

An die
Kommunikationsbehörde Austria und das Team der RTR
Mariahilfer Straße 77-79
1060 Wien, Austria

Per E-Mail an: medientransparenz@rtr.at

12.9.2023

Sehr geehrte Damen und Herren!

Eingangs bedanken wir uns für die Übermittlung des Entwurfes 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).

Im Zuge der Einsichtnahme in die Unterlagen haben sich einige Fragestellungen ergeben, welche wir uns im Folgenden erlauben auszuführen:

1. Wertgrenze Sujetübermittlung

§ 5 der MedKF-TG Eingabeverordnung 2023 besagt in Abs. 1: *„Übersteigt das von einem Rechtsträger für Werbeleistungen innerhalb eines Halbjahres geleistete Entgelt den Betrag von 10.000 Euro, so ist zusätzlich das jeweilige Sujet der Werbeleistung im Wege der Webschnittstelle zu veröffentlichen. Die auf die einzelnen Sujets entfallenden Entgelte pro Medium sind entsprechend bekanntzugeben (§ 2). Durch die Eingabe eines Kampagnentitels kann eine Verknüpfung von Einzelmeldungen zu einer Kampagne erfolgen.“*

Eine idente Bestimmung enthält die Änderung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes (BGBl I 50/2023) in § 2 Abs. 1 a letzter Satz.

Die Erläuterungen zum BGBl I 50/2023 und die Erläuterungen zum Entwurf der MedKF-TG Eingabeverordnung 2023 enthalten keine Konkretisierung jener Bestimmung.

Bei einer wörtlichen Interpretation würde jene Bestimmung bedeuten, dass **sämtliche** Entgelte für **sämtliche** Werbeleistungen **eines** Rechtsträgers innerhalb eines Halbjahres zu addieren

sind und bei Erreichen von 10.000 Euro sämtliche Sujets der jeweiligen Werbeleistungen zu übermitteln sind.

Wir ersuchen um Klarstellung, ob mit dieser Bestimmung hingegen hier auf einzelne Werbeleistungen abgestellt wird und sohin gemeint ist, dass bei Übersteigen des Entgelts von 10.000 Euro **einer** Werbeleistung eines Rechtsträgers innerhalb eines Halbjahres zusätzlich das jeweilige Sujet der Werbeleistung zu veröffentlichen ist.

2. Programmatische Werbung

Die Verordnungsermächtigung sieht vor, dass die KommAustria zur **Vereinfachung** und **Vereinheitlichung** der Bekanntgabepflicht sowie zur Erleichterung der Lesbarkeit und Vergleichbarkeit des bereitgestellten Datenmaterials bei gleichzeitiger strukturierter und ressourcensparender Datenverwaltung durch Verordnung unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit der technischen Möglichkeiten und der möglichst vereinheitlichten Zugänglichkeit festzulegen hat, wie - und allenfalls unter Verwendung welcher vorgegebener Eingabekategorien - die nach § 2 Abs. 1a MedKF-TG bekanntzugebenden Informationen über die Webschnittstelle bereitzustellen sind.

Dieser Vereinfachung soll in § 2 Abs. 2 MedKF-TG Eingabeverordnung 2023 nachgekommen werden und regelt diese Bestimmung die Fälle der **programmatischen Werbung**. Die Erläuterungen hierzu besagen, dass jene Bestimmung einem von den bekanntgabepflichtigen Rechtsträgern wiederholt geäußerten Anliegen Rechnung trägt und eine **Vereinfachung** der Bekanntgabe der in der Werbep Praxis oftmals verwendeten Ausspielung von entgeltlichen Werbeleistungen in Form von „Programmatischer Werbung“ darstellt.

Es wird eine „Schwelle“ von 100 Euro festgelegt, Einzelmeldungen unter jenem Betrag können in **Sammelmeldungen** zusammengefasst werden. Ein Sujet kann für mehrere Einzelmeldungen und die Sammelmeldung herangezogen werden und kann – gemeinsam mit dem Kampagnentitel – eine „taugliche“ Klammer für eine Programmatische Werbekampagne bilden. Bei Einzel- und Sammelmeldungen im Rahmen der Ausspielung von programmatischer Werbung die inhaltlich zusammengehört, ist ein einheitlicher Kampagnentitel anzugeben. Der Kampagnentitel ist diesfalls notwendiges Zuordnungskriterium, da eine Zuordnung über den Namen eines Mediums und einen Medieninhaber entfällt.

Unter einem Sujet gem. § 2 Abs. 1a MedKF-TG ist der Inhalt, Text, die Tonfolge, das Bild oder die Bild- und Tonfolge zu verstehen.

Die Materialien zu § 2 Abs. 3a MedKF-TG führen Folgendes aus: „(...) 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.“

In einer Zusammenschau der Bestimmungen ergibt sich für uns die Frage, wie bei einer Kampagne auf Social Media hinsichtlich der Sujetübermittlung vorzugehen ist. Eine Kampagne läuft regelmäßig über einen längeren Zeitraum, die Werbemittel überschreiten häufig 100 Euro nicht, könnten sohin als Sammelmeldung zusammengefasst werden. Die Postings unterscheiden sich aber dahingehend, dass jedes Posting jeweils ein sich von den anderen Postings unterscheidendes Bild oder Bewegtbild umfasst. Da ein solches Bild oder Bewegtbild als Sujet iSd § 2 Abs 1a MedKF-TG zu qualifizieren ist und es sich nicht um reine Form-Mutationen ohne Änderung des Inhalts sondern gänzlich unterschiedliche Sujets mit jeweils individuellem Inhalt handelt, stellt sich für uns folgende Frage: Würde dies bedeuten, dass im Ergebnis keine Sammelmeldung möglich wäre, sondern wiederum Einzelmeldungen inkl dem jeweiligen Sujet durchgeführt werden müssten? Dieser Umstand würde unseres Erachtens der Zielsetzung der Verordnung widersprechen, eine Vereinfachung wäre damit ausgeschlossen.

3. Google Ads

Darüber hinaus ergibt sich unseres Erachtens eine Lücke für die Anwendung „Google Ads“. „Google Ads“ arbeitet mit dynamischen Anzeigen, Google erstellt die Anzeigen erst beim Aufrufen durch den User dynamisch und auf Basis eines Algorithmus. Es kommt in der Folge zu Text- und Linkkompositionen durch Google, welche dem Auftraggeber nicht bekannt sind. In diesen Fällen ist eine Sujetübermittlung nicht möglich.

Wäre diesfalls eine Sammelmeldung ohne Sujet einzubringen, auch wenn die Wertgrenze des § 2 Abs. 1a MedKF-TG überschritten wird?

Wir danken für die Kenntnisnahme, ersuchen höflich um Klarstellung der offenen Punkte und verbleiben mit freundlichen Grüßen,

Österreich Wein Marketing GmbH