

Antrag

der Abgeordneten Kurt Egger, Eva Blimlinger

Kolleginnen und Kollegen

Betreffend ein Bundesgesetz, mit dem das Bundesverfassungsgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums, das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz sowie das KommAustria-Gesetz geändert werden

Der Nationalrat wolle beschließen:

Bundesgesetz, mit dem das Bundesverfassungsgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums, das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz sowie das KommAustria-Gesetz geändert werden

Der Nationalrat hat beschlossen:

Artikel 1

(Verfassungsbestimmung)

Änderung des BVG Medienkooperation und Medienförderung

Das Bundesverfassungsgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (BVG Medienkooperation und Medienförderung – BVG MedKF-T), BGBl. I Nr. 125/2011, wird wie folgt geändert:

1. Im Kurztitel wird die Abkürzung „BVG“ durch das Wort „Bundesverfassungsgesetz“ ersetzt.

2. § 1 Abs. 1 lautet:

„(1) Die in den Art. 126b Abs. 1, 2 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1, 3 und 4, Art. 127a Abs. 1, 3, 4 und 9 sowie Art. 127b Abs. 1 des Bundes-Verfassungsgesetzes –B-VG, BGBl. Nr. 1/1930, angeführten sowie sonstige durch Gesetz der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger haben für Medienkooperationen mit Medieninhabern und für sämtliche entweder direkt oder unter Vermittlung über Dritte erteilten Aufträge über entgeltliche Werbeleistungen den Namen und den Inhaber des Mediums sowie die Höhe des Entgelts öffentlich bekanntzugeben. Durch Bundesgesetz können weitere öffentlich bekanntzumachende Angaben, wie insbesondere über den konkreten Inhalt und das konkrete Erscheinungsbild einer Werbeleistung, festgelegt werden. Ein solches Bundesgesetz kann für die im ersten Satz erfassten Rechtsträger oder nur für bestimmte, nach allgemeinen Kriterien definierte Gruppen dieser Rechtsträger auch zusätzlich Regelungen über besondere, an die Überschreitung bestimmter Entgeltgrenzen für Werbeleistungen geknüpfte Berichtspflichten und Verpflichtungen zur Erstellung und Veröffentlichung von Wirkungsanalysen der betreffenden Werbeleistungen vorsehen. Im Falle von Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums haben die Rechtsträger den Namen des Förderungsempfängers und die Höhe der Förderung öffentlich bekanntzugeben.“

3. In § 1 Abs. 2 wird vor dem Wort „Bekanntgabepflicht“ die Wortfolge „Einhaltung der“ eingefügt.

4. In § 1 Abs. 3 wird das Wort „Rechtsträgern“ durch das Wort „Rechtsträger“ ersetzt.

5. In § 1 Abs. 4 wird im ersten Satz die Wortfolge „Werbeaufträge und Förderungen, die Art des periodischen Mediums“ durch die Wortfolge „Aufträge über Werbeleistungen und Förderungen, die Art des für die Werbeleistung herangezogenen Mediums“ ersetzt.

6. In § 2 erhält der bisherige Text die Absatzbezeichnung „(1)“ und folgender Abs. 2 wird angefügt:

„(2) Der Kurztitel und § 1 Abs. 1 bis 4 sowie die Absatzbezeichnung des § 2 Abs. 1 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. XXX/2023 treten mit 1. Jänner 2024 in Kraft.“

Artikel 2

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, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 32/2018, wird wie folgt geändert:

1. § 1 lautet:

„§ 1. Dieses Bundesgesetz dient der Förderung der Transparenz und der Verbesserung des Zugangs zu Informationen bei Medienkooperationen und bei der Erteilung von Aufträgen über entgeltliche Werbeleistungen sowie über die Vergabe von Förderungen an Medieninhaber durch die öffentliche Hand und die nachfolgend aufgezählten Rechtsträger.“

2. § 2 Abs. 1 lautet:

„(1) Zu dem in § 1 genannten Zweck haben die in den Art. 126b Abs. 1, 2 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1, 3 und 4, Art. 127a Abs. 1, 3, 4 und 9 sowie Art. 127b Abs. 1 des Bundes-Verfassungsgesetzes – B-VG, BGBl. Nr. 1/1930, angeführten sowie sonstige durch Gesetz der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger für sämtliche entweder direkt oder unter Vermittlung über Dritte erteilten Aufträge über entgeltliche Werbeleistungen in Form von

1. (audiovisueller) kommerzieller Kommunikation gemäß § 1a Z 6 des ORF-Gesetzes – ORF-G, BGBl. I Nr. 83/2001, und gemäß § 2 Z 2 des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes – AMD-G, BGBl. I Nr. 84/2001, Werbung und Sponsoring gemäß § 19 Abs. 1 und 5 des Privatradiogesetzes – PrR-G, BGBl. I Nr. 20/2001, oder Beiträgen im Dienste der Öffentlichkeit im Inhaltsangebot des ORF (§ 14 Abs. 9 ORF-G) oder in Hörfunkprogrammen nach dem PrR-G oder in audiovisuellen Mediendiensten nach dem AMD-G,
2. Veröffentlichungen in und auf Druckwerken im Sinne von § 1 Abs. 1 Z 4 des Mediengesetzes – MedienG, BGBl. Nr. 314/1981,
3. Veröffentlichungen in Diensten der Informationsgesellschaft gemäß § 1 Abs. 1 Z 2 des Notifikationsgesetzes 1999, BGBl. I Nr. 183/1999, und
4. Veröffentlichungen auf Flächen und in Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften im Sinne von § 1 Abs. 2 Z 3 des Werbeabgabegesetzes 2000, BGBl. I Nr. 29/2000,

die nachfolgend in den Abs. 1a und 1b näher beschriebenen Informationen zur Verfügung zu stellen.“

3. In § 2 werden nach Abs. 1 folgende Abs. 1a und 1b eingefügt:

„(1a) Der den Auftrag erteilende Rechtsträger hat im Wege der Webschnittstelle (Abs. 3) bekanntzugeben:

1. die Art und den Namen (Titel) des jeweiligen Mediums, in oder auf dem die Werbeleistung erbracht wurde, sowie dessen Medieninhaber oder in den Fällen des Abs. 1 Z 4 den über die betreffende Fläche oder den Raum Verfügungsberechtigten und
2. die Gesamthöhe des jeweils pro Medium für die innerhalb eines Halbjahres erfolgten Veröffentlichungen (Abs. 1 Z 1 bis 4) geleisteten Entgelts.

Übersteigt das von einem Rechtsträger für Werbeleistungen innerhalb eines Halbjahres geleistete Entgelt den Betrag von 10 000 Euro, so ist zusätzlich zu den Angaben nach Z 1 und 2 für sämtliche vom Rechtsträger erteilten Aufträge das jeweilige Sujet (dh. der Inhalt, Text, die Tonfolge, das Bild oder die Bild- und Tonfolge) der Werbeleistung im Wege der Webschnittstelle zu veröffentlichen.

(1b) Jeder der in Art. 126b Abs. 1 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1 und 4, Art. 127a Abs. 1, 4 und 9 angeführten Rechtsträger hat, für den Fall, dass er eine Reihe von inhaltlich oder thematisch zusammenhängenden Werbeleistungen (Werbekampagne) in Auftrag gibt, bei der das dafür geleistete Entgelt

1. den Betrag von 150 000 Euro übersteigt, zur Erhöhung der Transparenz zusätzlich zur und gleichzeitig mit der Veröffentlichung des Sujets (Abs. 1a) auch einen Bericht über diese Werbekampagne auf der eigenen Website über einen auf der Einstiegsseite leicht auffindbaren Link zehn Jahre lang, gerechnet ab der Veröffentlichung der letzten Werbeleistung der Kampagne, ständig bereitzustellen. Dieser Bericht hat Ausführungen zu folgenden Punkten zu beinhalten:
 - a) Beschreibung des Inhalts, der Laufzeit und des Budgets der Werbekampagne,
 - b) Definition der Ziele und der Zielgruppen,

- c) Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses (§ 3a Abs. 1 und Abs. 2 Z 3),
 - d) Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne,
 - e) durchführende Organisationseinheit und hinzugezogene externe Dienstleister,
 - f) Begründung über die im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und die Gewichtung bei den für die Werbekampagne eingesetzten Medien,
 - g) Darstellung der Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber und
 - h) Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets.
2. den Betrag von 1 000 000 Euro übersteigt, zusätzlich zur Veröffentlichungspflicht nach Abs. 1a und zur Berichtspflicht nach Z 1 auch binnen sechs Monaten ab Veröffentlichung eine Wirkungsanalyse der Werbekampagne durchzuführen und deren Ergebnisse auf der eigenen Website über einen auf der Einstiegsseite leicht auffindbaren Link zehn Jahre lang, gerechnet ab der Veröffentlichung der letzten Werbeleistung der Kampagne, ständig bereitzustellen. Die Darstellung über die Ergebnisse hat Ausführungen zu folgenden Punkten zu beinhalten:
- a) Name der durchführenden Einrichtung im Fall der Durchführung durch externe Stellen oder Name der durchführenden Organisationseinheit im Fall der Durchführung durch eigenes Personal,
 - b) Instrumente zur Messung der Zielerreichung,
 - c) Ergebnisse der Messung(en) und
 - d) Schlussfolgerungen und Erkenntnisgewinn im Hinblick auf Effizienz und Ressourceneinsatz für allfällige zukünftige Werbekampagnen.“

4. In § 2 Abs. 2 wird im Einleitungsteil die Wortfolge „gilt nicht für Aufträge“ durch die Wortfolge „bis 1b gelten nicht für Werbeleistungen“ ersetzt.

5. § 2 Abs. 3 lautet:

„(3) Die Bekanntgabe der in Abs. 1a angeführten Informationen (einschließlich des Sujets in den Fällen des Abs. 1a zweiter Satz) hat halbjährlich jeweils innerhalb von vier Wochen gerechnet ab dem Ende eines Halbjahres durch die dazu Verpflichteten elektronisch im Wege einer Webschnittstelle (Web-Interface) an die KommAustria zu erfolgen. Die Veröffentlichung dieser personenbezogenen und nicht personenbezogenen Daten durch die KommAustria bestimmt sich nach § 3 Abs. 3.“

6. In § 2 wird nach Abs. 3 folgender Abs. 3a eingefügt:

„(3a) Zur Vereinfachung und Vereinheitlichung der Bekanntgabepflicht sowie zur Erleichterung der Lesbarkeit und Vergleichbarkeit des bereitgestellten Datenmaterials bei gleichzeitiger strukturierter und ressourcensparender Datenverwaltung hat die KommAustria durch Verordnung unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit der technischen Möglichkeiten und der möglichst vereinheitlichten Zugänglichkeit festzulegen,

- 1. wie und allenfalls unter Verwendung welcher vorgegebener Eingabekategorien die nach Abs. 1a bekanntzugebenden Informationen über die Webschnittstelle bereitzustellen sind und
- 2. welche einheitlichen Datenformate für die Veröffentlichung der Dateien der jeweiligen Sujets zu verwenden sind.“

7. § 2 Abs. 4 entfällt.

8. § 2 Abs. 3a erhält die Bezeichnung „(4)“.

9. § 3 Abs. 1 lautet:

„(1) Jeweils bis zum 1. März und 1. September hat die KommAustria anhand der nach § 2 Abs. 3 erfolgten Bekanntgaben in farblich eindeutig unterscheidbarer Weise auf ihrer Website in zwei Rubriken auszuweisen, von welchen der in § 2 Abs. 1 genannten Rechtsträger sie eine Bekanntgabe erhalten hat und von welchen nicht.“

10. § 3 Abs. 2 lautet:

„(2) Erfolgt seitens eines Rechtsträgers innerhalb der in § 2 Abs. 3 genannten Frist keine Bekanntgabe über erteilte Aufträge und hat die KommAustria aufgrund der praktischen Erfahrungen bei der Vollziehung dieses Bundesgesetzes wie insbesondere im Hinblick auf innerhalb der letzten zwei Jahre erfolgte

Bekanntmachungen dieses Rechtsträgers begründete Anhaltspunkte, dass der Rechtsträger einer Bekanntgabepflicht nicht nachgekommen ist, so hat sie ihn unter Setzung einer Nachfrist von vier Wochen zur Bekanntgabe oder zur Abgabe einer Erklärung, dass mangels Erteilung von Aufträgen keine Bekanntgabepflicht besteht, aufzufordern.“

11. § 3 Abs. 3 lautet:

„(3) Die Veröffentlichung aller für ein Halbjahr gemeldeten personenbezogenen und nicht personenbezogenen Daten hat für das erste Kalenderhalbjahr spätestens am 15. Oktober desselben Jahres und für das zweite Kalenderhalbjahr spätestens am 15. April des Folgejahres zu erfolgen.“

12. In § 3 Abs. 4 wird der erste Satz durch folgende Sätze ersetzt:

„Bei der Veröffentlichung hat die KommAustria insbesondere für die Benutzerfreundlichkeit der Web-Anwendung zu sorgen, um durch leicht zugängliche und einfach handhabbare Suchwerkzeuge eine rasche Auffindbarkeit der Daten und eine einfache Vergleichbarkeit mit Vorperioden sicherzustellen. Nach Maßgabe budgetärer Mittel ist auch für eine eindeutige Visualisierung der Daten mittels Tabellen, Grafiken und Diagrammen zu sorgen. Dazu hat jedenfalls eine Aufschlüsselung hinsichtlich des Auftraggebers, des Titels des Mediums und des Medieninhabers zu erfolgen.“

13. In § 3 Abs. 6 wird im ersten Satz das Wort „zwei“ durch das Wort „zehn“ ersetzt.

14. Dem § 3 wird folgender Abs. 7 angefügt:

„(7) Wenn Sujets (§ 2 Abs. 1a) durch das Urheberrecht oder ein verwandtes Schutzrecht geschützt sind, darf die KommAustria diese für die Zwecke der Veröffentlichung (Abs. 3) vervielfältigen, verbreiten und öffentlich wiedergeben. Dies gilt auch, falls an den Sujets Persönlichkeitsrechte bestehen.“

15. In § 3a Abs. 1 wird im ersten Satz die Wortfolge „Audiovisuelle Kommunikation und entgeltliche Veröffentlichungen von in Art. 126b Abs. 1 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1 und 4 und Art. 127a Abs. 1 und 4“ durch die Wortfolge „Werbeleistungen im Sinne von § 2 Abs. 1 Z 1 bis 4 von in Art. 126b Abs. 1 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1 und 4 sowie Art. 127a Abs. 1, 4 und 9“ und im dritten Satz die Wortfolge „Audiovisuelle Kommunikation oder entgeltliche Veröffentlichungen“ durch das Wort „Werbeleistungen“ ersetzt.

16. § 3a Abs. 4 lautet:

„(4) Einrichtungen gemäß Art. 126b Abs. 1, 2 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1, 3 und 4, Art. 127a Abs. 1, 3, 4 und 9 sowie Art. 127b Abs. 1 B-VG ist es untersagt, in Werbeleistungen (§ 2 Abs. 1 Z 1 bis 4) auf oberste Organe im Sinne von Art. 19 B-VG hinzuweisen.“

17. In § 4 Abs. 1 wird im Einleitungssatz der Verweis auf „Abs. 1“ durch den Verweis auf „Abs. 1a“ und in Z 1 der Ausdruck „§ 29 und § 30“ durch den Ausdruck „§ 29, § 30 und § 33a“ ersetzt.

18. In § 4 Abs. 1 wird nach Z 2 folgende Z 2a eingefügt:

„2a. nach dem Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz – QJF-G, BGBl. I Nr. xxx/2023,“

19. In § 4 Abs. 1 und 3 wird das Wort „Quartals“ durch das Wort „Kalenderhalbjahres“ ersetzt.

20. § 4 Abs. 2 entfällt.

21. In § 5 Abs. 1 wird die Wortfolge „gemäß § 2“ durch die Wortfolge „gemäß § 2 Abs. 1a iVm Abs. 2 bis 5“ ersetzt.

22. In § 5 Abs. 1 und 2 wird jeweils die Zahl „20 000“ durch die Zahl „50 000“ und die Zahl „60 000“ durch die Zahl „100 000“ ersetzt.

23. Nach § 6 wird folgender § 6a samt Überschrift eingefügt:

„Valorisierung

§ 6a. Die in § 2 Abs. 1b Z 1 und 2 genannten Beträge vermindern oder erhöhen sich ab dem Jahr 2025 in jenem Maße, in dem sich der von der Bundesanstalt Statistik Österreich verlaublichste Verbraucherpreisindex 2020 oder der an seine Stelle tretende Index des Vorjahres verändert hat.“

24. Dem § 7 wird folgender Abs. 5 angefügt:

„(5) § 1, § 2 Abs. 1 bis 3, § 3 Abs. 1 bis 4, 6 und 7, § 3a Abs. 1 und 4, § 4 Abs. 1 bis 3, § 5 sowie § 6a samt Überschrift in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2023 treten mit 1. Jänner 2024 in

Kraft; gleichzeitig tritt § 2 Abs. 4 außer Kraft. § 2 Abs. 3a in der Fassung des Art. 2 Z 6 des genannten Bundesgesetzes tritt mit 1. September 2023, in der Fassung des Art. 2 Z 8 des genannten Bundesgesetzes mit 1. Jänner 2024 in Kraft. Auf das Verfahren, den Umfang und die Fristen der Bekanntgabe der das vierte Quartal des Jahres 2023 betreffenden Daten finden die Bestimmungen dieses Bundesgesetzes in der Fassung des Bundesgesetzes I Nr. 32/2018 Anwendung. Die erstmalige Bekanntgabe auf der Grundlage von § 2 Abs. 1a in Verbindung mit § 2 Abs. 3 in der Fassung des Bundesgesetzes BGBl. I Nr. xxx/2023 hat für das 1. Halbjahr des Jahres 2024 bis zum 31. Juli 2024 zu erfolgen. Bis zum Ablauf des 30. September 2023 hat die KommAustria die Verordnung gemäß § 2 Abs. 3a zu erlassen und bis zum Ablauf des 31. Dezember 2023 die erforderlichen Vorkehrungen zur Erfüllung der Anforderungen nach § 3 Abs. 4 zu treffen. Die Bereitstellungsdauer gemäß § 3 Abs. 6 in der Fassung des genannten Bundesgesetzes gilt für alle seit 1. Jänner 2020 veröffentlichten Daten.“

Artikel 3

Änderung des KommAustria-Gesetzes

Das Bundesgesetz über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria-Gesetz – KOG), BGBl. I Nr. 32/2001, zuletzt geändert durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr. 219/2022, wird wie folgt geändert:

1. In § 35 wird nach Abs. 1a folgender Abs. 1b eingefügt:

„(1b) Zur Finanzierung des in Erfüllung der Aufgaben nach § 2 Abs. 1 Z 12 entstehenden Aufwandes der KommAustria und des diesbezüglich in Erfüllung der Aufgaben als Geschäftsstelle entstehenden Aufwandes der RTR-GmbH sind die gemäß Abs. 1 aus dem Bundeshaushalt gewährten Mittel um den Betrag von 592 000 Euro zu erhöhen. Dieser Erhöhungsbetrag ist nach Maßgabe des Abs. 1 beginnend mit dem Jahr 2025 zu valorisieren.“


2. Dem § 44 wird folgender Abs. 33a angefügt:

„(33a) § 35 Abs. 1b und § 45 Abs. 19a treten mit 1. Jänner 2024 in Kraft. Die für die Aufnahme der Tätigkeit der KommAustria und der RTR-GmbH in den durch das Bundesgesetz BGBl. I Nr xxx/2023 hinzutretenden Aufgabenbereichen notwendigen organisatorischen und personellen Maßnahmen können bereits vor dem Tag des Inkrafttretens getroffen werden.“

3. § 45 wird folgender Abs. 19a angefügt:


„(19a) Der RTR-GmbH ist per 1. Februar 2024 einmalig für das Jahr 2024 – zur Abgeltung der in diesem Jahr anfallenden Setup-Kosten – ein Betrag in der Höhe von 80 000 Euro aus Mitteln aus dem Bundeshaushalt zu überweisen.“


(EGGER)


(BLUMWAGNER)


(PRAMMER)


(GERSTL)


(STEINACKER)

Zuweisungsvorschlag: Verfassungsausschuss

Bedeckungsvorschlag: Diese Mehrkosten aus Mitteln der UG 45 bzw. des DB 45.02.04 finanziert. Da das gegenständliche Regelungsvorhaben erst nach Beschluss des Bundesfinanzgesetzes 2023 und des Bundesfinanzrahmengesetzes 2023-2026 in Kraft treten wird, sind dessen finanzielle Auswirkungen auf die UG 45 nicht in den geltenden Gesetzen enthalten. Das gegenständliche Regelungsvorhaben wird daher zunächst aus dem laufenden Vollzug der UG 45 bzw. des DB 45.02.04 bedeckt.

Erläuterungen

Allgemeiner Teil

Hauptgesichtspunkte des Entwurfs

Der vorliegende Entwurf für eine **Novelle zum BVG MedKF-T und zum MedKF-TG** stellt das Ergebnis eines Diskussionsprozesses im Rahmen der im Jahr 2022 auf Initiative der für Medien zuständigen Bundesministerin stattfindenden abgehaltenen „Medienkonferenzen“ dar. In diesem Diskussionsprozess konnten aus den Ansichten aller relevanten Interessenskreise wesentliche Grundlagen für die Eckpunkte des vorliegenden Vorschlags gewonnen werden. Gleichzeitig galt es, den in der Vergangenheit wiederholt und von unterschiedlichen Seiten vorgetragenen Kritikpunkten an der Ausgestaltung des geltenden Bekanntgabesystems Rechnung zu tragen. Aus diesen Gründen sieht der Entwurf – abgesehen von der Anknüpfung an eine umfassende Definition der erfassten Werbeleistungen und Medien – einen Entfall der Bagatellgrenze bei gleichzeitiger Einführung zusätzlicher an Betragsgrenzen orientierter Veröffentlichungspflichten vor. Hinzutreten sollen spezifische Veröffentlichungs- und Berichtspflichten bei Werbekampagnen. Als wesentliche administrative Vereinfachung auf der Seite der betroffenen Rechtsträger und im Bereich der Vollziehung durch die KommAustria stehen dem der Entfall der Leermeldungen und die Änderung von quartalsweisen auf halbjährliche Beobachtungszeiträume gegenüber. Auch dem Anliegen der (Fach)Öffentlichkeit nach einer besseren Aufbereitung und anschaulicheren Darstellung der bekanntgegebenen Daten auf der Website der KommAustria wird mit dem Entwurf ebenso Rechnung getragen wie dem Bedürfnis nach mehr Transparenz durch Gewährleistung der Vergleichbarkeit der verschiedenen Jahre. Schließlich wird die Novelle zum Anlass genommen, um weitere Rechtsträger zur Einhaltung des Sachinformationsgebots und des Hinweisverbots zu verhalten.

Kompetenzgrundlage:

Die Zuständigkeit des Bundes zur Erlassung der vorgeschlagenen Bestimmungen in Bezug auf die Änderungen des BVG-MedKF-T ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 1 B-VG und im Hinblick auf die Änderungen des MedKF-TG aus Art. 10 Abs. 1 Z 6 B-VG.

Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union:

Die vorgesehenen Regelungen im Bereich der Medientransparenz fallen nicht in den Anwendungsbereich des Rechts der Europäischen Union. Der am 16. September 2022 von der Europäischen Kommission präsentierte Vorschlag für eine Verordnung zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt (Europäisches Medienfreiheitsgesetz) und zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU, COM(2022) 457 final, sieht allerdings in Art. 24 vor, dass Werbebetriebe der öffentlichen Hand transparent, nach objektiven Kriterien, verhältnismäßig und nicht-diskriminierend vergeben werden sollen. Die vorgeschlagenen Regelungen entsprechen dem Grunde nach diesem sich noch im Entwurfsstadium befindlichen Gesetzgebungsvorhaben.

Besonderer Teil

Zu Artikel 1 (Änderung des BVG MedKF-T)

Die Bestimmungen des BVG bilden die unerlässliche Grundlage für ein einheitliches, insb. den Bund, die Länder und Gemeinden erfassendes Verständnis der Bekanntgabeverpflichtungen und auch für einheitliche Anforderungen im Hinblick auf die von den jeweils erfassten Rechtsträgern einzuhaltenden inhaltlichen Vorgaben an die entgeltlichen Werbeleistungen. Insofern muss in Abs. 1 jedenfalls eine Anpassung vorgenommen werden, um zukünftig nicht nur Werbeleistungen der betroffenen Rechtsträger in „periodischen“ Medien zu erfassen, sondern die Bekanntgabepflicht für Werbeleistungen auf alle Arten von Medien zu erweitern. Diesem Zweck dient die Anordnung im ersten Satz in Abs. 1 und die Änderung in Abs. 4. In Abs. 1 wird auch präzisiert, in welchen der einzelnen Absätze der relevanten Artikel zu erfassende Rechtsträger angeführt sind, die einbezogen werden. Mit dem zweiten Satz wird die verfassungsrechtliche Basis für die über die bisherigen Bekanntgabepflichten hinausgehenden Transparenzpflichten im BVG verankert, um auf einfachgesetzlicher Ebene auch die Bekanntgabe der Werbesujets verpflichtend vorzuschreiben. Der dritte Satz schafft die Grundlage für die Einführung spezifischer Informations- und Veröffentlichungspflichten bei Überschreiten einfachgesetzlich festzulegender Wertgrenzen. Der letzte Satz in Abs. 1 ist nur sprachlich neu gefasst und bleibt gegenüber der bereits für Förderungen an Inhaber periodischer Medien geltenden Rechtslage unverändert. Bei den Änderungen in Abs. 2 und 3 handelt es sich um sprachliche Verbesserungen.

Zu Artikel 2 (Änderung des MedKF-TG)

Zu § 2:

Die Regelung wird hinsichtlich der Werbeaufträge präziser und weitreichender ausgestaltet, indem insb. die bisherige Beschränkung der Bekanntgabepflicht auf periodische Medien aufgegeben wird. Zukünftig soll jegliche entgeltliche Werbeleistung unabhängig von der „technischen“ Verbreitungsform erfasst sein.

Zu Abs. 1:

Die Bestimmung zählt die erfassten Kategorien durch Auflistung der verschiedenen Verbreitungsmedien auf. War schon bisher der gesamte Rundfunksektor und auch der Onlinebereich erfasst, so kommt es nunmehr auch bei den Druckwerken nicht mehr auf die Periodizität an. Damit sind auch alle Beilagen in periodischen Druckwerken genauso erfasst wie jegliches andere weniger als viermal im Jahr publizierte Werk. Auch Werbung über Plakate oder in Büchern fällt damit unter den Anwendungsbereich so wie auch Public-Screens oder Schaukästen etc. Zu den einzelnen Beispielen kann auf die Materialien zum Werbeabgabegesetz 2000 (RV 87 BlgNR, XX. GP) verwiesen werden.

Zu Abs. 1a:

Der erste Satz umfasst die Anordnung über die jedenfalls (unabhängig von einer Betragsgrenze) bekanntzugebenden Details, wobei angesichts der in der Vergangenheit zur Erhöhung der Transparenz die bisher geltende Bagatellgrenze von EUR 5 000 entfallen soll. Das bedeutet, dass jedenfalls pro Halbjahr und (ebenfalls wie bisher pro Medium) die gesamte Höhe des Entgelts für die in einem Halbjahr erfolgten Veröffentlichungen bekanntzugeben ist und zwar mit den in Z 1 beschriebenen Details (Art, Name des Mediums, Medieninhaber oder Verfügungsberechtigter bei Flächen oder Räumen). Neu ist auch die Anordnung, wonach ein Rechtsträger, wenn er durch die Gesamtsumme seiner Aufträge im Halbjahr die Grenze von EUR 10 000 überschreitet, das Sujet aller Werbeleistungen auf der Website der KOA verfügbar machen muss. In dieser Hinsicht ist allerdings auf die Überlegungen zu § 2 Abs. 3a zu verweisen, wonach die administrative Last auf ein Minimum reduziert werden soll und nicht verlangt ist, dass jedes Sujet jeder Mediengattung in jeglichem verwendeten Format und jeglicher Ausführung bereitgestellt werden muss. Insb. reine Form-Mutationen ohne Änderungen des Inhaltes sind keinesfalls eigens zu veröffentlichen.

Hinsichtlich der „Art“ der entgeltlichen Werbeleistung soll eine beschreibende Aufzählung erfolgen, ob es sich zB um ein Inserat oder um Bannerwerbung/Logoplatzierung, um ein Plakat oder Bandenwerbung oder etwa Verkehrsmittelwerbung handelt; nicht verlangt ist, dass das durch den Namen (Titel) bereits hinreichend identifizierbar bezeichnete Medium als „Tageszeitung“ oder „Wochenzeitung“ oder „Magazin“ beschrieben wird.

Zu Abs. 1b:

Zukünftig sollen der Bund, „seine“ Stiftungen, Fonds und Anstalten (Art. 126b Abs. 1 B-VG), die öffentlich-rechtlichen Körperschaften mit Mitteln des Bundes (Abs. 3 leg.cit.), weiters die Träger der Sozialversicherung (Art. 126c B-VG), die Länder samt „ihren“ Stiftungen, Fonds und Anstalten (Art. 127 Abs. 1 B-VG) und die öffentlich-rechtlichen Körperschaften mit Mitteln eines Landes (Abs. 4 leg.cit.), die Gemeinden mit mindestens 10 000 Einwohnern (samt „ihren“ Stiftungen, Fonds, Anstalten und öffentlich-rechtlichen Körperschaften, vgl Art. 127a Abs. 1 und 4) und der Gemeindeverbände (Art. 127a Abs. 9 B-VG) bei Überschreiten betraglich gestaffelter Höchstbeträge zusätzliche Informationen auf ihrer eigenen Website leicht auffindbar bereitstellen. Dementsprechend sieht Z 1 für die Werbekampagnen über einem Betrag von EUR 150 000 zusätzlichen Angaben im Sinne einer den Mitteleinsatz rechtfertigenden Darstellung (in Berichtsform) anhand vorgegebener Kriterien vor; dabei ist vor allem auch die Frage zu beantworten, aus welchen Überlegungen heraus die Werbekampagne als eine dem Sachinformationsgebot (vgl § 3a) entsprechende Werbeleistung angesehen werden kann. Einer Forderung des BMSGPK entsprechend soll der entsprechende Bericht auch eine Darstellung der eingesetzten Sujets enthalten. Auch hierzu gilt es wieder auf die oben bei Abs. 1a schon angesprochenen und bei § 2 Abs. 3a näher ausgeführten Überlegungen zur Hintanhaltung administrativer Lasten hinzuweisen.

Unter dem Begriff „Budget“ ist nur das Auftrags- oder Abrechnungsvolumen der eigentlichen Werbeleistungen zu verstehen, zusätzliche wesentliche Kostenfaktoren wie zB Personalressourcen oder Kreativ- und Produktionsleistungen, Honorarkosten der Schaltagenturen, der Kreativagenturen und die internen Personalkosten der Mitarbeiter sind demnach nicht erfasst. Es soll folglich immer auf die Netto/Netto Schaltkosten abgestellt werden, das sind die Schaltkosten abzüglich aller Rabatte und der Werbeabgabe (vgl dazu schon § 2 Abs. 5 in der geltenden Fassung und die umfangreiche Darstellung der KommAustria zu den verschiedensten Konstellationen über den „Zeitpunkt der Leistungserbringung“ unter https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/medientransparenz/OrientierungshilfeMedientransparenz/Massgeblicher_Zeitpunkt_.de.html).

Im Begutachtungsverfahren wurde die Frage aufgeworfen, ob sich die Wertgrenze in Z 1 auf den festgelegten Zeitraum oder auf die jeweilige Kampagne, die ja auch zeitraumübergreifend sein kann, bezieht. Der Wortlaut der vorgeschlagenen Regelung spricht gesamthaft von der Werbekampagne (als einer Reihe zusammenhängender Werbeleistungen) und stellt damit keinen Bezug zu einem bestimmten Zeitraum her.

Übersteigt das für die entgeltlichen Werbeleistungen einer Werbekampagne zu leistende Entgelt den Betrag von EUR 1 000 000, dann wird der jeweilige Rechtsträger auch dazu verhalten, eine Wirkungsanalyse der Werbekampagne durchzuführen und diese auf der Website leicht auffindbar zu veröffentlichen. Auch diese Verpflichtung trägt indirekt dazu bei, bei der Vergabe von Werbeaufträgen schon von Anfang an klar definierte Ziele und Indikatoren zur Beurteilung der Zielerreichung festzulegen und die Effizienz und den Ressourceneinsatz in die Planung einzubeziehen.

Zu Abs. 2, 3 und 4:

Die Änderungen sind durch die Ergänzungen in Abs. 1a und 1b bedingt. Die sachlich gerechtfertigten Ausnahmen, wie etwa Stellenausschreibungen oder Ausschreibungen, bleiben weiterhin erhalten. In Abs. 4 war auch inhaltlich zu berücksichtigen, dass die Privilegierung von Aufträgen bis zu EUR 5 000 entfallen ist. Dem Anliegen einer Verwaltungsvereinfachung und Reduktion der Verwaltungslasten entsprechend wird vorgesehen, dass die quartalsweise Meldung durch eine halbjährliche Bekanntgabe abgelöst wird. Im Lichte derselben Zielsetzungen wird die Verpflichtung zur Abgabe von Leermeldungen aufgegeben. Schließlich wurde dem im Begutachtungsverfahren mehrfach geäußerten Anliegen nach einer Verlängerung der Bekanntgabefrist für die meldepflichtigen Institutionen entsprochen (statt zwei Wochen nunmehr vier Wochen).

Zu Abs. 3a:

Zur besseren Administrierbarkeit der Bekanntgabepflicht hat die KommAustria eine Verordnung zu erlassen, die die näheren Anforderungen der Bereitstellung regelt. Diese Verordnung soll konkretisieren, welche Details und Angaben die Bekanntgabepflichtigen in welcher Art und Weise bereitzustellen haben, wie die Eingabe über die Webschnittstelle zu erfolgen hat und insb. auch, welche (einheitlichen) Datenformate bei der Bereitstellung der Sujets verwendet werden müssen.

Schon zur Vermeidung überbordender Verwaltungslasten, aber auch zur Sicherstellung der Transparenz ist nicht verlangt, dass jedes Sujet jeder Mediengattung in jeglichem verwendeten Format und jeglicher Ausführung bereitgestellt werden muss. Vielmehr verfolgt die Regelung das Ziel, der Öffentlichkeit ein vollständiges, gleichwohl aber übersichtliches Bild über alle eingesetzten und erschienenen Inseraten-Sujets, Werbespots, Plakate, Digitalplakate etc zu verschaffen. Reine Form-Mutationen ohne Änderungen des Inhaltes sind nicht eigens zu veröffentlichen. Es soll daher im Wege der Verordnung auch sichergestellt sein, dass ein und dasselbe Sujet (nach Aufmachung und Inhalt, unabhängig von zB Millimeter-Formatangaben), mag es auch gleichzeitig auf unterschiedlichen Plattformen zum Einsatz kommen, nur einmal veröffentlicht werden muss. In dieser Hinsicht könnte die Verordnung auch (nur was die Sujets betrifft) dazu genutzt werden, um Sammelkategorien für die Veröffentlichung (zB mit der Bezeichnung „Soziale Medien“ oder „Banner in Online-Medien“) zu schaffen. Unverändert bleibt dabei selbstverständlich die Verpflichtung, den Namen des Entgeltempfängers und die Höhe des Entgelts (unabhängig vom Sujet) gesondert (und nicht in Sammelkategorien erfasst) bekannt zu geben. Schon bisher hat die KommAustria dazu die Möglichkeit, bestimmte Eingabefelder zwingend vorzugeben; durch die explizite Verordnungsermächtigung soll die erforderliche Flexibilität geschaffen werden, die Details der Bekanntgabepflichten an die technische Entwicklung anzupassen.

Zu § 3:

Zu Abs. 1 bis 3:

Die Änderungen sind einerseits durch die Ergänzungen in § 2 Abs. 1a und 1b bedingt und tragen andererseits dem im Begutachtungsverfahren geäußerten Anliegen nach einer Verlängerung der Bekanntgabefrist für die meldepflichtigen Institutionen Rechnung; deshalb müssen auch die Vorgaben für die KommAustria zur Veröffentlichung der Daten adaptiert (dh die Fristen verlängert) werden. Gleichzeitig ist auch in § 3 zur Verwaltungsvereinfachung das System von einer quartalsweisen Bekanntgabe auf eine halbjährliche Mitteilung umzustellen. Aufgrund des Entfalls der Verpflichtung zur Abgabe von Leermeldungen muss die KommAustria nunmehr auf ihre bisherigen Vollzugserfahrungen zurückgreifen und anhand der bisher abgegebenen Meldungen eruieren, ob sich bezüglich eines Rechtsträgers aus diesen (oder deren Häufigkeit oder Regelmäßigkeit) Anhaltspunkte ergeben, dass eine Bekanntgabe zu veranlassen gewesen wäre. In ähnlicher Weise könnte als Anhaltspunkt die erstmalige Erfassung als zum Kreis bekanntgabepflichtiger Rechtsträger gehörig angesehen werden, um im Wege der Aufforderung nach

§ 3 Abs. 2 bei solchen neu zu erfassenden Rechtsträgern nachzufragen. Die Änderung in Abs. 3 dient der Anpassung an den neuen Beobachtungszeitraum eines Halbjahres.

Zu Abs. 4:

In der Vergangenheit wurde kritisiert, dass die Art der Bereitstellung der der KommAustria bekanntgegebenen Daten nicht sonderlich geeignet sein dürfte, um der interessierten Öffentlichkeit einen Überblick zu verschaffen. Um daher einen leichteren Zugang zu den vorhandenen Information zu vermitteln, wird der KommAustria mit Abs. 4 – freilich unter Berücksichtigung der Vorgaben eines sparsamen, wirtschaftlichen und zweckmäßigen Mitteleinsatzes – aufgetragen, für eine benutzerfreundliche, dem Zugang zur Information dienliche Ausgestaltung zu sorgen. Ergebnis sollte sein, dass damit die Aufwendungen der jeweiligen Rechtsträger übersichtlich und leicht nachvollziehbar – auch pro Kalenderjahr – einsehbar sind.

Zu Abs. 6:

Die Verlängerung der Bereitstellungsdauer soll für die Zukunft eine höhere Transparenz durch Verfügbarkeit relevanter Vergleichsdaten sicherstellen. Entsprechend der im Begutachtungsverfahren von der KommAustria vorgetragene Empfehlung, die Befristung nicht völlig zu streichen, wird in Abwägung der diversen Interessen eine Vorhaltdauer von zehn Jahren vorgesehen: Es ist zu erwarten, dass sich in diesem Zeitraum sehr große Datenmengen ansammeln werden, andererseits ist aber auch davon auszugehen, dass diese Daten, abgesehen vom zeitgeschichtlichen Wert, nach Verstreichen dieses Zeitraums an Relevanz verlieren. Im Zusammenwirken mit der Übergangsbestimmung in § 7 Abs. 5 wird auch Vorsorge getroffen, dass bereits aufgrund der bisherigen Rechtslage gelöschte Daten nicht vollumfänglich wiederhergestellt werden müssen, sondern für alle Daten ab dem Jahr 2020 die Bereitstellungsdauer von zehn Jahren gilt. Auch diese Ergänzung geht auf eine Anregung der KommAustria zurück.

Zu Abs. 7:

Mit Satz 1 wird eine (vergütungsfreie) freie Werknutzung für die Veröffentlichung von urheberrechtlich und/oder leistungsschutzrechtlich geschützten Sujets eingeführt. Diese Werke dürfen demnach für die Zwecke der halbjährlich erfolgenden (Abs. 3) und der dauerhaften (Abs. 6) Veröffentlichung durch die KommAustria analog und digital vervielfältigt (sowohl intern als auch durch einen externen Dienstleister), verbreitet und öffentlich wiedergegeben – und damit insb. zum Abruf auf der Website der KommAustria bereitgehalten (vgl. Abs. 1 und 4) – werden.

§ 41 UrhG sieht zwar in Umsetzung von Art. 5 Abs. 3 lit. e InfoSoc-RL für die Benutzung eines Werkes zu Zwecken der öffentlichen Sicherheit oder zur Sicherstellung des ordnungsgemäßen Ablaufs von Verwaltungsverfahren, parlamentarischen Verfahren oder Gerichtsverfahren eine vergütungsfreie freie Werknutzung vor, es ist aber nicht eindeutig, ob diese auch den gegenständlichen Anwendungsfall umfasst. Zwar sieht das MedKF-TG bestimmte Verfahrensschritte vor (Bekanntgabe [§ 2 Abs. 3], Erstellung einer „Ampelliste“ [§ 3 Abs. 1], Mahnschreiben [§ 3 Abs. 2], Beanstandungsschreiben [vgl. VwGH 24.03.2015, 2015/03/0006, 13.09.2016, Ra 2016/03/0065]), am Ende dieses Verfahrens steht allerdings grundsätzlich keine inhaltliche Entscheidung über die, oder auf Grundlage der gemeldeten Sujets, sondern – entsprechend dem Zweck des Gesetzes, Transparenz über die Medienkooperationen von Hoheitsträgern und bestimmten öffentlichen Einrichtungen zu schaffen – deren Veröffentlichung. Mit der vorgeschlagenen Regelung soll damit eine entsprechende Klarstellung vorgenommen werden.

Mit Satz 2 wird die Regelung auch auf allenfalls von einer Veröffentlichung betroffene Persönlichkeitsrechte – wie etwa das Recht am eigenen Bild nach § 78 UrhG – erstreckt. Damit ergibt sich in diesem Fall die Erlaubnis zur Veröffentlichung nicht aus einer Interessensabwägung, sondern unmittelbar aus dem Gesetz. Ebenfalls sichergestellt wird dadurch, dass die Veröffentlichung etwa auch im Fall des Widerrufs der Einwilligung durch die abgebildete Person zulässig bleibt.

Zu § 3a:

Die Änderung in Abs. 1 dient der sprachlichen Anpassung an die neue Terminologie und der Ergänzung der vom Sachinformationsgebot erfassten Rechtsträger um die Gemeindeverbände. Das Hinweisverbot des Abs. 4 soll zukünftig auch für öffentlich-rechtliche Körperschaften mit Mitteln des Bundes, der Länder und der Gemeinden (Art. 126b Abs. 3, Art. 127 Abs. 4 und Art. 127a Abs. 4 B-VG), ferner auch für Gemeindeverbände (Art. 127a Abs. 9 B-VG) und schließlich auch noch für gesetzliche berufliche Vertretungen (Art. 127b Abs. 1 B-VG) gelten.

Klargestellt wird damit, dass die entsprechenden Ge- und Verbote – vorausgesetzt der/die Auftraggeber/in unterliegt den Verpflichtungen nach § 3a – durch das Abstellen auf „Werbeleistungen im Sinne von § 2 Abs. 1 Z 1 bis 4“ nicht nur auf in periodischen Medien veröffentlichte Werbeleistungen zur Anwendung kommen; folglich wird das Sachinformationsgebot (und das Vermarktungsverbot) auch auf „out-of-home“-

Werbung (in der Form von Plakaten, Citylights, Flugblättern etc.) ausgedehnt. Aufgrund der Beschaffenheit dieser mit Inseraten nur bedingt vergleichbaren Werbeformen ist die Einhaltung des Sachinformationsgebots zwar prinzipiell möglich, allerdings sind der Vermittlung von Sachinformation im Hinblick auf die konkrete Form und Funktion der Mediengattung gewisse, durch die Eigenart und Funktionsweise des Mediums bedingte Grenzen gesetzt. Die Erfüllung des Sachinformationsgebotes wird daher auch anhand der Eigenschaften und des Zwecks des verwendeten Mediums zu bewerten sein; dh generell zu den Anforderungen nach § 3a *Kogler*, (Unnütze und nützliche) Sachinformation oder (untersagte) Imagepflege, ZIIR 2019, Heft 1).

Zu § 4:

Da bereits die mit von der RTR-GmbH zu vergebenden Förderungen zur Rundfunkförderung und auch die mit der Presse- und Publizistikförderung vergleichbaren Förderungen (der KommAustria) transparent zu machen sind, sollen künftig auch die Mittel aus dem Fonds zur Förderung des Auf- und Ausbaus des digitalen Angebots in der Medienlandschaft (§§ 33a ff KOG) von der Bekanntgabepflicht erfasst sein. Gleiches gilt für das von der KommAustria zu vollziehende Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz. Um den Gedanken der Verwaltungsvereinfachung konsequent zur Anwendung zu bringen, ist auch im Kontext der Bekanntgabe von Förderungen einerseits eine Umstellung auf die halbjährliche Bekanntgabepflicht (vgl § 4 Abs. 1 und 3) erforderlich und andererseits kann die Leermeldung ersatzlos (§ 4 Abs. 2) entfallen.

Zu § 5:

Die Änderung stellt klar, dass die Strafsanktion bei einem Verstoß gegen die nunmehr in Abs. 1a geregelten Bekanntgabepflichten gegenüber der Behörde droht. Zudem wurde die Strafdrohung verschärft.

Aus Anlass der im Begutachtungsverfahren von den Ländern vorgetragenen Sorge ist im Hinblick auf den unverändert beibehaltenen Verwaltungsstraftatbestand in § 5 Abs. 2 dritter Fall auf Folgendes hinzuweisen: Auch bei der Vollziehung dieser Regelung ist die dem Erkenntnis des VfGH vom 24.03.2015, Ra 2015/03/0006, zu entnehmende Wertung zugrunde zu legen, dass nicht jeder Fehler (jede kleine Unzulänglichkeit der Bekanntgabe), der bei einer nachträglichen Kontrolle durch den Rechnungshof zu Tage tritt, eine verwaltungsstrafrechtliche Sanktion auslösen soll. Vielmehr geht es auch bei diesem Straftatbestand nur um solches unrechtmäßiges Verhalten, bei dem die Umstände des Einzelfalls mehr als nahelegen, dass mit der unrichtigen Bekanntgabe dem Zweck des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes eindeutig und qualifiziert zuwider gehandelt wurde. Auch diesfalls wird daher der Prüfungsmaßstab sein müssen, inwieweit die Unvollständigkeit oder Unrichtigkeit im Sinne einer Grobprüfung und nicht erst bei einer tiefgehenden Detailprüfung auffallen hätte müssen.

Zu § 7:

Mit den vorgesehenen Übergangsbestimmungen ist dafür Vorsorge getroffen, dass ein geordneter Übergang vom bisherigen Bekanntgabesystem zu den neuen Regelungen gewährleistet ist. Für die Bekanntgabe der das vierte Quartal des Jahres 2023 betreffenden Daten gilt noch die alte Rechtslage. Die Bekanntgabe der Daten für das 1. Halbjahr des Jahres 2024 hat bis zum 31. Juli 2024 zu erfolgen. Um rechtzeitig für eine Vereinheitlichung der Bekanntgaben Sorge zu tragen, ist es erforderlich, dass die KommAustria angemessene Zeit vor dem Wirksamwerden der Bekanntgabeverpflichtungen die Verordnung zur Vereinheitlichung und Vereinfachung erlässt (bis zum Ablauf des 30. September 2023).

Zu Artikel 3 (Änderung des KOG)

Die durch die Novelle zum MedKF-TG der KommAustria neu übertragenen Aufgaben im Bereich der Medientransparenz werden in den entsprechenden Bestimmungen des KOG aufgenommen. Insb. dienen die Anpassungen der Sicherstellung der Finanzierung des bei der Vollziehung entstehenden Aufwands.

Bei den dieser Änderung zugrundeliegenden Überlegungen spielten auch die zu beachtenden Vorgaben in den Darlegungen des VfGH im Erkenntnis VfSlg 17.326/2004 eine tragende Rolle. An der Sicherstellung der Transparenz von Werbeaufträgen der öffentlichen Hand besteht eindeutig ein weitaus überwiegendes Interesse der Allgemeinheit, das sich vom Interesse der Marktteilnehmer an einem geordneten Rundfunkmarkt deutlich unterscheidet. Insoweit muss daher auch die Finanzierung einer solchen Aufgabe durch die Allgemeinheit, somit aus Steuermitteln, erfolgen. Zur Klarstellung und auch zur Verdeutlichung dieses schon der Stammfassung des MedKF-TG inhärenten Gedankens wird § 35 Abs. 1b eingefügt. Mit dieser Bestimmung wird die Finanzierung des Mehraufwands der KOA und der RTR beginnend mit dem Jahr 2024 als Zusatzbetrag zu den nach § 35 Abs. 1 gebührenden Bundesmitteln normiert. Auch dieser Zusatzbetrag ist dem Vorbild des § 35 Abs. 1 entsprechend zu valorisieren und wie in Abs. 1 geregelt zu überweisen. Mit § 45 Abs. 19a wird für 2024 eine einmalige Abgeltung für die Setup-Kosten beim Ausbau der Webschnittstelle vorgesehen.