

Kommunikationsbehörde Austria
Mariahilfer Straße 77
1060 Wien
E-Mail: medientransparenz@rtr.at

Auskunft:
[Mag. Erich Kaufmann](#)
T +43 5574 511 20315

Zahl: PrsG-012-26/BG-18

Bregenz, am [12.09.2023](#)

Betreff: Konsultation zum Entwurf einer Verordnung zur Festlegung der Eingabemodalitäten der Bekanntgabepflicht bei Aufträgen nach dem Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (MedKF-TG Eingabeverordnung 2023); Entwurf; Stellungnahme

Bezug: [Schreiben vom 29. August 2023](#)

Sehr geehrte Damen und Herren,

zu dem im Betreff genannten Verordnungsentwurf wird Stellung genommen wie folgt:

Zu § 2:

§ 2 Abs. 1 regelt die Grundsätze für die Bekanntgabe der von den Rechtsträgern bereitzustellenden Informationen (Einzelmeldungen). Dabei wird u.a. festgehalten, dass im Fall der Bereitstellung von Sujets (§ 2 Abs. 1 Z 2) das Entgelt pro Medium je Sujet grundsätzlich zu addieren ist bzw. bei unterschiedlichen Sujets im selben Medium diese als gesonderte Einzelmeldungen erfolgen müssen.

Es ist zu konkretisieren, was als „eigenständiges Sujet“ gilt bzw. was als unterschiedliche Sujets betrachtet werden kann. Insbesondere bei „eigenständigen Sujets“ gilt es den Kampagnenansatz der „Testimonial-Kampagne“ zu berücksichtigen. Bei gleichbleibender Kommunikationslinie, Gestaltung und teils auch Textierung der Sujets ändern sich nur die Testimonials. Obwohl es technisch gesehen eigene Sujets sein können, zählen sie doch alle zur gleichen Kampagnenlinie und es ändert sich de facto nur die abgebildete Person. Diese jeweils als „unterschiedliche Sujets“ zu betrachten, würde den administrativen Aufwand deutlich erhöhen. Im Sinne der Transparenz ist ein Überblick darüber zu verschaffen, für welche Veröffentlichungen öffentliche Gelder herangezogen werden. Daher ist es ausreichend, wenn Sujets einer zusammenhängenden

Kommunikationslinie auch ganzheitlich pro Medium betrachtet werden. Der Upload eines „Master Sujets“ oder eines „Sammelsujets“, das sämtliche Sujets in einem abbildet, könnten mögliche Lösungsansätze dafür sein. Dasselbe gilt sinngemäß auch für alle anderen Mediengattungen bzw. inwieweit solche „Master Sujets“ oder „Sammelsujets“ auch gattungsübergreifend eingesetzt werden könnten.

Beim Sujet-Upload sollte technisch darauf Rücksicht genommen werden, dass es allenfalls auch bei großer Sorgfalt zu unabsichtlichen Uploads kommen könnte (gerade bei Bulk-Upload), die innerhalb einer bestimmten Frist wieder entfernt werden können sollten. Es sollte daher im Entwurf auch eine Möglichkeit zur Korrektur einer bereits erfolgten Meldung vorgesehen werden.

Für einzelne Elemente von verwendeten Werbemittel (z.B. Fotos, Hintergrundmusik usw.) hat der meldepflichtige Rechtsträger grundsätzlich nur zeitlich begrenzte Nutzungs- und Verwertungsrechte. Die Abrufdauer der hochgeladenen Sujets und deren 10-jährige Online-Abrufbarkeit steht im Spannungsverhältnis zu den zeitlich begrenzten Nutzungs- und Verwertungsrechten des meldepflichtigen Rechtsträgers. Es ist klarzustellen, dass den meldepflichtigen Rechtsträgern durch das Hochladen von Sujets keine zusätzlichen Kosten entstehen, insbesondere auch keine sonstigen Forderungen des Inhabers der Nutzungs- und Verwertungsrechte.

In den Erläuterungen zu § 2 Abs. 3 wird ausgeführt, dass die Nennung des einzelnen Mediums weder möglich noch sinnvoll ist. Es wird daher angeregt, bei der Eingabemaske das entsprechende Feld von vorherein in der Kategorie „out of home“ zu streichen.

Zu § 3:

Nach § 3 haben die der Meldepflicht unterliegenden Rechtsträger bei der Eingabe der Meldung die Art der Werbeleistung zu spezifizieren. Dabei hat ein Rechtsträger seine jeweilige Werbeleistung zumindest einer der in der Verordnung aufgezählten Kategorie und gegebenenfalls einer Subkategorie zuzuordnen.

Bestimmte Kommunikationsmittel, wie Freecards oder entgeltliche Kommunikationspakete bei Veranstaltungen (Material-Sampling, werbliche Platzierungen, ...) oder Mischformen (Tip-On-Cards auf Magazinen) lassen sich derzeit keiner der angeführten Kategorie eindeutig zuordnen bzw. ist deren Zuordnung unklar. Daher wird die Aufnahme einer zusätzlichen Kategorie 6. „Sonstiges“ angeregt.

Es ist zu konkretisieren, ob hinsichtlich der Auswahl der Kategorie und Subkategorie auf das Werbemedium selbst abzustellen ist. Nachstehend einige mögliche Anwendungsfälle:

- Wenn beispielsweise der Podcast der Kategorie „Audio“ zuzuordnen ist, erfolgt in diesem Fall die Zuordnung anhand der Podcast-Seite des Mediums oder anhand des Podcast-Titels? Bei Letzterem könnte wesentlich mehr erfasst sein als die Podcast-Sammlung eines Mediums.
- Sind YouTube oder Twitch ausschließlich in der Kategorie „Videos“ zu führen, auch wenn in diesen Kanälen Interaktion wie in einem Sozialen Netzwerk stattfinden kann?
- Ist eine auf ein Magazin geklebte Infokarte der Kategorie „Print“ zuzuordnen oder doch Out of Home „Sonstiges“?

- Wenn über eine App (z.B. bei Facebook) geworben wird, ist es dann über den Mediennamen „Facebook“ der Kategorie „Online“, Subkategorie „Soziales Netzwerk“ zuzuordnen oder doch der Facebook-App und somit der Subkategorie „App“?

Der § 3 Z. 5 des Entwurfs erfasst nach den Erläuterungen z.B. auch Logoplatzierungen auf Trikots und Bandenwerbung. Es stellt sich die Frage, anhand welcher Kriterien unter Berücksichtigung der Eigenschaften und des Zwecks des verwendeten Mediums die Erfüllung des Sachinformationsgebots (s. § 3a MedKF-TG) bei solchen Logoplatzierungen zu bewerten ist.

Zu § 5:

Der § 5 enthält allgemeine Anforderungen bezüglich Sujets. Im Hinblick auf die Abgrenzung zwischen eigenständigen und unterschiedlichen Sujets wird auf die Ausführungen zu § 2 Abs. 1 verwiesen.

Zu § 6:

Darin werden die Datenformate der Sujets geregelt. Hinsichtlich der Videodateien (§ 6 Z. 3) wird angeregt, aufgrund ihrer Verbreitung auch mov-Dateien zuzulassen.

Zu § 7:

Die vorgesehene Beschränkung auf die maximale Dateigröße von 100 Megabyte wird hinterfragt. Gerade bei längeren Videos/Filmen führt ein „reduzieren“ auf 100 Megabyte dazu, dass die Qualität sehr schlecht wird und nicht gewährleistet werden kann, dass die entsprechend auszuweisenden Informationen erkannt werden können.

Freundliche Grüße

Für die Vorarlberger Landesregierung
Die Landesstatthalterin

Dr. Barbara Schöbi-Fink

Nachrichtlich an:

1. Bundeskanzleramt, Ballhausplatz 2, 1010 Wien, E-Mail: verfassungsdienst@bka.gv.at
2. Verbindungsstelle der Bundesländer, Schenkenstraße 4, 1010 Wien, E-Mail: vst@vst.gv.at
3. Institut für Föderalismus, z. Hd. Herrn Dr. Peter Bußjäger, Adamgasse 17, 6020 Innsbruck, E-Mail: institut@foederalismus.at
4. Amt der Burgenländischen Landesregierung, Landhaus, 7000 Eisenstadt, E-Mail: post.lad@bgld.gv.at
5. Amt der Kärntner Landesregierung, Arnulfplatz 1, 9021 Klagenfurt, E-Mail: abt1.verfassung@ktn.gv.at
6. Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, Landhausplatz 1, 3109 St. Pölten, E-Mail: post.landnoe@noel.gv.at
7. Amt der Oberösterreichischen Landesregierung, Landhausplatz 1, 4021 Linz, E-Mail: post@ooe.gv.at
8. Amt der Salzburger Landesregierung, Postfach 527, 5010 Salzburg, E-Mail: landeslegistik@salzburg.gv.at
9. Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Landhaus, 8011 Graz, E-Mail: post@stmk.gv.at
10. Amt der Tiroler Landesregierung, Wilhelm-Greil-Straße 25, 6020 Innsbruck, E-Mail: post@tirol.gv.at
11. Amt der Wiener Landesregierung, Rathaus, 1082 Wien, E-Mail: post@md-r.wien.gv.at
12. Abt. Regierungsdienste (PrsR), Intern
13. Abt. Wissenschaft und Weiterbildung (IIb), Intern
14. Abt. Kultur (IIc), Intern
15. Landespressestelle (Lp), Intern