

## Vorblatt

### **Inhalt:**

Das vorgeschlagene Bundesverfassungsgesetz und insbesondere das darauf beruhende Bundesgesetz beinhalten spezifische Bekanntgabepflichten des öffentlichen Bereichs im Bezug auf Werbeaufträge und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Druckwerks oder eines periodischen elektronischen Mediums. Da vorgesehen ist, die KommAustria mit der neuen Aufgabe der Kontrolle der Bekanntgabepflicht zu betrauen, bedarf es auch einer Ergänzung des KommAustria-Gesetzes.

### **Alternativen:**

Zwar bestehen im Förderungsbereich teilweise spezifische Veröffentlichungspflichten, die aber wiederum für die interessierte (Fach-)Öffentlichkeit kein Gesamtbild ergeben. Ohne die vorgeschlagenen Maßnahmen bestünde keine ausreichende Transparenz, um für die Öffentlichkeit eine einheitliche und umfassende Darstellung sämtlicher relevanten Aufträge und Förderungen sicherzustellen.

### **Auswirkungen des Regelungsvorhabens:**

#### **– Finanzielle Auswirkungen:**

##### Auswirkungen auf den Bundeshaushalt:

Die vorgeschlagenen Maßnahmen bewirken ab 2012 einerseits eine Erhöhung des Bundesanteils an der Finanzierung der Tätigkeit der KommAustria bzw. der administrativen Unterstützungsleistung der RTR-GmbH im Ausmaß von 134 000 Euro und einmalige Investitionskosten in der Höhe von 40 000 Euro für die Errichtung der für die Vollziehung notwendigen Datenbank.

Die zu den Verwaltungskosten laut SKM-Methode angestellten Überlegungen lassen sich ohne Weiteres auf die für die einzelnen Gebietskörperschaften oder sonstigen – nicht als Unternehmen – zu bewertenden Einrichtungen entstehenden Kosten übertragen, sodass auf die folgenden Ausführungen zu verweisen ist.

##### Auswirkungen auf die Planstellen des Bundes:

Keine.

#### **- Auswirkungen auf die Verwaltungskosten für Bürger/innen und für Unternehmen:**

Für Bürger/innen werden keine zusätzlichen Informationspflichten normiert.

Für die als „Unternehmen“ einzustufenden Rechtsträger führen die vorliegenden Regelungen nicht zur zusätzlichen Erfassung von Daten, die nicht schon auf Grund unternehmensinterner Kontrollmaßnahmen gesammelt würden.

Der vorliegende Entwurf enthält dennoch Informationsverpflichtungen für Unternehmen gemäß der Standardkostenmodell-Richtlinien, BGBl. II Nr. 278/2009. Trotzdem im vom BMF herausgegebenen Handbuch Standardkostenmodell Österreich, Version 2, 2007 in Kapitel 3.1.7. an sich angeführt ist, dass „Rechtsvorschriften und Informationsverpflichtungen, die ausschließlich öffentliche Unternehmen oder Unternehmen betreffen, an denen die öffentliche Hand zu 50% oder mehr beteiligt ist, „nicht zu berücksichtigen“ sind, wurde Betrag für die jährlichen Verwaltungslasten mit IVP 1 – Sammlung, Prüfung und Eingabe von Daten wurde mit 360 € für ein Unternehmen errechnet. Schätzungen zufolge handelt es sich dabei um ca. 2400 Unternehmungen, Stiftungen und Fonds.

#### **-- Auswirkungen auf die Beschäftigungslage und den Wirtschaftsstandort Österreich:**

Keine.

#### **– Auswirkungen in umweltpolitischer Hinsicht, insbesondere Klimaverträglichkeit:**

Keine.

### **Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union:**

Die vorgeschlagenen Regelungen fallen nicht in den Anwendungsbereich von Rechtsvorschriften der Europäischen Union und sind im Übrigen mit diesen vereinbar.

### **Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:**

Zweidrittelmehrheit im Nationalrat im Hinblick auf eine vorgesehene Verfassungsbestimmung gemäß Art. 44 Abs. 1 B-VG und Zustimmung des Bundesrates mit Zweidrittelmehrheit gemäß Art. 44 Abs. 2 B-VG.

## **Erläuterungen**

### **Allgemeiner Teil**

Mit den vorgeschlagenen Bestimmungen soll die umfassende Transparenz bei der Vergabe von „Werbe“aufträgen und von Förderungen „öffentlicher“ Stellen gewährleistet werden, indem die innerhalb eines halbjährlichen Beobachtungszeitraums errechnete Gesamthöhe von Aufträgen und Förderungen und das jeweilige periodische Medium (der jeweilige Förderungsnehmer) regelmäßig bekannt gegeben werden.

Das Bundesverfassungsgesetz kann gemäß Art. 44 Abs. 1 B-VG vom Nationalrat nur in Anwesenheit von mindestens der Hälfte der Mitglieder und mit einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen beschlossen werden. Da durch seine Bestimmungen die Zuständigkeit der Länder in der Gesetzgebung und in der Vollziehung eingeschränkt wird, ist gemäß Art. 44 Abs. 2 B-VG auch die in Anwesenheit von mindestens der Hälfte der Mitglieder und mit einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen zu erteilende Zustimmung des Bundesrates erforderlich.

#### **Kompetenzgrundlage:**

Die Zuständigkeit des Bundes zur Erlassung der vorgeschlagenen Bestimmungen ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 1 B-VG.

#### **Finanzielle Auswirkungen und Auswirkungen auf Verwaltungslasten:**

Im Hinblick auf den erweiterten Aufgabenbereich der KommAustria ergibt sich ein erhöhter Finanzierungsaufwand (Personal- und Sachaufwand der KommAustria und der RTR-GmbH) nach § 35 KOG ab dem Jahr 2012 in der Höhe von 134 000 Euro. Hierin eingerechnet sind 10% der Kosten eines „durchschnittlichen“ KOA-Mitglieds in der Höhe von rund 11 000 Euro zuzüglich Overheadkosten von rund 4 200 Euro. Dieser Personalaufwand bei der KOA kann unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Arbeitsauslastung durch interne Maßnahmen noch bewältigt werden. Darüber hinaus wurden der Berechnung 0,5 FTE einer juristischen Fachkraft der RTR-GmbH (mit ca. 37 000 Euro), 0,5 FTE einer Assistentkraft der RTR-GmbH (mit 29 000 Euro) und 0,05 FTE in der IT für die regelmäßige Wartung der Datenbank (ca. 4 000 Euro) zuzüglich Overheads in der Höhe von insgesamt rund 50 000 Euro zugrundegelegt. Als einmalige Errichtungskosten der Datenbank wurde – orientiert am Aufwand bereits bei der RTR-GmbH bestehender Meldesysteme – der Betrag von 40 000 kalkuliert.

Die nachfolgend zu den Verwaltungskosten laut SKM-Methode angestellten Überlegungen lassen sich ohne Weiters auf die für die einzelnen Gebietskörperschaften oder sonstigen – nicht als Unternehmen – zu bewertenden Einrichtungen entstehenden Kosten übertragen, sodass auf die folgenden Ausführungen zu verweisen ist.

Die Berechnungen erfolgen unter Anwendung der Richtlinien für die Ermittlung und Darstellung der finanziellen Auswirkungen neuer rechtsetzender Maßnahmen, Anhänge 3.1 und 3.3 in der Fassung der Kundmachung BGBl. II Nr. 50/2009.

Nachfolgend sind alle Informationsverpflichtungen dieses Gesetzesvorhabens beschrieben. Es handelt sich dabei um Informationsverpflichtungen, die ausschließlich in einer nationalen Rechtsvorschrift geregelt werden sollen.

Im Hinblick auf die im Begutachtungsverfahren mehrfach geäußerte Kritik über ein Missverhältnis der „Kosten-Nutzen Relation“ und den angeblichen bürokratischen Mehraufwand ist Folgendes festzuhalten:

Zunächst ist zu betonen, dass die Bestimmungen dieses Entwurfs nicht zur Sammlung und Zusammenfassung neuer Daten verpflichten. Vielmehr werden diese Daten schon im Sinne der entsprechenden Sorgfaltspflichten eines ordentlichen Kaufmanns und des Erfordernisses der Effizienz von Werbemaßnahmen prinzipiell von jedem Unternehmen gesammelt und auch einer Überprüfung auf ihre Sachgerechtigkeit unterzogen. Um einen ausreichenden Überblick über die getroffenen „Werbemaßnahmen“ zu behalten, ist daher davon auszugehen, dass schon jetzt in den einzelnen Unternehmen die Daten aggregiert zur Verfügung stehen.

Im Wege interner Dienstanweisungen lässt sich auch ohne größeren Aufwand sicherstellen, dass – wenn dies nicht ohnehin schon aus anderen Gründen zentral erfolgt – die Daten auch in einem für alle mit der Vergabe von Werbeaufträgen befassten Personen zur Verfügung stehenden elektronischen „Tool“ erfasst werden, um so jederzeit eine gesamthafte Darstellung der Werbemaßnahmen an ein bestimmtes Medium zu erhalten.

Für die hier vorzunehmende Schätzung über die Verwaltungskosten kann daher (berechnet mit dem Verwaltungskostenrechner unter [www.verwaltungskostenrechner.at](http://www.verwaltungskostenrechner.at)) von folgender Berechnung ausgegangen werden

Für die Eingabe des Namens des betreffenden Mediums und der Höhe des Entgelts ist pro Auftrag eine Zeit von einer Minute zu veranschlagen. Legt man weiters die (hoch gegriffene) Annahme zugrunde, dass ein Unternehmen pro Tag einen Werbeauftrag vergibt, so ist dieser Zeitaufwand hochzurechnen (nicht berücksichtigt wurde, dass im Fall bereits vorhandener Angaben über Medieninhaber und Medium die Eingabe dieser Daten wegfällt und nur mehr der Betrag in einer zusätzlichen Zeile einzutragen wäre). Die Berechnung der Gesamtsumme der Aufträge an ein bestimmtes Medium kann unter Verwendung von Excel-Tabellen ein automatisches Berechnungsprogramm übernehmen, sodass hierfür keine weitere Zeit zu veranschlagen ist, weil sich immer mit der jüngsten Eingabe der Gesamtwert automatisch aktualisieren lässt. Daraus ergibt sich für die Eingabe ein Zeitaufwand von 5 Minuten pro Woche. Pro Halbjahr entspräche dies einem Zeitaufwand von ca. zwei Stunden für die Eingabe. Zusätzlich zu berücksichtigen wird sein, dass eine Kontrolle auf Richtigkeit und Vollständigkeit der Berechnung stattfindet. Hiefür wird von einem Zeitaufwand von zwei Stunden pro Halbjahr ausgegangen. Schließlich wird von einem Zeitaufwand von einer Stunde (pro Halbjahr) für die Eingabe der so aggregierten Daten im elektronischen Web-Interface ausgegangen, für den wiederum zu veranschlagen ist, dass im Wege des Copy and Paste Verfahrens die Daten leicht eingetragen werden können.

Unter Zugrundelegung dieser genannten Prämissen (wobei keine spezifischen externen Anschaffungskosten oder Aufwendungen für Abschreibungen zu veranschlagen waren und andererseits auch keine Sowieso-Kosten in Abzug gebracht wurden) ergeben sich - unter der weiteren Annahme, dass die Sammlung, Überprüfung und Übermittlung der Daten durch kaufmännische Angestellte erfolgt – für ein „Unternehmen“ Gesamtkosten in der Höhe von 360 Euro.

### **Besonderer Teil**

#### **Zu Art. 1 (BVG Medienkooperation und Medienförderung – BVG MedKF-T)**

##### **Zu § 1 Abs. 1 BVG MedKF-T:**

Das Bundesverfassungsgesetz und das darauf beruhende Bundesgesetz sollen die Transparenz bei der Vergabe von „Werbe“-Aufträgen des öffentlichen Bereichs ebenso fördern wie die Transparenz der Förderpraxis. Der Begriff der Werbeaufträge ist dabei umfassend zu verstehen und soll dem Grundsatz nach jede entgeltlich veranlasste, an die Öffentlichkeit gerichtete Mitteilung, Ankündigung, Empfehlung einer in Abs. 1 genannten Institution oder eines unter „qualifizierter Beteiligung“ stehenden Unternehmens erfassen. Das BVG knüpft aus den unten bei § 2 des vorgeschlagenen Bundesgesetzes dargestellten Überlegungen an den Begriff „Medieninhaber“ (eines periodischen Mediums) an.

##### **Zu § 1 Abs. 2 BVG MedKF-T:**

Die Kontrolle der Einhaltung der Bekanntgabepflichten muss einer von den kontrollierten „Institutionen“ unabhängigen Einrichtung übertragen sein. Satz 2 erweitert materiell den Anwendungsbereich des Art. 20 Abs. 2 B-VG. In diesem Sinn ist auch das entsprechende Aufsichtsrecht, das im KOG (vgl. § 15) als Unterrichtsrecht ausgestaltet ist, vorzusehen.

##### **Zu § 1 Abs. 3 BVG MedKF-T:**

Die Regelung dient der Effektivierung des vorgesehenen Bekanntgabesystems, weil nur bei Kenntnis der erfassten Rechtsträger beurteilt werden kann, wer konkret der Bekanntgabepflicht unterliegt. Die Regelung bedarf im Hinblick auf die darin vorgesehenen Verpflichtungen des Rechnungshofes einer Verfassungsbestimmung.

##### **Zu § 1 Abs. 4 BVG MedKF-T:**

Die Bestimmung enthält die entsprechende Ermächtigung an den einfachen Bundesgesetzgeber, die Details wie die zu erfassenden Medienkooperationen, Werbeaufträge und Förderungen sowie die Art der Veröffentlichung auszugestalten und hierbei auch Ausnahmen von der Bekanntgabepflicht für bestimmte Formen von periodischen Medien oder auch betragsmäßige Schwellen festzulegen. Genauso ermöglicht es diese Ermächtigung, spezifische Formen von Bekanntmachungen (vgl. auch § 2 Abs. 2 des in Art. 2 vorgeschlagenen Bundesgesetzes) auszunehmen.

#### **Zu Art. 2 (Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, MedKF-TG)**

##### **Zu § 1 MedKF-TG:**

Vgl die Ausführungen zu § 1 Abs. 1 BVG MedKF-T.

**Zu § 2 MedKF-TG:**

Die Bestimmung enthält den Kern der Transparenzvorschrift im Hinblick auf „Werbeaufträge“ in periodischen Medien. Zunächst werden im (auch für die Regelung über Förderungen nach § 4 relevanten) Einleitungssatz -anknüpfend an die Kompetenz des Rechnungshofes zur Gebarungskontrolle - mittels Verweises jene Rechtsträger aufgezählt, die die Bekanntmachungspflicht trifft. Dabei handelt es sich insbesondere um den Bund, die Länder, Gemeinden mit mindestens 10 000 Einwohnern, Stiftungen, Fonds, Anstalten und öffentlich rechtliche Körperschaften des Bundes, der Länder und der Gemeinden und Gemeindeverbände bzw. auch Unternehmungen, an denen diese in qualifizierter Weise beteiligt sind. Weiters werden die Träger der Sozialversicherung und die gesetzlichen beruflichen Vertretungen sowie im Interesse einer umfassenden Transparenz die sonstigen durch Gesetz der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger (vgl. Art. 121 B-VG) einbezogen. So ist etwa auch der, auf Grund von § 31a Abs.1 ORF-G der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Österreichische Rundfunk vom Anwendungsbereich der vorgeschlagenen gesetzlichen Regelungen erfasst.

Abs. 1 knüpft – wie das vorgeschlagene BVG – bewusst an den Begriff des „Medieninhabers“ im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 8 Mediengesetz (und nicht des „Medienunternehmens“) an, weil (vgl. die RV 784 d.B. XXII. GP) in der Unternehmenspraxis bestehende Strukturen in konzernmäßigen Verlagsunternehmen in Frage gestellt werden könnten. Tatsächlich sind nämlich durch die Aufteilung von verlagswirtschaftlichen Agenden (Druck, Vertrieb, Anzeigenaquisition etc.) und redaktioneller inhaltlicher Gestaltung auf jeweils unterschiedliche Unternehmen Konstruktionen möglich, die zur Konsequenz hätten, dass keines der Unternehmen als Medieninhaber anzusehen wäre: dies, weil das eine Unternehmen „nur“ die inhaltliche Gestaltung besorgt, aber keine Verbreitung besorgt oder veranlasst, während das andere Unternehmen „nur“ die Verbreitung besorgt oder veranlasst, ohne einen Einfluss auf die inhaltliche Gestaltung zu haben.

Mit Z 1 werden sämtliche Erscheinungsformen (audiovisueller) kommerzieller Kommunikation im Fernsehen und in audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf nach dem AMD-G erfasst (die Anbieter dieser Dienste sind jedenfalls Medieninhaber). Genauso fallen aber sämtliche Arten kommerzieller Kommunikation im Inhaltsangebot des ORF sowie Sponsoring und Werbung in den privaten Hörfunkprogrammen darunter. Auch Aufträge über Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit (vgl zum näheren Verständnis BKS 18.10.2010, 611.919/0005-BKS/2010) sind bekannt zu geben.

Durch Z 2 werden mit dem Verweis auf § 26 Mediengesetz alle „Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte einbezogen, für deren Veröffentlichung“ in einem periodischen Druckwerk oder auf einer Website (soweit sie nicht schon als Abrufdienst nach der Z 1 erfasst ist) oder in einem elektronischen Newsletter ein Entgelt geleistet wird. Der Begriff „Entgeltlichkeit“ nach § 26 MedienG ist umfassend zu verstehen (vgl. Berka/Höhne/Polley/Noll, Mediengesetz2, § 26 RZ 1 mit weiteren Nachweisen). Dass der Auftraggeber auch inhaltlichen Einfluss auf den Beitrag nimmt, ist nach § 26 MedienG gerade nicht Voraussetzung. Damit erfasst § 26 MedienG auch den Fall, wenn eine finanzielle Unterstützung dafür gewährt wird, dass ein bestimmtes Thema – ohne jegliche vom Auftraggeber ausgehende Beeinflussung des konkreten Inhalts oder der Ausrichtung – behandelt wird. Z 2 schließt daher auch das – ansonsten nur für Rundfunk und für audiovisuelle Abrufdienste gesetzlich explizit geregelte – „Sponsoring“ (Patronanz) von Beiträgen, Beilagen etc. ein.

Da in zahlreichen Bundes- und Landesgesetzen spezifische Bekanntmachungs- oder Veröffentlichungspflichten bestehen, die inhaltlich in keiner Weise in einem Konnex zur „Öffentlichkeitsarbeit“ stehen, ist mittels einer Ausnahmebestimmung in Abs. 2 darauf Bedacht zu nehmen. Ähnliches gilt für die Veröffentlichung von Stellenausschreibungen oder ähnliche Veröffentlichungen, die im Ergebnis der Mitteilung an einen bloß eingeschränkten Interessentenkreis dienen (wie z.B Mitteilungen über Personalbestellungen, Beförderungen, Ernennungen oder Todesanzeigen etc.).

Bekanntzumachen sind somit einerseits die Summe des Entgelts der innerhalb eines Beobachtungszeitraums von einem halben Jahr direkt erteilten Aufträge für Veröffentlichungen in einem wie eben beschrieben beschaffenen periodischen Medium (vgl dazu auch die Ausnahmen in Abs. 2), aber auch jeder sonst im Wege von Medienkooperationen z. B. unter Zwischenschaltung einer Medienagentur erteilte Auftrag über Werbemaßnahmen des „öffentlichen“ Bereichs, selbst wenn die Auswahl des Medieninhabers und des/der periodischen Mediums/Medien, in dem/denen die wie immer geartete Werbemaßnahme eines der aufgezählten Rechtsträger „geschaltet“ wird, einer Medienagentur nach deren eigenem Ermessen (auch in der Aufteilung auf mehrere Medien) bzw. in deren eigenen Namen obliegt. Die Bekanntgabe ist vom Auftraggeber nach Name des Mediums (konkrete/s Druckwerk, Rundfunkprogramm, Website) aufzuschlüsseln.

Die relevanten Daten über das betreffende Medium und die Höhe des Gesamtentgelts sind von den Auftraggebern (Rechtsträgern) selbständig im Wege eines elektronischen Meldesystems (Web-Interfaces) zur Verfügung zu stellen, wobei die KommAustria über ihren Geschäftsapparat sowohl für die Bereitstellung der technischen Infrastruktur als auch für den technischen Zugang zu dieser durch die „berichts“pflichtigen Rechtsträger zu sorgen hat. Die Bekanntmachung hat halbjährlich jeweils im Nachhinein zu erfolgen. Die Verantwortung für die Richtigkeit der Daten liegt ausschließlich bei den Auftraggebern (Rechtsträgern).

Durch das in Abs. 3 geregelte Abstellen auf die Gesamtsumme des innerhalb eines halbjährlichen Beobachtungszeitraum für Veröffentlichungen in einem bestimmten Medium anfallenden Entgelts wird auch den im Begutachtungsverfahren geäußerten Bedenken im Hinblick auf die Wahrung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen bzw. datenschutzrechtliche Aspekte Rechnung getragen. Die Auflistung einer Gesamtsumme war im Begutachtungsverfahren auch von mehreren Stellen angeregt worden.

Abs. 4 sieht ferner eine betragsmäßige „Mindestgrenze“ vor, ab der eine konkrete inhaltliche Bekanntgabepflicht des Auftraggebers besteht. Liegt das innerhalb eines halben Jahres für „Werbeaufträge“ an einen bestimmten Medieninhaber für ein bestimmtes Medium geleistete Entgelt unter dieser Grenze, so hat der betreffende Rechtsträger mitzuteilen, dass keine Bekanntgabepflicht besteht. Im Interesse einer umfassenden Transparenz ist auch eine Verpflichtung für die vom Anwendungsbereich dieses Gesetzes erfassten Rechtsträger vorgesehen, ausdrücklich bekanntzugeben, dass kein Auftrag erteilt wurde. Auch eine derartige „Leermeldung“, die durch Markierung (zB „keine Bekanntgabepflicht“) auf der von der KommAustria bereitgestellten Plattform zu erfolgen hat, hat halbjährlich zum 15. Jänner für die vorangegangenen Monate Juli bis Dezember und zum 15. Juli für die vorangegangenen Monate Jänner bis Juni zu erfolgen.

#### **Zu § 3 MedKF-TG:**

In der Art eines „Ampelsystems“ sieht diese Bestimmung vor, dass zunächst von der KommAustria auf ihrer Website eine Liste der von den Bestimmungen dieses Bundesgesetzes prinzipiell erfassten Rechtsträger veröffentlicht wird. Um eine umfassende Darstellung überhaupt erst zu ermöglichen, sieht die Bestimmung - beruhend auf § 1 Abs. 3 des vorgeschlagenen BVG - vor, dass der Rechnungshof der KommAustria die Liste der seinen Informationen nach erfassten Rechtsträger samt den Basisdaten wie Adresse und vertretungsbefugte Organe zur Verfügung stellt. Innerhalb von 5 Tagen nach dem jeweiligen Fristende für die Bekanntgabe hat die KommAustria in dieser Liste zu ergänzen, wer fristgerecht der Verpflichtung zur Mitteilung nachgekommen sind (d.h. auch ob bekanntgegeben wurde, dass keine Bekanntgabepflicht besteht, weil ein Fall des § 2 Abs. 4 oder des § 4 Abs. 2 vorliegt) oder wer nicht. In diesem Stadium ist eine Veröffentlichung des Inhalts der konkreten Meldung noch nicht zulässig.

Liegt bis zum 15. Jänner und zum 15. Juli keine Bekanntgabe eines von den Regelungen erfassten Rechtsträgers vor (also auch keine mit „keine Bekanntgabepflicht“), so ist dem betreffenden Rechtsträger aufzutragen, innerhalb von 4 Wochen seiner Verpflichtung nachzukommen (für den Fall, dass auch dann keine Bekanntgabe erfolgt vgl § 5).

Erst wenn von sämtlichen der Bekanntgabepflicht unterliegenden Rechtsträgern die Bekanntgaben eingelangt sind, hat die KommAustria die Veröffentlichung der bekanntgegebenen Daten zu veranlassen. Liegen allerdings bis spätestens 8 Wochen nach dem in § 2 Abs. 3 vorgesehenen Zeitpunkt noch immer nicht alle Bekanntgaben vor, so hat die Veröffentlichung unabhängig vom Fehlen einzelner Bekanntgaben zu erfolgen. In diesem Zusammenhang ist von der KommAustria auf ihrer Website gesondert darauf hinzuweisen, welche Einrichtungen ihrer Bekanntgabepflicht trotz Mahnung nicht nachgekommen sind.

Aus der Veröffentlichung soll der jeweilige Auftraggeber ersichtlich sein. Für den Bund ist durch die Regelung des Abs. 4 zweiter Satz vorgesehen, dass auf der Website klar ersichtlich ist, welches Bundesministerium welche Maßnahmen in Auftrag gegeben hat bzw. welche Förderungen (vgl. die Anordnung in § 4 Abs. 2 über die Anwendbarkeit des § 3 im Falle von Förderungen) vergeben wurden.

Um irreführende Verwechslungen auszuschließen, ist vorgesehen, für eine klare Trennung der Bekanntgaben von „Aufträgen“ und von Förderungen zu sorgen.

Um im Interesse des Auftraggebers (bzw. Förderungsgebers – vgl. § 4) eine Richtigstellung zu ermöglichen, muss auch sichergestellt sein, dass Daten jederzeit korrigiert werden können. Vorgesehen ist auch, dass die Daten nach Ablauf von 2 Jahren ab ihrer Veröffentlichung gelöscht werden, weil nach dieser Zeit auch kein spezifisches Interesse zu erkennen ist, das eine weitere Veröffentlichung rechtfertigt. Durch den Zeitraum von 2 Jahren ist eine Vergleichbarkeit mit dem Folgejahr sichergestellt.

#### **Zu § 4 MedKF-TG:**

Mit Förderungen sind schon im allgemeinen Sprachgebrauch - im Gegensatz zu den auf einem konkreten Austauschverhältnis basierenden „Werbeaufträgen“ - materielle Vorteile ohne unmittelbare

Gegenleistung, die vom „öffentlichen Bereich“ gewährt werden, zu verstehen. Mit Abs. 1 sollen durch eine demonstrative Aufzählung (vgl Z 1 bis 3) der derzeit konkret und spezifisch für den Medienbereich vorgesehenen bundesgesetzlich geregelten Förderungen für die Gestaltung von Inhalten aber auch für den Vertrieb von Printprodukten erfasst werden. Im Wege der Z 4 wird die Verpflichtung zur Bekanntgabe auf sämtliche mit den vorangegangenen Fördermaßnahmen qualitativ vergleichbaren Förderinstrumente der betroffenen Rechtsträger (Bund, Länder, Gemeinden bzw. sonstige Rechtsträger im Sinne des Einleitungssatzes des § 2 Abs. 1) erstreckt, sobald sich die Fördermaßnahme auf die inhaltliche Gestaltung, Herstellung, Verbreitung eines periodischen Druckwerks, die Ausstrahlung, Abrufbarkeit eines wie immer gearteten periodischen elektronischen Mediums bezieht. Auch hierbei werden aber nur Förderungen an Medieninhaber periodischer Medien erfasst, um nicht schon jeden materiellen Vorteil, den z. B. der Verfasser einer zu publizierenden Dissertation von einer Institution für die Unterstützung des Abdrucks des Werks erhält – einzubeziehen. Es trifft zwar zu, dass teilweise (von der vorliegenden Regelung unberührt bleibende) sondergesetzliche Bestimmungen bestehen, die ebenfalls eine Veröffentlichungspflicht vorsehen, der Zweck der vorliegenden Regelungen ist aber ergänzend, der Öffentlichkeit ein umfassendes Gesamtbild der an Medieninhaber eines periodischen Mediums gewährten staatlichen Mitteln zu bieten.

Hinsichtlich der Veröffentlichung sollen im Wege des Verweises auf § 2 und 3 dieselben „verfahrensmäßigen“ Schritte zur Anwendung kommen wie bei den „Werbeaufträgen“ (somit auch das Ampelsystem und die Setzung einer Nachfrist).

Um Verwechslungen auszuschließen und somit ein irreführendes Gesamtbild zu vermeiden, wird zudem durch § 3 Abs. 4 vorgesehen, dass die Angaben über die Förderungen eindeutig von den Angaben über „Werbeaufträge“ optisch getrennt werden

Abs. 2 legt für Förderungen dieselbe „Wertgrenze“ fest wie für Aufträge.

Abs. 3 sieht eine eigene Rubrik für das dem ORF zukommende Programmengeld und die Abgeltungen gemäß § 31 Abs. 11 ORF-G vor.

#### **Zu § 5 MedKF-TG:**

Im Begutachtungsverfahren wurde die mangelnde Sanktionierung der Verletzung von Bekanntgabepflichten kritisiert. Auch diese Bestimmung dient daher für den äußersten Fall, dass nicht schon die in § 3 vorgesehene Bekanntmachung über die Nichterfüllung einer Rechtspflicht ausreicht, der Einhaltung des vorgesehenen Bekanntgabesystems. Der Straftatbestand greift dann Platz, wenn gar keine Bekanntgabe erfolgt und daher von der KommAustria eine (ungenutzt verstrichene) Nachfrist gesetzt wurde. Mit Wiederholungsfall ist ein erneutes vollständiges Unterlassen der Bekanntgabe anlässlich der Meldung für das nächste Halbjahr. Es ist darauf zu verweisen, dass gemäß § 19 Abs. 2 VStG ua die Vermögensverhältnisse bei der Strafbemessung zu berücksichtigen sind. Eine Überprüfung der Richtigkeit der bekanntgegebenen Daten erfolgt durch die KommAustria nur in den Fällen des Abs. 2 aufgrund einer Mitteilung des Rechnungshofes.

#### **Zu § 7 MedKF-TG:**

In den Anwendungsbereich dieses Bundesgesetzes sollen nur solche Aufträge und Förderungen fallen, die nach seinem Inkrafttreten erteilt oder gewährt werden. Soweit sich allerdings bereits vor dem Inkrafttreten erteilte Aufträge auch auf einen Zeitraum nach dem Inkrafttreten beziehen, unterliegen sie hinsichtlich des auf die nachfolgenden Monate entfallenden Anteils der „Offenlegungspflicht“. Förderungen im Jahr 2012 werden jedenfalls nur insoweit erfasst, als sie nach dem 1. Jänner 2012 gewährt werden.

#### **Zu Art. 3 (Änderung des KommAustria-Gesetzes)**

##### **Zu Z 1 bis 5 (§ 1 Abs. 3, § 2 Abs. 1 Z 11 und 12, § 13 Abs. 4 Z 3, § 17 Abs. 1 Z 4 und § 18 Abs. 3 Z 1):**

Die Bestimmungen tragen der erweiterten Zuständigkeit der KommAustria und der daraus resultierenden administrativen Unterstützung durch die RTR-GmbH Rechnung. Vorgesehen ist die Zuständigkeit eines Einzelmitglieds der KommAustria.

##### **Zu Z 6 und 8 (§ 35 und § 45):**

Die diesbezüglichen Änderungen sind auf die Notwendigkeit der Finanzierung der neuen Aufgaben zurückzuführen. Im Sinne der schon in der RV 611 d.B. XXIV. GP angestellten Überlegungen ist davon auszugehen, dass die betreffenden Aufgaben zur Sicherstellung der Transparenz ausschließlich im Interesse der Allgemeinheit liegen und damit zur Gänze aus Bundesmitteln zu finanzieren sind. Eine selbst teilweise „Überwälzung“ auf die der Rechtsaufsicht der KommAustria unterliegenden Mediendienstanbieter und Hörfunkveranstalter scheidet damit jedenfalls aus. Deswegen ist auch der

Bundesanteil in § 35 entsprechend zu erhöhen und im Wege des § 45 für eine gesonderte Abgeltung der Einmalkosten im Jahr 2012 Vorsorge zu treffen.