

Bericht

des Tourismusausschusses

über den Antrag 4093/A der Abgeordneten Franz Hörl, Barbara Neßler, Kolleginnen und Kollegen betreffend ein Bundesgesetz, mit dem das Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz geändert wird

Die Abgeordneten Franz **Hörl**, Barbara **Neßler**, Kolleginnen und Kollegen haben den gegenständlichen Initiativantrag am 12. Juni 2024 im Nationalrat eingebracht und wie folgt begründet:

„Zu § 2 Abs. 2 Z 2 und 3:

Die Änderung in Z 2 stellt sicher, dass so wie nach der bisher geltenden Rechtslage die im Ausland verbreitete Tourismuswerbung mit der Intention, ausschließlich ausländische Gäste anzusprechen, als vereinfachende Entlastung (vgl. die Motive in der EntschlieÙung 24/E, XXV. GP, vom 12. Juni 2014 und in der Begründung des Initiativantrags 804/A, XXV. GP) generell von der Bekanntgabepflicht ausgenommen ist. Damit wird die mit der Novelle BGBl. I Nr. 6/2015 eingefügte, auf den Tourismusbereich beschränkte Ausnahme konsequent auf die seit der Novelle BGBl. I Nr. 50/2023 zusätzlich erfassten Veröffentlichungswege ausgedehnt. Der genau eingegrenzte thematische Bereich der an ausländisches Zielpublikum gerichteten, im Ausland erscheinenden Werbung wird nicht verändert. Waren folglich entsprechend dem bisherigen Anwendungsbereich schon alle der Tourismuswerbung dienenden entgeltlichen Werbeleistungen in periodischen Medien (Werbung, Sponsoring, Produktplatzierung in TV, Radio, Online, Inserate in Print oder elektronischen Newslettern) vollständig ausgenommen, so gilt dies künftig zusätzlich für jegliche entgeltliche Werbeleistung zur Veröffentlichung von Werbebotschaften auf Plakaten, in Kinos, in nicht-periodischen Druckwerken, auf Citylights, Public Screens, auf Fahrzeugen, an Wänden etc; zum Begriff der entgeltlichen Werbeleistung vgl. – wie schon für die Novelle BGBl. I Nr. 50/2023 – die Materialien zum Werbeabgabegesetz 2000 (RV 87 BlgNR, XX. GP zu Art. 10).

Die Z 3 beinhaltet nach den beiden vollständigen Ausnahmen in Z 1 und 2 (neu) als bloß teilweise Ausnahmeregelung die bisher in Z 2 enthaltene Bestimmung. Dieser Anordnung zufolge sind also entgeltliche Werbeleistungen mit an ein ausländisches Zielpublikum gerichteten Werbebotschaften außerhalb des Tourismusbereich weiterhin ebenfalls nicht von der Bekanntgabepflicht erfasst. Diese Ausnahmebestimmung greift aber unverändert und ausschließlich dann, wenn es sich um derartige Veröffentlichungen in ausländischen periodischen Medien handelt. Eine derartige entgeltliche Veröffentlichung zB auf einem Plakat, einem Public Screen, auf Fahrzeugen und auf Citylights im Ausland ist hingegen bei der Bekanntgabepflicht nicht privilegiert.

Zu § 3a Abs. 2:

Die Anpassung dient ausschließlich der redaktionellen Angleichung von § 3a Abs. 2 an die mit BGBl. I Nr. 50/2023 geänderte Rechtslage (vgl. § 2 Abs. 1 Z 1 bis 4) und an den daraus resultierenden erweiterten Anwendungsbereich und die Begriffsbestimmungen. Damit soll klargestellt und die Grundlage geschaffen werden, dass sich die Richtlinien der Bundesregierung und aller Landesregierungen inhaltlich auch auf die neu hinzugekommenen Werbeleistungen zu beziehen haben. Dies gilt – wie in § 3a Abs. 2 Z 2 und 3 MedKF-TG angesprochen – insbesondere für das Sachinformations-Gebot, das Vermarktungsverbot und die Bezugnahme auf die Tätigkeit des Rechtsträgers, während das Unterscheidbarkeits-Gebot (etwa durch

Kennzeichnung) nur dort eine Rolle spielt, wo aufgrund der Eigenart eines Mediums eine Abgrenzung zu einem ‚redaktionellen‘ Inhalt überhaupt in Frage kommt.

Zu § 4 Abs. 2 und 3:

Die Anpassung dient der redaktionellen Angleichung von § 4 Abs. 2 (bisher Abs. 3) an die mit BGBl. I Nr. 112/2023 geänderte Rechtslage und die Begrifflichkeiten in § 31 Abs. 1, 11 und 13a ORF-G zum ORF-Beitrag (statt Programm) und zur Kompensation für den Entfall des Vorsteuerabzugs.

Zu § 7 Abs. 6:

Aus verwaltungsökonomischen Überlegungen wird durch das rückwirkende Inkrafttreten von § 2 Abs. 2 vermieden, dass seit dem 1. Jänner 2024 im Ausland veranlasste und an ein ausländisches Publikum gerichtete Tourismus-Werbeleistungen, die bislang anders als jene in periodischen Medien noch nicht ausgenommen waren (wie etwa auf Plakaten, in Kinos, in nicht-periodischen Druckwerken, auf Citylights, Public Screens, auf Fahrzeugen und an Wänden) bloß für einen Zeitraum von wenigen Monaten der Bekanntgabepflicht unterliegen. Auch die beiden der redaktionellen Richtigstellung dienenden Vorschriften über die Veröffentlichung der Höhe der Einnahmen aus dem ORF-Beitrag und hinsichtlich der Grundlage für die Richtlinien zum Sachinformations-Gebot können rückwirkend in Kraft treten.“

Der Tourismusausschuss hat den gegenständlichen Initiativantrag in seiner Sitzung am 20. Juni 2024 in Verhandlung genommen. An der Debatte beteiligten sich außer der Berichterstatterin Abgeordneten Barbara **Neßler** die Abgeordneten Melanie **Erasim**, MSc, Josef **Schellhorn**, Thomas **Spalt** und Gabriel **Obernosterer** sowie die Staatssekretärin im Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft Mag. Susanne **Kraus-Winkler**.

Bei der Abstimmung wurde der Gesetzentwurf mit Stimmenmehrheit (**dafür:** V, F, G, **dagegen:** S, N) beschlossen.

Als Ergebnis seiner Beratungen stellt der Tourismusausschuss somit den **Antrag**, der Nationalrat wolle dem **angeschlossenen Gesetzentwurf** die verfassungsmäßige Zustimmung erteilen.

Wien, 2024 06 20

Barbara Neßler

Berichterstattung

Mag. Gerald Hauser

Obmann

