

12.06

Abgeordneter Klaus Seltenheim (SPÖ): Danke, sehr geehrter Präsident! Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen! Lieber Herr Vizekanzler! Liebe Zuseher:innen vor den Endgeräten! Die Inseratenausgaben der schwarz-grünen Bundesregierung waren so hoch wie von keiner Bundesregierung zuvor. Ich finde es fast ein bisschen heuchlerisch, dass die Grünen das jetzt dermaßen thematisieren.
(Beifall bei der SPÖ. – Rufe bei den Grünen: Oh!)

Wir waren es, die unter Medienminister Andi Babler auf Regierungsebene (Abg. **Stögmüller [Grüne]: ... die Arbeiterkammer!**) das Rausschießen von Inseraten sofort eingestellt haben. Wir haben in der Regierung auch eine Einigkeit zu Inseraten ohne konkretes Informationsbedürfnis (Ruf bei der SPÖ: Hörts einmal zu!), was heißt, dass sie keine Eigenwerbung enthalten dürfen. Das ist auch Konsens in der Regierung.

Mich wundert es ja: Die Grünen hatten fünf Jahre Zeit in der Regierung und haben diesbezüglich nichts getan (Zwischenruf des Abg. **Hafenecker [FPÖ]**), haben die meisten Inserate geschaltet (Zwischenruf der Abg. **Maurer [Grüne]**) – und vor allem die neue Parteivorsitzende war sehr stark damit beschäftigt, Postenschach zu spielen und ihre grünen Schäfchen ins Trockene zu bringen. Da wird einfach versucht, den Salzburger Wahlkampf auf eine Ebene zu heben, auf die er nicht gehört – aber ja, gut, ich nehme das zur Kenntnis, sei's drum.

Zum eigentlichen Punkt und zu den eigentlichen Vorlagen: Vor wenigen Tagen beherrschte die Schlagzeile „Millionen Likes für“ – AfD-Politikerin – „Weidel aus Nigeria“ die deutsche Innenpolitik. Die Frage steht im Raum, wie es sein kann, dass 1 200 Accounts aus Nigeria über 3 Millionen Follower und 30 Millionen

Likes produzieren konnten. Wie immer bei populistischen Parteien vom rechten Rand mit Verbindungen zur FPÖ und dem besten Freund der Ölkonzerne Herbert Kickl gilt auch hier die Unschuldsvermutung. *(Zwischenrufe bei der FPÖ.)* Dieses Beispiel zeigt aber: Es braucht klare Regeln für politische Werbung im Netz.

Politische Werbung ist heute digital, personalisiert und oft nur für bestimmte Zielgruppen sichtbar. Gerade deshalb müssen Menschen wissen, wer hinter diesen Botschaften steht, wer sie bezahlt und wie versucht wird, auf die Meinung des Einzelnen Einfluss zu nehmen – egal ob aus dem Inland oder aus dem viel gelobten Russland oder Ungarn. Gerade im digitalen Raum gilt: Wir müssen ordnen statt spalten. Das ist richtig, das ist notwendig – und ja, ich finde es sehr positiv, dass die Techgiganten hier offensichtlich ein bisschen Angst vor der EU bekommen haben und es aktuell verunmöglichen, dass politische Parteien diese Werbepraktiken vollziehen können.

Wir sprechen aber auch über das europäische Medienfreiheitsgesetz, insbesondere über die Unabhängigkeit von Medien und wie diese besser abgesichert werden können. Das dreht sich vor allem auch um den Bereich des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Da verlangt die Verordnung transparente, sachliche Verfahren für die Bestellung, aber auch für die Abberufung von Leitungspersonen. Außerdem wird die Transparenz gestärkt. Medien müssen Informationen über Eigentumsverhältnisse offenlegen, staatliche Werbemittel und bestimmte Finanzflüsse müssen transparent gemacht werden.

Wir müssen aus aktuellem Anlass auch über den ORF sprechen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist ein Grundpfeiler der vierten Gewalt. Er wird von uns allen finanziert, er muss daher auch vor uns allen Rechenschaft ablegen, und er

muss vor allem ein Vorbild sein in Zeiten, in denen keine Woche vergeht, in der nicht neue, immer noch verstörendere Beweise zutage treten, dass Frauen für viel zu viele Männer alles andere als gleichwertig sind. Der ORF darf kein weiteres schlechtes Beispiel unter vielen dafür sein, wie die Arbeitswelt für Frauen immer noch aussieht. *(Beifall bei der SPÖ.)* Ich möchte auch klar sagen, dass das rasche Handeln des Stiftungsrats für viele andere Bereiche ein Vorbild sein sollte: Transparenz und klare Konsequenzen statt wie so oft Belästigung, sexuelle Gewalt et cetera unter den Teppich zu kehren.

Wir wollen einen starken ORF, wir wollen einen unabhängigen, transparenten, digitalen und bürgernahen ORF, und darum bin ich auch sehr, sehr froh, dass die Bundesregierung für Herbst auf der Tagesordnung hat, dass da ein entsprechender Reformprozess eingeleitet wird. Medien und Medienunternehmen brauchen Vertrauen, sie müssen sich dieses Vertrauen in Zeiten wie diesen Tag für Tag erkämpfen und erarbeiten. Die beiden Gesetzesvorlagen bieten dafür eine Grundlage. Ich werbe daher um Ihre Zustimmung. – Danke schön. *(Beifall bei der SPÖ.)*

12.10

Präsident Peter Haubner: Als Nächste zu Wort gemeldet ist Frau Abgeordnete Marie-Christine Giuliani-Sterr. – Ich stelle Ihre Redezeit auf 4 Minuten ein, Frau Abgeordnete.