

# **Bericht des Rechnungshofes**

## **Medientransparenz im MuseumsQuartier**



**Inhaltsverzeichnis**

Abkürzungsverzeichnis \_\_\_\_\_ 502

**BKA**

Wirkungsbereich des Bundeskanzleramtes

Medientransparenz im MuseumsQuartier

Kurzfassung \_\_\_\_\_ 503

Prüfungsablauf und –gegenstand \_\_\_\_\_ 508

Rechtliche Grundlagen \_\_\_\_\_ 509

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz \_\_\_\_\_ 513

Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und  
Medienkooperationen \_\_\_\_\_ 523

Bagatellgrenze \_\_\_\_\_ 524

Schlussempfehlungen \_\_\_\_\_ 526

**ANHANG**

Quartalsmeldungen der MQ GesmbH an die KommAustria \_\_\_\_\_ 528

Entscheidungsträger des überprüften Unternehmens \_\_\_\_\_ 531

## Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
Art.	Artikel
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BKA	Bundeskanzleramt
B-VG	Bundes-Verfassungsgesetz
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
EUR	Euro
f.	folgende
KommAustria	Kommunikationsbehörde KommAustria
LGBI.	Landesgesetzblatt
MedKF-TG	Medienkooperations- und -förderungs-Transparenz-gesetz
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 Bundeskanzleramtes

### Medientransparenz im MuseumsQuartier

Angelegenheiten der Medientransparenz waren in der Museums-Quartier Errichtungs- und BetriebsgesmbH mangelhaft implementiert; eine Kontrolle der Meldungen auf Vollständigkeit und Richtigkeit nach dem Vier-Augen-Prinzip unterblieb. Kontrolldefizite führten im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis März 2014) zu unvollständigen und unrichtigen Quartalsmeldungen an die KommAustria. Darüber hinaus kam es zu Verstößen 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 durch die MuseumsQuartier Errichtungs- und BetriebsgesmbH (MQ GesmbH),
- 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 rd. 5.800 meldepflichtigen Rechtsträgern zählen demnach u.a. die Bundesministerien, die Landesverwaltungen, Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern, Gemeindeverbände 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)

An der MQ GesmbH ist der Bund mit 75 %, das Land Wien mit 25 % beteiligt. Das Unternehmen unterliegt daher der RH-Kontrolle und der Meldepflicht nach dem Medientransparenzrecht. (TZ 2)

Inhaltliche Vorgaben sind in § 3a Medientransparenzgesetz und in den Verordnungen der Bundes- und Landesregierungen geregelt. Für die MQ GesmbH gelten die Kundmachung der Bundesregierung betreffend Richtlinien über Ausgestaltung und inhaltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes und die Verordnung der Wiener Landesregierung vom 29. Juni 2012 über die inhaltliche Gestaltung audiovisueller kommerzieller Kommunikation und entgeltlicher Einschaltungen. 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. (TZ 2)

Die MQ GesmbH ist im Kulturveranstaltungs- und Dienstleistungsbereich tätig und erbringt „weit überwiegend Verwaltungsleistungen“ für den Bund und das Land Wien. Die Werbemaßnahmen des Unternehmens unterliegen daher allen inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts. Aufgrund der zwischen Bund und Land Wien geteilten Eigentumsverhältnisse an der MQ GesmbH hatte das Unternehmen neben den gesetzlichen Vorgaben sowohl die Richtlinien des Bundes als auch des Landes Wien anzuwenden. (TZ 2)

**Erfüllung der  
Meldepflichten  
gemäß Medientrans-  
parenzgesetz****Organisation der Meldeabläufe**

Die obligatorische Prüfung der Werbeaufträge und Medienkooperationen auf Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts und Kontrolle der durchgeführten Werbemaßnahmen auf Vollständigkeit und Richtigkeit durch die Buchhaltung nach dem Vier-Augen-Prinzip waren in der MQ GesmbH unregelt. Die mangelnde organisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz und der fehlende Abgleich der Kostenprognosen mit den tatsächlichen Kosten der Werbemaßnahmen hatten Kontrolldefizite zur Folge, die im 3. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013 zu unvollständigen und in allen Quartalen des überprüften Zeitraums zu unrichtigen Bekanntgaben an die KommAustria führten. (TZ 3)

**Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen**

Im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis März 2014) vereinbarte die MQ GesmbH 401 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von 786.548,04 EUR. Davon unterlagen 175 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 548.429,15 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz. Die Bekanntgabe dieser Werbemaßnahmen erfolgte zusammengefasst in 31 Medienmeldungen rechtzeitig an die KommAustria. Die Meldungen für das 3. Quartal 2012 und das 1. Quartal 2013 waren unvollständig, weil sieben Werbeaufträge an drei Medien nicht bekanntgegeben wurden. (TZ 4)

**Vollständigkeit der Dokumentation**

Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen waren vollständig dokumentiert. (TZ 5)

**Betragliche Richtigkeit der Meldungen**

Betraglich unrichtige Meldungen kamen durch individuelle Bearbeitungs- und Berechnungsfehler zustande. So wurden von der MQ GesmbH Werbeaufträge oder Gegengeschäftsanteile bei Werbemaßnahmen nicht berücksichtigt, nicht aktualisierte Prognosekosten für Werbemaßnahmen in den Mediaplänen statt der tatsächlich verrechneten Kosten herangezogen sowie das Nettoentgeltgebot

durch Zurechnung von Skonti, Werbeabgaben oder Rabatten nicht eingehalten. (TZ 6)

#### Sachliche Richtigkeit der Meldungen

Sachlich unrichtige Meldungen kamen durch die irrtümliche Klassifizierung einer Mediaagentur bzw. einer Werbegesellschaft als zu meldendes Medium sowie durch die mangelnde Kenntnis darüber, wann die Periodizität eines Mediums nach Medien- bzw. Medientransparenzgesetz vorliegt, zustande. (TZ 7)

#### Zeitliche Richtigkeit der Meldungen

Allen Quartalsmeldungen lagen zeitlich richtig zugeordnete Werbeaufträge und Medienkooperationen zugrunde. (TZ 8)

### Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

#### Unterscheidbarkeit – Kennzeichnungspflicht

Die MQ GesmbH hielt im überprüften Zeitraum die medientransparenzrechtlichen Bestimmungen betreffend die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen in keinem der – zu 31 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 171 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums ein. (TZ 9)

Die entgeltlichen Einschaltungen in Audio- und audiovisuellen Medien wiesen keine Kennzeichnung auf; die entgeltlichen Einschaltungen in den Print- und Online-Medien waren hingegen überwiegend richtig gekennzeichnet. (TZ 9)

#### Sachinformation

Alle gemeldeten Werbemaßnahmen der MQ GesmbH im überprüften Zeitraum enthielten ausschließlich Sachinformation und beachtetten das Hinweis- bzw. Kopfverbot. (TZ 10)

#### Bagatellgrenze

Der durchschnittliche Anteil der nach dem Medientransparenzgesetz nicht zu meldenden Bagatellbeträge bei Werbeaufträgen an



den Gesamtausgaben in den überprüften sieben Quartalen betrug rd. 30 %, das sind rd. 238.000 EUR. In Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge zu ermöglichen, wies der RH auf den verhältnismäßig hohen Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben hin. (TZ 11)

Kenndaten zu Medientransparenz in der MQ GesmbH		
<b>Rechtsgrundlagen</b>	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 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 Kundmachung der Bundesregierung betreffend Richtlinien über Ausgestaltung und inhaltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes, BGBl. II Nr. 222/2012 Verordnung der Wiener Landesregierung vom 29. Juni 2012 über die inhaltliche Gestaltung audiovisueller kommerzieller Kommunikation und entgeltlicher Einschaltungen – MedKFT-VO, LGBl. 2012/41	
<b>Bekanntgegebene Entgelte<sup>1</sup></b>	<b>für Medienkooperationen und Werbeaufträge (gesamt in EUR)</b>	<b>für Förderungen an Medieninhaber (gesamt in EUR)</b>
3. Quartal 2012	110.507,75	–
4. Quartal 2012	52.878,65	–
1. Quartal 2013	6.014,40	–
2. Quartal 2013	169.275,16	–
3. Quartal 2013	106.467,98	–
4. Quartal 2013	97.963,69	–
1. Quartal 2014	5.321,52	–
2. Quartal 2014	74.389,74	–
3. Quartal 2014	48.661,86	–
<b>Summe</b>	<b>671.480,75</b>	<b>–</b>

<sup>1</sup> Die Prüfung durch den RH umfasste den Zeitraum 3. Quartal 2012 bis 1. Quartal 2014

Quellen: RH und KommAustria

## Prüfungsablauf und -gegenstand

- 1 (1) Der RH überprüfte im Juli 2014 die Umsetzung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes (Medientransparenzgesetz) in der MuseumsQuartier Errichtungs- und BetriebsgesmbH (MQ GesmbH).

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.

- (2) Die Überprüfung umfasste den Zeitraum von Juli 2012 bis März 2014 (3. Quartal 2012 bis einschließlich 1. Quartal 2014).

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 Rechtsträgern durch.

(4) Zu den im Oktober 2014 übermittelten Prüfungsmittelungen nahm die MQ GesmbH im November 2014 Stellung. Die Stadt Wien als Minderheitseigentümerin der MQ GesmbH verzichtete im Dezember 2014 auf eine Stellungnahme. Der Bund als Mehrheitseigentümer der MQ GesmbH verwies im Jänner 2015 auf die Stellungnahme der überprüften Stelle, wonach die Empfehlungen des RH umgesetzt werden und teilte mit, dass das Bundeskanzleramt in Wahrung der Eigentümerrechte des Bundes darauf hinwirken wird, die Zweifelsfragen im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz mit der KommAustria zu klären, um in Hinkunft vollständige und sachlich richtige Meldungen sicherzustellen.

Der RH erstattete seine Gegenäußerung an die MQ GesmbH im Jänner 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
- 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>1</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 Gesamtbetrag 5.000 EUR (Bagatellgrenze) überschreitet. Wird die Bagatellgrenze

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

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 – rd. 5.800 Rechtsträger, darunter die Bundesministerien, die Landesverwaltungen, die Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern und die Gemeindeverbände. Darüber hinaus meldepflichtig sind die der RH-Kontrolle unterliegenden 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.

An der MQ GesmbH ist der Bund mit 75 %, das Land Wien mit 25 % beteiligt. Das Unternehmen unterliegt daher der RH-Kontrolle und 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. Für Rechtsträger im Bereich der Landes- und Gemeindeverwaltung Wiens ist hiezu seit 1. Juli 2012 die „Verordnung der Wiener Landesregierung vom 29. Juni 2012, LGBl. 2012/41, über die inhaltliche Gestaltung audio-

visueller kommerzieller Kommunikation und entgeltlicher Einschaltungen – MedKFT-VO“ in Geltung.

(5) Diese Regelungen über die inhaltlichen Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen gelten nach § 3a Abs. 3 Medientransparenzgesetz und § 1 der Richtlinien des Bundes jedoch nur für jene der RH-Kontrolle unterliegenden Unternehmen, wenn sie weit überwiegend Leistungen für die Verwaltung des Bundes, der Länder, der Gemeinden oder Gemeindeverbände erbringen. Das heißt, dass damit nicht jedes privatwirtschaftlich tätige, der RH-Kontrolle unterliegende Unternehmen, auch zur Einhaltung des Sachlichkeitsgebots verpflichtet ist.

Da das Medientransparenzgesetz die Wortgruppe „weit überwiegend für die Verwaltung erbrachte Leistungen“ weder definiert noch näher umschreibt, vertritt der RH mit der Lehre<sup>2</sup> die Auffassung, dass nur jene Unternehmen erfasst sind, deren Leistungen zur Unterstützung der Aufgaben der Verwaltung des Bundes, eines Landes, einer Gemeinde oder eines Gemeindeverbandes erfolgen und deren übrige Geschäftstätigkeit vergleichsweise geringe Bedeutung zukommt.

Die MQ GesmbH ist im Kulturveranstaltungs- und Dienstleistungsbereich tätig und erbringt weit überwiegend Verwaltungsleistungen für den Bund und das Land Wien. Die Werbemaßnahmen des Unternehmens unterliegen daher den inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts. Vor dem Hintergrund des geschilderten geteilten Eigentumsverhältnisses an der MQ GesmbH hat das Unternehmen sowohl die Richtlinien des Bundes als auch des Landes Wien anzuwenden.

(6) Neben der Bekanntgabepflicht der Daten führt das Medientransparenzgesetz<sup>3</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 mehre-

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

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

rer der genannten Amtsträger in entgeltlichen Veröffentlichungen dieser Rechtsträger.

Zum Hinweis- bzw. Kopfverbot fehlen in den Gesetzesmaterialien die Erläuterungen. Daher vertritt die Lehre<sup>4</sup> 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 EntschlieÙung des Nationalrats<sup>5</sup> vom Dezember 2009 Eingang fanden, so dass „in der Praxis diese Dokumente zur Interpretation des § 3a Medientransparenzgesetz herangezogen werden können.“<sup>6</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. Aufgrund der zwischen Bund und Land Wien geteilten Eigentumsverhältnisse an der MQ GesmbH hatte das Unternehmen neben den gesetzlichen Vorgaben sowohl die Richtlinien des Bundes als auch des Landes Wien anzuwenden.

Weiters verwies der RH darauf, dass inhaltliche Vorgaben auf Unternehmen der öffentlichen Hand nur dann anzuwenden sind, wenn Unternehmen „weit überwiegend Leistungen für die Verwaltung“ der Gebietskörperschaften erbringen.

- 2.3** *Laut Stellungnahme der MQ GesmbH diene das Medientransparenzgesetz der Förderung der Transparenz. Das Sachlichkeits- sowie das sogenannte Hinweis- bzw. Kopfverbot seien von der MQ GesmbH bei allen Werbeaufträgen im prüfungsrelevanten Zeitraum eingehalten worden.*

<sup>4</sup> Kogler, Neue Sachlichkeit. Inhaltliche Ge- und Verbote in § 3a Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, [www.jusportal.at](http://www.jusportal.at) (abgerufen am 3. Jänner 2014)

<sup>5</sup> EntschlieÙung des Nationalrats vom 10. Dezember 2009, 73/E XXIV. Gesetzgebungsperiode

<sup>6</sup> siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)<sup>2</sup>, S. 53 (Fußnote 152)

**Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz**

Organisation der  
Meldeabläufe

**3.1** (1) Die MQ GesmbH wurde mit Schreiben der KommAustria vom 25. April 2012<sup>7</sup> über die Bekanntgabepflichten nach dem Medientransparenzgesetz informiert. Die Geschäftsführung leitete dieses Schreiben am 2. Mai 2012 der Abteilungsleitung Marketing & Kommunikation zur „Erledigung“ zu. In weiterer Folge wurden die Angelegenheiten der Medientransparenz, sofern sie „die quartalsweisen Meldungen der Werbeausgaben an KommAustria“ betrafen, in die Stellenbeschreibungen der Abteilungsleitung Marketing & Kommunikation und einer Mitarbeiterin dieser Abteilung aufgenommen. Wann dies erfolgte, war nicht dokumentiert. Eine weitergehende aufbau- bzw. ablauforganisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz war ebenfalls nicht dokumentiert. Im überprüften Zeitraum hatte die Buchhaltung zwar die Entgelte für erbrachte Werbeleistungen anzuweisen, ihre Einbindung in die Meldeabläufe nach dem Medientransparenzgesetz erfolgte nicht.

Die MQ GesmbH führte im Zuge der Gebarungsüberprüfung an, dass bereits die von der Abteilung Marketing & Kommunikation praktisch vollzogene Abstimmung der einzelnen werbemaßnahmenspezifischen Prozessabschnitte<sup>8</sup> auf die Anforderungen des Medientransparenzrechts, die Erfüllung der Meldepflichten sichere. Sie übergab dem RH im Zuge der Gebarungsüberprüfung Unterlagen über den geplanten Prozessablauf der Werbemaßnahmen, der Teil eines in Entstehung begriffenen Prozesshandbuches werden soll.

Ungeregelt waren in der MQ GesmbH demzufolge die obligatorische

- Prüfung der Werbeaufträge und Medienkooperationen auf Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts und
- Kontrolle der durchgeführten Werbemaßnahmen auf Vollständigkeit sowie auf Richtigkeit, durch die Buchhaltung nach dem Vier-Augen-Prinzip.

<sup>7</sup> Bei der MQ GesmbH eingelangt am 2. Mai 2012.

<sup>8</sup> Das sind die Prozessabschnitte Mediaplanung, Konzeption der Werbekampagnen, Ablauf Anzeigenschaltungen und Meldung gemäß Medientransparenzgesetz.

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

(2) Im überprüften Zeitraum vereinbarten die Abteilung Marketing & Kommunikation sowie die Abteilung „quartier 21“ der MQ GesmbH insgesamt 401 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Höhe von 786.548,04 EUR. Davon waren 229 Werbeaufträge, das sind 57 % der Werbemaßnahmen, direkt mit dem jeweiligen Medium und 172 Werbeaufträge, das sind 43 % der Werbemaßnahmen, indirekt, d.h. über eine Mediaagentur, beauftragt.

Zur Vorbereitung geplanter indirekter Werbeaufträge der MQ GesmbH erstellte die beauftragte Mediaagentur zu Beginn eines Budgetjahres für jede der genannten Abteilungen einen sogenannten Mediaplan für Werbemaßnahmen im Budgetzeitraum (1. April eines Jahres bis 31. März des Folgejahres). Diese Mediapläne hatten auch die von den Abteilungen direkt vergebenen Werbemaßnahmen zu berücksichtigen. Nach Prüfung der Mediapläne durch die Abteilungsleiter Marketing & Kommunikation und „quartier 21“ erteilte die Geschäftsführung deren Freigabe und beauftragte die Mediaagentur mit der Durchführung der Werbemaßnahmen. Anhand der Mediapläne erstellte die Mediaagentur quartalsweise Kostenprognosen (sogenannte Kostenpläne).

Die Abteilung Marketing & Kommunikation zog diese Media- und Kostenplandaten zur Erfüllung der Bekanntgabepflichten heran. Ein Abgleich mit den tatsächlichen Kosten der erbrachten Werbeleistungen erfolgte nicht.

- 3.2** Der RH kritisierte die mangelhafte aufbau- und ablauforganisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz und die dadurch bedingten Kontrolldefizite. Die dargestellte mangelnde organisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz und der fehlende Abgleich der Plandaten mit den tatsächlichen Kosten hatten Kontrolldefizite zur Folge, die im 3. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013 zu unvollständigen (TZ 4) und in allen Quartalen des überprüften Zeitraums zu unrichtigen (TZ 6 und 7) Bekanntgaben an die KommAustria führten.

Er empfahl daher der MQ GesmbH, die angekündigte Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz in ein Prozesshandbuch voranzutreiben und dadurch bestehende Kontrolldefizite zu beseitigen, um in Hinkunft die Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen an die KommAustria sicherzustellen.

- 3.3** *Laut Stellungnahme der MQ GesmbH sei von Anfang an eine vollinhaltliche Implementierung des Medientransparenzgesetzes zu 100 % gegeben gewesen, weil alle Meldungen an die KommAustria zeitgerecht und auch inhaltlich nach bestem Wissen und Gewissen erfolgt*



*seien. Die MQ GesmbH teilte darüber hinaus mit, dass mittlerweile eine Verankerung der Zuständigkeiten für das Medientransparenzgesetz in den jeweiligen Stellenbeschreibungen sowie im Organisationshandbuch erfolgt sei. Die Prozesse seien zur Zeit der Gebarungüberprüfung bereits gelebt worden, jedoch sei das Organisationshandbuch noch nicht veröffentlicht gewesen. Die Veröffentlichung sei im Oktober 2014 erfolgt.*

*Ab dem 2. Quartal 2014 sei das Rechnungswesen als Gegencheck laufend eingebunden. Zu beachten sei dennoch, dass für den gegenständlichen Prüfungszeitraum durch das vom RH empfohlene Vier-Augen-Prinzip sowie eine andere als die zu diesem Zeitpunkt aktuell gewesene Implementierung der gesetzlichen Bestimmungen aufgrund der abweichenden Definitionsauslegungen bzw. Interpretationen kein anderes als das vorhandene Ergebnis erzielt worden wäre.*

*Weiters teilte die MQ GesmbH in ihrer Stellungnahme mit, dass sie im überprüften Zeitraum Werbeaufträge in Höhe von rd. 548.430 EUR gemeldet habe, um rd. 109.570 EUR mehr als gemeldet hätte werden müssen. Die MQ GesmbH habe sich in ihrer Gebarung daran orientiert, dass das Gesetz primär darauf abziele, vollständige Meldungen zu erhalten. Diese höheren Werte hätten zu einer noch größeren Transparenz geführt.*

- 3.4** Der RH begrüßte, dass nunmehr die Zuständigkeiten im Organisationshandbuch und in den Stellenbeschreibungen verankert sind und das Vier-Augen-Prinzip implementiert wurde. Er wies jedoch die Ansicht der MQ GesmbH, wonach mit einer früheren Implementierung kein anderes als das vorhandene Ergebnis erzielt worden wäre, entschieden zurück. Der RH hatte in seiner Prüfung Kontrolldefizite aufgezeigt, die eine Folge der mangelhaften aufbau- und ablauforganisatorischen Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz waren. Diese Kontrolldefizite führten im 3. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013 zu unvollständigen (siehe TZ 4) und in allen Quartalen des überprüften Zeitraums zu unrichtigen (siehe TZ 6 und 7) Bekanntgaben an die KommAustria.

Zur Erklärung der MQ GesmbH, wonach höhere Werte bei den Meldungen zu einer noch größeren Transparenz führen, verwies der RH auf die TZ 6: Das Medientransparenzgesetz sieht die Meldung der Nettobeträge vor.

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

**4.1** Von den 401 Werbeaufträgen und Medienkooperationen der MQ GesmbH im überprüften Zeitraum in Nettogesamthöhe von 786.548,04 EUR unterlagen 175 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 548.429,15 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz. Die Bekanntgabe dieser Werbemaßnahmen erfolgte zusammengefasst in 31 Medienmeldungen rechtzeitig an die KommAustria (siehe Tabelle 1 und Anhang). Die restlichen 226 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 238.118,89 EUR) lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe Tabelle 2 und TZ 11).

<b>Tabelle 1: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen nach dem Medientransparenzgesetz</b>					
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	67	145.108,41	38	110.507,75	6
04/2012	43	64.461,13	13	52.878,65	4
01/2013	34	30.937,83	2	6.014,40	1
02/2013	87	187.363,16	63	169.275,16	9
03/2013	74	166.465,39	28	106.467,98	5
04/2013	74	169.965,57	28	97.963,69	5
01/2014	22	22.246,55	3	5.321,21	1
<b>Summe</b>	<b>401</b>	<b>786.548,04</b>	<b>175</b>	<b>548.429,15</b>	<b>31</b>

Quellen: MQ GesmbH; RH

In Hinblick auf die Werbeaufträge und Medienkooperationen waren zwei der sieben Quartalsmeldungen an die KommAustria unvollständig:

- Im 3. Quartal 2012 fehlten die Meldungen für die audiovisuellen-Medien Puls 4 (Nettogesamtbetrag für drei Werbeaufträge: 7.614,66 EUR) und ProSieben (Nettobetrag für einen Werbeauftrag: 5.665,00 EUR).<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Darüber hinaus meldete die MQ GesmbH für dieses Quartal sachlich unrichtig ein nicht-periodisches Medium (be inside guide Koop, ein Werbeauftrag) und ein Medienunternehmen (WIEN COM, sieben Werbeaufträge), (siehe TZ 7). Die Meldungen der Printmedien Falter und Profil waren unvollständig, (siehe TZ 6).

- Im 1. Quartal 2013 fehlte die Meldung für drei Werbeaufträge an das Printmedium Falter (Nettobetrag: 5.321,52 EUR).<sup>10</sup>

4.2 Der RH kritisierte die unvollständigen Quartalsmeldungen an die KommAustria, weil sieben Werbeaufträge an drei Medien nicht bekanntgegeben wurden, und verwies auf seine Empfehlung zu TZ 3.

4.3 *Laut Stellungnahme der MQ GesmbH seien insgesamt zwei der sieben Quartalsmeldungen unvollständig gewesen. Der sich daraus ergebende Gesamtwert der Ist-Meldungen sei um 3,28 % unterschritten worden. Weiters seien sieben der 182 Ist-Werbeaufträge nicht dokumentiert gewesen, was einem Anteil von 3,8 % entspreche. Grund für die Unvollständigkeit der Meldungen im 3. Quartal 2012 sei, dass die Werbeaufträge an Puls 4 und ProSieben im ursprünglichen Mediaplan nicht vorgesehen gewesen, sondern erst nachträglich in den Mediaplan übernommen worden seien. Aufgrund dieses Prozedere seien diese Werbeaufträge nicht berücksichtigt worden.*

4.4 Der RH wertete die Begründung für die Unvollständigkeit der Meldungen im 3. Quartal 2012 als ein Indiz für die in der TZ 3 aufgezeigte mangelhafte Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz.

Vollständigkeit der  
Dokumentation

5.1 Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen waren vollständig dokumentiert.

5.2 Der RH anerkannte die vollständige Mediendokumentation im überprüften Zeitraum.

<sup>10</sup> Richtigerweise hätten daher fünf statt zwei Werbeaufträge in zwei statt einer Medienmeldung Eingang finden müssen.

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Richtigkeit der  
Meldungen

Betragliche Richtigkeit

- 6.1** (1) Die MQ GesmbH 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 Nettoentgelts<sup>11</sup> gesondert bekanntzugeben (TZ 2).

Diese Verpflichtung wurde in keinem der sieben Quartale des überprüften Zeitraums erfüllt und führte zu unrichtigen Quartalsmeldungen. Ursachen dafür waren individuelle Bearbeitungs- und Berechnungsfehler, die durch Nichtberücksichtigung einzelner Werbeaufträge oder Gegengeschäftsanteile bei Werbemaßnahmen, das Heranziehen nicht aktualisierter Prognosekosten für Werbemaßnahmen in den Mediaplänen statt der tatsächlich verrechneten Kosten sowie durch die Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots durch einzelne oder kombinierte Zurechnung von Skonti, Rabatten, Werbeabgaben, Preisnachlässen oder Gutschriften entstanden sind:

### (2) Individuelle Bearbeitungs- und Berechnungsfehler

- Im 3. Quartal 2012 wurden sowohl ein Werbeauftrag an das Printmedium Falter<sup>12</sup> (Nettobetrag: 1.773,83 EUR) als auch ein Werbeauftrag an das Printmedium Profil (Nettobetrag: 1.411,76 EUR)<sup>13</sup> bei der Meldung des jeweiligen Mediums nicht berücksichtigt.
- Im 1. Quartal 2013 wurde bei zwei Werbeaufträgen an das Printmedium Kurier (gemeldeter Nettobetrag: 6.014,40 EUR) eine preisbezogene Anbotsänderung (Nettobetrag: 1.713,60 EUR) bei der Meldung nicht berücksichtigt.

<sup>11</sup> Das heißt ohne Rabatte, Skonti, Werbeabgabe, Mehrwertsteuer und allfällige Vermittlungsprovisionen.

<sup>12</sup> Diese Werbemaßnahme wurde vom Bereich Marketing & Kommunikation irrtümlich als eigenständig zu meldender Werbeauftrag an das Medium angesehen, in den internen Unterlagen als Bagatellbetrag dem Medium zugeordnet und daher nicht der Gesamtbetrag für das Medium zugerechnet.

<sup>13</sup> Der Werbeauftrag war weder im Mediaplan noch im Kostenplan der Mediaagentur ausgewiesen.

- Im 2. Quartal 2013 und im 4. Quartal 2013 wurde für insgesamt acht Werbeaufträge einer Medienkooperation mit dem Printmedium Kurier nur der Barwertanteil und nicht auch der Gegengeschäftsanteil<sup>14</sup> für die Meldung des Nettogesamtentgelts herangezogen.
- Im 4. Quartal 2013 wurde für sieben Werbeaufträge an das Printmedium Falter ein Nettobetrag von 14.524,84 EUR bekanntgegeben, obwohl ein Werbeauftrag (Nettobetrag: 1.873,67 EUR) nicht umgesetzt wurde.

### (3) Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots

Neben den dargestellten individuellen Bearbeitungs- und Berechnungsfehlern war die Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots ursächlich für die betraglich unrichtigen Meldungen im

- 3. Quartal 2012 bei insgesamt 30 Werbeaufträgen an die Printmedien Falter, Der Standard und Profil sowie an das Online-Medium standard.at;
- 4. Quartal 2012 bei insgesamt sieben Werbeaufträgen an die Printmedien Falter und Profil;
- 2. Quartal 2013 bei insgesamt 44 Werbeaufträgen an das Online-Medium standard.at, an den Informationskanal Infoscreen sowie an die Printmedien Falter, Die Zeit, Der Standard und Profil;
- 3. Quartal 2013 bei insgesamt 21 Werbeaufträgen an das Online-Medium standard.at sowie an die Printmedien Falter, Der Standard und Profil;
- 4. Quartal 2013 bei insgesamt 19 Werbeaufträgen an das Online-Medium standard.at sowie an die Printmedien Falter und Profil;
- 1. Quartal 2014 bei drei Werbeaufträgen an das Printmedium Falter.

<sup>14</sup> Sie dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)<sup>2</sup>, S. 38, die im Zusammenhang mit § 2 Abs. 5 Medientransparenzgesetz zum sogenannten „Gegengeschäft“ ausführen, dass es zu einem Wertungswiderspruch führt, wenn zwischen dem vom Rechtsträger tatsächlich geleisteten Entgelt (Nettoentgelt) und der von ihm erbrachten Gegenleistung mit einem bestimmten Wert (gemeiner Wert) unterschieden wird.

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

**6.2** Der RH kritisierte die durch individuelle Bearbeitungs- und Berechnungsfehler sowie durch Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots bedingten unrichtigen Quartalsmeldungen im überprüften Zeitraum. Er empfahl daher der MQ GesmbH, die bestehende Datenerfassung zu optimieren und dadurch Voraussetzungen zu schaffen, um künftig betraglich richtige Quartalsmeldungen an die KommAustria sicherzustellen.

**6.3** *Laut Stellungnahme der MQ GesmbH sei die Optimierung der Datenerfassung umgehend umgesetzt worden. Im September 2014 habe es zu dem Thema einen internen Workshop gegeben. Es sei ein zentrales Tool zur Herleitung, Erfassung, Berechnung, Abgleich mit Ist-Daten, Kontrolle und Dokumentation der meldepflichtigen Werte eingeführt worden. Durch diese Schaffung der technischen und systematischen Voraussetzungen könne nunmehr ein hoher Grad an Standardisierung und Automatisierung erzielt werden, der die fehlerfreie Berechnung der zu meldenden Werte gewährleistet. Weiters sei eine eigene Liste im Rechnungswesen eingeführt worden, um einen Gegencheck der Ist/Soll-Werte gewährleisten zu können. Die Verantwortung für die Ermittlung der richtigen Werte liege beim verantwortlichen Mitarbeiter Marketing. Die Abteilung Rechnungswesen werde zum Zweck des Gegenchecks der Rechnungen in den Prozess eingebunden. Die vom Rechnungswesen geführten Listen der zu meldenden Werte werden mit den Werten der meldenden Stelle (Marketing) gegengecheckt.*

*Die MQ GesmbH teilte darüber hinaus mit, dass die im Sinne einer größeren Transparenz vorgenommene Auslegung des Medientransparenzgesetzes durch die MQ GesmbH hinsichtlich des Netto-Prinzips zu mindestens einem „Fehler“ pro Quartal habe führen müssen.*

**6.4** Der RH vermerkte positiv, dass die MQ GesmbH die Optimierung der Datenerfassung umgehend umsetzte. Die Erklärung der MQ GesmbH, dass die im Sinne einer größeren Transparenz vorgenommene Auslegung des Medientransparenzgesetzes durch die MQ GesmbH hinsichtlich des Netto-Prinzips zu mindestens einem „Fehler“ pro Quartal habe führen müssen, wies der RH zurück. Schließlich sieht das Medientransparenzgesetz die Meldung der Nettobeträge vor. Nur bei tatsächlich den gesetzlichen Vorgaben entsprechenden Meldungen ist auch die vom Gesetz intendierte Vergleichbarkeit gegeben.

## Sachliche Richtigkeit der Meldungen

**7.1** (1) Im überprüften Zeitraum gab die MQ GesmbH sachlich unrichtige Medienmeldungen ab. Ursachen dafür waren die irrtümliche Klassifizierung einer Mediaagentur bzw. einer Werbegesellschaft als zu meldendes Medium sowie durch die mangelnde Kenntnis darüber, wann die Periodizität<sup>15</sup> eines Mediums nach Medien- bzw. Medientransparenzgesetz vorliegt:

- Im 3. Quartal 2012 war die Medienmeldung der MQ GesmbH bezüglich „be inside Guide Koop“ (Nettobetrag: 5.687,50 EUR) sachlich unrichtig, weil das Medium nur zweimal jährlich erscheint und daher nicht periodisch ist. Weiters war die Medienmeldung „WIEN COM“ in Höhe von 24.889,21 EUR sachlich unrichtig, weil es sich nicht um ein periodisches Medium, sondern um eine Mediaagentur handelt.
- Im 4. Quartal 2012 sowie im 2. Quartal 2013 meldete die MQ GesmbH jeweils die Gewista Werbegesellschaft mbH (Nettogesamthöhe in diesen zwei Quartalen: 57.562,98 EUR). Diese Meldungen waren sachlich unrichtig, weil nicht ein periodisches Medium, sondern ein Unternehmen<sup>16</sup>, das Plakatwerbung anbietet, bekanntgegeben wurde.
- Im 4. Quartal 2012 meldete die MQ GesmbH einen Nettobetrag von 11.018,72 EUR für vier Werbeaufträge an das Medium „ProSiebenSat1PULS4“. Diese Meldung war sachlich unrichtig, weil die drei in einer Medienmeldung zusammengefassten Medien von der MQ GesmbH aufgrund der selben Verrechnungsstelle<sup>17</sup> irrtümlicherweise als ein Medium angesehen wurde.<sup>18</sup> Darüber hinaus war die Meldung auch betraglich unrichtig, weil zwei Werbeaufträge an den TV-Sender PULS4 im Wert von 5.132,46 EUR nicht gemeldet wurden und dem Gesamtbetrag Werbeabgaben und Umsatzsteuern zugerechnet wurden. Richtigerweise wären für zwei Werbeauf-

<sup>15</sup> Zur Periodizität eines Mediums vgl. § 1 Abs. 1 Z 5 Mediengesetz BGBl. Nr. 314/1981 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 8/2009. Vgl. dazu: das OLG Wien, 17 Bs 177/03, MR 2003, 376, führte zur Qualifikation als periodisches Druckwerk aus: „Insbesondere deshalb hat der Gesetzgeber klar geregelt, dass nur solche Medienwerke ‚periodische‘ sind, die – neben weiteren Bedingungen – wenigstens viermal im Kalenderjahr erscheinen, und damit einen von subjektiven Komponenten losgelösten objektiven Bezugspunkt normiert, an dem die Periodizität zu messen ist.“ Siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzrecht (2013)<sup>2</sup>, S. 15, FN 61.

<sup>16</sup> Im gegenständlichen Fall ein sogenannter Outdoor-Advertiser.

<sup>17</sup> Das ist die SevenOne Media Austria GmbH (ein Unternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG).

<sup>18</sup> An das in der Meldung angeführte Medium Sat1 erging kein Werbeauftrag.

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

träge an das Medium ProSieben ein Nettobetrag von 6.510 EUR und für vier Werbeaufträge an das Medium Puls4 ein Nettobetrag von 7.367,60 EUR bekanntzugeben gewesen.

- 7.2** Der RH kritisierte die sachlich unrichtigen Medienmeldungen der MQ GesmbH und empfahl, Zweifelsfragen über die Medieneigenschaft bzw. die Medienperiodizität mit der KommAustria zu klären, um künftig sachlich richtige Meldungen sicherzustellen.
- 7.3** *Laut Stellungnahme der MQ GesmbH sollen alle offenen Fragen, sofern diese nach der Prüfung des RH und den vollzogenen Lernschritten noch nicht geklärt werden konnten, in Zukunft auf schriftlichem Weg mit der KommAustria geklärt und dokumentiert werden. Bei den gemeldeten Plakataufträgen habe für die MQ GesmbH die Vollständigkeit der Meldungen oberste Priorität gehabt. Die „Übererfüllung“ des Gesetzes biete im Ergebnis eine größere Transparenz als gesetzlich verlangt.*
- 7.4** Die Einschätzung der MQ GesmbH, wonach eine „Übererfüllung“ des Gesetzes eine größere Transparenz biete, kann der RH nicht teilen. Ziel muss sein, die Vorgaben des Gesetzes – wie das Netto-Prinzip (siehe TZ 6) oder die Periodizität – einzuhalten. Nur bei tatsächlich den gesetzlichen Vorgaben entsprechenden Meldungen ist auch die vom Gesetz intendierte Vergleichbarkeit gegeben.

### Zeitliche Richtigkeit der Meldungen

- 8.1** Alle den Quartalsmeldungen im überprüften Zeitraum zugrundeliegenden Werbeaufträge und Medienkooperationen der MQ GesmbH waren zeitlich richtig zugeordnet.
- 8.2** Der RH anerkannte die zeitlich richtige Zuordnung der den Quartalsmeldungen im überprüften Zeitraum zugrundeliegenden Werbeaufträge und Medienkooperationen.



## Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

Unterscheidbarkeit  
– Kennzeichnungspflicht

- 9.1** (1) Die Richtlinien des Bundes und des Landes Wien (siehe TZ 2) 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 31 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 171 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums in Gesamthöhe von 548.429,15 EUR eine derartige vertragliche Verpflichtung dokumentiert.

(2) Die Richtlinien des Bundes und des Landes Wien sehen weiters in § 2 Abs. 2 vor, dass Veröffentlichungen in periodischen Print- und audiovisuellen Medien 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 den Rechtsträger eindeutig identifizierbaren Logos zu kennzeichnen sind.

Entgegen diesen Vorgaben wiesen im überprüften Zeitraum die entgeltlichen Einschaltungen in Audio- und audiovisuellen Medien keine Kennzeichnung auf; die entgeltlichen Einschaltungen in den Print- und Online-Medien waren hingegen überwiegend richtig gekennzeichnet.

- 9.2** Der RH kritisierte, dass die MQ GesmbH die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen nach dem Medientransparenzgesetz in keinem der – zu 31 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 171 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums einhielt. Darüber hinaus kritisierte er, dass die entgeltlichen Einschaltungen in Audio- und audiovisuellen Medien keine Kennzeichnung aufwiesen.

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

- 9.3** *Laut Stellungnahme der MQ GesmbH seien die entgeltlichen Einschaltungen in den Print- und Online-Medien überwiegend richtig gekennzeichnet worden. Entsprechend der Empfehlung des RH sei ein Standard-Schriftsatz zur Versendung an Vertragspartner sowie die Mediaagentur hinsichtlich der vertraglichen Vereinbarung der Kenn-*

## Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

*zeichnungspflicht entwickelt worden, der von den werbenden Stellen als Standard-Absatz bei der Erteilung von Werbeaufträgen zu inkludieren sei.*

### Sachinformation

**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 Geschäftsträgers 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 erließen der Bund und das Land Wien Richtlinien (siehe dazu TZ 2).

(2) Alle Werbemaßnahmen der MQ GesmbH im überprüften Zeitraum enthielten ausschließlich Sachinformation. Das medientransparenzrechtliche Hinweis- bzw. Kopfverbot wurde bei allen entgeltlichen Veröffentlichungen beachtet.

**10.2** Der RH anerkannte, dass alle gemeldeten Werbemaßnahmen der MQ GesmbH im überprüften Zeitraum ausschließlich Sachinformationen enthielten und das Hinweis- bzw. Kopfverbot beachteten.

### Bagatellgrenze

**11.1** (1) Wie in den TZ 4, 6 und 7 dargestellt, gab die MQ GesmbH im überprüften Zeitraum unvollständige und unrichtige Meldungen an die KommAustria ab. Demzufolge waren auch die errechneten Anteile der unter der gesetzlichen Bagatellgrenze liegenden Beträge an den Gesamtausgaben nach Medientransparenzgesetz unrichtig.

**Tabelle 2: Bagatell–Werbeaufträge und –ausgaben zum Zeitpunkt der Meldung**

Quartal	Gesamtausgaben nach Medien-transparenz-gesetz	Summe der an die KommAustria gemeldeten Nettogesamt-entgelte	Nicht zu meldende Bagatellbeträge	Bagatell–Werbeaufträge	Anteil der Bagatellbeträge an den Gesamt-ausgaben
				in EUR	Anzahl
03/2012	145.108,41	110.507,75	34.600,66	29	24
04/2012	64.461,13	52.878,65	11.582,48	30	18
01/2013	30.937,83	6.014,40	24.923,43	32	81
02/2013	187.363,16	169.275,16	18.088,00	24	10
03/2013	166.465,39	106.467,98	59.997,41	46	36
04/2013	169.965,57	97.963,69	72.001,88	46	42
01/2014	22.246,55	5.321,52	16.925,03	19	76
<b>Summe</b>	<b>786.548,04</b>	<b>548.429,15</b>	<b>238.118,89</b>	<b>226</b>	<b>30</b>

Quellen: MQ GesmbH; RH

Die jeweiligen Anteile der – nicht zu meldenden – Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben schwankten zwischen 10 % (2. Quartal 2013) und 81 % (1. Quartal 2013). Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften sechs Quartalen rd. 30 %, das sind 240.518,77 EUR.

- 11.2** In Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge zu ermöglichen, wies der RH auf den verhältnismäßig hohen Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben hin.

## Schlussempfehlungen

12 Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen an die MuseumsQuartier Errichtungs- und BetriebsgesmbH hervor:

(1) Die angekündigte Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz in ein Prozesshandbuch wäre voranzutreiben und dadurch bestehende Kontrolldefizite zu beseitigen, um in Zukunft die Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen an die KommAustria sicherzustellen. (TZ 3, 4, 6)

(2) Die bestehende Datenerfassung wäre zu optimieren, um dadurch Voraussetzungen zu schaffen, künftig vollständige und richtige Quartalsmeldungen an die KommAustria sicherzustellen. (TZ 6)

(3) Zweifelsfragen über die Medieneigenschaft bzw. die Medienperiodizität wären mit der KommAustria zu klären, um künftig sachlich richtige Meldungen sicherzustellen. (TZ 7)

(4) Die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung nach § 2 der Richtlinien des Bundes und des Landes Wien bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf ihre Einhaltung durch das beauftragte Medium zu achten. (TZ 9)

## **ANHANG**

**Quartalsmeldungen der MQ GesmbH an die KommAustria  
Entscheidungsträger des überprüften Unternehmens**

Quartalsmeldungen der MQ GesmbH an die KommAustria		
<b>3. Quartal 2012</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	be inside guide KOOP	5.687,50
	Der Standard	12.382,50
	derStandard.at	42.875,64
	Falter	11.770,90
	profil	12.902,00
	WIEN COM	24.889,21
		<b>110.507,75</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>4. Quartal 2012</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Kurier	10.308,36
	Profil	7.987,46
	ProSiebenSat.1PULS4	11.018,72
	gewista WerbegesmbH	23.564,11
		<b>52.878,65</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>1. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Kurier	6.014,40
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>2. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Der Standard	12.101,90
	DIE ZEIT	8.865,50
	Falter	14.692,51
	FM–you’re at home, baby	13.060,00
	Gewista WerbegesmbH	33.998,87
	Infoscreen	7.162,13
	Kurier	14.701,80
	profil	10.612,46
	standard.at	54.079,99
		<b>169.275,16</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	

<b>Quartalsmeldungen der MQ GesmbH an die KommAustria</b>		
<b>3. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Der Standard	8.575,46
	Falter	11.980,63
	FM4	18.650,00
	profil	8.951,90
	www.derStandard.at	58.309,99
		<b>106.467,98</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>4. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Falter	14.524,84
	FM4	15.090,00
	Kurier	9.238,18
	profil	7.987,46
	www.derStandard.at	51.123,21
		<b>97.963,69</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>1. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Falter	5.321,52
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>Summe</b>		<b>548.429,15</b>





**Entscheidungsträger  
des überprüften Unternehmens**

Anmerkung:  
im Amt befindliche Entscheidungsträger in **Blau**druck

## MuseumsQuartier Errichtungs- und BetriebsgesmbH

### Aufsichtsrat

Vorsitzender Dkfm. Wilhelmine GOLDMANN  
(11. November 2008 bis 29. Oktober 2014)

[Mag. Nikolaus GRETZMACHER](#)  
(seit 29. Oktober 2014)

Stellvertreter des  
Vorsitzenden Mag. Nikolaus GRETZMACHER  
(11. Februar 2012 bis 29. Oktober 2014)

[Dr. Daniela STRASSL](#)  
(seit 29. Oktober 2014)

[Mag. Daniela LÖCKER](#)  
(seit 3. Dezember 2005)

**Geschäftsführer** [Dr. Christian STRASSER](#)  
(seit 1. Oktober 2011)

Wien, im Februar 2015

Der Präsident:

Dr. Josef Moser