

Bericht des Rechnungshofes

Medientransparenz in Kärnten

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis _____	74
Abkürzungsverzeichnis _____	75

Kärnten

Wirkungsbereich des Landes Kärnten

Medientransparenz in Kärnten

KURZFASSUNG _____	77
Prüfungsablauf und -gegenstand _____	82
Rechtliche Grundlagen _____	83
Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz _____	86
Inhaltliche Anforderungen des Medientransparenzgesetzes _____	97
Korrektur von Meldungen _____	101
Bagatellgrenze _____	103
Sonstige Feststellungen _____	103
Schlussempfehlungen _____	104

ANHANG

Quartalsmeldungen des Landes Kärnten an die KommAustria _____	106
---	-----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gesamtsumme der Ausgaben und Meldungen nach Medientransparenzgesetz _____	89
Tabelle 2: Bagatell-Werbeaufträge und -ausgaben zum Zeitpunkt der Meldung _____	103

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
Art.	Artikel
BGBL.	Bundesgesetzblatt
B-VG	Bundes-Verfassungsgesetz
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
EUR	Euro
f.	(und) folgend
FN	Fußnote
KommAustria	Kommunikationsbehörde KommAustria
LGBl.	Landesgesetzblatt
MedKF-TG	Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz
Nr.	Nummer
ORF	Österreichischer Rundfunk
rd.	rund
RH	Rechnungshof
S.	Seite
TZ	Textzahl(en)
u.a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
Z	Ziffer
z.B.	zum Beispiel

Wirkungsbereich des Landes Kärnten

Medientransparenz in Kärnten

Im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2013) waren die Meldungen des Landes Kärnten an die KommAustria unvollständig. Das zur Erfassung der Werbeaufträge und Medienkooperationen eingeführte SAP-Bestellwesen war jedoch grundsätzlich geeignet, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen technisch und systematisch zu gewährleisten.

Angelegenheiten der Medientransparenz waren – soweit sie Bekanntgabepflichten betrafen – in der Geschäftseinteilung des Amtes der Kärntner Landesregierung verankert, nicht jedoch die inhaltliche Beurteilung der einzelnen Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen. Dies hatte u.a. Verstöße gegen die Kennzeichnungspflicht, gegen das Sachlichkeitsgebot und auch gegen das Kopfverbot nach dem Medientransparenzgesetz zur Folge.

KURZFASSUNG

Prüfungsziel

Ziel der Gebarungsüberprüfung war die Beurteilung

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

Kurzfassung

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 bekannt zu geben, 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 bekannt zu geben. 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 % 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)

Inhaltliche Vorgaben sind in § 3a Medientransparenzgesetz und in den Verordnungen der Bundes- und Landesregierungen geregelt. Für das Land Kärnten gilt die Verordnung der Kärntner Landesregierung vom 10. Juli 2012, mit der Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Landes und der Gemeinden erlassen wurden. 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)

**Erfüllung der
Meldepflichten
gemäß Medien-
transparenzgesetz****Organisation der Meldeabläufe**

In der Geschäftseinteilung des Amtes der Kärntner Landesregierung fehlte die zentrale Verankerung einer Zuständigkeit für die obligatorische Beurteilung von Werbeaufträgen und von Medienkooperationen auf die Anwendbarkeit des Medientransparenzgesetzes sowie auf die Einhaltung des § 3a Medientransparenzgesetz und der Richtlinien des Landes Kärnten. Eine Zuständigkeit für die inhaltliche Beurteilung der einzelnen Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen war nicht vorgesehen und war auch nicht dokumentiert. Dies führte zu mangelhaften Meldungen an die KommAustria. (TZ 3)

Durch die Einführung des SAP-Bestellwesens für die Erfüllung der Meldepflichten nach dem Medientransparenzgesetz schuf das Land Kärnten grundsätzlich technische und systematische Voraussetzungen, damit alle Werbeaufträge und Medienkooperationen, wenn sie von den Rechnungsführern der Abteilungen rechtzeitig, vollständig und richtig im System eingetragen waren, von der Finanzabteilung ausgewertet sowie in weiterer Folge gesammelt der KommAustria bekannt gegeben werden konnten. (TZ 4)

Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

Im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis 2013) vereinbarte das Land Kärnten 514 Werbeaufträge und Medienkooperationen im Nettogesamtwert von 1.431.750,49 EUR. Diese Meldungen waren jedoch unvollständig. Zumindest 53 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Gesamthöhe von 123.512,07 EUR waren entweder nicht von den Abteilungen über das SAP-Bestellwesen eingegeben oder erfolgten direkt von den Büros der Referenten, oder wurden verspätet an die Rechnungsführer der Abteilungen übergeben. (TZ 5)

Alle Quartalsmeldungen des Rechtsträgers an die KommAustria erfolgten rechtzeitig im Sinne des § 2 Abs. 3 Medientransparenzgesetz. (TZ 5)

Vollständigkeit der Dokumentation

Die belegmäßige Erfassung der Werbeaufträge in bzw. der Medienkooperationen mit Printmedien über SAP-Bestellwesen war grundsätzlich geeignet, die Vollständigkeit der Dokumentation herzustellen. Allerdings waren nicht alle Hörfunk- bzw. TV-Produktionen in den Abteilungen dokumentiert. (TZ 6)

Betragliche Richtigkeit der Meldungen

Die belegmäßige Erfassung der Werbeaufträge und Medienkooperationen im SAP-Bestellwesen war grundsätzlich auch geeignet, die betragliche Richtigkeit des zu meldenden Nettoentgelts je Medium sicherzustellen. Unrichtige Meldungen kamen jedoch durch Eingabefehler hinsichtlich der zeitlichen Zuordnung von Leistungen aus Werbeaufträgen oder Medienkooperationen oder durch Rechenfehler zustande. (TZ 7)

Sachliche Richtigkeit der Meldungen

Das Land Kärnten bezahlte im 3. Quartal 2012 einen Nettobetrag von 9.000 EUR für ein Sponsoring des Oktoberfestes im Printmedium Kärntner Monat. Im 4. Quartal 2012 wurde dem Land Kärnten für die ORF-Übertragung des Chorwettbewerb 2012 ein Nettobetrag von 18.000 EUR als Sponsoring in Rechnung gestellt und in der Folge vom Land Kärnten bezahlt. Beide Beträge meldete das Land Kärnten nach § 2 Medientransparenzgesetz. Mit beiden Sponsoringmaßnahmen wurde jedoch die inhaltliche Gestaltung und Ausstrahlung bzw. die Verbreitung eines periodischen Mediums gefördert. Demzufolge wären beide Maßnahmen als Förderungen gemäß § 4 Medientransparenzgesetz zu melden gewesen. Die Leermeldung gemäß § 4 Medientransparenzgesetz war somit unrichtig. (TZ 8)

Das Land Kärnten gewährte der Kleinen Zeitung für das Projekt „Die Kleine macht Schule – Schüler machen Zeitung“ eine Subvention, die als Förderung gemäß § 4 Medientransparenzgesetz zu melden gewesen wäre, weil mit dem Projekt auch die Verbreitung eines periodischen Druckwerks gefördert werden sollte. Auch wurde diese Förderung unrichtigerweise als Werbeauftrag gemäß § 2 Medientransparenzgesetz gemeldet. (TZ 9)

Zeitliche Richtigkeit der Meldungen

Bei zahlreichen Werbeaufträgen bzw. Medienkooperationen stellte der RH falsche zeitliche Zuordnungen fest. (TZ 10)

Inhaltliche Anforderungen des Medientransparenzgesetzes**Unterscheidbarkeit – Kennzeichnungspflicht**

Das Land Kärnten hielt im überprüften Zeitraum die medientransparenzrechtlichen Bestimmungen betreffend die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen nicht ein. Nur drei dokumentierte Werbeaufträge an den TV-Privatsender KT1 von insgesamt 336 Werbeaufträgen und Medienkooperationen wiesen die erforderliche Kennzeichnung auf. (TZ 11)

Eindeutiger inhaltlicher Bezug zur Tätigkeit

Entgegen den Bestimmungen des § 3 der Richtlinien des Landes Kärnten enthielt das Inserat „Friuli.doc in Udine“ im Printmedium Kleine Zeitung lediglich Werbung für eine lokale Veranstaltung, ohne inhaltlich Bezug auf die Tätigkeit des Rechtsträgers Land Kärnten zu nehmen. (TZ 12)

Sachinformation

Obwohl das Land Kärnten Unterlagen zur Implementierung und ordnungsmäßigen Vollziehung des Medientransparenzgesetzes erstellt und auch Schulungsveranstaltungen für die Abteilungen durchgeführt hatte, wurden die Bestimmungen des § 3a Abs. 1 und 4 Medientransparenzgesetz sowie des § 4 der Richtlinien des Landes Kärnten im überprüften Zeitraum in einigen Fällen nicht beachtet. (TZ 13)

Korrektur der Meldungen

Das Land Kärnten stellte Fehler in den Quartalsmeldungen an die KommAustria fest und wollte diese der KommAustria melden. Diese teilte dem Land Kärnten mit, dass eine abgegebene Meldung nicht mehr korrigiert werden könne, weil dies vom Medientransparenzgesetz nicht vorgesehen ist. (TZ 14)

Bagatellgrenze

Der durchschnittliche Anteil der nach dem Medientransparenzgesetz nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben in den überprüften fünf Quartalen betrug rd. 14 %, das sind rd. 200.000 EUR. Im 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 15)

Kenndaten zu Medientransparenz in Kärnten

Rechtsgrundlagen	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 Verordnung der Kärntner Landesregierung vom 10. Juli 2012, mit der die Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen im Bereich der Landes- und Gemeindeverwaltung erlassen werden, LGBL. Nr. 74/2012 Verordnung des Landeshauptmannes von Kärnten vom 22. Oktober 2012, LGBL. Nr. 122/2012 (Änderung der Geschäftseinteilung des Amtes der Kärntner Landesregierung)					
	3. Quartal 2012	4. Quartal 2012	1. Quartal 2013	2. Quartal 2013	3. Quartal 2013	Summe
	in EUR					
bekannt gegebene Entgelte für Medienkooperationen und Werbeaufträge	276.146,69	623.815,83	88.698,15	92.932,40	145.258,00	1.226.851,17
bekannt gegebene Entgelte für Förderungen	–	–	–	–	–	–

Quellen: KommAustria; RH

Prüfungsablauf und -gegenstand

- 1** (1) Der RH überprüfte im Februar/März 2014 die Umsetzung des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes (Medientransparenzgesetz) im Land Kärnten.

Ziel der Gebarungüberprüfung 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 bezog sich ausschließlich auf das nach dem Medientransparenzgesetz meldepflichtige Land Kärnten und nicht auf dessen ausgegliederte Unternehmen, etwa die Kärntner Landesholding, die nach dem Medientransparenzgesetz gesondert meldepflichtig sind.

(3) Die Überprüfung umfasste den Zeitraum von Juli 2012 bis September 2013 (3. Quartal 2012 bis einschließlich 3. Quartal 2013).

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

(4) 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 Gebärungsüberprüfungen über die Implementierung und Anwendung des Medientransparenzgesetzes bei den seiner Prüfungszuständigkeit unterworfenen Rechtsträgern durch.

(5) Zu den im Mai 2014 übermittelten Prüfungsmitteilungen nahm das Land Kärnten im September 2014 Stellung. Der RH verzichtete auf eine Gegenäußerung.

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 bekannt zu geben:¹

- für Medienkooperationen und Werbeaufträge:
 - den Namen des periodischen Mediums und
 - die Höhe des Nettoentgelts;
- 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 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 unterliegen Unternehmen, an denen der Bund, die Länder oder Gemeinden mit mindestens 50 % beteiligt sind bzw. von diesen im Sinne des Art. 126b Abs. 2 B-VG beherrscht werden, sowie die der RH-Kontrolle unterliegenden gesetzlichen beruflichen Vertretungen (Kammern), Stiftungen, Fonds und Anstalten im Sinne der genannten Bestimmungen des B-VG der Meldepflicht.

(4) Inhaltliche Anforderungen für Werbeaufträge und Medienkooperationen sind in § 3a Abs. 1 Medientransparenzgesetz geregelt. Demnach hatten die audiovisuelle Kommunikation und entgeltlichen Veröffentlichungen ausschließlich der Deckung eines konkreten Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit, das in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Wirkungsbereich des jeweiligen Rechtsträgers steht, zu dienen. Zur näheren Festlegung dieser Grundsätze hatten 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.

¹ § 1 Abs. 1 BVG Medienkooperation und Medienförderung



Für das Land Kärnten ist hiezu seit 3. August 2012 die „Verordnung der Kärntner Landesregierung vom 10. Juli 2012, LGBl. Nr. 74/2012, mit der Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Landes und der Gemeinden erlassen wurden“ in Kraft.

(5) Neben der Bekanntgabepflicht der Daten führt das Medientransparenzgesetz² auch das sogenannte „Hinweis- bzw. Kopfverbot“ ein. Demnach ist es dem Bund (Bundesministerien), den Ländern, den Gemeinden mit über 10.000 Einwohnern, bundes-, landes- und gemeindenahen 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 Lehre³ die Ansicht, dass der Regelungsinhalt seinen Ursprung im RH-Bericht Reihe Bund 2003/2 „Ausgewählte Werbemaßnahmen der Bundesregierung“ (vgl. dazu auch RH-Bericht Reihe Bund 2005/13, S. 31 f.) hat, dessen Formulierungen in eine Entschließung des Nationalrats⁴ vom Dezember 2009 Eingang fanden, so dass „in der Praxis diese Dokumente zur Interpretation des § 3a Medientransparenzgesetz herangezogen werden können.“⁵

- 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.

² § 3a Abs. 4

³ Kogler, Neue Sachlichkeit. Inhaltliche Ge- und Verbote in § 3a Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, www.jusportal.at (abgerufen am 3. Jänner 2014)

⁴ Entschließung des Nationalrats vom 10. Dezember 2009, 73/E XXIV. Gesetzgebungsperiode

⁵ siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)² S. 53

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Organisation der
Meldeabläufe

3.1 (1) Die Verordnung des Landeshauptmannes vom 22. Oktober 2012, LGBl. Nr. 122/2012, – sie trat mit 29. Dezember 2012 in Kraft – verankerte den Kompetenztatbestand „Angelegenheiten der Medientransparenz, soweit sie Bekanntgabepflichten betreffen“ (§§ 2 und 4 Medientransparenzgesetz), in der Geschäftseinteilung als Aufgabe der Abteilung 2 – Kompetenzzentrum Finanzen, Wirtschaft und Wohnbau (im Folgenden **Finanzabteilung**). Die Angelegenheiten der Medientransparenz, soweit sie eine **inhaltliche Beurteilung** von Werbeaufträgen und von Medienkooperationen (§ 3a Medientransparenzgesetz sowie Richtlinien des Landes Kärnten) betrafen, blieben in der Geschäftseinteilung jedoch unregelt.

(2) Mit seinem Bericht⁶ informierte der für Finanzen zuständige Landesrat die Landesregierung am 19. Juni 2012 ausführlich über die Bestimmungen des am 1. Juli 2012 in Kraft tretenden Medientransparenzgesetzes und die damit für das Amt der Kärntner Landesregierung verbundenen Folgewirkungen. Die Landesregierung beschloss die Kenntnisnahme des Berichts und die „Verordnung der Kärntner Landesregierung vom 10. Juli 2012, LGBl. Nr. 74, mit der Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Landes und der Gemeinden erlassen werden“, die am 3. August 2012 in Kraft traten.

Darüber hinaus wurde mit der Beschlussfassung festgelegt, dass die beim Amt der Kärntner Landesregierung eingerichteten zehn Kompetenzzentren (im Folgenden: Abteilungen) nur im Auftrag bzw. in Abstimmung mit dem für sie jeweils zuständigen politischen Verantwortungsträger (das ist der Landeshauptmann bzw. der Landesrat, im Folgenden als Referent bezeichnet) Werbeaufträge oder Medienkooperationen nach § 2 Medientransparenzgesetz (ersichtlich aus dem Bericht des Finanzlandesrates an die Landesregierung) vereinbaren können.

Wurden direkte Werbeaufträge der Regierungsbüros an Medien erteilt, mussten diese laut besagtem Bericht der zuständigen Abteilung rechtzeitig und detailliert bekannt gegeben werden.⁷ Dies wurde als Voraussetzung festgelegt, um eine termingerechte Meldung an die KommAustria sicherzustellen.

⁶ Auszüge aus dem Regierungssitzungsakt vom 19. Juni 2012, Zl. 02-FINB-1243/2-2012

⁷ In einem Aktenvermerk zum Protokoll über die Besprechung der Abteilungsleiter im Amt der Kärntner Landesregierung vom 4. Juli 2012 wurde zudem angeführt, dass „für Aufträge, die unmittelbar seitens eines Regierungsmitgliedes bzw. Regierungssekretariates erteilt werden, der Leiter bzw. die Leiterin der zuständigen Abteilung des Amtes nicht verantwortlich ist.“

(3) Die Verantwortung für die richtige Erfassung der Daten zur fristgerechten Erfüllung der Meldepflicht, aber auch zur Beurteilung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes und zur Kontrolle der Meldedaten, trugen gemäß dem erwähnten Bericht des Finanzreferenten die Abteilungen „allenfalls im Einvernehmen mit den Regierungsbüros“.

Eine den Vereinbarungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen vorangehende inhaltliche Beurteilung durch die Abteilung 1 (Kompetenzzentrum Landesamtsdirektion; Landespressediens) war nicht vorgesehen.

Ergab sich bei der inhaltlichen Beurteilung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen durch die Regierungsbüros oder Abteilungen ein rechtlicher Klärungsbedarf, stand gemäß dem erwähnten Bericht ein fachkundiger Mitarbeiter des Landespressediens auf Anfrage für Auskünfte zur Verfügung. Dieser hatte für die Abteilungen auch zeitnah nach dem Inkrafttreten des Medientransparenzgesetzes eine diesbezügliche Schulungsunterlage erstellt und Informationsveranstaltungen zum Medientransparenzgesetz durchgeführt.

Dem erwähnten Bericht des Finanzlandesrates zufolge war „eine nachprüfende Tätigkeit seitens der Finanzabteilung sowohl hinsichtlich der Vollständigkeit der erfassten Daten als auch der Zulässigkeit der audiovisuellen Kommunikation oder entgeltlichen Veröffentlichung im Sinne des Medientransparenzgesetzes nicht vorgesehen.“

Eine zentrale Zuständigkeit für die inhaltliche Beurteilung der einzelnen Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen war nicht vorgesehen und war auch nicht dokumentiert.

- 3.2 Der RH anerkannte die geschäftseinteilungsmäßige Verankerung der „Angelegenheiten der Medientransparenz, soweit sie Bekanntgabepflichten betreffen“ im Aufgabenbereich der Finanzabteilung. Er kritisierte jedoch die fehlende zentrale Verankerung der inhaltlichen Beurteilung von Werbeaufträgen und von Medienkooperationen auf die Anwendbarkeit des Medientransparenzgesetzes sowie auf die Einhaltung des § 3a Medientransparenzgesetz und der Richtlinien des Landes Kärnten.

Er empfahl daher dem Land Kärnten, die Zuständigkeit für die obligatorische Beurteilung der Werbeaufträge und Medienkooperationen auf die grundsätzliche Übereinstimmung mit den inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts in der Geschäftseinteilung zu verankern.

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

3.3 *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten seien alle Dienststellen des Amtes der Kärntner Landesregierung mit Erlass vom 15. Mai 2014 angewiesen worden, alle Entwürfe für entgeltliche Veröffentlichungen bzw. audiovisuelle Kommunikation im Sinne des Medientransparenzgesetzes vor Auftragserteilung der Abteilung 1/UA Marketing und Medienservice zur Prüfung zu übermitteln. Damit erfolge eine obligatorische Beurteilung der Werbeaufträge und Medienkooperationen auf die grundsätzliche Übereinstimmung mit den inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes.*

4.1 Da die Meldepflicht gemäß § 2 Medientransparenzgesetz auf den Zeitpunkt der Leistung aus einem Werbeauftrag in einem Medium abstellt, entschied das Land Kärnten, zur Bestellung, Erfassung, Auswertung und Meldung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen nach dem Medientransparenzgesetz, das Bestellwesen des SAP-Systems zu verwenden; Ziel war der flächendeckende Einsatz in allen Abteilungen des Amtes der Landesregierung. Zur Zeit der Gebarungsüberprüfung war die Anpassung für die Wahrnehmung der Angelegenheiten der Medientransparenz, soweit sie die Bekanntgabepflichten betrafen, in allen Abteilungen technisch implementiert.

Bei allen Abteilungen als anweisende (beauftragende) Stellen war im SAP-System für den zuständigen Referenten eine eigene Finanzposition (7288.xxx „Meldepflicht gemäß MedKF-TG“) eröffnet. Die Rechnungsführer (das sind die mit der Meldepflicht befassten Mitarbeiter) der anweisenden Stellen hatten die Bestellungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen einzutragen. Jede Abteilung war als Anweisungsberechtigte für die Verwaltung des ihr zugewiesenen Budgets verantwortlich.

Das Büro des jeweiligen Referenten musste die nach § 2 Medientransparenzgesetz relevanten Daten (Name des Mediums; Lieferant oder Firma; Liefer- bzw. Erscheinungsdatum des Inserats bzw. der Einschaltung; Nettopreis der Bestellung) der Abteilung melden, aus deren Budget die Inserate und Einschaltungen bedeckt werden sollten.

Die zuständige Finanzabteilung wertete aus dem SAP die gesammelten Daten aus und meldete diese an die Datenschnittstelle der KommAustria. Zur Wahrnehmung dieser Aufgabe erstellte die Finanzabteilung eine Handlungsanleitung für das SAP-Bestellwesen und führte SAP-Schulungen für die Rechnungsführer der Abteilungen durch. Das Land Kärnten gab als Mehraufwand für die Vollziehung des Medientransparenzgesetzes durch die Finanzabteilung insgesamt 30 bis 40 Arbeitsstunden pro Quartal an.

4.2 Der RH wertete die Anwendung des SAP-Bestellwesens für die Erfüllung der Meldepflichten nach dem Medientransparenzgesetz positiv, weil dadurch technisch und systematisch grundsätzlich Voraussetzungen geschaffen worden waren, damit alle Werbeaufträge und Medienkooperationen, wenn sie von den Rechnungsführern der Abteilungen rechtzeitig, vollständig und richtig im System eingetragen waren, von der Finanzabteilung ausgewertet sowie in weiterer Folge gesammelt der KommAustria bekannt gegeben werden konnten.

Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

5.1 (1) Alle Quartalsmeldungen des Rechtsträgers an die KommAustria erfolgten rechtzeitig im Sinne des § 2 Abs. 3 Medientransparenzgesetz.

(2) Im überprüften Zeitraum vereinbarte das Land Kärnten 514 Werbeaufträge und Medienkooperationen im Nettogesamtwert von 1.431.750,49 EUR. Davon unterlagen 336 in 51 Meldungen zusammengefasste Werbeaufträge und Medienkooperationen in Höhe von insgesamt 1.226.851,17 EUR der Bekanntgabepflicht an die KommAustria (siehe Tabelle 1 und Anhang). Die restlichen 178 Werbeaufträge und Medienkooperationen von insgesamt 204.899,32 EUR lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe TZ 15).

Tabelle 1: Gesamtsumme der Ausgaben und Meldungen nach Medientransparenzgesetz

Quartal	Werbeaufträge gesamt	Gesamtausgaben nach dem Medientransparenzgesetz	Werbeaufträge für Meldungen an die KommAustria	Meldungen nach Medium	Meldungen an die KommAustria
	Anzahl	in EUR	Anzahl	Anzahl	in EUR
03/2012	83	327.807,88	46	9	276.146,69
04/2012	223	674.832,35	170	23	623.815,93
01/2013	63	121.480,84	25	4	88.698,15
02/2013	76	121.859,77	39	5	92.932,40
03/2013	69	185.769,65	56	10	145.258,00
Summe	514	1.431.750,49	336	51	1.226.851,17

Quellen: Land Kärnten; RH

Hinsichtlich Förderungen gemäß § 4 Medientransparenzgesetz erstattete das Land Kärnten durchwegs Leermeldungen. Dies war jedoch nicht richtig (TZ 8, 9).

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Der RH stellte fest, dass im überprüften Zeitraum zumindest 53 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Gesamthöhe von 123.512,07 EUR entweder

- nicht von den Abteilungen über das SAP-Bestellwesen eingegeben wurden oder
- direkt von den Büros der Referenten ohne Meldung an die Abteilung erfolgten oder
- verspätet an die Rechnungsführer der Abteilungen übergeben wurden.

Daher konnte die Finanzabteilung diese nicht in die Quartalsmeldungen an die KommAustria aufnehmen.

5.2 Der RH kritisierte daher, dass die Meldungen an die KommAustria unvollständig waren und empfahl dem Land Kärnten, durch geeignete Kontrollmaßnahmen die Vollständigkeit für alle vom Land Kärnten beauftragten Medienleistungen sicherzustellen.

5.3 *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten reichten die vorhandenen Mechanismen der nachfolgenden Kontrolle aus, um eine ordnungsgemäße Vollziehung des Gesetzes sicherzustellen, allerdings werde der Anregung insofern Rechnung getragen, als im Vorfeld mit der Vorlage aller Entwürfe für entgeltliche Veröffentlichungen bzw. audiovisuelle Kommunikation durch die Dienststellen des Amtes der Kärntner Landesregierung an die Abt. 1/UA Marketing und Medienservice sichergestellt werden sollte, dass eine Differenzierung zwischen Werbeaufträgen und Förderungen von Veranstaltungen von Medien bzw. Medieninhabern im Sinne des § 4 Medientransparenzgesetz vorgenommen wird.*

Vollständigkeit der Dokumentation

6.1 (1) Die Werbeaufträge in bzw. der Medienkooperationen mit Printmedien wurden grundsätzlich durch Einscannen der bestellten Artikel und Inserate in SAP dokumentiert. Es waren jedoch nicht alle Werbeaufträge und Medienkooperationen, die Hörfunk- bzw. TV-Produktionen betrafen, als Belegexemplare in den Abteilungen verfügbar, sondern mussten erst auf Anfrage des RH aus den Senderarchiven beschafft werden.

(2) Die Dokumentation der Werbeaufträge in bzw. der Medienkooperationen mit Printmedien war bis auf das 3. Quartal 2013 nicht vollständig.

So waren

- im 3. Quartal 2012 einzelne Werbeaufträge an die Printmedien Kärntner Monat, Kärntner Woche, Kleine Zeitung und an die Regionalmedien Kärnten,
- im 4. Quartal 2012 einzelne Werbeaufträge an die Printmedien Kärntner Monat und Gesund in Kärnten,
- im 1. Quartal 2013 einzelne Werbeaufträge an das Printmedium Kärntner Woche und
- im 2. Quartal 2013 einzelne Werbeaufträge an die Printmedien Kärntner Woche und Kronen Zeitung

nicht dokumentiert.

(3) Die Dokumentation der Werbeaufträge in bzw. der Medienkooperationen mit Hörfunk- bzw. TV-Medien war ebenfalls nicht vollständig.

So waren

- im 3. Quartal 2012 ein Werbeauftrag mit dem ORF-Hörfunk und
- im 4. Quartal 2012 Werbeaufträge mit KT1-Privatfernsehen

nicht dokumentiert.

6.2 Der RH stellte fest, dass die belegmäßige Erfassung der Werbeaufträge in bzw. der Medienkooperationen mit Printmedien über SAP-Bestellwesen grundsätzlich geeignet war, die Vollständigkeit der Dokumentation herzustellen. Er kritisierte jedoch, dass nicht alle Belegexemplare betreffend Hörfunk- bzw. TV-Produktionen in den Abteilungen auflagen. Der RH empfahl dem Land Kärnten, künftig alle Werbeaufträge und Medienkooperationen betreffend Printmedien vollständig im SAP-System und sämtliche Hörfunk- bzw. TV-Produktionen gesammelt zu dokumentieren.

6.3 *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten seien mit angeführtem Erlass alle Dienststellen angewiesen worden, zu Dokumentationszwecken ein Belegexemplar jeder entgeltlichen Veröffentlichung bzw. jeder Maßnahme der audiovisuellen Kommunikation nach Medientransparenzgesetz der Abteilung 1/UA Marketing und Medienservice zur Verfügung zu stellen.*

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Betragliche Richtig-
keit der Meldungen

7.1 Das Land Kärnten 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 Nettogehalts gesondert bekannt zu geben (TZ 2). Diese Verpflichtung wurde im 2. Quartal 2013 vollständig erfüllt. In den übrigen Quartalen wurden einzelne Werbeaufträge nicht vollständig erfasst bzw. quartalsmäßig unrichtig zugeordnet und hatten somit unrichtige Meldungen zur Folge:

- Im 3. Quartal 2012 wurden vier Werbeaufträge an das Printmedium Kärnten Journal nicht rechtzeitig im System erfasst und daher nicht gemeldet. Bei vollständiger Erfassung der Werbeaufträge an dieses Medium hätte das Nettogesamtentgelt 5.060 EUR betragen und wäre zu melden gewesen (siehe auch TZ 5).
- Bei drei Werbeaufträgen (Nettogesamtbetrag 6.048 EUR) an das Printmedium villach:stadtzeitung hätte ein Teilbetrag von 2.016 EUR dem 3. Quartal, zwei weitere Teilbeträge (Nettogesamtbetrag: 4.032 EUR) hätten dem 4. Quartal 2012 zugeordnet werden müssen. Die richtige betragliche Zuordnung hätte zur Folge gehabt, dass für dieses Medium in beiden Quartalen keine Meldung erforderlich gewesen wäre.
- Im 4. Quartal 2012 wurde ein Werbeauftrag an das Printmedium government (Nettogesamtentgelt: 5.000 EUR) nicht vollständig erfasst und daher nicht gemeldet, obwohl er nach der Nachmeldung eines Nettobetrags von 955,46 EUR an die Finanzabteilung die Bagatellgrenze überschritten hatte.
- Im 4. Quartal 2012 und im 2. Quartal 2013 wurden je drei Werbeaufträge an das nur zweimal pro Jahr erscheinende Printmedium Gesund in Kärnten gemeldet (Nettogesamtbetrag je Quartal: 40.567,27 EUR), obwohl nur Medienkooperationen mit bzw. Werbeaufträge an periodische⁸, d.h. wenigstens viermal im Kalenderjahr erscheinende, Medien der Meldepflicht unterliegen.

⁸ 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)² S. 15.

7.2 Der RH anerkannte, dass die belegmäßige Erfassung der Werbeaufträge und Medienkooperationen im SAP-Bestellwesen grundsätzlich geeignet war, auch die betragliche Richtigkeit des zu meldenden Nettoentgelts je Medium sicherzustellen. Die aufgezeigten unrichtigen Meldungen kamen jedoch durch Eingabefehler hinsichtlich der zeitlichen Zuordnung von Leistungen aus Werbeaufträgen oder Medienkooperationen oder durch Rechenfehler zustande. Der RH verwies daher auf seine Empfehlung (TZ 5) zur Einführung von geeigneten Kontrollmaßnahmen zur Sicherstellung der Vollständigkeit.

Sachliche Richtigkeit der Meldungen

Sponsoring als Werbemaßnahme oder Förderung

8.1 (1) Das Medientransparenzgesetz regelt das Sponsoring einer Veranstaltung nicht. Derartige Maßnahmen unterliegen daher grundsätzlich nur dann dem Medientransparenzgesetz, wenn sie entweder als Werbemaßnahmen nach § 2 Medientransparenzgesetz oder als Förderungen nach § 4 Medientransparenzgesetz zu werten sind. Dies trifft nur dann zu, wenn mit der Förderung

- die inhaltliche Gestaltung, die Herstellung oder die Verbreitung eines periodischen Druckwerks bzw.
- die inhaltliche Gestaltung und Ausstrahlung oder Abrufbarkeit eines periodischen elektronischen Mediums gefördert wird.

(2) Die Lehre vertritt die Auffassung, dass Sponsoring dann als Werbemaßnahme gemäß Medientransparenzgesetz einzustufen ist, wenn dem Sponsor vertraglich eine bestimmte Medienpräsenz (z.B. eine halbe Seite in einem Printmedium mit deutlicher Sichtbarkeit des Sponsors oder ein Interview des Sponsors in einem audiovisuellen Medium) zugesichert wird. Es liegt dann eine meldepflichtige Werbemaßnahme nach § 2 Medientransparenzgesetz vor, wenn derartige Leistungen – von einem Medium angeboten oder vom Sponsor erwünscht – in die Vertragsbedingungen aufgenommen wurden.⁹ Andernfalls sind diese Beträge als Förderungen nach § 4 Medientransparenzgesetz zu qualifizieren.

(3) Das Land Kärnten bezahlte im 3. Quartal 2012 einen Nettobetrag von 9.000 EUR für ein Sponsoring des Oktoberfestes des Printmediums Kärntner Monat. Obwohl diese gesetzlichen Voraussetzungen nicht vorlagen und auch in keiner Einschaltung zu diesem Oktoberfest ein Hinweis auf das Land Kärnten erfolgte, meldete das Land Kärnten den

⁹ siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)² S. 34 f.

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Nettobetrag nach § 2 Medientransparenzgesetz und eine Leermeldung nach § 4 Medientransparenzgesetz.

Im 4. Quartal 2012 wurde dem Land Kärnten für die ORF-Übertragung des Chorwettbewerbs 2012 ein Nettobetrag von 18.000 EUR als Sponsoring in Rechnung gestellt und in der Folge vom Land Kärnten bezahlt. Im Sendebeitrag fehlte jeglicher Hinweis auf den finanziellen Beitrag des Landes Kärnten. Im Sendebeitrag war das zuständige Landesregierungsmitglied neben dem Moderator und dem Gewinner des Wettbewerbs im Bild. Auch hier erfolgte eine Meldung nach § 2 und nicht nach § 4 Medientransparenzgesetz.

- 8.2** Aufgrund der fehlenden vertraglich vereinbarten Medienpräsenz des Landes Kärnten wertete der RH beide Sponsoringmaßnahmen als nicht der Meldepflicht des § 2 des Medientransparenzgesetzes unterliegenden Werbemaßnahmen.

Der RH vertrat die Ansicht, dass mit beiden Sponsoringmaßnahmen jedoch die inhaltliche Gestaltung und Ausstrahlung bzw. die Verbreitung eines periodischen Mediums gefördert wurde. Dies deshalb, weil Medieninhaber derartige Veranstaltungen auch ausrichten, um für ihre Medienprodukte zu werben und so deren Verbreitung zu fördern. Aus diesem Grund kann nicht ausgeschlossen werden, dass mit öffentlichen Geldern zumindest indirekt die inhaltliche Gestaltung, die Produktion oder Verbreitung eines periodischen Mediums gefördert wird. Demzufolge wären beide Maßnahmen als Förderungen gemäß § 4 Medientransparenzgesetz zu melden gewesen. Die Leermeldung gemäß § 4 Medientransparenzgesetz war somit unrichtig (siehe TZ 5).

Für jene Förderungen, für die es nicht ausgeschlossen werden kann, dass mit ihnen die inhaltliche Gestaltung, Produktion oder Verbreitung eines periodischen Mediums eines Medieninhabers gefördert wird, empfahl der RH dem Land Kärnten, jede dieser Förderungen im Einzelfall zu prüfen und gegebenenfalls gemäß § 4 Medientransparenzgesetz zu melden.

Weiters empfahl er dem Land Kärnten, Förderungen von Veranstaltungen von Medien bzw. Medieninhabern, bei denen keine mediale Gegenleistung vereinbart war, künftig nicht mehr gemäß § 2 Medientransparenzgesetz (Werbeaufträge und Medienkooperationen) zu melden.

Abschließend bekräftigte er auch in diesem Zusammenhang seine Empfehlung an das Land Kärnten zur TZ 3, die Zuständigkeit für die obligatorische Beurteilung der Werbeaufträge und Medienkooperationen

auf die grundsätzliche Übereinstimmung mit dem Medientransparenzrecht in der Geschäftseinteilung zu verankern.

- 8.3** *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten seien alle Dienststellen des Amtes der Kärntner Landesregierung mit Erlass vom 15. Mai 2014 angewiesen worden, alle Entwürfe für entgeltliche Veröffentlichungen bzw. audiovisuelle Kommunikation im Sinne des Medientransparenzgesetzes vor Auftragserteilung der Abteilung 1/UA Marketing und Medienservice zur Prüfung zu übermitteln. Damit erfolge eine obligatorische Beurteilung der Werbeaufträge und Medienkooperationen auf die grundsätzliche Übereinstimmung mit den inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes. Den Empfehlungen des RH werde in Bezug auf die Meldung von Förderungen nach § 4 Medientransparenzgesetz seit den Gesprächen mit dem RH im Zuge der Prüfung nachgekommen. Angemerkt werde, dass unmittelbar nach In-Kraft-Treten des Gesetzes vor allem in diesem Bereich einige Unklarheiten in der Auslegung einzelner Bestimmungen des Medientransparenzgesetzes bestanden haben. Auch die maßgebliche Behörde KommAustria habe erst nach und nach eine Reihe von klärenden Stellungnahmen auf ihrer Website veröffentlicht.*

Förderung

- 9.1** Im 3. Quartal 2013 förderte das Land Kärnten das Printmedium Kleine Zeitung mit einem Betrag von 45.000 EUR für das Projekt „Die Kleine macht Schule – Schüler machen Zeitung“ im Schuljahr 2013/2014. Dabei handelte es sich um ein Projekt, „bei dem Kinder verstärkt zum Lesen der Kleinen Zeitung animiert werden sollen“. Entgegen der Beurteilung des zuständigen Mitarbeiters des Landespressedienstes, der dieses Projekt als Förderung gemäß § 4 Medientransparenzgesetz einstufte (siehe TZ 3), meldete das Land Kärnten diese Subvention als Werbeauftrag gemäß § 2 Medientransparenzgesetz.
- 9.2** Der RH merkte kritisch an, dass die Meldung der Förderung als Werbeauftrag gemäß § 2 Medientransparenzgesetz unrichtig war. Er wertete diese Zahlung als Förderung gemäß § 4 Medientransparenzgesetz, weil mit dem Projekt auch die Verbreitung eines periodischen Druckwerks gefördert werden sollte.¹⁰

¹⁰ Zu den einzelnen Voraussetzungen für die Anwendbarkeit des § 4 Medientransparenzgesetz siehe TZ 2.

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Der RH empfahl daher dem Land Kärnten, in Hinkunft Subventionen, mit denen die Verbreitung eines periodischen Druckwerks gefördert werden soll, als Förderungen gemäß § 4 Medientransparenzgesetz zu melden.

9.3 *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten werde derzeit auch geprüft, ob im Zuge der Kontenführung eine eigene Haushaltspost für die Verrechnung von Förderungen nach § 4 MedKF-TG eingerichtet werden soll.*

Zeitliche Richtigkeit der Meldungen

10.1 Das Medientransparenzgesetz regelt in § 2 Abs. 5, dass für die Meldepflicht betreffend Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen jeweils der Zeitpunkt der Leistungserbringung, d.h. jener der Veröffentlichung und nicht jener der Leistung des Entgelts, maßgeblich ist.

Der RH stellte bei seiner Gebarungüberprüfung zahlreiche falsche Zuordnungen der Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen fest:

- für das 3. Quartal 2012 meldete das Land Kärnten neun Werbeaufträge des Printmediums Kärntner Woche, die dem 2. Quartal 2012 zuzuordnen gewesen und damit aufgrund des Inkrafttretens des Medientransparenzgesetzes mit 1. Juli 2012 nicht zu melden gewesen wären,
- drei Werbeaufträge an das Printmedium villach:stadtzeitung (Nettogesamtbetrag: 6.048 EUR) waren nur im 3. Quartal 2012 und unrichtigerweise nicht auch im 4. Quartal 2012 zu melden (siehe auch TZ 8),
- die für das 4. Quartal 2012 gemeldete und am 6. September 2012 im Online-Medium friuli.it veröffentlichte Einschaltung (Nettobetrag: 10.000 EUR) hätte richtigerweise für das 3. Quartal 2012 gemeldet werden müssen,
- für das 4. Quartal 2012 gemeldete Einschaltungen bei dem TV-Privatsender KT1 (Nettobetrag: 30.148,75 EUR), die im Zeitraum von 10. August bis 17. August 2012 bzw. von 24. August bis 31. August 2012 gesendet wurden, wären richtigerweise dem 3. Quartal 2012 zuzuordnen gewesen.

10.2 Der RH kritisierte die zeitlich falsch zugeordneten und damit unrichtigen Meldungen. Er empfahl dem Land Kärnten, bei künftigen Meldungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen immer den Zeitpunkt der Erbringung der Leistungen, das ist jener der Veröffent-

lichung des entgeltlichen Beitrags, als Grundlage für die Quartalsmeldungen heranzuziehen.

- 10.3** *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten solle dieser Empfehlung insofern Rechnung getragen werden, als insbesondere bei Gesamtwerbenaufträgen und Medienkooperationen für ein Jahr oder über mehrere Monate ein aliquotes Herausrechnen und Zuordnen des anteiligen Aufwands zu den Quartalen versucht werden wird. In einer Änderung der Handlungsanleitung an die Abteilungen werde festgehalten, dass bereits anlässlich der Bestellung auch der Zeitpunkt der Einschaltung anzugeben ist. Dies gelte insbesondere für Bestellungen, die mehrere Einschaltungen über einen längeren Zeitraum beinhalten. Die Rechnungsführer werden aufgefordert, im Zuge der Quartalsmeldung explizit darauf hinzuweisen.*

Inhaltliche Anforderungen des Medientransparenzgesetzes

Unterscheidbarkeit
– Kennzeichnungspflicht

- 11.1** Die Richtlinien des Landes Kärnten 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 336 an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums in Gesamthöhe von 1.226.851,17 EUR eine derartige vertragliche Verpflichtung dokumentiert.

Weiters sehen die Richtlinien des Landes Kärnten 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 insgesamt nur drei von 336 Werbeaufträgen die erforderliche Kennzeichnung auf. Es handelte sich dabei um die im 4. Quartal 2012 gesendeten entgeltlichen Beiträge des Kärntner TV-Privatsenders KT1 betreffend einen Bericht des Frauenreferates (Messe Spezial), einen Bericht des Gesundheitsreferates über den pflegfachlichen Dienst und den Bericht des Gesundheitsreferates „Wir sind gesund“ – Kinder- und Jugendgesundheit in Kärnten, welche die Kennzeichnung „eine entgeltliche Einschaltung der Landesregierung Kärnten“ im Abspann des Sendebeitrags enthielten. Alle übrigen 333 entgeltlichen audio- bzw. audiovisuellen Einschaltungen enthielten keine oder keine vollständige Kennzeichnung. Entgeltliche

Inhaltliche Anforderungen des Medientransparenzgesetzes

Einschaltungen in Printmedien wiesen, wenn überhaupt, nur die allgemeine Bezeichnung „Werbung“ oder „Anzeige“ auf.

- 11.2** Der RH kritisierte, dass das Land Kärnten die medientransparenzrechtlichen Bestimmungen betreffend die Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen überwiegend nicht einhielt. Er empfahl daher dem Land Kärnten, künftig die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung nach § 2 der Richtlinien des Landes Kärnten bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf die Einhaltung dieser Verpflichtung durch das beauftragte Medium zu achten.
- 11.3** *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten seien mit dem bereits erwähnten Erlass vom 15. Mai 2014 die Dienststellen des Amts der Kärntner Landesregierung nochmals auf die bei jeder entgeltlichen Veröffentlichung einzuholende vertragliche Verpflichtung des Auftragnehmers zur Kennzeichnung nach § 2 der Richtlinien des Landes hingewiesen worden. Der über das SAP-System generierte Bestellschein sei dahingehend gestaltet worden, dass bei jeder Bestellung von entgeltlichen Veröffentlichungen die entsprechende vertragliche Verpflichtung samt dem genauen Wortlaut der Kennzeichnung enthalten ist.*

Eindeutiger inhaltlicher Bezug zur Tätigkeit

- 12.1** Gemäß § 3 der Richtlinien des Landes Kärnten muss bei einer entgeltlichen Veröffentlichung der inhaltliche Zusammenhang mit dem Wirkungsbereich eines Rechtsträgers oder der Bezug zur Tätigkeit dieses Rechtsträgers eindeutig gegeben sein. Zu diesem Zweck dürfen Veröffentlichungen ausschließlich jene Aufgaben thematisieren, die zum Aufgabenbereich des Rechtsträgers zählen. Dazu zählen auch Tätigkeiten, die erst nach abgeschlossenem Gesetzgebungsverfahren zu einem späteren Zeitpunkt in Wirksamkeit treten, wie etwa Informationen über den Inhalt von Begutachtungsentwürfen und Regierungsvorlagen.

Dies war im 4. Quartal 2012 bei dem dreimal veröffentlichten Inserat „Friuli.doc in Udine“ im Printmedium Kleine Zeitung nicht gegeben, weil das Inserat eine lokale kulinarische Veranstaltung in Udine bewarb, ohne einen eindeutigen inhaltlichen Bezug auf die Tätigkeit des Rechtsträgers Land Kärnten zu nehmen. In der Sponsorenteile des Inserates findet sich u.a. nur das Logo „Kärnten – Der Landeshauptmann“.

- 12.2** Der RH kritisierte, dass bei dieser entgeltlichen Veröffentlichung der eindeutige inhaltliche Bezug zur Tätigkeit des Rechtsträgers Land Kärnten fehlte und daher die Bestimmungen des § 3 der Richtlinien des Landes Kärnten nicht eingehalten wurden.

Der RH empfahl daher, in Hinkunft in entgeltlichen Veröffentlichungen inhaltlich eindeutig auf die Tätigkeit des Rechtsträgers Bezug zu nehmen.

- 12.3** *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten soll mit der obligatorischen Vorabprüfung durch die Abteilung 1/UA Marketing und Medienservice der inhaltliche Bezug auf die Tätigkeit des Rechtsträgers in entgeltlichen Veröffentlichungen gewährleistet werden.*

Sachinformation

Konkretes Informationsbedürfnis der Allgemeinheit

- 13.1** (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).

(2) Die Lehre vertritt zum Begriff der „Allgemeinheit“ die Auffassung, dass darunter nicht „jedermann“ zu verstehen sei, sondern eine „anhand genereller Kriterien bestimmbare Personengruppe, die einen persönlichen Nutzen aus der Sachinformation ziehen kann“. Zudem wäre im Vorfeld zu klären, ob diese Personengruppe zum Thema der beabsichtigten entgeltlichen Veröffentlichung überhaupt ein konkretes Informationsbedürfnis hat. Zur inhaltlichen Qualifikation als Sachinformation führt die Lehre aus, dass eine Gesamtbetrachtung aus der Sicht eines Durchschnittsmenschen des jeweiligen Adressatenkreises vorzunehmen sei.¹¹ Der Lehre zufolge dürfe zudem eine entgeltliche Veröffentlichung nicht gleichzeitig der Deckung eines konkreten Infor-

¹¹ siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)² S. 58 f.

Inhaltliche Anforderungen des Medientransparenzgesetzes

mationsbedürfnisses und der Selbstvermarktung des Rechtsträgers dienen (sogenanntes Selbstvermarktungsverbot).¹²

(3) Wie bereits unter TZ 2 angeführt, erließ auch das Land Kärnten zur näheren Festlegung der in § 3a Medientransparenzgesetz festgelegten Grundsätze Richtlinien über die inhaltliche Gestaltung audiovisueller kommerzieller Kommunikation und entgeltlicher Veröffentlichungen. Diese sehen in § 4 vor, dass im Wege von Veröffentlichungen ausschließlich Sachinformationen vermittelt werden dürfen. In Veröffentlichungen ist daher die ausschließliche oder auch nur teilweise Vermarktung der Tätigkeit eines Rechtsträgers untersagt. Eine „Vermarktung“ liegt demgemäß insbesondere dann vor, wenn die Veröffentlichung überwiegend der Imagepflege des Rechtsträgers dient.

(4) Zu diesen rechtlichen Vorgaben wurden die Abteilungen durch die vom Landespressedienst erstellte Unterlage und in Informationsveranstaltungen geschult (siehe TZ 2).

(5) Diese Vorgabe hielt das Land Kärnten nicht durchgehend ein. Im überprüften Zeitraum entsprachen jedenfalls die beiden im 1. und 2. Quartal 2013 gesendeten TV-Beiträge des ORF Kärnten betreffend „Kärnten sucht den Schlagerstar“ nicht diesen rechtlichen Vorgaben.

Kopfverbot

(6) Gemäß § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz ist es überdies untersagt, in entgeltlichen Veröffentlichungen auf oberste Organe im Sinne von Art. 19 B-VG hinzuweisen (Kopfverbot, siehe auch TZ 2).

(7) Die Lehre vertritt dazu die Auffassung, dass diese Bestimmung parallel zum erwähnten Selbstvermarktungsverbot absichern soll, dass entgeltliche Veröffentlichungen ohne Abbildung von Trägern hoher Ämter (Art. 19 B-VG) erscheinen.

(8) Auch zu diesen rechtlichen Vorgaben wurden die Abteilungen durch die vom Landespressedienst erstellte Unterlage und in Informationsveranstaltungen geschult (siehe TZ 2).

(9) Im 4. Quartal 2012 wurde in zwei entgeltlichen Veröffentlichungen gegen das Kopfverbot verstoßen:

¹² siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)² S. 59 f. bzw. Kogler, Neue Sachlichkeit, Inhaltliche Ge- und Verbote in § 3a Medientransparenzgesetz, abrufbar unter www.jusportal.at

- Der Bericht des TV-Privatsenders KT1 über die Ausstellungseröffnung „fokus.sammlung 03. Landschaft“ enthielt ein Interview mit dem neuen Kulturlandesrat über Protagonisten der Kärntner Malerei.
- Der Beitrag des TV-Privatsenders KT1 über die Eröffnung des Kärntner Heimatherbstes zeigte den Landeshauptmann und den Finanz- und Volkskulturreferent beim Bierfassanstich sowie ein Interview mit dem Finanz- und Volkskulturreferenten.

13.2 Der RH stellte fest, dass das Land Kärnten zwar Unterlagen zur Implementierung und ordnungsmäßigen Vollziehung des Medientransparenzgesetzes erstellt und auch Schulungsveranstaltungen für die Abteilungen durchgeführt hatte. Er vermerkte jedoch kritisch, dass das Land Kärnten trotz dieser Maßnahmen die Bestimmungen des § 3a Abs. 1 und 4 Medientransparenzgesetz sowie des § 4 der Richtlinien des Landes Kärnten im überprüften Zeitraum in einigen Fällen nicht beachtete.

Der RH empfahl daher dem Land Kärnten, bei künftigen entgeltlichen Veröffentlichungen die inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts einzuhalten.

13.3 *Laut Stellungnahme des Landes Kärnten werde die Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes durch die Vorabprüfung durch die Abteilung 1/UA Marketing und Medienservice sichergestellt werden.*

Korrektur von Meldungen

14 Das Medientransparenzgesetz regelt in § 3 Abs. 3, dass eine Veröffentlichung der gemeldeten Daten bei Vorliegen aller Bekanntgaben, für das betreffende Quartal, spätestens aber am 15. März, 15. Juni, 15. September und 15. Dezember für das jeweils diesen Tagen vorangehende Quartal zu erfolgen hat. In § 3 Abs. 6 Medientransparenzgesetz wird bestimmt, dass der meldende Rechtsträger der KommAustria unverzüglich allfällige unrichtige ihn betreffende Angaben in elektronischer Form mitzuteilen hat. Die KommAustria hat gegebenenfalls die Richtigstellung zu veranlassen.

Wie in TZ 5 dargestellt, verfügte das Land Kärnten erst nach den für die Quartalsmeldungen an die KommAustria medientransparenzgesetzlich festgelegten Zeitpunkten über den richtigen und vollständigen Datenbestand.

Korrektur von Meldungen

Nach Abgabe der ersten Quartalsmeldungen für das Jahr 2012 nahm die Finanzabteilung telefonischen Kontakt mit der KommAustria auf, um die Richtigstellung der gemeldeten Daten herbeizuführen. Diese teilte fernmündlich¹³ mit, dass eine abgegebene Meldung nicht mehr korrigiert werden könne, weil dies vom Medientransparenzgesetz nicht vorgesehen sei; die Regelung über die Nachfristsetzung für Bekanntgaben gemäß § 3 Abs. 2 Medientransparenzgesetz gelte nur für den Fall einer nicht fristgerechten Quartalsmeldung.

Die KommAustria vertritt sohin die Auffassung, dass Korrekturen nur im Fall eines Widerspruchs zwischen den vom Rechtsträger bekannt gegebenen Daten und den von der KommAustria veröffentlichten Daten vorgesehen seien. Dieser Ansicht zufolge könne die Richtigstellung einer vom Rechtsträger verursachten unvollständigen oder unrichtigen Bekanntgabe von diesem nicht mehr nachträglich veranlasst werden. Nur ein von der KommAustria im Zuge der Veröffentlichung der Bekanntgaben verursachter Fehler könne von dieser nachträglich korrigiert werden.

Die Lehre vertritt hingegen die Auffassung, dass eine Richtigstellung der bekannt gegebenen Daten – insbesondere auch vor dem Hintergrund der diesbezüglichen Verwaltungsstrafbestimmungen des § 5 Medientransparenzgesetz – im Interesse des betroffenen Rechtsträgers zu ermöglichen ist. Es sei daher insbesondere im Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge zu ermöglichen, davon auszugehen, dass die bekannt gegebenen Daten jederzeit korrigiert werden können. Dies entspräche auch dem Wortlaut des zitierten § 3 Abs. 6 Medientransparenzgesetz. Die KommAustria hätte diese neu bekannt gegebenen Daten auf Antrag des Rechtsträgers erneut zu veröffentlichen.¹⁴

¹³ Aktenvermerk der Finanzabteilung vom 27. Februar 2014 über die telefonische Kontaktnahme des Landes Kärnten mit der KommAustria im Zuge der Meldung für das 3. Quartal 2012.

¹⁴ siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)² S. 33 f.

Bagatellgrenze **15.1** Wie unter TZ 5 dargestellt, gab das Land Kärnten im überprüften Zeitraum unvollständige 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 Medientransparenzgesetz	Meldungen an die KommAustria	nicht zu meldende Bagatellbeträge	Bagatell-Werbeaufträge	Anteil der Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben
				in EUR	Anzahl
03/2012	327.807,88	276.146,69	51.661,19	37	15,8
04/2012	674.832,35	623.815,93	51.016,42	53	7,6
01/2013	121.480,84	88.698,15	32.782,69	38	27,0
02/2013	121.859,77	92.932,40	28.927,37	37	23,7
03/2013	185.769,65	145.258,00	40.511,65	13	21,8
Summe	1.431.750,49	1.226.851,17	204.899,32	178	14,3

Quellen: Land Kärnten; RH

Die jeweiligen Anteile der – nicht zu meldenden – Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben schwankten zwischen 7,6 % (4. Quartal 2012) und 27,0 % (1. Quartal 2013). Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften fünf Quartalen rd. 14 %, das sind rd. 200.000 EUR.

15.2 Im 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.

Sonstige Feststellungen

16 (1) Im 1. Quartal 2013 wurden bei drei Werbeaufträgen an das Printmedium Kärntner Woche je 365,40 EUR zwar die Mehrwertsteuer, nicht jedoch die 5 %ige Werbeabgabe von je 14,50 EUR abgezogen. Dadurch wurde gegen das Nettobetragsprinzip verstoßen.

(2) Im 3. Quartal 2013 wurden alle betraglichen Meldungen an die KommAustria auf ganze Euro-Beträge gerundet. Dadurch war – wenn auch nur geringfügig – die betragliche Richtigkeit nicht gegeben.

Schlussempfehlungen

17 Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen an das Land Kärnten hervor:

(1) In der Geschäftseinteilung sollte die Zuständigkeit für die obligatorische Beurteilung der Werbeaufträge und Medienkooperationen auf die grundsätzliche Übereinstimmung mit den inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts verankert werden. (TZ 3, 8)

(2) Durch geeignete Kontrollmaßnahmen sollte die Vollständigkeit für alle vom Land Kärnten beauftragten Medienleistungen sichergestellt werden. (TZ 5)

(3) Künftig wären alle Werbeaufträge und Medienkooperationen betreffend Printmedien vollständig im SAP-System und sämtliche Hörfunk- bzw. TV-Produktionen gesammelt zu dokumentieren. (TZ 6)

(4) Wenn es nicht ausgeschlossen werden kann, dass mit Förderungen von Veranstaltungen von Medien bzw. Medieninhabern die inhaltliche Gestaltung, Produktion oder Verbreitung eines periodischen Mediums des Medieninhabers gefördert wird, wären diese Förderungen nach § 4 Medientransparenzgesetz zu melden. Dies wäre in jedem Einzelfall zu prüfen. (TZ 8)

(5) Wenn keine medialen Gegenleistungen vereinbart wurden, wären Förderungen von Veranstaltungen von Medien bzw. Medieninhabern künftig nicht mehr gemäß § 2 Medientransparenzgesetz (Werbeaufträge und Medienkooperationen) zu melden. (TZ 8)

(6) Subventionen, mit denen die Verbreitung eines periodischen Mediums subventioniert werden soll, wären als Förderung gemäß § 4 Medientransparenzgesetz zu melden. (TZ 9)

(7) Bei künftigen Meldungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre immer der Zeitpunkt der Erbringung der Leistungen, das ist jener der Veröffentlichung des entgeltlichen Beitrags, als Grundlage für die Quartalsmeldungen heranzuziehen. (TZ 10)

(8) Die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung nach § 2 der Richtlinien des Landes Kärnten bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf ihre Einhaltung durch das beauftragte Medium zu achten. (TZ 11)

(9) In entgeltlichen Veröffentlichungen sollte in Hinkunft eindeutig inhaltlich auf die Tätigkeit des Rechtsträgers Bezug genommen werden. (TZ 12)

(10) Bei künftigen entgeltlichen Veröffentlichungen wären die inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzrechts einzuhalten. (TZ 13)

ANHANG

Quartalsmeldungen des Landes Kärnten an die KommAustria

Quartalsmeldungen des Landes Kärnten an die KommAustria		
3. Quartal 2012		
	Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)	in EUR
	Antenne Kärnten	9.166,00
	Kärntner Monat	15.230,00
	Kärntner Tageszeitung – KTZ	15.976,63
	Kärntner Woche	55.382,28
	Kleine Zeitung	47.637,44
	Kronen Zeitung	57.846,94
	ORF Kärnten	28.600,00
	Österreichischer Rundfunk – ORF	40.259,40
	villach:stadtzeitung	6.048,00
		276.146,69
	Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)	
	Leermeldung	
4. Quartal 2012		
	Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)	in EUR
	Österreichischer Rundfunk – ORF	41.000,00
	Kronen Zeitung	91.829,15
	ORF Kärnten	18.000,00
	Kleine Zeitung	75.077,50
	Kärntner Woche	101.938,45
	Kärnten Journal	16.100,27
	Kärntner Tageszeitung – KTZ	18.844,20
	Völkermarkter	14.301,56
	St. Veiter	14.864,11
	Spittaler	14.801,61
	Klagenfurter	18.114,15
	Gailtaler	14.301,58
	Feldkirchner	14.451,58
	villach:stadtzeitung	5.292,00
	minimax	9.150,00
	Kärntner Monat	10.625,00
	friuli.it	10.000,00
	Antenne Kärnten	26.990,56
	KT1–Privatfernsehen	30.148,75
	Gesund in Kärnten	40.567,27
	Draustädter	14.801,58
	Rosentaler	8.315,00
	Lavanttaler	14.301,61
		623.815,93
	Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)	
	Leermeldung	

Fortsetzung: Quartalsmeldungen des Landes Kärnten an die KommAustria		
1. Quartal 2013		
	Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)	in EUR
	Kärntner Tageszeitung – KTZ	20.164,78
	Kärntner Woche	36.083,42
	Kronen Zeitung	20.449,95
	ORF Kärnten	12.000,00
		88.698,15
	Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)	
	Leermeldung	
2. Quartal 2013		
	Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)	in EUR
	Gesund in Kärnten	40.567,27
	Kärntner Woche	19.513,70
	Kleine Zeitung	5.139,20
	Kronen Zeitung	18.002,23
	ORF Kärnten	9.710,00
		92.932,40
	Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)	
	Leermeldung	
3. Quartal 2013		
	Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)	in EUR
	Antenne Kärnten	8.512,00
	Draustädter	5.188,00
	Kärntner Tageszeitung – KTZ	6.300,00
	Klagenfurter	6.199,00
	Kleine Zeitung	46.878,00
	Kronen Zeitung	12.081,00
	Lavanttaler	5.203,00
	minimax	8.800,00
	ORF Kärnten	28.185,00
	Woche Kärnten	17.912,00
		145.258,00
	Bekanntgabe § 4 (Förderungen)	
	Leermeldung	

Wien, im Oktober 2014

Der Präsident:

Dr. Josef Moser