

# **Bericht des Rechnungshofes**

## **Medientransparenz im BMFJ**



**Inhaltsverzeichnis**

Tabellenverzeichnis .....	560
Abkürzungsverzeichnis .....	561

**Wirkungsbereich des Bundesministeriums für  
Familien und Jugend****BMFJ****Medientransparenz im BMFJ**

KURZFASSUNG .....	564
-------------------	-----

Prüfungsablauf und -gegenstand .....	568
--------------------------------------	-----

Rechtliche Grundlagen .....	569
-----------------------------	-----

Erfüllung der Meldepflichten .....	572
------------------------------------	-----

Organisation der Meldeabläufe .....	572
-------------------------------------	-----

Vollständigkeit der Meldungen .....	574
-------------------------------------	-----

Vollständigkeit der Dokumentation .....	577
---	-----

Richtigkeit der Meldungen .....	577
---------------------------------	-----

Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen .....	579
---	-----

Unterscheidbarkeit – Kennzeichnungspflicht .....	579
--	-----

Sachlichkeitsgebot .....	580
--------------------------	-----

Hinweis- und Kopfverbot .....	581
-------------------------------	-----

Bagatellgrenze .....	582
----------------------	-----

Schlussempfehlungen .....	584
---------------------------	-----

**ANHANG**

Quartalsmeldungen des BMFJ .....	585
----------------------------------	-----

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Gesamtausgaben des BMFJ für Werbeaufträge und Medienkooperationen nach Medientransparenzgesetz _____	575
Tabelle 2:	Gesamtausgaben des BMFJ für Förderungen nach Medientransparenzgesetz _____	576
Tabelle 3:	Bagatell-Werbeaufträge und -ausgaben des BMFJ zum Zeitpunkt der Meldung _____	583

## Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
Art.	Artikel
BGBL.	Bundesgesetzblatt
BMFJ	Bundesministerium für Familien und Jugend
BMLFUW	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
B-VG bzw.	Bundes-Verfassungsgesetz, BGBl. Nr. 1/1930 i.d.g.F. beziehungsweise
d.h.	das heißt
ELAK	elektronischer Akt
EUR	Euro
f.	folgende
KommAustria	Kommunikationsbehörde KommAustria
i.d.g.F.	in der geltenden Fassung
i.V.m.	in Verbindung mit
MedKF-TG	Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz
Mio.	Million(en)
Nr.	Nummer
rd.	rund
RH	Rechnungshof
RHG	Rechnungshofgesetz 1948, BGBl. Nr. 144/1948
S.	Seite
TZ	Textzahl(en)
u.a.	unter anderem
USt	Umsatzsteuer
vgl.	vergleiche
Z	Ziffer
z.B.	zum Beispiel



## Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Familien und Jugend

### Medientransparenz im BMFJ

Im überprüften Zeitraum (März 2014 bis März 2015) gab das BMFJ 30 Medienmeldungen in Höhe von insgesamt rd. 539.000 EUR und Förderungsmeldungen in Höhe von insgesamt rd. 265.000 EUR der KommAustria bekannt.

Während alle Quartalsmeldungen betreffend Werbemaßnahmen vollständig und richtig erfolgten, führten durch organisatorische Mängel bedingte Kontrolldefizite bei den Förderungen zu unrichtigen und unvollständigen Bekanntgaben in drei Quartalen des überprüften Zeitraums.

Durch zwei Förderungen an Medieninhaber periodischer Medien konnten die inhaltlichen Vorgaben, wie das Sachlichkeitsgebot, das Vermarktungsverbot und das Hinweis- bzw. Kopfverbot, denen nur Werbemaßnahmen unterliegen, umgangen werden.

Im Übrigen waren die Angelegenheiten der Medientransparenz im BMFJ organisatorisch implementiert. Bemerkenswert war der verhältnismäßig hohe Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen.

## KURZFASSUNG

### Prüfungsziel

Ziel der Gebarungsüberprüfung des BMFJ 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 Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes (in der Folge Medientransparenzgesetz). (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 % 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)



Das BMFJ unterliegt als Rechtsträger des Bundes nach Art. 126b Abs. 1 B-VG i.V.m. § 1 Abs. 1 RHG 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 die Regelung in 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 Medientrans- parenzgesetz

#### Organisation der Meldeabläufe

Für die Abwicklung der Meldeabläufe betreffend Werbemaßnahmen und Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz sowie deren Bekanntgabe an die KommAustria war gemäß der Geschäftseinteilung des BMFJ die Präsidialabteilung 1 zuständig. Die Vergabe von Werbemaßnahmen und Förderungen war im BMFJ jedoch unterschiedlich organisiert. Deshalb ergaben sich Mängel bei den Meldungen an die KommAustria. (TZ 3)

Bei den Werbemaßnahmen waren die organisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz, die Erfassung aller Werbemaßnahmen des BMFJ mittels ELAK sowie die gewählte Vorgangsweise bei der Beauftragung von Werbemaßnahmen im Wege eines Verwaltungsübereinkommens mit dem BMLFUW geeignet, die Vollständigkeit, Richtigkeit und Rechtzeitigkeit der Bekanntgaben des BMFJ an die KommAustria zu gewährleisten. (TZ 3)

Bei den Förderungen waren die Meldeabläufe anders organisiert als bei den Werbemaßnahmen. Die durch die fehlende Vorschreibung der Förderungsakte der Sektion Familien und Jugend an die Präsidialabteilung 1 bedingte mangelhafte Kontrolle der Förderungen auf ihre Melderelevanz führte zu unvollständigen und unrichtigen Quartalsmeldungen an die KommAustria. (TZ 3)

### Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

Im überprüften Zeitraum (März 2014 bis März 2015) erfasste das BMFJ im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz 141 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von 646.326,70 EUR. Davon unterlagen 64 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 539.170,58 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz. Die Bekanntgabe dieser Werbemaßnahmen erfolgte zusammengefasst in 30 Medienmeldungen rechtzeitig an die KommAustria. (TZ 4)

Im selben Zeitraum erfasste das BMFJ im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz zwölf Förderungen in Gesamthöhe von 266.547,10 EUR. Davon unterlagen elf Förderungen (Gesamtbetrag: 264.547,10 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz. Eine vom BMFJ erfasste Förderung (Gesamtbetrag: 2.000 EUR) lag unter der Bagatellgrenze und war daher nicht zu melden. Im 4. Quartal 2014 gab das BMFJ zwei Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Online-Mediums in Gesamthöhe von 35.100 EUR nicht bekannt. Dies führte zur unvollständigen Bekanntgabe des 4. Quartals 2014. (TZ 5).

### Vollständigkeit der Dokumentation

Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen sowie Förderungen waren vollständig dokumentiert. (TZ 6)

### Richtigkeit der Meldungen

Alle Werbemaßnahmen des BMFJ in fünf Quartalen des überprüften Zeitraums wurden der KommAustria richtig bekanntgegeben. (TZ 7)

Die Bekanntgabe von Förderungen war in drei Quartalen des überprüften Zeitraums insbesondere wegen der Berücksichtigung nicht-periodischer Medien bzw. falscher Beträge unrichtig und führten im Wesentlichen zu erhöhten Meldungen. Im 3. Quartal 2014 wäre eine Leermeldung zu erstatten gewesen. (TZ 8)

### Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

#### Werbenaufträge und Medienkooperationen

Im überprüften Zeitraum wiesen aufgrund der dokumentierten vertraglichen Verpflichtung alle entgeltlichen Einschaltungen des BMFJ eine richtlinienkonforme Kennzeichnung auf. (TZ 9)

Die Werbemaßnahmen des BMFJ entsprachen im überprüften Zeitraum den formalen Kriterien des Medientransparenzgesetzes im Hinblick auf das Sachlichkeitsgebot. Das BMFJ gab trotz der hohen medialen Aufmerksamkeit betreffend die Themen Erhöhung der Familienbeihilfe, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Extremismus zusätzlich entgeltliche Werbemaßnahmen in Höhe von zumindest 316.000 EUR in Auftrag. (TZ 10)

Das Hinweis- bzw. Kopfverbot wurde bei allen gemeldeten entgeltlichen Veröffentlichungen des BMFJ eingehalten. (TZ 11)

#### Förderungen

Das Hinweis- und Kopfverbot ist für Förderungen an Medieninhaber periodischer Medien nicht vorgesehen. Bei zwei Förderungen an Medieninhaber periodischer Medien wurde die Bundesministerin für Familien und Jugend, MMag. Dr. Sophie Karmasin, in diesen Medien abgebildet und auf sie hingewiesen. Selbst dann, wenn der Medieninhaber eines periodischen Mediums überwiegend mit öffentlichen Mitteln gefördert wird, gelten das Sachlichkeitsgebot, das Vermarktungsverbot und das Hinweis- bzw. Kopfverbot nicht und können damit umgangen werden. (TZ 12)

### Bagatellgrenze

Der durchschnittliche Anteil der nach dem Medientransparenzgesetz nicht zu meldenden Bagatellbeträge bei Werbeaufträgen an den von dem BMFJ im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz erfassten Gesamtausgaben in den überprüften fünf Quartalen betrug rd. 17 %, das sind 107.156,12 EUR. Auffällig war in diesem Zusammenhang, dass 77 von insgesamt 141 von dem BMFJ im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz erfassten Werbeaufträgen, das sind rd. 55 % der Werbeaufträge, unter der Bagatellgrenze lagen. Im Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge zu ermöglichen, wies der RH auf den relativ geringen Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben sowie auf den hohen Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen hin. (TZ 13)

### Kenndaten zur Medientransparenz im BMFJ

<b>Rechtsgrundlagen</b>	<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 die Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes, BGBl. II 2012/222</p>
<b>bekanntgegebene Entgelte für Medienkooperationen, Werbeaufträge und Förderungen (gesamt in EUR)<sup>1</sup></b>	
1. Quartal 2014	–
2. Quartal 2014	205.165,50
3. Quartal 2014	351.404,22
4. Quartal 2014	229.949,98
1. Quartal 2015	19.177,80
2. Quartal 2015	282.461,78
<b>Summe</b>	<b>1.088.159,28</b>

<sup>1</sup> Der überprüfte Zeitraum erstreckte sich vom 1. Quartal 2014 bis zum 1. Quartal 2015.

Quellen: BMFJ, KommAustria; RH

#### **Prüfungsablauf und –gegenstand**

- 1** (1) Der RH überprüfte im Juni und Juli 2015 die Umsetzung des Medienkooperations– und –förderungs–Transparenzgesetzes (Medientransparenzgesetz) im BMFJ<sup>1</sup>.

Im überprüften Zeitraum von März 2014 bis März 2015 (1. Quartal 2014 bis einschließlich 1. Quartal 2015) erstattete das BMFJ betreffend Medienkooperationen, Werbeaufträgen und Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz nur im 1. Quartal 2014 Leermeldungen, in den übrigen Quartalen Betragsmeldungen 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,

<sup>1</sup> Das BMFJ wurde mit dem Inkrafttreten der Bundesministeriengesetz–Novelle 2014 am 1. März 2014 neu eingerichtet.

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

(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 Prüfungsverantwortungen 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 Rechtsträgern durch.<sup>2</sup>

(4) Zu den im August 2015 übermittelten Prüfungsmitteilungen nahm das BMFJ im November 2015 Stellung. Der RH erstattete seine Gegenäußerung an das BMFJ im November 2015.

## 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

<sup>2</sup> 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; Medientransparenz in der Allgemeinen Unfallversicherungsanstalt (AUVA); Reihe Bund 2015/12; Medientransparenz in der Niederösterreichischen Landeskliniken-Holding (Reihe Niederösterreich 2015/9).

- bei der Vergabe von Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums

dienen.

(2) Dazu haben die der RH-Kontrolle unterworfenen Rechtsträger folgende Daten quartalsweise der KommAustria bekanntzugeben<sup>3</sup>:

- 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 RH-Kontrolle unterliegen – und sind damit meldepflichtig nach dem Medientransparenzrecht – 5.740 Rechtsträger<sup>4</sup>, 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.

Das BMFJ unterliegt als Rechtsträger des Bundes nach Art. 126b Abs. 1 B-VG i.V.m. § 1 Abs. 1 RHG der RH-Kontrolle sowie der Meldepflicht nach dem Medientransparenzrecht.

(4) Inhaltliche Anforderungen für Werbeaufträge und Medienkooperationen sind in § 3a Abs. 1 Medientransparenzgesetz geregelt. Demnach

<sup>3</sup> § 1 Abs. 1 BVG Medienkooperation und Medienförderung

<sup>4</sup> lt. Rechtsträgerliste des RH an die KommAustria vom 30. Juni 2015

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 sind seit 1. Juli 2012 die Richtlinien über die Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes<sup>5</sup> in Kraft.

(5) Neben der Bekanntgabepflicht der Daten führt das Medientransparenzgesetz<sup>6</sup> 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.

Zum Hinweis- bzw. Kopfverbot fehlen in den Gesetzesmaterialien die Erläuterungen. Daher vertritt die Lehre<sup>7</sup> die Ansicht, dass der Regelungsinhalt seinen Ursprung im RH-Bericht Reihe Bund 2003/2 „Ausgewählte Werbemaßnahmen der Bundesregierung“ (vgl. dazu RH-Bericht Reihe Bund 2005/13, S. 31 f.) hat, dessen Formulierungen in

<sup>5</sup> BGBl. II 2012/22

<sup>6</sup> § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz

<sup>7</sup> Kogler, Neue Sachlichkeit. Inhaltliche Ge- und Verbote in § 3a Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, [www.jusportal.at](http://www.jusportal.at) (abgerufen am 5. Februar 2015)



eine EntschlieÙung des Nationalrats<sup>8</sup> vom Dezember 2009 Eingang fanden, so dass „in der Praxis diese Dokumente zur Interpretation des § 3a Medientransparenzgesetz herangezogen werden können.“<sup>9</sup>

- 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 in Verfassungsrang die zweckmäßige Möglichkeit bestanden hätte, eine einheitliche Vorgehensweise für den Bund und die Länder zu schaffen und diese Gelegenheit der Verwaltungsvereinfachung ungenützt blieb.<sup>10</sup>

### Erfüllung der Meldepflichten

Organisation der  
Meldeabläufe

- 3.1** (1) Für die Abwicklung der Meldeabläufe betreffend WerbemaÙnahmen und Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz sowie deren Bekanntgabe an die KommAustria war gemäß der Geschäftseinteilung des BMFJ die Präsidialabteilung 1 zuständig.

Die Vergabe von WerbemaÙnahmen und Förderungen war im BMFJ jedoch unterschiedlich organisiert.

(2) Werbeaufträge und Medienkooperationen wickelte im Auftrag des BMFJ die Präsidialabteilung 5 des BMLFUW im Rahmen eines Verwaltungsübereinkommens<sup>11</sup> ab. In diesem Verwaltungsübereinkommen war unter anderem geregelt, dass das BMLFUW über Ersuchen des BMFJ die Angelegenheiten der Öffentlichkeitsarbeit des BMFJ durchführt. Auf dieser Grundlage wickelte die Präsidialabteilung 5 des BMLFUW alle WerbemaÙnahmen des BMFJ entweder selbst oder mit Mediaagenturen<sup>12</sup> ab. Sie erfasste alle WerbemaÙnahmen von der Beauftragung bis zur Bekanntgabe an die KommAustria, unter Wahrung des Vier-Augen-Prinzips, mittels ELAK.

<sup>8</sup> EntschlieÙung des Nationalrates vom 10. Dezember 2009, 73/E XXIV. Gesetzgebungsperiode

<sup>9</sup> siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)2, S. 53 (FuÙnote 152)

<sup>10</sup> vgl. dazu den Bericht des RH: Öffentlichkeitsarbeit des BMLFUW, Reihe Bund 2013/4, TZ 3.

<sup>11</sup> Verwaltungsübereinkommen zwischen der Bundesministerin für Familien und Jugend und dem Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft vom 27.2.2014.

<sup>12</sup> z.B. MEC Agentur für Mediaplanung GmbH



Die Präsidialabteilung 1 führte im Sinne des Vier-Augen-Prinzips eine sogenannte „Plausibilitätsprüfung“ über die für die Meldung an die KommAustria bestimmten Daten auf Vollständigkeit, Richtigkeit und Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes durch und gab sie danach rechtzeitig der KommAustria bekannt.

(3) Förderungen des BMFJ, das sind Projekt- und Basisförderungen an Familien- und Jugendinstitutionen, vergaben die neun Abteilungen der Sektion Familien und Jugend mittels ELAK. Nach § 4 Medientransparenzgesetz sind nur jene Beträge dieser Förderungen melderelevant, die konkret an ein periodisches Medium der geförderten Institution als Medieninhaber fließen.

Die Präsidialabteilung 1 forderte die Abteilungen regelmäßig mit Quartalschreiben auf, die Melderelevanz der von ihnen zugesagten Förderungen zu prüfen und an sie zu melden. Die Abteilungen leiteten diese Meldungen der Präsidialabteilung 1 zu. Eine Vorschreibung der Förderakte, die alle förderungsrelevanten Unterlagen enthielten, mittels ELAK an die Präsidialabteilung 1 erfolgte nicht. Dadurch konnte die Präsidialabteilung 1 die Melderelevanz der gewährten Fördermittel nicht prüfen.

Dies führte in drei Quartalen des überprüften Zeitraums zu unvollständigen und unrichtigen Bekanntgaben an die KommAustria (siehe TZ 5 und 8).

(4) Mit dem Vollzug des Medientransparenzrechtes waren insgesamt 13 Bedienstete befasst. Dies waren bei den Werbemaßnahmen zwei Bedienstete der Präsidialabteilung 1 sowie im Rahmen eines Verwaltungsübereinkommens mit dem BMLFUW zwei Bedienstete des BMLFUW. Bei den Förderungen waren dies die zwei Bediensteten der Präsidialabteilung 1 sowie neun Bedienstete der Sektion Familien und Jugend im BMFJ. Der zeitliche Gesamtaufwand betrug zumindest 25 Stunden pro Quartal.

- 3.2** Der RH wies auf die unterschiedliche Organisation der Vergabe der Werbemaßnahmen und Förderungen hin, aufgrund der sich Mängel bei den Meldungen an die KommAustria ergaben. Insbesondere kritisierte er die fehlende Vorschreibung der Förderungsakte der Sektion Familien und Jugend mittels ELAK an die Präsidialabteilung 1, die eine Kontrolle der Förderungen auf ihre Melderelevanz verhinderte und dadurch unvollständige und unrichtige Quartalsmeldungen an die KommAustria verursachte (siehe TZ 5 und 8).

## Erfüllung der Meldepflichten

Der RH empfahl daher dem BMFJ, geeignete organisatorische Maßnahmen zur Beseitigung der bestehenden Kontrolldefizite zu treffen, um künftig die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria auch in Bezug auf Förderungen zu gewährleisten.

Der RH anerkannte jedoch die organisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz in der Präsidialabteilung 1, die Erfassung aller Werbemaßnahmen des BMFJ mittels ELAK sowie die gewählte Vorgangsweise bei der Beauftragung von Werbemaßnahmen im Wege eines Verwaltungsübereinkommens mit dem BMLFUW, die geeignet waren, die Vollständigkeit, Richtigkeit und Rechtzeitigkeit der Bekanntgaben des BMFJ an die KommAustria zu gewährleisten.

- 3.3** *Laut Stellungnahme des BMFJ seien unrichtige Förderungsmeldungen an die KommAustria darin begründet, dass exakte Beträge, welche innerhalb eines Gesamtfördervolumens für Medien aufgewendet wurden, im Voraus nicht bekannt seien. Das BMFJ habe aber bereits die Anregung des RH aufgenommen und die Förderformulare entsprechend adaptiert, um in Zukunft bereits bei der Förderzusage eindeutige Zuordnungen treffen zu können. Zudem würden die melderlevanten Akte künftig der Präsidialabteilung 1 vorgelegt werden.*

Vollständigkeit der  
Meldungen

Werbeaufträge und Medienkooperationen

- 4.1** (1) Das BMFJ erfasste im überprüften Zeitraum im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz 141 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von 646.326,70 EUR. Davon unterlagen 64 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 539.170,58 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz (siehe Tabelle 1).

**Tabelle 1: Gesamtausgaben des BMFJ für Werbeaufträge und Medienkooperationen nach Medientransparenzgesetz**

Quartal	Werbefträge gesamt	Gesamtausgaben nach dem Medien- transparenz- gesetz	Werbefträge über der Bagatellgrenze	Summe der an die KommAustria gemeldeten Nettogesamt- entgelte	Meldungen an die KommAustria nach Medium
	Anzahl	in EUR	Anzahl	in EUR	Anzahl
01/2014	–	–	–	–	–
02/2014	5	24.311,50	1	11.431,50	1
03/2014	87	368.179,92	49	326.573,40	19
04/2014	31	217.809,79	12	181.987,88	8
01/2015	18	36.025,49	2	19.177,80	2
<b>Summe</b>	<b>141</b>	<b>646.326,70</b>	<b>64</b>	<b>539.170,58</b>	<b>30</b>

Quellen: BMFJ; RH

(2) Die restlichen vom BMFJ erfassten 77 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 107.156,12 EUR), das sind rd. 55 % aller Werbemaßnahmen und rd. 17 % der gesamten Werbausgaben des BMFJ im überprüften Zeitraum, lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe dazu TZ 12, Tabelle 3).

4.2 Der RH anerkannte die Vollständigkeit der Quartalsmeldungen bei den Werbeaufträgen und Medienkooperationen und verwies auf den hohen Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen (siehe TZ 12).

#### Förderungen

5.1 (1) Das BMFJ erfasste im überprüften Zeitraum im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz zwölf Förderungen in Gesamthöhe von 266.547,10 EUR. Davon unterlagen elf Förderungen (Gesamtbeitrag: 264.547,10 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz (siehe Tabelle 2).

## Erfüllung der Meldepflichten

**Tabelle 2: Gesamtausgaben des BMFJ für Förderungen nach Medientransparenzgesetz**

Quartal	Förderungen gesamt	Gesamtausgaben nach dem Medien- transparenzgesetz	Förderungen über der Bagatellgrenze	Summe der an die KommAustria gemeldeten Förderungsentgelte
	Anzahl	in EUR	Anzahl	in EUR
01/2014	–	–	–	–
02/2014	6	193.754,00	5	191.754,00
03/2014	4	24.831,00	4	24.831,00
04/2014	2	47.962,10	2	47.962,10
01/2015	–	–	–	–
<b>Summe</b>	<b>12</b>	<b>266.547,10</b>	<b>11</b>	<b>264.547,10</b>

Quellen: BMFJ; RH

(2) Eine vom BMFJ erfasste Förderung (Gesamtbetrag: 2.000 EUR) lag unter der Bagatellgrenze und war daher nicht zu melden.

(3) Die Abteilung I/5 – Jugendpolitik im BMFJ gab zwei Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Online-Mediums im 4. Quartal 2014 der KommAustria nicht bekannt:

- Katholische Jugend Österreichs, Projektförderung 2014 für das Projekt „Webportal für Jugendliche und Ehrenamtliche Mitarbeiter“ in Höhe von 20.100,00 EUR (Datum der Förderungszusage: 12. November 2014).
- Landjugend Österreich, Projektförderung 2014 für das Projekt „LJ-On-Line – Gemeinsam Aktiv im Netz“ in Höhe von 15.000 EUR (Datum der Förderungszusage: 12. November 2014).

**5.2** Der RH kritisierte die Unvollständigkeit der Bekanntgabe bei den Förderungen für das 4. Quartal 2014 und verwies auf seine Empfehlung in TZ 3, geeignete organisatorische Maßnahmen zu treffen, um künftig die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria auch in Bezug auf Förderungen zu gewährleisten.

**5.3** *Laut Stellungnahme des BMFJ sei eine Adaptierung der Förderformulare bereits erfolgt, um in Zukunft eine eindeutige Zuordnung zu mel-derelevanten Förderungen vornehmen zu können. Das BMFJ werde außerdem hinkünftig zusätzliche weitere Kontrollmaßnahmen – wie vom RH angeregt – ergreifen.*

### Vollständigkeit der Dokumentation

- 6.1** Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden, vom BMFJ erfassten Werbemaßnahmen, Medienkooperationen und Förderungen waren vollständig dokumentiert. Die Dokumentation der Werbemaßnahmen und Medienkooperationen umfasste die Auftrags- und Abrechnungsunterlagen sowie die Belegexemplare der entgeltlichen Einschaltungen; jene der Förderungen umfasste die Unterlagen betreffend Förderungsanträge und deren Zusage.
- 6.2** Der RH anerkannte die vollständige Dokumentation der vom BMFJ an die KommAustria gemeldeten Werbemaßnahmen und Förderungen im überprüften Zeitraum.

### Richtigkeit der Meldungen

#### Werbeaufträge und Medienkooperationen

- 7.1** Das BMFJ hatte gemäß § 2 Medientransparenzgesetz für Werbeaufträge und Medienkooperationen quartalsweise die Namen der jeweiligen periodischen Medien und – unter Beachtung der Bagatellgrenze von 5.000 EUR – die Gesamthöhe des diesen Medien zufließenden Nettoentgelts<sup>13</sup> gesondert bekanntzugeben. Sie hatte überdies die Werbeaufträge und Medienkooperationen sachlich richtig dem jeweiligen periodisch erscheinenden Medium und sie zeitlich richtig nach ihrem Erscheinungsdatum zuzuordnen (siehe TZ 2).

Diese Verpflichtungen wurden in allen Quartalen des überprüften Zeitraums erfüllt.

- 7.2** Der RH anerkannte die richtigen Bekanntgaben in den fünf Quartalen des überprüften Zeitraums.

#### Förderungen

- 8.1** (1) Das BMFJ hatte gemäß § 4 Medientransparenzgesetz quartalsweise für Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums den Namen des Förderungsempfängers und – unter Beachtung der Bagatellgrenze von 5.000 EUR – die Gesamthöhe der Förderung gesondert bekanntzugeben. Es hatte überdies die Förderungen sachlich richtig dem jeweiligen Medieninhaber eines periodischen Mediums und sie zeitlich richtig nach Datum ihrer Zusage zuzuordnen (siehe TZ 2).

<sup>13</sup> d.h. ohne Rabatte, Skonti, Werbeabgabe, Mehrwertsteuer und allfällige Vermittlungsprovisionen

## Erfüllung der Meldepflichten

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

- Im 2. Quartal 2014 gewährte das BMFJ der Österreichischen Plattform für Alleinerziehende eine Basisförderung in Höhe von 80.000,00 EUR. Davon war ein Betrag in Höhe von 13.400,00 EUR für das Zeitungsprojekt „ÖPA Journal, Alleinerziehende auf dem Weg“ vorgesehen. Das BMFJ gab jedoch nicht diesen Betrag, sondern sachlich unrichtig die Basisförderung in Höhe von 80.000,00 EUR der KommAustria bekannt.

Weiters gewährte das BMFJ dem Österreichischen Familienbund eine Basisförderung in Höhe von 80.000,00 EUR. Davon entfiel ein Betrag in Höhe von 22.700,00 EUR auf das Projekt „Zeitschrift ‚Familie‘ und Newsletter des Österreichischen Familienbundes“. Das BMFJ gab jedoch nicht diesen Betrag, sondern sachlich unrichtig die Basisförderung in Höhe von 80.000,00 EUR der KommAustria bekannt.

- Im 3. Quartal 2014 gab das BMFJ eine Gesamtmeldung über drei Förderungen in Höhe von insgesamt 11.931,00 EUR an den Medieninhaber Katholische Jungschar Österreich an die KommAustria ab. Eine Förderung betraf das Projekt Mini-Brief in Höhe von 2.131,00 EUR, eine weitere Förderung betraf das Projekt Jungscharplaner 2014/2015 in Höhe von 7.000,00 EUR; die dritte Förderung bezog sich auf das Projekt Bewusstseinsbildung und Öffentlichkeitsarbeit durch das neue JungeKirche-Magazin in Höhe von 2.800,00 EUR. Da es sich beim Jungscharplaner 2014/2015 um kein periodisches Medium nach § 4 Medientransparenzgesetz handelt, war der dafür vorgesehene Betrag nicht in der Gesamtmeldung für die Katholische Jungschar Österreich zu berücksichtigen. Der verbliebene Förderungsgesamtbetrag an die Katholische Jungschar Österreich lag somit unter der Bagatellgrenze und wäre nicht zu melden gewesen.

Weiters gab das BMFJ eine Förderung an den Medieninhaber Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos für das Projekt Broschüre Ferien- und Nebenjob-Suche in Höhe von 12.900,00 EUR bekannt. Da die Broschüre nur einmal jährlich erscheint, war sie ein kein periodisches Medium nach § 4 Medientransparenzgesetz. Die Bekanntgabe der Förderung an die KommAustria war daher wegen fehlender Periodizität des Mediums unrichtig. Richtigerweise wäre eine Meldung unterblieben.

Im Ergebnis hätte für Förderungen im 3. Quartal 2014 richtigerweise eine Leermeldung erfolgen müssen.

- Die Bekanntgabe von Förderungen des BMFJ für das 4. Quartal 2014 war nicht nur unvollständig (siehe TZ 5), sondern in einem Fall auch unrichtig, weil sich die Förderung an den Mittelschüler-Kartell-Verband für das Projekt Schulplaner in Höhe von 12.336,40 EUR auf ein nichtperiodisches Medium bezog.

**8.2** Der RH kritisierte die unrichtigen und unvollständigen Bekanntgaben von Förderungen in drei Quartalen des überprüften Zeitraums, die jedoch im Wesentlichen zu erhöhten Meldungen führten. Er empfahl daher dem BMFJ, künftig auf die sachlich und betraglich richtige Zuordnung aller Förderungen zu achten und so die Richtigkeit und Vollständigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria sicherzustellen. Weiters verwies er auf seine Empfehlung in TZ 3, geeignete organisatorische Maßnahmen zu treffen, um künftig die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria auch in Bezug auf Förderungen zu gewährleisten.

**8.3** *Laut Stellungnahme des BMFJ seien den Empfehlungen des RH folgend organisatorische Maßnahmen und eine Adaptierung der Förderformulare vorgenommen worden, um in Zukunft eine eindeutige Zuordnung zu melderelevanten Förderungen vorzunehmen. Melderelevante Akte werden künftig der Präsidialabteilung 1 vorgelegt.*

## Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

Unterscheidbarkeit  
– Kennzeichnungspflicht

**9.1** (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 jedem der – zu 30 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 64 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums in Gesamthöhe von 539.170,58 EUR eine derartige vertragliche Verpflichtung dokumentiert.

(2) 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

## Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

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 waren aufgrund der dokumentierten vertraglichen Verpflichtung alle entgeltlichen Einschaltungen des BMFJ als solche gekennzeichnet.

- 9.2** Der RH anerkannte, dass das BMFJ die vertragliche Kennzeichnungspflicht bei allen entgeltlichen Veröffentlichungen nach dem Medientransparenzgesetz einhielt. Dies hatte zur Folge, dass alle Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums eine richtlinienkonforme Kennzeichnung aufwiesen.

### Sachlichkeitsgebot

- 10.1** (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 (so genanntes Sachlichkeitsgebot). Zur näheren Festlegung dieser Grundsätze erließ der Bund Richtlinien (siehe dazu TZ 2).

Die Werbemaßnahmen des BMFJ entsprachen im überprüften Zeitraum den formalen Kriterien des Medientransparenzgesetzes im Hinblick auf das Sachlichkeitsgebot.

- (2) Im überprüften Zeitraum startete das BMFJ zu den Themen Erhöhung der Familienbeihilfe und Extremismus zwei Medienkampagnen in Höhe von insgesamt rd 316.000,00 EUR, obwohl die Medien über diese Themen von sich aus berichteten.

Weiters schaltete die 100 %-Tochtergesellschaft des BMFJ, Familie & Beruf Management GmbH, im 3. Quartal 2014 ein halbseitiges Inserat zum Thema „Kinderbetreuung – Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ im Printmedium Die Presse. Auf der selben Seite dieses Mediums erschien auch ein halbseitiger redaktioneller Beitrag zum selben Thema.



(3) In seinem Bericht betreffend die Öffentlichkeitsarbeit im BMLFUW (Reihe Bund 2013/4, TZ 8) verwies der RH jedoch darauf, Printmedien primär durch Presseaussendungen und Pressekonferenzen dazu anzuregen, von sich aus über Tätigkeiten des Ministeriums zu berichten. Erst wenn darüber hinaus noch ein Bedarf an weiterer Sachinformation der Öffentlichkeit besteht, sollten auch entgeltliche Schaltungen in Printmedien in Erwägung gezogen werden.

- 10.2** Der RH verwies bezugnehmend auf seinen Bericht betreffend die Öffentlichkeitsarbeit im BMLFUW (Reihe Bund 2013/4, TZ 8) darauf, dass das BMFJ trotz der hohen medialen Aufmerksamkeit betreffend die Themen Erhöhung der Familienbeihilfe, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Extremismus zusätzlich entgeltliche Werbemaßnahmen in Höhe von zumindest 316.000,00 EUR in Auftrag gab.

Er empfahl daher dem BMFJ, die Printmedien primär durch Presseaussendungen und Pressekonferenzen dazu anzuregen, von sich aus über Tätigkeiten des Ministeriums zu berichten. Erst wenn darüber hinaus noch ein Bedarf an weiterer Sachinformation der Öffentlichkeit besteht, sollten auch entgeltliche Schaltungen in Printmedien in Erwägung gezogen werden.

- 10.3** *Laut Stellungnahme des BMFJ verbreite es Inhalte primär durch Presseaussendungen und Pressekonferenzen. Da die Informationen jedoch jeweils eine sehr große Gruppe an Bürgern (z.B. 1,2 Mio. Familienbeihilfebezieher) betreffen, sei gegebenenfalls eine weitere, zusätzliche Sachinformation durch entgeltliche Schaltungen für eine effektive Verbreitung erforderlich.*

- 10.4** Der RH entgegnete dem BMFJ, dass insbesondere bei Sachinformationen, die einem größeren Personenkreis erhöhte Geldleistungen ankündigen, eine Verbreitung durch Presseaussendungen und Pressekonferenzen ausreichen wird, um durch darauffolgende redaktionelle Medienberichterstattung breite Publizität zu erlangen. Daher ist eine weitere, mit öffentlichen Mitteln beworbene, zusätzliche Sachinformation weder effektiv, noch effizient.

Hinweis- und  
Kopfverbot

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

Das BMFJ hielt bei allen an die KommAustria gemeldeten Werbemaßnahmen im überprüften Zeitraum das Hinweis- und Kopfverbot ein.

## Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

**11.2** Der RH anerkannte, dass das BMFJ bei allen gemeldeten Werbemaßnahmen das Hinweis- und Kopfverbot einhielt.

**12.1** Das Hinweis- und Kopfverbot ist für Förderungen an Medieninhaber periodischer Medien nicht vorgesehen.

Wie in TZ 8 dargestellt, gewährte das BMFJ im 2. Quartal 2014 dem Medieninhaber Österreichischer Familienbund eine Förderung in Höhe von insgesamt 80.000,00 EUR für dessen Zeitschrift „Familie“ und Newsletter. Die Ausgabe Juni 2014 der Zeitschrift „Familie“ enthielt ein ganzseitiges Interview mit sowie eine Abbildung der Bundesministerin für Familien und Jugend, MMag. Dr. Sophie Karmasin; der Newsletter 06/2014 informierte mit bildlicher Darstellung der Bundesministerin über die Kinderbetreuungsoffensive der Bundesregierung; im Newsletter 07/2014 präsentierte die abgebildete Bundesministerin die FamilienApp.

Weiters gewährte das BMFJ im 2. Quartal 2014 dem Medieninhaber Österreichische Plattform für Alleinerziehende für das Journal „Alleinerziehende auf dem Weg“ eine Förderung in Höhe von insgesamt 80.000,00 EUR. In der Journalausgabe 01/2015 wird auf eineinhalb Seiten ein Interview vom Herbst 2014 mit der Bundesministerin für Familien und Jugend, MMag. Dr. Sophie Karmasin, abgedruckt, in dem die Bundesministerin viermal abgebildet ist.

**12.2** Der RH wies darauf hin, dass selbst dann, wenn der Medieninhaber eines periodischen Mediums überwiegend mit öffentlichen Mitteln gefördert wird, das Sachlichkeitsgebot, das Vermarktungsverbot und das Hinweis- bzw. Kopfverbot nicht gelten und damit umgangen werden können.

### Bagatellgrenze

**13.1** Wie in der TZ 4 dargestellt, gab das BMFJ in Bezug auf Werbeaufträge und Medienkooperationen im überprüften Zeitraum vollständige und richtige Meldungen an die KommAustria ab. Demzufolge waren auch die Anteile der unter der gesetzlichen Bagatellgrenze liegenden Beträge an den vom BMFJ für Werbemaßnahmen erfassten Gesamtausgaben nach Medientransparenzgesetz richtig.

**Tabelle 3: Bagatell-Werbeaufträge und -ausgaben des BMFJ zum Zeitpunkt der Meldung**

Quartal	Gesamtausgaben nach dem Medientransparenzgesetz	Summe der gemeldeten Nettogesamtergelte	nicht zu meldende Bagatellbeträge	Bagatell- und Werbeaufträge	Anteil der Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben
	in EUR			Anzahl	in %
01/2014	–	–	–	–	–
02/2014	24.311,50	11.431,50	12.880,00	4	53
03/2014	368.179,92	326.573,40	41.606,52	38	11
04/2014	217.809,79	181.987,88	35.821,91	19	16
01/2015	36.025,49	19.177,80	16.847,69	16	47
<b>Summe</b>	<b>646.326,70</b>	<b>539.170,58</b>	<b>107.156,12</b>	<b>77</b>	<b>17</b>

Quellen: BMFJ; RH

Die jeweiligen Anteile der – nicht zu meldenden – Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben des BMFJ schwankten zwischen 11 % (3. Quartal 2014) und 53 % (2. Quartal 2014). Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften fünf Quartalen rd. 17 %, das sind 107.156,12 EUR.

Auffällig war in diesem Zusammenhang, dass 77 von insgesamt 141 erfassten Werbeaufträgen des BMFJ, das sind rd. 55 % der Werbeaufträge, unter der Bagatellgrenze lagen (siehe TZ 5).

- 13.2** Im Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge und Medienkooperationen zu ermöglichen, wies der RH auf den relativ geringen Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben hin.

## Schlussempfehlungen

**14** Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen an das BMFJ hervor:

(1) Es wären geeignete organisatorische Maßnahmen zu treffen, um künftig die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria auch in Bezug auf Förderungen zu gewährleisten. (TZ 3, 5 und 8)

(2) Es wäre auf die sachlich und betraglich richtige Zuordnung aller Förderungen zu achten und so die Richtigkeit und Vollständigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria sicherzustellen. (TZ 8)

(3) Printmedien wären primär durch Presseaussendungen und Pressekonferenzen dazu anzuregen, von sich aus über Tätigkeiten des Ministeriums zu berichten. Erst wenn darüber hinaus noch ein Bedarf an weiterer Sachinformation der Öffentlichkeit besteht, sollten auch entgeltliche Schaltungen in Printmedien in Erwägung gezogen werden. (TZ 10)

## **ANHANG**

### **Quartalsmeldungen des BMFJ**

Quartalsmeldungen		
<b>1. Quartal 2014</b>		in EUR
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Leermeldung	
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>2. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Kronen Zeitung	11.431,50
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Aktion Kritischer Schülerinnen	19.200,00
	ÖPA Journal „Alleinerziehende auf dem Weg“ der Österreichischen Plattform für Alleinerziehende	80.000,00
	Pennäler Ring Österreich	14.534,00
	Zeitschrift „Familie“ und Newsletter des Österreichischen Familienbundes	80.000,00
		<b>205.165,00</b>
<b>3. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Bezirksblätter Niederösterreich	8.398,77
	Bezirksrundschau Oberösterreich	6.156,48
	Der Standard	16.110,00
	Die Ganze Woche	6.247,50
	Die Presse	15.647,50
	Heute	56.154,40
	Kleine Zeitung	13.728,00
	Kronen Zeitung	55.743,50
	Kurier	14.022,50
	Madonna mit Österreich	12.900,00
	OÖ Nachrichten	10.608,00
	Sonntag – Österreich	32.760,00
	Österreich	20.652,00
	Salzburger Nachrichten	10.185,00
	Tiroler Tageszeitung	13.902,00
	Vorarlberger Nachrichten	10.608,00
	Weekend Magazin	7.135,83
	Woche Steiermark	7.145,61
	www.orf.at	8.468,13

Quartalsmeldungen		
		in EUR
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Bundesnetzwerk Österreichischer Jugendinfos	12.900,00
	Katholische Jungschar Österreich	11.931,00
		<b>351.404,22</b>
<b>4. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Baby Express/Familienwelt	6.200,00
	Die Presse	72.840,29
	Heute	54.782,80
	Kleine Zeitung	12.976,95
	Kosmo	5.082,00
	Kronen Zeitung	13.547,84
	www.heute.at	8.568,00
	www.oe24.at	7.990,00
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Mittelschülerkartellverband	12.336,40
	Österreichische Gewerkschaftsjugend	35.625,70
		<b>229.949,98</b>
<b>1. Quartal 2015</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Heute	5.548,80
	Österreich	13.629,00
		<b>19.177,80</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
	<b>Gesamtsumme</b>	<b>805.697,50</b>

Wien, im Dezember 2015

Der Präsident:

Dr. Josef Moser