
456/A(E) XXV. GP

Eingebracht am 23.05.2014

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Entschließungsantrag

**der Abgeordneten Gabriel Obernosterer, Mag. Maximilian Unterrainer, Mag. Roman Haider, Willi Georg, Leopold Steinbichler, Mag. Gerlad Loacker
Kolleginnen und Kollegen
betreffend Auswirkungen des Medienkooperations- und -förderungs-
Transparenzgesetzes (MedKF-TG) auf Tourismusmarketingorganisationen**

Das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, MedKF-TG wurde im BGBl. I Nr. 125/2011 publiziert und trat am 01.07.2012 in Kraft. Gemäß MedKF-TG haben alle Rechtsträger, die der Kontrolle des Rechnungshofes unterliegen (siehe www.KommAustria.at/de/m/ListeRechnungshof), sämtliche von ihnen getätigten Medienschaltungen und -kooperationen quartalsmäßig an die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) zu melden. Von diesem Gesetz sind daher auch die nationale Tourismusorganisation Österreich Werbung (ÖW) und die neun Landestourismusorganisationen erfasst.

Die ersten Erfahrungswerte mit diesem Gesetz liegen nun vor und zeigen, dass der Aufwand zur Erfüllung der Meldeverpflichtungen für die Tourismusmarketingorganisationen deutlich höher als ursprünglich angenommen ist. Darüber hinaus erschweren moderne Medienkooperationsformen die vorgeschriebenen Meldeverpflichtungen massiv bzw. machen sie sogar unmöglich.

Am Beispiel der ÖW zeigt sich, dass das ursprüngliche Ziel des Gesetzes, Gewährleistung von Transparenz bei der Erstellung von Werbeaufträgen "öffentlicher Stellen", bei Tourismusmarketingorganisationen zu enormem Mehraufwand und, vor allem bei Schaltungen im Ausland, das Verhältnis von Aufwand zu Nutzen in keinem Verhältnis steht.

Aufgabe des Vereins Österreich Werbung ist die Stärkung der Tourismusdestination Österreich im Inland, aber vor allem im Ausland. Dazu bedient sich der Verein auch weltweit aller professionellen Instrumente und Methoden eines modernen Destinationsmarketings wie Destinationsinformation, Öffentlichkeitsarbeit sowie Verkaufsförderung durch professionelle Dienstleister und Medienaktivitäten und -kooperationen.

Die zahlreichen weltweiten Werbeaktivitäten erforderten allein im 4. Quartal 2013 eine Meldung von mehr als 150 Einzelkooperationen. Entgegen der ursprünglichen

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Intention des Gesetzgebers ist dies mit einem Aufwand verbunden, der die in den Erläuterungen in der Regierungsvorlage geschätzten Kosten von 360 Euro pro Jahr pro Unternehmen deutlich übersteigt. Die Geschäftsführerin der ÖW schätzt nach den bisherigen Erfahrungen den jährlichen Zusatzaufwand auf rd. 70.000 Euro, also das rund 200-fache der ursprünglichen Kostenschätzung. Dieser Aufwand setzt sich zusammen aus dem Zeitaufwand der Erfassung der Kooperationen in den mehr als 20 ÖW-Auslandsbüros, aber auch in den von der Außenwirtschaftsorganisation der Wirtschaftskammer Österreich (AWO) im Auftrag der ÖW betreuten Märkten, der Sammlung und Kontrolle der Daten im Büro in Wien sowie schließlich die Meldung selbst.

Für das erste Halbjahr 2013 wurde, trotz intensiver Bemühungen der ÖW, sämtlichen Anforderungen des MedKF-TG zu entsprechen, seitens der KommAustria ein Verfahren gegen sie wegen "offensichtlich unrichtiger Bekanntgaben" eingeleitet und in einem 18seitigen Erkenntnis eine Ermahnung an die Geschäftsführerin der ÖW ausgesprochen. Gegen diese Ermahnung wurde übrigens von der ÖW eine Beschwerde an das Bundesverwaltungsgericht erhoben, da die Rechtsansicht der KommAustria die Aufgabe der ÖW als weltweite "Vermarkterin" des österreichischen Tourismusangebots wesentlich erschweren bzw. verteuern würde.

Auch gegen Landestourismusorganisationen wurden ähnliche Verfahren eingeleitet, die zwar zum Teil eingestellt wurden, jedenfalls aber einen erheblichen Verwaltungsaufwand verursacht haben.

Abgesehen von dem enormen Aufwand, den dieses Gesetz verursacht, bedeutet die Veröffentlichung der Schaltungen einen Wettbewerbsnachteil gegenüber ausländischen Tourismusorganisationen, die keinen derartigen Veröffentlichungsregelungen unterliegen und die Aktivitäten der heimischen Tourismuswerber im Detail nachverfolgen können.

Aus den genannten Gründen stellen die unterfertigten Abgeordneten nachstehenden

Entschließungsantrag

Der Nationalrat wolle beschließen:

„Die Bundesregierung wird ersucht, vor dem Hintergrund der Tatsache, dass insbesondere die Meldeverpflichtungen für Medienkooperationen im Ausland bzw. die Erfassung neuerer Werbeformen, wie etwa Online-Werbenetzwerke, großen Aufwand bzw. Rechtsunsicherheit verursachen, die Anwendung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes auf Tourismusmarketingorganisationen zu überprüfen und gegebenenfalls dem Nationalrat eine Regierungsvorlage zu übermitteln, mit der den sich aus der gegenständlichen Überprüfung ergebenden Erkenntnissen Rechnung getragen wird

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Tourismusausschuss vorgeschlagen.