

13.32

**Bundesrätin Simone Jagl** (Grüne, Niederösterreich): Herr Präsident, jetzt habe auch ich die Gelegenheit, Ihnen zur Präsidentschaft zu gratulieren und gutes Gelingen für Ihre Vorhaben, für das nächste halbe Jahr zu wünschen. An dieser Stelle möchte ich mich auch gerne bei Kollegin Göll für das letzte halbe Jahr bedanken, für ihre wirklich umsichtige Präsidentschaft und für die Schwerpunkte und die Aktionen, die sie gesetzt hat.

Sehr geehrte Frau Staatssekretärin! Werte Kolleginnen und Kollegen, Besucher:innen – willkommen hier bei uns im Hohen Haus –, und Zuseher:innen zu Hause via Livestream! Ich habe ein bisschen das Schicksal der Letztrednerin: Es ist schon wirklich ganz vieles – im Prinzip eigentlich alles – gesagt worden, was ich auch sagen wollte; ich mache es deswegen kurz. (*Bundesrätin Schumann: Bravo!*)

Wir haben ein Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz umgesetzt, das Inseratenkorruption verhindert. Wir haben die Bekanntgabepflichten deutlich erweitert und verschärft. Staatliche Institutionen und Unternehmen müssen seither Inserate und andere entgeltliche Werbeleistungen in regelmäßigen Abständen melden. Ich bin wirklich froh, dass uns das gelungen ist, weil es wirklich ganz gut und wichtig ist.

Wie schon erwähnt: Bis Anfang dieses Jahres war Tourismuswerbung, die im Ausland verbreitet wird, die den ausschließlichen Zweck hat, ausländische Gäste anzusprechen, ausgenommen. Der entsprechende Beschluss 2014 war damals einstimmig, möchte ich nur dazusagen. Seit der Änderung Anfang dieses Jahres sind Teile der Auslandswerbung immer noch ausgenommen, andere Teile wie zum Beispiel Werbebotschaften auf Plakaten, in Kinos, auf Public Screens, Wänden und sonstigen möglichen Werbeträgern sind meldepflichtig, und das wollen wir mit der vorliegenden Änderung wieder korrigieren.

Frau Staatssekretärin, Sie haben bereits gut ausgeführt, was so quasi die Basis ist, wie viele Büros die Österreich-Werbung unterhält, in wie vielen Märkten –

europäische Länder sind dabei, Südostasien, arabische Länder –; die Medienauftritte werden eben von den Mitarbeiter:innen vor Ort koordiniert, und die wissen am besten, wo sie das platzieren. Der bürokratische Aufwand, den Bestimmungen des Transparenzgesetzes in der Auslandswerbung gerecht zu werden, wäre wirklich groß, und gleichzeitig unterliegt diese Werbung wie auch schon erwähnt Rechenschaftspflichten. Der Rechnungshof prüft und es gibt den Aufsichtsrat, der genau darauf achtet, welche Mittel in der Medienarbeit eingesetzt werden, wie der Medienauftritt gestaltet wird.

Die Ausnahmeregelung, die wir heute wieder beschließen, baut lediglich den bürokratischen Aufwand ab, da sollten wir schon die Kirche im Dorf lassen; deswegen kurz und schmerzlos: Bitte um Zustimmung! – Danke schön. *(Beifall bei den Grünen und bei Bundesrät:innen der ÖVP.)*

13.35