gleichzeitig findet jedoch eine Beschränkung der Zulässigkeit der Einziehung auf Medieninhaltdelikte statt, während die heutige Rechtslage (Art. 18 StSchG) Beschlagnahme und Verfall von Medienerzeugnissen selbst bei Verletzung der Impressumpflicht vorsieht.

Abs. 1 sieht daher die klassische Einziehung von körperlichen Medienexemplaren als selbständigen Ausspruch im verurteilenden Erkenntnis vor, die überdies durch ihr Pendant im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft, die Sperrung[26], ergänzt wird, welche insbesondere durch einen entsprechenden Auftrag an den einschlägigen Internet-Service-Provider zu bewerkstelligen sein wird.

Zufolge des Redaktionsgeheimnisses wird die Ausforschung des oder der Täter eines Medieninhaltsdeliktes oft scheitern, mehr noch zeigt sich aber im Bereich

---

[26] Vgl zur Terminologie etwa § 6 Abs. 2 dMDStV.

des Internets, dass der oder die Täter entweder nicht ausgeforscht werden können oder nicht greifbar sind, weshalb die Schaffung eines selbständigen Einziehungs- bzw. Sperrungsverfahrens von essentieller Notwendigkeit ist, um zumindest die Weiterverbreitung der einschlägigen Inhalte zu unterbinden (Abs. 2).

Abs. 3 sieht eine sechswöchige Frist für die Stellung eines Antrags auf Einziehung oder Sperrung im selbständigen Verfahren vor, die mit jener zur Erhebung der Privatanklage nach § 31 StPO übereinstimmt.

Abs. 4 trägt dem Grundsatz der Verhältnismässigkeit Rechnung, indem dem Medieninhaber (Verleger) über Antrag gelindere Massnahmen zur Beseitigung des inkriminierten Inhaltes aufgetragen werden können. Die Wendung „Entfernung oder Unkenntlichmachung“ erfasst sowohl körperliche wie unkörperliche Medien und überwindet damit, wie der gesamte Artikel, die noch in der Rezeptionsvorlage angelegte Fixierung auf Medienerzeugnisse, um den Erscheinungsformen der elektronischen Medien (insbesondere im Bereich des Internets) gerecht zu werden.

Abs. 5 normiert die Kostenersatzpflicht des Medieninhabers (Verlegers) für den Fall der Anordnung einer Einziehung oder Sperrung im selbständigen Verfahren, während sich im Übrigen das Kostenrecht nach den Grundsätzen der §§ 305 ff StPO richtet. Allfällige Rückgriffsansprüche des Medieninhabers (Verlegers) richten sich nach den allgemeinen Bestimmungen des bürgerlichen Rechts.

Zu Art. 49 (§ 34 öMedienG)

Die hier vorgesehene Urteilsveröffentlichung ist eine Massnahme der publizistischen Wiedergutmachung und dient dem Schutz vor dem Fortwirken des Deliktes in der öffentlichen Meinung.

Gem. Abs. 1 kann daher in einem verurteilenden Erkenntnis wegen eines Mediendeliktes über Antrag des Anklägers die Veröffentlichung des Urteils in einer Form vorgesehen werden, die zur Information der Öffentlichkeit über das Verfahren und seinen Ausgang und seinen erforderlich ist. Satz 2 sieht dabei vor, dass das Gericht die entsprechenden Teile des Urteils im Spruch anzuführen hat, zu denen jedenfalls die Angaben in Kopf und Tenor gehören. Satz 3 wiederum eröffnet dem Gericht die Möglichkeit, im Interesse eines (vorwiegend) nicht sach- und fachkundigen Publikums sowie der Verhältnismässigkeit des Umfangs der Veröffentlichung eine eigene gedrängte Darstellung der relevanten Teile des Urteils vorzunehmen, die durchaus auch (wörtliche oder sinngemässe) Auszüge der Begründung enthalten kann.

Abs. 2 trägt dem Umstand Rechnung, dass bei Offizial- und Ermächtigungsdelikten die Position des Anklägers und Antragstellers einerseits sowie des Verletzten andererseits auseinanderfallen, weshalb in Anbetracht der delikater Umstände oder Tatsachen eine separate Zustimmung des Verletzten zur Urteilsveröffentlichung einzuholen ist.

Abs. 3 sieht in Nachbildung des selbständigen Einziehungs- und Sperrungsverfahrens ein selbständiges Verfahren zur Urteilsveröffentlichung vor, wobei es sich hier nicht um ein Strafurteil im technischen Sinn, sondern vielmehr um ein Erkenntnis handelt, das das Vorliegen der Voraussetzungen nach dieser Bestimmung feststellt und die Veröffentlichungspflicht ausspricht. Eine Kumulation mit anderen Anträgen nach diesem Gesetz (uU eventualiter) ist ebenso möglich.

Abs. 4 sieht die Veröffentlichung in periodischen Medien nach den einschlägigen Grundsätzen für die Veröffentlichung einer Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung vor, und zwar mit der Massgabe, dass diese nach (voller) Rechtskraft des Urteils zu erfolgen hat.

Abs. 5 schliesslich begegnet dem Umstand des zwischenzeitlichen Untergangs eines periodischen Mediums sowie der Begehung des Medieninhaltsdeliktes in einem nicht-periodischen oder ausländischen Medium und sieht für diese Fälle die Veröffentlichung in einem periodischen Drittmedium vor. Dieses ist nach Massgabe des Art. 15 unter Ersetzung des üblichen Entgeltes zur Veröffentlichung verpflichtet. Die entsprechenden Auslagen stellen Verfahrenskosten dar, deren Ersatz sich vorbehaltlich des Abs. 6 nach der StPO richtet.

Abs. 6 regelt Kostenersatzpflicht des Medieninhabers im selbständigen Verfahren auf Urteilsveröffentlichung entsprechend der Regelung für Einziehung oder Sperrung (Art. 48 Abs. 5).

Zu Art. 50 (§ 35 öMedienG)

Die Unternehmenshaftung bei periodischen Medien folgt dem Prinzip der Gehilfenhaftung (in modifizierter Form) und beabsichtigt zweierlei: zum einen soll auch jener „Fonds“, in den die wirtschaftlichen Vorteile medialer Tätigkeit fliessen, zur Deckung von Strafen und Verfahrenskosten aus der Entfaltung derselben zur Verfügung stehen, zum anderen soll das finanzielle und berufliche Risiko der Mitarbeiter eines Medienunternehmens verringert und die Notwendigkeit von Ersatzfreiheitsstrafen weitgehend beseitigt werden.

Abs. 1 sieht daher eine (zwingende) solidarische Haftung des Medieninhabers (Verlegers) eines periodischen Mediums mit dem Verurteilten für die Geldstrafe und die Kosten des Verfahrens einschliesslich der Kosten der Urteilsveröffentlichung vor, und zwar zur ungeteilten Hand. Der Ausspruch hat jedenfalls im verurteilenden Straferkenntnis zu erfolgen.

Abs. 2 berücksichtigt die Konstellation einer Rechtsnachfolge in der Position des Medieninhabers (Verlegers) nach Urteilsfällung und ordnet diesfalls die solidarische Haftung des alten und neuen Medieninhabers (Verlegers) an.

Abs. 3 schliesslich trachtet danach, die in äusserstem Spannungsverhältnis mit der Medienfreiheit stehende (Ersatz)Freiheitsstrafe soweit als möglich zurückzudrängen, indem sie erst nach vergeblicher Einbringung der Geldstrafe beim Verurteilten und dem Medieninhaber (Verleger) an ersterem vollzogen werden soll.

Zu Art. 51 (Art. 19 StSchG, § 36 öMedienG)

Wiewohl der Beschlagnahme im Medienbereich mit äusserster Zurückhaltung zu begegnen ist und ihre Anordnung einer sorgfältigen Interessenabwägung im Lichte der verfassungsrechtlichen Garantien bedarf, kommt das Medienrecht nicht umhin, dieses provisorische Rechtsinstitut als ultima ratio vorzusehen, und zwar in casu auch für Dienste der Informationsgesellschaft in der Form einer vorläufigen Sperrung, welche regelmässig mittels Auftrag an den jeweiligen Internet-Service-Provider vorzunehmen sein wird.

Abs. 1 normiert daher Zulässigkeit und Voraussetzungen der Beschlagnahme bzw. vorläufigen Sperrung, wobei zunächst eine ex ante Beurteilung die (hohe) Wahrscheinlichkeit der Einziehung oder Sperrung nach Art. 48 ergeben muss (arg „begründeterweise“); deren Vornahme (spätestens) gleichzeitig zu beantragen ist. Darüber hinaus ist eine umfassende und sorgfältige Interessenabwägung zwischen dem Rechtsschutzinteresse, dem die Massnahme dienen soll, sowie demjenigen des von der Massnahme Betroffenen anzustellen, wobei auch die Verhältnismässigkeit derselben eingehend zu beurteilen ist. Insgesamt muss das Rechtsschutzinteresse, dem die Massnahme dienen soll, deutlich überwiegen.

Abs. 2 stellt klar, dass eine Massnahme dieser Eingriffsintensität nur in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Verfahren wegen eines Medieninhaltsdelikts und nur über ausdrücklichen Antrag des Anklägers oder Antragstellers im selbständigen Verfahren angeordnet werden darf.

Abs. 3 Satz sieht die Pflicht zur genauen Bezeichnung der inkriminierten Medieninhalte sowie der voraussichtlich verletzten Strafnorm vor, während Satz 2 im Lichte des Verhältnismässigkeitsgrundsatzes dem Medieninhaber (Verleger) die Möglichkeit zur Beantragung der Anordnung gelinderer Mittel einräumt.

Abs. 4 sieht das Rechtsmittel der Beschwerde an das Obergericht gegen die Entscheidung über die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung vor, das vor dem Hintergrund des provisorialen Charakters dieser Massnahmen keinen Suspensiveffekt besitzt.

Zu Art. 52 (§ 38 Abs. 1 öMedienG)

Die einstweiligen Massnahmen der Beschlagnahme oder vorläufigen Sperrung bezwecken die Verhinderung der Verbreitung bestimmter medialer Inhalte und können ihre volle Wirkung in Anbetracht der (theoretisch) unbeschränkten Reproduktions- und Verbreitungsmöglichkeiten von solchen nur dann entfalten, wenn die Weiterverbreitung bzw. neuerliche Veröffentlichung (2. Alt) der inkriminierten Inhalte für die Dauer ihrer Wirksamkeit per se verboten wird. Dem Verhältnismässigkeitsprinzip entsprechend ist jedoch nur die Veröffentlichung der inkriminierten Stellen bzw. Inhalte untersagt, während die Publikation allfälliger sonstiger Inhalte des Mediums unberührt bleibt. Mit den Termini „Stelle“ und „Darbietung“ werden Inhalte von Medienerzeugnissen sowie von elektronischen Medien gleichzeitig erfasst und der bereits in Ansehung der Beschlagnahme bzw. vorläufigen Sperrung eingeschlagene Weg einer Gleichbehandlung physischer und elektronischer Medieninhalte fortgesetzt.

Zu Art. 53

Schaden aus rechtswidriger Beschlagnahme oder vorläufiger Sperrung ist nach dem Gesetz vom 22. September 1966 über die Amtshaftung, LGBl. 1966 Nr. 24 idgF, geltend zu machen. Ebenso richtet sich ein allfälliger Rückgriff des Staates auf seine Organe oder Dritte nach diesem Gesetz.

Zu Art. 54 (§ 40 öMedienG, § 7 Abs. 2 dStPO)

Insbesondere die sog. „neuen Medien“ stellen die Begründung der örtlichen Zuständigkeit vor neue Herausforderungen, denen nur durch differenzierte Lösungsansätze unter genauer Analyse der Verbreitungsart beizukommen ist.

Abs. 1 bestimmt demnach, dass grundsätzlich der inländische Verlagsort als Tatort gilt, wobei die einschlägige Angabe im Impressum Publizitätswirkung entfaltet und daher bindend ist. Bei Medienerzeugnissen ist der Verlagsort jener

Ort, von dem aus das Inverkehrbringen der Medienexemplare erfolgt, während es bei terrestrisch verbreiteten Medien der Ausstrahlungsort ist. Bei Diensten der Informationsgesellschaft wiederum kommt dem Standort des einschlägigen Servers, von dem aus die Angebote weltweit abrufbar sind, die Qualität als Verlagsort zu. Der Standort dieses Servers, der sich idR bei einem Internet-Service-Provider befindet, lässt sich aufgrund der verwendeten und weltweit einmaligen Internet-Protokoll-Adresse (IP-Adresse) eruieren.

Abs. 2 normiert subsidiäre Anknüpfungspunkte für die örtliche Zuständigkeit je nach Mediengattung:

Bst. a bezieht sich auf körperliche Medien und lässt zum einen den inländischen Herstellungsort sowie zum anderen jeden Verbreitungsort im Inland gelten.

Bst. b bezieht sich auf Rundfunksendungen und stellt auf die Empfangbarkeit im Inland ab, wobei die „Sendung“ die Verbreitung über terrestrische Sender, über Kabel oder über Satelliten jeder Art in verschlüsselter oder unverschlüsselter Form umfasst.

Bst. c schliesslich stellt in Anlehnung an § 7 dStPO und vor dem Hintergrund der Eigenheiten der Dienste der Informationsgesellschaft und zur Gewährung eines umfassenden und sinnvollen Rechtschutzes auf den Wohnsitz oder Aufenthalt des Täters oder des Verletzten ab, womit die Zuständigkeit der liechtensteinischen Strafgerichte bei Medieninhaltsdelikten einen sachgerechten Umfang erhält, der auch im Hinblick auf die Ausübbarkeit sinnvoll erscheint.

Abs. 3 bezieht sich auf öffentliche Filmvorführungen, die keinen Rundfunk darstellen, also insbesondere Kinovorführungen aller Art.

Zu Art. 55 (§ 41 Abs. 6 und 7 öMedienG)

Abs. 1 räumt dem Medieninhaber (Verleger), sofern er nicht ohnedies Beschuldigter ist, volle Parteistellung in der Schlussverhandlung und dem Rechtsmittelverfahren wegen eines Medieninhaltsdeliktes ein, zumal er vom Verfahrensausgang regelmässig unmittelbar betroffen ist (solidarische Haftung für Geldstrafen, Einziehung, Sperrung etc). Allein soll er durch sein Nichterscheinen keine Verfahrensverzögerung herbeiführen können, weshalb die Urteilsfällung dadurch nicht gehindert wird und strenge Präklusionsfolgen vorgesehen sind.

Abs. 2 stellt klar, dass die in einem Strafurteil getroffenen Entscheidungen betreffend die Einziehung oder Sperrung sowie die Urteilsveröffentlichung als

Teile des Ausspruches über die Strafe ebenfalls der Anfechtung durch das ordentliche Rechtsmittel der (vollen) Berufung unterliegen.

II. Besonderer Teil

Der Systematik des Gesetzes entsprechend, folgt auf den für alle Mediengattungen anwendbaren Allgemeinen Teil I., ein Besonderer Teil II., der Spezialvorschriften für einzelne Mediengattungen enthält, deren Verallgemeinerung aufgrund gattungsspezifischer Charakteristika nicht in Betracht kommt. Vornehmlich trifft dies auf den Rundfunk (A.) zu, während für die Dienste der Informationsgesellschaft (B.) in Form des ECG bereits ein Spezialgesetz mit vielfältigen Sondernormen besteht und daher im Wesentlichen nur noch die Abgrenzung gegenüber dem Rundfunk zu klären war. Für den Bereich der Presse schliesslich ergab sich keine Notwendigkeit zur Normierung von Spezialvorschriften in Ergänzung zu den Bestimmungen des Allgemeinen Teils.

A. Rundfunk

Die Sondervorschriften für den Rundfunk ergehen primär in Umsetzung einschlägiger Vorgaben des EWR-Rechts, insbesondere der Fernsehrichtlinie 89/552/EWG idF 97/36/EG sowie des Europäischen Fernsehübereinkommens, das im Rahmen des Europarats abgeschlossen wurde. Die einzelnen Bestimmungen wurden überwiegend aus dem deutschen Recht, insbesondere dem Rundfunkstaatsvertrag[27] sowie dem Saarländischen Mediengesetz und dem Landesmediengesetz Baden Württembergs, vereinzelt aber auch aus dem aktuellen Entwurf zur Totalrevision des schweizerischen RTVG rezipiert. Dabei wurde nach bestmöglicher Abstimmung mit den einschlägigen Vorschriften des LRFG getrachtet.

Zu Art. 56 (§ 16 SMG, § 25 dRStV)

Die überragende Meinungsmacht des Rundfunks, insbesondere des Fernsehens[28], in Verbindung mit den - gerade in Liechtenstein - begrenzten (terrestrischen) Übertragungskapazitäten rechtfertigt es, auch von (gewissen) privaten

---

[27] Vgl dazu den Standardkommentar von *Hahn/Vesting* (Hrsg), Rundfunkrecht, München 2003.

[28] Jüngste Studien ergeben, dass Fernsehen mit durchschnittlich 203 min/Tag (Deutschland laut GfK) bzw. 150 min/Tag (Schweiz laut WEMF) die mit Abstand wichtigste Freizeitbeschäftigung ist; vgl zum Ganzen *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht[2], § 2 Rz 149 ff; „Die Zeit“ 2004 Nr. 2 S. 47 f mit den aktuellsten Zahlen für Deutschland.

Rundfunkveranstaltern, einen angemessenen Beitrag zur Wahrung der Meinungsvielfalt zu verlangen, wie dies selbst für den ungleich grösseren Medienmarkt Deutschlands bejaht wird, was die Provenienz der einschlägigen Rezeptionsvorlage verrät[29]. Die gegenständliche Norm übernimmt daher für private Rundfunkveranstalter das Prinzip der sog. Binnenpluralität, wonach insbesondere in Vollprogrammen eine gewisse Ausgewogenheit der Meinungen anzustreben ist. Unbenommen bleibt es einem privaten Rundfunkveranstalter natürlich, sich auf eine Programmsparte (zB. Sport-, Natur-, Wirtschafts-, Spielfilmprogramm) zu beschränken und dadurch diesem Gebot nicht unterworfen zu sein.

Zu Art. 57 (§ 10 bwLMedienG)

Gerade vor dem Hintergrund der äussersten Begrenztheit (terrestrischer) Übertragungskapazitäten in Liechtenstein sowie zur Hintanhaltung einer konzessionsfremden „Durchleitung“ fremder Programme ohne wesentlichen Liechtensteinbezug erscheint es geboten, eine Pflicht zur Eigenständigkeit der Rundfunkprogramme zu statuieren.

Abs. 1 Satz 1 generalisiert daher die bisher regelmässig in den Programmkonzessionen enthaltene Regelung, wonach jedes Programm vom Veranstalter zu einem angemessenen Anteil journalistisch-redaktionell selbst gestaltet sein muss.

Satz 2 ermöglicht durch die Anführung verschiedener Beurteilungskriterien eine Bedachtnahme auf den jeweiligen Einzelfall, der auch den berechtigten Interessen des Rundfunkveranstalters Rechnung trägt. Bei der Beurteilung der Angemessenheit ist vor allem der inhaltlich auf das Verbreitungsgebiet bezogene Anteil an selbstgestalteten Programmen und - mit besonderer Bedeutung - der darin enthaltene Anteil an Wortbeiträgen zu berücksichtigen, ferner die wirtschaftliche Situation des Veranstalters und der Umfang eines von einem anderen Veranstalter oder einem Dritten übernommenen Rahmenprogramms oder sonstiger Programmteile. Massgebend für das Verbreitungsgebiet ist angesichts unvermeidbarer „Überstrahlungen“ im Bereich des terrestrischen Rundfunks nicht die technische Reichweite, sondern mit Blick auf Sinn und Zweck der Norm das konzessionierte Verbreitungsgebiet des Veranstalters.

---

[29] Statt vieler *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht[2], § 20 Rz 3 ff mwN.

Satz 3 führt eine Regelvorschrift ein, nach der die Angemessenheit gegeben ist, wenn der auf das jeweilige Verbreitungsgebiet bezogene Anteil in zeitlicher Hinsicht im Wochendurchschnitt 10 % beträgt. Danach sollten von einem 24-Stunden-Rundfunkprogramm in der Regel mindestens 2,4 Stunden am Tag auf Sendungen mit Bezug auf das jeweilige Verbreitungsgebiet entfallen. Diese Programmanteile müssen jedoch lediglich im Wochendurchschnitt und nicht innerhalb einer vom Gesetzgeber festgelegten Tagesquote erfüllt werden. Einer Regelung über eine Verringerung dieses Anteils bei geringerer Sendezeit bedarf es wegen der Prozentvorgabe nicht.

Abs. 2 regelt Art und Umfang der zulässigen programmlichen Zusammenarbeit von Rundfunkveranstaltern untereinander und mit Dritten sowie die daraus resultierenden Konsequenzen hinsichtlich der Verantwortung für die übernommenen Programmteile. Die Berechtigung zum jederzeitigen Verzicht auf die Verbreitung gelieferter Programmteile sowie deren Ersetzung durch andere dient der Absicherung der programmlichen Autonomie des Rundfunkveranstalters, wobei entgegenstehende Vertragsklauseln der Nichtigkeit anheimfallen und den Rundfunkveranstalter keine zivilrechtliche Ersatzpflicht wegen Ausübung dieses Rechtes trifft; vorbehalten bleiben nur zulässige Werbespots.

Zu Art. 58 (§ 5 dRStV, Art. 80 sRTVG2002)

Diese Bestimmung schützt den freien Zugang des Publikums zu Informationen über Ereignisse, die von allgemeinem Informationsinteresse sind. Eine Kurzberichterstattung in sachgerechtem Umfang erlaubt dem Publikum die Wahrung der Informationsbedürfnisse und bedeutet keinen unverhältnismässigen Eingriff in die Autonomie des Ereignisorganisators und seiner Vertragspartner.

Abs. 1 räumt das Recht auf Kurzberichterstattung über Ereignisse, die öffentlich zugänglich und von allgemeinem Informationsinteresse sind, jedem in Europa zugelassenen Rundfunkveranstalter zu eigenen Sendezwecken ein. Mit Rücksicht auf die regionale Medienlandschaft, die massgeblich durch die verschiedenen Radiosender geprägt ist, wurde von einer Beschränkung des Kurzberichterstattungsrechtes auf Fernsehveranstalter abgesehen und dasselbe allen Rundfunkveranstaltern eingeräumt. Von allgemeinem Informationsinteresse sind grundsätzlich alle öffentlich zugänglichen Veranstaltungen, ohne dass es auf die Bedeutung derselben ankommt. Vielmehr reicht jedes beim Publikum zu vermutende allgemeine Informationsinteresse an der Berichterstattung über den

Anlass aus, wobei das Bestehen von Exklusivrechten hinsichtlich der Berichterstattung ein allgemeines Informationsinteresse indiziert.

Abs. 2 stellt klar, dass durch die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung keine Beeinträchtigung anderweitiger Rechte, insbesondere des Persönlichkeitsschutzes oder des Urheberrechts beeinträchtigt werden dürfen.

Abs. 3 regelt den zulässigen Umfang der Kurzberichterstattung und setzt diesen in Relation zur konkreten Veranstaltung, wobei hervorgehoben wird, dass das Recht sich nur auf eine nachrichtenmässige Berichterstattung erstreckt und weitergehende Rechte, etwa zur ausgedehnten Übertragung von Teilen der Veranstaltung, nicht inkludiert. Der Richtwert für die zulässige Höchstdauer der Kurzberichterstattung im Rundfunk beträgt in Deutschland bei wiederkehrenden Ereignissen eineinhalb Minuten (§ 5 Abs. 3 dRStV), während der schweizerische Bundesrat in seiner Botschaft zur Totalrevision des Bundesgesetzes über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 18. Dezember 2002, Ziff. 2.1.5.2, generell von „höchstens wenigen Minuten“ ausgeht. Aufgrund der höheren Flexibilität wurde der schweizerischen Lösung der Vorzug gegeben und von einer ausdrücklichen Beschränkung der Höchstdauer im Gesetz Abstand genommen. Um eine unzulässige Ausdehnung des Rechtes im Wege der Zusammenfassung mehrer gleichartiger Veranstaltungen, etwa in Form einer Dokumentation, hintanzuhalten, wird auch diesfalls die Wahrung des nachrichtenmässigen Charakters vorgeschrieben.

Die Geltung des Satzes der massvollen Ausübung („*civiliter est exercendo*“) wird insbesondere auch für den Bereich der Kurzberichterstattung betont. Die Rechte des Veranstalters zum Ausschluss der Übertragung oder Aufzeichnung aus triftigen Gründen bleiben unberührt, solange sie konsequent und nicht willkürlich gegen einzelne Medienvertreter ausgeübt werden. Ein Ausschluss aufgrund überwiegender öffentlicher Ordnungs- und Sicherheitsinteressen wäre etwa bei inneren Unruhen, Ausschreitungen etc. anzunehmen. Im Übrigen bleibt es dem Veranstalter unbenommen, den Rundfunk zur Gänze von der Berichterstattung auszuschliessen (Abs. 4).

Hinsichtlich der allgemeinen Zutrittsbedingungen müssen sich die Rundfunkveranstalter wie alle anderen Besucher behandeln lassen und haben ein allenfalls erhobenes Entgelt zu entrichten. Ebenso können ihnen Aufwendungen anteilsmässig in Rechnung gestellt werden, die der Organisator ausschliesslich aufgrund der Ausübung des Rechtes auf Kurzberichterstattung tätigen muss, wie etwa die Bereitstellung und Nutzung von Infrastruktur etc. (Abs. 5).

„Berufsmässig durchgeführte Veranstaltungen“ sind insbesondere solche, bei denen die gesamte Veranstaltung, so auch die Vermarktung von Übertragungsrechten etc., professionell organisiert und abgewickelt wird (zB sportliche Grossanlässe). In solchen Fällen wäre es ein unverhältnismässiger Eingriff in die Rechtssphäre des Veranstalters, wenn er die Kurzberichterstattung gänzlich unentgeltlich zulassen müsste, zumal dies auch Auswirkungen auf die Vermarktungschancen der Übertragungsrechte als solche hätte. Überdies würde ein Inhaber (kostspieliger) Exklusivrechte gegenüber solchen Mitbewerbern benachteiligt, die völlig unentgeltlich zur nachrichtenmässigen Kurzberichterstattung gelangen könnten. Aus diesem Grunde forderte bereits das deutsche Bundesverfassungsgericht (BVerfGE 97, 228 ff) einen vernünftiger Ausgleich zwischen dem allgemeinen Informationsinteresse und den wirtschaftlichen Interessen des Veranstalters, indem letzterem die Erhebung eines dem Charakter der Kurzberichterstattung entsprechenden billigen Entgeltes für die Ausübung des Rechtes auf Kurzberichterstattung zugestanden wird. Für den Fall der Uneinigkeit über die Höhe des Entgeltes wird, wie in Deutschland, die Durchführung eines schiedsrichterlichen Verfahrens nach §§ 594 ff der Zivilprozessordnung vorgeschlagen, dessen Durchführung oder Ablehnung die Ausübung des Rechts selbstverständlich nicht zu hindern vermag. Dasselbe gilt für ein Verfahren im ordentlichen Rechtsweg, zumal nur die Höhe des Entgeltes verfahrensgegenständlich ist (Abs. 6).

Die Abs. 7 bis 11 regeln die Einzelheiten der Ausübung des Rechtes auf Kurzberichterstattung und treffen Vorsorge dafür, dass der Veranstalter eine allenfalls notwendige Planung vornehmen kann (Abs. 7), dass begrenzte räumliche und technische Kapazitäten sachgerecht verteilt und genutzt werden (Abs. 8) und dass berechtigte Informationsinteressen jedenfalls befriedigt werden (Abs. 9 und 10). Die Pflicht zur Vernichtung des Materials soll eine zweckwidrige Weiterverwendung hintanhalten (Abs. 11).

Zu Art. 59 (Art. 12 LRFG, § 5a dRStV, § 55 öPrTV-G)

Diese Bestimmung ergeht in Umsetzung einschlägiger Vorgaben der Fernsehrichtlinie und der Sicherstellung des Informationsrechtes innerhalb des EWR bei Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung, insbesondere sportliche oder gesellschaftliche Grossanlässe wie Olympische Spiele, Fussball-Welt- oder -europameisterschaft, Adelshochzeiten etc., deren Ausstrahlung aufgrund von Exklusivrechten gewissen Rundfunkveranstaltern vorbehalten ist, die - aus welchen Gründen immer (Verbreitungsgebiet, Entgeltlichkeit etc.) - nur einen Bruchteil der interessierten Öffentlichkeit bedienen.

In materieller Hinsicht entspricht die Bestimmung im Übrigen Art. 12 LRFG, jedoch mit der Massgabe, dass aus Praktikabilitätserwägungen anstelle der Schlichtungskompetenz der Medienkommission dem deutschen Modell des zivilprozessualen Schiedsverfahrens der Vorzug gegeben (Abs. 4) sowie eine Handhabe für wiederholte und schwer wiegende Verletzungen dieser Bestimmung geschaffen wurde (Abs. 5).

2. Programmkonzession

Zur Sicherstellung der Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften, einer wirksamen Aufsicht über das Rundfunkwesen sowie der Erfüllung europarechtlicher Vorgaben hält der Gesetzesentwurf an der allgemeinen Pflicht zur Konzessionierung eines Rundfunkprogramms fest.

Zu Art. 60 (Art. 16 RFG, § 43 SMG, § 12 bwLMedienG; Art. 24 sRTVG2002)

Die Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunkprogrammen im Inland bedarf ungeachtet der Verbreitungsart (terrestrisch, via Kabel oder Satellit) einer Programmkonzession, deren Erteilung an das Erfüllen aller gesetzlichen Voraussetzungen geknüpft ist. Mit dieser Bestimmung wird neuerlich die dem Gesetzesentwurf konzeptionell zu Grunde gelegte strenge Trennung von Inhalts- und Technikfragen zum Ausdruck gebracht, weshalb es für das Erfordernis einer Programmkonzession nicht auf die Nutzung einer bestimmten Technik, sondern nur die inhaltliche Gestaltung des Mediums ankommt (Abs. 1).

Die Programmkonzession ihrerseits zerfällt gem. Abs. 2 zunächst in die Bereiche Programmart (Bst. a) und Programmkategorie (Bst. b), wobei der wesentliche Inhalt von Spartenprogrammen zu definieren ist.

Eine grundsätzliche Beschränkung der Konzessionsdauer entspricht bereits der heutigen Praxis im In- und Ausland und soll daher gesetzlich vorgeschrieben werden, wobei (wiederum befristete)Verlängerungen jedenfalls möglich sind (Abs. 3).

Die bisherige Übertragbarkeit von Konzessionen hat sich weder im Rundfunk- noch Telekommunikationswesen bewährt, sondern vielmehr zu verschiedensten Unklarheiten hinsichtlich des genauen Übertragungszeitpunktes, des aktuellen Konzessionsinhabers und seiner Verantwortlichen, der Haftung für Gebührenrückstände sowie der Anwendbarkeit einzelner Konzessionsbestimmungen geführt, weshalb sie im Interesse der Rechtsklarheit

und -sicherheit zu entfallen hat (Abs. 4). Vielmehr steht es jedermann frei, in eigenem Namen und dem dafür vorgesehenen Verfahren eine Konzession zu erlangen. Der rechtlichen Übertragung wird die faktische gleichgehalten, wobei diese nach Satz 2 der in Rede stehenden Bestimmung bei Vornahme gewisser Massnahmen während der ersten drei Jahre fingiert wird. Die Zeitgrenze für die Fiktion, nicht die Unzulässigkeit der Übertragung, ergibt sich daraus, dass zum einen jenseits dieses Zeitraums keine Umgehung von Konzessionierungen durch Strohmannkonstruktionen mehr anzunehmen sein dürfte und zum anderen der Freiraum für wirtschaftliche Entwicklungen nicht generell beschnitten werden soll.

Die Anzeigepflicht und Unbedenklichkeitsbescheinigung vor Durchführung einschlägiger Veränderungen in der Beteiligungs- oder organisatorischen Struktur des Rundfunkveranstalters nach Abs. 5 soll der Evidenz von Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse oder sonstiger Einflüsse dienen sowie vermeiden, dass durch bestimmte Veränderungen ein gesetzwidriger Zustand geschaffen wird, der in letzter Konsequenz zu einem Entzug der Konzession führen müsste.

Abs. 6 bestimmt die Konzessionsfreiheit für die Verbreitung von Sendungen ausschliesslich in Einrichtungen (Einrichtungs- und Funktionsrundfunk). Die Konzessionsfreiheit rechtfertigt sich durch die geringe Meinungsrelevanz und ermöglicht im Gegensatz zum Anwendungsausschluss des Gesetzes die Wahrnehmung der medienaufsichtsrechtlichen Befugnisse der Aufsichtsbehörde zur Einhaltung der ordnungsrechtlichen Vorschriften. Von einer Beschränkung der Rundfunkverbreitung auf ein Gebäude oder auf einen zusammengehörenden Gebäudekomplex ist auch dann auszugehen, wenn sich das Empfangsgerät in der Einrichtung selbst befindet und sich eine mögliche Aussenwirkung lediglich auf den unmittelbar umgebenden Kommunikationsbereich erstreckt.

Die Entscheidung über die Erhebung einer jährlichen Konzessionsabgabe, wie sie etwa Art. 24 sRTVG2002 zwingend vorsieht, soll der Verordnungskompetenz der Regierung anheim gegeben werden (Abs. 7)

Abs. 8 stellt klar, dass durch die Vorschriften über die Programmkonzession die kommunikationsrechtlichen Vorschriften völlig unberührt bleiben und eine (allfällige) Konzessionierung nach letzteren eines gesonderten Verfahrens nach den kommunikationsrechtlichen Vorschriften bedarf.

Zu Art. 61 (§ 44 SMG, § 13 bwLMedienG)

Als persönliche Konzessionsvoraussetzungen für die Erteilung einer Programmkonzession werden zunächst die Rechtsfähigkeit sowie der Wohnsitz bzw. Sitz im EWR oder der Schweiz verlangt, darüber hinaus die unbeschränkte gerichtliche Verfolgbarkeit. Im Wesentlichen entspricht Abs. 1 damit einer EWR-kompatiblen Variante des heutigen Art. 18 Abs. 1 RFG mit der Massgabe, dass im Lichte des nunmehrigen Bestehens einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt die gegenständliche Bestimmung auf Privatrechtssubjekte beschränkt wurde (Abs. 1).

Abs. 2 verlangt vom Konzessionswerber überdies die volle Handlungsfähigkeit (Bst. a) sowie die Gewähr einer gesetzeskonformen Ausübung der Konzession (Bst. b), worunter va ein guter Leumund zu verstehen ist.

Der Nachweis der Eigentumsverhältnisse wird bei der Aktiengesellschaft regelmässig dadurch erschwert, dass die Geschäftsanteile in Form von Inhaberaktien repräsentiert werden, die in der Regel frei gehandelt werden können. Bei Namensaktien ist hingegen ersichtlich, wer die Anteile der AG tatsächlich hält. Die neu aufgenommene Vorschrift gewährleistet somit die Transparenz des Veranstalters, belastet aber den Veranstalter nicht übermässig in seiner wirtschaftlichen Handlungsfreiheit, da es ihm unbenommen bleibt, zur Kapitalerhöhung frei handelbare Inhaberaktien als stimmrechtslose Vorzugsaktien auszugeben. Lediglich die ein Stimmrecht verbriefenden Aktien müssen in Form von Namensaktien ausgegeben werden, damit die notwendige medienrechtliche Kontrolle ermöglicht wird (Abs. 3).

Abs. 4 normiert persönliche Hinderungsgründe für die Konzessionserteilung, wobei die Bst. a bis d der Verwirklichung des Prinzips der Staatsferne oder -freiheit des Rundfunks dienen, während Bst. e gefährliche Medienkonzentrationen hintanhalten soll. Gleichzeitig wird durch Abs. 5 sichergestellt, dass diese Bestimmungen nicht durch juristische oder wirtschaftliche Scheinkonstruktionen unterlaufen werden.

Abs. 6 hält den Antragsteller zu umfassender Transparenz hinsichtlich seiner rechtlichen und wirtschaftlichen Beziehungen an.

Zu Art. 62 (§§ 21ff dRStV, § 14 bwLMedienG)

Insbesondere die bisherigen Erfahrungen der Konzessionspraxis lehren, dass es dringend geboten ist, umfassende Nachweise für die organisatorische, technische

und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit im Voraus zu verlangen. Abs. 1 sieht daher vor, dass mittels eines detaillierten Programmschemas, das nach Art und Herkunft der Programmteile gegliedert ist, sowie eines ebensolchen Finanzplanes der Nachweis der finanziellen und organisatorischen Leistungsfähigkeit (Bst. a), der Eigenständigkeit des Programms (Bst. b) sowie der Produktion desselben im EWR oder der Schweiz (Bst. c) erbracht wird.

Ebenfalls stellt das Vorhandensein der notwendigen technischen Übertragungskapazität eine sachliche Voraussetzung für die Erteilung einer Programmkonzession dar. Dabei kommen alle technisch verfügbaren Verbreitungsmöglichkeiten in Frage (Abs. 2).

Zu Art. 63 (§§ 21ff dRStV)

Die Gestaltung des Konzessionsverfahrens entspricht im Wesentlichen der geltenden Rechtslage, mit der Massgabe, dass die Auskunfts- und Mitwirkungspflichten des Konzessionswerbers und der mit ihm verbundenen Unternehmen verschärft und dementsprechend betont wurden sowie die Abweisung des Antrags bei Verletzung derselben droht.

Zu Art. 64

Die Möglichkeit der Abänderung bestehender Konzessionen soll einer klaren Regelung zugeführt werden, die zwei Fälle unterscheidet, und zwar die Konzessionsänderung von Amts wegen und diejenige auf Antrag des Konzessionsinhabers.

Abs. 1 nennt die beiden Anwendungsfälle einer zulässigen Konzessionsänderung von Amts wegen, und zwar die Änderung der massgeblichen Rechts- oder Sachlage (Bst. a) sowie das überwiegende öffentliche Interesse (Bst. b).

Hinsichtlich der Änderungen im Bereich des rechtserheblichen Sachverhalts trifft den Konzessionsinhaber eine Anzeigepflicht, zumal trotz Geltung der Untersuchungsmaxime die wirksame Wahrnehmung der Aufsichtspflichten dadurch erhöht werden kann (Abs. 2).

Antragsmässige Konzessionsänderungen sind innerhalb der gesetzlichen Grenzen jederzeit zulässig (Abs. 3).

Nach Abs. 4 kann aus (materiell- und verfahrensrechtlich) rechtmässigen Abänderungen der Konzession kein Entschädigungsanspruch abgeleitet werden.

Zu Art. 65 (Art. 25 Abs. 3 RFG, § 48 SMG)

Der Konzessionsentzug ist *ultima ratio* in schwerwiegenden Fällen, weshalb die gegenständliche Bestimmung im Unterschied zur allgemein gehaltenen des geltenden Rechts (Art. 25 Abs. 3 RFG) die gesetzlichen Entzugsgründe im Interesse der Rechtssicherheit und -klarheit abschliessend aufzählt. Den Konzessionsinhaber trifft grundsätzlich eine Ausübungspflicht, weshalb der Nichtaufnahme des Programms die Qualität eines Entzugsgrundes zukommt (Bst. a), ebenso wie dem nachträglichen Entfall wesentlicher Konzessionsvoraussetzungen (Bst. b). Die gesetzlich nicht zulässige Übertragung der Konzession (Bst. c) stellt ebenso einen Entzugsgrund dar, wie der dem Konzessionsinhaber zurechenbare Sendeunterbruch von mehr als drei Monaten (Bst. d). Wie bereits mehrfach betont, gilt es gerade im Bereich des Rundfunks drohender Medienkonzentrationen zu steuern, weshalb auch nachträgliche Veränderungen von Beteiligungsverhältnissen, die eine solche Gefahr aktualisieren entzugsrelevant sind (Bst. e). Die Verletzung einschlägiger Vorschriften führt nur im Wiederholungsfalle zum Entzug, wobei die Schwere der Verletzung indirekt proportional zur notwendigen Wiederholungsrate verhält (Bst. f). Bst. g schliesslich benennt einen Entzugstatbestand des Europäischen Fernsehübereinkommens und soll die Umgehung einzelstaatlicher Normen verhindern.

Abs. 2 normiert eine vorherige schriftliche Androhungspflicht der Behörde, um die Wahrung rechtsstaatlicher Verfahrensgarantien sicherzustellen und dem Konzessionsinhaber eine letzte Chance zur Korrektur seines gesetzwidrigen Verhaltens einzuräumen.

Rechtmässige Verwaltungsakte sind auch nicht geeignet, irgendwelche Entschädigungsansprüche zu begründen, was der Klarheit halber ausdrücklich betont wird (Abs. 3).

Zu Art. 66 (Art. 25 Abs. 2 RFG)

Die Gründe für das Erlöschen der Konzession entsprechen im Wesentlichen der geltenden Rechtslage (Art. 25 Abs. 2 RFG) und wurden vor dem Hintergrund der Unübertragbarkeit der Programmkonzession (Art. 60 Abs. 4) lediglich um die beiden Tatbestände des Konkurses (Bst. d) sowie des Verlustes der Rechtspersönlichkeit (Bst. e) des Konzessionsinhabers ergänzt.

Zu Art. 67 (Art. 8 RFG)

Die Möglichkeit zur Einforderung einer Sicherheitsleistung ist bereits nach geltendem Recht gegeben und vor dem Hintergrund ihrer Bewährung aufgrund der zT immens kostenaufwändigen Konzessionsverfahren unentbehrlich.

Zu Art. 68

Diese Bestimmung dient der Klarstellung der subsidiären Geltung der allgemeinen Verwaltungsverfahrensgesetze für sämtliche Verfahren im Zusammenhang mit einer Programmkonzession (Erteilung, Abänderung, Entzug, Sicherheitsleistung).

3. Programminhalt

Das Kapitel über den Programminhalt normiert ergänzende Bestimmungen zu jenen des Allgemeinen Teils über Medieninhalte, insbesondere im Bereich der Werbung, die nur für den Rundfunk, bzw. dort wiederum für das Fernsehen, Bedeutung haben. Im gegebenen Zusammenhang gilt es ausserdem zu betonen, dass der Logik des dualen Rundfunksystems folgend, dem privaten Rundfunk im Wesentlichen nur die europa- und völkerrechtlich zwingend vorgeschriebenen Auflagen gemacht werden, im Übrigen jedoch grösstmögliche Freiheit zur Programmgestaltung und -finanzierung belassen wurde, wohlwissend, dass die Werbung den Lebensnerv privater Rundfunkveranstalter darstellt[30].

Zu Art. 69 (§ 7 dRStV, Art. 13 f LRFG)

Abs. 1 stellt die grundsätzliche Zulässigkeit von Werbung und Teleshopping im Rundfunk fest und gewährt privaten Rundfunkveranstaltern bewusst einen weiteren Spielraum als dem LRF, zumal diesem als öffentlich-rechtlichem Veranstalter das Teleshopping generell untersagt ist (Art. 13 Abs. 2 LRFG).

Abs. 2 verbietet, den besonderen Bekanntheitsgrad und unter Umständen auch die besondere Glaubwürdigkeit eines Nachrichten- oder Politikmoderators für Werbezwecke auszunutzen.

---

[30] *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht[2], § 19 Rz 1 ff; § 20 Rz 23 mwN.

Zu Art. 70 (Art. 17 LRFG)

Diese Bestimmung entspricht Art. 17 Abs. 2 bis 6 LRFG, der seinerseits auf Art. 17 der Fernsehrichtlinie zurückgeht, weshalb auf die einschlägige Begründung im BuA 65/2003 verwiesen werden kann.

Zu Art. 71 (§ 7 dRStV)

Nachdem die Art. 42 ff bereits eine Reihe formaler und inhaltlicher Werbebeschränkungen normieren, die selbstverständlich auch für den Rundfunk gelten, bleibt lediglich, ergänzende Vorschriften für Sonderformen der Werbung zu treffen, wie sie nur im Fernsehen vorkommen.

Abs. 1 betrifft dabei die sog. Split-Screen-Technik, bei der der Bildschirm in zwei oder mehr Sektoren aufgeteilt und mit verschiedenen Programminhalten, darunter Werbung, belegt wird. Bei dieser Werbeform kommt dem Trennungsgebot von Werbung und sonstigem Programm besonderes Augenmerk zu, weshalb die Wahrung des Trennungsgebotes vom Rundfunkveranstalter strikt eingefordert wird; befolgt er dies jedoch, ist auch diese Werbeform zulässig, zumal die räumliche Trennung der zeitlichen insofern gleichkommt. Daraus folgt jedoch auch, dass hinsichtlich der zeitlichen Anrechnung beider Werbeformen kein Unterschied gemacht werden kann.

Solange die Kennzeichnungspflicht befolgt wird, sind auch Dauerwerbesendungen zulässig. Der wesentliche Unterschied zum Teleshopping liegt hier lediglich darin, dass der direkte Bezug der Produkte nicht möglich ist, weshalb *a maiori ad minus* beide Vermarktungsformen zugelassen werden (Abs. 2).

Ähnlich verhält es sich mit der Einfügung virtueller Werbung, wie sie insbesondere bei der Übertragung von Sportveranstaltungen gebräuchlich ist; hier ist rundfunkrechtlich nur die Wahrung der Publizitätspflichten (Bst. a) sowie die Hintanhaltung einer Ausdehnung der Werbefläche im Bild (Bst. b) sicherzustellen. Die Achtung und Durchsetzung entgegenstehender (ziviler) Rechte Dritter, etwa von Veranstaltungssponsoren etc., ist eine zivilrechtliche Frage, die im ordentlichen Rechtsweg stattzufinden hat (Abs. 3).

Zu Art. 72 (§ 44 dRStV)

Die Beschränkungen hinsichtlich der Einfügung von Fernsehwerbung und Teleshopping ergeben sich aus den insofern (weitgehend) übereinstimmenden Vorgaben der Fernsehrichtlinie (Art. 11) und des Europäischen

Fernsehübereinkommens (Art. 14). Die mitunter verwirrende Vielfalt von Regel-Ausnahme-Modellen ist dabei in den genannten Vorgaben angelegt und bis zu der (dringend gebotenen) Abänderung der genannten Rechtsquellen von den Vertragsstaaten nachzuvollziehen.

Abs. 1 verbietet Werbe- und Teleshoppingunterbrechungen bei Gottesdiensten und Kindersendungen. Ersteres aus sittlichen Erwägungen und im Lichte des Verbotes religiöser und ideologischer Werbung (Art. 43 Abs. 2), letzteres aus psychologischen Gründen, zumal die Vorliebe Minderjähriger für eine altersgerechte Sendung nicht kommerziell ausgebeutet werden soll; dies gilt im zweiten Fall auch hinsichtlich der unmittelbaren Vor- oder Nachschaltung von Werbung.

Abs. 2 dient der Umsetzung des Verbotes der sog. Unterbrecherwerbung, die den „natürlichen“ Programmfluss stört, sowie des Gebotes der Konzentration von Werbespots in Blöcken. Vereinzelte Ausnahmen von dieser Regel werden zur Gewährung der notwendigen betrieblichen Flexibilität zugelassen. Gleichzeitig wird auf die zulässigen Ausnahmen nach Abs. 3 bis 5 verwiesen.

Keine Unterbrecherwerbung liegt vor, wenn der Sendung oder dem Ereignis immanente Pausen und Unterbrechungen zur Einfügung von Werbung genutzt werden, zumal diesfalls die Werbung keine Ursache für die Unterbrechung darstellt. In allen übrigen Fällen sind Sendeblöcke von mindestens 20 Minuten auszustrahlen (Abs. 3).

Insbesondere Sendungen, die typischerweise eine Länge von deutlich mehr als 45 Minuten haben (Spielfilme etc.) und bei denen der Handlungszusammenhang von entscheidender Bedeutung ist, sollen in ihrem Gehalt nicht durch dauernde Werbeunterbrechungen beeinträchtigt werden, weshalb diesfalls die 20-Minuten-Regel durch eine 45-Minuten-Regel ersetzt wird. Ausgenommen davon ist leichte Unterhaltung, bei der es auf einen durchgehenden Handlungsstrang nicht in diesem Masse ankommt. Eine zusätzliche Werbeunterbrechung während der gesamten Sendedauer ist bei Überlänge (ab 110 min) zulässig (Abs. 4).

Bestimmte Sendekategorien sollen ob ihrer Bedeutung oder ihres Charakters nicht nach 20, sondern erst nach 30 Minuten durch Werbung unterbrochen werden (Abs. 5).

Abs. 6 dient der Vermeidung der Umgehung von werberelevanten Rechtsvorschriften des (primären) Empfangsstaates durch bewusste Wahl des

insofern liberaleren Sendestaates. Praktisch kommt in diesem Zusammenhang als EWR-Drittstaat aus liechtensteinischer Sicht nur die Schweiz in Betracht, mit der jedoch ein einschlägiger Notenaustausch vom 15. März 1999, LGBl. 1999 Nr. 102, besteht.

Zu Art. 73 (§ 45 dRStV)

Während für die zulässige Höchstdauer der Radiowerbung keine multilateral verbindlichen Standards bestehen und demnach auch nicht geschaffen werden sollen[31], sehen Art. 18 der Fernsehrichtlinie sowie Art. 12 des Europäischen Fernsehübereinkommens übereinstimmend die eingeführten zeitlichen Beschränkungen vor, deren Beseitigung für den privaten, nicht gebührenfinanzierten Rundfunk jedoch absehbar erscheint[32].

Zu Art. 74 (§ 45a dRStV)

Für Art. 74 gilt das zur vorangehenden Bestimmung Gesagte mit der Abweichung, dass die einschlägige Bestimmung der Fernsehrichtlinie Art. 18a ist.

Zu Art. 75 (§ 45b dRStV)

Bei den sog. Eigenwerbekanälen[33] handelt es sich um die Umschreibung neuartiger Phänomene im Grenzbereich von Programmfernsehen und Werbung im klassischen Sinn, wie etwa Business-TV. Ferner fällt die Stellung des Rundfunkveranstalters mit jener des Werbetreibenden regelmässig zusammen, was jedoch der unveränderten Geltung sämtlicher Werbeverbote und -beschränkungen des Gesetzes keinen Abbruch tut und in Umsetzung der Fernsehrichtlinie (Art. 18b) sowie des Fernsehübereinkommens (Art. 18bis) ausdrücklich hervorgehoben wird.

---

[31] Bilateral ist dagegen der Notenaustausch vom 15. März 1999 zwischen dem Fürstentum Liechtenstein und der Schweizerischen Eidgenossenschaft über die Anwendung von Werbe- und Sponsoringregelungen im Bereich Radio/Fernsehen, LGBl. 1999 Nr. 102, beachtlich, der jedoch bereits hinsichtlich des Art. 13 sRTVG2002 einer Anpassung bedürfen wird, zumal auch die Schweiz die fernsehrechtlichen Werbebeschränkungen für die Radiowerbung nur noch in Ausnahmefällen bei gebührenfinanzierten Programmen zur Anwendung bringen will.

[32] Im Vertrauen darauf, hat etwa der Saarländische Gesetzgeber die einschlägigen Bestimmungen des SMG einer resolutiven Überprüfungsklausel unterworfen (Art. 69 SMG).

[33] Vgl *Ladeur* in *Hahn/Vesting*, Rundfunkrecht, § 45b Rz 1 ff.

Zu Art. 76 (§ 6 dRStV)

Die Förderung der europäischen Film- und Fernsehproduktion ist ein besonderes Anliegen der EU und des Europarates (insbesondere vor dem Hintergrund der diesbezüglichen Übermacht der nordamerikanischen Produzenten), weshalb sowohl die Fernsehrichtlinie als auch das Europäische Fernsehübereinkommen entsprechende Massnahmen im Bereich der Fernsehprogrammgestaltung anregen. Selbstredend sind auch hier Spartenprogramme ausgenommen, soweit es sich nicht um Film- und Fernsehkanäle handelt.

4. Rechnungslegungs-, Vorlage- und Informationspflichten

Zu Art. 77 (Art. 34 LRFG, § 23 dRStV)

Die (handelsrechtliche) Vorlagepflicht korreliert mit den insoweit umfassenderen Aufsichtspflichten der Konzessionsbehörde und ist daher auf Rundfunkveranstalter beschränkt, und zwar unabhängig von ihrer Rechtsform und Grösse, womit sie den Anwendungsbereich der einschlägigen Vorschriften des PGR ausdehnt (Abs. 1).

Abs. 2 sieht auch eine Offenlegung der Programmbezugsquellen sowie der eingetretenen Veränderungen im Bereich der relevanten Beteiligungen vor und soll der Konzessionsbehörde ermöglichen, das Vorliegen der Konzessionsvoraussetzungen zu prüfen.

Abs. 3 erstreckt die Vorlagepflicht auch auf unmittelbar und mittelbar Beteiligte iSd Art. 12 Abs. 2 und dient damit der Hintanhaltung von Umgehungsmöglichkeiten.

Zu Art. 78 (§ 9 dRStV, § 17 SMG)

Durch Art. 6 Abs. 2 des Europäischen Fernsehübereinkommens werden den zuständigen Behörden der sendenden Vertragspartei gewisse Transparenz- und Informationspflichten auferlegt, deren Erfüllung nur durch die Statuierung einer korrespondierenden gesetzlichen Verpflichtung der Fernsehveranstalter möglich ist, weshalb diese in Abs. 1 dazu verpflichtet werden, der Konzessionsbehörde dieselben auf Verlangen zur Verfügung zu stellen. Im Einzelnen sind dies: Namen oder Bezeichnung, Sitz und Rechtsstellung, Namen des gesetzlichen Vertreters, Zusammensetzung des Kapitals sowie Art, Zweck und Modalität der Finanzierung des Programms.

Aufgrund des Art. 19 Abs. 2 und 3 des Europäischen Fernsehübereinkommens hat jeder Vertragsstaat die zur Erfüllung der dort genannten Pflichten zuständigen

Behörden festzulegen, was durch die gegenständliche Bestimmung geschieht (Abs. 2).

Abs. 3 bestimmt die entsprechende Geltung der in den vorstehenden Absätzen normierten Pflichten und Zuständigkeiten hinsichtlich anderer völkerrechtlicher Berichtspflichten.

5. Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen

Zu Art. 79 (§ 54 SMG, § 15 bwLMedienG,)

Die grenzüberschreitende Verbreitung bzw. Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen gehorcht nach den einschlägigen völkerrechtlichen Übereinkommen grundsätzlich dem Sendestaat- oder Herkunftslandprinzip, wonach die rechtswirksame Konzessionierung im Sendestaat oder Herkunftsland ausreicht und weitere (inhaltsbezogene) Zulassungen/Konzessionen in den Empfangsstaaten bei unveränderter (!) Weiterverbreitung nicht notwendig sind, und zwar weder für den Rundfunkveranstalter noch den Betreiber der technischen Anlage zur Weiterverbreitung. Unberührt davon bleiben natürlich die technischen Möglichkeiten der Weiterverbreitung, um deren Verfügbarkeit sich die betreffenden Personen selbst bemühen müssen (Abs. 1).

Das (weitgehende) Fehlen präventiver Kontrollrechte im Bereich der unveränderten Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen (Konzessionsfreiheit) bedingt die Schaffung repressiver Eingriffsmöglichkeiten der Aufsichtsbehörde in Form eines Untersagungsrechtes (Abs. 2) bei fehlender Zulassung/Konzession im Herkunftsland (Bst. a), Verletzung grundlegender inländischer Vorschriften (Bst. b), Nichtgewährung grundlegender Schutzrechte (Bst. c) sowie einem Verstoss gegen die Kriterien der unveränderten Weiterverbreitung (Bst. d).

Im Anwendungsbereich des Europäischen Fernsehübereinkommens wird vom Vorhandensein gleichwertiger Standards ausgegangen, was die grundlegenden Rechte und Pflichten der Rundfunkveranstalter angeht, weshalb diesfalls die Untersagungsgründe eingeschränkt sind und im Übrigen anstelle der Untersagung die Aussetzung nach den Vorschriften des besagten Übereinkommens tritt (Abs. 3).

Nach Abs. 4 kann die Aufsichtsbehörde (ausnahmsweise) schon vor Beginn der Weiterverbreitung einschreiten, wenn nämlich ein Untersagungsgrund vorliegt, dessen Behebung Voraussetzung für die Zulässigkeit der Weiterverbreitung ist.

Der nachträgliche Eintritt eines Untersagungsgrundes hat zunächst die schriftliche Aufforderung zur Behebung desselben zur Folge, die an den oder die Verantwortlichen, mithin den Rundfunkveranstalter und/oder Betreiber der technischen Anlage zur Weiterverbreitung, ergehen, ehe die Untersagung zu verfügen ist (Abs. 5).

Auch hier gilt, dass aus einer (materiell und formell) rechtmässigen Untersagung keine wie immer gearteten Ansprüche abgeleitet werden können (Abs. 6).

6. Terrestrische Übertragungskapazitäten

Wenngleich technische Entwicklungen in Zukunft die Knappheit der terrestrischen Übertragungskapazitäten zu mildern versprechen (Digitalisierung), kommt ihrer Zuordnung und Zuteilung mittelfristig noch grundlegende Bedeutung für die Möglichkeit der Verbreitung von terrestrischem Rundfunk zu. Im Falle Liechtensteins wird diese Situation zusätzlich noch dadurch verschärft, dass die Versorgung des gesamten Landesgebietes wesentlich von Senderstandorten im benachbarten Ausland abhängt, deren Verfügbarkeit vom Wohlwollen ausländischer Behörden und Betreiber abhängt. Umso mehr kommt den nachstehenden Bestimmungen eine herausragende Bedeutung für eine möglichst sachgerechte Zuordnung und Zuteilung dieser raren Kapazitäten zu.

Zu Art. 80 (§ 21 SMG, § 12 öPrTV-G)

Zunächst sind die verfügbaren technischen Übertragungskapazitäten, die heute noch nicht vergeben sind, mittels Verordnung der Nutzung durch den öffentlich-rechtlichen oder den privaten Rundfunk im Sinne eines Nutzungsplans zuzuordnen (Abs. 1), wobei der Sicherstellung der Grundversorgung mit öffentlich-rechtlichem Rundfunk die Priorität zukommt (Abs. 2).

Nach Abs. 3 sind Übertragungskapazitäten, die darüber hinaus zur Verfügung stehen, dergestalt zuzuordnen, dass eine möglichst gleichgewichtige Entwicklung und Verbreitung gewährleistet werden kann, wobei das Kriterium der Erfüllung des gesetzlichen Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Bst. a) genauso zu berücksichtigen ist, wie jenes der flächendeckende Versorgung mit privatem Rundfunk (Bst. b) sowie der Vielfalt des gesamten Programmangebots (Bst. c).

Der Besitzstand bestehender Rundfunkanbieter ist auch im Falle einer (mittelfristigen) Digitalisierung der Übertragungskapazitäten zu wahren, zumal ein Technologiewechsel nicht zu ihren Lasten gehen soll und kann. Nachdem jedoch mit einer solchen technischen Massnahme unweigerlich eine Zunahme an

Übertragungskapazitäten verbunden ist, werden unabhängig davon jedenfalls auch neue Anbieter zum Zuge kommen (Abs. 4).

Abs. 5 stellt sicher, dass dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch ein angemessener Anteil an digitalen Übertragungskapazitäten zur Verfügung gestellt werden kann. Die Diktion der Bestimmung ist in Unkenntnis des genauen Ausmasses der Verfügbarkeit sowie des Bedarfs seitens des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an digitalen Kapazitäten bewusst offen gehalten (arg „bis zu“).

Zu Art. 81 (§ 52 SMG; §§ 18 ff bwLMedienG)

Während in Ermangelung mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter mit der Zuordnung gleichzeitig die Zuteilung der jeweiligen Übertragungskapazität feststeht, bedarf es im Falle des privaten Rundfunks eines weiteren Verfahrens zur Ermittlung des konkreten Veranstalters, dem die Übertragungskapazitäten zugeteilt werden sollen. Hierfür kommen grundsätzlich zwei Verfahren in Betracht: 1. Versteigerung an den Meistbietenden und 2. ein sog. „Beauty Contest“ iS einer inhaltlichen Konkurrenz der Veranstalter.

Vor dem Hintergrund der Ressourcenknappheit im Bereich der terrestrischen Übertragungskapazitäten, der immensen Bedeutung des Rundfunks sowie den Regelungen in den meisten anderen europäischen Ländern erscheint allein Variante 2 („Beauty Contest“) sachgerecht und wird daher eingeführt. Eine Konsequenz dieser Entscheidung ist es allerdings, dass sich die Zuteilung der notwendigen Übertragungskapazität im Grenzbereich zwischen dem inhaltsrelevanten Medienrecht und dem technikrelevanten Kommunikationsrecht bewegt, zumal die Zuteilung technischer Kapazitäten von inhaltlichen Kriterien abhängig gemacht wird. Folglich ergibt sich eine Gesetzes- und Zuständigkeitskonkurrenz, die es auf möglichst effiziente Weise zu lösen gilt. Dies geschieht im gegenständlichen Fall dadurch, dass die Grundsatzentscheidung über das Recht auf die notwendige Übertragungskapazität in einem Verfahren nach dem MedienG ergeht, während in der Folge die technischen Detailfragen in einem Verfahren nach den kommunikationsrechtlichen Vorschriften zu erledigen sind. Mit der Grundsatzentscheidung wird daher dem Veranstalter das Recht auf die notwendige Übertragungskapazität eingeräumt, welches er in der Folge bei der zuständigen Kommunikationsbehörde, die an diese Entscheidung gebunden ist, geltend machen kann.

Das Ausschreibungsverfahren nach dem MedienG weicht dabei nicht wesentlich von anderen Ausschreibungen ab und ermöglicht allen Interessierten, ihre Anträge

auf die notwendige Übertragungskapazität einzureichen. Antragsteller, die noch über keine Programmkonzession verfügen, haben überdies eine solche zu beantragen, zumal die spätere programmliche Nutzung der Übertragungskapazität eine solche ohnehin erfordert und die Verbindung beider Anträge im Interesse der Verfahrensökonomie gelegen ist (Abs. 1).

Bei einer Mehrheit von Bewerbern auf Erteilung des Rechts auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität kommt der Organisationsstruktur und den vorgelegten Programmschemata im Hinblick auf die durch weitere Kriterien umschriebene Stärkung der Meinungsvielfalt in Liechtenstein die entscheidende Bedeutung zu. In Beispielen heisst das, dass grundsätzlich ein Vollprogramm dem Spartenprogramm, ein allgemein empfangbares Programm einem Pay-TV-Sender sowie ein regionales einem internationalen Programm vorzuziehen ist. Die Bereitschaft im Inland zu produzieren ist ein vor allem aus volkswirtschaftlichen Erwägungen zu begrüssendes Standortbekenntnis, das ebenfalls ausschlaggebend ist (Abs. 2).

Abs. 3 normiert die wesentlichen meritorischen Inhalte der Verfügung, mit der einem privaten Rundfunkveranstalter das Recht auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität erteilt wird, und zwar das Verbreitungsgebiet, welches das Staatsgebiet ganz oder teilweise umfassen kann (Bst. a), die Art der Übertragungskapazität, insbesondere analog oder digital (Bst. b), sowie die Sendezeit in Stunden pro Tag (Bst. c). Die technischen Parameter, wie Frequenzen etc., dagegen sind Gegenstand der Verfügung nach den kommunikationsrechtlichen Vorschriften.

Abs. 4 wiederum schafft die notwendige Flexibilität für solche Fälle, in denen mehrere Rundfunkveranstalter mit gleichwertigen Programmen sich um eine Übertragungskapazität bewerben. Diesfalls soll nach Möglichkeit eine Aufteilung der Sendezeit stattfinden, sofern nicht überhaupt auf eine Kooperation hingewirkt wird.

Das Horten von Übertragungskapazität kann angesichts der Knappheit keinesfalls geduldet werden, weshalb die Zuteilung der technischen Parameter nach den kommunikationsrechtlichen Vorschriften binnen 3 Monaten zu beantragen ist (Abs. 5).

Abs. 6 stellt klar, dass es den Rundfunkveranstaltern unbenommen ist, anstelle einer terrestrischen Verbreitung auf eine solche via Kabel, oder gar Satellit auszuweichen und damit nicht auf eine Zuteilung angewiesen zu sein.

B. Dienste der Informationsgesellschaft

Zu Art. 82

Wie bereits erwähnt, bestehen für die sog. Dienste der Informationsgesellschaft bereits umfangreiche Sondervorschriften, insbesondere im Gesetz vom 16. April 2003 über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Gesetz; ECG), LGBl. 2003 Nr. 133, das in Umsetzung der einschlägigen Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI - 5h.01) ergangen ist. Mit Rücksicht auf den weiteren sachlichen Anwendungsbereich des bezeichneten Gesetzes, der sämtliche Dienste der Informationsgesellschaft, mithin auch solche ohne medialen Charakter iSd Mediengesetzes umfasst sowie den Umstand, dass neben den allgemeinen Bestimmungen des Mediengesetzes mit einigen Anpassungen und Ergänzungen des ECG das Auslangen[34] gefunden wird, beschränkt sich die gegenständliche Bestimmung auf einen Verweis (Abs. 1) sowie die Frage der Abgrenzung solcher Dienste gegenüber dem Rundfunk (Abs. 2). Letztere kann infolge der medialen Konvergenz selbstredend nicht anhand technischer Kriterien vorgenommen werden, sondern hat sich vielmehr an der einschlägigen Definition des Rundfunks zu orientieren, dessen Regime der betreffende Dienst bejahendenfalls auch unterliegt[35]. Diese (mitunter diffizile) Auslegungsfrage ist in die Hände der für den Rundfunk zuständigen Konzessionsbehörde gelegt, die mittels Verfügung das Vorliegen sämtlicher Qualifikationsmerkmale des Rundfunks festzustellen und dem jeweiligen Anbieters die Einleitung eines Konzessionsverfahrens bzw. die Modifikation des betroffenen Dienstes binnen 3 Monaten aufzutragen hat[36]. Neben einer gleichförmigen Anwendung des MedienG dient dies insbesondere auch der Rechtssicherheit auf Seiten des Diensteanbieters, dem es durch die Wahlmöglichkeit darüber hinaus vorbehalten bleibt, sich den Normen für den Rundfunk zu unterwerfen, oder seinen Dienst entsprechend umzugestalten. Mit Rücksicht auf die noch zu erwartende technische Entwicklung im Rundfunkbereich wird sich die Relevanz der in Rede stehenden Bestimmung in Zukunft zweifellos erweisen.

---

[34] Vgl dazu unten den Entwurf für ein Gesetz über die Abänderung des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr.

[35] Statt vieler *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht[2], § 2 Rz 21f mwN.

[36] Eine Checkliste als Leitfaden zur Qualifikation einschlägiger Darbietungen liefern im Schrifttum etwa *Herrmann/Lausen*, Rundfunkrecht[2], § 2 Rz 11.

III. Förderung der Medien

Die Medienförderung in Liechtenstein ist heute im Gesetz vom 25. November 1999 über die Förderung und Abgeltung von Leistungen der Medien (Medienförderungsgesetz, MFG), LGBl. 2000 Nr. 13, geregelt, das nach überwiegender Meinung mannigfaltige Unzulänglichkeiten aufweist und dessen tiefgreifende Novellierung ein dringendes Bedürfnis der Praxis, und zwar sowohl der Vollziehung als auch der Medienunternehmen darstellt. Neben inhaltlichen Gebrechen leidet das geltende MFG aber auch an systematischen Schwächen, die es aus diesem Anlass gleichfalls zu beheben gilt, um die für die Medienlandschaft zentrale Frage der Förderung klar, transparent und praktikabel zu gestalten. In formaler Beziehung bietet sich der gegenständliche Gesetzesentwurf geradezu für die Integration des Medienförderungsrechts in seinen grösseren Rahmen an, weshalb ihm der III. Teil desselben gewidmet ist.

Zu Art. 83

Mit Art. 83 wird der gesamten Medienförderung zunächst ein fundamentaler Grundsatz vorangestellt, der dem Markt- und Leistungsprinzip folgt und ausserdem falsche Erwartungshaltungen, die durch das bestehende MFG sowie der dazu ergangenen Praxis teilweise noch bestärkt wurden, beseitigen soll, zumal die Erfahrungen zeigen, dass vereinzelt allein schon die Eigenschaft als Medienunternehmen bzw. Medienschaffender zur Ableitung eines (umfangreichen) Anspruch auf staatliche Förderung verleitet, ohne dass der effektiven meinungsbildenden Kraft genügend Beachtung geschenkt wird. Dieser Fehlentwicklung wird bereits mit dem in Rede stehenden Grundsatz begegnet, der auf der Überzeugung fusst, dass private Medienunternehmen anderen privaten Unternehmen (auch) im Hinblick auf ihre Finanzierung gleichgestellt sein müssen, dh sich betriebswirtschaftlicher Methoden zu bedienen haben und eine Gebührenfinanzierung in Ermangelung eines den öffentlich-rechtlichen Medien vergleichbaren Leistungsauftrags ausgeschlossen ist (Abs. 1).

In Abs. 2 sind daher die Anwendungsfälle staatlicher Förderung privater meinungsbildenden Medien im Sinne des Regel-Ausnahme-Prinzips taxativ aufgezählt und die möglichen Förderziele festgehalten:

1. Unter „Erhaltung der Meinungsvielfalt“ ist dabei das in jedem demokratischen Staatswesen essentielle Vorhandensein eines gewissen medialen Meinungsspektrums (Meinungsvielfalt) zu verstehen, das wohlgemerkt nicht (nur) durch die Quantität der Medien (Medienvielfalt), sondern vielmehr durch ihre gegenseitige Unabhängigkeit, mithin ein

qualitatives Merkmal, gewährleistet wird und Grundlage der Existenzberechtigung jeder Form der Medienförderung ist. Im konkreten Falle Liechtensteins kommt in diesem Zusammenhang als weiteres rechtfertigendes Moment noch dazu, dass die Kleinheit des Marktes potenziell geeignet ist, die Koexistenz mehrerer meinungsbildender und gegenseitig unabhängiger, einheimischer Medien zu erschweren, wenn nicht gar zu gefährden.

2. Die „Steigerung der journalistisch-redaktionellen Qualität“ inländischer meinungsbildenden Medien soll durch Förderung von Aus- und Weiterbildung der bei solchen Medienunternehmen tätigen Journalisten geschehen und ist nicht zuletzt vor dem Hintergrund einer Untersuchung aus dem Jahre 2000[37], die ein signifikantes Ausbildungsgefälle gegenüber Medienschaffenden des benachbarten Auslandes festgestellt hat, ein Anliegen, das die Setzung finanzieller Anreize rechtfertigt.

3. Die „Erleichterung der Verbreitung von Medien“ wiederum bezieht sich auf die Förderung des Vertriebs meinungsbildender Medien im Inland und dient damit dem Ausgleich der gravierenden Unterschiede im Bereich der Verbreitungskosten bei verschiedenen Mediengattungen, um eine Chancengleichheit bei der Verbreitung meinungsbildender Inhalte zu gewährleisten.

Der für die Förderung zentrale Begriff des „meinungsbildenden Mediums“ wird unten (Art. 84) erläutert.

Zu Art. 84 (§ 15 MFG, §§ 2ff öPFG)

Die Regelung der Förderungsberechtigung ist ein weiterer Punkt, der vor dem Hintergrund der geltenden Rechtslage und Verwaltungspraxis dringend einer Klärung und Verbesserung zugeführt werden muss, zumal der einschlägige Art. 4 MFG eine Vielzahl zT ausufernder Tatbestände normiert (arg „weitere Veranstaltungen und Massnahmen“), die sowohl in Betreff der Antragslegitimation als auch der Anspruchsvoraussetzungen einen Zustand geschaffen haben, der in Verbindung mit einer entsprechenden Behördenpraxis dazu geführt hat, dass das heutige Medienförderungswesen an mangelnder

---

[37] Vgl dazu die Vortragsunterlagen zur Medien-Informationsveranstaltung der Medienkommission des Fürstentums Liechtenstein für alle Medien und Medienschaffenden am 14. April 2003 im Kunstmuseum Liechtenstein, 18 ff, die sich ihrerseits auf eine Untersuchung von Dr. Wilfried Marxer berufen.

Sachgerechtheit und fehlender Treffsicherheit kaum noch zu überbieten ist und sich auch im internationalen Vergleich als atypische Erscheinung ausnimmt[38]. Dem gilt es vehement zu steuern; und zwar in konsequenter Fortsetzung der mit dem Grundsatzartikel eingeschlagenen Linie, was im Falle der gegenständlichen Bestimmung bedeutet, dass nur mehr Medienunternehmen iSd gesetzlichen Definition förderungsberechtigt und damit antragslegitimiert sind, zumal es die Herausgabe eines Mediums ist, die einen unmittelbaren Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung auszuüben vermag, nicht jedoch das blosse Verfassen eines Artikels für ein Drittmedium udgl. Gleichzeitig wird auf diese Weise verhindert, dass eine Förderungskumulation solcher Art stattfindet, dass sowohl das Medium als auch dessen (freie) Mitarbeiter für ein und denselben Beitrag Förderungen beanspruchen.

Der Begriff des periodischen Mediums ist ebenfalls gesetzlich definiert, während die einzelnen Bst. des Abs. 1 die kumulativ zu erfüllenden Voraussetzungen für die Qualifikation als „meinungsbildendes Medium“ darstellen:

Bst. a verlangt eine permanente, sprich dauernde und nicht bloss auf einzelne Ausgaben beschränkte, Befassung mit Themen und Ereignissen, die einen Liechtensteinbezug aufweisen, dh durch ihren Handlungsort und/oder ihre Wirkungen für das Inland von Relevanz sind, wobei diese den überwiegenden Teil, dh mehr als 50%, der Berichterstattung ausmachen müssen. Überdies müssen sie recherchiert und journalistisch-redaktionell verarbeitet sein, was bedeutet, dass die blosse Reproduktion von Beiträgen (Dritter) etc nicht hinreichend ist, zumal sie keine selbstständige und daher förderungswürdige mediale Leistung darstellen.

Bst. b fordert einen wesentlichen Beitrag des jeweiligen Mediums zur öffentlichen Meinungsbildung in Liechtenstein, der nur bei solchen Medien anzunehmen ist, die aufgrund einschlägiger Determinanten, wie Inhalt, Verbreitungsgrad, Auflagenstärke, Konsumentenzahl etc, geeignet sind, eine solche Wirkung zu überhaupt entfalten.

Bst. c fordert in Abkehr von der eindeutig zu grosszügigen Förderungspraxis aufgrund des geltenden Gesetzes, dass das Hauptverbreitungsgebiet eines meinungsbildenden Mediums Liechtenstein ist, während im Interesse der

---

[38] Ein liechtensteinischer Zeitungsverleger bezeichnete das geltende MFG wörtlich als „Gurke“.

Flexibilität inländischer Medienunternehmen sowie vor dem Hintergrund des EWR-rechtlichen Diskriminierungsverbotes (Art. 4 EWRA) von der Statuierung eines Sitz- bzw. Wohnsitzerfordernisses Umgang genommen wurde.

Bst. d bringt durch das Erfordernis des 52maligen Erscheinens pro Kalenderjahr die Konzentration der Förderung auf die Tages- und Wochenmedien zum Ausdruck - wie dies etwa auch ausländische Presseförderungsgesetze tun[39] - zumal regelmässig nur diesen die geforderte meinungsbildende Wirkung zukommt. Die Häufigkeit des Erscheinens lässt sich bei Medienerzeugnissen unschwer feststellen, während bei elektronischen Medien, insbesondere Diensten der Informationsgesellschaft, auf den konkreten Einzelfall abzustellen ist und etwa die Überarbeitungsrate und -intensität einer Homepage Orientierung bietet.

Bst. e verlangt eine Reichweite im Inland von mindestens 25 %, wobei die Definition der Reichweite je nach Mediengattung und wissenschaftlichem Ansatz variiert, weshalb von einer Legaldefinition Abstand genommen wurde und es der Vollziehung überlassen bleibt, sich hier festzulegen.

Bst. f fordert, dass die inhaltliche Gestaltung des Mediums von mindestens zwei hauptberuflichen Journalisten besorgt wird, um zu gewährleisten, dass die in Bst. a geforderte Recherche und journalistisch-redaktionelle Verarbeitung auch tatsächlich stattfindet.

Bst. g verlangt, dass die Redaktion des Mediums in Liechtenstein stattfindet, weil damit gewährleistet ist, dass die für die Förderung aufgewendeten Mittel nicht direkt in eine fremde Wertschöpfungskette fliessen und dem Medienstandort Liechtenstein auch in ökonomischer Hinsicht zum Vorteil gereichen.

Abs. 2 wiederum beinhaltet absolute Ausschlussgründe, deren alternatives Vorliegen (arg „oder“) selbst bei Erfüllung der vorgenannten Voraussetzungen jedwede Förderungsberechtigung ausschliessen:

Bst. a schliesst Medien von der Förderungsberechtigung aus, die über 30% entgeltliche Veröffentlichungen enthalten, worunter alle Inhalte zu verstehen sind, für deren Veröffentlichung direkt oder indirekt ein Entgelt oder sonstiger Vorteil geleistet wurde.

---

[39] Vgl etwa § 1 des (österreichischen) Presseförderungsgesetzes 1985, BGBl. Nr. 228/1985 idgF.

Bst. b geht über Bst. a hinaus, weil der gesetzliche Werbebegriff nicht nur entgeltliche Veröffentlichungen erfasst, sondern jede öffentliche Äusserung zur unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren oder der Erbringung von Dienstleistungen, einschliesslich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zur Unterstützung einer Sache oder Idee oder zur Erzielung einer anderen vom Werbetreibenden oder dem Medieninhaber (Verleger) gewünschten Wirkung, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder zur Eigenwerbung stattfindet.

Mit Bst. c soll ein Anreiz zur Vermeidung von Tabakwerbung, die ohnehin weitgehend verboten wurde (Art. 43), und insbesondere Alkoholwerbung geschaffen werden.

Bst. d entspricht einer Weiterentwicklung des heutigen Art. 4 Abs. 2 Bst. e MFG, wobei jedoch nicht mehr die Information bestimmter Kreise ausschlaggebend ist, sondern lediglich der Umstand, dass vorwiegend eine bestimmte Zielgruppe thematisch angesprochen wird, wie dies etwa bei Fach-, Vereins- oder Themenzeitschriften regelmässig geschieht.

Bst. e dient der Absicherung der Neutralität des Staates in religiösen und ideologischen Fragen, die sich im Bereich der Medienförderung dadurch manifestiert, dass solche Medien, die vorwiegend religiösen oder ideologischen Inhalts sind, keinesfalls förderungsberechtigt sind.

Bst. f will Mehrfachsubventionierungen verhindern, zumal es durchaus denkbar ist, dass etwa ein Medium bereits Kulturförderung oder auf andere Weise staatliche Mittel erhält.

Abs. 3 regelt den Fall der mehrfachen Publikation (weitgehend) desselben Inhalts durch ein Medienunternehmen in verschiedenen Medien (etwa einer Tageszeitung und einem Wochenmagazin, oder einer Tageszeitung und einem Dienst der Informationsgesellschaft etc) und bestimmt, dass die entsprechenden Inhalte diesfalls für die Förderungsberechtigung nur einmal zu berücksichtigen sind.

Abs. 4 wiederum regelt den Fall der gleichzeitigen Publikation von förderungswürdigen und nicht förderungswürdigen Medien durch ein und dasselbe Medienunternehmen, wie er in der Praxis regelmässig vorkommt: Der Herausgeber einer Tageszeitung publiziert ebenfalls einen Werbeanzeiger. In einem solchen Falle ist das betroffene Medienunternehmen hinsichtlich der

Förderungsberechtigung so zu betrachten, als ob es nur das förderungswürdige Medium publizieren würde.

Verfügt ein Medienunternehmen über eine beherrschende Markstellung iSd Art. 100 Abs. 2 Bst. a oder b[40], so ist es mit der Zielsetzung der Erhaltung und Stärkung der medialen Meinungsvielfalt durch die Medienförderung nicht zu vereinbaren, wenn diese Stellung eines Medienunternehmens durch die Medienförderung noch weiter gestärkt und damit der Meinungsmonopolisierung Vorschub geleistet wird. Aus diesen Gründen entbehrt ein Medienunternehmen, das eine solche Marktmacht besitzt, dass es keine (ernstzunehmenden) Konkurrenten im relevanten Markt mehr hat, jeder Förderungsberechtigung. Für das betroffene Medienunternehmen wiederum dürfte dies keine unverkraftbare Konsequenz darstellen, zumal davon ausgegangen werden kann, dass es ihm seine überragende Stellung erlaubt, die notwendigem Mittel am Markt zu lukrieren (Abs. 5).

Zu Art. 85

Die allgemein bekannten Förderungsformen im Medienbereich sind entweder direkter (unmittelbare Zuwendungen) oder indirekter Natur (Kostenerstattungen etc), wobei folgende Varianten gebräuchlich sind:

- Versandkostenbeiträge (bei Printmedien);
- Produktionskostenbeiträge;
- Steuerbegünstigungen;
- Förderung von Aus- und Weiterbildung;
- Infrastrukturförderung;
- Gebührenzuweisung.

Die Arbeitsgruppe gelangte nach eingehender Beratung zur Erkenntnis, dass eine effiziente Förderung der liechtensteinischen Medienlandschaft insbesondere durch eine Kombination direkter und indirekter und Förderungsformen zu erreichen sei, deren vorrangige Ziele die Meinungsvielfalt, die Steigerung der Qualität der Berichterstattung und die Erleichterung der Verbreitung von Medien sind. Dabei wurde auch erkannt, dass die Förderungsformen der Leistungsvereinbarung sowie der ausserordentlichen Medienförderung, wie sie das geltende Recht kennt, zur Erreichung dieser Ziele denkbar ungeeignet und daher zu verwerfen sind.

---

[40] Vgl dazu die eingehende Erläuterung zu Art. 100.

Abs. 1 beinhaltet daher den Grundsatz, dass eine direkte und eine indirekte Förderung der Medien stattfinden, die - wie bisher - jährlich im Nachhinein ausgerichtet wird.

Abs. 2 definiert danach die direkte Medienförderung als pauschalierte Abgeltung der journalistisch-redaktionellen Leistung, die ein förderungsberechtigtes Medienunternehmen für die inhaltliche Gestaltung eines Mediums im Sinne des Art. 84 Abs. 1 erbracht hat. Damit soll dem Leistungsprinzip Rechnung getragen werden und gleichsam der journalistisch-redaktionelle Output eines Medienunternehmens für die Publikation eines förderungswürdigen Mediums während des Beurteilungszeitraums bewertet werden. In der Überzeugung, dass (auch) der Mitarbeiterstab Auswirkungen auf Art und Umfang der abzugeltenden Leistung hat, dienen Redaktionskosten und Stellenprozente der fest angestellten Medienmitarbeiter als Orientierungshilfe und Anhaltspunkt für die Kosten, damit sich auch direkte Medienförderung, wenngleich sie keine Kostenerstattung im eigentlichen Sinne ist, an harten Fakten orientiert und die Beurteilung sich nicht im „luftleeren Raum“ bewegt.

Nach Abs. 3 ist die indirekte Medienförderung dagegen eine anteilsmässige Kostenerstattung für nachweislich angefallene, dh belegte Kosten für die Verbreitung eines förderungswürdigen Mediums im Inland (Bst. a) sowie die Aus- und Weiterbildung von Medienmitarbeitern, die an der inhaltlichen Gestaltung eines förderungswürdigen Mediums mitwirken (Bst. b). Verbreitungskosten iSd Gesetzes sind jene Kosten, die für das Medienunternehmen anfallen, damit das Medium dem Konsumenten zugänglich gemacht wird, wie die Zustellkosten bei Printmedien, die Sendekosten beim Rundfunk, Providerkosten bei Diensten der Informationsgesellschaft. Nicht erfasst sind infrastrukturelle Kosten, etwa des Zustellfahrzeugs, der Sendeanlage, des Rechners etc.

Nach Abs. 4 kommt dem Landtag in Wahrung seiner Finanzhoheit weiterhin die Festlegung der Höhe und Aufteilung der Förderungsbeiträge zu.

Zu Art. 86

Diese Bestimmung gibt die Berechnung der direkten Medienförderung vor, wobei 30% der Redaktionskosten bzw. 20% des zur Verfügung stehenden Teilbetrages die Höchstgrenze bildet, während zur Ermittlung des konkreten Betrages folgende Bemessungskriterien vorgegeben werden: Qualität und Quantität der journalistisch-redaktionellen Leistung, dh des journalistisch-redaktionellen Inhalts

des Mediums (Bst. a); Art und Umfang der Behandlung von Themen und Ereignissen mit Liechtensteinbezug (Bst. b); Reichweite im Inland (Bst. c) sowie Periodizität iSv Erscheinungshäufigkeit (Bst. d).

Abs. 2 gibt die Grundsätze zur Bewertung der Qualität der journalistisch-redaktionellen Leistung vor, wobei er im Wesentlichen die Kriterien des geltenden Rechts übernimmt und nur die Diktion leicht anpasst (Art. 15 Abs. 6 MFG).

Zu Art. 87

Nach Abs. 1 beträgt die Höhe der indirekten Medienförderung 20% der nachgewiesenen Verbreitungs- (Bst. a) bzw. Aus- und Weiterbildungskosten (Bst. b), höchsten jedoch je 20% des dafür zur Verfügung stehenden Teilbetrages. Selbstredend werden nur jene Kosten berücksichtigt, die im Zusammenhang mit einem förderungswürdigen Medium angefallen sind, das heisst, dass ein Medienunternehmen, das mehrere Medien publiziert die jeweiligen Kosten bzw. Zuständigkeiten der Mitarbeiter getrennt auszuweisen hat. Überdies ist an dieser Stelle der Hinweis angebracht, dass der Begriff des Medienmitarbeiters im Gesetz definiert ist (Abs. 2 Z 12).

Abs. 2 stellt klar, dass Drittbeiträge jeder Art offen zu legen und in Abzug zu bringen sind.

Zu Art. 88

In den Grundsätzen wurde das erstinstanzliche Verfahren in Medienförderungssachen kaum verändert, sondern lediglich im Einzelnen präzisiert und verbessert, wobei Zeitpunkt und Form der Antragstellung ausführlicher behandelt (Abs. 1) sowie ein rasches Verbesserungsverfahren samt Zurückweisungsrecht vorgesehen (Abs. 2) wurden.

Völlig neu ist dagegen, dass mehrere zulässige Anträge desselben Medienunternehmens einer gemeinsamen Behandlung und Entscheidung zuzuführen sind und einer Gesamtbeurteilung zu unterziehen sind (Abs. 3). Dies ergibt sich vornehmlich aus der systembedingten Anknüpfung an das Medienunternehmen und seine gesamten Leistungen bzw. Aufwendungen im Zusammenhang mit der Publikation förderungswürdiger Medien.

Abs. 4 normiert das Schriftformerfordernis sowie die Zustellung mit Nachweis als ausnahmslose Regel für Entscheidungen in Medienförderungssachen.

Abs. 5 betont schliesslich die subsidiäre Geltung des LVG in Medienförderungssachen

Zu Art. 89

Die Ausrichtung von Förderbeiträgen an die Medienunternehmen folgt erst nach Rechtskraft der einschlägigen Verfügung der Medienkommission (Abs. 1).

Abs. 2 sieht vor, dass bei Übersteigen der zugesprochenen Förderbeiträge eine anteilsmässige Kürzung stattzufinden hat. Dies kann dann erforderlich werden, wenn in einer Förderungsform mehr als 5 Medienunternehmen der Höchstbetrag von 20% der zur Verfügung stehenden Gesamtsumme zugesprochen wird. Nachdem jedoch auch das geltende Recht die Höchstgrenze von 20% des Gesamtbetrages kennt (Art. 15 Abs. 3 MFG) und die Förderungsvoraussetzungen angehoben wurden, ist mittelfristig auszuschliessen, dass diese Regel häufig zur Anwendung kommen muss.

Abs. 3 regelt den gegenteiligen Fall eines Überschusses an Fördermittel und sieht diesfalls den Rückfluss in den ordentlichen Staatshaushalt vor, wie dies bereits heute nach Art. 16 MFG der Fall ist.

Zu Art. 90

Ungeachtet einer weitergehenden Strafbarkeit sind zu Unrecht bezogene Förderungsbeiträge jedenfalls zurückzuerstatten bzw. mit einer allfälligen späteren Förderung in Aufrechnung zu bringen. Die Verfügung der Rückerstattung bzw. Aufrechnung fällt daher in die Kompetenz der Medienkommission.

Zu Art. 91

Eine befristete Ausschlussmöglichkeit von der Medienförderung besteht nach Abs. 1 als repressive Massnahme für wiederholte Gesetzesverletzungen oder das Erschleichen von Medienförderungen.

Wiederholtes gesetzwidriges Verhalten soll nicht noch durch Medienförderungsbeiträge honoriert werden, weshalb solche Medienunternehmen von der Förderung ausgeschlossen werden können (Bst. a). Umso mehr muss dies für Medienunternehmen gelten, die Förderungen erschlichen und damit einen Straftatbestand erfüllt haben (Bst. b).

Abs. 2 weist auf die Wahrung des Verhältnismässigkeitsprinzips bei Verhängung der Massnahme nach Abs. 1 hin, was in Ansehung ihrer Eingriffsintensität hervorzuheben ist. Daraus folgt, dass etwa die Schwere der Gesetzesverletzung sowie der Schuld entsprechend zu berücksichtigen sind.

Zu Art. 92

Das Beschwerderecht in Medienförderungssachen entspricht der geltenden Rechtslage (vgl Art. 19 MFG); lediglich die Diktion war der neuen Verfassungsrechtslage anzupassen („Verwaltungsgerichtshof“).

Zu Art. 93

Die verfassungsrechtlich zweifelhafte Vermengung von aussen- und innenwirksamen Vorschriften in einem nicht kundmachungs-, wenn auch genehmigungspflichtigen Reglement der Medienkommission (Art. 11 MFG) soll durch eine klare Verordnungsermächtigung zugunsten der Regierung einerseits sowie einer autonomen Geschäftsordnungskompetenz der Medienkommission (Art. 95 Abs. 1 Bst. b) andererseits bereinigt werden.

IV. Organisation und Durchführung

A. Medienkommission

Zu Art. 94

Bei der Zusammensetzung und Bestellung der Medienkommission ändert sich gegenüber der geltenden Rechtslage nur soviel, dass die Anzahl der ordentlichen Mitglieder von 7 auf 5 reduziert wird und dafür neu zwei Ersatzmitglieder vorgesehen werden, während die Bestellungsberechtigung (Landtag) und der Mandatsperiode (4 Jahre) gleich bleibt (Abs. 1).

Die Abs. 2 und 3 entsprechen materiell der geltenden Rechtslage, jedoch mit der Massgabe, dass - entsprechend dem bereits heute gebräuchlichen Usus - leitende Beamte und Angestellte der Landesverwaltung (Abs. 3 Bst. b) sowie leitende Funktionäre und Angestellte einer politischen Partei (Abs. 3 Bst. d) nicht zu Mitgliedern oder Ersatzmitgliedern der Medienkommission bestellt werden können, während die Mitgliedschaft als solche gleichzeitig mit einer Höchstdauer von 8 Jahren begrenzt wird (Abs. 3 Bst. e).

Abs. 4 wiederum regelt die im Parlament bis heute strittige, weil im geltenden MFG nicht ausdrücklich geregelte Frage des vorzeitigen Ausscheidens eines

Mitgliedes oder Ersatzmitgliedes der Medienkommission, insbesondere bei nachträglichem Eintritt eines Ausschlussgrundes dahingehend, dass in den genannten Fällen der Bst. a bis f das Mitglied oder Ersatzmitglied ex lege ausscheidet.

Die Ersatzbestellung für die verbleibende Mandatsperiode hat der Landtag unverzüglich nach Kenntnisnahme vom Ausscheiden vorzunehmen, mithin anlässlich der nächstmöglichen Landtagssitzung, während ein Ersatzmitglied bis dahin die Funktionen des scheidenden Mitglieds wahrzunehmen hat (Abs. 5).

Zu Art. 95

In dieser Bestimmung sind die heute in verschiedenen Rechtsquellen (MFG, RFG, RFV, LRFG) verstreuten Kompetenzen der Medienkommission (soweit als möglich) zusammengefasst, wobei sich materiell kaum Abweichungen ergeben, mit Ausnahme des Ausbaus des Empfehlungs- und Stellungnahmerechts, das sich nun auf alle medienspezifischen oder -relevanten Fragen erstreckt (Abs. 1).

Gem. Abs. 2 bleibt die Vertretungsbefugnis des Präsidenten unverändert (vgl Art. 8 Bst. b MFG).

Zu Art. 96

Die Bestimmungen über Sitzungen, Beschlussfassung und Entschädigung entsprechen der heutigen Rechtslage, sind jedoch aus systematischen Gründen in einem Artikel zusammengefasst, während die Protokollierung heute nicht ausdrücklich geregelt ist, ob ihrer Relevanz, insbesondere bei Medienförderungssachen, jedoch in Abs. 4 aufgenommen wurde.

B. Regierung

Zu Art. 97

Die Funktion einer Konzessions- und Aufsichtsbehörde mit allen dazugehörenden Kompetenzen kommt - wie heute bereits - der Regierung zu, wobei die gegenständliche Bestimmung eine demonstrative Aufzählung (arg „insbesondere“) darstellt, die mit Ausnahme der Bst. e und g[41] mit derjenigen des geltenden Rechts übereinstimmt.

---

[41] Vgl die Erläuterungen dazu bei den entsprechenden Artikel.

Zu Art. 98 (§ 22 dRStV)

Zur effektiven Erfüllung ihrer Funktion als Konzessions- und Aufsichtsbehörde bedarf die Regierung entsprechender Ermittlungsbefugnisse, die ihr durch diese Bestimmung ausdrücklich eingeräumt werden. Dabei kommen den Betroffenen im Interesse der Sachverhaltsaufklärung und Verfahrensökonomie Mitwirkungspflichten zu.

Zu Art. 99 (§ 62 SMG)

Diese Bestimmung dient der Präzisierung des Aufsichtsrechts der Regierung gegenüber der Medienkommission, einschliesslich der Normierung eines Devolutionsrechtes in Abs. 4.

Zu Art. 100 (Art. 82 f sRTVG2002)

Die Medienkonzentration kann Ausmasse annehmen, die geeignet sind, die Meinungs- und Angebotsvielfalt nachhaltig zu bedrohen, weshalb Vorsorge für solche Situationen in Form von Handlungsmöglichkeiten der zuständigen Behörden zu treffen ist, um eine sachgerechte Lösung derselben zu ermöglichen. Zumal auch der Europarat unter Betonung der Gefahren der Medienkonzentration für den Pluralismus in einer Demokratie den Mitgliedstaaten wiederholt empfohlen hat, zur Bekämpfung dieses Phänomens entweder spezifische Medienbehörden zu schaffen oder die bestehenden Regulierungsbehörden mit einschlägigen Kompetenzen auszustatten.

In der Erkenntnis, dass die Medienkonzentration nicht nur das Funktionieren des ökonomischen Wettbewerbs beeinträchtigt, sondern primär den Pluralismus der Medien gefährdet, welcher ein möglichst grosses Spektrum der verschiedenen gesellschaftlichen, politischen, kulturellen und weltanschaulichen Strömungen zum Ausdruck bringen soll, haben die meisten europäischen Länder medienrechtliche Konzentrationsvorschriften erlassen, welche den Besonderheiten der Medienmärkte Rechnung tragen sollen. Aus den verschiedenen Lösungsansätzen, die im Ausland diesbezüglich entwickelt wurden, bietet sich für Liechtenstein derjenige des aktuellen Entwurfes zur Totalrevision des schweizerischen RTVG (Art. 82 f) an, welcher mit wenigen Abweichungen - die wesentlichste ist die Beseitigung der kompetenzrechtlich bedingten Beschränkung des Anwendungsbereichs auf den Rundfunk (Art. 93 Abs. 1 BV) - rezipiert wurde. Die offen formulierten schweizerischen Vorschriften erlauben es, der jeweiligen publizistischen Situation auch in Liechtenstein Rechnung zu tragen

und überdies eine den liechtensteinischen Verhältnissen entsprechende Anwendung derselben sicherzustellen.

Stellt die Aufsichtsbehörde in Anwendung der in Rede stehenden Bestimmung eine Gefährdung der Meinungs- und Angebotsvielfalt fest, kann sie Massnahmen ergreifen, um diesen Zustand zu beseitigen (Abs. 1). Bei der Verfügung von Massnahmen kommt dem Gebot der Verhältnismässigkeit entscheidende Bedeutung ob ihrer grundrechtsrelevanten Eingriffsintensität zu. Massnahmen müssen zunächst geeignet sein, die Meinungs- und Angebotsvielfalt zu erhalten oder zu verbessern. Sie dürfen ferner nicht weiter gehen als dies zur Erreichung des angestrebten Ziels unbedingt erforderlich ist (Übermassverbot). Schliesslich müssen die ergriffenen Massnahmen für den Verfügungsadressaten zumutbar sein. Im Rahmen der Zumutbarkeitsprüfung ist insbesondere zu berücksichtigen, dass in der kleinsträumig strukturierten Medienlandschaft Liechtensteins aus ökonomischen Gründen gewisse Konzentrationstendenzen oft unumgänglich sind. Medien müssen unter Umständen bestimmte kritische Grössen überschreiten und über genügend Finanzkraft verfügen, damit (qualitative) publizistische Leistungen überhaupt erbracht werden können. Vor diesem Hintergrund darf eine Massnahme zum Schutze der Vielfalt nicht dazu führen, dass entsprechende Leistungen nicht mehr möglich sind.

Im Lichte dieser Erwägungen ist der Massnahmenkatalog zu verstehen, der nach Wirkung und Eingriffsintensität abgestuft ist. Bst. a sieht vielfaltsichernde Massnahmen vor, die keinen Einfluss auf die Struktur des betroffenen Unternehmens haben. Erwähnt ist zunächst die Verpflichtung, unabhängigen Dritten Sendezeit (Rundfunk) oder Publikationsfläche (Printmedien, Dienste der Informationsgesellschaft) zur Verfügung zu stellen oder mit anderen Marktteilnehmern zusammenzuarbeiten. Ferner kann verlangt werden, dass eine unabhängige Kommission für Inhaltsfragen eingesetzt wird, welche die Medieninhalte auf Vielfalt hin beobachtet und über die Ergebnisse berichtet. Denkbar ist schliesslich, dass die Vereinbarung eines Redaktionsstatus verlangt wird, um die Unabhängigkeit der Redaktion gegenüber der Unternehmensleitung bzw. Herausgeberschaft sicherzustellen.

Nach Bst. b kann von einem Unternehmen verlangt werden, dass es seine organisatorischen Strukturen anpasst. Denkbar ist etwa, dass bestimmte Unternehmenseinheiten organisatorisch verselbstständigt und mit Autonomie ausgestattet werden müssen.

Als Massnahme mit der höchsten Eingriffsintensität sieht Bst. c - gleichsam als *ultima ratio* - vor, dass von einem Unternehmen verlangt werden kann, einzelne Unternehmensbereiche oder Beteiligungen aus dem Unternehmen herauszulösen, dh auch die entsprechende wirtschaftliche Kontrolle abzugeben.

Anknüpfungspunkt ist das Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung, wobei das Gesetz zwei Konstellationen unterscheidet (Abs. 2): Eine marktbeherrschende Stellung, welche eine Gefährdung der Meinungs- und Angebotsvielfalt begründen kann, kann zunächst einem Medienunternehmen innerhalb seines Medienbereiches zukommen (sog. horizontale Konzentration; Bst. a). Die Vielfalt kann darüber hinaus aber auch durch Verflechtungen gefährdet werden, die über den Markt eines bestimmten Mediums hinausgehen. Zu denken ist etwa an die Konstellation, dass ein Unternehmen die Kontrolle über verschiedene Medienarten ausübt (sog. diagonale Konzentration). Schliesslich fällt ins Gewicht, wenn ein Medienunternehmen nicht nur publizistisch, sondern auch in vor- oder nachgelagerten Märkten tätig ist (sog. vertikale Konzentration; Bst. b). Bst. b erfasst einerseits solche Fälle und bezieht sich anderseits auf Konzentrationstendenzen innerhalb vor- oder nachgelagerter Märkte, dh wenn beispielsweise ein Verbreiter im Verbreitungsmarkt eine marktbeherrschende Stellung einnimmt.

Bei der Beantwortung der Frage, ob eine Gefährdung der Meinungsvielfalt vorliegt, wendet das Gesetz also eine weite Optik an, dh untersucht wird das gesamte Mediensystem und nicht nur die Stellung eines einzelnen Medienunternehmens.

Der Begriff der marktbeherrschenden Stellung knüpft an die Terminologie des Wettbewerbs- und Kartellrechtes an, weshalb es sinnvoll erscheint, bei der Beurteilung der Frage, ob dieses Tatbestandsmerkmal erfüllt ist, der Aufsichtsbehörde zwingend vorzuschreiben, sich einschlägigen Sachverstand nutzbar zu machen, ohne dass dem Umfang ihrer Kognitionsbefugnis Abbruch geschehen würde. Stellt die Aufsichtsbehörde in einem bestimmten Fall nach Einholung der Gutachten fest eine marktbeherrschende Stellung fest, wird sie daraus nicht automatisch auf das Vorliegen einer Gefährdung der Meinungs- und Angebotsvielfalt schliessen können. Sie wird speziell zu prüfen haben, ob die marktbeherrschende Stellung tatsächlich die Vielfalt gefährdet (Abs. 3).

C. Landtag

Zu Art. 101

Die Kompetenzen des Landtages bleiben gegenüber dem geltenden Recht unverändert und werden durch das ausdrückliche Recht zur Abberufung von Mitgliedern der Medienkommission sogar präzisiert.

V. Strafbestimmungen

Der VI. Teil beinhaltet sämtliche Strafbestimmungen, die ihrerseits wieder nach gerichtlich strafbaren Handlungen (Art. 102 bis 104) und Verwaltungsstrafsachen (Art. 105) gegliedert sind.

Zu Art. 102 (Art. 20 MFG)

Die Erschleichung von Medienförderungen ist in zweierlei Hinsicht verwerflich: Zum einen werden staatliche Mittel zweckentfremdet, zum anderen mindert sich der für tatsächlich förderungswürdige Medienunternehmen zur Verfügung stehende Gesamtbetrag, weshalb auch die Medienlandschaft als Ganzes darunter leidet.

Die Bestimmung entspricht der heutigen Rechtslage mit der Massgabe, dass der Strafrahmen (bei vorsätzlicher Begehung) vor dem Hintergrund der Höhe der ausrichtbaren Mittel leicht angehoben wurde, um auch tatsächlich eine generalpräventive Wirkung zu entfalten; im Weiteren wurde der Aufbau im Sinne der Übersichtlichkeit geändert sowie ein Abs. 3 betreffend die Idealkonkurrenz angefügt.

Zu Art. 103 (§ 23 öMedienG)

Diese Bestimmung dient der Hintanhaltung präjudizierender Berichterstattung in Massenmedien („trial by newspaper“), die sowohl die Unvoreingenommenheit und Unparteilichkeit des Gerichtes als auch die Unschuldsvermutung gefährden kann und daher insgesamt einem fairen Verfahren iSd Art. 6 EMRK abträglich ist, weshalb sie sich im Rahmen des entsprechenden Gesetzesvorbehalts des Art. 10 Abs. 2 EMRK bewegt. Der vorsätzliche Versuch der Beeinflussung des Ausgangs eines Gerichtsverfahrens durch entsprechende Medienberichterstattung kann va dadurch erfüllt werden, dass durch einseitige und tendenziöse Berichterstattung ein bestimmter Verfahrensausgang „herbeigeschrieben“ wird.

Zu Art. 104 (§ 38 Abs. 2 öMedienG)

Nachdem mit der Beschlagnahme oder vorläufigen Sperrung allein die prinzipielle Möglichkeit der Weiterverbreitung der einschlägigen Medien oder Wiederveröffentlichung des inkriminierten Inhalts regelmässig nicht absolut ausgeschlossen werden kann (Kopien etc.), bedarf es zur Wirksamkeit der genannten Rechtsinstitute eines entsprechenden strafbewehrten Verbotes als notwendige Ergänzung. Vom Verbot erfasst sind sowohl die Medien, die Gegenstand der Beschlagnahme oder vorläufigen Sperrung sind (1. Alt.) als auch der inkriminierte Inhalt ungeachtet seiner Verbreitung, etwa in einem anderen Medium (2. Alt.). Strafrahmen und Zuständigkeit entsprechen der Rezeptionsvorlage.

Zu Art. 105 (§ 27 öMedienG, §§ 63f SMG, § 49 dRStV)

Die Ausgestaltung der überwiegenden Mehrzahl aller Verstösse gegen die Vorschriften des Gesetzes als Verwaltungsübertretungen steht im Zeichen der (weitgehenden) Entkriminalisierung von Delikten im Medienbereich. Die Verwaltungsübertretungen selber wurden, je nach Schwere, in drei Kategorien mit unterschiedlichem Strafrahmen unterteilt, der wiederum nur bei vorsätzlicher Begehung in vollem Ausmaß zur Anwendung gelangt.

Abs. 1 enthält insbesondere Verstösse gegen formale Pflichten allgemeiner Natur, während Abs. 2 Inhaltsverstösse (Werbung) und rundfunkrechtliche Pflichtverstösse beinhaltet.

Abs. 3 schliesslich enthält schwerwiegende Verletzungen der Rundfunkordnung, die aufgrund der in diesem Bereich weit lukrativeren Anreize zur Gesetzesverletzung, etwa im Zusammenhang mit Exklusivrechten, mit entsprechend höherer Strafdrohung belegt werden[42].

Abs. 4 schliesslich sieht die Herabsetzung der Strafdrohung um die Hälfte bei fahrlässiger Begehung vor, um dem minderen Grad der Schuld Rechnung zu tragen.

---

[42] In Deutschland etwa beträgt der Strafrahmen für Ordnungswidrigkeiten im Bereich des RStV EUR 500'000,-- (§ 49 Abs. 2).

Die Einführung der Möglichkeit der Anordnung der Veröffentlichung einer Entscheidung verfolgt dieselben Zwecke, wie das Pendant im justiziellen Strafrecht (Abs. 5).

Zu Art. 106 (Art. 139 Abs. 4 LVG, Art. 21 MFG, Art. 25 UWG, Art. 64 BankenG et al)

Die Organhaftung bei strafbaren Handlungen im Geschäftsbetrieb einer juristischen Person oder einer Personengesellschaft oder einer Einzelfirma sowie die solidarische Mithaftung des Unternehmens für Geldstrafen, Bussen und Kosten entspricht bewährter Rechtstradition in Liechtenstein und findet sich im selben Wortlaut in mehreren Gesetzen, wie die demonstrative Aufzählung bei den Rezeptionsvorlagen zeigt. Der Geltungsbereich dieser Norm geht über Art. 139 Abs. 4 LVG hinaus, weshalb ihre Anführung notwendig ist.

VI. Übergangs- und Schlussbestimmungen

Zu Art. 107

Die Verordnungskompetenz der Regierung dient der Konkretisierung einzelner Bestimmungen sowie der flexiblen Regelung von Detailfragen, die gerade im dynamischen Bereich des Medienrechts durchaus angebracht ist. Hinzuweisen ist dabei insbesondere auf Bst. d, der den Ersatz des aufgrund seiner Aussenwirkungen verfassungsrechtlich zweifelhaften Reglements der Medienkommission (Art. 11 MFG) durch eine rechtsstaatlichen Grundsätzen genügende Verordnung vorsieht, soweit dies nicht nur interne Geschäftsagenden umfasst, deren Regelung nach wie vor der Medienkommission vorbehalten bleibt.

Zu Art. 108

Das geltende Medienförderungsgesetz wird durch das vorliegende MedienG zur Gänze ersetzt und ist daher aufzuheben (Bst. a).

Das heutige Gesetz über Radio und Fernsehen (RFG), LGBl. 1978 Nr. 42, vollzieht im Gegensatz zur neuen Gesetzgebung in Mediensachen nicht die scharfe Trennung zwischen Inhalts- und Technikfragen, weshalb im gegebenen Zusammenhang nur jene Bestimmungen der Aufhebung anheimfallen, die sich mit Fragen des Inhaltes von Rundfunkprogrammen befassen, während die Ersetzung und/oder Aufhebung der übrigen Bestimmungen der Kommunikationsgesetzgebung vorbehalten sind (Bst. b).

Die presserechtlichen Bestimmungen des Staatsschutzgesetzes (Art. 17 ff) wurden (in modifizierter Form) in das gegenständliche Gesetz integriert, weshalb sie mit Inkrafttreten dieses Gesetzes aufgehoben werden können.

Die Bestimmungen über die Gegendarstellung wurden anlässlich einer PGR-Novelle im Jahre 1992, LGBl. 1992 Nr. 57, in das Personen- und Gesellschaftsrecht unter Art. 40a ff eingefügt und wurden bereits damals auf den Bereich der periodischen Medien beschränkt. Während diese Massnahme vor dem Hintergrund des damaligen Fehlens eines einschlägigen Spezialgesetzes durchaus sinnvoll erscheinen mochte, kann es heute keinem Zweifel unterliegen, dass diese Bestimmungen, in leicht modifizierter Form, ihren Platz nunmehr im MedienG, und zwar im Abschnitt über die Persönlichkeitsschutz haben (Bst. d).

Zu Art. 109

Für die Zeit zwischen dem Inkrafttreten des gegenständlichen Gesetzes und der Bestellung einer neuen Medienkommission soll die aufgrund des geltenden MFG bestehende Medienkommission ihre Geschäfte fortführen, um eine unterbruchslose Vollziehung des Medienförderungsrechts zu gewährleisten.

Zu Art. 110 (§ 67 SMG, Art. VI öMedienG)

Grundsätzlich soll die bestehende Rechtsposition der Konzessionsinhaber nach dem Gesetz über Radio und Fernsehen (RFG) - dies sind insbesondere die Gemeinden - soweit es Programmkonzessionen betrifft, gewahrt bleiben. Gleichzeitig ist an dieser Stelle jedoch zu betonen, dass die Informationskanäle der Gemeinden inskünftig dem Regime des Informationsgesetzes und nicht dem rundfunkrechtlichen Sondernormen des MedienG unterliegen; sehr wohl jedoch den allgemeinen Bestimmungen des MedienG (Abs. 1).

Abs. 2 sieht vor, dass bestehende Redaktionsstatuten in Geltung bleiben, auch wenn sie nicht auf die nunmehr vorgesehene Weise zustande gekommen sind, während ihre Änderung zur Wirksamkeit inskünftig der Einhaltung des gesetzlichen Verfahrens bedarf, selbst wenn in ihnen ein abweichender Modus vorgesehen wäre.

Zu Art. 111

Vor dem Hintergrund der dringenden Notwendigkeit zur umfassenden Neuregelung des liechtensteinischen Medien-, insbesondere des privaten Rundfunkrechts, aber auch zur (vollständigen) Umsetzung der sog. Fernsehrichtlinie[43] in Liechtenstein drängt sich das ehestmögliche Inkrafttreten des gegenständlichen Gesetzes auf, weshalb dies mit dem Tage der Kundmachung geschehen soll.

4.2 Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG)

Das Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk vom 23. Oktober 2003, LGBl. 2003 Nr. 229, wurde noch vor dem Hintergrund des Fehlens eines umfassenden Mediengesetzes erlassen, weshalb geringfügige Abstimmungen im Hinblick auf die neue Rechtslage erforderlich sind, um das neue Medienrecht harmonisch zu gestalten.

Zu Art. 1 Abs. 1a (neu)

Nachdem das LRFG zum MedienG inskünftig den Rang einer *lex specialis* einnehmen wird, gilt es dies in Art. 1 Abs. 1a LRFG klar zum Ausdruck zu bringen. Insbesondere Bestimmungen des Allgemeinen Teils des MedienG werden auch für den Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von Bedeutung sein, soweit dort keine Sondervorschriften bestehen.

Zu Art. 41

Während im Entstehungszeitpunkt des LRFG hinsichtlich der Gegendarstellung noch die Bestimmungen der Art. 40a ff PGR einschlägig waren und deshalb ein diesbezüglicher Verweis angebracht wurde, erübrigt sich dies nunmehr aufgrund der subsidiären Geltung des gesamten MedienG und damit auch der Bestimmungen über die Gegendarstellung.

---

[43] Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Rundfunktätigkeit (ABl. Nr. L 298 vom 17. 10. 1989, S. 23), EWR-Rechtssammlung: Anh. X – 1.01, in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juli 1997 (ABl. Nr. L 202 vom 30. Juli 1997, S 60), EWR-Rechtssammlung: Anh. X – 1.02.

4.3 Gesetz über die Abänderung des Jugendgesetzes

Dem Jugendschutz kommt in einem grundlegend gewandelten medialen Umfeld, insbesondere verursacht durch die Dienste der Informationsgesellschaft, erhöhte Bedeutung zu, die im Entstehungszeitpunkt des geltenden Jugendgesetzes noch nicht absehbar war. Dies veranlasste die Gesetzgeber verschiedener europäischer Staaten zur tiefgreifenden Revision des Jugendschutzes im Bereich der Medien, wobei Deutschland diesbezüglich eine Vorreiterrolle einnimmt, zumal sämtliche Bundesländer im Jahre 2002 einen Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag - JMStV) abgeschlossen und ein allgemein anerkanntes Regelwerk geschaffen haben.

Nachdem die gegenständliche Vorlage nicht der umfassenden Revision des Jugendgesetzes dienen kann und soll, werden daher nur jene Normen des Jugendgesetzes den heutigen Gegebenheiten angepasst, die einen spezifisch medienrechtlichen Bezug aufweisen, um insbesondere eine Verordnungsgrundlage für notwendige Massnahmen der Vollziehung zu schaffen.

Zu Art. 22

Während Abs. 1 nur in sprachlicher Hinsicht der Diktion des neuen MedienG mit seinem umfassenden Medienbegriff angepasst, inhaltlich jedoch nicht verändert wurde, ist dieser Bestimmung ein neuer Abs. 2 angefügt, der eine Verordnungskompetenz der Regierung vorsieht, mit der den einzelnen Anbietern von jugendgefährdenden Medien, Gegenständen oder Dienstleistungen zweckentsprechende Massnahmen im Interesse des Jugendschutzes vorgeschrieben werden können. Im gegenständlichen Zusammenhang ist dabei insbesondere an Vorschriften im hier interessierenden Bereich der elektronischen Medien zu denken, wie etwa die spezielle Kennzeichnung, Verschlüsselung, Authentifizierung des Teilnehmers etc. (vgl auch §§ 5 f und 11 ff dJMStV). Eine Regelung der einzelnen Massnahmen durch Verordnung ist auch deshalb angezeigt, weil eine gesetzliche Regelung derselben mit Dynamik der technischen Entwicklung in diesem Bereich kaum Schritt halten könnte.

Zu Art. 52 Abs. 3

Auch diese Bestimmung erfährt lediglich eine sprachliche Korrektur, zumal die hier vorgesehene Massnahme iSd der modernen Strafrechtsdogmatik eine Einziehung und nicht einen Verfall darstellt.

4.4 Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz)

Das Informationsgesetz baut noch auf dem aufzuhebenden RFG und den dazu ergangenen Verordnungen auf, dies gilt es zu korrigieren.

Zu Art. 13 Bst. d

Hier ändert sich die Diktion, zumal nicht mehr die Grundsätze des Gesetzes über Radio- und Fernsehen, sondern des MedienG und der dazu ergehenden Verordnungen, mithin des Medienrechts, relevant sind.

Zu Art. 26a (neu)

Die umfangreichen Bestimmungen über Gemeindeeigene Fernsehprogramme (Art. 20 ff) in der Verordnung vom 10. Dezember 1991 zum Gesetz über Radio und Fernsehen, LGBl. 1992 Nr. 2, haben eine äusserst dürftige Grundlage im gelten RFG und behandeln diese überdies als Fernsehprogramme, während das neue MedienG die Rundfunkveranstaltung durch Gebietskörperschaften ausschliesst und den Gemeinden den Betrieb von Informationskanälen, analog dem Landeskanal, vorbehält.

Abs. 1 stellt daher klar, dass es sich bei den Gemeindekanälen um Informationskanäle und nicht und Rundfunkprogramme handelt.

Abs. 2 sieht eine Anzeigepflicht vor Inbetriebnahme eines Gemeindekanals vor, womit die Gemeinden von der heutigen Konzessionspflicht entbunden werden.

Die Verordnungskompetenzen der Regierung umfassen im Wesentlichen die heutigen Gegenstände der Art. 20 ff RFV mit der Ergänzung, dass anstelle der präventiven Kontrolle in durch Konzessionierung eine repressive in Form einer Einstellungsbefugnis bei (grober) Verletzung der Rechtsvorschriften vorzusehen ist.

4.5 Gesetz betreffend die Abänderung des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr

Nachdem mit dem Gesetz vom 16. April 2003 über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Gesetz; ECG), LGBl. 2003 Nr. 133, bereits ein umfassender rechtlicher Rahmen für die mannigfaltigen Erscheinungsformen der sog. Dienste der Informationsgesellschaft geschaffen wurde, kann es im

gegebenen Zusammenhang mit einigen geringfügigen, wenngleich wichtigen, Anpassungen dieses Gesetzes sein Bewenden haben. Dabei gilt es insbesondere der um sich greifenden Pandemie sog. Spam- oder Junk-Mails legislativ zu begegnen.

Zu Art. 7

Diese Bestimmung wird aufgrund der Pandemie sog. Spam- oder Junk-Mails dahingehend verschärft, dass die Versendung von nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation ohne vorherige Zustimmung des Empfängers generell verboten wird (Abs. 1). Wohlwissend, dass die straffe Durchsetzung dieses Verbotes noch vielfältiger Bemühungen technischer Natur bedarf, macht es bereits heute Sinn, eine gesetzliche Grundlage zur Ahndung dieses Unwesens zu schaffen, zumal die jüngsten Aufgriffe von sog. Viren-Programmierern gezeigt haben, dass mit entsprechendem Aufwand eine Ausforschung und Bestrafung durch ein konsequentes Zusammenwirken von Behörden und Softwareherstellern möglich ist.

Abs. 2 stellt formale und inhaltliche Kriterien für kommerzielle Kommunikation, die nach vorheriger Zustimmung (!) übermittelt wird, auf. Die klare und eindeutige Erkennbarkeit muss bereits im elektronischen Posteingang gegeben sein (zB durch Vermerk in der Betreffzeile), damit es dem Nutzer auf den ersten Blick möglich ist, die kommerzielle Kommunikation von sonstigen Mitteilungen zu unterscheiden (Bst. a). Bst. b betont ausserdem die Einhaltung der allgemeinen Informationspflichten auch bei kommerzieller Kommunikation, während Bst. c die Verpflichtung zum Hinweis auf die jederzeitige Widerrufbarkeit der Zustimmung anordnet.

Untersuchungen haben ergeben, dass der Schaden, der Unternehmen durch Aufwendungen im Zusammenhang mit Spam-Mails entsteht (Schutzprogramme, Aussortierung, Programmabstürze etc), in Europa ca. 2,5 Milliarden Euro und den Vereinigten Staaten von Nordamerika mehrere Milliarden US-Dollar pro Jahr betragen. Daher ist eine Betonung der unbeschränkten zivil- und strafrechtlichen Verantwortlichkeit des Diensteanbieters für Schaden, der einem Nutzer aus der Übermittlung kommerzieller Kommunikation im Wege der elektronischen Post entsteht, dringend angebracht (Abs. 3).

Zu Art. 17 Abs. 2

Diese Bestimmung wird um einen Tatbestand (Bst. b) ergänzt, der einen Haftungsausschluss des Diensteanbieters dann verneint, wenn er die fremden

Informationen als seine eigenen darstellt oder sie in sein Angebot einbindet. Eine Darstellung als seine eigenen liegt insbesondere dann vor, wenn optisch nicht erkennbar ist, dass es sich um Drittinformationen handelt, während die Einbindung eine über den schlichten Verweis (Link) hinausgehende bewusste Kombination eigener und fremder Informationen. Eine solche Kombination jedoch indiziert eine gewisse Identifizierung, die bei wechselnden Inhalten der eingebundenen Informationen wohl auch eine gewisse Beobachtungspflicht mit sich bringt.

Zu Art. 19a (neu)

Genauso wie ein Diensteanbieter für sein Fehlverhalten haftet, soll auch ein Nutzer zivil- und strafrechtlich einstehen, der die angebotenen Dienste missbräuchlich verwendet und dem Diensteanbieter dadurch schädigt.

Zu Art. 26 Abs. 1 Bst. c

Die Änderung der Pflichten nach Art. 7 macht eine Anpassung der Diktion der diesbezüglichen Strafbestimmung erforderlich.

Zu Art. 27a (neu)

Dem Umwesen der Versendung nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation ist nur beizukommen, wenn die gerichtliche Strafbarkeit dieser Tätigkeit samt empfindlicher Strafdrohung normiert wird (Abs. 1).

Dienste der Informationsgesellschaft, die ausschliesslich oder vorwiegend der Versendung nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation und damit einem kriminellen Zweck dienen, können über Antrag des Anklägers gesperrt werden (Abs. 2).

Vor dem Hintergrund der praktischen Schwierigkeiten bei Ausforschung und Verfolgung sog. Spammer ist ergänzend ein selbständiges Verfahren zur Sperrung eines einschlägigen Dienstes der Informationsgesellschaft vorgesehen, sofern der objektive Tatbestand der Versendung nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation hergestellt ist (Abs. 3).

5. VERFASSUNGS- UND EWR-KONFORMITÄT

Die gegenständliche Vorlage bewegt sich im Rahmen des insofern einschlägigen Art. 40 der Liechtensteinischen Verfassung und führt eine Stärkung dieses

Grundrechts durch viele einfachgesetzliche Rechte zugunsten der Medien- und Medienschaffenden herbei. Darüber hinaus wurde bei der Ausarbeitung tunlichst auf die Vorgaben der EMRK, insbesondere den in diesem Zusammenhang einschlägigen Art. 10, Bedacht genommen, weshalb die Verfassungskonformität vorbehaltlos zu bejahen ist.

Die EWR-Konformität wurde bei der gesamten Vorlage ausnahmslos beachtet und ist daher gewährleistet. Durch die nunmehr vollständige Umsetzung der sog. Fernsehrichtlinie 89/552/EWG idF 97/36/EG wird zudem der (überfälligen) Verpflichtung Liechtensteins zur Umsetzung derselben nachgekommen.

6. PERSONELLE UND FINANZIELLE KONSEQUENZEN

Durch die gegenständliche Vorlage werden keinerlei neue finanzielle Konsequenzen zu Lasten des Staates generiert, vielmehr ist insbesonders aufgrund der effektiveren und treffsicheren Ausgestaltung des Medienförderungsrechtes mit einem Rückgang der dort anfallenden Ausgaben des Staates ohne substantielle Einbussen für die Liechtensteinische Medienlandschaft zu rechnen.

Die im Bereich der Vollziehung anfallenden Aufgaben bestehen für die jeweiligen Organe (Landtag, Regierung, Medienkommission) im Wesentlichen schon heute und führen daher weder zu einem personellen noch finanziellen Mehraufwand.

II. VERNEHMLASSUNGSVORLAGEN

1. MEDIENGESETZ (MEDIENG)

Mediengesetz (MedienG)

vom...

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

Allgemeiner Teil

A. Geltungsbereich, Zweck und Begriffsbestimmungen

Art. 1

Geltungsbereich und Zweck

1) Dieses Gesetz gilt für alle Medien in Liechtenstein.

2) Dieses Gesetz gilt nicht für:

a) amtliche Publikationen, soweit sie ausschliesslich amtlichen Inhalts sind;

b) Medien öffentlich-rechtlicher Rechtsträger, soweit für sie einschlägige Sondervorschriften bestehen;

c) Medien, die im Verkehr, im häuslichen, geselligen, kulturellen, wissenschaftlichen oder religiösen Leben, im Vereinsleben, im Wirtschaftsleben im Rahmen der Tätigkeit eines Amtes oder einer Interessenvertretung oder bei einer anderen vergleichbaren Betätigung als Hilfsmittel dienen und keinen eigenständigen Publikationswert haben.

3) Dieses Gesetz dient der gänzlichen oder teilweisen Umsetzung:

a) der Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Rundfunktätigkeit (EWR-Rechtssammlung: Anh. X – 1.01), in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juli 1997 (EWR-Rechtssammlung: Anh. X – 1.02);

b) der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (EWR-Rechtssammlung: Anh. XI – 5h.01);

c) der Richtlinie 2003/33/EG des europäischen Parlaments und des Rates vom 26. Mai 2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen (EWR-Rechtssammlung: Anh. II – Kap. XXV).

Art. 2

Begriffsbestimmungen; Bezeichnungen

1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet:

1. „Medium“: jede technische Form der Massenkommunikation zur öffentlichen Verbreitung von geistigen Inhalten in Wort, Schrift, Ton oder Bild;

2. „periodisches Medium“: ein Medium, das in vergleichbarer Gestaltung permanent oder in fortlaufenden Ausgaben, wenigstens jedoch zweimal im Kalenderjahr, erscheint;

3. „elektronisches Medium“: ein Medium, das unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen ohne Verbindungsleitung oder längs oder mittels eines Leiters verbreitet wird, insbesondere Rundfunk und Dienste der Informationsgesellschaft;

4. „Medienerzeugnis“: ein in einem Massenherstellungsverfahren in körperliche Medienexemplare vervielfältigter Träger von geistigen Inhalten in Wort, Schrift, Ton oder Bild, der zur Verbreitung bestimmt ist. Zu den Medienerzeugnissen gehören auch die in Medienexemplaren vervielfältigten Mitteilungen der Medienagenturen. Im Übrigen gelten die Mitteilungen der Medienagenturen ohne Rücksicht auf die technische Form, in der sie geliefert werden, als Medien;

5. „periodisches Medienerzeugnis“: ein Medienerzeugnis, das unter demselben Namen in fortlaufenden Ausgaben, wenigstens jedoch zweimal im

Kalenderjahr in gleichen oder ungleichen Abständen erscheint und dessen einzelne Ausgaben, mag auch jede ein in sich abgeschlossenes Ganzes bilden, durch ihren Inhalt im Zusammenhang stehen;

6. „Verlagsort“: Ort, von dem aus die Verbreitung eines Mediums erfolgt;

7. „Medienunternehmen“: ein Unternehmen, in dem die inhaltliche Gestaltung eines Mediums besorgt und sein Erscheinen besorgt oder veranlasst wird;

8. „Medienagentur“: ein Unternehmen, das Medienunternehmen wiederkehrend mit Beiträgen in Wort, Schrift, Ton oder Bild versorgt;

9. „Medieninhaber (Verleger)“: eine Person, die ein Medienunternehmen oder eine Medienagentur betreibt oder sonst das Erscheinen eines Mediums besorgt;

10. „Herausgeber eines periodischen Mediums“: eine Person, die die grundlegende Richtung eines periodischen Mediums bestimmt;

11. „Hersteller“: eine Person, die die Massenherstellung von Medienerzeugnissen besorgt;

12. „Medienmitarbeiter“: eine Person, die in einem Medienunternehmen an der inhaltlichen Gestaltung eines Mediums oder der Mitteilungen der Medienagentur journalistisch-redaktionell mitwirkt, sofern sie als Angestellter des Medienunternehmens oder der Medienagentur oder als freier Medienmitarbeiter diese journalistisch-redaktionelle Tätigkeit ständig und nicht bloss als wirtschaftlich unbedeutende Nebenbeschäftigung ausübt;

13. „Redaktionskosten“: die Lohnkosten der Medienmitarbeiter eines Medienunternehmens;

14. „Werbung“: jede öffentliche Äusserung zur unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren oder der Erbringung von Dienstleistungen, einschliesslich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zur Unterstützung einer Sache oder Idee oder zur Erzielung einer anderen vom Werbetreibenden oder dem Medieninhaber (Verleger) gewünschten Wirkung, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder zur Eigenwerbung stattfindet. Nicht als Werbung gelten gesetzlich vorgeschriebene Angaben und Mitteilungen in üblicher Form;

15. „Schleichwerbung“: die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Medien, wenn sie absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigentlichen Zweckes dieser Erwähnung oder Darstellung irreführen kann; eine Erwähnung oder Darstellung gilt insbesondere dann als beabsichtigt, wenn sie gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt;

16. „Reichweite“: der nach allgemein anerkannten wissenschaftlichen Methoden von unabhängiger Stelle erhobene Anteil von Konsumenten eines Mediums;
17. „Rundfunk“: die für die Allgemeinheit bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Darbietungen aller Art in Wort, Schrift, Ton und Bild unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen ohne Verbindungsleitung oder längs oder mittels eines Leiters, einschliesslich solcher Darbietungen, die verschlüsselt verbreitet werden oder gegen besonderes Entgelt empfangbar sind;
18. „Rundfunkprogramm“: eine planvoll und zeitlich geordnete Folge von lokal, regional oder überregional verbreiteten Darbietungen eines Rundfunkveranstalters;
19. „Vollprogramm“: ein Rundfunkprogramm mit vielfältigen Inhalten, in welchem Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms bilden;
20. „Spartenprogramm“: ein Rundfunkprogramm mit im Wesentlichen gleichartigen Inhalten;
21. „Sendung“: ein inhaltlich zusammenhängender, in sich abgeschlossener zeitlich begrenzter Teil eines Rundfunkprogramms; Sendung ist auch die einzelne Folge einer Serie, wenn die Serie aus in sich geschlossenen, aber inhaltlich zusammenhängenden Folgen besteht;
22. „Rundfunkveranstalter“: eine Person, die ein Rundfunkprogramm unter eigener inhaltlicher Verantwortung darbietet;
23. „Sponsoring“: jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personengesellschaft, die an Rundfunktätigkeiten oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personengesellschaft, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern;
24. „Teleshopping“: die Sendung direkter Angebote an die Öffentlichkeit für den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschliesslich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt;
25. „Übertragungskapazität“: die technischen Parameter für die Verbreitung eines elektronischen Mediums;
26. „Dienst der Informationsgesellschaft“: jeder Dienst im Sinne des Art. 3 Abs. 1 Bst. a des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr;
27. „Medieninhaltsdelikt“: eine durch den Inhalt eines Mediums begangene, mit gerichtlicher Strafe bedrohte Handlung.

2) Unter den in diesem Gesetz verwendeten Berufs-, Funktions- und Personenbezeichnungen sind Angehörige des weiblichen und männlichen Geschlechts zu verstehen.

B. Rechte und Pflichten der Medien

Art. 3

Freiheit der Medien

1) Die Medien sind frei. Sie dienen der freiheitlich-demokratischen Ordnung.

2) Die Tätigkeit der Medien, einschliesslich der Errichtung eines Medienunternehmens, ist vorbehaltlich der nachfolgenden Bestimmungen und im Rahmen der Gesetze zulassungs- und anmeldefrei.

3) Die Freiheit der Medien unterliegt nur den Beschränkungen, die durch die Verfassung unmittelbar und in deren Rahmen durch die Gesetze zugelassen sind. Sondermassnahmen jeder Art, die die Freiheit der Medien beeinträchtigen, sind verboten.

4) Berufsorganisationen der Medien mit Zwangsmitgliedschaft und eine mit hoheitlicher Gewalt ausgestattete Standesgerichtsbarkeit der Medien sind verboten.

Art. 4

Öffentliche Aufgabe der Medien

1) Die Medien nehmen bei der umfassenden Teilnahme an der Meinungsbildung eine öffentliche Aufgabe wahr.

2) Die Medien in ihrer Gesamtheit sollen zu einer umfassenden Information und freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung beitragen, der Bildung, Beratung und Unterhaltung dienen und dadurch ihrem kulturellen Auftrag entsprechen.

3) Die Medien haben die Würde des Menschen zu achten und sollen dazu beitragen, die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit sowie vor Glauben und Meinung anderer zu stärken. Die sittlichen, religiösen und weltanschaulichen Überzeugungen der Bevölkerung sind zu achten.

4) Besonders meinungsbildende Medien sollen die Zusammengehörigkeit in Liechtenstein, die interregionale Zusammenarbeit und die internationale Verständigung fördern, zum Frieden und zur sozialen Gerechtigkeit mahnen, die demokratischen Freiheiten verteidigen, zur Verwirklichung der Gleichberechtigung von Männern und Frauen sowie zur Achtung vor der sexuellen Identität anderer beitragen und auf ein diskriminierungsfreies Miteinander sowie auf den Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen hinwirken.

5) In Vollprogrammen des Rundfunks und anderen periodischen Medienerzeugnissen, die mindestens fünf Mal pro Woche erscheinen, soll auch das öffentliche Geschehen in Liechtenstein dargestellt werden.

Art. 5

Informationsrecht der Medien

Die Medien haben zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe gegenüber den Behörden das Recht auf Information nach Massgabe der einschlägigen gesetzlichen Vorschriften, insbesondere des Informationsgesetzes.

Art. 6

Medieninhalte

1) Medieninhalte dürfen nicht gegen die verfassungsmässige Ordnung verstossen. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die besonderen Vorschriften, insbesondere zum Schutze der Persönlichkeit und der Jugend, sind einzuhalten.

2) Jedenfalls unzulässig sind Medieninhalte, die geeignet sind, die öffentliche Ruhe und Ordnung zu gefährden, insbesondere wenn sie:

a) den objektiven Tatbestand einer gerichtlich strafbaren Handlung erfüllen;

b) zu Gewalttätigkeiten auffordern oder anreizen oder solche billigen;

c) Organe, Einrichtungen oder Behörden des Staates beschimpfen oder böswillig verächtlich machen;

d) offensichtlich unrichtige Nachrichten enthalten, deren Verbreitung geeignet ist, wesentliche Interessen des Staates zu gefährden.

Art. 7

Sorgfaltspflichten

1) Berichterstattung und Information haben den anerkannten journalistischen Grundsätzen zu entsprechen und sind der Objektivität verpflichtet, insbesondere auch bei Einsatz neuartiger Technologien.

2) Nachrichten und Berichte müssen wahrheitsgetreu und sachlich sein und sind vor ihrer Verbreitung mit der nach den Umständen gebotenen Sorgfalt gründlich auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit zu prüfen. Noch nicht ausreichend verbürgte Nachrichten und Berichte dürfen nur veröffentlicht werden, wenn sie mit einem eindeutigen Vorbehalt versehen sind. Tatsachen, die sich als falsch erwiesen haben, sind unverzüglich und angemessen richtig zu stellen.

3) Kommentare sind von der Berichterstattung deutlich zu trennen und unter Nennung des Verfassers als solche zu kennzeichnen.

4) Bei der Wiedergabe von Meinungsumfragen sind ausdrücklich anzugeben:

a) Methode der Durchführung;

b) Anzahl der Befragten;

c) Repräsentativität.

Art. 8

Medienrechtliche Verantwortlichkeit

1) Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit für Medieninhalte richtet sich nach den Bestimmungen des bürgerlichen Rechts.

2) Die strafrechtliche Verantwortlichkeit für Medieninhalte richtet sich, soweit in diesem Gesetz nichts anderes bestimmt ist, nach den allgemeinen Strafgesetzen.

3) Die Verantwortlichkeit für Inhalte von Diensten der Informationsgesellschaft richtet sich überdies nach den einschlägigen Sonderbestimmungen, insbesondere dem Gesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr.

4) Selbständige Verpflichtungen zur Beseitigung von Medieninhalten bleiben ungeachtet der Verantwortlichkeit unberührt.

Art. 9

Parlamentsberichterstattung

Wahrheitsgetreue Berichte über die Verhandlungen in den öffentlichen Sitzungen des Landtages oder seiner Kommissionen bleiben von jeder Verantwortung frei.

Art. 10

Medieninhaber (Verleger)

1) Jeder Medieninhaber (Verleger) eines im Inland erscheinenden Mediums muss:

a) seinen Wohnsitz oder Sitz im Inland, in einem anderen EWR-Mitgliedstaat oder in der Schweiz haben;

b) voll handlungsfähig sein; und

c) unbeschränkt strafrechtlich verfolgt werden können.

2) Abs. 1 Bst. b und c gelten nicht für Medien von Jugendlichen für Jugendliche.

Art. 11

Impressum

1) Jedes im Inland verbreitete Medium muss folgende Angaben enthalten:

a) Name oder Firma des Medieninhabers (Verlegers) und Verlagsort;

b) bei Medienerzeugnissen auch Name oder Firma des Herstellers und Herstellungsort.

2) Jedes im Inland verbreitete periodische Medium hat zudem die Anschrift des Medieninhabers (Verlegers) und der Redaktion des Medienunternehmens sowie Name und Anschrift des Herausgebers anzugeben.

3) Periodische Medien, die regelmässig Teile des journalistisch-redaktionellen Inhalts fertig übernehmen, haben im Impressum auch die für den übernommenen Teil verantwortliche Person und den Medieninhaber (Verleger) jenes Mediums anzugeben, dem der übernommene Teil entstammt.

4) Bei Diensten der Informationsgesellschaft ist ausserdem Name und Anschrift des Internet-Service-Providers anzugeben.

5) Abweichend von den Abs. 1 bis 3 ist im Rundfunk mindestens einmal im Laufe der täglichen Sendezeit der Rundfunkveranstalter zu nennen. Ausserdem ist am Ende jeder Sendung die für den Inhalt verantwortliche Person bekannt zu geben.

6) Die Pflicht zur Veröffentlichung des Impressums trifft den Medieninhaber (Verleger), bei Medienerzeugnissen auch den Hersteller des Mediums, dem der Medieninhaber (Verleger) die dafür erforderlichen Auskünfte zu erteilen hat.

7) Weitergehende gesetzliche Informationspflichten, insbesondere nach dem Gesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr, bleiben unberührt.

Art. 12

Offenlegung

1) Der Medieninhaber (Verleger) jedes periodischen Mediums hat die in Abs. 2 bis 4 bezeichneten Angaben zu veröffentlichen. Diese Veröffentlichung ist bei periodischen Medienerzeugnissen in der ersten Ausgabe nach Beginn des Kalenderjahres im Anschluss an das Impressum vorzunehmen. Bei elektronischen Medien sind diese Angaben in einem dem Medium zurechenbaren Dienst der Informationsgesellschaft permanent zu veröffentlichen.

2) Anzugeben sind mit Namen oder Firma, mit Unternehmensgegenstand, mit Wohnort, Sitz oder Niederlassung und mit Art und Höhe der Beteiligung der Medieninhaber (Verleger) und, wenn er eine Gesellschaft oder ein Verein ist, der oder die Geschäftsführer, die Mitglieder des Vorstandes oder des Verwaltungsrates sowie die Gesellschafter, deren Einlage oder Stammeinlage 25 % übersteigt. Ist ein Gesellschafter seinerseits eine Gesellschaft, so sind auch deren Gesellschafter nach Massgabe von Satz 1 anzugeben. Übersteigt eine mittelbare Beteiligung 50 %, so ist nach Massgabe der vorstehenden Bestimmungen auch ein solcher mittelbarer Beteiligter anzugeben.

3) Ist eine nach den vorstehenden Bestimmungen anzugebende Person zugleich Inhaber eines anderen Medienunternehmens oder einer anderen Medienagentur oder an solchen Unternehmen in der in Abs. 2 bezeichneten Art und in dem dort bezeichneten Umfang beteiligt, so müssen auch die Firma, der Betriebsgegenstand und der Sitz dieses Unternehmens angeführt werden.

4) Zu veröffentlichen ist ferner eine Erklärung über die grundlegende Richtung des periodischen Mediums. Im Sinn des Art. 21 werden Änderungen und Ergänzungen der grundlegenden Richtung erst wirksam, sobald sie veröffentlicht worden sind.

Art. 13

Aufzeichnungs- und Aufbewahrungspflicht

1) Sämtliche Inhalte periodischer Medien sind vollständig aufzuzeichnen und mindestens vier Monate ab dem Tag der Verbreitung aufzubewahren. Wird ein Medieninhalt zum beliebigen zeitlichen Empfang bereitgestellt, so beginnt die Frist mit dem letzten Tage der Bereitstellung.

2) Aufzeichnungen von Medieninhalten, die den Gegenstand eines Gerichts- oder Verwaltungsverfahrens bilden, sind darüber hinaus bis zum endgültigen Abschluss desselben aufzubewahren.

3) Wer schriftlich darzutun vermag, dass er daran ein rechtliches Interesse hat, kann Einsicht in die Aufzeichnungen nehmen und auf eigene Kosten die Übermittlung von Mehrfertigungen verlangen.

Art. 14

Auskunftspflicht und Beanstandungen

1) Jedes Medienunternehmen hat auf Verlangen Namen und Anschrift der für einen bestimmten Inhalt des Mediums unmittelbar verantwortlichen Person mitzuteilen.

2) Jede Person oder Stelle kann sich mit Beanstandungen über Medieninhalte an das Medienunternehmen wenden.

3) Das Verschulden der verantwortlichen Person für die fortgesetzte Verbreitung beanstandeter Medieninhalte wird vermutet.

Art. 15

Veröffentlichungspflicht

1) In jedem periodischen Medium sind über Aufforderung des zuständigen öffentlichen Organs Aufrufe und Anordnungen der Behörden in Krisen- und Katastrophenfällen unverzüglich und unentgeltlich zu veröffentlichen.

2) In jedem periodischen Medium, das auch entgeltliche Veröffentlichungen kennt, sind über Aufforderung des zuständigen öffentlichen Organs und gegen Vergütung des üblichen Entgeltes amtliche Publikationen zu veröffentlichen.

3) Die Veröffentlichung hat ohne Einschaltungen und Weglassungen zu geschehen. Ein Zusatz hat sich von ihr deutlich abzuheben.

4) Der Medieninhaber (Verleger) hat die erfolgte Veröffentlichung über Verlangen des zuständigen öffentlichen Organs unverzüglich nachzuweisen.

5) Für korrekt widergegebene Inhalte von Veröffentlichungen nach den Abs. 1 und 2 ist der Medieninhaber (Verleger) nicht verantwortlich. Art. 26 ff. gelten für solche Veröffentlichungen nicht.

6) Vorbehalten bleiben sonstige gesetzliche Veröffentlichungspflichten.

Art. 16

Zugang zu elektronischen Medien

1) Zur Gewährleistung des allgemeinen Zugangs zu elektronischen Medien hat jeder inländische Medieninhaber (Verleger) der Liechtensteinischen Landesbibliothek den kostenlosen Bezug eines elektronischen Mediums anzubieten, das nur gegen Entgelt verfügbar ist.

2) Der Anbietungspflicht nach Abs. 1 hat der Medieninhaber (Verleger) binnen einem Monat nach Beginn der Verbreitung des Mediums nachzukommen; dem Verlangen der Liechtensteinischen Landesbibliothek auf kostenlosen Bezug des Mediums ist binnen einem Monat zu entsprechen.

3) Wird dem Verlangen auf Bezug nicht rechtzeitig entsprochen, so kann die Liechtensteinische Landesbibliothek ihren Anspruch gerichtlich durchsetzen.

4) Sonstige gesetzliche Anbietungs- und Ablieferungspflichten bleiben unberührt.

Art. 17

Datenschutz

Für das Bearbeiten von personenbezogenen Daten durch Medienunternehmen, Medienagenturen und Hilfsunternehmen der Medien gelten die einschlägigen Bestimmungen des Datenschutzgesetzes.

Art. 18

Immaterialgüterrecht

Das Immaterialgüterrecht im Bereich der Medien richtet sich nach den einschlägigen Vorschriften, insbesondere dem Urheberrechtsgesetz.

Art. 19

Weitergehende Rechte und Pflichten

Weitergehende gesetzliche Rechte und Pflichten der Medienunternehmen, Medieninhaber (Verleger) und anderen im Bereich der Medien tätigen Personen bleiben unberührt.

C. Schutz des Journalismus

Art. 20

Redaktionsgeheimnis

1) Medieninhaber (Verleger), Herausgeber eines periodischen Mediums, Medienmitarbeiter und Arbeitnehmer eines Medienunternehmens oder einer Medienagentur haben das Recht, in einem Verfahren vor Gericht oder einer Verwaltungsbehörde als Zeugen die Beantwortung von Fragen zu verweigern, die die Person des Verfassers, Einsenders oder Gewährsmannes von Beiträgen und Unterlagen oder die ihnen im Hinblick auf ihre Tätigkeit gemachten Mitteilungen betreffen.

2) Das im Abs. 1 angeführte Recht darf nicht umgangen werden, insbesondere dadurch, dass dem Berechtigten die Herausgabe von Schriftstücken, Druckwerken, Bild- oder Tonträgern oder Datenträgern, Abbildungen und anderen Darstellungen mit solchem Inhalt aufgetragen wird oder diese beschlagnahmt werden.

Art. 21

Überzeugungsschutz

1) Jeder Medienmitarbeiter hat das Recht, seine Mitarbeit an der inhaltlichen Gestaltung von Beiträgen oder Darbietungen, die seiner Überzeugung in grundsätzlichen Fragen oder den Grundsätzen des journalistischen Berufes widersprechen, zu verweigern, es sei denn, dass seine Überzeugung der im Sinn des Art. 12 Abs. 4 veröffentlichten grundlegenden Richtung des Mediums widerspricht. Die technisch-redaktionelle Bearbeitung von Beiträgen oder Darbietungen anderer und die Bearbeitung von Nachrichten dürfen nicht verweigert werden.

2) Aus einer gerechtfertigten Weigerung darf dem Medienmitarbeiter kein Nachteil erwachsen.

Art 22

Schutz namentlich gezeichneter Beiträge

Wird ein Beitrag oder eine Darbietung in einer den Sinngehalt betreffenden Weise geändert, so darf die Veröffentlichung unter dem Namen des Medienmitarbeiters nur mit seiner Zustimmung geschehen. Der Angabe des Namens des Verfassers ist die Bezeichnung mit einem von ihm bekanntermassen gebrauchten Decknamen oder Zeichen gleichzuhalten.

Art. 23

Kein Veröffentlichungszwang

Die Art. 21 und 22 räumen dem Medienmitarbeiter nicht das Recht ein, die Veröffentlichung eines von ihm verfassten Beitrages oder einer Darbietung, an deren inhaltlichen Gestaltung er mitgewirkt hat, zu erzwingen.

Art. 24

Redaktionsstatuten

1) Für die Medienunternehmen und Medienagenturen können Redaktionsstatuten abgeschlossen werden, die die Zusammenarbeit in publizistischen Angelegenheiten regeln.

2) Ein Redaktionsstatut wird zwischen dem Medieninhaber (Verleger) und einer Redaktionsvertretung vereinbart, die von der Redaktionsversammlung nach dem Grundsatz der Verhältniswahl zu wählen ist. Die Vereinbarung bedarf zu ihrer Wirksamkeit der Genehmigung der Redaktionsversammlung, die diese mit der Mehrheit von mindestens zwei Dritteln ihrer Angehörigen erteilt. Der Redaktionsversammlung gehören alle fest angestellten Medienmitarbeiter an.

D. Schutz der Persönlichkeit

Art. 25

Grundsatz

Soweit nachfolgend nichts abweichendes bestimmt ist, richtet sich der Schutz der Persönlichkeit im Bereich der Medien nach den allgemeinen Gesetzen.

Art. 26

Recht auf Gegendarstellung

1) Ist eine natürliche oder juristische Person oder eine Behörde durch Tatsachendarstellungen in einem periodischen Medium in ihrer Persönlichkeit unmittelbar betroffen, so hat sie Anspruch auf Gegendarstellung.

2) Tatsachendarstellungen sind Angaben, die ihrer Art nach auf ihre Richtigkeit und Vollständigkeit hin überprüfbar sind und deren wesentliche Aussage nicht in einer persönlichen Meinungsäusserung, einer Wertung oder einer Warnung vor dem Verhalten einer anderen Person besteht.

Art. 27

Nachträgliche Mitteilung über den Ausgang eines Strafverfahrens

1) Auf Verlangen einer Person, über die in einem periodischen Medium berichtet worden ist, sie sei einer gerichtlich strafbaren Handlung verdächtig oder gegen sie sei ein Strafverfahren eingeleitet worden, ist, wenn der Staatsanwalt die Anzeige zurückgelegt hat oder das Strafverfahren auf andere Weise als durch ein verurteilendes Erkenntnis beendet worden ist, eine Mitteilung darüber in dem periodischen Medium unentgeltlich zu veröffentlichen.

2) Die Richtigkeit einer nachträglichen Mitteilung ist durch Vorlage einer Ausfertigung der das Verfahren beendigenden Entscheidung oder durch ein besonderes Amtszeugnis nachzuweisen. Zur Ausstellung eines solchen Amtszeugnisses auf Antrag ist im Fall der Zurücklegung der Anzeige der Staatsanwalt, sonst das Landgericht verpflichtet.

Art. 28

Form und Inhalt

1) Der Inhalt der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung ist in knapper Form auf den Gegenstand der beanstandeten Darstellung oder den Ausgang des betroffenen Verfahrens zu beschränken. Er darf nicht offensichtlich unrichtig sein oder gegen das Recht und die guten Sitten verstossen.

2) Die Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung ist in der Sprache der Veröffentlichung, auf welche sie sich bezieht, abzufassen.

3) Wird die Veröffentlichung eines Stand- oder Laufbildes oder eines audiovisuellen Beitrags begehrt, so können ein geeigneter Datenträger beigefügt oder die entsprechenden Daten elektronisch übermittelt werden.

Art. 29

Verfahren

1) Der Betroffene muss den Text der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung an den Medieninhaber (Verleger) oder die Redaktion des Medienunternehmens senden:

a) binnen drei Wochen nachdem er von der beanstandeten Tatsachendarstellung Kenntnis erhalten hat, spätestens jedoch drei Monate nach der letztmaligen Veröffentlichung;

b) binnen drei Monaten nachdem er von der Zurücklegung der Anzeige oder der Beendigung des Verfahrens Kenntnis erhalten hat.

2) Das Medienunternehmen hat den Betroffenen unverzüglich davon in Kenntnis zu setzen, wann und wo die Veröffentlichung der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung erfolgt, oder warum sie verweigert wird.

Art. 30

Veröffentlichung

1) Die Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung ist ohne Einschaltungen und Weglassungen in gleicher Aufmachung wie die Tatsachendarstellung sobald als möglich zu veröffentlichen, und zwar so, dass sie den gleichen Personenkreis erreicht und denselben Veröffentlichungswert hat wie die betroffene Tatsachendarstellung.

2) Der gleiche Veröffentlichungswert ist gewährleistet, wenn die Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung:

a) in einem periodischen Medienerzeugnis insbesondere hinsichtlich Platzierung und grafischer Aufmachung insgesamt den gleichen Auffälligkeitsgrad besitzt wie die betroffene Tatsachendarstellung;

b) im Rundfunk durch Verlesung des Textes durch einen Sprecher im selben Programm und zur selben Sendezeit wie die betroffene Tatsachendarstellung stattfindet;

c) in einem Dienst der Informationsgesellschaft in vergleichbarer Form und an derselben Stelle wie die betroffene Tatsachendarstellung oder in unmittelbarer Verknüpfung mit ihr für mindestens einen Monat angeboten wird.

3) Eine Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung ist in Form eines Stand- oder Laufbildes oder eines audiovisuellen Beitrags zu veröffentlichen, sofern die Tatsachendarstellung in gleicher Weise verbreitet worden ist und der angestrebte Rechtsschutz nur mit dieser Veröffentlichungsform erreicht werden kann.

4) Die Gegendarstellung ist als solche zu bezeichnen; das Medienunternehmen darf dazu nur die Erklärung beifügen, ob es an seiner Tatsachendarstellung festhält oder auf welche Quellen es sich stützt. Ein solcher Zusatz ist deutlich von der Gegendarstellung zu trennen.

5) Die Veröffentlichung der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung hat ohne Kosten für den Betroffenen, bei elektronischen Medien auch ohne Abrufentgelt für die Konsumenten, zu erfolgen.

Art. 31

Ausschluss der Veröffentlichungspflicht

Eine Pflicht zur Veröffentlichung der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung besteht nicht, wenn:

a) diese einen wahrheitsgetreuen Bericht über öffentliche Verhandlungen einer Behörde betrifft und die betroffene Person an den Verhandlungen teilgenommen hat;

b) diese offensichtlich unrichtig ist oder gegen das Recht und die guten Sitten verstösst;

c) diese eine Tatsachendarstellung betrifft, zu deren Veröffentlichung eine gesetzliche Pflicht bestanden hat;

d) vor ihrem Einlangen bereits eine gleichwertige journalistisch-redaktionelle Richtigstellung oder Ergänzung veröffentlicht worden ist; oder

e) diese nicht innerhalb der Fristen nach Art. 29 Abs. 1 beim Medieninhaber (Verleger) oder bei der Redaktion des Medienunternehmens einlangt; dabei werden die Tage des Postlaufes nicht in die Frist eingerechnet.

Art. 32

Anrufung des Richters

1) Verhindert das Medienunternehmen die Ausübung des Rechts auf Gegendarstellung oder nachträgliche Mitteilung, verweigert es die Veröffentlichung der Gegendarstellung oder nachträglichen Mitteilung oder veröffentlicht es diese nicht korrekt, so kann der Betroffene binnen drei Wochen seit Eintreffen des Entscheides des Medienunternehmens bzw. der nicht korrekten Veröffentlichung den Richter anrufen.

2) Der Richter entscheidet unverzüglich aufgrund der verfügbaren Beweismittel.

3) Rechtsmittel haben keine aufschiebende Wirkung.

Art. 33

Üble Nachrede, Beschimpfung, Verspottung, Verleumdung und Kreditschädigung

1) Wird in einem Medium der objektive Tatbestand der üblen Nachrede, der Beschimpfung, der Verspottung, der Verleumdung oder der Kreditschädigung hergestellt, so hat der Betroffene gegen den Medieninhaber (Verleger) Anspruch auf eine Entschädigung für die erlittene Kränkung.

2) Der Anspruch nach Abs. 1 besteht nicht, wenn:

a) es sich um einen wahrheitsgetreuen Bericht über eine Verhandlung in einer öffentlichen Sitzung des Landtages oder seiner Kommissionen handelt;

b) im Falle der üblen Nachrede:

1. die Veröffentlichung wahr ist; oder
2. ein überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit an der Veröffentlichung bestanden hat und auch bei Aufwendung der gebotenen journalistischen Sorgfalt hinreichende Gründe vorgelegen sind, die Behauptung für wahr zu halten;

c) es sich um eine unmittelbare Ausstrahlung in einem elektronischen Medium (Live-Sendung) handelt, ohne dass ein Medienmitarbeiter oder Beauftragter

des Medienunternehmens die gebotene journalistische Sorgfalt ausser acht gelassen hat; oder

d) es sich um eine wahrheitsgetreue Wiedergabe der Äusserung eines Dritten handelt und ein überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit an der Kenntnis der zitierten Äusserung bestanden hat.

3) Bezieht sich die Veröffentlichung auf den höchstpersönlichen Lebensbereich, so ist der Anspruch nach Abs. 1 nur aus dem Grunde des Abs. 2 Bst. a, des Abs. 2 Bst. b Ziff. 1 oder des Abs. 2 Bst. c ausgeschlossen, im Falle des Abs. 2 Bst. b Ziff. 1 aber nur, wenn die veröffentlichten Tatsachen in unmittelbarem Zusammenhang mit einer öffentlichen Tätigkeit stehen.

Art. 34

Verletzung des höchstpersönlichen Lebensbereiches

1) Wird in einem Medium der höchstpersönliche Lebensbereich eines Menschen in einer Weise erörtert oder dargestellt, die geeignet ist, ihn in der Öffentlichkeit blosszustellen, so hat der Betroffene gegen den Medieninhaber (Verleger) Anspruch auf eine Entschädigung für die erlittene Kränkung.

2) Der Anspruch nach Abs. 1 besteht nicht, wenn:

a) es sich um einen wahrheitsgetreuen Bericht über eine Verhandlung in einer öffentlichen Sitzung des Landtages oder seiner Kommissionen handelt;

b) die Veröffentlichung wahr ist und in unmittelbarem Zusammenhang mit einer öffentlichen Tätigkeit steht;

c) es sich um eine unmittelbare Ausstrahlung in einem elektronischen Medium (Live-Sendung) handelt, ohne dass ein Medienmitarbeiter oder Beauftragter des Medienunternehmens die gebotene journalistische Sorgfalt ausser acht gelassen hat; oder

d) nach den Umständen angenommen werden konnte, dass der Betroffene mit der Veröffentlichung einverstanden war.

Art. 35

Schutz vor Bekanntgabe der Identität

1) Werden in einem Medium der Name, das Bild oder andere Angaben veröffentlicht, die geeignet sind, in einem nicht unmittelbar informierten grösseren Personenkreis zum Bekanntwerden der Identität einer Person zu führen,

die Opfer einer gerichtlich strafbaren Handlung geworden ist oder einer gerichtlich strafbaren Handlung verdächtig ist oder wegen einer solchen verurteilt wurde, und werden hierdurch schutzwürdige Interessen dieser Person verletzt, ohne dass wegen deren Stellung in der Öffentlichkeit, wegen eines sonstigen Zusammenhanges mit einer öffentlichen Tätigkeit oder aus anderen Gründen ein überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit an der Veröffentlichung dieser Angaben bestanden hat, so hat der Betroffene gegen den Medieninhaber (Verleger) Anspruch auf Entschädigung für die erlittene Kränkung.

2) Schutzwürdige Interessen des Betroffenen werden jedenfalls verletzt, wenn die Veröffentlichung:

a) geeignet ist, einen Eingriff in den höchstpersönlichen Lebensbereich oder eine Blossstellung des Opfers einer gerichtlich strafbaren Handlung herbeizuführen;

b) der Verdächtige oder Verurteilte minderjährig ist oder die gerichtlich strafbare Handlung nur ein Vergehen oder eine Übertretung ist;

c) das Fortkommen des Verdächtigen oder Verurteilten unverhältnismässig beeinträchtigen kann.

3) Der Anspruch nach Abs. 1 besteht nicht, wenn:

a) es sich um einen wahrheitsgetreuen Bericht über eine Verhandlung in einer öffentlichen Sitzung des Landtages oder seiner Kommissionen handelt;

b) die Veröffentlichung der Angaben zur Person amtlich veranlasst war, insbesondere für Zwecke der Strafrechtspflege oder der Sicherheitspolizei;

c) der Betroffene mit der Veröffentlichung einverstanden war oder diese auf einer Mitteilung des Betroffenen gegenüber einem Medium beruht; oder

d) es sich um eine unmittelbare Ausstrahlung in einem elektronischen Medium (Live-Sendung) handelt, ohne dass ein Medienmitarbeiter oder Beauftragter des Medienunternehmens die gebotene journalistische Sorgfalt ausser acht gelassen hat.

Art. 36

Schutz der Unschuldsvermutung

1) Wird in einem Medium eine Person, die einer gerichtlich strafbaren Handlung verdächtig, aber nicht rechtskräftig verurteilt ist, als überführt oder schuldig hingestellt oder als Täter dieser strafbaren Handlung und nicht bloss als tatverdächtig bezeichnet, so hat der Betroffene gegen den Medieninhaber (Verleger) Anspruch auf eine Entschädigung für die erlittene Kränkung.

2) Der Anspruch nach Abs. 1 besteht nicht, wenn:

a) es sich um einen wahrheitsgetreuen Bericht über eine Verhandlung in einer öffentlichen Sitzung des Landtages oder seiner Kommissionen handelt;

b) es sich um einen wahrheitsgetreuen Bericht über ein Strafurteil erster Instanz handelt und dabei zum Ausdruck gebracht wird, dass das Urteil nicht rechtskräftig ist;

c) der Betroffene öffentlich oder gegenüber einem Medium die Tat eingestanden und dies nicht widerrufen hat;

d) es sich um eine unmittelbare Ausstrahlung in einem elektronischen Medium (Live-Sendung) handelt, ohne dass ein Medienmitarbeiter oder Beauftragter des Medienunternehmens die gebotene journalistische Sorgfalt ausser acht gelassen hat; oder

e) es sich um eine wahrheitsgetreue Wiedergabe der Äusserung eines Dritten handelt und ein überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit an der Kenntnis der zitierten Äusserung bestanden hat.

Art. 37

Schutz vor verbotener Veröffentlichung

1) Wird in einem Medium eine Mitteilung über den Inhalt von Aufnahmen, Bildern oder schriftlichen Aufzeichnungen aus der Überwachung eines Fernmeldeverkehrs veröffentlicht, ohne dass insoweit von den Aufnahmen oder von den Bildern und schriftlichen Aufzeichnungen in öffentlicher Schlussverhandlung Gebrauch gemacht wurde, so hat jeder Betroffene, dessen schutzwürdige Interessen verletzt sind, gegen den Medieninhaber (Verleger) Anspruch auf eine Entschädigung für die erlittene Kränkung.

2) In den im Art. 35 Abs. 3 erwähnten Fällen besteht kein Anspruch nach Abs. 1.

Art. 38

Höhe der Entschädigung

Die Höhe der Entschädigung nach Art. 33 bis 37 ist nach Massgabe des Umfangs und der Auswirkungen der Veröffentlichung, insbesondere auch der Art und des Ausmasses der Verbreitung des Mediums, zu bestimmen.

Art. 39

Verfahren

1) Den Anspruch auf einen Entschädigungsbetrag nach den Art. 33 bis 37 kann der Betroffene in dem strafgerichtlichen Verfahren, an dem der Medieninhaber (Verleger) als Beschuldigter oder nach Art. 55 Abs. 1 beteiligt ist, bis zum Ende der Schlussverhandlung oder Verhandlung geltend machen.

2) Kommt es nicht zu einem solchen strafgerichtlichen Verfahren, so kann der Anspruch mittels Klage im Zivilrechtsweg geltend gemacht werden. Die Klage muss bei sonstigem Verlust des Anspruchs binnen sechs Monaten nach Beginn der dem Anspruch zugrundeliegenden Verbreitung beim Landgericht eingebracht werden. Die Öffentlichkeit der Verhandlung ist auf Verlangen des Antragstellers jedenfalls auszuschliessen, soweit Tatsachen des höchstpersönlichen Lebensbereiches erörtert werden.

3) Das Gericht ist bei der Entscheidung über einen Entschädigungsanspruch nach den Art. 33 bis 37 an die rechtliche Beurteilung des Betroffenen nicht gebunden. Hat ein Betroffener auf Grund einer Veröffentlichung nach mehreren Bestimmungen Anspruch auf Entschädigung, so ist ein einziger Entschädigungsbetrag zu bestimmen; das Zusammentreffen der Ansprüche ist bei der Bemessung zu berücksichtigen.

4) Das Vorliegen der Ausschlussgründe nach Art. 33 Abs. 2, Art. 34 Abs. 2, Art. 35 Abs. 3 und Art. 36 Abs. 2 hat der Medieninhaber (Verleger) zu behaupten und zu beweisen. Beweise darüber sind nur aufzunehmen, wenn sich der Medieninhaber (Verleger) auf einen solchen Ausschlussgrund beruft.

5) Im Urteil, in dem eine Entschädigung nach den Art. 33 bis 37 zuerkannt wird, ist auf Antrag des Betroffenen auf Urteilsveröffentlichung zu erkennen; Art. 49 ist sinngemäss anzuwenden.

Art. 40

Verbot von Fernseh-, Radio-, Film- und Fotoaufnahmen

Fernseh- und Radioaufnahmen und -übertragungen sowie Film- und Fotoaufnahmen von Verhandlungen der Gerichte sind unzulässig.

E. Werbung

Art. 41

Kennzeichnungspflicht

1) Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gefordert, versprochen oder geleistet wird, müssen in allen Medien deutlich als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein, soweit sie nicht schon durch Anordnung und Gestaltung eindeutig als entgeltliche Veröffentlichungen zu erkennen sind.

2) Werbung ist durch geeignete Mittel eindeutig vom übrigen Inhalt eines Mediums zu trennen, insbesondere durch optische, im Rundfunk auch durch akustische Mittel.

Art. 42

Werbegrundsätze

1) Werbung darf nicht:

a) die Menschenwürde verletzen;

b) Diskriminierungen, insbesondere nach Rasse, Geschlecht, Alter, Behinderung, Religion oder Nationalität, enthalten;

c) religiöse oder politische Überzeugungen verletzen;

d) Verhaltensweisen fördern, die die Gesundheit oder die Sicherheit gefährden;

e) Verhaltensweisen fördern, die den Schutz der Umwelt gefährden;

f) rechtswidrige Praktiken fördern;

d) irreführen und den Interessen der Verbraucher schaden.

2) Ausnahmslos untersagt sind:

a) der Einsatz von unterschwelligen Techniken und unlauteren Methoden;

b) Schleichwerbung und entsprechende Praktiken.

3) Werbetreibende oder -agenturen dürfen keinen redaktionellen Einfluss auf den übrigen Inhalt eines Mediums ausüben.

Art. 43

Werbeverbote

1) In allen Medien verboten sind:

a) Werbung für Tabakwaren;

b) Werbung für Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verschreibung erhältlich sind;

c) Werbung für alkoholische Getränke, sofern:

1) sie speziell an Minderjährige gerichtet ist und insbesondere Minderjährige beim Alkoholgenuss darstellt;

2) eine Verbindung zwischen einer Verbesserung der physischen Leistung mit Alkoholgenuss oder dem Führen von Kraftfahrzeugen und Alkoholgenuss herstellt wird;

3) der Eindruck erweckt wird, Alkoholgenuss fördere sozialen oder sexuellen Erfolg;

4) sie eine therapeutische, stimulierende, beruhigende oder konfliktlösende Wirkung von Alkohol suggeriert;

5) Unmässigkeit im Genuss alkoholischer Getränke gefördert oder Enthaltsamkeit oder Mässigung negativ dargestellt werden;

6) die Höhe des Alkoholgehalts von Getränken als positive Eigenschaft hervorgehoben wird.

2) Im Rundfunk ist ausserdem jede Form von politischer, religiöser oder ideologischer Werbung verboten.

3) Ausgenommen von Abs. 1 Bst. a und b sind Medien, die ausschliesslich für in der jeweiligen Branche tätige Personen bestimmt sind.

4) Werbung für Arzneimittel, Medizinprodukte und therapeutische Behandlungen, die ohne ärztliche Verschreibung erhältlich sind, muss klar als solche erkennbar, ehrlich, wahrheitsgemäss und nachprüfbar sein. Sie darf den Menschen nicht schaden.

5) Die Regierung kann durch Verordnung für alle oder einzelne Medienarten weitere im öffentlichen Interesse gelegene Beschränkungen der Werbung festlegen.

6) Weitergehende gesetzliche Werbeverbote oder -beschränkungen bleiben unberührt.

Art. 44

Schutz von Minderjährigen

Werbung darf Minderjährigen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen und unterliegt daher folgenden Kriterien zum Schutze Minderjähriger:

a) sie darf keine direkten Kaufappelle an Minderjährige richten, die deren Unerfahrenheit und Leichtgläubigkeit ausnutzen;

b) sie darf Minderjährige nicht unmittelbar dazu auffordern, ihre Eltern oder Dritte zum Kauf der beworbenen Ware oder Dienstleistung zu bewegen;

c) sie darf nicht das besondere Vertrauen ausnutzen, das Minderjährige zu Eltern, Lehrern oder anderen Vertrauenspersonen haben;

d) sie darf Minderjährige nicht ohne berechtigten Grund in gefährlichen Situationen zeigen.

Art. 45

Andere Werbeformen

Die Bestimmungen der Art. 41 bis 44 gelten für andere Formen der Werbung entsprechend.

F. Medieninhaltsdelikte

Art. 46

Grundsatz

1) Für Medieninhaltsdelikte gelten, soweit in diesem Gesetz nichts anderes bestimmt ist, die allgemeinen Strafgesetze.

2) Für das Strafverfahren und das selbständige Verfahren wegen eines Medieninhaltsdelikts gelten, soweit in diesem Gesetz nichts anderes bestimmt ist, die Bestimmungen der Strafprozessordnung.

Art. 47

Wahrnehmung journalistischer Sorgfalt

1) Der Medieninhaber (Verleger) oder ein Medienmitarbeiter ist wegen eines Medieninhaltsdelikts, bei dem der Wahrheitsbeweis zulässig ist, nicht nur bei erbrachtem Wahrheitsbeweis, sondern auch dann nicht zu bestrafen, wenn ein überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit an der Veröffentlichung bestanden hat und auch bei Aufwendung der gebotenen journalistischen Sorgfalt für ihn hinreichende Gründe vorgelegen sind, die Behauptung für wahr zu halten. Wegen eines Medieninhaltsdelikts, das den höchstpersönlichen Lebensbereich betrifft, ist der Medieninhaber (Verleger) oder ein Medienmitarbeiter jedoch nur dann nicht zu bestrafen, wenn die Behauptung wahr ist und im unmittelbaren Zusammenhang mit einer öffentlichen Tätigkeit steht.

2) Diese Beweise sind nur aufzunehmen, wenn sich der Beschuldigte darauf beruft. Das Gericht hat in den Fällen des Abs. 1 Satz 1 den vom Beschuldigten angebotenen und zulässigen Wahrheitsbeweis auch dann aufzunehmen, wenn es die Erfüllung der journalistischen Sorgfaltspflicht als erwiesen annimmt.

3) Wird der Beschuldigte nur deshalb freigesprochen, weil die im Abs. 1 Satz 1 bezeichneten Voraussetzungen vorliegen, so hat das Gericht in sinngemässer Anwendung des Art. 49 auf Veröffentlichung der Feststellung, dass der Beweis der Wahrheit nicht angetreten worden oder misslungen ist, und darauf zu erkennen, dass der Beschuldigte die Kosten des Strafverfahrens einschliesslich der Kosten einer solchen Veröffentlichung zu tragen hat; Art. 50 gilt sinngemäss.

4) Die §§ 111 Abs. 3 und 112 StGB sind nicht anzuwenden.

Art. 48

Einziehung und Sperrung

1) Im Strafurteil wegen eines Medieninhaltsdelikts ist auf Antrag des Anklägers auf die Einziehung der zur Verbreitung bestimmten Medienexemplare oder Sperrung eines Dienstes der Informationsgesellschaft zu erkennen. Gleiches gilt, unbeschadet des § 357 StPO, für freisprechende Urteile nach Art. 47 Abs. 3.

2) Auf Antrag des Anklägers oder des zur Anklage Berechtigten ist auf Einziehung oder Sperrung in einem selbständigen Verfahren zu erkennen, wenn in einem Medium der objektive Tatbestand einer strafbaren Handlung hergestellt worden ist und die Verfolgung einer bestimmten Person nicht durchführbar ist, nicht beantragt oder nicht aufrechterhalten wird oder die Verurteilung aus Gründen, die eine Bestrafung ausschliessen, nicht möglich ist. Wäre der Täter bei erbrachtem Wahrheitsbeweis nicht strafbar, so steht dieser Beweis nach Massgabe

des Art. 47 auch dem Medieninhaber (Verleger) als Beteiligtem (Art. 55 Abs. 1) offen.

3) Das Recht des zur Privatanklage Berechtigten, die Einziehung oder Sperrung im selbständigen Verfahren zu begehren, erlischt nach sechs Wochen von dem Tage an, an dem ihm die strafbare Handlung und der Umstand bekannt geworden sind, dass keine bestimmte Person verfolgt oder verurteilt werden kann.

4) An Stelle der Einziehung oder Sperrung ist dem Medieninhaber (Verleger) auf seinen Antrag hin aufzutragen, innerhalb einer ihm zu setzenden angemessenen Frist durch Entfernung oder Unkenntlichmachung von Teilen des Inhalts oder auf eine andere geeignete Weise dafür zu sorgen, dass die die strafbare Handlung begründenden Stellen bei einer weiteren Verbreitung des Mediums nicht mehr wahrnehmbar sind.

5) Wird auf Einziehung oder Sperrung im selbständigen Verfahren erkannt, so treffen die Kosten des Verfahrens den Medieninhaber (Verleger).

Art. 49

Urteilsveröffentlichung

1) Im Strafurteil wegen eines Medieninhaltsdelikts ist auf Antrag des Anklägers auf die Veröffentlichung der Teile des Urteils zu erkennen, deren Mitteilung zur Unterrichtung der Öffentlichkeit über die strafbare Handlung und ihre Aburteilung erforderlich ist. Die zu veröffentlichenden Teile des Urteils sind im Urteilsspruch anzuführen. Hierbei kann das Gericht, soweit dies zur leichteren Verständlichkeit des Urteilsinhalts oder zur Beschränkung des Umfangs der Veröffentlichung geboten erscheint, den Wortlaut von Teilen des Urteils durch eine gedrängte Darstellung ersetzen.

2) Bei einer Verleumdung, einer strafbaren Handlung gegen die Ehre oder wenn eine andere mit Strafe bedrohte Handlung Umstände oder Tatsachen des Privat- oder Familienlebens betrifft, darf auf Urteilsveröffentlichung nur mit Zustimmung des Verletzten erkannt werden, auch wenn zur Verfolgung der strafbaren Handlung eine Ermächtigung nicht erforderlich oder bereits erteilt worden ist.

3) Auf Antrag des Anklägers oder des zur Anklage Berechtigten ist auf Urteilsveröffentlichung in einem selbständigen Verfahren zu erkennen, wenn in einem Medium der objektive Tatbestand einer strafbaren Handlung hergestellt worden ist und die Verfolgung einer bestimmten Person nicht durchführbar ist, nicht beantragt oder nicht aufrechterhalten wird oder die Verurteilung aus Gründen, die eine Bestrafung ausschliessen, nicht möglich ist. Art. 48 Abs. 2 Satz 2 und Abs. 3 sind anzuwenden.

4) Ist das Medieninhaltsdelikt in einem periodischen Medium begangen worden, so hat die Urteilsveröffentlichung in diesem Medium in sinngemässer Anwendung des Art. 30 zu erfolgen, wobei die Veröffentlichung vorzunehmen ist, sobald das Urteil in Rechtskraft erwachsen und zugestellt worden ist.

5) Auf Veröffentlichung in einem anderen periodischen Medium ist zu erkennen, wenn das periodische Medium, in dem das Medieninhaltsdelikt begangen worden ist, nicht mehr besteht oder wenn das Medieninhaltsdelikt in einem anderen als einem periodischen oder in einem ausländischen Medium begangen worden ist. Die Kosten einer solchen Urteilsveröffentlichung gehören zu den Kosten des Strafverfahrens.

6) Wird auf Urteilsveröffentlichung im selbständigen Verfahren erkannt, so treffen die Kosten des Verfahrens den Medieninhaber (Verleger).

Art. 50

Haftung des Medieninhabers (Verlegers)

1) Im Strafurteil wegen eines Medieninhaltsdelikts ist die Haftung des Medieninhabers (Verlegers) eines periodischen Mediums zur ungeteilten Hand mit dem Verurteilten für die Geldstrafe und die Kosten des Verfahrens einschliesslich der Kosten der Urteilsveröffentlichung auszusprechen.

2) Wenn nach Fällung des Urteils, mit dem diese Haftung ausgesprochen wird, in der Person des Medieninhabers (Verlegers) ein Wechsel eintritt, haftet der neue Medieninhaber (Verleger) zur ungeteilten Hand mit dem früheren.

3) Eine Ersatzfreiheitsstrafe (§ 19 Abs. 3 StGB) ist nur zu vollziehen, soweit die Geldstrafe auch bei dem Medieninhaber (Verleger) nicht eingebracht werden kann.

Art. 51

Beschlagnahme und vorläufige Sperrung

1) Das Gericht kann die Beschlagnahme der zur Verbreitung bestimmten Exemplare eines Medienerzeugnisses oder die vorläufige Sperrung eines Dienstes der Informationsgesellschaft anordnen, wenn begründeterweise anzunehmen ist, dass auf Einziehung oder Sperrung nach Art. 48 erkannt werden wird, und wenn die nachteiligen Folgen der Beschlagnahme oder vorläufigen Sperrung nicht unverhältnismässig schwerer wiegen als das Rechtsschutzinteresse, dem die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung dienen soll.

2) Die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung setzt voraus, dass ein Strafverfahren oder ein selbständiges Verfahren wegen eines Medieninhaltsdelikts geführt oder zugleich eingeleitet wird, und dass der Ankläger oder Antragsteller im selbständigen Verfahren die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung ausdrücklich beantragt.

3) In dem die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung anordnenden Beschluss ist anzugeben, wegen welcher Stelle oder Darbietung des Mediums und wegen des Verdachtes welcher strafbaren Handlung die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung angeordnet wird. Art. 48 Abs. 4 gilt sinngemäss.

4) Die Entscheidung über die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung kann mit Beschwerde an das Obergericht angefochten werden. Die Beschwerde hat keine aufschiebende Wirkung.

Art. 52

Verbreitungs- und Veröffentlichungsverbot

Solange die Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung dauert, ist die weitere Verbreitung des Mediums in einer Form, in der der strafbare Inhalt wahrnehmbar ist, und die neuerliche Veröffentlichung der den Verdacht einer strafbaren Handlung begründenden Stelle oder Darbietung verboten.

Art. 53

Rechtswidrige Beschlagnahme oder vorläufige Sperrung

Schaden aus rechtswidriger Beschlagnahme oder rechtswidriger vorläufiger Sperrung kann der Medieninhaber (Verleger) nach dem Gesetz über die Amtshaftung geltend machen.

Art. 54

Ort der Begehung

1) Für Medieninhaltsdelikte gilt als Tatort der Verlagsort.

2) Liegt aber der Verlagsort im Ausland oder ist er unbekannt, so gilt als Tatort eines Medienhaltsdeliktes:

a) in einem Medienerzeugnis der Herstellungsort im Inland und subsidiär jeder Ort, an dem das Medienerzeugnis im Inland verbreitet worden ist;

b) in einer Rundfunksendung jeder Ort, an dem die Rundfunksendung im Inland empfangen werden konnte;

c) in einem Dienst der Informationsgesellschaft der Wohnsitz oder Aufenthalt des Täters oder des Verletzten im Inland.

3) Unbeschadet der Abs. 1 und 2 gilt als Tatort für ein in einem Film begangenes Medieninhaltsdelikt jeder Ort, an dem der Film im Inland öffentlich vorgeführt worden ist.

Art. 55

Ergänzende Verfahrensbestimmungen

1) Im Strafverfahren und selbständigen Verfahren wegen eines Medieninhaltsdelikts ist der Medieninhaber (Verleger) zur Schlussverhandlung zu laden. Er hat die Rechte des Beschuldigten; insbesondere steht ihm das Recht zu, alle Verteidigungsmittel wie der Beschuldigte vorzubringen und das Urteil in der Hauptsache anzufechten. Doch werden das Verfahren und die Urteilsfällung durch sein Nichterscheinen nicht gehemmt; auch kann er gegen ein in seiner Abwesenheit gefälltes Urteil keinen Einspruch erheben.

2) Die Entscheidungen über die Einziehung oder Sperrung, die Urteilsveröffentlichung und die Haftung bilden Teile des Ausspruches über die Strafe und können zugunsten und zum Nachteil des Verurteilten oder des Medieninhabers (Verlegers) mit Berufung angefochten werden.

II. Besonderer Teil

A. Rundfunk

1. Allgemeine Bestimmungen

Art. 56

Meinungsvielfalt

Jeder Veranstalter eines Vollprogramms oder eines in besonderer Weise meinungsbildenden Spartenprogramms hat zu gewährleisten, dass im Programm die Vielfalt der Meinungen im Wesentlichen zum Ausdruck kommt; es ist

sicherzustellen, dass die bedeutsamen politischen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen angemessen zu Wort kommen. Das Programm darf nicht einseitig einer Partei oder Gruppe, einem Berufsstand, einer Interessengemeinschaft, einem Bekenntnis oder einer Weltanschauung dienen; Auffassungen von Minderheiten sind zu berücksichtigen. Die Möglichkeit, im Rahmen dieses Gesetzes Spartenprogramme anzubieten, bleibt hiervon unberührt.

Art. 57

Eigenständigkeit des Programms, programmliche Zusammenarbeit

1) Jedes Rundfunkprogramm muss vom Veranstalter zu einem angemessenen Anteil journalistisch-redaktionell selbst gestaltet sein. Bei der Beurteilung der Angemessenheit sind vor allem der inhaltlich auf das jeweilige Verbreitungsgebiet bezogene Anteil des journalistisch-redaktionell selbst gestalteten Programms und insbesondere der darin enthaltene Anteil an Wortbeiträgen, die wirtschaftliche Situation des Veranstalters und der Umfang eines von einem anderen Veranstalter oder einem Dritten übernommenen Rahmenprogramms oder sonstiger Programmteile zu berücksichtigen. Die Angemessenheit ist in der Regel gegeben, wenn der auf das jeweilige Verbreitungsgebiet bezogene Anteil nach Satz 2 im Wochendurchschnitt 10 % der Sendezeit beträgt.

2) Rundfunkveranstalter können im Rahmen der Vorschriften dieses Gesetzes mit anderen Rundfunkveranstaltern und mit Dritten Vereinbarungen über die Lieferung eines Rahmenprogramms und von sonstigen Programmteilen treffen, soweit dadurch die Eigenständigkeit des Programms nach Abs. 1 nicht beeinträchtigt ist. Die inhaltliche Verantwortung des Veranstalters erstreckt sich auch auf die übernommenen Programmteile. Der Veranstalter ist berechtigt, jederzeit auf die Verbreitung der Programmzulieferung zu verzichten und diese durch andere Programmteile zu ersetzen; für Werbung gilt dies nur, soweit diese gegen die einschlägigen Vorschriften dieses Gesetzes oder andere gesetzliche Vorschriften verstösst.

Art. 58

Kurzberichterstattung

1) Das Recht auf unentgeltliche Kurzberichterstattung über Veranstaltungen und Ereignisse, die öffentlich zugänglich und von allgemeinem Informationsinteresse sind, steht jedem in Europa zugelassenen Rundfunkveranstalter zu eigenen Sendezwecken zu. Dieses Recht schliesst die

Befugnis zum Zugang, zur kurzzeitigen Direktübertragung, zur Aufzeichnung, zu deren Auswertung zu einem einzigen Beitrag und zur Weitergabe unter den Voraussetzungen der folgenden Absätze ein.

2) Anderweitige gesetzliche Bestimmungen, insbesondere solche des Urheberrechts und des Persönlichkeitsschutzes bleiben unberührt.

3) Die unentgeltliche Kurzberichterstattung ist auf eine dem Anlass entsprechende nachrichtenmässige Kurzberichterstattung beschränkt. Die zulässige Dauer bemisst sich nach der Länge der Zeit, die notwendig ist, um den nachrichtenmässigen Informationsgehalt der Veranstaltung oder des Ereignisses zu vermitteln. Werden Kurzberichte über Veranstaltungen vergleichbarer Art zusammengefasst, muss auch in dieser Zusammenfassung der nachrichtenmässige Charakter gewahrt bleiben.

4) Das Recht auf Kurzberichterstattung muss so ausgeübt werden, dass vermeidbare Störungen der Veranstaltung oder des Ereignisses unterbleiben. Der Veranstalter kann die Übertragung oder die Aufzeichnung einschränken oder ausschliessen, wenn anzunehmen ist, dass sonst die Durchführung der Veranstaltung in Frage gestellt oder das sittliche Empfinden der Veranstaltungsteilnehmer gröblich verletzt würde. Das Recht auf Kurzberichterstattung ist ausgeschlossen, wenn Gründe der öffentlichen Sicherheit und Ordnung entgegenstehen und diese das öffentliche Interesse an der Information überwiegen. Unberührt bleibt im Übrigen das Recht des Veranstalters, die Übertragung oder die Aufzeichnung der Veranstaltung insgesamt auszuschliessen.

5) Für die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung kann der Veranstalter das allgemein vorgesehene Eintrittsgeld verlangen; im Übrigen ist ihm Ersatz seiner notwendigen Aufwendungen zu leisten, die durch die Ausübung des Rechts entstehen.

6) Für die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung über berufsmässig durchgeführte Veranstaltungen kann der Veranstalter ein dem Charakter der Kurzberichterstattung entsprechendes billiges Entgelt verlangen. Wird über die Höhe des Entgelts keine Einigkeit erzielt, soll ein schiedsrichterliches Verfahren nach §§ 594 ff. der Zivilprozessordnung vereinbart werden. Das Fehlen einer Vereinbarung über die Höhe des Entgelts oder über die Durchführung eines schiedsrichterlichen Verfahrens steht der Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung nicht entgegen; dasselbe gilt für einen bereits anhängigen Rechtsstreit über die Höhe des Entgelts.

7) Die Ausübung des Rechts auf Kurzberichterstattung setzt eine Anmeldung des Rundfunkveranstalters bis spätestens zehn Tage vor Beginn der Veranstaltung beim Veranstalter voraus. Dieser hat spätestens fünf Tage vor dem Beginn der Veranstaltung den anmeldenden Rundfunkveranstaltern mitzuteilen, ob genügend räumliche und technische Möglichkeiten für eine Übertragung oder

Aufzeichnung bestehen. Bei kurzfristigen Veranstaltungen und bei Ereignissen haben die Anmeldungen zum frühestmöglichen Zeitpunkt zu erfolgen.

8) Reichen die räumlichen und technischen Gegebenheiten für eine Berücksichtigung aller Anmeldungen nicht aus, haben zunächst die Rundfunkveranstalter Vorrang, die vertragliche Vereinbarungen mit dem Rundfunkveranstalter oder dem Träger des Ereignisses geschlossen haben. Darüber hinaus steht dem Rundfunkveranstalter oder dem Träger des Ereignisses ein Auswahlrecht zu. Dabei sind zunächst solche Rundfunkveranstalter zu berücksichtigen, die eine umfassende Versorgung des Inlands sicherstellen.

9) Rundfunkveranstalter, die die Kurzberichterstattung wahrnehmen, sind verpflichtet, das Signal und die Aufzeichnung unmittelbar denjenigen Rundfunkveranstaltern gegen Ersatz der angemessenen Aufwendungen zur Verfügung zu stellen, die nicht zugelassen werden konnten.

10) Trifft der Veranstalter oder der Träger eines Ereignisses eine vertragliche Vereinbarung mit einem Rundfunkveranstalter über eine Berichterstattung, hat er dafür Sorge zu tragen, dass mindestens ein anderer Rundfunkveranstalter eine Kurzberichterstattung wahrnehmen kann.

11) Die für die Kurzberichterstattung nicht verwerteten Teile sind spätestens drei Monate nach Beendigung der Veranstaltung oder des Ereignisses zu vernichten; die Vernichtung ist dem betreffenden Rundfunkveranstalter oder Träger des Ereignisses schriftlich mitzuteilen. Die Frist wird durch die Ausübung berechtigter Interessen Dritter unterbrochen.

Art. 59

Exklusivrechte an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung

1) Für den Fall, dass ein Rundfunkveranstalter ausschliessliche Übertragungsrechte an einem Ereignis von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung erworben hat, das auf einer im Sinne des Abs. 2 veröffentlichten Liste angeführt ist, darf er diese ausschliesslichen Übertragungsrechte nicht in der Weise ausüben, dass einem bedeutenden Teil der Öffentlichkeit in einem EWR-Mitgliedstaat die Möglichkeit vorenthalten wird, die von diesem EWR-Mitgliedstaat gemäss Abs. 2 bezeichneten Ereignisse als direkte Gesamt- oder Teilberichterstattung oder, sofern in öffentlichem Interesse aus objektiven Gründen erforderlich oder angemessen, als zeitversetzte Gesamt- oder Teilberichterstattung in einer frei zugänglichen Fernsehsendung zu verfolgen, wie dies von dem EWR-Mitgliedstaat gemäss Abs. 2 festgelegt worden ist.

2) Als Ereignis von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung gilt ein Ereignis, welches in einer Liste eines EWR-Mitgliedstaates angeführt ist, die im Amtsblatt der Europäischen Union entsprechend dem Art. 3a Abs. 1 und 2 der

Richtlinie 89/552/EWG, in der Fassung der Richtlinie 97/36/EG, veröffentlicht wurde.

3) Ein Rundfunkveranstalter kommt der Verpflichtung gemäss Abs. 1 auch dann nach, wenn er in nachweislicher und zumutbarer Weise unter Zugrundelegung angemessener marktüblicher Bedingungen bestrebt war, den frei zugänglichen Empfang des jeweiligen Ereignisses im Sinne der von einem EWR-Mitgliedstaat festgelegten Weise zu ermöglichen.

4) In Streitfällen über das Ausmass der Verpflichtung nach Abs. 1 und über die Angemessenheit der Bedingungen nach Abs. 3 sollen die Parteien rechtzeitig vor dem Ereignis ein schiedsrichterliches Verfahren nach §§ 594 ff. der Zivilprozessordnung vereinbaren; kommt die Vereinbarung eines schiedsrichterlichen Verfahrens aus Gründen, die der Rundfunkveranstalter oder der Dritte zu vertreten haben, nicht zustande, gilt die Übertragung als nicht zu angemessenen Bedingungen ermöglicht.

5) Bei wiederholten und schwer wiegenden Verletzungen des Abs. 1 durch einen Rundfunkveranstalter kann die Konzessionsbehörde das Verfahren zum Entzug der Konzession einleiten.

2. Programmkonzession

Art. 60

Grundsatz

1) Die Veranstaltung und Verbreitung von Radio- oder Fernsehprogrammen im Inland bedarf unabhängig von der Verbreitungsart einer Programmkonzession. Die Programmkonzession wird erteilt, wenn sämtliche Voraussetzungen nach diesem Gesetz erfüllt sind.

2) Die Programmkonzession wird erteilt für:

a) die Programmart (Radio, Fernsehen);

b) die Programmkategorie (Voll- oder Spartenprogramm); beim Spartenprogramm auch für den wesentlichen Inhalt.

3) Die Programmkonzession wird für eine bestimmte Zeit erteilt, maximal jedoch für die Dauer von zehn Jahren. Eine Verlängerung ist zulässig.

4) Die Programmkonzession ist nicht übertragbar. Eine Übertragung der Programmkonzession ist anzunehmen, wenn innerhalb eines Zeitraums von drei Jahren seit der Konzessionserteilung mehr als 50 % der Kapital- oder Stimmrechtsanteile auf andere Gesellschafter oder Dritte übertragen werden und

dies nach den gesamten Umständen, insbesondere bei einer wesentlichen Änderung des Programmkonzeptes oder einer Änderung des Programmnamens, einem Wechsel des Rundfunkveranstalters gleichkommt.

5) Geplante Veränderungen der Beteiligungsverhältnisse oder sonstiger Einflüsse sind der Konzessionsbehörde von den Rundfunkveranstaltern vor ihrem Vollzug schriftlich anzuzeigen. Die Konzessionsbehörde bestätigt die Unbedenklichkeit der Veränderungen, wenn sie weder einer Übertragung der Konzession gleichkommen und dem Rundfunkveranstalter auch unter den veränderten Voraussetzungen eine Konzession erteilt werden könnte.

6) Keiner Programmkonzession bedarf die Veranstaltung und Verbreitung von Sendungen in Einrichtungen, insbesondere Beherbergungsbetrieben, Krankenhäusern, Heimen oder Anstalten, wenn die Sendungen nur dort empfangen werden können und in einem funktionellen Zusammenhang mit den in diesen Einrichtungen zu erfüllenden Aufgaben stehen und sich deren Verbreitung auf ein Gebäude oder einen Gebäudekomplex beschränkt.

7) Die Regierung kann die Erhebung einer angemessenen jährlichen Konzessionsabgabe mittels Verordnung festlegen.

8) Unberührt bleiben kommunikationsrechtliche Erfordernisse.

Konzessionsvoraussetzungen

Art. 61

a) Persönliche Voraussetzungen

1) Eine Programmkonzession kann natürlichen oder juristischen Personen sowie rechtsfähigen Personengesellschaften des Privatrechts erteilt werden, die im Inland, in einem anderen EWR-Mitgliedstaat oder in der Schweiz ihren Wohnsitz oder Sitz haben und gerichtlich verfolgt werden können.

2) Die Erteilung einer Programmkonzession setzt voraus, dass der Antragsteller oder dessen gesetzlicher oder statutarischer Vertreter:

a) unbeschränkt handlungsfähig ist;

b) Gewähr dafür bietet, dass er das Programm entsprechend der Konzession und unter Beachtung der gesetzlichen Vorschriften veranstalten und verbreiten wird.

3) Eine Aktiengesellschaft kann nur dann als Rundfunkveranstalter zugelassen werden, wenn in den Statuten bestimmt ist, dass die Aktien nur als Namensaktien oder stimmrechtslose Vorzugsaktien ausgegeben werden dürfen.

4) Eine Programmkonzession darf nicht erteilt werden an:

a) Mitglieder des Landtages und der Regierung;

b) politische Parteien;

c) Personen, die in leitender Stellung in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis zu einer juristischen Person des öffentlichen Rechts stehen;

d) Personen, die Mitglied eines Organs des Liechtensteinischen Rundfunks sind oder in einem Arbeits- oder Dienstverhältnis zu ihm stehen;

e) Personen, die mit einem oder mehreren periodischen Medien in Liechtenstein eine marktbeherrschende Stellung haben oder die Mehrheit der Kapital- oder Stimmrechtsanteile an einem solchen Unternehmen besitzen oder an denen solche Unternehmen mehr als ein Drittel der Kapital- oder Stimmrechtsanteile besitzen oder in anderer Weise wesentlichen Einfluss auf den Medieninhalt ausüben, sowie Personen, die an einem solchen Unternehmen in leitender Stellung mitwirken.

5) Personen nach Abs. 4 gleichzuhalten sind von ihnen rechtlich oder wirtschaftlich abhängige Unternehmen, Personen oder Gesellschaften.

6) Der Antragsteller hat seine Eigentums- und Treuhandverhältnisse sowie alle Rechtsbeziehungen zu Rundfunkveranstaltern und Unternehmen auf medienrelevanten Märkten offen zu legen. Jede geplante Veränderung von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen ist der Konzessionsbehörde vor ihrem Vollzug schriftlich anzuzeigen.

Art. 62

b) Sachliche Voraussetzungen

1) Für die Konzessionserteilung muss unter Vorlage eines Programmschemas, das auch über Art und Umfang der vorgesehenen Übernahme von Programmteilen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, privater Rundfunkveranstalter und Dritter sowie über Art und Umfang der vorgesehenen redaktionell selbst gestalteten Beiträge, einschliesslich derjenigen zum Geschehen in dem geplanten Verbreitungsgebiet, Aufschluss gibt, und unter Vorlage eines Finanzplans glaubhaft gemacht werden, dass:

a) finanziell und organisatorisch die Voraussetzungen für eine regelmässige Veranstaltung und Verbreitung eines Programms der beantragten Programmart und Programmkategorie erfüllt sind;

b) das Programm, sofern es sich nicht nur um ein Spartenprogramm handelt, den in Art. 57 bestimmten Anteil redaktionell selbstgestalteter Sendungen und solcher Sendungen enthalten wird, die sich auf das geplante

Verbreitungsgebiet beziehen, soweit dies nach der Art des Programms erwartet werden kann; und

c) das Programm zu einem angemessenen Anteil in Liechtenstein, einem anderen EWR-Mitgliedstaat oder der Schweiz hergestellt wird.

2) Der Antragsteller hat zudem den Nachweis zu erbringen, dass er über die notwendige Übertragungskapazität verfügt.

Art. 63

Konzessionsverfahren

1) Der Antrag auf eine Programmkonzession ist bei der Konzessionsbehörde schriftlich einzureichen.

2) Der Antragsteller hat alle Angaben zu machen, alle Auskünfte zu erteilen und alle Unterlagen vorzulegen, die zur Prüfung des Konzessionsantrags erforderlich sind.

3) Die Auskunftspflicht und die Verpflichtung zur Vorlage von Unterlagen erstrecken sich insbesondere auf:

a) eine Darstellung der unmittelbaren und mittelbaren Beteiligungen im Sinne des Art. 12 Abs. 2 an dem Antragsteller, sowie der Kapital- und Stimmrechtsverhältnisse bei dem Antragsteller und in den mit ihm verbundenen Unternehmen;

b) den Gesellschaftsvertrag oder die Statuten des Antragstellers;

c) Vereinbarungen, die zwischen an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinn von Art. 12 Abs. 2 Beteiligten bestehen und sich auf die gemeinsame Veranstaltung von Rundfunk sowie auf Treuhandverhältnisse und nach Art. 100 erhebliche Umstände beziehen;

d) den Nachweis der notwendigen Übertragungskapazität;

e) eine schriftliche Erklärung des Antragstellers, dass die vorgelegten Unterlagen und Angaben vollständig und richtig sind.

4) Ist für die Prüfung im Rahmen des Konzessionsverfahrens ein Sachverhalt bedeutsam, der sich auf Vorgänge ausserhalb des Geltungsbereiches dieses Gesetzes bezieht, so hat der Antragsteller diesen Sachverhalt aufzuklären und die erforderlichen Beweismittel zu beschaffen. Er hat dabei alle für ihn bestehenden rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten auszuschöpfen. Der Antragsteller kann sich nicht darauf berufen, dass er Sachverhalte nicht aufklären oder Beweismittel nicht beschaffen kann, wenn er sich nach Lage des Falles bei der Gestaltung seiner Verhältnisse die Möglichkeit dazu hätte beschaffen oder einräumen lassen können.

5) Die Verpflichtungen nach den Abs. 2 bis 4 gelten für natürliche und juristische Personen oder Personengesellschaften, die an dem Antragsteller unmittelbar oder mittelbar im Sinne von Art. 12 Abs. 2 beteiligt sind oder zu ihm im Verhältnis eines verbundenen Unternehmens stehen oder sonstige Einflüsse auf ihn ausüben können, entsprechend.

6) Kommt ein Auskunfts- oder Vorlagepflichtiger seinen Mitwirkungspflichten innerhalb einer von der Konzessionsbehörde bestimmten Frist nicht nach, kann der Konzessionsantrag abgewiesen werden.

7) Die im Rahmen des Konzessionsverfahrens Auskunfts- und Vorlagepflichtigen sind verpflichtet, jede Änderung der massgeblichen Umstände nach Antragstellung oder nach Erteilung der Konzession unverzüglich der Konzessionsbehörde mitzuteilen. Art. 60 Abs. 4 und 5 bleibt unberührt.

Art. 64

Abänderung der Programmkonzession

1) Eine Abänderung der Programmkonzession von Amts wegen ist zulässig, wenn:

a) eine Änderung der massgeblichen Rechts- oder Sachlage eingetreten ist; oder

b) überwiegende öffentliche Interessen dies erfordern.

2) Inhaber einer Programmkonzession sind verpflichtet, der Konzessionsbehörde Änderungen der massgeblichen Sachlage unverzüglich anzuzeigen.

3) Eine Abänderung der Programmkonzession auf Antrag des Konzessionsinhabers ist in den Grenzen dieses Gesetzes jederzeit zulässig.

4) Ein durch die rechtmässige Abänderung eingetretener Vermögensnachteil des Rundfunkveranstalters ist nicht zu entschädigen.

Art. 65

Entzug der Programmkonzession

1) Ein Entzug der Programmkonzession ist nur zulässig, wenn:

a) das Programm in dem vorgesehenen Umfang nicht binnen eines halben Jahres nach Erteilung der Konzession aufgenommen wird;

b) die Voraussetzungen für die Erteilung der Programmkonzession nachträglich entfallen;

c) die Programmkonzession übertragen wurde;

d) der Rundfunkveranstalter das Programm aus von ihm zu vertretenden Gründen für mehr als drei Monate unterbrochen hat;

e) eine Veränderung von Beteiligungsverhältnissen oder sonstigen Einflüssen vollzogen wird, die zu einer bedenklichen Medienkonzentration führt;

f) der Rundfunkveranstalter in seinem Programm wiederholt gegen die Bestimmungen der Programmkonzession oder der Gesetze verstossen hat;

g) das Programm sich ganz oder in wesentlichen Teilen an die Bevölkerung eines anderen Staates richtet, der das Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und der Rundfunkveranstalter sich zu dem Zweck in Liechtenstein niedergelassen hat, Bestimmungen des anderen Staates, die Gegenstand dieses Übereinkommens sind, zu umgehen.

2) Der Entzug ist von der Konzessionsbehörde vorher schriftlich anzudrohen.

3) Ein durch den rechtmässigen Entzug eingetretener Vermögensnachteil des Rundfunkveranstalters ist nicht zu entschädigen.

Art. 66

Erlöschen der Programmkonzession

Die Programmkonzession erlischt durch:

a) Zeitablauf;

b) Verzicht des Konzessionsinhabers;

c) Entzug durch die Konzessionsbehörde;

d) Konkurs des Konzessionsinhabers;

e) Tod oder Erlöschen der Rechtspersönlichkeit des Konzessionsinhabers.

Art. 67

Sicherheitsleistung

Für alle Verbindlichkeiten aus einer Konzession, zur Deckung allfälliger Kosten, Gebühren, und Verwaltungsstrafen kann vom Konzessionswerber oder -inhaber eine angemessene Sicherheit verlangt werden.

Art. 68

Verfahrensrecht

Im Übrigen gelten die Vorschriften des Gesetzes über die allgemeine Landesverwaltungspflege.

3. Programminhalt

a) Werbung

Art. 69

Grundsatz

1) Jeder Rundfunkveranstalter kann im Rahmen seiner Programme Sendezeiten gegen Entgelt für Werbung oder Teleshopping vergeben.

2) In der Rundfunkwerbung dürfen weder im Bild noch im Ton Personen auftreten, die regelmässig Nachrichtensendungen und Sendungen zum politischen Zeitgeschehen vorstellen.

Art. 70

Patronanzsendungen (Sponsoring)

1) Patronanzsendungen müssen folgenden Anforderungen genügen:

a) Inhalt und Programmplatz einer Patronanzsendung dürfen vom Auftraggeber auf keinen Fall in der Weise beeinflusst werden, dass die

Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters in Bezug auf die Sendungen angetastet werden;

b) sie sind als Patronanzsendung durch den Namen oder das Firmenemblem des Auftraggebers am Anfang oder am Ende eindeutig zu kennzeichnen (An- oder Absage); damit kann ein Hinweis auf den Sitz, die Tätigkeit oder die Produkte des Auftraggebers verbunden werden. Weitere Hinweise auf den Auftraggeber während der Sendung sind unzulässig;

c) sie dürfen nicht zu Kauf, Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen des Auftraggebers oder eines Dritten, insbesondere durch spezifische verkaufsfördernde Hinweise auf diese Erzeugnisse oder Dienstleistungen, anregen.

2) Patronanzsendungen dürfen nicht von natürlichen oder juristischen Personen in Auftrag gegeben werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Erzeugnissen oder die Erbringung von Dienstleistungen ist, für die die Werbung nach diesem Gesetz oder nach anderen gesetzlichen Bestimmungen verboten ist.

3) Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht im Sinne von Abs. 1 finanziell unterstützt werden.

4) An- und Absagen von Patronanzsendungen im Fernsehen sind, sofern es sich bei den Patronanzsendungen nicht um solche zu Gunsten karitativer oder sonstiger im öffentlichen Interesse gelegenen Zwecke handelt, in die Berechnung der höchstzulässigen Werbezeit einzurechnen.

5) Die Gestaltung von Sendungen oder Sendungsteilen nach thematischen Vorgaben Dritter gegen Entgelt ist unzulässig.

Art. 71

Sonderformen der Fernsehwerbung

1) Eine Teilbelegung des ausgestrahlten Bildes mit Werbung ist zulässig, wenn die Werbung vom übrigen Programm eindeutig optisch getrennt und als solche gekennzeichnet ist. Diese Werbung wird auf die Dauer der Spotwerbung nach Art. 73 angerechnet.

2) Dauerwerbesendungen sind zulässig, wenn der Werbecharakter erkennbar im Vordergrund steht und die Werbung einen wesentlichen Bestandteil der Sendung darstellt. Sie müssen zu Beginn als Dauerwerbesendung angekündigt und während ihres gesamten Verlaufs als solche gekennzeichnet werden.

3) Die Einfügung virtueller Werbung in Sendungen ist vorbehaltlich entgegenstehender Rechte Dritter zulässig, wenn:

a) am Anfang und am Ende der betreffenden Sendung darauf hingewiesen wird; und

b) durch sie eine am Ort der Übertragung ohnehin bestehende Werbung ersetzt wird.

Art. 72

Einfügung von Fernsehwerbung und Teleshopping

1) Übertragungen von Gottesdiensten sowie Sendungen für Kinder dürfen nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden; an Kinder gerichtete Werbung darf nicht unmittelbar vor und nach Kindersendungen ausgestrahlt werden.

2) Fernsehwerbung und Teleshopping-Spots müssen zwischen den einzelnen Sendungen eingefügt werden. Einzeln gesendete Werbe- und Teleshopping-Spots müssen die Ausnahme bilden. Unter den in den Abs. 3 bis 5 genannten Voraussetzungen können die Werbung und die Teleshopping-Spots auch in Sendungen eingefügt werden, sofern der gesamte Zusammenhang und der Charakter der Sendung nicht beeinträchtigt werden und sofern nicht gegen die Rechte von Rechteinhabern verstossen wird.

3) Bei Fernsehsendungen, die aus eigenständigen Teilen bestehen, oder bei Sportsendungen und Sendungen über ähnlich gegliederte Ereignisse und Darbietungen mit Pausen können Werbung und Teleshopping-Spots nur zwischen die eigenständigen Teile oder in die Pausen eingefügt werden. Bei anderen Sendungen soll der Abstand zwischen zwei aufeinanderfolgenden Unterbrechungen innerhalb der Sendung mindestens 20 Minuten betragen.

4) Abweichend von Abs. 3 Satz 2 kann die Übertragung audiovisueller Werke wie Kinospielfilme und Fernsehfilme mit Ausnahme von Serien, Reihen, leichten Unterhaltungssendungen und Dokumentarfilmen für jeden vollen Zeitraum von 45 Minuten einmal unterbrochen werden, sofern ihre programmierte Sendezeit mehr als 45 Minuten beträgt. Eine weitere Unterbrechung ist zulässig, wenn die programmierte Sendedauer um mindestens 20 Minuten über zwei oder mehrere volle 45 Minutenzeiträume hinausgeht.

5) Im Fernsehen dürfen Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Dokumentarfilme und Sendungen religiösen Inhalts, die eine programmierte Sendezeit von weniger als 30 Minuten haben, nicht durch Werbung oder Teleshopping unterbrochen werden. Beträgt ihre programmierte Sendezeit mindestens 30 Minuten, so gelten die Bestimmungen der vorangegangenen Absätze.

6) Richten sich Fernsehwerbung oder Teleshopping in einem Fernsehprogramm eigens und häufig an Zuschauer eines anderen Staates, der das

Europäische Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen ratifiziert hat und nicht EWR-Mitglied ist, so dürfen die für die Fernsehwerbung oder das Teleshopping dort geltenden Vorschriften nicht umgangen werden. Satz 1 gilt nicht, wenn die Vorschriften dieses Gesetzes über die Fernsehwerbung oder das Teleshopping strenger sind als jene Vorschriften, die in dem betreffenden Staat gelten, ferner nicht, wenn mit dem betroffenen Staat Übereinkünfte auf diesem Gebiet geschlossen wurden.

Art. 73

Dauer der Fernsehwerbung

1) Der Anteil an Sendezeit für Teleshopping-Spots, Werbespots und andere Formen der Werbung darf mit Ausnahme von Teleshopping-Fenstern im Sinne des Art. 74 20 % der täglichen Sendezeit nicht überschreiten. Die Sendezeit für Werbespots darf 15 % der täglichen Sendezeit nicht überschreiten.

2) Der Anteil an Sendezeit für Werbespots und Teleshopping-Spots innerhalb einer Stunde, gerechnet ab einer vollen Stunde, darf 20 % nicht überschreiten.

Art. 74

Teleshopping-Fenster

1) Teleshopping-Fenster, die im Rahmen eines Programms gesendet werden, das nicht ausschliesslich für Teleshopping bestimmt ist, müssen eine Mindestdauer von 15 Minuten ohne Unterbrechung haben.

2) Es sind höchstens acht solcher Fenster täglich zulässig. Ihre Gesamtsendedauer darf drei Stunden pro Tag nicht überschreiten. Die Fenster müssen optisch und akustisch klar als Teleshopping-Fenster gekennzeichnet sein.

Art. 75

Eigenwerbekanäle

Für Eigenwerbekanäle gelten die Werbeverbote und -beschränkungen dieses Gesetzes entsprechend.

b) Europäische Film- und Fernsehproduktionen

Art. 76

Grundsatz

1) Zur Darstellung der Vielfalt im deutschsprachigen und europäischen Raum und zur Förderung von europäischen Film- und Fernsehproduktionen sollen die Fernsehveranstalter den Hauptteil ihrer insgesamt für Spielfilme, Fernsehspiele, Serien, Dokumentarsendungen und vergleichbare Produktionen vorgesehenen Sendezeit europäischen Werken entsprechend dem europäischen Recht vorbehalten.

2) Fernsehvollprogramme sollen einen wesentlichen Anteil an Eigenproduktionen sowie Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen aus dem deutschsprachigen und europäischen Raum enthalten. Das gleiche gilt für Fernsehspartenprogramme, soweit dies nach ihren inhaltlichen Schwerpunkten möglich ist.

4. Rechnungslegungs-, Vorlage- und Informationspflichten

Art. 77

Rechnungslegungs- und Vorlagepflicht

1) Unbeschadet anderweitiger Anzeige- und Vorlagepflichten hat jeder Rundfunkveranstalter unabhängig von seiner Rechtsform jährlich eine Jahresrechnung nach den Vorschriften des Personen- und Gesellschaftsrechts, einschliesslich jener für bestimmte Gesellschaftsformen (Art. 1063 ff PGR), aufzustellen und bis spätestens drei Monate nach Ende des Geschäftsjahres der Konzessionsbehörde vorzulegen.

2) Innerhalb derselben Frist hat der Rundfunkveranstalter der Konzessionsbehörde eine Aufstellung der Programmbezugsquellen für den Berichtszeitraum vorzulegen und der Konzessionsbehörde gegenüber eine Erklärung darüber abzugeben, ob und inwieweit innerhalb des abgelaufenen Kalenderjahres bei den nach Art. 12 Abs. 2 massgeblichen Beteiligungsverhältnissen eine Veränderung eingetreten ist.

3) Abs. 1 und 2 finden auf an dem Rundfunkveranstalter unmittelbar und mittelbar Beteiligte im Sinne des Art. 12 Abs. 2 entsprechende Anwendung.

Art. 78

Informationspflicht

1) Die Fernsehveranstalter sind verpflichtet, der Konzessionsbehörde sämtliche in Art. 6 Abs. 2 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen aufgeführten Informationen auf Verlangen zur Verfügung zu stellen.

2) Die Konzessionsbehörde nimmt die Aufgaben nach Art. 19 Abs. 2 und 3 des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen wahr.

3) Die Abs. 1 und 2 gelten entsprechend, soweit rechtsverbindliche Berichtspflichten gegenüber zwischenstaatlichen Einrichtungen oder internationalen Organisationen bestehen.

5. Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen

Art. 79

Unveränderte Weiterverbreitung anderer Rundfunkprogramme

1) Die unveränderte Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen, die in rechtlich zulässiger Weise und entsprechend den einschlägigen völkerrechtlichen Bestimmungen veranstaltet werden, ist im Rahmen der vorhandenen technischen Möglichkeiten und nach Massgabe der kommunikationsrechtlichen Vorschriften zulässig.

2) Die Aufsichtsbehörde untersagt die Weiterverbreitung eines Rundfunkprogramms, wenn:

a) das Rundfunkprogramm im Herkunftsland nicht in rechtlich zulässiger Weise veranstaltet wird;

b) das Rundfunkprogramm nicht den Anforderungen von Art. 6 entspricht;

c) das Recht der Gegendarstellung oder ein ähnliches Recht nicht gewährleistet ist; oder

d) das Rundfunkprogramm nicht inhaltlich unverändert, vollständig und zeitgleich weiterverbreitet wird.

3) Die Weiterverbreitung eines Fernsehprogramms kann abweichend von Abs. 1 Bst. b und c nicht untersagt werden, wenn dieses Programm in rechtlich zulässiger Weise und entsprechend den Bestimmungen des Europäischen Übereinkommens über das grenzüberschreitende Fernsehen veranstaltet wird; die Weiterverbreitung kann nur unter Beachtung europäischer rundfunkrechtlicher Regelungen ausgesetzt werden.

4) Liegt ein Untersagungsgrund im Sinne des Abs. 2 vor Beginn der Weiterverbreitung vor, so ordnet die Aufsichtsbehörde an, dass die Weiterverbreitung erst dann erfolgen darf, wenn sie festgestellt hat, dass dieses Gesetz der Weiterverbreitung nicht entgegensteht.

5) Tritt ein Untersagungsgrund nach Beginn der Weiterverbreitung ein, weist die Aufsichtsbehörde in den Fällen den Verantwortlichen zunächst schriftlich darauf hin. Dauert der Rechtsverstoss fort oder wiederholt er sich, kann die Aufsichtsbehörde nach Anhörung die Weiterverbreitung mittels Verfügung endgültig untersagen.

6) Ein durch die rechtmässige Untersagung eingetretener Vermögensnachteil ist nicht zu entschädigen.

6. Terrestrische Übertragungskapazitäten

Art. 80

Zuordnung terrestrischer Übertragungskapazitäten

1) Die Zuordnung der Liechtenstein zur Verfügung stehenden terrestrischen Übertragungskapazitäten zur programmlichen Nutzung legt die Regierung mit Verordnung nach Massgabe der folgenden Absätze fest.

2) Übertragungskapazitäten, die zur Sicherstellung der Grundversorgung mit öffentlich-rechtlichem Rundfunk erforderlich sind, werden dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zugeordnet.

3) Unbeschadet des Abs. 2 sind die Übertragungskapazitäten insgesamt so zuzuordnen, dass eine möglichst gleichgewichtige Entwicklung und Verbreitung des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks gesichert wird. Dabei sind folgende Gesichtspunkte einzubeziehen:

a) Sicherung der Erfüllung des gesetzlichen Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks;

b) Sicherung einer flächendeckenden Versorgung mit landesweit verbreiteten privaten Rundfunkprogrammen;

c) die Vielfalt des Programmangebots.

4) Werden bislang in analoger Technik genutzte terrestrische Übertragungskapazitäten für die Übertragung von Rundfunkprogrammen in digitaler Technik genutzt, sind diejenigen Anbieter vorrangig zu berücksichtigen, die ihr Programm auf diesen Übertragungskapazitäten bislang in analoger Technik verbreitet haben.

5) Bei der Zuordnung neuer digitaler terrestrischer Übertragungskapazitäten können dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk nach Bedarf bis zu 50 % der Gesamtkapazität für seine Diensteangebote zugeordnet werden.

Art. 81

Recht auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität

1) Wurden terrestrische Übertragungskapazitäten gemäss Art. 80 dem privaten Rundfunk zugeordnet, bestimmt die Regierung Beginn und Ende einer Ausschlussfrist, innerhalb derer schriftliche Anträge auf Erteilung des Rechts auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität gestellt werden können. Beginn und Ende der Antragsfrist und die wesentlichen Anforderungen an die Antragstellung sind von der Regierung festzulegen und in den amtlichen Publikationsorganen zu veröffentlichen (Ausschreibung). Antragsteller, die über keine Programmkonzession verfügen, haben gleichzeitig einen entsprechenden Antrag nach diesem Gesetz einzubringen.

2) Die Regierung erteilt jenen Antragstellern das Recht auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität, die nach ihrer kapitalmässigen Zusammensetzung, ihrer Organisationsstruktur und ihrem Programmschema am ehesten gewährleisten, dass ihr Programm die Meinungsvielfalt in Liechtenstein stärkt, das öffentliche Geschehen, die politischen Ereignisse sowie das kulturelle Leben in Liechtenstein darstellt und alle bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen zu Wort kommen lässt. In die Auswahlentscheidung einzubeziehen ist die Bereitschaft der Antragsteller, Produktionsmöglichkeiten für Radio, Fernsehen und Film in Liechtenstein zu fördern sowie der Umfang, in dem der jeweilige Antragsteller seinen Medienmitarbeitern im Rahmen der inneren Rundfunkfreiheit Einfluss auf die Programmgestaltung einräumt.

3) Die Erteilung des Rechts auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität an private Rundfunkveranstalter erfolgt durch Verfügung, die bestimmt:

a) das Verbreitungsgebiet;

b) die Art der technischen Übertragungsmöglichkeit;

c) die Sendezeit.

4) Die Regierung kann nach Massgabe der Abs. 1 bis 3 Rechte auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität für Rundfunk auch derart erteilen, dass sich mehrere private Rundfunkveranstalter die Sendezeit teilen, wenn dies einen grösseren Beitrag zur Meinungsvielfalt im Verbreitungsgebiet erwarten lässt und für die betroffenen Veranstalter eine wirtschaftlich leistungsfähige Rundfunkveranstaltung zulässt.

5) Das Recht auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität erlischt, sofern nicht binnen drei Monaten ab rechtskräftiger Erteilung ein Antrag auf Zuteilung der notwendigen terrestrischen Übertragungskapazität nach den kommunikationsrechtlichen Vorschriften gestellt wird. Das Recht ist nicht übertragbar. Art. 60 Abs. 4 und 5 gilt sinngemäss.

6) Unberührt bleiben Vereinbarungen zwischen Kabelanlagenbetreibern und Rundfunkveranstaltern sowie Anbietern von Diensten der Informationsgesellschaft über die Nutzung von Kabelkanälen zur Verbreitung von Rundfunkprogrammen.

B. Dienste der Informationsgesellschaft

Art. 82

Sondervorschriften, Qualifikation

1) Dienste der Informationsgesellschaft unterliegen den einschlägigen Sondervorschriften, insbesondere dem Gesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr.

2) Wenn und soweit Dienste der Informationsgesellschaft als Rundfunk zu qualifizieren sind, unterliegen sie den Sondervorschriften über den Rundfunk. Die für den Rundfunk zuständige Konzessionsbehörde hat das Vorliegen dieser Voraussetzung mit Verfügung festzustellen und den Diensteanbieter aufzufordern, binnen drei Monaten entweder einen Antrag auf eine Programmkonzession nach diesem Gesetz zu stellen, oder den Dienst der Informationsgesellschaft so anzubieten, dass er nicht mehr als Rundfunk zu qualifizieren ist.

III. Förderung der Medien

Art. 83

Grundsatz

1) Medien des privaten Rechts haben sich grundsätzlich nach betriebswirtschaftlichen Kriterien über den Markt zu finanzieren, insbesondere durch Einnahmen aus Entgelten (Abonnements, Einzelentgelte) und Werbung. Eine Finanzierung privater Medien aus öffentlichen Gebühren ist unzulässig.

2) Im Interesse der Erhaltung der Meinungsvielfalt, der Steigerung der journalistisch-redaktionellen Qualität sowie der Erleichterung der Verbreitung von meinungsbildenden Medien in Liechtenstein kann der Staat unbeschadet des Abs. 1 direkte und indirekte Förderungen nach Massgabe der folgenden Bestimmungen gewähren.

Art. 84

Förderungsberechtigung

1) Förderungsberechtigt sind ausschliesslich Medienunternehmen, die ein periodisches Medium publizieren:

a) das permanent und überwiegend Themen und Ereignisse mit Liechtensteinbezug in recherchierter und journalistisch-redaktionell verarbeiteter Form enthält;

b) das einen wesentlichen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung in Liechtenstein leistet;

c) dessen Hauptverbreitungsgebiet Liechtenstein ist;

d) das mindestens 52 Mal pro Kalenderjahr erscheint;

e) dessen Reichweite mindestens 25 % beträgt;

f) dessen inhaltliche Gestaltung mindestens zwei hauptberufliche Journalisten besorgen; und

g) dessen Redaktion in Liechtenstein stattfindet.

2) Ungeachtet des Abs. 1 ist die Förderung eines periodischen Mediums ausgeschlossen, das:

a) über 30 % entgeltliche Veröffentlichungen enthält;

b) vorwiegend der Werbung dient;

c) Werbung für Tabakwaren oder alkoholische Getränke enthält;

d) thematisch vorwiegend einen bestimmten Personenkreis anspricht (Mitglieder, Mitarbeiter, Kunden, Fachkreise etc.);

e) vorwiegend religiösen oder ideologischen Inhalts ist; oder

f) auf anderer Grundlage bereits mit staatlichen Mittel gefördert wird.

3) Mehrere periodische Medien desselben Medienunternehmens, die ungeachtet der Verbreitungsart weitgehend denselben Inhalt haben, sind bei der Beurteilung der Förderungsberechtigung nur einmal zu berücksichtigen.

4) Medienunternehmen, die mehrere periodische Medien unterschiedlichen Inhalts publizieren, sind nur insoweit förderungsberechtigt, als sich ihre Tätigkeit auf die Publikation eines Mediums im Sinne des Abs. 1 erstreckt.

5) Medienunternehmen, die eine marktbeherrschende Stellung im Sinne des Art. 100 Abs. 2 Bst. a oder b haben, sind nicht förderungsberechtigt.

Art. 85

Förderungsformen

1) Es wird zwischen direkter und indirekter Medienförderung unterschieden, die für jedes Kalenderjahr in Form von nachträglichen Geldleistungen an förderungsberechtigte Medienunternehmen ausgerichtet werden.

2) Die direkte Medienförderung besteht in einer pauschalierten Abgeltung der journalistisch-redaktionellen Leistung, die ein förderungsberechtigtes Medienunternehmen für die inhaltliche Gestaltung eines Mediums im Sinne des Art. 84 Abs. 1 erbracht hat und orientiert sich an den Redaktionskosten sowie den Stellenprozenten der fest angestellten Medienmitarbeiter des Medienunternehmens.

3) Die indirekte Medienförderung besteht in einer anteilsmässigen Erstattung von nachweislich angefallenen Kosten eines Medienunternehmens für:

a) die Verbreitung eines Mediums im Sinne von Art. 84 Abs. 1 im Inland;

b) die Aus- und Weiterbildung von Medienmitarbeitern, die an der inhaltlichen Gestaltung eines Mediums im Sinne von Art. 84 Abs. 1 mitwirken.

4) Der Landtag legt den Gesamtbetrag der zur Verfügung stehenden Mittel und deren Aufteilung auf die einzelnen Förderungsformen nach Abs. 2 und 3 im Landesvoranschlag fest.

Art. 86

Höhe der direkten Medienförderung

1) Die Höhe der direkten Medienförderung beträgt pro Medienunternehmen 30 % der Redaktionskosten für die inhaltliche Gestaltung eines Mediums im Sinne von Art. 84 Abs. 1, maximal jedoch 20 % des dafür zur Verfügung stehenden Teilbetrages und bemisst sich nach folgenden Kriterien:

a) Qualität und Quantität der journalistisch-redaktionellen Leistung;

b) Art und Umfang der Behandlung von Themen und Ereignissen mit Liechtensteinbezug;

c) Reichweite des Mediums in Liechtenstein;

d) Periodizität des Mediums.

2) Die Qualität der journalistisch-redaktionellen Leistung ist nach allgemein anerkannten journalistischen Grundsätzen zu bewerten, wobei insbesondere zu berücksichtigen sind:

a) die wahrheitsgetreue und sachliche Berichterstattung sowie die klare Trennung von journalistisch-redaktionellen und sonstigen Inhalten;

b) die ausgewogene Wiedergabe des gesellschaftlichen Meinungsspektrums und somit die Berücksichtigung von divergierenden Standpunkten und Meinungen zu relevanten Themen und Ereignissen mit Liechtensteinbezug;

c) die Gewährleistung der journalistisch-redaktionellen Freiheit sowie der Meinungsäusserungs- und Informationsfreiheit;

d) die Einhaltung der Rechtsordnung, insbesondere dieses Gesetzes;

e) Anzahl und Ausbildungsniveau der fest angestellten Medienmitarbeiter.

Art. 87

Höhe der indirekten Medienförderung

1) Die Höhe der indirekten Medienförderung beträgt pro Medienunternehmen:

a) 20 % der für die Verbreitung eines Mediums im Sinne des Art. 84 Abs. 1 im Inland nachweislich angefallenen Kosten, maximal jedoch 20 % des dafür zur Verfügung stehenden Teilbetrages;

b) 20 % der für die Aus- und Weiterbildung von Medienmitarbeitern, die an der inhaltlichen Gestaltung eines Mediums im Sinne des Art. 84 Abs. 1

mitwirken, nachweislich angefallenen Kosten, maximal jedoch 20 % des dafür zur Verfügung stehenden Teilbetrages.

2) Beiträge Dritter, die das förderungsberechtigte Medienunternehmen oder dessen Mitarbeiter für die Verbreitung oder Aus- und Weiterbildung erhalten, sind offen zu legen und in Abzug zu bringen.

Art. 88

Verfahren

1) Anträge auf direkte oder indirekte Medienförderung sind im Oktober eines jeden Jahres beim Präsidenten der Medienkommission schriftlich einzureichen und haben ein bestimmtes Begehren sowie eine kurze und vollständige Darlegung der Erfüllung der Förderungsvoraussetzungen zu enthalten. Beizuschliessen sind sämtliche Unterlagen und Belege, die zur Bescheinigung der Förderungsberechtigung sowie von Art und Umfang der begehrten Förderung, insbesondere der Kosten, deren Abgeltung oder Erstattung begehrt wird, geeignet sind. Verspätete Anträge sind ohne weiteres Verfahren zurückzuweisen.

2) Reichen die vorgelegten Unterlagen und Belege zur abschliessenden Beurteilung und Entscheidung über einen Antrag nicht aus, so hat die Medienkommission dem Antragsteller die Ergänzung derselben binnen einer bestimmten Frist bei sonstiger Zurückweisung des Antrags aufzutragen.

3) Mehrere zulässige Anträge desselben Medienunternehmens sind einer gemeinsamen Behandlung und Entscheidung zuzuführen, wobei eine Gesamtbeurteilung stattzufinden hat.

4) Die Entscheidung der Medienkommission über die Anträge auf Medienförderung ergeht in schriftlicher Form und ist den Parteien samt Zustellnachweis zuzustellen.

5) Im Übrigen richtet sich das Verfahren in Medienförderungssachen nach dem Gesetz über die allgemeine Landesverwaltungspflege.

Art. 89

Ausrichtung von Förderungsbeiträgen

1) Förderungsbeiträge nach diesem Gesetz werden an die Medienunternehmen aufgrund der rechtkräftigen Entscheidungen der Medienkommission ausgerichtet.

2) Übersteigt die Summe der zugesprochenen Förderungsbeiträge die für die jeweilige Förderungsform nach dem Landesvoranschlag zur Verfügung stehenden Mittel, so sind in dem betreffenden Jahr alle Förderungsbeiträge in gleicher Weise anteilsmässig zu kürzen.

3) Erreicht die Summe der zugesprochenen Förderungsbeiträge die für die jeweilige Förderungsform nach dem Landesvoranschlag zur Verfügung stehenden Mittel nicht, so fliessen die verbleibenden Mittel in den ordentlichen Staatshaushalt und können weder auf die nächste Jahresrechnung vorgetragen noch zurückgestellt werden.

Art. 90

Rückerstattung und Aufrechnung

Zu Unrecht bezogene Förderungsbeiträge sind vom geförderten Medienunternehmen unabhängig von der Anwendung der Strafbestimmungen zurückzuerstatten oder mit anderen Förderungsbeiträgen nach diesem Gesetz aufzurechnen.

Art. 91

Ausschluss

1) Die Medienkommission kann Medienunternehmen für eine Dauer von höchstens zwei Jahren von jeder Förderung nach diesem Gesetz ausschliessen, die:

a) wiederholt gegen dieses Gesetz oder seine Durchführungsverordnungen verstossen haben; oder

b) Förderungsbeiträge nach diesem Gesetz erschlichen haben (Art. 102).

2) Ein Ausschluss nach Abs. 1 muss verhältnismässig sein.

Art. 92

Beschwerderecht

1) Gegen Entscheidungen der Medienkommission kann binnen 14 Tagen ab Zustellung Beschwerde bei der Regierung erhoben werden.

2) Gegen Entscheidungen der Regierung kann binnen 14 Tagen ab Zustellung Vorstellung bei der Regierung oder Beschwerde beim Verwaltungsgerichtshof erhoben werden.

3) Die Beschwerde an die Regierung oder den Verwaltungsgerichtshof kann sich nur gegen rechtswidriges Vorgehen und Erledigen oder gegen aktenwidrige oder unrichtige Sachverhaltsdarstellungen richten.

Art. 93

Durchführungsverordnung

Die Regierung regelt das Nähere, insbesondere über die Förderungsberechtigung, -formen und -beiträge sowie das Verfahren, mit Verordnung.

IV. Organisation und Durchführung

A. Medienkommission

Art. 94

Zusammensetzung und Bestellung

1) Die Medienkommission besteht aus einem Präsidenten, einem Vizepräsidenten, drei weiteren Mitgliedern sowie zwei Ersatzmitgliedern, die vom Landtag für eine Mandatsperiode von vier Jahren bestellt werden.

2) Bei der Bestellung der Medienkommission ist auf die Gewährleistung der Unabhängigkeit und Unbefangenheit sämtlicher Mitglieder sowie das Vorhandensein hinreichender juristischer, medialer und wirtschaftlicher Fachkenntnisse zu achten.

3) Zum Mitglied oder Ersatzmitglied der Medienkommission dürfen bei sonstiger Nichtigkeit nicht bestellt werden:

a) Mitglieder des Landtages oder der Regierung sowie Gemeindevorsteher;

b) leitende Beamte und Angestellte der Landesverwaltung;

c) Personen, die in einem Gesellschafts-, Arbeits- oder sonstigen Vertragsverhältnis zu einem privaten oder öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen stehen;

d) leitende Funktionäre und Angestellte einer politischen Partei;

e) Personen, die der Medienkommission bereits während insgesamt acht Jahren angehört haben.

4) Die Mitgliedschaft zur Medienkommission endet vorzeitig durch:

a) Rücktritt;

b) Abberufung durch den Landtag bei grober Pflichtverletzung;

c) nachträglicher Eintritt eines Ausschlussgrundes gemäss Abs. 3;

d) Verlust oder Beschränkung der Handlungsfähigkeit;

e) Verurteilung aufgrund eines Vergehens oder Verbrechens;

f) Tod.

5) Der Landtag hat unverzüglich nach Kenntnisnahme des vorzeitigen Ausscheidens eines Mitglieds der Medienkommission die Bestellung eines Nachfolgers für die verbleibende Mandatsperiode vorzunehmen. Bis zur rechtswirksamen Bestellung des Nachfolgers nimmt ein Ersatzmitglied die Funktionen des ausgeschiedenen Mitglieds wahr.

Art. 95

Aufgaben und Vertretung

1) Der Medienkommission obliegen:

a) die Entscheidung über Anträge auf Medienförderung;

b) die Ausarbeitung einer Geschäftsordnung;

c) die Erstellung des Jahresbudgets, des Jahresberichtes und der Jahresrechnung zu Handen der Regierung;

d) die Erstattung von Empfehlungen zu medienspezifischen oder -relevanten Fragen zu Handen der Regierung;

e) die Abgabe von Stellungnahmen zu medienspezifischen oder -relevanten Fragen über Auftrag der Regierung;

f) die Wahrnehmung der ihr durch andere Gesetze und Verordnungen, insbesondere dem Gesetz über den Liechtensteinischen Rundfunk, übertragenen Aufgaben.

2) Der Präsident vertritt die Medienkommission nach Aussen.

3) Die Funktionen des Präsidenten werden im Falle seiner Verhinderung vom Vizepräsidenten wahrgenommen.

Art. 96

Sitzungen, Beschlussfassung, Protokoll, Entschädigung

1) Die Medienkommission versammelt sich auf Einladung des Präsidenten so oft es die Geschäfte erfordern, jedoch mindestens zweimal im Jahr zu einer ordentlichen Sitzung. Der Präsident ist zur unverzüglichen Einberufung einer ausserordentlichen Sitzung verpflichtet, wenn dies von wenigstens zwei Mitgliedern schriftlich unter Beifügung des Entwurfes der Traktandenliste verlangt wird.

2) Die Beschlussfähigkeit der Medienkommission setzt die Anwesenheit des Präsidenten sowie drei weiterer Mitglieder voraus. Die Beschlüsse werden in offener Abstimmung mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst, wobei der Präsident mitstimmt. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Präsidenten.

3) Geschäfte von untergeordneter Bedeutung können in dringenden Fällen auf dem Zirkularweg erledigt werden. Zur Gültigkeit eines Zirkularbeschlusses ist die Zustimmung aller Mitglieder der Medienkommission erforderlich.

4) Über jede Sitzung der Medienkommission hat der Schriftführer ein Protokoll zu führen, das vom Präsidenten und vom Schriftführer zu unterzeichnen ist. Jedes Protokoll ist der Medienkommission in der nächstfolgenden Sitzung zur Genehmigung vorzulegen.

5) Der Amtsleiter des Presse- und Informationsamtes kann zur Teilnahme an den Sitzungen der Medienkommission mit beratender Stimme eingeladen werden.

6) Die Entschädigung der Mitglieder der Medienkommission richtet sich nach dem Gesetz betreffend die Bezüge der Mitglieder der Regierung, der Gerichtshöfe, der Kommissionen und der Organe von Anstalten und Stiftungen des Staates.

B. Regierung

Art. 97

Konzessions- und Aufsichtsbehörde

Die Regierung ist Konzessions- und Aufsichtsbehörde nach diesem Gesetz und insbesondere zuständig für:

a) die Erteilung, die Abänderung und den Entzug von Programmkonzessionen (Art. 60 ff);

b) die Entgegennahme vorlagepflichtiger Dokumente (Art. 77) und die Einholung von Informationen im Zusammenhang mit dem Europäischen Übereinkommen über das grenzüberschreitende Fernsehen (Art. 78);

c) die Untersagung der Weiterverbreitung anderer Rundfunkprogramme (Art. 79);

d) die Erteilung des Rechts auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität (Art. 81);

e) die Qualifikation von Diensten der Informationsgesellschaft (Art. 82 Abs. 2);

f) die Ausübung der Rechtsaufsicht über die Medienkommission (Art. 99);

g) die Sicherung der Meinungsvielfalt (Art. 100).

Art. 98

Auskunftsrechte und Ermittlungsbefugnisse

1) Die Konzessions- und Aufsichtsbehörde kann jederzeit alle Ermittlungen durchführen und alle Beweise erheben, die zur Erfüllung ihrer gesetzlichen Aufgaben erforderlich sind. Sie bedient sich der Beweismittel, die sie nach pflichtgemässem Ermessen zur Ermittlung des rechtserheblichen Sachverhaltes für erforderlich hält.

2) Natürliche oder juristische Personen oder Personengesellschaften haben auf Verlangen Aufzeichnungen, Bücher, Geschäftspapiere und andere Urkunden, die für die Konzessions- und Aufsichtsbehörde erheblich sein können, vorzulegen, Auskünfte zu erteilen und die sonst zur Durchführung dieses Gesetzes erforderlichen Hilfsdienste zu leisten. Vorkehrungen, die die Massnahmen hindern oder erschweren, sind unzulässig.

Art. 99

Rechtsaufsicht über die Medienkommission

1) Die Medienkommission steht hinsichtlich der Gesetzmässigkeit ihrer Tätigkeit unter der Rechtsaufsicht der Regierung.

2) Der Regierung sind die zur Wahrnehmung dieser Aufgaben erforderlichen Auskünfte zu erteilen und Einsicht in die Unterlagen zu gewähren.

3) Die Regierung ist berechtigt, die Medienkommission schriftlich auf Massnahmen oder Unterlassungen hinzuweisen, die dieses Gesetz oder die

allgemeinen Rechtsvorschriften verletzen, und sie aufzufordern, die Rechtsverletzung zu beseitigen.

4) Wird die Rechtsverletzung nicht innerhalb einer angemessenen Frist behoben, weist die Regierung die Medienkommission an, innerhalb einer bestimmten Frist im Einzelnen festgelegte Massnahmen durchzuführen. Kommt die Medienkommission der Anweisung nicht nach, kann die Regierung die Massnahme selbst durchführen oder durch Dritte durchführen lassen.

Art. 100

Massnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt

1) Stellt die Aufsichtsbehörde unter Berücksichtigung der Gutachten nach Abs. 3 fest, dass ein Medienunternehmen oder eine andere im Medienmarkt tätige Unternehmung durch seine marktbeherrschende Stellung die Meinungs- und Angebotsvielfalt gefährdet, so kann die Aufsichtsbehörde verlangen:

a) Massnahmen zur Sicherung der Vielfalt wie die Einräumung von Sendezeit oder Publikationsfläche für Dritte, die Zusammenarbeit mit anderen Marktteilnehmern, die Schaffung einer unabhängigen Kommission für Inhaltsfragen oder den Abschluss eines Redaktionsstatuts zur Absicherung der redaktionellen Freiheit;

b) die Anpassung unternehmerischer und organisatorischer Strukturen des Unternehmens;

c) die Herauslösung einzelner Unternehmensbereiche oder Beteiligungen aus dem Medienunternehmen.

2) Eine Gefährdung der Meinungs- und Angebotsvielfalt kann vorliegen, wenn:

a) ein Medienunternehmen im relevanten Markt eine beherrschende Stellung innehat; oder

b) ein Medienunternehmen oder eine andere im Medienmarkt tätige Unternehmung eine beherrschende Stellung in einem oder mehreren medienrelevanten Märkten innehat.

3) Die Aufsichtsbehörde konsultiert das Amt für Volkswirtschaft und einen externen Sachverständigen zur Beurteilung der marktbeherrschenden Stellung eines Medienunternehmens.

C. Landtag

Art. 101

Mitwirkung des Landtages

Dem Landtag obliegen:

a) die Festlegung des Gesamtbetrags der für die Medienförderung zur Verfügung stehenden Mittel und dessen Aufteilung auf die einzelnen Förderungsformen;

b) die Bestellung und Abberufung der Mitglieder und Ersatzmitglieder der Medienkommission;

c) die Kenntnisnahme des Jahresberichtes und der Jahresrechnung der Medienkommission.

V. Strafbestimmungen

Art. 102

Erschleichung von Medienförderungen

1) Vom Landgericht ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 50 000 Franken, im Nichteinbringlichkeitsfalle mit einer Freiheitsstrafe bis zu sechs Monaten, zu bestrafen, wer durch unwahre oder unvollständige Angaben oder durch Beibringung falscher Unterlagen oder in anderer Weise eine Förderung aufgrund dieses Gesetzes erwirkt, die ihm nicht zusteht.

2) Bei fahrlässiger Begehung wird die Strafobergrenze auf die Hälfte herabgesetzt.

3) Vorbehalten bleibt die Bestrafung nach dem Strafgesetzbuch, sofern ein Tatbestand erfüllt ist, der mit strengerer Strafe bedroht ist.

Art. 103

Verbotene Einflussnahme auf ein Gerichtsverfahren

Wer in einem Medium während eines gerichtlichen Verfahrens vor dem Urteil erster Instanz den vermutlichen Ausgang des Gerichtsverfahrens oder den Wert eines Beweismittels in einer Weise erörtert, die geeignet ist, den Ausgang des Gerichtsverfahrens zu beeinflussen, ist vom Landgericht mit Geldstrafe bis zu 180 Tagessätzen zu bestrafen.

Art. 104

Verletzung des Verbreitungs- und Veröffentlichungsverbotes

Wer entgegen dem Art. 52 Medien verbreitet oder den der Beschlagnahme oder vorläufigen Sperrung zugrunde liegenden Inhalt veröffentlicht, ist vom Landgericht mit Geldstrafe bis zu 90 Tagessätzen zu bestrafen.

Art. 105

Verwaltungsübertretungen

1) Von der Regierung ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 10 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich:

a) als Medieninhaber (Verleger) nicht die Voraussetzungen des Art. 10 Abs. 1 erfüllt;

b) der ihm obliegenden Pflicht zur Veröffentlichung eines Impressums (Art. 11) oder zur Offenlegung (Art. 12) nicht oder nicht gehörig nachkommt oder bei der Veröffentlichung unrichtige oder unvollständige Angaben macht oder seine Auskunftspflicht nach Art. 11 Abs. 6 verletzt;

c) Medien verbreitet, in denen das Impressum (Art. 11) ganz oder teilweise fehlt;

d) als Medieninhaber (Verleger) der Aufzeichnungspflicht (Art. 13) nicht oder nicht gehörig nachkommt;

e) als Medieninhaber (Verleger) der Auskunftspflicht nach Art. 14 Abs. 1 nicht oder nicht gehörig nachkommt;

f) als Medieninhaber (Verleger) der Veröffentlichungspflicht (Art. 15) nicht oder nicht gehörig nachkommt;

g) als Medieninhaber (Verleger) der Anbietungspflicht oder Bezugsaufforderung (Art. 16) nicht oder nicht gehörig nachkommt.

2) Von der Regierung ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 20 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich:

a) die allgemeinen Bestimmungen über die Werbung (Art. 41 bis 45) verletzt; vorbehalten bleibt Abs. 3 Bst. a;

b) als Veranstalter das Recht auf Kurzberichterstattung (Art. 58) verletzt;

c) die Erteilung einer Programmkonzession durch unvollständige oder unrichtige Angaben im Konzessionsantrag oder im Konzessionsverfahren erwirkt (Art. 61 bis 63);

d) als Rundfunkveranstalter die Anzeigepflicht nach Art. 64 Abs. 2 verletzt;

e) als Rundfunkveranstalter der Rechnungslegungs- und Vorlagepflicht (Art. 77) oder der Informationspflicht nach Art. 78 nicht oder nicht gehörig nachkommt;

f) die Vorschriften über die unveränderte Weiterverbreitung von Rundfunkprogrammen (Art. 79) verletzt;

g) einer Aufforderung nach Art. 82 Abs. 2 nicht oder nicht gehörig nachkommt.

3) Von der Regierung ist wegen Übertretung mit einer Busse bis zu 50 000 Franken zu bestrafen, wer vorsätzlich:

a) als Rundfunkveranstalter die allgemeinen Bestimmungen über die Werbung (Art. 41 bis 45) verletzt;

b) als Rundfunkveranstalter die Vorschriften über die Ausübung von Exklusivrechten an Ereignissen von erheblicher gesellschaftlicher Bedeutung (Art. 59) verletzt;

c) Rundfunk ohne Programmkonzession veranstaltet und verbreitet (Art. 60 Abs. 1);

d) als Rundfunkveranstalter die Programmkonzession überträgt (Art. 60 Abs. 4) oder die Anzeigepflicht nach Art. 60 Abs. 5 verletzt;

e) die Vorschriften über Werbung, Sponsoring und Teleshopping im Rundfunk (Art. 69 bis 75) verletzt.

f) die Erteilung des Rechts auf die notwendige terrestrische Übertragungskapazität (Art. 81) durch unvollständige oder unrichtige Angaben erwirkt;

4) Bei fahrlässiger Begehung der Verwaltungsübertretungen nach Abs. 1 bis 3 wird der Strafrahmen auf die Hälfte herabgesetzt.

5) Die Regierung kann die Veröffentlichung rechtskräftiger Entscheidungen wegen Verwaltungsübertretungen nach den Abs. 1 bis 3 anordnen. Im Übrigen

finden auf das Verwaltungsstrafverfahren die Bestimmungen des Gesetzes über die allgemeine Landesverwaltungspflege Anwendung.

Art. 106

Verantwortlichkeit

Werden strafbare Handlungen im Geschäftsbetrieb einer juristischen Person oder einer Personengesellschaft oder einer Einzelfirma begangen, finden die Strafbestimmungen auf jene Personen Anwendung, die für sie gehandelt haben oder hätten handeln sollen, jedoch unter solidarischer Mithaftung der juristischen Person, der Personengesellschaft oder Einzelfirma für die Geldstrafen, Bussen und Kosten.

VI. Übergangs- und Schlussbestimmungen

Art. 107

Durchführungsverordnungen

Die Regierung erlässt die zur Durchführung dieses Gesetzes notwendigen Verordnungen, insbesondere über:

a) weitergehende Werbebeschränkungen (Art. 43 Abs. 5);

b) Zuordnung von terrestrischen Übertragungskapazitäten (Art. 80 Abs. 1);

c) Einzelheiten der Medienförderung (Art. 93).

Art. 108

Aufhebung bisherigen Rechts

Es werden aufgehoben:

a) Gesetz vom 25. November 1999 über die Förderung und Abgeltung von Leistungen der Medien (Medienförderungsgesetz, MFG), LGBl. 2000 Nr. 14;

b) Art. 16 bis 27 des Gesetzes vom 15. November 1978 über Radio und Fernsehen, LGBl. 1978 Nr. 42;

c) Art. 17 bis 24 des Staatsschutzgesetzes vom 14. März 1949, LGBl. 1949 Nr. 8;

d) Art. 40a bis 40e des Personen- und Gesellschaftsrechts vom 20. Januar 1926, LGBl. 1926 Nr. 4.

Art. 109

Bestehende Medienkommission

Mit dem Inkrafttreten dieses Gesetzes endet die Mandatsperiode der bestehenden Medienkommission; sie führt jedoch die Geschäfte bis zur Bestellung einer neuen Medienkommission nach den Vorschriften dieses Gesetzes weiter.

Art. 110

Bestehende Konzessionen und Redaktionsstatuten

1) Bei Inkrafttreten dieses Gesetzes bestehende Konzessionen von Rundfunkveranstaltern bleiben im bisherigen Umfang bestehen.

2) Bei Inkrafttreten dieses Gesetzes bestehende Redaktionsstatuten werden mit diesem Zeitpunkt nicht deshalb unwirksam, weil sie nicht auf die im Art. 24 Abs. 2 dieses Gesetzes angeführte Weise zustande gekommen sind.

Art. 111

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tage der Kundmachung in Kraft.

2. GESETZ BETREFFEND DIE ABÄNDERUNG DES GESETZES ÜBER DEN LIECHTENSTEINISCHEN RUNDFUNK (LRFG)

Gesetz

vom...

betreffend die Abänderung des Gesetzes über den Liechtensteinischen Rundfunk (LRFG)

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.
Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 23. Oktober 2003 über den „Liechtensteinischen Rundfunk“ (LRFG), LGBl. 2003 Nr. 229, wird wie folgt abgeändert:

Art. 1 Abs. 1a (neu)

1a) Soweit dieses Gesetz keine Sonderbestimmungen aufstellt, finden die Bestimmungen des Mediengesetzes Anwendung.

Überschrift vor Art. 40

IX. Aufzeichnungspflicht

Art. 41

Aufgehoben.

II.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Mediengesetz vom ... in Kraft.

3. GESETZ ÜBER DIE ABÄNDERUNG DES JUGENDGESETZES

Gesetz

vom...

über die Abänderung Jugendgesetzes

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Jugendgesetz vom 19. Dezember 1979, LGBl. 1980 Nr. 38, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 22

Jugendgefährdende Medien, Gegenstände und Dienstleistungen

1) Medien, Gegenstände und Dienstleistungen, die geeignet sind, auf Kinder und Jugendliche sittlichkeitsgefährdend oder verrohend zu wirken, dürfen diesen nicht angeboten, überlassen, vorgeführt oder zugänglich gemacht werden. Ebenso dürfen solche Medien, Gegenstände und Dienstleistungen an Orten oder zu Zeiten, an denen sie üblicherweise auch Kindern und Jugendlichen zugänglich sind, nicht verbreitet, aufgelegt, ausgestellt, ausgehängt, angeschlagen oder beworben werden.

2) Die Regierung bestimmt durch Verordnung, welche Massnahmen die Anbieter von Medien, Gegenständen oder Dienstleistungen zu treffen haben, um die Verpflichtungen nach Abs. 1 zu erfüllen.

Art. 52 Abs. 3

3) Gegenstände, die entgegen den Bestimmungen des Art. 22 verbreitet, aufgelegt, ausgestellt, ausgehängt, angeschlagen oder beworben werden oder Kindern oder Jugendlichen angeboten, überlassen, vorgeführt oder zugänglich gemacht werden, können eingezogen werden.

II.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Mediengesetz vom ... in Kraft.

4. GESETZ BETREFFEND DIE ABÄNDERUNG DES GESETZES ÜBER DIE INFORMATION DER BEVÖLKERUNG (INFORMATIONSGESETZ)

Gesetz

vom...

betreffend die Abänderung des Gesetzes über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz)

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 19. Mai 1999 über die Information der Bevölkerung (Informationsgesetz), LGBl. 1999 Nr. 159, in der geltenden Fassung, wird wie folgt abgeändert:

Art. 13 Bst. d

d) über den Landeskanal und die Gemeindekanäle gemäss den Grundsätzen dieses Gesetzes und der medienrechtlichen Vorschriften; die Regierung regelt das Nähere in einer Verordnung;

Art. 26a (neu)

Gemeindekanäle

1) Die Gemeinden können zur Erfüllung ihrer Informationspflichten eigene Informationskanäle als Gemeindekanäle betreiben.

2) Der Betrieb eines Gemeindekanals ist der Regierung mindestens drei Monate vor der beabsichtigten Inbetriebnahme schriftlich anzuzeigen.

3) Die Regierung regelt die Einzelheiten mit Verordnung, insbesondere über:

a) den zulässigen Inhalt und Aufbau des Programms;

b) die Pflichten und Verantwortung der Gemeinden als Betreiber;

c) die zulässigen Finanzierungsformen für Gemeindekanäle;

d) die Einstellung des Betriebs eines Gemeindekanals.

II.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Mediengesetz vom ... in Kraft.

5. GESETZ BETREFFEND DIE ABÄNDERUNG DES GESETZES ÜBER DEN ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHR

Gesetz

vom...

betreffend die Abänderung des Gesetzes über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Gesetz; ECG)

Dem nachstehenden vom Landtag gefassten Beschluss erteile Ich Meine Zustimmung:

I.

Abänderung bisherigen Rechts

Das Gesetz vom 12. Juni 2003 über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Gesetz; ECG), LGBl. 2003 Nr. 133, wird wie folgt abgeändert:

Art. 7

Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation

1) Das Versenden von nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation ohne vorherige Zustimmung des Empfängers mittels elektronischer Post ist verboten.

2) Ein Diensteanbieter, der kommerzielle Kommunikation nach vorheriger Zustimmung des Empfängers mittels elektronischer Post versendet, hat dafür zu sorgen, dass die kommerzielle Kommunikation bei ihrem Eingang beim Nutzer:

a) klar und eindeutig als solche erkennbar ist;

b) alle Informationen gemäss Art. 5 enthält;

c) den ausdrücklichen Hinweis enthält, dass der Nutzer mit sofortiger Wirkung jede weitere Zusendung ablehnen kann.

3) Die zivil- und strafrechtliche Verantwortlichkeit des Diensteanbieters für Schaden, der einem Nutzer aus der Übermittlung kommerzieller Kommunikation im Wege der elektronischen Post entsteht, bleibt unberührt.

Überschrift vor Art. 13

V. Verantwortlichkeit von Diensteanbietern und Nutzern

Art. 17 Abs. 2

2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden, wenn

a) die Person, von der die Informationen stammen, dem Diensteanbieter untersteht, von ihm beaufsichtigt wird oder mit ihm in Geschäftsbeziehung steht;

b) der Diensteanbieter die fremden Informationen als seine eigenen darstellt oder sie in sein Angebot einbindet.

Art. 19a (neu)

Verantwortlichkeit des Nutzers

Unbeschadet einer weitergehenden zivil- oder strafrechtlichen Verantwortlichkeit haftet der Nutzer dem Diensteanbieter für sämtlichen Schaden, der diesem durch den Missbrauch seines Dienstes der Informationsgesellschaft entsteht.

Art. 26 Abs. 1 Bst. c

1) Ein Diensteanbieter ist von der Regierung wegen Übertretung mit einer Geldstrafe bis zu 10 000 Franken zu bestrafen, wenn er:

c) gegen die Pflichten nach Art. 7 Abs. 2 verstösst;

Art. 27a (neu)

Versendung nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation

1) Vom Landgericht ist mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bis zu 360 Tagessätzen zu bestrafen, wer nicht angeforderte kommerzieller Kommunikation ohne vorherige oder nach widerrufener Zustimmung versendet (Art. 7).

2) Im Strafurteil ist auf Antrag des Anklägers auf die Sperrung des zur Versendung verwendeten Dienstes der Informationsgesellschaft zu erkennen, sofern der Dienst ausschliesslich oder vorwiegend diesem Zweck dient.

3) Auf Antrag des Anklägers ist auf Sperrung des Dienstes der Informationsgesellschaft in einem selbständigen Verfahren zu erkennen, wenn der objektive Tatbestand der Versendung nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation hergestellt worden ist und die Verfolgung einer bestimmten Person nicht durchführbar ist, nicht beantragt oder nicht aufrechterhalten wird oder die Verurteilung aus Gründen, die eine Strafe ausschliessen nicht möglich ist.

II.

Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt gleichzeitig mit dem Mediengesetz vom ... in Kraft.