

An die
Kommunikationsbehörde Austria
per E-Mail: medientransparenz@rtr.at

BMSGPK - I/A/4 (Rechtskoordination und
Verbindungsdienste)

Mag. Gerhard Schwab
Sachbearbeiter

Gerhard.Schwab@sozialministerium.at
+43 1 711 00-866532
Stubenring 1, 1010 Wien

E-Mail-Antworten sind bitte unter Anführung der
Geschäftszahl an post@sozialministerium.at
zu richten.

Geschäftszahl: 2023-0.655.244

**Entwurf einer Verordnung der Kommunikationsbehörde Austria (Komm
Austria) zur Festlegung der Eingabemodalitäten der Bekanntgabepflicht bei
Aufträgen nach dem Bundesgesetz über die Transparenz von Medienko-
operationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber
eines periodischen Mediums (MedKF-TG Eingabeverordnung 2023)
Stellungnahme des BMSGPK**

Sehr geehrte Damen und Herren!

Das Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz nimmt
mit Bezug auf die E-Mail vom 29. August 2023, zum Entwurf einer MedKF-TG Eingabe-
verordnung 2023 wie folgt Stellung:

Zu § 2 Abs. 2 Z 1:

Der Schwellenwert von 100 Euro ist zu gering bemessen und führt dadurch zu einem
unverhältnismäßigen administrativen Aufwand. Vor diesem Hintergrund ist nicht ausge-
schlossen, dass die sinnvolle, zielgruppenspezifische und kosteneffiziente Werbeform
„Programmatische Werbung“ bzw. entsprechende Vermarkterbündel bei Informations-
maßnahmen nicht mehr zum Einsatz kommt.

Zu § 4 Abs. 2:

Hier wäre zu präzisieren, ob landesweite Zeitungsverbände wie z.B. die Regionalmedien Austria (RMA) mit ihren 128 regionalen Zeitungsausgaben mitumfasst sind. Ansonsten würden beispielsweise bei einem gleichen Sujet und einer Gesamtbuchung der RMA 128 Einzelmeldungen samt Sujetupload erforderlich sein. In den Erläuterungen wird lediglich auf Regionalausgaben von Tageszeitungen Bezug genommen.

Zu § 5 Abs. 3:

Hier wäre – allenfalls in den Erläuterungen – näher zu präzisieren, wie sich geringfügige inhaltliche Unterscheidungen von Sujets konkret gestalten. Es ist durchaus bei zusammenhängenden Informationsmaßnahmen möglich, dass bei Sujets die grundlegende grafische Gestaltung und der Kampagnenclaim, sowie die Kernbotschaft ident sind und somit auch der inhaltliche Zusammenhang klar erkennbar ist, aber bei einzelnen Sujets beispielsweise lediglich ein anderes Bild oder Grafik gewählt werden, um eine adäquate Zielgruppenansprache zu erreichen.

Zu § 6:

Online Werbemittel, wie z.B. animierte Banner, haben oft andere als die im Verordnungsentwurf angeführte Dateiformate und können somit nicht hochgeladen werden. Hier wären entsprechende Dateiformate (z.B. HTML5) für online Werbemittel in die Verordnung aufzunehmen. Eine allfällige Umwandlung von online Werbemittel in ein MPEG4 Format wäre mit zusätzlichem finanziellen und personellen Aufwand verbunden.

12. September 2023

Für den Bundesminister:

Mag.^a Dr.ⁱⁿ Brigitte Zarfl

Elektronisch gefertigt