

An die
Kommunikationsbehörde Austria
und das Team der RTR
per E-Mail: medientransparenz@rtr.at

13. September 2023

Betreff: Stellungnahme zum Entwurf der MedKF-TG Eingabeverordnung 2023

Sehr geehrte Damen und Herren,

zum veröffentlichten Entwurf der 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 übermittelt die Universität für Weiterbildung Krems folgende Stellungnahme:

Wir begrüßen die Anstrengungen, die nach der Novelle des MedKF-TG, idF BGBl. I Nr. 50/2023 unternommen wurden, um eine Verordnung zur Vereinfachung und Vereinheitlichung der Bekanntgabepflicht bei Aufträgen nach dem MedKF-TG zu erlassen, da dies die Herstellung umfassender Transparenz bei der Vergabe von Werbeaufträgen und von Förderungen öffentlicher Stellen sicherstellt.

Ziele der geplanten Novelle sind einerseits die Vereinfachung und Vereinheitlichung der Bekanntgabepflicht bei Aufträgen nach dem MedKF-TG und andererseits die Erleichterung der Lesbarkeit und Vergleichbarkeit des bereitgestellten Datenmaterials bei gleichzeitiger strukturierter und ressourcensparender Datenverwaltung, was von uns als sehr positiv gesehen wird.

Gleichwohl der Entfall der Verpflichtung einer Abgabe von Leermeldungen bei einzelnen Rechtsträgern zu einer Verringerung des Verwaltungsaufwandes führen wird, bedeutet der Wegfall der Bagatellgrenze und die Ausdehnung der Meldepflicht auch auf nicht periodisch erscheinende Medien eine deutliche Erhöhung desselben, dies gilt auch für die künftig viel detaillierter zu erfolgenden Meldungen.

Erfolgen – als Beispiel – zahlreiche kleinere Schaltungen verschiedener Sujets im Auftrag verschiedener Organisationseinheiten eines Rechtsträgers in einem Medium gemeinsam, so bedeutet das, dass künftig alle diese Einzelbeträge pro Sujet bei den Organisationseinheiten eingeholt und gemeinsam mit den Sujets eingetragen werden müssten. Auch bei programmatischer Werbung via Targeting müsste ebenfalls bei Beträgen über 100 Euro netto pro individuellem Medium eine genaue Aufstellung abgegeben werden, wodurch diese – z. B. an Universitäten in der Studierendenkommunikation verwendete, vielversprechende Werbeform – schwerer einsetzbar wäre, da die Dokumentation künftig sehr aufwendig würde.

Zur Vorgabe, ab einem Werbevolumen von 1 Mio. Euro eine Wirkungsanalyse "der Werbekampagne" vorzulegen, regen wir an, dies dahingehend näher zu spezifizieren, ob sich dieser Betrag auf die Netto-Gesamtwerbeausgaben (und nicht auf eine einzelne Kampagne) im Berichtszeitraum von einem halben Jahr bezieht oder nicht.

Ebenso regen wir an, in der Verordnung eindeutiger festzulegen, dass nun nicht mehr nur periodische Medien betroffen sind und auch die Angaben zur Grenze, ab der Sujets hochgeladen werden müssen – dies ist in Liste der Änderungen präziser formuliert, während der Verordnungstext Interpretationsspielraum zulässt. Dies würde die gesetzeskonforme Meldung erleichtern.

Wir ersuchen um Berücksichtigung unserer Stellungnahme und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Universität für
Weiterbildung Krems
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
A-3500 Krems
Tel: +43 (0)2732 893-0
www.donau-uni.ac.at



Mag. Stefan Sagl

Leiter der Abteilung Kommunikation, Marketing und PR