

Antrag

der Abgeordneten Gabriel Obernosterer, Mag. Maximilian Unterrainer, Mag. Roman Haider, Leopold Steinbichler, Sepp Schellhorn

Kolleginnen und Kollegen

betreffend ein Bundesgesetz, mit dem das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenz-Gesetz geändert wird.

Der Nationalrat wolle beschließen:

**Bundesgesetz, mit dem das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenz-Gesetz geändert wird**

Der Nationalrat hat beschlossen:

**Änderung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes**

Das Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, MedKF-TG), BGBl. I Nr. 125/2011, wird wie folgt geändert:

1. § 2 Abs. 2 lautet:

„(2) Abs. 1 gilt nicht für Aufträge, deren Zweck

1. die Erfüllung einer bundes- oder landesgesetzlich geregelten oder sonst verwaltungsbehördlich oder gerichtlich angeordneten Veröffentlichungsverpflichtung oder deren Zweck die Veröffentlichung von Stellenangeboten, Ausschreibungen oder von mit diesen vergleichbaren Bekanntmachungen von eingeschränktem öffentlichen Interesse ist oder
2. die Veranlassung von ausschließlich an ein ausländisches Zielpublikum gerichteten entgeltlichen Veröffentlichungen in einem von einem ausländischen Medieninhaber verbreiteten periodischen Druckwerk oder von diesem Medieninhaber ausgestrahlten oder verbreiteten oder zum Abruf bereitgehaltenen periodischen elektronischen Medium ist.“

2. In § 7 wird folgender Abs. 3 angefügt:

„(3) § 2 Abs. 2 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I. Nr. xxx/2014 tritt am 1. Jänner 2015 in Kraft.“

**Begründung:**

In Verfolgung der vom Nationalrat einstimmig angenommenen Entschließung 24/E XXV. GP vom 12. Juni 2014 betreffend Auswirkungen des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes auf Tourismusmarketingorganisationen soll die Änderung in § 2 Abs. 2 mit der Anfügung einer neuen Z 2 für den Bereich der Tourismuswerbung eine entscheidende Entlastung herbeiführen. Diese Vereinfachung kann - ohne die Zielsetzung des Gesetzes (vgl. GP XXIV RV 1276) nach einer Transparenz der Vergabe von Werbeaufträgen generell in Frage zu stellen - am besten dadurch erreicht werden, dass der genau definierte Bereich der an ausländisches Zielpublikum gerichteten, in ausländischen periodischen Medien erscheinende Werbung von der Bekanntgabepflicht ausgenommen wird. Diese Ausnahme findet in der Ermächtigung des § 1 Abs. 4 BVG Medienkooperation und Medienförderung, BVG MedKF-TG („Ausnahmen von der Veröffentlichungspflicht“) Deckung.

Zuweisungsvorschlag: Verfassungsausschuss