

Bericht des Rechnungshofes

Medientransparenz in der AUVA

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-----------------------------|-----|
| Tabellenverzeichnis _____ | 404 |
| Abkürzungsverzeichnis _____ | 405 |

BMG

Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit

Medientransparenz in der AUVA

| | |
|---|-----|
| KURZFASSUNG _____ | 408 |
| Prüfungsablauf und –gegenstand _____ | 412 |
| Rechtliche Grundlagen _____ | 414 |
| Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz _____ | 416 |
| Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen _____ | 424 |
| Bagatellgrenze _____ | 426 |
| Schlussempfehlungen _____ | 428 |

ANHANG

| | |
|-------------------------------------|-----|
| Medientransparenz in der AUVA _____ | 429 |
|-------------------------------------|-----|

Tabellenverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Tabelle 1: Gesamtausgaben der AUVA für Werbeaufträge und Medienkooperationen nach Medientransparenzgesetz | 418 |
| Tabelle 2: Bagatell-Werbefträge und -ausgaben der AUVA zum Zeitpunkt der Meldung | 427 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-------------|---|
| Abs. | Absatz |
| Art. | Artikel |
| AUVA | Allgemeine Unfallversicherungsanstalt |
| B-VG | Bundes-Verfassungsgesetz |
| BGBL. | Bundesgesetzblatt |
| bzw. | beziehungsweise |
| d.h. | das heißt |
| EUR | Euro |
| f. | folgende |
| IT | Informationstechnologie |
| KommAustria | Kommunikationsbehörde KommAustria |
| lt. | laut |
| MedKF-TG | Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz |
| Mio. | Million(en) |
| Nr. | Nummer |
| rd. | rund |
| RH | Rechnungshof |
| S. | Seite |
| TZ | Textzahl(en) |
| u.a. | unter anderem |
| vgl. | vergleiche |
| Z | Ziffer |
| z.B. | zum Beispiel |

Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit

Medientransparenz in der AUVA

Die AUVA gab 77 Medienmeldungen in Höhe von insgesamt rd. 900.000 EUR der KommAustria im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) bekannt. Sie meldete jedoch zwei in ihrem Auftrag hergestellte Medien in Höhe von insgesamt rd. 1,8 Mio. EUR nicht. Somit waren alle Quartalsmeldungen der AUVA unvollständig. Nur rund ein Drittel der meldepflichtigen Gesamtentgelte hatte sie der KommAustria bekanntgegeben.

Im Zuge der Gebarungsüberprüfung anerkannte die AUVA die Bekanntgabepflicht für beide in ihrem Auftrag hergestellten Medien und meldete der KommAustria im 1. Quartal 2015 die Kosten als Förderung, nicht aber als Medienkooperation bzw. Werbeauftrag.

Die AUVA kündigte weiters an, ab sofort die Medieninhaberschaft bei beiden Medien zu übernehmen, um damit nicht mehr der Bekanntgabepflicht zu unterliegen. Dadurch umgeht sie das Medientransparenzrecht.

Auffällig war darüber hinaus der verhältnismäßig hohe Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den von der AUVA erfassten Gesamtausgaben sowie der hohe Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen.

Weiters kam es zu Verstößen gegen das Hinweis- und Kopfverbot sowie gegen die Kennzeichnungspflicht.

KURZFASSUNG

Prüfungsziel

Ziel der Gebarungsüberprüfung war die Beurteilung

- der Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen betreffend Medienkooperationen und Werbeaufträge sowie Förderungen an Medieninhaber,
- der Erfüllung der Meldepflichten,
- der Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes sowie
- allfälliger Probleme bei der Anwendung des Medientransparenzgesetzes. (TZ 1)

Rechtliche Grundlagen

Das Medientransparenzgesetz trat am 1. Juli 2012 in Kraft. Es dient der Förderung der Transparenz bei Medienkooperationen und Werbeaufträgen sowie bei Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums durch die öffentliche Hand. Gemäß § 2 Medientransparenzgesetz sind sämtliche in einem Quartal erteilten Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen in einem periodischen Medium bekanntzugeben, wenn der Betrag über 5.000 EUR (Bagatellgrenze) liegt. (TZ 2)

Gemäß § 4 Medientransparenzgesetz sind für gewährte Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums pro Quartal der Name des Förderungsempfängers und gesamtbetraglich die Höhe der Förderung bekanntzugeben. Auch hier gilt die Bagatellgrenze von 5.000 EUR. (TZ 2)

Meldepflichtig an die KommAustria sind alle Rechtsträger, die der Kontrolle des RH unterliegen. Zu den 5.736 meldepflichtigen Rechtsträgern zählen demnach u.a. die Bundesministerien, die Landesverwaltungen, Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern, Gemeindeverbände, Träger der Sozialversicherung und Unternehmen, an denen der Bund, die Bundesländer oder Gemeinden mit mindestens 50 Prozent beteiligt sind bzw. von diesen Gebietskörperschaften im Sinne des Art. 126b Abs. 2 B-VG beherrscht werden sowie die der RH-Kontrolle unterliegenden Stiftungen, Fonds und Anstalten. (TZ 2)

Die AUVA unterliegt der RH-Kontrolle sowie der Meldepflicht nach dem Medientransparenzrecht. (TZ 2)

Inhaltliche Vorgaben sind in § 3a Medientransparenzgesetz und in den Verordnungen der Bundes- und Landesregierungen geregelt. Aufgrund der gewählten gesetzlichen Konstruktion zur Förderung der Transparenz bei Medienkooperationen sowie bei der Erteilung von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Druckwerks oder eines periodischen elektronischen Mediums waren ein Bundesverfassungsgesetz, ein Bundesgesetz sowie zehn Richtlinien erforderlich. Durch eine Regelung im Verfassungsrang hätte die zweckmäßige Möglichkeit bestanden, eine einheitliche Vorgehensweise für den Bund und die Länder zu schaffen. Diese Gelegenheit der Verwaltungsvereinfachung blieb ungenützt. (TZ 2)

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Organisation der Meldeabläufe

Die Angelegenheiten der Medientransparenz waren in der AUVA organisatorisch implementiert. Die beschaffungstechnischen IT-Systeme waren geeignet, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben der AUVA an die KommAustria zu gewährleisten. (TZ 3)

Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

Im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) erfasste die AUVA im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz 680 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von rd. 1,5 Mio. EUR. Davon unterlagen 204 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 905.675,63 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz. Die Bekanntgabe dieser Werbemaßnahmen erfolgte zusammengefasst in 77 Medienmeldungen rechtzeitig an die KommAustria. (TZ 4)

Rechtliche Unklarheit bei der AUVA über den melderlevanten Erscheinungszeitpunkt einer ganzjährigen Online-Werbemaßnahme führte zur unvollständigen Meldung des 1. Quartals 2013 an die KommAustria. (TZ 5)

Die AUVA war Herausgeberin des Kundenmagazins „Alle! Achtung!“ und des Fachmagazins „Sichere Arbeit“, die in ihrem Auftrag von den Medieninhabern ÄrzteVerlag bzw. ÖGB-Verlag hergestellt und versendet wurden. Sie hatte es im Zuge des Inkrafttretens des Medientransparenzgesetzes unterlassen, das Vorliegen der Bekanntgabepflicht bei beiden Magazinen von der Rechtsabteilung prüfen zu lassen und meldete die damit verbundenen Kosten nicht. Somit

waren im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) alle Quartalsmeldungen der AUVA unvollständig, und mit den gemeldeten insgesamt rd. 900.000 EUR wurde somit nur rund ein Drittel der meldepflichtigen Gesamtentgelte (siehe TZ 4) der KommAustria bekanntgegeben. (TZ 6)

Im Zuge der Gebarungsüberprüfung hat die AUVA zwar beide Medien für das 1. Quartal 2015 bekanntgegeben, diese unrichtigerweise jedoch nicht als entgeltliche Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit Medieninhabern nach § 2 Medientransparenzgesetz, sondern als Förderungen an Medieninhaber nach § 4 Medientransparenzgesetz an die KommAustria gemeldet. (TZ 6)

Weiters kündigte die AUVA an, ab sofort selbst als Medieninhaber im Impressum beider Medien aufzuscheinen. Somit umgeht die AUVA das Medientransparenzgesetz. Sie unterläuft mit dieser Vorgangsweise nicht nur das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen zu ermöglichen, sondern sie muss auch die inhaltlichen Vorgaben des Medientransparenzrechts, wie die Kennzeichnungspflicht, das Sachlichkeitsgebot und das Hinweis- bzw. Kopfverbot, nicht mehr befolgen. (TZ 6)

Vollständigkeit der Dokumentation

Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen waren vollständig dokumentiert. (TZ 7)

Richtigkeit der Meldungen

Im überprüften Zeitraum gab die AUVA – neben unvollständigen – auch zwei unrichtige Quartalsmeldungen der KommAustria bekannt. Die sachlich unrichtige Zuordnung einer Werbemaßnahme bewirkte eine betraglich unrichtige Meldung im 3. Quartal 2013; die zeitlich unrichtige Zuordnung zweier Werbemaßnahmen bedingte die betraglich unrichtige Meldung im 4. Quartal 2013. (TZ 8)

**Inhaltliche
Anforderungen
an Werbeaufträge
und Medien-
kooperationen****Unterscheidbarkeit – Kennzeichnungspflicht**

Die AUVA hielt im überprüften Zeitraum die medientransparenzrechtlichen Bestimmungen betreffend die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen in keinem der zu 77 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten 204 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen in Gesamthöhe von 905.675,63 EUR des überprüften Zeitraums ein. (TZ 9)

Im überprüften Zeitraum wiesen nur 52 von 204 entgeltlichen Einschaltungen der AUVA in den Printmedien Wiener Bezirkszeitung, Wiener Bezirksblatt, Niederösterreichische Nachrichten und Kronen Zeitung, im Audiomedium ORF Radio Burgenland und im TV-Sender ORF 2 eine richtlinienkonforme Kennzeichnung auf. 75 % der entgeltlichen Einschaltungen der AUVA waren somit nicht richtlinienkonform gekennzeichnet. (TZ 9)

Sachinformation

Alle Werbemaßnahmen der AUVA nahmen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit und enthielten ausschließlich Sachinformation. (TZ 10)

Hinweis- bzw. Kopfverbot

Das Hinweis- bzw. Kopfverbot wurde bei drei entgeltlichen Veröffentlichungen der AUVA verletzt. (TZ 11)

Bagatellgrenze

Der durchschnittliche Anteil der nach dem Medientransparenzgesetz nicht zu meldenden Bagatellbeträge (Gesamtbetrag größer 5.000 EUR) bei Werbeaufträgen an den von der AUVA im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz erfassten Gesamtausgaben in den überprüften neun Quartalen betrug rd. 41 %, das sind 625.862,01 EUR. Auffällig war in diesem Zusammenhang, dass 476 von insgesamt 680 von der AUVA im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz erfassten Werbeaufträge, das sind rd. 70 % der Werbeaufträge, unter der Bagatellgrenze lagen. Der Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben sowie die Anzahl der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen, war äußerst hoch. (TZ 12)

Kenndaten zu Medientransparenz in der AUVA

| | |
|---|---|
| Rechtsgrundlagen | <p>Bundesverfassungsgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (BVG Medienkooperation und Medienförderung – BVG MedKF–T), BGBl. I Nr. 125/2011</p> <p>Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (Medienkooperations- und –förderungs-Transparenzgesetz, MedKF–TG), BGBl. I Nr. 125/2011</p> <p>Kundmachung der Bundesregierung betreffend Richtlinien über Ausgestaltung inhaltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes, BGBl. II Nr. 222/2012</p> |
| Bekanntgegebene Entgelte für Medienkooperationen und Werbeaufträge (gesamt in EUR)¹ | |
| 3. Quartal 2012 | 42.065,00 |
| 4. Quartal 2012 | 63.433,45 |
| 1. Quartal 2013 | 51.858,80 |
| 2. Quartal 2013 | 57.062,80 |
| 3. Quartal 2013 | 155.126,97 |
| 4. Quartal 2013 | 174.164,01 |
| 1. Quartal 2014 | 39.888,37 |
| 2. Quartal 2014 | 46.968,12 |
| 3. Quartal 2014 | 275.108,11 |
| 4. Quartal 2014 | 438.204,49 |
| 1. Quartal 2015 | 876.019,07 |
| Summe | 2.219.899,19 |

¹ Im überprüften Zeitraum (3. Quartal 2012 bis 3. Quartal 2014) erfolgten für nach dem Medientransparenzgesetz bekanntzugebende Förderungen durchwegs Leermeldungen.

Quellen: AUVA; RH

Prüfungsablauf und –gegenstand

- 1 (1) Der RH überprüfte im Februar 2015 die Umsetzung des Medienkooperations- und –förderungs-Transparenzgesetzes (Medientransparenzgesetz) in der Allgemeinen Unfallversicherungsanstalt (AUVA).

Im überprüften Zeitraum von Juli 2012 bis September 2014 (3. Quartal 2012 bis einschließlich 3. Quartal 2014) erstattete die AUVA betreffend Medienkooperationen und Werbeaufträge nach dem Medientransparenzgesetz Betragsmeldungen, betreffend Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz Leermeldungen an die KommAustria.

Ziel der Gebarungsüberprüfung war die Beurteilung

- der Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen betreffend Medienkooperationen und Werbeaufträge sowie Förderungen an Medieninhaber,

- der Erfüllung der Meldepflichten,
- der Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes sowie
- allfälliger Probleme bei der Anwendung des Medientransparenzgesetzes.

Die Öffentlichkeitsarbeit der AUVA selbst war nicht Gegenstand der Gebarungsüberprüfung.

(2) Die im Bericht angeführten Namen von Medien bzw. Medieninhabern wurden nicht anonymisiert, weil diese Daten aufgrund der von der KommAustria bereits veröffentlichten Quartalsmeldungen des Rechtsträgers öffentlich sind.

(3) Das Medientransparenzgesetz übertrug dem RH gemäß § 1 Abs. 3 des am 1. Jänner 2012 in Kraft getretenen Bundesverfassungsgesetzes über die Transparenz von Medienkooperationen und Werbeaufträgen sowie Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (BVG Medienkooperation und Medienförderung – BVG MedKF–T) eine Sonderaufgabe. Der RH hat nach dieser Bestimmung eine halbjährlich zu aktualisierende Liste der ihm bekannten, seiner Kontrolle unterliegenden Rechtsträger samt den für die Erfassung der Rechtsträger erforderlichen Daten (Namen, Adressen, vertretungsbefugte Organe) in elektronischer Form der KommAustria zu übermitteln.

Damit zusammenhängend ergaben sich für den RH aber auch neue Prüfungsverpflichtungen im Hinblick auf die Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen zu Medienkooperationen und Werbeaufträgen sowie zu Förderungen an Medieninhaber. Der RH führt daher Gebarungsüberprüfungen über die Implementierung und Anwendung des Medientransparenzgesetzes bei den seiner Prüfungszuständigkeit unterworfenen Rechtsträger durch.¹

(4) Zu den im April 2015 übermittelten Prüfungsmitteilungen nahm die AUVA im Juli 2015 Stellung. Das BMG als Aufsichtsbehörde der AUVA verzichtete im August 2015 auf eine Stellungnahme. Der RH erstattete seine Gegenäußerung an die AUVA im August 2015.

¹ Bisher veröffentlichte Berichte des RH: Medientransparenz in Graz, Reihe Steiermark 2014/4; Medientransparenz in Kärnten, Reihe Kärnten 2014/5; Medientransparenz in Tirol, Reihe Tirol 2014/5; Medientransparenz im Museumsquartier, Reihe Bund 2015/3 und Reihe Wien 2015/2; Medientransparenz in der BIG, Reihe Bund 2015/8.

Rechtliche Grundlagen

2.1 (1) Das Medientransparenzgesetz trat mit 1. Juli 2012 in Kraft. Es soll der Förderung der Transparenz

- bei Medienkooperationen und Werbeaufträgen sowie
- bei der Vergabe von Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums

dienen.

(2) Dazu haben die der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger folgende Daten quartalsweise der KommAustria bekanntzugeben²:

- für Medienkooperationen und Werbeaufträge:
 - den Namen des periodischen Mediums und
 - die Höhe des Nettogesamtentgelts;
- für Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums:
 - den Namen des Förderungsempfängers und
 - die Höhe der Förderung.

Die Bekanntgabepflicht der Daten gilt allerdings nur dann, wenn der für Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen oder der für Förderungen je Förderungsempfänger und Quartal aufgewendete Gesamtbeitrag 5.000 EUR (Bagatellgrenze) überschreitet. Wird die Bagatellgrenze je Quartal nicht erreicht, so hat der Rechtsträger eine Leermeldung an die KommAustria zu erstatten.

(3) Der Rechnungshofkontrolle unterliegen – und sind damit meldepflichtig nach dem Medientransparenzrecht – 5.736 Rechtsträger³, darunter die Bundesministerien, die Landesverwaltungen, die Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern und die Gemeindeverbände. Darüber hinaus meldepflichtig sind die der RH-Kontrolle unterliegenden Träger der Sozialversicherung, gesetzlichen beruflichen Vertretungen (Kammern), Stiftungen, Fonds und Anstalten und Unternehmen, an denen Rechtsträger, die der RH-Kontrolle unterliegen, mit mindestens 50 % beteiligt sind bzw. von diesen im Sinne des Art. 126b Abs. 2 B-VG beherrscht werden.

² § 1 Abs. 1 BVG Medienkooperation und Medienförderung

³ lt. Rechtsträgerliste des RH an die KommAustria vom 9.2.2015

Die AUVA unterliegt daher der RH-Kontrolle sowie der Meldepflicht nach dem Medientransparenzrecht.

(4) Inhaltliche Anforderungen für Werbeaufträge und Medienkooperationen sind in § 3a Abs. 1 Medientransparenzgesetz geregelt. Demnach hatten die audiovisuelle Kommunikation und entgeltliche Veröffentlichungen ausschließlich der Deckung eines konkreten Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit, das in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Wirkungsbereich des jeweiligen Rechtsträgers steht, zu dienen. Darunter fallen insbesondere Informationen zur Rechtslage sowie Handlungs- oder Verhaltensempfehlungen und Sachinformationen. Unzulässig sind entgeltliche Veröffentlichungen, die keinen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses aufweisen und ausschließlich oder teilweise lediglich der Vermarktung der Tätigkeit des Rechtsträgers dienen (sogenanntes „Sachlichkeitsgebot“).

Zur näheren Festlegung dieser inhaltlichen Grundsätze hatten nach § 3a Abs. 2 Medientransparenzgesetz die Bundesregierung im Einvernehmen mit dem Hauptausschuss des Nationalrats sowie die jeweilige Landesregierung Richtlinien über die inhaltliche Gestaltung audiovisueller kommerzieller Kommunikation und entgeltlicher Veröffentlichungen zu erlassen.

Für Rechtsträger im Bereich des Bundes ist hiezu seit 1. Juli 2012 die „Kundmachung der Bundesregierung, BGBl. II 2012/222, betreffend Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes“ in Kraft.

(5) Neben der Bekanntgabepflicht der Daten führt das Medientransparenzgesetz⁴ auch das sogenannte „Hinweis- bzw. Kopfverbot“ ein. Demnach ist es dem Bund (Bundesministerien), den Ländern, den Gemeinden mit über 10.000 Einwohnern, öffentlichen Unternehmen, Stiftungen, Fonds und Anstalten, die der Kontrolle des RH unterliegen, sowie den Sozialversicherungsträgern untersagt, in audiovisueller kommerzieller Kommunikation oder entgeltlichen Veröffentlichungen auf „oberste Organe“ im Sinne des Art. 19 B-VG hinzuweisen. „Oberste Organe“ sind der Bundespräsident, der Bundeskanzler, die Bundesminister, die Staatssekretäre und die Mitglieder der Landesregierungen. Das Verbot betrifft insbesondere die persönliche Abbildung einer oder mehrerer der genannten Amtsträger in entgeltlichen Veröffentlichungen dieser Rechtsträger.

⁴ § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz

Zum Hinweis- bzw. Kopfverbot fehlen in den Gesetzesmaterialien die Erläuterungen. Daher vertritt die Lehre⁵ die Ansicht, dass der Regelungsinhalt seinen Ursprung im RH-Bericht Reihe Bund 2003/2 „Ausgewählte Werbemaßnahmen der Bundesregierung“ (vgl. dazu auch RH-Bericht Reihe Bund 2005/13, S. 31 f.) hat, dessen Formulierungen in eine Entschließung des Nationalrats⁶ vom Dezember 2009 Eingang fanden, so dass „in der Praxis diese Dokumente zur Interpretation des § 3a Medientransparenzgesetz herangezogen werden können.“⁷

- 2.2** Der RH verwies darauf, dass aufgrund der gewählten gesetzlichen Konstruktion zur Förderung der Transparenz bei Medienkooperationen sowie bei der Erteilung von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Druckwerks oder eines periodischen elektronischen Mediums ein Bundesverfassungsgesetz, ein Bundesgesetz sowie zehn Richtlinien erforderlich waren. Er vertrat die Auffassung, dass durch die Regelung im Verfassungsrang die zweckmäßige Möglichkeit bestanden hätte, eine einheitliche Vorgehensweise für den Bund und die Länder zu schaffen und diese Gelegenheit der Verwaltungsvereinfachung ungenützt blieb.⁸

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Organisation der Meldeabläufe

- 3.1** Angelegenheiten der Medientransparenz waren im Aufgabenbereich der in der AUVA-Hauptstelle⁹ eingerichteten Abteilung Sicherheitsmarketing und Presse angesiedelt. Sie war für die Koordination der AUVA-weiten Werbemaßnahmen und Medienkooperationen sowie für die Bekanntgaben an die KommAustria zuständig. Sie informierte in Abstimmung mit der Rechtsabteilung der AUVA-Hauptstelle die AUVA-Landesstellen¹⁰ bereits im Vorfeld des Inkrafttretens des Medientrans-

⁵ Kogler, Neue Sachlichkeit. Inhaltliche Ge- und Verbote in § 3a Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, www.jusportal.at (abgerufen am 5. Februar 2015)

⁶ Entschließung des Nationalrats vom 10. Dezember 2009, 73/E XXIV. Gesetzgebungsperiode

⁷ siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)2, S. 53 (Fußnote 152)

⁸ vgl. dazu den Bericht des RH: Öffentlichkeitsarbeit des BMLFUW, Reihe Bund 2013/4, TZ 3.

⁹ Die Hauptstelle in Wien hat zentrale und koordinierende Funktionen in der Unternehmensstrategie, der Datenverarbeitung, der Forschung, im Rechts- und Leistungswesen, im Personal- und Finanzwesen und in der Öffentlichkeitsarbeit. (Quelle: Homepage der AUVA, Abruf: 3.3.2015)

¹⁰ Die Landesstellen in Wien, Graz, Linz und Salzburg arbeiten mit ihren Außenstellen in Versichertennähe und kümmern sich lokal um Schadensverhütung, Heilbehandlung und alle anderen Leistungen der sozialen Unfallversicherung. Die Landesstellenausschüsse haben im regionalen Bereich die Verantwortung für die Geschäftsführung, wobei sie an die Weisungen des Vorstandes gebunden sind. (Quelle: Homepage der AUVA, Abruf: 3.3.2015)

parenzgesetzes über die Bekanntgabepflichten und die inhaltlichen Vorgaben des Medientransparenzrechts.

Bundesweite Werbemaßnahmen wurden von der Abteilung Sicherheitsmarketing und Presse, regionale Werbemaßnahmen wurden von den einzelnen AUVA-Landesstellen selbstständig bzw. über extern beauftragte Mediaagenturen geplant sowie nach Prüfung der Anwendbarkeit des Medientransparenzrechts durchgeführt und mit der Finanzabteilung der AUVA-Hauptstelle verrechnet.

Die Erfassung aller die Durchführung und die Verrechnung der Werbemaßnahmen betreffenden Prozessschritte erfolgte sowohl in der AUVA-Hauptstelle als auch in jeder AUVA-Landesstelle unter Wahrung des Vier-Augen-Prinzips im Wege eines IT-basierten Beschaffungssystems.

Die für die Meldung an die KommAustria vorgesehenen und abgestimmten Daten hatten die AUVA-Landestellen quartalsweise an die AUVA-Hauptstelle zu melden und wurden mit jenen der Abteilung Sicherheitsmarketing und Presse von Mitarbeitern dieser Abteilung aggregiert, im Wege des Vier-Augen-Prinzips auf Vollständigkeit und Richtigkeit geprüft und danach der KommAustria bekanntgegeben.

3.2 Der RH anerkannte sowohl die organisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz als auch das Vorliegen beschaffungstechnischer IT-Systeme, die geeignet waren, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben der AUVA an die KommAustria zu gewährleisten.

Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

4.1 (1) Die AUVA erfasste im überprüften Zeitraum im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz 680 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von rd. 1,5 Mio. EUR. Davon unterlagen 204 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 905.675,63 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz (siehe Tabelle 1).

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Tabelle 1: Gesamtausgaben der AUVA für Werbeaufträge und Medienkooperationen nach Medientransparenzgesetz

| Quartal | Werbeaufträge gesamt | Gesamtausgaben nach dem Medientransparenzgesetz | Werbeaufträge über der Bagatellgrenze | Summe der an die KommAustria gemeldeten Nettogesamtentgelte | Meldungen an die KommAustria nach Medium |
|--------------|----------------------|---|---------------------------------------|---|--|
| | Anzahl | in EUR | Anzahl | in EUR | Anzahl |
| 03/2012 | 33 | 80.075,05 | 7 | 42.065,00 | 5 |
| 04/2012 | 73 | 155.128,60 | 17 | 63.433,45 | 6 |
| 01/2013 | 123 | 102.496,75 | 8 | 51.858,80 | 6 |
| 02/2013 | 72 | 139.783,32 | 12 | 57.062,80 | 5 |
| 03/2013 | 70 | 245.523,11 | 26 | 155.126,97 | 10 |
| 04/2013 | 127 | 260.247,97 | 68 | 174.164,01 | 15 |
| 01/2014 | 51 | 105.684,73 | 13 | 39.888,37 | 5 |
| 02/2014 | 55 | 101.690,60 | 18 | 46.968,12 | 5 |
| 03/2014 | 76 | 340.907,51 | 35 | 275.108,11 | 20 |
| Summe | 680 | 1.531.537,64 | 204 | 905.675,63 | 77 |

Quellen: AUVA, RH

(2) Die Bekanntgabe der Quartalsmeldungen der AUVA erfolgte rechtzeitig an die KommAustria (siehe Anhang).

(3) Die restlichen von der AUVA erfassten 476 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 625.862,01 EUR) lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe dazu Tabelle 2, TZ 11).

4.2 Der RH verwies auf den hohen Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen (siehe TZ 11).

5.1 Im Hinblick auf die Bekanntgaben an die KommAustria war die Quartalsmeldung für das 1. Quartal 2013 an die KommAustria unvollständig:

Die AUVA beauftragte eine mit Jänner 2013 erscheinende ganzjährige Werbung auf der Website www.bauforum.at des Österreichischen Wirtschaftsverlags in Nettobetragshöhe von 8.325 EUR. Die AUVA gab jedoch nicht den Gesamtbetrag für das 1. Quartal 2013 bekannt, sondern wies je 25 % des Betrages den einzelnen Quartalen des Jahres 2013 zu. Dadurch wurde die melderelevante Bagatellgrenze unterschritten.

Im Zuge der Gebarungüberprüfung teilte die AUVA mit, dass Unklarheit darüber bestanden habe, wann der Zeitpunkt des Erscheinens einer ganzjährigen Werbemaßnahme im Internet für die Quartalsbekanntgabe an die KommAustria anzusetzen sei. § 2 Medientransparenzgesetz, der Quartalsmeldungen vorsehe, sei in der Folge in diesem Sinne interpretiert worden. Da die AUVA dasselbe Medium mit einer gleichartigen Werbemaßnahme für das Jahr 2014 beauftragen wollte, habe sie die KommAustria um Rechtsauskunft ersucht. Diese teilte der AUVA mit, dass bei Websites, auf denen Werbeinhalte ganzjährig verfügbar seien, der Gesamtbetrag bereits zu Jahresanfang (Erstveröffentlichungszeitpunkt) anzugeben sei.¹¹

5.2 Der RH kritisierte die – durch rechtliche Unklarheit bei der AUVA über den melderelevanten Erscheinungszeitpunkt einer ganzjährigen Online-Werbemaßnahme bedingte – unvollständige Meldung für das 1. Quartal 2013 an die KommAustria. Er empfahl der AUVA, Rechtsauskünfte zur Klärung medientransparenzrechtlicher Zweifelsfragen künftig rechtzeitig vor der Bekanntgabe einer Quartalsmeldung an die KommAustria einzuholen, um die Vollständigkeit der Meldungen sicherzustellen.

5.3 *Laut Stellungnahme der AUVA werde sie zukünftig in Zweifelsfragen rechtzeitig Rechtsauskünfte einholen.*

6.1 (1) Das Medientransparenzgesetz dient nach § 1 der Förderung der Transparenz bei Medienkooperationen sowie bei der Erteilung von Werbeaufträgen und der Vergabe von Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Druckwerks gemäß § 1 Abs. 1 Z 5 des Mediengesetzes – MedienG, BGBl. Nr. 314/1981, oder eines periodischen elektronischen Mediums gemäß § 1 Abs. 1 Z 5a MedienG.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 2 Medientransparenzgesetz haben zu diesem Zweck die der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger für sämtliche erteilten Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen gemäß § 26 MedienG an Medieninhaber eines periodischen Mediums

- den Namen des jeweiligen periodischen Mediums, in dem Veröffentlichungen vorgenommen wurden, sowie

¹¹ E-Mail der KommAustria vom 12.12.2013

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

- die Gesamthöhe des jeweils innerhalb für die innerhalb eines Quartals erfolgten Veröffentlichungen (Z 1 und 2) zu leistenden Entgelts

der KommAustria bekanntzugeben.

(2) Die AUVA war Herausgeber von zwei periodischen Printmedien, die auch als Onlinemedien erschienen:

- das Kundenmagazin „Alle! Achtung!“ – Das Sicherheitsmagazin der AUVA (Printversion: 10x/jährlich; Onlineversion: www.alle-achtung.at) und
- das internationale Fachmagazin für Prävention in der Arbeitswelt „Sichere Arbeit“ (Printversion: 6x/jährlich an geraden Monaten; Onlineversion: www.sicherearbeit.at).

Der Medieninhaber des Kundenmagazins „Alle! Achtung!“ war lt. Impressum des Magazins die ÄrzteVerlag GmbH, der Medieninhaber des Fachmagazins „Sichere Arbeit“ war laut Impressum der Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes GmbH (ÖGB-Verlag). Der Redakteur bei beiden Magazine war im überprüften Zeitraum der Leiter der Abteilung Sicherheitsmarketing & Öffentlichkeitsarbeit der AUVA.

(3) Die AUVA erteilte dem ÄrzteVerlag als Medieninhaber des Kundenmagazins „Alle! Achtung!“ den Auftrag¹² auf Herstellung und Versand von 160.000 Exemplaren pro Erscheinungsnummer des Magazins¹³ zu einem pauschalen Nettobetrag in Höhe von 24.970 EUR pro Ausgabe. Der AUVA hatte der ÄrzteVerlag einen Anteil von 75 % am Netto-Inseratenerlös pro Ausgabe des Magazins rückzuerstatten. Im überprüften Zeitraum betragen die Nettoausgaben der AUVA insgesamt rd. 1,45 Mio. EUR.

Weiters erteilte die AUVA dem ÖGB-Verlag als Medieninhaber des Fachmagazins „Sichere Arbeit“ den Auftrag¹⁴ zur Gestaltung, Anzeigenverwaltung, Redaktion, Herstellung und zum Versand von 13.000 Exemplaren pro Ausgabe des Magazins „Sichere Arbeit“ um einen Nettobetrag von 19.950 EUR pro Ausgabe. Im überprüften Zeitraum betragen die Nettoausgaben der AUVA insgesamt rd. 350.000 EUR.

¹² Auftragsschreiben vom 18.3.2011

¹³ Der Auftrag inkludierte den Druck, das Papier, das Layout, das Korrektorat, Endfertigung, Versand

¹⁴ Obmannverfügung vom 14.12.2010, Bestellung vom 22.12.2010

Die von der AUVA für die Magazine im überprüften Zeitraum aufgewendeten Nettobeträge beliefen sich somit insgesamt auf rd. 1,8 Mio. EUR.

(4) Die AUVA gab die in ihrem Auftrag an zwei Medieninhaber hergestellten Medien „Alle! Achtung!“ und „Sichere Arbeit“ der KommAustria nicht bekannt. Somit waren alle Quartalsmeldungen der AUVA im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) unvollständig. Die AUVA gab mit den gemeldeten Entgelten von insgesamt rd. 900.000 EUR nur rund ein Drittel der meldepflichtigen Entgelte der KommAustria bekannt.

Die AUVA teilte dazu dem RH mit, man sei davon überzeugt gewesen, dass es sich bei beiden Medien um nicht bekanntgabepflichtige „AUVA-eigene“ Magazine handle und habe daher die Rechtsabteilung nicht eingebunden. Im Zuge der Gebarungsüberprüfung revidierte die AUVA ihren Standpunkt und bestätigte in einer Stellungnahme ihrer Rechtsabteilung vom 16. März 2015 das Vorliegen der Bekanntgabepflicht für beide Medien.

(5) In weiterer Folge teilte die AUVA mit, dass sie der KommAustria für das 1. Quartal 2015 die beiden Medien gemäß § 4 Medientransparenzgesetz als Förderung gemeldet habe. Ferner kündigte die AUVA an, dass sie mit sofortiger Wirkung bei beiden Medien als Medieninhaber im Impressum aufscheinen werde, wodurch sie der Bekanntgabepflicht nach dem Medientransparenzgesetz für beide Medien nicht mehr unterliege.

6.2 Der RH verwies auf die umfangreichen Medienkooperationen der AUVA mit zwei Medieninhabern, die Gestaltung, Redaktion, Herstellung, Anzeigenverwaltung und Versand der Magazine inkludierten.

Er kritisierte, dass es die AUVA im Zuge des Inkrafttretens des Medientransparenzgesetzes unterließ, das Vorliegen der Bekanntgabepflicht bei beiden Magazinen von der Rechtsabteilung prüfen zu lassen. Dies hatte zur Folge, dass die AUVA in allen neun Quartalen des überprüften Zeitraums die beiden sowohl in Print- als auch in Onlineversion erschienenen Medien sowie die dafür entrichteten Nettogesamtentgelte in Höhe von rd. 1,8 Mio. EUR der KommAustria nicht bekanntgegeben hat.

Er anerkannte zwar, dass die AUVA beide Medien für das 1. Quartal 2015 bekanntgegeben hat, kritisierte jedoch, dass sie diese nunmehr aber unrichtigerweise nicht als entgeltliche Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit Medieninhabern nach § 2 Medientrans-

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

parenzgesetz, sondern als Förderungen an Medieninhaber nach § 4 Medientransparenzgesetz an die KommAustria gemeldet hat.

Weiters kritisierte der RH, dass die AUVA der Bekanntgabepflicht nur einmal nachkam und mit der Ankündigung, ab sofort selbst als Medieninhaber im Impressum beider Medien aufzuscheinen, das Medientransparenzgesetz umgeht. Die AUVA unterläuft mit dieser Vorgangsweise nicht nur das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen zu ermöglichen, sondern sie muss auch die inhaltlichen Vorgaben des Medientransparenzrechts, wie die Kennzeichnungspflicht, das Sachlichkeitsgebot und das Hinweis- bzw. Kopfverbot, nicht mehr befolgen.

- 6.3** *Zur Meldepflicht der von ihr herausgegebenen Magazine führte die AUVA in ihrer Stellungnahme aus, sie habe bis dato die Meinung vertreten, dass für beide Medien keine Meldepflicht gemäß Medientransparenzgesetz bestehe, weil der Terminus der „Medienkooperation“, wie er im Medientransparenzgesetz verwendet werde, im Mediengesetz nicht definiert sei und auf die vertraglichen Vereinbarungen mit den beiden von der AUVA beauftragten Verlagen nicht zur Anwendung kommen könne. Die Meldung nach § 4 Medientransparenzgesetz sei nach vorheriger schriftlicher Kommunikation mit der KommAustria, die diese Form der Meldung empfohlen habe, erfolgt.*

Laut Stellungnahme der AUVA sei bereits in den im Jahr 2010 erfolgten Ausschreibungen zur Produktion der beiden Magazine klargestellt worden, dass die AUVA Medieninhaber ihrer beiden Zeitschriften sei. Dies sei jedoch in der Folge im Impressum beider Magazine nicht richtig wiedergegeben worden. Vom RH auf diesen Umstand aufmerksam gemacht, habe die AUVA diesen Fehler umgehend korrigiert.

- 6.4** Der RH verwies auf die Stellungnahme der AUVA-Rechtsabteilung vom 16. März 2015, die das Vorliegen der Bekanntgabepflicht für beide Medien bestätigte.

Vollständigkeit der Dokumentation

- 7.1** Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen waren vollständig dokumentiert.
- 7.2** Der RH anerkannte die vollständige Mediendokumentation im überprüften Zeitraum.

Richtigkeit der
Meldungen

8.1 (1) Die AUVA hatte gemäß § 2 Medientransparenzgesetz für Werbeaufträge und Medienkooperationen quartalsweise die Namen der periodischen Medien und – unter Beachtung der Bagatellgrenze von 5.000 EUR – die Gesamthöhe des diesen Medien zufließenden Nettoentgelts¹⁵ gesondert bekanntzugeben. Sie hatte überdies die Werbeaufträge und Medienkooperationen sachlich richtig einem periodisch erscheinenden Medium und sie zeitlich richtig nach ihrem Erscheinungsdatum zuzuordnen (TZ 2).

(2) Diese Verpflichtungen wurden in zwei Quartalen des überprüften Zeitraums nicht erfüllt:

- Im 3. Quartal 2013 beauftragte die AUVA zwei entgeltliche Einschaltungen im periodischen Printmedium „Freiheit“ (Nettogesamtbetrag: 8.500 EUR) und eine entgeltliche Einschaltung im periodischen Printmedium „Gesellschaftspolitische Informationen des ÖAAB Familie“ (Nettobetrag: 5.000 EUR). Tatsächlich gab die AUVA der KommAustria ein Nettogesamtentgelt von 13.500 EUR für das Printmedium „Freiheit“ bekannt. Da es sich um zwei unterschiedliche Medien handelte, wäre für das Printmedium „Freiheit“ richtigerweise nur ein Nettobetrag von 8.500 EUR bekanntzugeben gewesen. Aufgrund der gesetzlichen Bagatellgrenze wäre das Entgelt für die Einschaltungen im periodischen Printmedium „Gesellschaftspolitische Informationen des ÖAAB Familie“ in Höhe von 5.000 EUR nicht bekanntzugeben gewesen.
- Die AUVA beauftragte im Rahmen einer Medienkooperation mit dem TV-Sender ORF 2 zum Thema Sicherheit (Nettogesamtbetrag: 56.460 EUR) neben anderen auch zwölf Sendebeträge betreffend „Sicherheitstipps“ (Nettobetrag: 2.000 EUR/Beitrag). Zwei dieser Beiträge wurden im 3. Quartal, die restlichen zehn im 4. Quartal 2013 gesendet. Die AUVA ordnete jedoch die zwei im 3. Quartal 2013 gesendeten Beiträge nicht nur dem 3. Quartal 2013, sondern zeitlich unrichtig auch dem 4. Quartal 2013 betraglich zu und gab daher ein unrichtiges Nettogesamtentgelt für ORF 2 in Höhe von 56.460 EUR der KommAustria bekannt. Richtigerweise wäre ein um die zwei zeitlich unrichtig zugeordneten Sendebetragsentgelte reduzierter Nettobetrag von 52.460 EUR zu melden gewesen.

8.2 Der RH kritisierte die durch sachlich unrichtige Zuordnung einer Werbemaßnahme bedingte unrichtige betragliche Bekanntgabe im 3. Quartal 2013 sowie die durch die zeitlich unrichtige Zuordnung zweier Werbeaufträge bedingte unrichtige betragliche Bekanntgabe

¹⁵ d.h. ohne Rabatte, Skonti, Werbeabgabe, Mehrwertsteuer und allfällige Vermittlungsprovisionen

im 4. Quartal 2013 des überprüften Zeitraums. Er empfahl daher der AUVA, künftig besonderes Augenmerk auf die sachlich und zeitlich richtige Zuordnung der Werbemaßnahmen zu lenken und so die betragsliche Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria sicherzustellen.

8.3 *In ihrer Stellungnahme stimmte die AUVA der Empfehlung des RH zu.*

Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

Unterscheidbarkeit
– Kennzeichnungspflicht

9.1 Die Richtlinien des Bundes sehen in § 2 Abs. 1 vor, dass „bei der Beauftragung einer Veröffentlichung der Auftragnehmer vertraglich dazu zu verpflichten ist, eine eindeutige Kennzeichnung vorzunehmen“.

Tatsächlich war in keinem der – zu 77 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 204 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums in Gesamthöhe von 905.675,63 EUR eine derartige vertragliche Verpflichtung dokumentiert.

Nach § 2 Abs. 2 der Richtlinien des Bundes sind Veröffentlichungen in Radio- und Fernsehprogrammen sowie in Sendungen von Abrufdiensten mit den Worten „entgeltliche Einschaltung des/der“ oder „eine entgeltliche Information des/der“ oder „bezahlte Anzeige des/der“ jeweils unter Beifügung der Bezeichnung des Organs des betreffenden Rechtsträgers oder eines dieses eindeutig identifizierbaren Logos zu kennzeichnen. Veröffentlichungen in einem periodischen Druckwerk, einem wiederkehrenden elektronischen Medium oder auf einer Website sind die Worte „entgeltliche Einschaltung“ oder „bezahlte Anzeige“ deutlich sichtbar beizufügen.

Im überprüften Zeitraum wiesen nur 52 von 204 entgeltlichen Einschaltungen der AUVA in den Printmedien Wiener Bezirkszeitung, Wiener Bezirksblatt, Niederösterreichische Nachrichten und Kronen Zeitung, im Audiomedium ORF Radio Burgenland und im TV-Sender ORF 2 eine richtlinienkonforme Kennzeichnung auf. Die überwiegende Zahl entgeltlicher Einschaltungen der AUVA war somit nicht richtlinienkonform gekennzeichnet.

9.2 Der RH kritisierte, dass die AUVA die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen nach dem Medientransparenzgesetz bei 152 von 204 Werbeaufträgen bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums, das sind rd. 75 %, nicht einhielt.

Der RH empfahl daher der AUVA, künftig die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung der beauftragten Medien nach § 2 der Richtlinien des Bundes nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf die Einhaltung dieser Verpflichtung bei allen Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu achten.

9.3 *Laut Stellungnahme der AUVA werde sie ab sofort einen entsprechenden Passus in ihre Bestellschreiben aufnehmen.*

Sachlichkeitsgebot

10.1 In § 3a Abs. 1 Medientransparenzgesetz ist geregelt, dass audiovisuelle Kommunikation und entgeltliche Veröffentlichungen ausschließlich der Deckung eines konkreten Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit zu dienen haben, das in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Wirkungsbereich des jeweiligen Rechtsträgers steht. Darunter fallen insbesondere Informationen zur Rechtslage sowie Handlungs- oder Verhaltensempfehlungen und Sachinformationen. Audiovisuelle Kommunikation oder entgeltliche Veröffentlichungen, die keinen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses aufweisen und ausschließlich oder teilweise lediglich der Vermarktung der Tätigkeit des Rechtsträgers dienen, sind unzulässig (sogenanntes Sachlichkeitsgebot). Zur näheren Festlegung dieser Grundsätze erließ der Bund Richtlinien (siehe dazu TZ 2).

Gemäß diesen Vorgaben nahmen alle Werbemaßnahmen der AUVA konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit und enthielten ausschließlich Sachinformation.

10.2 Der RH anerkannte die Einhaltung des Sachlichkeitsgebots bei allen Werbeaufträgen der AUVA.

Hinweis- und
Kopfverbot

11.1 (1) Nach § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz ist es Trägern der Sozialversicherung untersagt, in audiovisueller kommerzieller Kommunikation oder entgeltlichen Veröffentlichungen auf oberste Organe im Sinne von Art. 19 B-VG hinzuweisen (sogenanntes Hinweis- bzw. Kopfverbot).

(2) Wie in TZ 6 dargestellt, unterließ es die AUVA, im gesamten überprüften Zeitraum die periodischen Medien „Alle! Achtung!“ und „Sichere Arbeit“ sowie die an die Medieninhaber dieser Magazine entrichteten Nettoentgelte quartalsmäßig der KommAustria zu melden, und verstieß damit gegen die medientransparenzrechtlichen Bekanntgabepflichten.

Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

Darüber hinaus verstieß die AUVA beim Magazin „Alle! Achtung!“ in der

- Ausgabe 4/2013 (Verleihung eines Gütesiegels durch den Bundesminister für Gesundheit, Alois Stöger) und
- Ausgabe 7 und 8/2013 (fit2work auf Tour; Bundesminister für Arbeit und Soziales, Rudolf Hundstorfer)

sowie beim Magazin „Sichere Arbeit“ in der

- Ausgabe 3/2013 (fit2work zieht Erfolgsbilanz; Bundesminister für Arbeit und Soziales, Rudolf Hundstorfer),

sowohl gegen das Hinweis- als auch gegen das Kopfverbot.

11.2 Der RH kritisierte die Verstöße gegen das Hinweis- und Kopfverbot. Er empfahl der AUVA, bei künftigen entgeltlichen Veröffentlichungen die Bestimmungen des § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz einzuhalten.

11.3 *Laut Stellungnahme werde die AUVA künftig besonderes Augenmerk auf die Einhaltung des § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz legen.*

Bagatellgrenze

12.1 Wie in den TZ 5, 6 und 7 dargestellt, gab die AUVA im überprüften Zeitraum unvollständige und unrichtige Meldungen an die KommAustria ab. Demzufolge waren auch die Anteile der unter der gesetzlichen Bagatellgrenze (Gesamtbetrag größer 5.000 EUR) liegenden Beträge an den von der AUVA für Werbemaßnahmen erfassten Gesamtausgaben nach Medientransparenzgesetz unrichtig.

Tabelle 2: Bagatell-Werbeaufträge und -ausgaben der AUVA zum Zeitpunkt der Meldung

| Quartal | Gesamtausgaben nach Medientransparenzgesetz | Summe der an die KommAustria gemeldeten Nettogesamtentgelte | Nicht zu meldende Bagatellbeträge | Bagatell-Werbeaufträge | Anteil der Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben |
|--------------|---|---|-----------------------------------|------------------------|--|
| | in EUR | | | Anzahl | in % |
| 03/2012 | 80.075,05 | 42.065,00 | 38.010,05 | 26 | 47 |
| 04/2012 | 155.128,60 | 63.433,45 | 91.695,15 | 56 | 59 |
| 01/2013 | 102.496,75 | 51.858,80 | 50.637,95 | 115 | 49 |
| 02/2013 | 139.783,32 | 57.062,80 | 82.720,52 | 60 | 59 |
| 03/2013 | 245.523,11 | 155.126,97 | 90.396,14 | 44 | 37 |
| 04/2013 | 260.247,97 | 174.164,01 | 86.083,96 | 59 | 33 |
| 01/2014 | 105.684,73 | 39.888,37 | 65.796,36 | 38 | 62 |
| 02/2014 | 101.690,60 | 46.968,12 | 54.722,48 | 37 | 54 |
| 03/2014 | 340.907,51 | 275.108,11 | 65.799,40 | 41 | 19 |
| Summe | 1.531.537,64 | 905.675,63 | 625.862,01 | 476 | 41 |

Quellen: BIG; RH

Die jeweiligen Anteile der – nicht zu meldenden – Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben der AUVA schwankten zwischen 19 % (3. Quartal 2014) und 62 % (1. Quartal 2014). Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften neun Quartalen rd. 41 %, das sind 625.862,01 EUR.

Auffällig war in diesem Zusammenhang, dass 476 von insgesamt 680 erfassten Werbeaufträgen der AUVA, das sind rd. 70 % der Werbeaufträge, unter der Bagatellgrenze lagen (siehe TZ 5).

- 12.2** Im Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge zu ermöglichen, wies der RH auf den hohen Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben hin.
- 12.3** *Laut Stellungnahme der AUVA sei man bemüht, Leistungen zum bestmöglichen Preis-Leistungs-Verhältnis zu erwerben. Dies treffe auch auf die Bestellung von Inseraten zu.*

Schlussempfehlungen

13 Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen an die AUVA hervor:

(1) Zur Klärung medientransparenzrechtlicher Zweifelsfragen wären Rechtsauskünfte künftig rechtzeitig vor der Bekanntgabe einer Quartalsmeldung an die KommAustria einzuholen, um die Vollständigkeit der Meldungen sicherzustellen. (TZ 5)

(2) Besonderes Augenmerk wäre künftig auf die sachlich und zeitlich richtige Zuordnung der Werbemaßnahmen zu lenken, um so die betragliche Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria sicherzustellen. (TZ 8)

(3) Die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung der beauftragten Medien nach § 2 der Richtlinien des Bundes wäre nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf ihre Einhaltung dieser Verpflichtung bei allen Werbeaufträgen und Medienkooperationen der AUVA zu achten. (TZ 9)

(4) Bei künftigen entgeltlichen Veröffentlichungen wären die Bestimmungen des § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz zum Hinweis- und Kopfverbot einzuhalten. (TZ 11)

ANHANG

Medientransparenz in der AUVA

| Medientransparenz in der AUVA | | |
|-------------------------------|---|------------------|
| 3. Quartal 2012 | | |
| | Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | in EUR |
| | Die Presse | 9.987,50 |
| | ExtraDienst | 6.000,00 |
| | Kurier | 6.800,00 |
| | LEBENSART | 6.600,00 |
| | NÖN | 12.677,50 |
| | | 42.065,00 |
| | Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| 4. Quartal 2012 | | |
| | Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | |
| | NÖN | 20.000,00 |
| | Kleines Volk | 5.278,80 |
| | Kronen Zeitung | 5.836,65 |
| | ORF Kärnten | 7.000,00 |
| | ORF Steiermark | 18.460,00 |
| | Life Radio | 6.858,00 |
| | | 63.433,45 |
| | Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| 1. Quartal 2013 | | |
| | Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | |
| | DerStandard.at | 5.550,00 |
| | Facebook ASU | 15.750,00 |
| | GMX.at | 8.000,00 |
| | Kleines Volk | 5.278,80 |
| | kurier.at | 8.640,00 |
| | orf.at | 8.640,00 |
| | | 51.858,80 |
| | Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| 2. Quartal 2013 | | |
| | Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | |
| | Bau & Immobilien Report | 6.000,00 |
| | Kleines Volk | 5.278,80 |
| | NÖN | 15.000,00 |
| | ORF 1 | 13.284,00 |
| | ORF 2 | 17.500,00 |
| | | 57.062,80 |
| | Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |

| Medientransparenz in der AUVA | | |
|-------------------------------|--|-------------------|
| 3. Quartal 2013 | | |
| | Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | in EUR |
| | Der Standard | 20.567,37 |
| | Freiheit | 13.500,00 |
| | Kronen Zeitung | 15.666,20 |
| | Kurier | 16.434,92 |
| | medianet | 13.800,00 |
| | Mediaplanet Themenzeitung | 11.890,00 |
| | NÖN | 20.000,00 |
| | Periskop | 20.600,00 |
| | Salzburger Nachrichten | 13.848,48 |
| | Wirtschaftsnachrichten | 8.820,00 |
| | | 155.126,97 |
| | Bekanntgabe § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| 4. Quartal 2013 | | |
| | Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | |
| | Bau & Immobilien Report | 6.000,00 |
| | Bezirksblätter Tirol | 11.722,20 |
| | Bezirksrundschau Oberösterreich | 5.961,90 |
| | bz – Wiener Bezirkszeitung | 6.998,83 |
| | Das Wiener Bezirksblatt | 18.000,00 |
| | Der Standard | 7.084,22 |
| | Kleine Zeitung | 8.000,00 |
| | Kleines Volk | 5.453,01 |
| | Kronen Zeitung | 8.664,20 |
| | Life Radio | 6.083,88 |
| | NÖN | 11.500,00 |
| | OÖ Nachrichten | 7.715,77 |
| | ORF 2 | 56.460,00 |
| | Periskop | 7.920,00 |
| | Valid | 6.600,00 |
| | | 174.164,01 |
| | Bekanntgabe § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| 1. Quartal 2014 | | |
| | Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | |
| | Das Wiener Bezirksblatt | 13.500,00 |
| | Kleines Volk | 5.453,01 |
| | NÖN | 5.150,00 |
| | Periskop | 6.847,86 |
| | www.bauforum.at | 8.937,58 |
| | | 39.888,45 |
| | Bekanntgabe § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |

| Medientransparenz in der AUVA | | |
|-------------------------------|--|-------------------|
| 2. Quartal 2014 | | |
| | Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | in EUR |
| | Baublatt Österreich | 8.400,00 |
| | bz – Wiener Bezirkszeitung | 5.411,56 |
| | Das Wiener Bezirksblatt | 6.750,00 |
| | Kleines Volk | 5.453,01 |
| | Kronen Zeitung | 5.503,55 |
| | NÖN | 15.450,00 |
| | | 46.968,12 |
| | Bekanntgabe § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| 3. Quartal 2014 | | |
| | Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen) | |
| | ATV | 12.820,00 |
| | Baublatt.Österreich | 5.600,00 |
| | bz – Wiener Bezirkszeitung | 5.411,56 |
| | Die Presse | 15.931,12 |
| | Heute | 12.675,54 |
| | Kabel 1 austria | 14.152,50 |
| | Kronen Zeitung | 25.818,32 |
| | Kurier | 15.583,70 |
| | NÖN | 15.450,00 |
| | OÖ Nachrichten | 12.134,99 |
| | ORF 2 | 42.562,50 |
| | ORF eins | 15.250,50 |
| | Österreich | 16.813,00 |
| | Periskop | 6.600,00 |
| | ProSieben Austria | 15.022,50 |
| | RTL | 6.135,00 |
| | Salzburger Nachrichten | 13.249,62 |
| | SAT.1 Österreich | 5.907,50 |
| | Tiroler Tageszeitung | 12.263,26 |
| | VOX | 5.727,00 |
| | | 275.108,11 |
| | Bekanntgabe § 4 (Förderungen) | |
| | Leermeldung | |
| Gesamtsumme | | 905.675,63 |