

# **Bericht des Rechnungshofes**

## **Medientransparenz in Tirol**



**Inhaltsverzeichnis**

Abkürzungsverzeichnis \_\_\_\_\_ 196

**Tirol**

Wirkungsbereich des Landes Tirol

Medientransparenz in Tirol

KURZFASSUNG \_\_\_\_\_ 197

Prüfungsablauf und –gegenstand \_\_\_\_\_ 201

Rechtliche Grundlagen \_\_\_\_\_ 203

Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz \_\_\_\_\_ 205

Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und  
Medienkooperationen \_\_\_\_\_ 214

Bagatellgrenze \_\_\_\_\_ 215

Schlussempfehlungen \_\_\_\_\_ 217

**ANHANG**

Quartalsmeldungen des Landes Tirol an die KommAustria \_\_\_\_\_ 219

## Abkürzungsverzeichnis

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

## Wirkungsbereich des Landes Tirol

### Medientransparenz in Tirol

Angelegenheiten der Medientransparenz waren nicht in der Geschäftseinteilung des Amtes der Tiroler Landesregierung verankert. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit hatte keinen vollständigen Überblick über die vom Land Tirol vereinbarten Werbeaufträge und Medienkooperationen bzw. zugesagten Förderungen. Dies führte im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis Dezember 2013) zu unvollständigen und unrichtigen Meldungen an die KommAustria sowie 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,
- 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 rund 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)

Inhaltliche Vorgaben sind in § 3a Medientransparenzgesetz und in den Verordnungen der Bundes- und Landesregierungen geregelt. Für das Land Tirol gilt die Verordnung der Tiroler 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)

#### Organisation der Meldeabläufe

In der Geschäftseinteilung des Amtes der Tiroler Landesregierung fehlte die zentrale Verankerung der Angelegenheiten der Medientransparenz in der Geschäftseinteilung als Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit. Auf die Angelegenheiten des Medientransparenzrechts wurde nur im Rahmen einer Weisung des Landesamtsdirektors Bezug genommen, die jedoch bloß den Vollzug der Bekanntgabepflichten an die KommAustria regelte. (TZ 3)

#### Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen

Alle Quartalsmeldungen des Rechtsträgers an die KommAustria erfolgten rechtzeitig im Sinne des § 2 Abs. 3 Medientransparenzgesetz. (TZ 4)

Im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis Dezember 2013) vereinbarte das Land Tirol 299 Werbeaufträge und Medienkooperationen im Nettogesamtwert von 529.700,22 EUR sowie 13 Förderungen im Gesamtwert von 138.175,49 EUR. Alle Quartalsmeldungen waren unvollständig. (TZ 4)

Die Dokumentation der Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen in der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit war unvollständig. Dies führte zu Kontrolldefiziten und Fehlinterpretationen bei den Werbemaßnahmen und Förderungen. (TZ 5)

#### Betragliche Richtigkeit der Meldungen

Unrichtige Meldungen kamen durch die Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots, interne Falschmeldungen, unrichtige Zuordnung von Werbeaufträgen zum jeweiligen Medium bzw. eine Doppelberücksichtigung von Werbeaufträgen in der Medienmeldung zustande. (TZ 6)

#### Sachliche und zeitliche Richtigkeit der Meldungen

Im überprüften Zeitraum gab das Land Tirol alle Werbemaßnahmen sachlich richtig als Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit periodischen Medien bekannt. Allen Quartalsmeldungen lagen zeitlich richtig zugeordnete Werbeaufträge und Medienkooperationen zugrunde. (TZ 7)

Im 3. Quartal 2012 meldete das Land Tirol eine Förderung in Höhe von 70.000 EUR an den Medieninhaber ORF, obwohl diese vor dem Inkrafttreten des Medientransparenzgesetzes zugesagt wurde. Richtigerweise hätte eine Leermeldung erfolgen müssen. (TZ 7)

#### Unterscheidbarkeit – Kennzeichnungspflicht

Das Land Tirol hielt im überprüften Zeitraum die medientransparenzrechtlichen Bestimmungen betreffend die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen nicht ein. Die entgeltlichen Veröffentlichungen waren nicht oder nur unvollständig, als „Werbung“ oder „Anzeige“, gekennzeichnet. (TZ 8)

### Sachinformation

Alle gemeldeten Werbemaßnahmen des Landes Tirol im überprüften Zeitraum enthielten Sachinformation und beachteten das Hinweis- bzw. Kopfverbot. (TZ 9)

### Bagatellgrenze

Der durchschnittliche Anteil der nach dem Medientransparenzgesetz nicht zu meldenden Bagatellbeträge bei Werbeaufträgen an den Gesamtausgaben in den überprüften sechs Quartalen betrug rd. 24 %, das sind rd. 129.000 EUR. Bei Förderungen betrug dieser Anteil rd. 11 %, das sind rd. 15.000 EUR. Im Hinblick auf das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge und Förderungen zu ermöglichen, wies der RH auf den verhältnismäßig hohen Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben hin. (TZ 10)

Kenndaten zu Medientransparenz in Tirol			
Bekanntgegebene Entgelte <sup>1</sup>	für Medienkooperationen und Werbeaufträge	für Förderungen an Medieninhaber	Summe
	in EUR		
3. Quartal 2012	44.873,10	70.000,00	114.873,10
4. Quartal 2012	85.528,70	–	85.528,70
1. Quartal 2013	76.949,55	31.083,33	108.032,88
2. Quartal 2013	29.626,35	22.012,50	51.638,85
3. Quartal 2013	9.210,71	–	9.210,71
4. Quartal 2013	154.715,82	–	154.715,82
1. Quartal 2014	5.046,72	70.000,00	75.046,72
2. Quartal 2014	24.621,85	25.000,00	49.621,85
<b>Summe</b>	<b>430.572,80</b>	<b>218.095,83</b>	<b>648.668,63</b>

<sup>1</sup> Die Prüfung durch den RH umfasste den Zeitraum 3. Quartal 2012 bis 4. Quartal 2013

Quellen: RH und KommAustria

### Prüfungsablauf und –gegenstand

1 (1) Der RH überprüfte im April 2014 die Umsetzung des Medienkooperations- und –förderungs-Transparenzgesetzes (Medientransparenzgesetz) im Land Tirol.

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

## Prüfungsablauf und –gegenstand

- allfälliger Probleme bei der Anwendung des Medientransparenzgesetzes.

(2) Die Überprüfung bezog sich ausschließlich auf das nach dem Medientransparenzgesetz meldepflichtige Land Tirol und nicht auf dessen ausgegliederte Unternehmen, etwa die Tirol Werbung GmbH oder die Agrarmarketing Tirol GmbH, die nach dem Medientransparenzgesetz gesondert meldepflichtig sind.

(3) Die Überprüfung umfasste den Zeitraum von Juli 2012 bis Dezember 2013 (3. Quartal 2012 bis einschließlich 4. 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 Tirol 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 dem im Juli 2014 übermittelten Prüfungsergebnis nahm das Land Tirol im Oktober 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 Rechnungshofkontrolle 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 je Quartal nicht erreicht, so hat der Rechtsträger eine Leermeldung an die KommAustria zu erstatten.

(3) Der Rechnungshofkontrolle unterliegen – und sind damit meldepflichtig nach dem Medientransparenzrecht – 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.

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

(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. 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.

Für das Land Tirol ist hiezu seit 1. Juli 2012 die „Verordnung der Tiroler Landesregierung vom 26. Juni 2012, LGBl. 2012/78, 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 Medientransparenzgesetz<sup>2</sup> auch das sogenannte „Hinweis- bzw. Kopfverbot“ ein. Demnach ist es dem Bund (Bundesministerien), den Ländern, den Gemeinden mit über 10.000 Einwohnern, öffentlichen Unternehmen, Stiftungen, Fonds und Anstalten, die der Kontrolle des RH unterliegen, sowie den Sozialversicherungsträgern untersagt, in audiovisueller kommerzieller Kommunikation oder entgeltlichen Veröffentlichungen auf „oberste Organe“ im Sinne des Art. 19 B-VG hinzuweisen. „Oberste Organe“ sind der Bundespräsident, der Bundeskanzler, die Bundesminister, die Staatssekretäre und die Mitglieder der Landesregierungen. Das Verbot betrifft insbesondere die persönliche Abbildung einer oder mehrerer der genannten Amtsträger in entgeltlichen Veröffentlichungen dieser Rechtsträger.

Zum Hinweis- bzw. Kopfverbot fehlen in den Gesetzesmaterialien die Erläuterungen. Daher vertritt die Lehre<sup>3</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>4</sup> vom Dezember 2009 Eingang

<sup>2</sup> § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz

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

<sup>4</sup> EntschlieÙung des Nationalrates vom 10. Dezember 2009, 73/E XXIV. Gesetzgebungsperiode

finden, so dass „in der Praxis diese Dokumente zur Interpretation des § 3a Medientransparenzgesetz herangezogen werden können.“<sup>5</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.

### Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

Organisation der  
Meldeabläufe

- 3.1 (1) Nach der Geschäftseinteilung des Amts der Tiroler Landesregierung<sup>6</sup> (in der Folge: Geschäftseinteilung) war die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit mit

- Marketing der Landesverwaltung,
  - Öffentlichkeitsarbeit der Landesverwaltung,
  - Mediendokumentation,
  - Pressearbeit für die Landesregierung und
  - Multimediaaufgaben, insbesondere Öffentlichkeitsarbeit im Internet,
- beauftragt.

Angelegenheiten der Medientransparenz waren weder zentral in der Geschäftseinteilung noch im übrigen Rechtsbestand des Landes Tirol als Aufgabe einer Organisationseinheit verankert.

(2) Aufgrund eines Erlasses des Landesamtsdirektors<sup>7</sup> hatten alle Organisationseinheiten des Amts der Tiroler Landesregierung (in der Folge: Organisationseinheiten) bereits vor dem Inkrafttreten des Medientransparenzgesetzes (am 1. Juli 2012) die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit als Koordinationsstelle in jegliche Pressearbeit und Marketingplanung einzubinden. Demzufolge sollten sie „zeitgerecht mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit Kontakt aufnehmen und eine inhaltliche und

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

<sup>6</sup> Verordnung des Landeshauptmannes von Tirol vom 15.10.2013 über die Geschäftseinteilung des Amts der Tiroler Landesregierung, LGBl. Nr. 124/2013

<sup>7</sup> Erlass 10 des Landesamtsdirektors vom 12.10.2009 betreffend die Öffentlichkeitsarbeit des Amts der Tiroler Landesregierung

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

gestalterische Abstimmung sicherstellen“. Weiters waren „Angebots-einholungen und Auftragsvergaben betreffend Marketingmaßnahmen wie z.B. bei Inseraten, PR-Schaltungen und Medienkooperationen sowie bei Einschaltungen über PR- und Werbeagenturen im Wege der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit durchzuführen“.

Diese Vorgaben hielten die Organisationseinheiten im überprüften Zeitraum mehrfach nicht ein (siehe TZ 4 ff.)

(3) Unmittelbar vor dem Inkrafttreten des Medientransparenzgesetzes informierte<sup>8</sup> der Landesamtsdirektor schriftlich alle Organisationseinheiten über das bevorstehende Inkrafttreten des Medientransparenzgesetzes. Er wies sie an, Aufzeichnungen betreffend Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen zu führen und diese zeitgerecht an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, als „Stabsstelle für den Vollzug der Bekanntgabepflichten nach dem Medientransparenzgesetz“, zu melden. Zu diesem Zweck waren auf der Intranetseite des Landes Tirol eingerichtete Meldeformulare<sup>9</sup> auszufüllen.

Eine den Meldungen an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit vorangehende obligatorische Prüfung der Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen auf Übereinstimmung mit dem Medientransparenzrecht durch die Organisationseinheiten war nicht vorgesehen.

(4) Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit war durch das genannte Schreiben des Landesamtsdirektors angewiesen, alle von den Organisationseinheiten einlangenden Meldeformulare zu sammeln und eine Gesamtmeldung an die KommAustria zu übermitteln. Das Land Tirol gab als Mehraufwand für die Vollziehung der Bekanntgabepflichten nach dem Medientransparenzgesetz insgesamt rd. 79 Arbeitsstunden pro Quartal an.

Wie für die Organisationseinheiten, war auch für die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit nicht festgelegt, dass sie – etwa im Rahmen ihrer Koordinierungskompetenz betreffend alle Marketingmaßnahmen des Landes Tirol – die Übereinstimmung der Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen mit dem Medientransparenzrecht sicherzustellen hat. Eine obligatorische Prüfung der von den Organisationseinheiten über-

<sup>8</sup> Schreiben des Landesamtsdirektors vom 29.12.2011 (Erstinformation) und vom 27.6.2012

<sup>9</sup> Mit dem Formular für Werbeaufträge und Medienkooperationen hatte die jeweilige Organisationseinheit den Namen des Mediums, den Nettobetrag, das Erscheinungsdatum, das Thema des Werbeauftrags und das Quartal zu melden. Mit dem Formular für Förderungen hatte die jeweilige Organisationseinheit den Namen des Medieninhabers, den Förderbetrag, das Datum der Förderzusage, das Thema der Förderung und das Quartal zu melden.

mittelten Meldungen auf ihre Vollständigkeit und Richtigkeit durch die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit war im genannten Schreiben nicht vorgesehen.

(5) Die KommAustria hielt auf Einladung des Landes Tirol am 11. September 2012 eine Veranstaltung zur Umsetzung des Medientransparenzgesetzes im Amt der Tiroler Landesregierung ab, in welcher die Organisationseinheiten Informationen über die Bekanntgabepflichten nach dem Medientransparenzgesetz und eine entsprechende Unterlage<sup>10</sup> erhielten. Weitere interne Schulungsmaßnahmen für die Organisationseinheiten führte das Land Tirol nicht durch.

(6) Entgegen den oben genannten Vorgaben war die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit mehrfach nicht in die Vorbereitung bzw. Abwicklung der Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen eingebunden. Sie erfuhr von diesen entweder nicht oder erst im Zuge der Meldungen der Organisationseinheiten (siehe TZ 5).

- 3.2** Der RH anerkannte die vom Land Tirol bereits getroffenen organisatorischen Maßnahmen zur Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Erfüllung der Bekanntgabepflichten an die KommAustria. Er kritisierte jedoch die fehlende zentrale Verankerung der Angelegenheiten der Medientransparenz in der Geschäftseinteilung als Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit. Weiters merkte der RH kritisch an, dass der bereits erwähnte Erlass nicht an die Erfordernisse des Medientransparenzrechts angepasst wurde.

Der Vollzug der Angelegenheiten des Medientransparenzrechts wurde im Rahmen einer Weisung des Landesamtsdirektors festgelegt. Sie regelte bloß den Vollzug der Bekanntgabepflichten an die KommAustria, nicht jedoch die Prüfung der Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes an Werbeaufträge.

Der RH empfahl daher dem Land Tirol, die Angelegenheiten der Medientransparenz zentral in der Geschäftseinteilung als Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu verankern und den Erlass im Hinblick auf

- die obligatorische Einbindung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in die Vorbereitung und Abwicklung aller Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen sowie deren Beurteilung auf ihre Übereinstimmung mit dem Medientransparenzrecht,

<sup>10</sup> Printversion der KommAustria-Power-Point-Vortragsunterlage

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

- die Prüfung der diesbezüglichen Meldungen der Organisationseinheiten auf Vollständigkeit und Richtigkeit durch die Abteilung der Öffentlichkeitsarbeit und auf
  - die Erfüllung der Bekanntgabepflichten an die KommAustria
- zu ergänzen.

**3.3** *Laut Stellungnahme des Landes Tirol seien zwischenzeitig die Angelegenheiten der Medientransparenz durch Art. I Z.2 der Novelle zur Geschäftseinteilung des Amts der Tiroler Landesregierung, LGBl. Nr. 106/2014, bereits zentral als Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit verankert worden. Weiters sei mit dem neuen Erlass Nr. 10 des Landesamtdirektors die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in die Vorbereitung und Abwicklung aller Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen sowie deren Beurteilung auf ihre Übereinstimmung mit dem Medientransparenzgesetz obligatorisch einzubinden. Dieser obliege auch die Prüfung der diesbezüglichen Meldungen auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Die Erfüllung der Meldepflicht des Rechtsträgers „Land Tirol“ gemäß Medientransparenzgesetz an die KommAustria sei nunmehr ebenfalls von der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit wahrzunehmen.*

Rechtzeitigkeit und  
Vollständigkeit der  
Meldungen

**4.1** (1) Im überprüften Zeitraum vereinbarten 11 von 77 Organisationseinheiten des Amts der Tiroler Landesregierung im überprüften Zeitraum insgesamt 299 Werbeaufträge und Medienkooperationen im Nettogesamtwert von 529.700,22 EUR in Absprache mit dem für sie jeweils fachlich zuständigen Landesrat. Davon meldete die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit 145 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtwert: 400.904,23 EUR) zusammengefasst in 21 Quartalsmeldungen an die KommAustria (siehe Tabelle 1 und Anhang). Die restlichen 154 Werbeaufträge und Medienkooperationen von insgesamt 128.795,99 EUR lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe TZ 10).



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

Quartal	Werbefträge gesamt	Gesamtausgaben nach Medien- transparenzgesetz	Werbefträge über der Bagatell- grenze	Summe der an die KommAustria gemeldeten Netto- gesamtentgelte	Meldungen an die KommAustria nach Medium
	Anzahl	in EUR	Anzahl	in EUR	Anzahl
03/2012	15	54.490,23	5	44.873,10	3
04/2012	28	104.672,64	14	85.528,70	3
01/2013	59	113.607,96	20	76.949,55	4
02/2013	62	52.725,88	37	29.626,35	3
03/2013	10	15.827,11	2	9.210,71	1
04/2013	125	188.376,40	67	154.715,82	7
<b>Summe</b>	<b>299</b>	<b>529.700,22</b>	<b>145</b>	<b>400.904,23</b>	<b>21</b>

Quellen: Land Tirol, RH

Im Hinblick auf die Werbefträge und Medienkooperationen waren vier der sechs Quartalsmeldungen an die KommAustria unvollständig:

- Im 3. Quartal 2012 fanden drei von vier Sendebeträgen einer Medienkooperation mit dem ORF Tirol Fernsehen betreffend Verkehrssicherheitskampagne 2012 keine Berücksichtigung in der betreffenden Quartalsmeldung (siehe TZ 6).
- Im 4. Quartal 2012 unterblieb bei zwei Medienkooperationen mit dem ORF Radio Tirol betreffend Senioren sowie Spielmesse eine Quartalsmeldung für dieses Medium (siehe TZ 6).
- Im 2. Quartal 2013 unterblieb eine Quartalsmeldung für das Medium ORF Tirol Fernsehen, obwohl acht Beiträge (je 1.000 EUR) zum Thema Alkohol im Straßenverkehr gesendet wurden.
- Im 4. Quartal 2013 fehlte eine Medienkooperation betreffend Senioren in der Quartalsmeldung für das Hörfunk-Medium ORF Radio Tirol (siehe TZ 6).

(2) Im überprüften Zeitraum gewährten vier Organisationseinheiten insgesamt 13 Förderungen in Gesamthöhe von 138.175,49 EUR. Davon gab die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit fünf Förderungen in Höhe von 123.095,83 EUR zusammengefasst in drei Quartalsmeldungen bekannt. Für die übrigen drei Quartale des überprüften Zeitraums erstattete sie Leermeldungen (siehe Anhang). Acht Förderungen in Gesamthöhe von

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

15.079,66 EUR lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe dazu TZ 10).

Im Hinblick auf die Förderungen war die Quartalsmeldung für das 1. Quartal 2013 an die KommAustria unvollständig, weil

- in dem für den Medieninhaber Verein Freies Radio Innsbruck bekanntgegebenen Gesamtbetrag in Höhe von 15.000 EUR eine weitere Förderung in Höhe von 4.000 EUR für die Sendereihe „Mehrsprachigkeit und Integration“ nicht berücksichtigt wurde und
- eine Meldung betreffend den Medieninhaber ORF fehlte, obwohl diesem eine Förderung in Höhe von 70.000 EUR gewährt wurde.

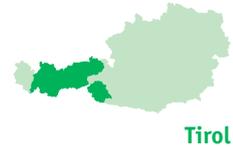
(3) Alle Quartalsmeldungen des Rechtsträgers Land Tirol an die KommAustria erfolgten rechtzeitig im Sinne des § 2 Abs. 3 Medientransparenzgesetz.

- 4.2** Der RH kritisierte die unvollständigen Quartalsmeldungen an die KommAustria. Er bekräftigte daher seine diesbezügliche Empfehlung, die Angelegenheiten der Medientransparenz zentral in der Geschäftseinteilung als Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu verankern.

### Vollständigkeit der Dokumentation

- 5.1** Nach der Geschäftseinteilung des Amtes der Tiroler Landesregierung war die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit unter anderem mit der Aufgabe der Mediendokumentation betraut. Zur Erfüllung dieser Aufgabe hatten alle Organisationseinheiten nach dem bereits erwähnten Erlass sämtliche Auftragsunterlagen, das sind Anbote, Verträge, Rechnungen und Belegexemplare betreffend Inserate, PR-Schaltungen und Medienkooperationen, an diese zu übermitteln. Dieser Verpflichtung kamen die Organisationseinheiten jedoch nur unzureichend nach, indem sie die Auftragsunterlagen betreffend Werbemaßnahmen und Medienkooperationen nur unvollständig oder gar nicht an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit übermittelten. Darüber hinaus bestand keine Verpflichtung der Organisationseinheiten, der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit auch Unterlagen betreffend Förderungen zu übermitteln.

Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit verfügte daher im überprüften Zeitraum über keine vollständig dokumentierten Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen. Die dadurch bei ihr entstandenen Kontrolldefizite bzw. Fehlinterpretationen führten zu unvollständigen und unrichtigen Bekanntgaben an die KommAustria (siehe TZ 6).



- 5.2 Der RH kritisierte die Unvollständigkeit der Dokumentation der Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen in der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit, welche bei ihr zu Kontrolldefiziten und Fehlinterpretationen führten und die unvollständigen und unrichtigen Bekanntgaben an die KommAustria mitbedingten.

Der RH empfahl daher dem Land Tirol, die Organisationseinheiten anzuhalten, die vollständige Dokumentation aller Werbeaufträge und Medienkooperationen an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu liefern. Er empfahl dem Land Tirol weiters, die diesbezüglichen erlassmäßigen Vorgaben auf Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz zu erstrecken.

- 5.3 *Laut Stellungnahme des Landes Tirol sei im neuen Erlass Nr. 10 des Landesamtdirektors festgelegt: „Die Abwicklung der Werbeaufträge und Medienkooperationen erfolgt durch die jeweils zuständigen Organisationseinheiten. Bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen haben die Organisationseinheiten die vollständige Dokumentation an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu übermitteln.“ Diesem Erlass zufolge gelten die Vorgaben auch für Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz.*

Richtigkeit der  
Meldungen

- 6.1 (1) Das Land Tirol 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 sechs Quartale des überprüften Zeitraums erfüllt.

(2) Die Ursachen für die betraglich unrichtigen Meldungen waren

- die Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots,
- interne Falschmeldungen,
- die unrichtige Zuordnung von Werbeaufträgen zum jeweiligen Medium oder
- die Doppelberücksichtigung von Werbeaufträgen in der Medienmeldung.

<sup>11</sup> d.h. ohne Rabatte, Skonti, Werbeabgabe, Mehrwertsteuer und allfällige Vermittlungsprovisionen

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

(3) Das Nettoentgeltgebot wurde im 4. Quartal 2012 bei zehn, im 1. Quartal 2013 bei 14, im 2. Quartal 2013 bei 24, im 3. Quartal 2013 bei zwei und im 4. Quartal 2013 bei 24 Werbeaufträgen an die Printmedien Tiroler Bezirksblätter und Tiroler Tageszeitung Print durch Zurechnung von Skonti, Steuern oder Abgaben nicht eingehalten.

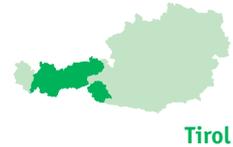
(4) Die Abteilung Verkehrsrecht meldete für eine Medienkooperation mit dem Medium ORF Tirol Fernsehen, die im 3. Quartal 2012 vier Sendebeträge á 1.000 EUR und im 4. Quartal 2012 18 Sendebeträge á 1.000 EUR umfasste, der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit fälschlicherweise einen Betrag von 1.000 EUR je Quartal. Diese erkannte den Fehler nicht und gab für das Medium im 3. Quartal 2012 und im 4. Quartal 2012 nicht das jeweilige Nettogesamtentgelt, sondern nur jene von der Abteilung Verkehrsrecht für dieses Medium gemeldeten Beträge der KommAustria bekannt.

(5) Hörfunkbeiträge im ORF Radio Tirol betreffend Senioren und Spielmesse wurden im 4. Quartal 2012 (Gesamtbetrag: 11.500 EUR) und im 4. Quartal 2013 (Gesamtbetrag: 12.000 EUR) nicht – wie in der Medienliste der KommAustria vorgesehen – diesem Audiomedium, sondern fälschlicherweise den Quartalsmeldungen für das audiovisuelle Medium ORF Tirol Fernsehen zugeordnet.

(6) Im 2. Quartal 2013 meldete das Land Tirol ein Nettogesamtentgelt von 7.628 EUR für drei Werbeaufträge zum Thema Bildung und Wahlinformation an das Medium Kronen Zeitung. Die Meldung war unrichtig, weil die Beilage der Kronen Zeitung, MP Panorama, fälschlicherweise als eigenständig zu meldendes Medium eingestuft wurde, der für eine in dieser Beilage veröffentlichte Anzeige entrichtete Betrag von 1.792,50 EUR betraglich unter der Bagatellgrenze lag und daher nicht bekanntgegeben wurde. Da die Beilage MP Panorama jedoch dem selben Medieneigentümer wie die Kronen Zeitung gehört, wäre sie betraglich in der Meldung des Mediums Kronen Zeitung zu erfassen gewesen. Das Nettogesamtentgelt hätte demnach 9.420,50 EUR betragen.

(7) Im 1. Quartal 2013 wurde ein Werbeauftrag an das Printmedium Tiroler Tageszeitung Print betreffend Bildung, Wahlinformation und Wohnbau in Höhe von 1.633,28 EUR doppelt für die Quartalsmeldung berücksichtigt.

**6.2** Der RH kritisierte die aufgrund der Nichteinhaltung des Nettoentgeltgebots, interner Falschmeldungen, der unrichtigen Zuordnung von Werbeaufträgen zum jeweiligen Medium bzw. einer Doppelberücksichtigung von Werbeaufträgen in der Medienmeldung mehrfach unrichtigen Quartalsmeldungen im überprüften Zeitraum. Er empfahl daher



dem Land Tirol, die bestehenden organisatorischen, systematischen und technischen Maßnahmen der Datenerfassung zu optimieren und dadurch Voraussetzungen zu schaffen, um künftig vollständige und richtige Quartalsmeldungen an die KommAustria sicherzustellen.

**6.3** *Laut Stellungnahme des Landes Tirol werde mit dem Erlass des Landesamtsdirektors Nr. 10 gewährleistet, dass durch die zentrale Abwicklung über die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit die vollständigen und korrekten Quartalsmeldungen an die KommAustria sichergestellt sind.*

**7.1** (1) Im überprüften Zeitraum gab das Land Tirol alle Werbemaßnahmen sachlich richtig als Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit periodischen Medien bekannt. Allen Quartalsmeldungen lagen zeitlich richtig zugeordnete Werbeaufträge und Medienkooperationen zugrunde.

(2) Im 3. Quartal 2012 gab das Land Tirol eine Förderung der Abteilung Verkehrsrecht in Höhe von 70.000 EUR an den Medieninhaber ORF bekannt. Diese Meldung war zeitlich unrichtig zugeordnet, weil die Förderung bereits im Jänner 2012, somit vor dem Inkrafttreten des Medientransparenzgesetzes, zugesagt wurde. Daher hätte für dieses Quartal eine Leermeldung erfolgen müssen.

**7.2** Der RH anerkannte, dass alle Werbemaßnahmen des Landes Tirol sachlich richtig als Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit periodischen Medien und zeitlich richtig den Quartalsmeldungen zugeordnet waren. Er kritisierte jedoch die zeitlich unrichtige Zuordnung einer Förderung.

Der RH empfahl dem Land Tirol, bei künftigen Meldungen von Förderungen immer den Zeitpunkt der Zusage der Förderung als Grundlage für die Quartalsmeldungen heranzuziehen.

**7.3** *Laut Stellungnahme des Landes Tirol bestimme der Erlass des Landesamtsdirektors Nr. 10, dass die Organisationseinheiten die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit bereits im Vorfeld bei sämtlichen Medienkooperationen und Förderungen einzubinden haben, um die Übereinstimmung mit dem Medientransparenzgesetz sicherzustellen. Die Organisationseinheiten werden angehalten, die vollständige Dokumentation aller Medienförderungen an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu übermitteln. Damit sei sichergestellt, dass künftig bei Meldungen von Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz immer der Zeitpunkt der Zusage der Förderung als Grundlage für die Quartalsmeldung herangezogen wird. Bei künftigen Meldungen werde auf den Zeitpunkt der*

*Zusage einer Förderung nach dem Medientransparenzgesetz als Grundlage für die Quartalsmeldungen besonderes Augenmerk gelegt.*

## **Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen**

Unterscheidbarkeit  
– Kennzeichnungspflicht

- 8.1** (1) Die Richtlinien des Landes Tirol (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“.

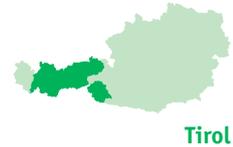
Tatsächlich war in keinem der – zu 21 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 145 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums in Gesamthöhe von 400.904,23 EUR eine derartige vertragliche Verpflichtung dokumentiert.

(2) Die Richtlinien des Landes Tirol 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.

(3) Entgegen diesen Vorgaben wiesen im überprüften Zeitraum die entgeltlichen Einschaltungen in Audiomedien keine und jene in den Printmedien keine oder nur eine unvollständige Kennzeichnung als „Werbung“ oder „Anzeige“ auf. Die in den audiovisuellen Medien gesendeten Beiträge waren hingegen überwiegend richtig als „entgeltliche Einschaltung der Landesregierung Tirol“ gekennzeichnet.

- 8.2** Der RH kritisierte, dass das Land Tirol die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen nach dem Medientransparenzgesetz nicht einhielt. Darüber hinaus kritisierte er, dass die entgeltlichen Veröffentlichungen nicht oder nur unvollständig als „Werbung“ oder „Anzeige“ gekennzeichnet waren.

Der RH empfahl daher dem Land Tirol, künftig die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung nach § 2 der Richtlinien des Landes Tirol bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf die Einhaltung dieser Verpflichtung durch das beauftragte Medium zu achten.



**8.3** Laut Stellungnahme des Landes Tirol bestimme der Erlass des Landesamtsdirektors Nr. 10, dass die Organisationseinheiten die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit bereits im Vorfeld bei sämtlichen Medienkooperationen und Förderungen einzubinden haben, um die Übereinstimmung mit dem Medientransparenzgesetz sicherzustellen. Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit stelle dadurch künftig sicher, dass die Kennzeichnungspflicht bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen vertraglich jeweils nachweislich erfüllt wird, und überwacht die Einhaltung.

#### Sachinformation

**9.1** (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 (so genanntes Sachlichkeitsgebot). Zur näheren Festlegung dieser Grundsätze erließ das Land Tirol Richtlinien (siehe dazu TZ 2).

(2) Alle Werbemaßnahmen des Landes Tirol im überprüften Zeitraum enthielten Sachinformation. Das medientransparenzrechtliche Hinweis- bzw. Kopfverbot wurde bei allen entgeltlichen Veröffentlichungen beachtet.

**9.2** Der RH anerkannte, dass alle gemeldeten Werbemaßnahmen des Landes Tirol im überprüften Zeitraum ausschließlich Sachinformationen enthielten und das Hinweis- bzw. Kopfverbot beachteten.

#### Bagatellgrenze

**10.1** (1) Wie in den TZ 4 und 6 dargestellt, gab das Land Tirol 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.

## Bagatellgrenze

<b>Tabelle 2: Bagatell-Werbeaufträge und –ausgaben zum Zeitpunkt der Meldung</b>					
Quartal	Gesamtausgaben nach Medientransparenzgesetz	Summe der an die KommAustria gemeldeten Nettogesamtentgelte	Nicht zu meldende Bagatellbeträge	Bagatell-Werbeaufträge	Anteil der Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben
				Anzahl	in %
in EUR					
03/2012	54.490,23	44.873,10	9.617,13	10	18
04/2012	104.672,64	85.528,70	19.143,94	14	18
01/2013	113.607,96	76.949,55	36.658,41	39	32
02/2013	52.725,88	29.626,35	23.099,53	25	44
03/2013	15.827,11	9.210,71	6.616,40	8	42
04/2013	188.376,40	154.715,82	33.660,58	58	18
<b>Summe</b>	<b>529.700,22</b>	<b>400.904,23</b>	<b>128.795,99</b>	<b>154</b>	<b>24</b>

Quellen: Land Tirol; RH

Die jeweiligen Anteile der – nicht zu meldenden – Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben schwankten zwischen 18 % (3. und 4. Quartal 2012 sowie 4. Quartal 2013) und 44 % (2. Quartal 2013). Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften sechs Quartalen rd. 24 %, das sind rd. 129.000 EUR.

(2) Das Land Tirol gewährte im überprüften Zeitraum insgesamt 13 Förderungen in Gesamthöhe von 138.175,49 EUR (siehe TZ 4); davon lagen acht Förderungen in Gesamthöhe von 15.079,66 EUR unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden. Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften sechs Quartalen rd. 11 %.

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

## Schlussempfehlungen

11 Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen an das Land Tirol hervor:

(1) In der Geschäftseinteilung sollten die Angelegenheiten der Medientransparenz zentral als Aufgabe der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit verankert werden. (TZ 3, 4)

(2) Die obligatorische Einbindung der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit in die Vorbereitung und Abwicklung aller Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen sowie deren Beurteilung auf ihre Übereinstimmung mit dem Medientransparenzrecht wäre erlassmäßig zu regeln. Ebenso wäre die Prüfung der diesbezüglichen Meldungen der Organisationseinheiten auf Vollständigkeit und Richtigkeit durch die Abteilung der Öffentlichkeitsarbeit und auf die Erfüllung der Bekanntgabepflichten an die KommAustria im Erlass zu ergänzen. (TZ 3, 4)

(3) Die Organisationseinheiten sollten angehalten werden die vollständige Dokumentation aller Werbeaufträge und Medienkooperationen an die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit zu übermitteln. (TZ 5)

(4) Die erlassmäßigen Vorgaben wären auf Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz zu erstrecken. (TZ 5)

(5) Die bestehenden organisatorischen, systematischen und technischen Maßnahmen der Datenerfassung wären zu optimieren und dadurch Voraussetzungen zu schaffen, um künftig vollständige und richtige Quartalsmeldungen an die KommAustria sicherzustellen. (TZ 6)

(6) Bei künftigen Meldungen von Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz wäre immer der Zeitpunkt der Zusage der Förderung als Grundlage für die Quartalsmeldungen heranzuziehen. (TZ 7)

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





## **ANHANG**

### **Quartalsmeldungen des Landes Tirol an die KommAustria**

Quartalsmeldungen des Landes Tirol an die KommAustria		
<b>3. Quartal 2012</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	ORF Tirol Fernsehen	15.000,00
	Tiroler Krone	14.873,10
	tiroltv	15.000,00
		<b>44.873,10</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	ORF	70.000,00
		<b>114.873,10</b>
<b>4. Quartal 2012</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Tiroler Bezirksblätter	12.276,34
	Tiroler Tageszeitung print	43.504,10
	ORF Tirol Fernsehen	29.748,26
		<b>85.528,70</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
		<b>85.528,70</b>
<b>1. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	ORF Tirol Fernsehen	15.000,00
	Tiroler Bezirksblätter	18.948,18
	Tiroler Krone	11.013,00
	Tiroler Tageszeitung Print	31.988,37
		<b>76.949,55</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Verein Freies Radio Innsbruck	15.000,00
	Verein Naturpark Lech	16.083,33
		<b>31.083,33</b>
		<b>108.032,88</b>

Quartalsmeldungen des Landes Tirol an die KommAustria		
<b>2. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Bezirksblätter Tirol	16.145,59
	Kronen Zeitung	7.628,00
	Tiroler Tageszeitung	5.852,76
		<b>29.626,35</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen	11.012,50
	Naturpark Ötztal	11.000,00
		<b>22.012,50</b>
		<b>51.638,85</b>
<b>3. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Bezirksblätter Tirol	9.210,71
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
		<b>9.210,71</b>
<b>4. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Bezirksblätter Tirol	13.333,22
	Kronen Zeitung	27.852,20
	ORF 2	51.750,00
	ORF Radio Tirol	5.998,26
	Österreichische Bauernzeitung – Tirol/Vorarlberg	5.111,05
	Tiroler Tageszeitung	43.581,09
	www.tt.com	7.090,00
		<b>154.715,82</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
	<b>Gesamtsumme</b>	<b>524.000,06</b>



Wien, im Dezember 2014

Der Präsident:

Dr. Josef Moser