

Kurztitel

Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz

Kundmachungsorgan

BGBI. I Nr. 125/2011 zuletzt geändert durch BGBI. I Nr. 129/2024

Typ

BG

§/Artikel/Anlage

§ 2

Inkrafttretensdatum

01.01.2024

Außerkrafttretensdatum

30.04.2026

Abkürzung

MedKF-TG

Index

16/01 Medien, Presseförderung

Text**Bekanntgabepflicht bei Aufträgen**

§ 2. (1) Zu dem in § 1 genannten Zweck haben die in den Art. 126b Abs. 1, 2 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1, 3 und 4, Art. 127a Abs. 1, 3, 4 und 9 sowie Art. 127b Abs. 1 des Bundes-Verfassungsgesetzes –B-VG, BGBI. Nr. 1/1930, angeführten sowie sonstige durch Gesetz der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger für sämtliche entweder direkt oder unter Vermittlung über Dritte erteilten Aufträge über entgeltliche Werbeleistungen in Form von

1. (audiovisueller) kommerzieller Kommunikation gemäß § 1a Z 6 des ORF-Gesetzes – ORF-G, BGBI. I Nr. 83/2001, und gemäß § 2 Z 2 des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes – AMD-G, BGBI. I Nr. 84/2001, Werbung und Sponsoring gemäß § 19 Abs. 1 und 5 des Privatradiogesetzes – PrR-G, BGBI. I Nr. 20/2001, oder Beiträgen im Dienste der Öffentlichkeit im Inhaltsangebot des ORF (§ 14 Abs. 9 ORF-G) oder in Hörfunkprogrammen nach dem PrR-G oder in audiovisuellen Mediendiensten nach dem AMD-G,
2. Veröffentlichungen in und auf Druckwerken im Sinne von § 1 Abs. 1 Z 4 des Mediengesetzes – MedienG, BGBI. Nr. 314/1981,
3. Veröffentlichungen in Diensten der Informationsgesellschaft gemäß § 1 Abs. 1 Z 2 des Notifikationsgesetzes 1999, BGBI. I Nr. 183/1999, und
4. Veröffentlichungen auf Flächen und in Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften im Sinne von § 1 Abs. 2 Z 3 des Werbeabgabegesetzes 2000, BGBI. I Nr. 29/2000,

die nachfolgend in den Abs. 1a und 1b näher beschriebenen Informationen zur Verfügung zu stellen.

(1a) Der den Auftrag erteilende Rechtsträger hat im Wege der Webschnittstelle (Abs. 3) bekanntzugeben:

1. die Art und den Namen (Titel) des jeweiligen Mediums, in oder auf dem die Werbeleistung erbracht wurde, sowie dessen Medieninhaber oder in den Fällen des Abs. 1 Z 4 den über die betreffende Fläche oder den Raum Verfügungsberechtigten und
2. die Gesamthöhe des jeweils pro Medium für die innerhalb eines Halbjahres erfolgten Veröffentlichungen (Abs. 1 Z 1 bis 4) geleisteten Entgelts.

Übersteigt das von einem Rechtsträger für Werbeleistungen innerhalb eines Halbjahres geleistete Entgelt den Betrag von 10 000 Euro, so ist zusätzlich zu den Angaben nach Z 1 und 2 für sämtliche vom Rechtsträger erteilten Aufträge das jeweilige Sujet (dh. der Inhalt, Text, die Tonfolge, das Bild oder die Bild- und Tonfolge) der Werbeleistung im Wege der Webschnittstelle zu veröffentlichen.

(1b) Jeder der in Art. 126b Abs. 1 und 3, Art. 126c, Art. 127 Abs. 1 und 4, Art. 127a Abs. 1, 4 und 9 angeführten Rechtsträger hat, für den Fall, dass er eine Reihe von inhaltlich oder thematisch zusammenhängenden Werbeleistungen (Werbekampagne) in Auftrag gibt, bei der das dafür geleistete Entgelt

1. den Betrag von 150 000 Euro übersteigt, zur Erhöhung der Transparenz zusätzlich zur und gleichzeitig mit der Veröffentlichung des Sujets (Abs. 1a) auch einen Bericht über diese Werbekampagne auf der eigenen Website über einen auf der Einstiegsseite leicht auffindbaren Link zehn Jahre lang, gerechnet ab der Veröffentlichung der letzten Werbeleistung der Kampagne, ständig bereitzustellen. Dieser Bericht hat Ausführungen zu folgenden Punkten zu beinhalten:
 - a) Beschreibung des Inhalts, der Laufzeit und des Budgets der Werbekampagne,
 - b) Definition der Ziele und der Zielgruppen,
 - c) Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses (§ 3a Abs. 1 und Abs. 2 Z 3),
 - d) Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne,
 - e) durchführende Organisationseinheit und hinzugezogene externe Dienstleister,
 - f) Begründung über die im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und die Gewichtung bei den für die Werbekampagne eingesetzten Medien,
 - g) Darstellung der Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber und
 - h) Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets.
2. den Betrag von 1 000 000 Euro übersteigt, zusätzlich zur Veröffentlichungspflicht nach Abs. 1a und zur Berichtspflicht nach Z 1 auch binnen sechs Monaten ab Veröffentlichung eine Wirkungsanalyse der Werbekampagne durchzuführen und deren Ergebnisse auf der eigenen Website über einen auf der Einstiegsseite leicht auffindbaren Link zehn Jahre lang, gerechnet ab der Veröffentlichung der letzten Werbeleistung der Kampagne, ständig bereitzustellen. Die Darstellung über die Ergebnisse hat Ausführungen zu folgenden Punkten zu beinhalten:
 - a) Name der durchführenden Einrichtung im Fall der Durchführung durch externe Stellen oder Name der durchführenden Organisationseinheit im Fall der Durchführung durch eigenes Personal,
 - b) Instrumente zur Messung der Zielerreichung,
 - c) Ergebnisse der Messung(en) und
 - d) Schlussfolgerungen und Erkenntnisgewinn im Hinblick auf Effizienz und Ressourceneinsatz für allfällige zukünftige Werbekampagnen.

(2) Abs. 1 bis 1b gelten nicht für Werbeleistungen, deren Zweck

1. die Erfüllung einer bundes- oder landesgesetzlich geregelten oder sonst verwaltungsbehördlich oder gerichtlich angeordneten Veröffentlichungsverpflichtung oder deren Zweck die Veröffentlichung von Stellenangeboten, Ausschreibungen oder von mit diesen vergleichbaren Bekanntmachungen von eingeschränktem öffentlichen Interesse ist oder
2. in der Veröffentlichung von ausschließlich an ein ausländisches Zielpublikum gerichteten Tourismuswerbebotschaften im Ausland besteht oder
3. soweit nicht schon nach Z 2 erfasst, in der Veranlassung von ausschließlich an ein ausländisches Zielpublikum gerichteten entgeltlichen Veröffentlichungen in einem von einem ausländischen Medieninhaber verbreiteten periodischen Druckwerk oder von einem solchen Medieninhaber

ausgestrahlten oder verbreiteten oder zum Abruf bereitgehaltenen periodischen elektronischen Medium besteht.

(3) Die Bekanntgabe der in Abs. 1a angeführten Informationen (einschließlich des Sujets in den Fällen des Abs. 1a zweiter Satz) hat halbjährlich jeweils spätestens nach vier Wochen gerechnet ab dem Ende eines Halbjahres durch die dazu Verpflichteten elektronisch im Wege einer Webschnittstelle (Web-Interface) an die KommAustria zu erfolgen. Die Veröffentlichung dieser personenbezogenen und nicht personenbezogenen Daten durch die KommAustria bestimmt sich nach § 3 Abs. 3.

(4) Zur Vereinfachung und Vereinheitlichung der Bekanntgabepflicht sowie zur Erleichterung der Lesbarkeit und Vergleichbarkeit des bereitgestellten Datenmaterials bei gleichzeitiger strukturierter und ressourcensparender Datenverwaltung hat die KommAustria durch Verordnung unter Berücksichtigung der Verfügbarkeit der technischen Möglichkeiten und der möglichst vereinheitlichten Zugänglichkeit festzulegen,

1. wie und allenfalls unter Verwendung welcher vorgegebener Eingabekategorien die nach Abs. 1a bekanntzugebenden Informationen über die Webschnittstelle bereitzustellen sind und
2. welche einheitlichen Datenformate für die Veröffentlichung der Dateien der jeweiligen Sujets zu verwenden sind.

(5) Das geleistete Entgelt ist jeweils als Nettoentgelt anzugeben. Bei Tausch- oder tauschähnlichen Geschäften ist der gemeine Wert anzugeben. Für die Bekanntgabepflicht maßgeblich ist jeweils der Zeitpunkt der Leistungserbringung.

Schlagworte

Tauschgeschäft

Zuletzt aktualisiert am

23.04.2026

Gesetzesnummer

20007610

Dokumentnummer

NOR40263587