



## **Medientransparenz - Information über die Aktualisierung der Orientierungshilfe**

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wir dürfen Sie darauf hinweisen, dass die **Orientierungshilfe Medientransparenz NEU** umfassend überarbeitet wurde und mit **Stand 29. Februar 2024** nunmehr auf unserer Website veröffentlicht wurde.

Die Orientierungshilfe ist als dynamisches und unverbindliches Empfehlungswerk zu verstehen, das nicht alle denkbaren Fragen vollständig abbilden kann. Wir sind jedoch weiterhin bemüht, sie anhand der aufkommenden Fragen entsprechend zu adaptieren und weiterzuentwickeln.

Um Ihnen die Benützung der überarbeiteten Orientierungshilfe zu erleichtern, wurden die einzelnen Fragen samt Antworten mit einem Änderungsdatum versehen („Aktualisiert am“). Unser Tipp: Suchen Sie mittels **Tastenkombination STRG + F** nach dem gewünschten Begriff oder dem Änderungsdatum von einzelnen Fragen.

In inhaltlicher Hinsicht wurde die Orientierungshilfe aufgrund der bei uns eingelangten Fragen umfassend erweitert, dabei möchten wir Sie insbesondere auf **folgende beispielhafte Neuerungen** aufmerksam machen:

### **3.44.2. Wie ist mit Veranstaltungssponsoring umzugehen?**

Wird für die Durchführung einer Veranstaltung ein allgemeiner Beitrag geleistet und die einfache und einmalige Präsenz des Logos des Rechtsträgers (etwa auf der Website, in einem Tagungsbericht oder auf einem Ticket) zur Kenntlichmachung der Unterstützung ohne weitergehenden Werbewert ausgewiesen, wird keine Bekanntgabepflicht ausgelöst (vgl. zur Logopräsenz 3.44). Als Beispiel kann genannt werden, dass ein Rechtsträger einen anderen Rechtsträger finanziell bei der Abhaltung einer Informationsveranstaltung unterstützt.

Werden daneben weitere Werbeleistungen im Rahmen eines sogenannten „Sponsorvertrags“ vereinbart (mehrere Roll-Ups in verschiedenen Bereichen, digitale Screens, Beiträge in sozialen Medien, Zeitungsartikel etc.), wird eine Bekanntgabepflicht begründet. Um das Nettoentgelt vollumfänglich abzubilden, ist diesfalls der Gesamtbetrag jener Sponsorleistungen, die unter das MedKF-TG fallen, einzumelden. Die Meldung hat dann unter der Kategorie „Out of Home“ in der Subkategorie „Sonstiges“ zu erfolgen. Als Medieninhaber ist grundsätzlich der Sponsoringpartner in seiner Rolle als Verfügungsberechtigter zu benennen. Im Feld

„Kampagnentitel“ ist diesfalls unter Voranstellung des Wortes „Veranstaltung“ der Name der Veranstaltung anzugeben.

(Aktualisiert: 29.02.2024)

### 3.44.3. Wie ist mit Vereinssponsoring umzugehen?

Wird zur Unterstützung eines Vereins ein allgemeiner Beitrag ohne weitergehende Werbeleistungen im Sinne des § 2 MedKF-TG geleistet, liegt für die beispielsweise einmalige Präsenz des Logos auf der Website zur Kenntlichmachung der Unterstützung keine Bekanntgabepflicht vor (z.B.: Eine Gemeinde unterstützt die Jugendarbeit eines lokalen Sportvereins ohne weitere werbliche Komponente und wird dafür auf der Website mit dem Logo erwähnt).

Werden daneben weitere Werbeleistungen im Rahmen eines sogenannten „Sponsorvertrags“ vereinbart (Logopräsenz auf Banden, Tickets, Trikots, Beiträge in Sozialen Medien oder Vereinszeitungen, etc.) wird eine Bekanntgabepflicht begründet. Um das Nettoentgelt vollumfänglich abzubilden, ist diesfalls der Gesamtbetrag jener Sponsorleistungen, die unter das MedKF-TG fallen, einzumelden. Die Meldung hat dann unter der Kategorie „Out of Home“ in der Subkategorie „Sonstiges“ zu erfolgen. Als Medieninhaber ist grundsätzlich der Sponsoringpartner (Verein) in seiner Rolle als Verfügungsberechtigter zu benennen. Im Feld „Kampagnentitel“ ist diesfalls unter Voranstellung des Wortes „Sponsoring“ der Name des Vereins anzugeben.

(Aktualisiert: 29.02.2024)

### 3.44.4. Wie ist mit Sponsoring eines Sportlers umzugehen?

Werden Werbeleistungen mit einer Person (z.B.: Profisportler) im Rahmen eines sogenannten „Sponsorvertrags“ vereinbart (Logopräsenz auf Kappe, Sakko, Trikot etc.) wird eine Bekanntgabepflicht begründet. Um das Nettoentgelt vollumfänglich abzubilden, ist diesfalls der Gesamtbetrag der Werbeleistungen, die unter das MedKF-TG fallen, einzumelden. Die Meldung hat dann unter der Kategorie „Out of Home“ in der Subkategorie „Flächengebende Ausstattung“ zu erfolgen. Als Medieninhaber ist grundsätzlich der Sponsoringpartner in seiner Rolle als Verfügungsberechtigter zu benennen (z.B.: Vermarktungsagentur oder - im Fall der Eigenvermarktung - der Sportler selbst). Im Feld „Kampagnentitel“ ist diesfalls unter Voranstellung des Wortes „Sportsponsoring“ anzugeben.

(Aktualisiert: 29.02.2024)

### 3.45.1. Wie ist „google ads“ einzumelden?

Es handelt sich nicht um den Namen eines Mediums, sondern um die Sammelbezeichnung verschiedener Online-Werbeformen. Erfasst sind etwa Display-, Such-, Videoanzeigen, etc.

Bei Werbeschaltungen bzw. entgeltlichen Veröffentlichungen gemäß § 2 MedKF-TG ist jedoch ausnahmslos der Name des Mediums anzugeben. Bei der Bekanntgabe ist danach zu differenzieren, wo die Ausspielung der Werbung erfolgt (z.B.: Such- oder Displayanzeigen auf google.com oder auf Websites von Netzwerkpartnern von Google). „Google Ads“ können auch eine Form der Programmatischen Werbung mit der Möglichkeit der Sammelmeldung darstellen (vgl. 3.50 und 3.51.1).

(Aktualisiert: 29.02.2024)

### 3.56. Sind Messestände zu melden?

Messestände, die überwiegend vom Rechtsträger zu erfüllenden Informationszwecken dienen und einen nur untergeordneten Werbewert darstellen, fallen nicht unter das MedKF-TG, da nur reine Mietkosten anfallen.

Werbeleistungen, die vom Rechtsträger im Rahmen eines Vertrages (im Sinne eines „Werbbestands“) mit Messeveranstaltern in Auftrag gegeben werden, sind hingegen meldepflichtig. Reine (Platz-)Mietkosten für die Ausstellungsfläche fallen dabei nicht unter das MedKF-TG. Begleitende Werbemaßnahmen in und auf Medien und Flächen des Veranstalters (z.B. Ausstellungskatalog, Online-Präsenz, Newsletter) sind meldepflichtig.

Wenn die im Rahmen des Messestandes vom Rechtsträger verwendeten Werbemittel (Fahnen, Poster, Flyer etc.) vom Rechtsträger selbst als Medieninhaber/Verfügungsberechtigter produziert werden, sind diese als Eigenmedien nicht meldepflichtig.

(Aktualisiert: 29.02.2024)

### 3.57. Wie melde ich die Verteilung von „Merch-Artikeln“?

Grundsätzlich sind Merchandise-Artikel des Rechtsträgers, also zu Werbezwecken gebrandete Geschenkartikel von nur unbedeutendem Wert (z.B. Kugelschreiber, Feuerzeuge, Zündhölzer, Bierdeckel) nicht erfasst. Zudem handelt es sich dabei grundsätzlich um Eigenmedien, die zur Verteilung gebracht werden.

Handelt es sich bei den Merch-Artikeln jedoch um Medien bzw. Flächen mit eigenständigem wirtschaftlichem Wert (z.B. Pullis, Rucksäcke) und werden diese im Rahmen vertraglicher Vereinbarungen auf Flächen dritter Verfügungsberechtigter aufgelegt, ist von einer Meldepflicht auszugehen (vgl. im Zusammenhang mit Veranstaltungssponsoring 3.44.2 und mit Vereinssponsoring 3.44.3).

(Aktualisiert: 29.02.2024)

Darüber hinaus finden Sie nunmehr neben technischen Aspekten auch Antworten auf Fragen zum **Gegenstand der Bekanntgabepflicht nach § 4 MedKF-TG**.

Die vorgenommenen Aktualisierungen sind unter folgendem Link einsehbar:

[https://www.rtr.at/Orientierungshilfe\\_Medientransparenz\\_Neu](https://www.rtr.at/Orientierungshilfe_Medientransparenz_Neu)

Schließlich möchten wir uns für Ihr großes Interesse an den **Informationsveranstaltungen** zur Novelle des Medientransparenzgesetzes der letzten Wochen bedanken. Die **Power-Point-Präsentation** sowie die **Aufzeichnung** einer Online-Informationsveranstaltung stehen Ihnen nunmehr auch auf unserer Website unter „Weitere Informationen“ zum Abruf zur Verfügung.

Wien, am 07.03.2024

Mit freundlichen Grüßen,

Kommunikationsbehörde Austria und das Team der RTR-GmbH