

VERORDNUNG ZUR REGELUNG DER VERÖFFENTLICHUNG UND VERBREITUNG VON UMFRAGEN IN DEN MASSEN MEDIEN

Abschnitt I

Allgemeine Grundsätze

Artikel 1

Begriffsbestimmungen

1. Für die Zwecke dieser Verordnung versteht man unter:

a. "Behörde": die Aufsichtsbehörde für Kommunikationswesen, die mit dem Gesetz Nr. 249 vom 13. Juli 1997 eingerichtet wurde.

b. "Einheitstext": das gesetzesvertretende Dekret Nr. 177 vom 31. Juli 2005 in der durch das GvD Nr. 44 vom 15. März 2010 abgeänderten Fassung.

c. "Meinungsumfrage": demoskopische Stichprobenerhebung auf der Basis eines meist strukturierten Fragebogens, der dazu dient, Informationen über Verhaltensweisen, Gesinnungen, Ansichten, Werte, Meinungen und Einstellungen von Menschen zu gewinnen.

d. "Politische Umfrage und Wählerumfrage": Erhebung zum Wahlausgang und zur politischen Orientierung und zum Wahlverhalten der Wähler, um die politische Orientierung und das Wahlverhalten der Bürger und die Trends im Wahlverhalten der Bürger gegenüber politischen Parteien und Kandidaten/innen zu erfassen.

e. "Meinungsäußerung": Form der Meinungserhebung ohne wissenschaftlichen Wert anhand einer systematischen Befragung von bestimmten Personengruppen mit Hilfe verschiedener Instrumente wie Mobiltelefon, SMS, Telefon, Internet, E-Mail; diese Meinungsgewinnung erfolgt ohne Stichprobenverfahren und stützt sich stattdessen auf die spontane Beteiligung von Lesern, Fernsehzuschauern und Internetnutzern und soll der Allgemeinheit die Möglichkeit geben, ihre Präferenzen oder ihre Meinung zu verschiedenen Themen, darunter auch politischen Fragen oder Wahlkampfthemen, zu äußern, wobei das Ergebnis dieser Befragung nicht verallgemeinert werden kann.

f. "Bezugspopulation": festgelegte Gesamtheit aller Untersuchungseinheiten/Personen, von denen eine oder mehrere Merkmale untersucht werden sollen.

g. "Wahrscheinlichkeitsstichprobe": Teil der Bevölkerung, der mit Stichprobenverfahren auf der Basis von zufälligen Auswahlkriterien so bestimmt wird, dass für alle Untersuchungseinheiten der Bezugspopulation dieselbe Wahrscheinlichkeit besteht, in die Stichprobe zu gelangen.

h. "Nicht-Wahrscheinlichkeitsstichprobe": Teil der Bevölkerung, der mit Stichprobenverfahren ermittelt wird, bei denen die Auswahl der Stichprobeneinheiten nicht auf der Basis von Zufallskriterien, sondern anhand von Variablen erfolgt, die für die vorgesehenen Forschungszwecke relevant sind.

i. "Panel": eine Gruppe von Personen, die im Rahmen derselben Studie mit demselben Fragebogen mehrfach befragt werden; die Panalauswahl kann mit unterschiedlichen Stichprobenverfahren erfolgen.

l. "Repräsentativität der Stichprobe": Fähigkeit einer Stichprobe, im Kleinen die einfachen und/oder multivariaten Verteilungen darzustellen, mit der ein oder mehrere Merkmale in der Bevölkerung auftreten, aus der die Stichprobe entnommen wurde.

- m. "Fehlerbereich": eine Schätzung, um wie viel die Umfrageergebnisse in den Wahrscheinlichkeitsstichproben von den Ergebnissen abweichen, die man bei Befragung der gesamten Bevölkerung erhalten würde.
- n. "Gewichtung": Zuweisung eines höheren oder geringeren Werts an ein Stichprobenelement mit dem Ziel, das Verhältnis zwischen bestimmten Variablen wiederherzustellen, deren Verteilung in der Bezugspopulation bekannt ist.
- o. "Methode der Informationsgewinnung": Gesamtheit der bei der Verteilung der Fragebögen angewendeten Techniken.
- p. "Auftraggeber": jede natürliche oder juristische Person, die eine Umfrage in Auftrag gibt.
- q. "Käufer": jede natürliche oder juristische Person, die die Umfrageergebnisse in vollem Umfang oder teilweise erwirbt.
- r. "Ausführendes Subjekt": jede natürliche oder juristische Person, die die Umfrage auf eigene Rechnung oder im Auftrag Dritter organisiert, verteilt oder durchgeführt hat.
- s. "Massenmedium": jedes für die große Öffentlichkeit bestimmte Medium, das die Veröffentlichung oder Verbreitung von Inhalten an eine unbestimmte Vielzahl von Adressaten insbesondere in folgender Form ermöglicht:
- Audiovisueller Medienbericht oder Hörfunkbericht, d.h. ein Bericht, der der redaktionellen Verantwortung eines Mediendienstanbieters unterliegt, dessen Hauptziel die Bereitstellung von Programmen zur Information, Unterhaltung oder Aufklärung der breiten Öffentlichkeit ist; dies erfolgt mit Hilfe von elektronischen Kommunikationsnetzen, einschließlich Internet; ausgenommen sind Dienste im Rahmen von nicht überwiegend gewerblichen Anbietern, die nicht im Wettbewerb mit dem Rundfunk stehen; dazu gehören z.B. private Internetseiten und Dienste, die von privaten Nutzern erzeugte audiovisuelle Inhalte zum Austausch innerhalb einer Interessengemeinschaft bereitstellen und verbreiten.
 - "Gedruckte oder elektronische Ausgabe von Zeitungen oder Zeitschriften": d.h. auf Papier gedruckte oder auf Datenträgern bereitgestellte Produkte, die direkt oder indirekt für die Veröffentlichung oder die Verbreitung von Informationen an die Allgemeinheit mit jeglichem Mittel - auch über Presseagenturen - bestimmt sind; ausgeschlossen sind Platten, Filme und Bücher.
- t. "Eckdaten der Umfrage": Kurzbeschreibung oder Kurzinformation in elektronischem Format, in Textform, in mündlicher und/oder grafischer Form, die vom Verantwortlichen des Massenmediums verbreitet wird, das die Umfrage veröffentlicht und darin diese Eckdaten mit allen in Art. 4 vorgesehenen Angaben anführt.
- u. "Umfragedokument": Beschreibung oder Information in elektronischem Format, in Textform und/oder in grafischer Form, welche die wesentlichen Daten über die Durchführung der Umfrage und alle in Art. 5 vorgesehenen Angaben enthält.
- v. "Zuständiges Amt": "Direzione contenuti audiovisivi e multimediali " (Direktion für audiovisuelle und multimediale Inhalte) oder "Servizio comunicazione politica e risoluzione dei conflitti di interesse" (Dienststelle für politische Kommunikation und für die Lösung von Interessenkonflikten) der Aufsichtsbehörde.

Artikel 2 **Anwendungsbereich**

1. Diese Verordnung gilt für Meinungsumfragen und politische Umfragen und Wählerumfragen, die im Rahmen eines audiovisuellen Medienberichts oder Hörfunkberichts oder in der gedruckten oder

elektronischen Ausgabe von Tageszeitungen oder Zeitschriften laut Definition in Art. 1, Abs. 1, lit. s) in den Massenmedien veröffentlicht oder verbreitet werden.

2. Meinungsäußerungen, wie sie in Art. 1, Abs. 1, lit. e) definiert sind, dürfen in den Massenmedien nicht unter der Bezeichnung "Umfragen" veröffentlicht werden und müssen einen Hinweis auf ihren nicht wissenschaftlichen Wert enthalten.

3. Bei Veröffentlichung, Verbreitung oder Bekanntmachung der Umfrageergebnisse durch die ausführenden Subjekte auf ihren eigenen Internetseiten oder im Rahmen von Tagungen oder Pressemitteilungen gelangen die Artikel 4 und 5 nicht zur Anwendung. Die genannten Pflichten gelten allerdings für eine nachträgliche Verbreitung in anderen Massenmedien.

Artikel 3

Modalitäten der Veröffentlichung oder Verbreitung

1. Die Gesamt- oder Teilergebnisse von Umfragen können über die Massenmedien im Rahmen eines audiovisuellen Medienberichts oder Hörfunkberichts bzw. in den gedruckten oder elektronischen Ausgaben von Tageszeitungen oder Zeitschriften nur veröffentlicht werden, wenn gleichzeitig die dazugehörigen in Artikel 4 vorgeschriebenen Eckdaten der Umfrage angegeben werden und wenn diese Ergebnisse in vollständiger Form über das in Artikel 5 genannte Umfragedokument bereitgestellt werden.

2. Das Massenmedium teilt dem die Umfrage ausführenden Subjekt das Datum, an dem die vollständige oder teilweise Veröffentlichung oder Verbreitung der Umfrageergebnisse erfolgen soll, bzw. etwaige Änderungen im Veröffentlichungsdatum mit, damit das ausführende Subjekt die in Artikel 5 vorgeschriebenen Pflichten erfüllen kann. Die in Artikel 4 vorgeschriebenen Eckdaten, d.h. die dafür erforderlichen Angaben, müssen dem Massenmedium vom ausführenden Subjekt unmittelbar mitgeteilt werden, damit die Eckdaten zusammen mit den Umfrageergebnissen veröffentlicht oder verbreitet werden können.

3. Das ausführende Subjekt muss gleichzeitig, auf jeden Fall aber spätestens innerhalb von 48 Stunden nach der schriftlichen Ankündigung des Veröffentlichungsdatums seitens des Massenmediums, das in Artikel 5 vorgesehene Umfragedokument an folgende Stellen übermitteln:

- bei Meinungsumfragen: an die Aufsichtsbehörde für Kommunikationswesen zur Veröffentlichung auf der Internetseite www.agcom.it;
- bei politischen Umfragen und Wählerumfragen: an die Abteilung "Dipartimento per l'informazione e l'editoria" (Abteilung für Information und Verlagswesen) beim Ministerratspräsidium für die Veröffentlichung auf der Internetseite www.sondaggipoliticoelettorali.it.

4. Für die effektive Einhaltung der methodischen Vorschriften, die laut Gesetz und laut dieser Verordnung für die Durchführung der Umfrage gelten, haftet das Subjekt, das die Umfrage durchführt.

Artikel 4

Eckdaten

1. Die Eckdaten der Umfrage sind fester Bestandteil der vollständigen oder teilweisen Veröffentlichung oder Verbreitung der Umfrageergebnisse in den Massenmedien. Davon unberührt bleiben die Bestimmungen des Art. 8 des Gesetzes Nr. 28 vom 22. Februar 2000. Die Eckdaten müssen die nachstehenden Angaben umfassen, für deren Veröffentlichung das Subjekt verantwortlich ist, das die Umfrage durchführt:

- a) Subjekt, das die Umfrage durchgeführt hat;
- b) Name des Auftraggebers und des Käufers;
- c) Gebiet, in dem die Umfrage durchgeführt wurde (nur angeben, ob die Untersuchung auf gesamtstaatlicher, regionaler, Provinz- oder Gemeindeebene durchgeführt wurde);

- d) Größe der Stichprobe der Antwortenden, Anzahl oder Prozentsatz der Nichtantwortenden und der durchgeführten Ersetzungen;
 - e) Zeitpunkt oder Zeitraum, zu bzw. in dem die Umfrage durchgeführt wurde;
 - f) Adresse oder Internetseite, unter der das gesamte nach den in Art. 5 vorgesehenen Vorgaben erstellte Umfragedokument eingesehen werden kann.
2. Bei einer Veröffentlichung der Umfrageergebnisse in der gedruckten bzw. der elektronischen Ausgabe von Tageszeitungen oder Zeitschriften müssen die Eckdaten der Umfrage mit allen vorgeschriebenen Angaben in einem eigenen Feld angeführt werden.
 3. Bei Aussendung der Umfrageergebnisse in audiovisuellen Medienberichten müssen die Eckdaten mit allen vorgeschriebenen Angaben in entsprechender grafischer Aufmachung lange genug eingeblendet werden, damit eine klare Erfassung der Inhalte durch die Öffentlichkeit garantiert ist.
 4. Bei einer Aussendung der Umfrageergebnisse im Hörfunk müssen die Eckdaten der Umfrage mit allen vorgeschriebenen Angaben den Zuhörern vorgelesen werden.
 5. Bei einer Veröffentlichung der Umfrageergebnisse durch Agenturaussendungen müssen anstelle der Eckdaten der Umfrage im Wortlaut der Aussendung nur das die Umfrage durchführende Subjekt und der Gegenstand der Umfrage angegeben werden. Die Pflicht des Massenmediums, das die Nachricht übernimmt, zur Veröffentlichung der Eckdaten bleibt davon unberührt.
 6. Unabhängig von der Form der Veröffentlichung oder Verbreitung der Umfragen müssen die Informationen unter Einhaltung der Datenschutzbestimmungen für personenbezogene und sensible Daten bzw. in einer Form veröffentlicht werden, die keine individuellen Rückschlüsse zulässt, so dass kein Zusammenhang zu einzelnen natürlichen oder juristischen Personen hergestellt werden kann.
 7. Falls im Massenmedium eine Nachricht zu einer zuvor veröffentlichten Umfrage gebracht wird oder deren Ergebnisse erneut wiedergegeben werden, besteht keine Pflicht zur Veröffentlichung der Eckdaten der Umfrage in der wie obenstehend geregelten Form; durch entsprechende Angaben muss jedoch gewährleistet werden, dass die Umfrage, auf die verwiesen wird, als solche eindeutig bestimmt werden kann.

Artikel 5

Umfragedokument

1. Das komplette Umfragedokument zur veröffentlichten oder verbreiteten Umfrage wird vom ausführenden Subjekt verfasst und muss folgende Informationen enthalten:
 - a) Titel der Umfrage;
 - b) Subjekt, das die Umfrage durchgeführt hat;
 - c) Auftraggeber;
 - c) Käufer;
 - e) Zeitpunkt oder Zeitraum, zu bzw. in dem die Umfrage durchgeführt wurde;
 - f) Massenmedium/medien, in dem/denen die Umfrage veröffentlicht oder verbreitet wird;
 - g) Datum der Veröffentlichung oder Verbreitung;
 - h) Themen/Bereiche, die in der Umfrage behandelt werden (Wirtschaft, Gesellschaft, Aktuelles, Bräuche und Sitten, Marketing, Gesundheit, Ethik, Umwelt usw.)
 - i) Bezugspopulation;
 - l) Gebiet, in dem die Umfrage durchgeführt wurde;
 - m) Stichprobenmethode: angeben, ob es sich um eine Wahrscheinlichkeitsstichprobe oder eine Nicht-Wahrscheinlichkeitsstichprobe handelt, Angabe des Panels und der etwaigen Gewichtung;
 - n) Repräsentativität der Stichprobe, einschließlich der Angaben zum Fehlerbereich;
 - o) Methode der Informationsgewinnung;
 - p) Umfang der Stichprobe der befragten Personen, Zahl der Nichtantwortenden und der durchgeführten Ersetzungen;
 - q) vollständiger Wortlaut aller Fragen und Prozentsatz der Personen, die die einzelnen Fragen jeweils beantwortet haben.

2. Das Subjekt, das die Umfrage auf Antrag der zuständigen Behörde durchgeführt hat, muss auch zusätzliche Informationen für weitere Überprüfungen bereitstellen.

Abschnitt II **Politische Umfragen und Wählerumfragen**

Artikel 6

Bestimmungen zur Veröffentlichung und Verbreitung von politischen Umfragen und Wählerumfragen

1. Die Ergebnisse von politischen Umfragen und Wählerumfragen können - außerhalb der in Art. 8, Abs. 1 des Gesetzes Nr. 28 vom 22. Februar 2000 vorgesehenen Verbotszeiträume - ausschließlich unter Einhaltung der Vorgaben veröffentlicht oder verbreitet werden, die in Abschnitt I und im folgenden Absatz vorgesehen werden.
2. Wenn die Anbieter von audiovisuellen Medienberichten oder Hörfunkberichten oder die gedruckten oder elektronischen Ausgaben von Zeitungen oder Zeitschriften sowie auch Presseagenturen während der Wahlkampagnen anlässlich von Wahlen und Referenden, wie sie in Artikel 1, Absatz 2 des Gesetzes Nr. 28 vom 22. Februar 2000 geregelt werden, eine von einem beliebigen Subjekt verbreitete Nachricht über das Bestehen einer Umfrage veröffentlichen, müssen die veröffentlichenden Medien gleichzeitig bzw. spätestens innerhalb von 48 Stunden ab der Verbreitung der Nachricht klären, ob die Umfrage nach den in Abschnitt 1 genannten Modalitäten durchgeführt wurde. In den Fällen, in denen diese Präzisierung nicht gleichzeitig erfolgt, muss diese Information in der gleichen Aufmachung, zur gleichen Zeit, mit gleicher Gewichtung und Gestaltung veröffentlicht werden, mit der die Nachricht über die Umfrage verbreitet wurde.

Artikel 7

Verbot der Veröffentlichung und Verbreitung von politischen Umfragen und Wählerumfragen

1. In den fünfzehn Tagen vor der Wahl und bis zum Abschluss der Wahlen ist es verboten, die Ergebnisse von Umfragen über den Wahlausgang, über die politische Orientierung und das Wahlverhalten der Wähler - auch teilweise - zu veröffentlichen oder zu verbreiten, auch wenn diese Umfragen vor dem Verbotszeitraum durchgeführt wurden.
2. Eine Nichteinhaltung des in Abs. 1 geregelten Verbots liegt auch vor, wenn im Rahmen der Informationsprogramme in Hörfunk und Fernsehen, in den gedruckten oder elektronischen Ausgaben von Tageszeitungen oder Zeitschriften oder im Rahmen von Aussendungen von Presseagenturen Erklärungen zu den Ergebnissen von politischen Umfragen und Wählerumfragen veröffentlicht werden, die von politischen Vertretern oder von einer beliebigen anderen Person an einem beliebigen Ort geäußert werden. Ausgenommen sind die Fälle, in denen diese Erklärungen Umfragen betreffen, die bereits vor dem in Absatz 1 vorgesehenen Verbotszeitraum in der in Artikel 4 und 5 vorgesehenen Form veröffentlicht wurden.
3. In Wahlkämpfen, die weniger als ein Viertel der insgesamt auf gesamtstaatlicher Ebene wahlberechtigten Personen betreffen, gelten die in Absatz 1 und 2 vorgesehenen Verbote nicht für Umfragen, die ausschließlich gesamtstaatlich relevant sind, bzw. für Umfragen zu Gebieten, in denen kein Wahlkampf stattfindet.
4. Auf der Internetseite des Ministerratspräsidiums - Dipartimento per l'editoria e l'informazione - müssen die Umfrageergebnisse, die bereits vor dem Verbotszeitraum in der in Artikel 4 und 5 festgelegten Form veröffentlicht wurden, weiterhin aufscheinen.

Abschnitt III **Überwachung und Sanktionen**

Artikel 8 ***Überwachung***

1. Die Aufsichtsbehörde überwacht die Einhaltung der Bestimmungen dieser Verordnung und prüft die Vollständigkeit und Richtigkeit der Eckdaten und des Dokuments der Umfrage, deren Ergebnisse vollständig oder teilweise veröffentlicht oder verbreitet wurden. Weiters überwacht sie, dass gleichzeitig mit der Veröffentlichung oder Verbreitung das in Artikel 5 vorgesehene Umfragedokument versendet wird. Übertretungen der Bestimmungen dieser Verordnung werden von der Aufsichtsbehörde von Amts wegen oder auf Antrag einer Partei geahndet.
2. Falls ein Massenmedium Umfrageergebnisse nicht zusammen mit den Eckdaten, also nicht mit allen in Artikel 4, Absatz 1 vorgesehenen Angaben, oder in einer von den Festlegungen in Artikel 4, Absatz 2,3,4 und 5 abweichenden Form veröffentlicht, teilt das zuständige Amt dem betreffenden Subjekt die Einleitung eines Verfahrens mit; diese Mitteilung erfolgt mittels Einschreiben mit Rückantwort, mittels Faxnachricht mit Empfangsbestätigung oder mit einer zertifizierten E-Mail-Nachricht.
3. Falls das Umfragedokument zu einer veröffentlichten oder verbreiteten Umfrage nicht alle Anforderungen laut Artikel 5 erfüllt oder nicht gleichzeitig bzw. nicht - wie in Artikel 3, Absatz 3 vorgesehen - längstens innerhalb von 48 Stunden ab der Veröffentlichung oder Verbreitung in einem Massenmedium an die Aufsichtsbehörde gesendet wird, teilt das zuständige Amt dem Subjekt, das die Umfrage ausführt, und dem Massenmedium die Einleitung eines Verfahrens mit; diese Mitteilung erfolgt mittels Einschreiben mit Rückantwort, mittels Faxnachricht mit Empfangsbestätigung oder mit einer zertifizierten E-Mail-Nachricht.
4. Die Mitteilung über die Einleitung des Verfahrens enthält folgende Angaben: Gegenstand des Verfahrens, Frist für den Abschluss des Verfahrens, Frist für die Einreichung von Begründungen im Sinne des nachstehenden Artikels 9, Namen des zuständigen Amtes und des Verantwortlichen des Verfahrens. In den in Absatz 2 dieses Artikels vorgesehenen Fällen wird auf die Möglichkeit einer freiwilligen Nachanpassung an die Vorschriften dieser Verordnung im Sinne des nachstehenden Artikels 10 hingewiesen.

Artikel 9 ***Fristen des Verfahrens***

1. Für die Anwendung der abschließenden Maßnahme laut Artikel 11, Absatz 2 gilt eine Frist von sechzig Tagen, die ab dem Tag des Eingangs der Mitteilung über die Einleitung des Verfahrens beginnt.
2. Der Adressat der Mitteilung über die Einleitung des Verfahrens kann dem zuständigen Amt seine eigenen Begründungen übermitteln oder innerhalb von 10 Tagen ab Erhalt der Mitteilung über die Verfahrenseinleitung die Anhörung der eigenen Person beantragen.
3. Für die Verbreitung von politischen Umfragen und Wählerumfragen während der Wahlkampagnen gelten die in Artikel 10 des Gesetzes Nr. 28 vom 22. Februar 2000 vorgesehenen Fristen.

Artikel 10 ***Freiwillige Nachanpassung an die Vorschriften***

1. Falls ein Massenmedium Adressat einer Beschwerde nach Artikel 8, Absatz 2 ist und nach Erhalt der Mitteilung über die Verfahrenseinleitung freiwillig innerhalb der in der Mitteilung vorgesehenen Frist die Veröffentlichung der Eckdaten der Umfrage oder die Berichtigung oder Ergänzung der darin enthaltenen Angaben veranlasst, muss das Massenmedium das zuständige Amt umgehend davon in Kenntnis setzen; dazu müssen geeignete Unterlagen beigelegt werden, aus denen die nachträgliche Erfüllung der Vorschriften hervorgeht.
2. Nach Erhalt der in Absatz 1 vorgesehenen Mitteilung und Dokumentation ordnet das zuständige Amt wegen der inzwischen erfolgten freiwilligen Nachanpassung an die Vorschriften die Einstellung des

Verfahrens an, wenn diese Korrekturen als angemessen erachtet werden und den Wegfall der Folgen der Ordnungswidrigkeit bewirken.

3. Das zuständige Amt sendet der "Commissione per i servizi e i prodotti " (Kommission für Dienstleistungen und Produkte) der Aufsichtsbehörde einen periodischen Bericht über Verfahren, die nach einer freiwilligen Nachanpassung an die Vorschriften eingestellt wurden.

Artikel 11

Abschluss der Untersuchungen und Mitteilung der Maßnahmen

1. Das zuständige Amt übermittelt der "Commissione per i servizi e i prodotti " (Kommission für Dienstleistungen und Produkte) zusammen mit einem detaillierten Untersuchungsbericht den Vorschlag über die Anwendung einer abschließenden Maßnahme.

2. Die "Commissione per i servizi e i prodotti " (Kommission für Dienstleistungen und Produkte) wendet nach Einsicht in den Bericht und nach einer Prüfung der vorgeschlagenen Maßnahme die abschließende Maßnahme an bzw. ordnet die Einstellung des Verfahrens an.

3. Die ausreichend begründete Maßnahme muss einen ausdrücklichen Hinweis auf die Rekursfrist und die Gerichtsbehörde enthalten, bei der Rekurs eingereicht werden kann.

4. Das zuständige Amt sorgt in der Form, die in Artikel 14 des Gesetzes Nr. 689 vom 24. November 1981 vorgesehen ist, für die Zustellung der Maßnahmen, die die "Commissione per i servizi e i prodotti " (Kommission für Dienstleistungen und Produkte) nach Maßgabe des obenstehenden Absatzes 3 festlegt. Die Einstellung eines Verfahrens teilt das zuständige Amt mittels Einschreiben mit Rückantwort, mittels Faxnachricht mit Empfangsbestätigung oder mit einer zertifizierten E-Mail-Nachricht mit.

Artikel 12

Sanktionen

1. Falls ein Massenmedium Umfrageergebnisse nicht zusammen mit den Eckdaten, also nicht mit allen in Artikel 4, Absatz 1 vorgesehenen Angaben, oder in einer von den Festlegungen in Artikel 4, Absatz 2,3,4 und 5 abweichenden Form veröffentlicht, ordnet die Aufsichtsbehörde nach Abschluss des in Artikel 8 u. ff. beschriebenen Verfahrens auf der Grundlage des in Artikel 11, Absatz 1 vorgesehenen Maßnahmenvorschlags an, dass das verantwortliche Subjekt die Eckdaten veröffentlicht oder die darin enthaltenen Angaben berichtigt oder ergänzt. Diese Veröffentlichung, Berichtigung, Ergänzung muss - unter Berücksichtigung der Erscheinungsweise bzw. der Sendezeiten des betreffenden Massenmediums innerhalb von 48 Stunden in derselben Form erfolgen wie die Veröffentlichung der Umfrageergebnisse. Bei Nichterfüllung der Anordnung der Aufsichtsbehörde gelangen die Verwaltungssanktionen laut Artikel 1, Absatz 31 des Gesetzes Nr. 249 vom 31. Juli 1997 zur Anwendung.

2. Wenn das Subjekt, das die Umfrage durchführt, nicht gleichzeitig mit der Veröffentlichung oder Verbreitung der Umfrageergebnisse auch das in Artikel 5 dieser Verordnung vorgesehene Umfragedokument an die Aufsichtsbehörde sendet oder im Umfragedokument und/oder in den Eckdaten unvollständige oder unrichtige Angaben macht, gelangen die in Artikel 1, Absatz 30 des Gesetzes Nr. 249 vom 31. Juli 1997 vorgesehenen Sanktionen zur Anwendung.

3. Wenn das Subjekt, das die Umfrage ausführt, sich weigert, Zusatzinformationen anzugeben, die eventuell im Sinne von Artikel 5, Absatz 2 der vorliegenden Verordnung von der Aufsichtsbehörde gefordert werden, oder unvollständige oder unrichtige Informationen bereitstellt, gelangen die in Artikel 1, Absatz 30 des Gesetzes Nr. 249 vom 31. Juli 1997 vorgesehenen Sanktionen zur Anwendung.

4. Davon unberührt bleiben die in Artikel 10 des Gesetzes Nr. 28 vom 22. Februar 2000 vorgesehenen Strafen bei politischen Umfragen und Wählerumfragen.