

FAQs MedienTransparenzGesetz



Wir unterstützen die

**PLATTFORM
KOMMUNIKATIONS
INVESTITION**

Medienkooperationen und Werbeaufträge

1. Woher weiß ich, ob ich der der Bekanntgabepflicht nach dem MedKF-TG unterliege?	4
2. Welche Daten müssen gemeldet werden (gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG)?.....	4
3. Welcher Betrag ist bei Einschaltungen zu melden? Was ist der „Gemeine Wert“?.....	4
4. Was ist bei Gegengeschäften anzusetzen, für die es keinen Marktpreis gibt?.....	4
5. Was ist unter periodischen Druckwerken zu verstehen?	4
6. Was sind periodische elektronische Medien?.....	5
7. Welche Schaltungen sind von der Meldung ausgenommen?	5
8. Besteht eine Bekanntgabepflicht für werblich gestaltete Stellenanzeigen?	5
9. Welches Datum ist für die Eingabe bei der RTR relevant?	5
10. Was muss ich bei Mutationen eingeben?	5
11. Fällt auch die Abbildung eines Logos unter die Bekanntgabepflicht?	5
12. Was sind entgeltliche Veröffentlichungen?	6
13. Unterliegt ein Druckkostenbeitrag bzw. ein Druckkostenzuschuss der Bekanntgabepflicht nach § 4 oder jener nach § 2 MedKF-TG?	6
14. Was sind Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit?	6
15. Wie ist mit Beilagen und Sondertitel in einem periodischen Druckwerk umzugehen?	6
16. Unterliegen auch entgeltliche Veröffentlichungen auf Erlagscheinen der Bekanntgabepflicht?	6
17. Was müssen Agenturen beachten damit der Kunde seine Meldung an die RTR richtig abgeben kann?	6
18. Ist eine Unterscheidung zwischen der Print- und der Internet-Ausgabe eines Mediums zu treffen?	7
19. Ist jedes einzelne Inserat zu melden?	7
20. Können in Aussicht gestellte Rabatte oder Skonti berücksichtigt werden?	7
21. Müssen Agenturprovisionen bekanntgegeben werden?	7
22. Welche Beträge sind bei Jahresaufträgen zu melden?.....	7
23. Ist die Werbeabgabe Teil des Nettoentgelts?.....	7
24. Ist jede Website/Homepage als elektronisches periodisches Medium zu qualifizieren, sodass jede Veröffentlichung/Werbemaßnahme im Internet unter die Bekanntgabepflicht fällt? ...	7
25. Fällt die Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften (Werbeleistung iSd Werbeabgabegesetzes) unter das MedKF-TG (z.B. Plakate, Baugerüstverhüllungen)?	8
26. Sind Infoscreens (wie z.B. jene bei den Wiener Linien) von der Bekanntgabepflicht erfasst?	8
27. Sind auch ausländische periodische Medien erfasst?	8

Mediaagenturen/Gemeinschaftswerbungen/Vermittlung durch Dritte

28. Was müssen Vermarkter beachten, damit ihre Kunden ihrer Meldeverpflichtung lt. Medientransparenzgesetz nachkommen können?.....	9
29. Sind auch indirekte Aufträge - etwa über Agenturen oder Vermarkter - zu melden?	9

- 30. Muss ich melden, auch wenn ich eine Mediagentur beauftragt habe die nach eigenem Ermessen über die Schaltungen entscheidet?..... 9
- 31. Ab wann ist nicht mehr von einem Auftrag unter Vermittlung über Dritte auszugehen? 9
- 32. Ein Rechtsträger erteilt einen Werbeauftrag. Der Aufwand, den er dafür leisten muss, wird ihm aber von einem anderen Rechtsträger ersetzt. Welchen Rechtsträger trifft die Bekanntgabepflicht in Bezug auf den Auftrag? 9
- 33. Wer ist bekanntgabepflichtig, wenn ein Tochterunternehmen eines Rechtsträgers im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Werbeaufträge durchführen lässt, das Geld dafür aber intern vom Mutterunternehmen erstattet wird? 10
- 34. Wie sind Fälle der Gemeinschaftswerbung - mehrere der Prüfpflicht unterliegende Rechtsträger finanzieren gemeinsam eine Werbeaktion - zu sehen?..... 10
- 35. Welche Daten betrifft die Meldung gemäß § 4 Abs. 1 MedKF-TG? 11

Förderungen

- 36. Liegt immer dann eine Förderung vor, wenn einer Geldleistung keine Gegenleistung von einem Medieninhaber gegenüber steht? 11
- 37. Gibt es eine Bagatellgrenze in Bezug auf die Bekanntgabe von Förderungen?..... 11
- 38. Welche Förderungen fallen unter die Meldepflicht? 11
- 39. Wie stellt sich die Rechtslage dar, wenn ein Rechtsträger (allgemeine) Förderungsgelder verteilt, die von den Förderungsnehmern (auch) zur Finanzierung von Werbemaßnahmen herangezogen werden, wie z.B. im Fall von Geldern an Konzert-, Kongressveranstalter?.. 11
- 40. Wie stellt sich die Rechtslage dar, wenn ein Rechtsträger (allgemeine) Förderungsgelder an Personen verteilt, die (auch) Medieninhaber sind, wie z.B. im Fall von Konzert- oder Kongressveranstaltern, die Medieninhaber in Bezug auf eine Zeitschrift oder eine Website sind? 12
- 41. Besteht eine Bekanntgabepflicht, wenn ein Rechtsträger Mitglied eines Verbandes bzw. Vereins ist und der Verein mit den Mitgliedsbeiträgen des Rechtsträgers Werbeaufträge, die (auch) dem Rechtsträger zugutekommen, finanziert? 12

Medienkooperationen und Werbeaufträge

1. Woher weiß ich, ob ich der der Bekanntgabepflicht nach dem MedKF-TG unterliege?

All jene Rechtsträger, die sich auf der Liste des Rechnungshofes befinden, werden von der KommAustria über ihre Bekanntgabepflichten nach dem MedKF-TG in Kenntnis gesetzt.

2. Welche Daten müssen gemeldet werden (gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG)?

Es müssen alle Medienkooperationen mit und Werbeaufträge an Medieninhaber eines periodischen Mediums bekannt geben werden:

- Name des Mediums
- Gesamthöhe des Entgelts für die innerhalb eines Quartals erfolgten Veröffentlichungen
- für sämtliche Formen der Werbung, des Sponsoring und der Produktplatzierung in Fernseh- und Hörfunkprogrammen und in audiovisuellen Mediendiensten sowie Aufträge für Patronanzsendungen in privaten Hörfunkprogrammen, ferner Aufträge für Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit in Fernseh- und Hörfunkprogrammen und audiovisuellen Mediendiensten und schließlich entgeltliche Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken und periodischen elektronischen Medien sowie in Beilagen und Sondertiteln, die einem periodischen Druckwerk angefügt sind.
- z.B. Inserate in Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen sowie in Sonderbeilagen von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen, Werbespots in Radio- und Fernsehprogrammen, Werbeschaltungen auf Websites, in elektronischen Newslettern oder Massen-E-Mails oder auch rein informative Beiträge in Radio, Fernsehen, Internet oder in Zeitungen.

3. Welcher Betrag ist bei Einschaltungen zu melden? Was ist der „Gemeine Wert“?

Das Nettoentgelt = der Betrag, der mit dem Medieninhaber für die Veröffentlichung vereinbart wurde. Nur wenn ein solcher nicht oder für einen Teil der eigenen Leistung nicht vereinbart wurde, ist dafür der „Gemeine Wert“ der eigenen Leistung, die man an das Medium erbracht hat, zu erfassen. Der „Gemeine Wert“ ist der marktübliche Preis oder, wenn ein solcher nicht bekannt ist, der Zeitwert - ausgehend vom Wiederbeschaffungswert.

Ungewöhnliche oder persönliche Verhältnisse sind nicht zu berücksichtigen. Rabatte können nach der Judikatur des Verwaltungsgerichtshofes nur berücksichtigt werden, wenn sie branchenüblich „immer und gegenüber jedermann“ gewährt werden.

4. Was ist bei Gegengeschäften anzusetzen, für die es keinen Marktpreis gibt?

Der gemeine Wert ist vom Rechtsträger selbst nach den Vorgaben des § 10 Bewertungsgesetz festzustellen. Es handelt sich dabei um eine fiktive Größe, die nach objektiven Gesichtspunkten zu beurteilen ist. Selbst wenn es keinen üblichen Marktpreis für eine Leistung gibt, ist davon auszugehen, dass sich die Leistung bewerten lässt.

5. Was ist unter periodischen Druckwerken zu verstehen?

Ein periodisches Druckwerk liegt vor, wenn ein Druckwerk unter demselben Namen in fortlaufenden Nummern mindestens 4 Mal innerhalb eines Kalenderjahres tatsächlich (in gleichen oder ungleichen Abständen) erscheint und ein gewisser inhaltlicher bzw. gestalterischer Zusammenhang zwischen den einzelnen Nummern besteht.

Typische Beispiele für periodische Druckwerke sind daher Zeitungen, Magazine sowie Zeitschriften jeglicher Art und „Größe“. Es sind nicht nur Produkte professioneller Medienunternehmen erfasst, sondern auch periodische Medien nicht professioneller Medieninhaber, wie z.B. Vereinszeitungen oder Schülerzeitungen. Keine periodischen Druckwerke sind dagegen Plakate oder Bücher.

6. Was sind periodische elektronische Medien?

Unter einem Medium ist gemäß § 1 Abs. 1 Z 1 „jedes Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Wege der Massenherstellung oder der Massenverbreitung“ zu verstehen.

Ein periodisches elektronisches Medium ist gemäß § 1 Z 5a MedienG ein Medium, das auf elektronischem Wege

- a) ausgestrahlt wird (Rundfunkprogramm) oder
- b) abrufbar ist (Website) oder
- c) wenigstens vier Mal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung verbreitet wird (wiederkehrendes elektronisches Medium).

Typische Beispiele für periodische elektronische Medien sind daher Fernseh- und Radioprogramme, Websites bzw. Homepages, elektronische Newsletter und Massen-E-Mails. Kein periodisches elektronisches Medium ist dagegen eine Videowall.

7. Welche Schaltungen sind von der Meldung ausgenommen?

Veröffentlichung von Stellenangeboten, Ausschreibungen, Kleinanzeigen, Todesanzeigen, Mitteilungen über Beförderungen, Ernennungen oder Jubiläen sowie Aufträge von Medieninhabern an sich selbst z.B. Profil wirbt im Profil, für die Erfüllung einer bundes- oder landesgesetzlich geregelten oder sonst verwaltungsbehördlich oder gerichtlich angeordneten Veröffentlichungsverpflichtung.

8. Besteht eine Bekanntgabepflicht für werblich gestaltete Stellenanzeigen?

Stellenanzeigen in Form von Aufforderungen, sich für eine konkrete Stelle zu bewerben, sind grundsätzlich von der Bekanntgabepflicht ausgenommen. Die Beurteilung, ob ein Auftrag im Einzelfall als Werbeauftrag oder als Auftrag zur Veröffentlichung einer Stellenanzeige zu qualifizieren ist, obliegt jedem Rechtsträger für sich.

9. Welches Datum ist für die Eingabe bei der RTR relevant?

Dafür ist immer der Zeitpunkt der Leistungserbringung, also das Veröffentlichungsdatum der Einschaltung, relevant.

10. Was muss ich bei Mutationen eingeben?

Es gibt insgesamt 45 Medien mit 304 Mutationen. Beispiel: Bei Einschaltungen in einer Landes-„Krone“, z.B. Kronen Zeitung-Salzburg wird immer nur unter dem Medium „KRONEN ZEITUNG“ gemeldet und nicht unter dem Namen der (Landes-)Mutation.

11. Fällt auch die Abbildung eines Logos unter die Bekanntgabepflicht?

Wird allein das Logo als Hinweis auf allgemeine Förderungen eines Rechtsträgers veröffentlicht (Sponsorgelder für Kongresse, Veranstaltungen o.ä.), liegt keine entgeltliche Veröffentlichung vor, sodass auch keine Bekanntgabepflicht besteht.

Im Regelfall wird die Veröffentlichung des Logos aufgrund des Sponsorings eines Beitrages oder eines Druckkostenzuschusses für ein Medium erfolgen. In diesem Fall liegt bereits wegen des Sponsorings bzw. wegen des Druckkostenzuschusses eine Bekanntgabepflicht vor.

12. Was sind entgeltliche Veröffentlichungen?

Veröffentlichungen sind Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte. Der Begriff der Entgeltlichkeit ist dabei weit zu verstehen. Als Entgelt gilt jede Gegenleistung, auch wenn sie einer anderen Person zu Gute kommen soll. Das gilt auch, wenn ein Rechtsträger daher einen Druckkosten- oder Produktionskostenzuschuss leistet oder wenn er sonstige Leistungen für den Medieninhaber erbringt (= Kompensationsgeschäfte).

13. Unterliegt ein Druckkostenbeitrag bzw. ein Druckkostenzuschuss der Bekanntgabepflicht nach § 2 MedKF-TG?

Ja. Ein Druckkostenbeitrag bzw. Druckkostenzuschuss unterliegt unabhängig von seiner konkreten Ausgestaltung der Bekanntgabepflicht nach § 2 MedKF-TG.

Druckkostenbeiträge werden als Beispiele für verschleierte Zuwendungen für entgeltliche Veröffentlichungen genannt. Handelt es sich ausdrücklich um einen Jahresbeitrag, dem z.B. vier Ausgaben eines Mediums gegenüberstehen, kann der Betrag auf vier Veröffentlichungen aufgeteilt werden. Die Entscheidung, zu welchem Zeitpunkt ein Druckkostenbeitrag bekanntzugeben ist, ist bezogen auf den jeweiligen Einzelfall zu treffen.

14. Was sind Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit?

Beiträge im Dienst der Öffentlichkeit sind Beiträge, mit denen Sachinformationen bereitgestellt werden, aus denen die Allgemeinheit oder auch nur eine anhand genereller Kriterien bestimmbare Personengruppe insofern einen gewissen persönlichen Nutzen ziehen kann, als ihr „ein Dienst erwiesen“ wird - etwa durch Information über ein gemeinnütziges Angebot oder durch Ratschläge in Bezug auf bestimmte Verhaltensweisen, z.B. Informationen zur Straßenverkehrssicherheit, über Bürgerpflichten oder zur Gesundheitsförderung.

15. Wie ist mit Beilagen und Sondertiteln in einem periodischen Druckwerk umzugehen?

Beilagen und Sondertitel sind nur dann erfasst, wenn sie den selben Medieninhaber aufweisen, wie das Druckwerk, dem sie beigelegt sind. Das bedeutet: Ein (einzelner) Sondertitel eines Medieninhabers, der dem Medium eines anderen Medieninhabers angefügt wird, unterliegt nicht der Bekanntgabepflicht.

Ist die Beilage oder der Sondertitel selbst ein periodisches Druckwerk, unterliegen Werbeaufträge in Bezug auf diese Beilage oder diesem Sondertitel der Bekanntgabepflicht z.B. Immo-Kurier, Freizeit.

16. Unterliegen auch entgeltliche Veröffentlichungen auf Erlagscheinen der Bekanntgabepflicht?

Werbung auf Erlagscheinen unterliegt nur dann der Bekanntgabepflicht, wenn diese Erlagscheine einem periodischen Druckwerk desselben Medieninhabers beigelegt werden, dem auch die Erlagscheine zuzurechnen sind.

17. Was müssen Agenturen beachten, damit der Kunde seine Meldung an die RTR richtig abgeben kann?

Bei der Angebots-/Rechnungslegung müssen folgende Punkte beachtet werden:

Sämtliche Einzelschaltungen sind nach

- dem Veröffentlichungsdatum zu listen
- ebenso dem jeweiligen Quartal und die
- Beträge sind entsprechend der Schaltungen aufzuteilen

18. Ist eine Unterscheidung zwischen der Print- und der Internet-Ausgabe eines Mediums zu treffen?

Aufträge, die sowohl in der Printausgabe als auch in der Internet-Ausgabe einer Zeitung durchgeführt werden, müssen jeweils gesondert bekanntgegeben werden. Die Printausgabe einer Zeitung stellt ein periodisches Druckwerk dar, die Internet-Ausgabe einer Zeitung ist als periodisches elektronisches Medium zu qualifizieren. Entgelte, die für die Printausgabe einer Zeitung ausgegeben werden, sind daher von jenen, die für die Internet-Ausgabe einer Zeitung ausgegeben werden, zu unterscheiden.

19. Ist jedes einzelne Inserat zu melden?

Nein, nur die Summe der Entgelte betreffend ein Medium pro Quartal (sofern diese Summe die Bagatellgrenze von € 5.000,- übersteigt), ist bekannt zu geben. Es ist auch nicht notwendig, die Anzahl der Inserate zu melden.

20. Können in Aussicht gestellte Rabatte oder Skonti berücksichtigt werden?

Das Gesetz schreibt die Bekanntgabe des zu leistenden Nettoentgelts vor, d.h. allfällige Rabatte oder Skonti (wenn sie vereinbart wurden und zum Meldezeitpunkt bekannt sind) müssen berücksichtigt werden. Die Beurteilung, welche Beträge konkret gemeldet werden, obliegt den Rechtsträgern. Sie sind für die Richtigkeit der Daten verantwortlich.

21. Müssen Agenturprovisionen bekanntgegeben werden?

Nein. Agenturprovisionen sind nicht zu berücksichtigen. Es kommt nur auf das Entgelt an, das dem Medieninhaber zukommt.

22. Welche Beträge sind bei Jahresaufträgen zu melden?

Bei Jahresaufträgen ist eine Aliquotierung vorzunehmen. Das Gesamtentgelt, das für den Jahresauftrag geleistet werden muss, ist auf die in den einzelnen Quartalen vom Medieninhaber durchgeführten Auftragsteile aufzuteilen.

23. Ist die Werbeabgabe Teil des Nettoentgelts?

Nein. Maßgeblich ist jenes Entgelt, das dem Medieninhaber tatsächlich zukommt. Die Werbeabgabe ist nicht Teil des bekanntzugebenden Nettoentgelts.

24. Ist jede Website/Homepage als elektronisches periodisches Medium zu qualifizieren, sodass jede Veröffentlichung/Werbemaßnahme im Internet unter die Bekanntgabepflicht fällt?

Werbung und entgeltliche Veröffentlichungen auf Websites im Internet unterliegen generell der Bekanntgabepflicht.

Im Allgemeinen wird jede Website als periodisches elektronisches Medium qualifiziert. Das MedKF-TG stellt nach seinem Wortlaut ganz allgemein auf entgeltliche Veröffentlichungen in

periodischen elektronischen Medien ab. Es trifft keine Unterscheidung zwischen Websites in Bezug auf deren Informationsgehalt bzw. gedanklichen Inhalt. Auch Werbung auf „kleinen“ Websites - d.h. auf Websites, die bloß der privaten Selbstdarstellung oder nur der Darstellung der Leistungen und Produkte eines Unternehmens dienen - unterliegt somit der Bekanntgabepflicht.

25. Fällt die Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften (Werbeleistung iSd Werbeabgabegesetzes) unter das MedKF-TG (z.B. Plakate, Baugerüstverhüllungen)?

Nein. Der Bekanntgabepflicht unterliegen Werbeaufträge in Bezug auf periodische Druckwerke und periodische elektronische Medien. Plakate und Baugerüstverhüllungen sind keine periodischen Medien in diesem Sinne.

26. Sind Infoscreens (wie z.B. jene bei den Wiener Linien) von der Bekanntgabepflicht erfasst?

Ja. Entgeltliche Veröffentlichungen über Infoscreens sind von der Bekanntgabepflicht erfasst. Ein Medium ist nach § 1 Abs. 1 Z 1 Mediengesetz jedes Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Wege der Massenherstellung oder der Massenverbreitung. Im Rahmen von Infoscreens werden derartige gedankliche Inhalte u.a. in Form von aktuellen Nachrichten und Informationen zu den Themen Sport, Kultur, Wetter und Lifestyle transportiert.

Periodische elektronische Medien sind gemäß § 1 Abs. 1 Z 5a lit. c Mediengesetz auch „wiederkehrende elektronische Medien“ - definiert als Medien, die „wenigstens viermal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung verbreitet“ werden. Die Inhalte der Infoscreens basieren auf regelmäßiger redaktioneller Tätigkeit und werden permanent aktualisiert bzw. geändert. Sämtliche Inhalte werden in vergleichbarer Gestaltung und jeweils gleichem Erscheinungsbild präsentiert und verbreitet. Infoscreens sind somit als periodische elektronische Medien zu qualifizieren.

27. Sind auch ausländische periodische Medien erfasst?

Ja. Das Gesetz enthält keine Ausnahme zugunsten von ausländischen periodischen Medien. Auch Werbeaufträge, die ausländischen periodischen Medien erteilt werden, sind daher von der Bekanntgabepflicht erfasst.

Mediaagenturen/Gemeinschaftswerbungen/ Vermittlung durch Dritte

28. Was müssen Vermarkter beachten, damit ihre Kunden ihrer Meldeverpflichtung lt. Medientransparenzgesetz nachkommen können?

Gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG sind der Name des periodischen Mediums und das darauf bezogene Nettoentgelt bekanntzugeben. Die Erläuterungen zum Gesetz konkretisieren den Namen des Mediums als konkrete/s Druckwerk, Rundfunkprogramm oder Website. Das Gesetz verpflichtet die Rechtsträger somit ausdrücklich dazu, das konkrete einzelne Medium, in dem Werbeaufträge durchgeführt werden, bekanntzugeben (sofern dafür ein Betrag von mehr als € 5.000,- innerhalb eines Quartals aufgewendet worden ist).

Ein Rechtsträger kann seiner Bekanntgabepflicht aber nur dann nachkommen, wenn er genaue Kenntnis darüber hat, in welchen Medien Aufträge durchgeführt worden sind und wie viele seiner finanziellen Mittel dafür im Einzelnen aufgewendet worden sind. Werden also Werbeaufträge über sog. Vermarkter, wie z.B. die "Regionalmedien Austria AG" oder die "Radiomarketing Service Austria" gebucht, müssen vom jeweiligen Vermarkter genaue Angaben darüber verlangt werden, wie sich der geleistete Gesamtbetrag auf die jeweils erfassten periodischen Medien aufteilt. Die Angabe des Vermarkters als "Name des Mediums" wäre unzulässig.

29. Sind auch indirekte Aufträge - etwa über Agenturen oder Vermarkter - zu melden?

Ja. Aus den Erläuterungen des Gesetzes ergibt sich, dass auch jeder sonst im Wege von Medienkooperationen z.B. unter Zwischenschaltung einer Medienagentur erteilte Auftrag bekanntgabepflichtig ist.

30. Muss ich melden, auch wenn ich eine Mediagentur beauftragt habe, die nach eigenem Ermessen über die Schaltungen entscheidet?

Die Erläuterungen zum MedKF-TG nennen als Beispiele für Aufträge, die unter Vermittlung über Dritte erteilt werden, Aufträge, die unter Zwischenschaltung einer Medienagentur erteilt wurden. Dabei wird außerdem klargestellt, dass eine Meldepflicht selbst dann besteht, wenn die Medienagentur nach ihrem eigenen Ermessen und im eigenen Namen den Medieninhaber und das periodische Medium auswählt. Auch in diesem Fall ist ein Rechtsträger also bekanntgabepflichtig.

31. Ab wann ist nicht mehr von einem Auftrag unter Vermittlung über Dritte auszugehen?

Als Abgrenzungskriterium bietet sich an, darauf abzustellen, wessen finanzielle Mittel für einen Auftrag aufgewendet werden bzw. auf wessen Rechnung ein Werbeauftrag durchgeführt wird. Die Bekanntgabepflicht trifft somit jedenfalls denjenigen Rechtsträger, der für einen Auftrag - wenn auch unter Zwischenschaltung eines Dritten (wie z.B. einer Medienagentur) - finanzielle Mittel aufwendet.

32. Ein Rechtsträger erteilt einen Werbeauftrag. Der Aufwand, den er dafür leisten muss, wird ihm aber von einem anderen Rechtsträger ersetzt. Welchen Rechtsträger trifft die Bekanntgabepflicht in Bezug auf den Auftrag?

Fraglich ist, ob hier ein Fall einer Vermittlung über Dritte vorliegt.

Ein Auftrag ist regelmäßig jenem Rechtsträger zuzuordnen, der dafür bezahlt (auch wenn er über

einen Dritten zustande kommt). Als Abgrenzungskriterium für die Beurteilung der Bekanntgabepflicht bietet sich daher an, darauf abzustellen, von wem die finanziellen Mittel für einen Werbeauftrag ausgehen bzw. auf wessen Rechnung der Werbeauftrag durchgeführt wird. Im Falle einer Beteiligung mehrerer Rechtsträger und insbesondere bei Verrechnung eines Werbeauftrages zwischen mehreren Rechtsträgern, sind daher prinzipiell alle von der Bekanntgabepflicht betroffen. Läuft der Werbeauftrag aber nur auf Rechnung eines der beteiligten Rechtsträger, kann auch nur dieser alleine die Bekanntgabe übernehmen.

Derartige Konstellationen können daher je nach konkreter Ausgestaltung unterschiedlich zu beurteilen sein. Die beteiligten Rechtsträger müssen entscheiden, welche Variante die tatsächlichen Verhältnisse richtig widerspiegelt.

33. Wer ist bekanntgabepflichtig, wenn ein Tochterunternehmen eines Rechtsträgers im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Werbeaufträge durchführen lässt, das Geld dafür aber intern vom Mutterunternehmen erstattet wird?

Fraglich ist, ob hier ein Fall einer Vermittlung über Dritte vorliegt. Als Abgrenzungskriterium für die Beurteilung der Bekanntgabepflicht bietet sich an, darauf abzustellen, von wem die finanziellen Mittel für einen Werbeauftrag ausgehen oder auf wessen Rechnung der Werbeauftrag durchgeführt wird. Es liegt an den beteiligten Rechtsträgern, zu entscheiden, welche Lösung die tatsächlichen Verhältnisse richtig widerspiegelt und ob daher das Mutterunternehmen oder das Tochterunternehmen die Bekanntgabe übernimmt. Derartige Konstellationen können daher je nach konkreter Ausgestaltung unterschiedlich zu beurteilen sein.

34. Wie sind Fälle der Gemeinschaftswerbung - mehrere der Prüfpflicht unterliegende Rechtsträger finanzieren gemeinsam eine Werbeaktion - zu sehen?

Grundsätzlich wird auch bei gemeinsamer Finanzierung eines Werbeauftrages durch mehrere Rechtsträger jeder den auf ihn entfallenden Anteil bekanntgeben können. Auch wenn dabei nur einer der Rechtsträger dem Medieninhaber gegenüber in Erscheinung tritt - er also im Auftrag der anderen Rechtsträger handelt - kann jedenfalls dann von einer "Vermittlung über Dritte" ausgegangen werden, wenn bzw. solange der Auftrag von allen beteiligten Rechtsträgern finanziert wird. In derartigen Konstellationen könnte es sich jedoch im Einzelfall als richtig erweisen, darauf abzustellen, auf wessen Rechnung der Werbeauftrag durchgeführt wird, sodass die Bekanntgabe nur von einem Rechtsträger übernommen wird (unabhängig von einer allfälligen internen Verrechnung). Derartige Konstellationen können daher je nach konkreter Ausgestaltung unterschiedlich zu beurteilen sein. Es liegt an den beteiligten Rechtsträgern, zu entscheiden, welche Lösung die tatsächlichen Verhältnisse richtig widerspiegelt und von wem daher die Bekanntgabe übernommen wird.

Förderungen

35. Welche Daten betrifft die Meldung gemäß § 4 Abs. 1 MedKF-TG?

Die Bekanntgabepflicht nach § 4 Abs. 1 MedKF-TG bezieht sich auf Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums. Es geht im weitesten Sinne um Gelder eines Rechtsträgers an einen Medieninhaber, denen keine unmittelbare Gegenleistung des Medieninhabers gegenübersteht. Bekanntzugeben sind grundsätzlich der Name des Förderungsempfängers und die Höhe der zugesagten Förderung.

36. Liegt immer dann eine Förderung vor, wenn einer Geldleistung keine Gegenleistung von einem Medieninhaber gegenüber steht?

Das primäre Unterscheidungskriterium zwischen Förderungen und Medienkooperationen besteht - auch nach den Erläuterungen - darin, dass einer Förderung eben keine unmittelbare Gegenleistung des Medieninhabers für den bekanntgabepflichtigen Rechtsträger gegenüber steht.

37. Gibt es eine Bagatellgrenze in Bezug auf die Bekanntgabe von Förderungen?

Ja. Eine Leermeldung muss abgegeben werden, wenn und solange die Gesamtsumme der innerhalb eines Quartals einem Medieninhaber zugesagten Förderungen bis zu € 5.000,- ausmacht.

38. Welche Förderungen fallen unter die Meldepflicht?

Im Gesetz werden ausdrücklich Förderungen aus dem Fonds zur Förderung des nichtkommerziellen Rundfunks sowie aus dem Fonds zur Förderung des Privatrundfunks und Förderungen nach dem Presseförderungs- sowie nach dem Publizistikförderungsgesetz genannt.

Darüber hinaus bezieht sich die Bekanntgabepflicht auch auf sämtliche Fördermaßnahmen eines Rechtsträgers für einen Medieninhaber, die diesen demonstrativ aufgezählten Förderungen inhaltlich vergleichbar sind. Inhaltliche Vergleichbarkeit liegt dabei dann vor, wenn die Fördermaßnahmen die inhaltliche Gestaltung, Herstellung oder Verbreitung eines periodischen Druckwerks oder die inhaltliche Gestaltung und Ausstrahlung oder Abrufbarkeit eines periodischen elektronischen Mediums betreffen.

Daraus ergibt sich, dass bloße Infrastrukturförderungen im Rundfunkbereich nicht erfasst sind. In Bezug auf periodische Druckwerke sind im Unterschied dazu auch bloße Herstellungs- oder Verbreitungsförderungen erfasst.

39. Wie stellt sich die Rechtslage dar, wenn ein Rechtsträger (allgemeine) Förderungsgelder verteilt, die von den Förderungsnehmern (auch) zur Finanzierung von Werbemaßnahmen herangezogen werden, wie z.B. im Fall von Geldern an Konzert-, Kongressveranstalter?

Fraglich ist, ob die Werbemaßnahmen, die ein Förderungsnehmer durchführen lässt, dem Förderungsgeber zurechenbar sind bzw. als von ihm "unter Vermittlung über Dritte" - konkret den Förderungsnehmer - in Auftrag gegeben zu qualifizieren sind.

Ausgehend von den Erläuterungen, die in Bezug auf Vermittlungen über Dritte ausdrücklich auf den Fall der Erteilung eines Auftrages über eine Medienagentur abstellen, sind einem Rechtsträger regelmäßig solche Aufträge zurechenbar (und daher von ihm bekanntzugeben), die aus seinen finanziellen Mitteln bezahlt bzw. auf seine Rechnung durchgeführt werden.

Wenn ein Rechtsträger Förderungsgelder vergibt und der Förderungsnehmer diese Gelder für Werbeaufträge verwendet, erfolgt der Werbeauftrag grundsätzlich nicht mehr mit den finanziellen Mitteln des Rechtsträgers (wenn auch mit Mitteln, die von ihm zur Verfügung gestellt werden). Es besteht keine Bekanntgabepflicht für den förderungsgebenden Rechtsträger.

Das gilt jedenfalls dann, wenn der Förderungsnehmer vollkommen freie Entscheidungsmacht darüber hat, was er mit dem Geld, das er als Förderung vom Rechtsträger bekommt, macht.

Das kann jedoch auch dann gelten, wenn der Förderungsnehmer vom förderungsgebenden Rechtsträger mit einem Teil des Geldes zu Werbemaßnahmen verpflichtet wird, wenn davon ausgegangen werden kann, dass das (Förderungs-)Geld ungeachtet dessen ins Eigentum des Förderungsnehmers übergeht. Der Werbeauftrag wird auch in diesem Fall aus den finanziellen Mitteln des Förderungsnehmers finanziert bzw. erfolgt auf seine Rechnung.

Ist der Förderungsnehmer jedoch selbst auch ein bekanntgabepflichtiger Rechtsträger, wäre er hinsichtlich dieser Werbeaufträge von der Bekanntgabepflicht betroffen.

40. Wie stellt sich die Rechtslage dar, wenn ein Rechtsträger (allgemeine) Förderungsgelder an Personen verteilt, die (auch) Medieninhaber sind, wie z.B. im Fall von Konzert- oder Kongressveranstaltern, die Medieninhaber in Bezug auf eine Zeitschrift oder eine Website sind?

Wird von einem Rechtsträger eine Förderung an eine Person vergeben, die selbst Medieninhaber ist und das Geld zur Gänze oder hinsichtlich eines Teils für ihr Medium verwenden möchte, kann der förderungsgebende Rechtsträger einer Bekanntgabepflicht nach § 4 - hinsichtlich Förderungen an Medieninhaber - unterliegen.

Der förderungsgebende Rechtsträger ist dabei prinzipiell nur insoweit bekanntgabepflichtig, als die Förderung dem Förderungsnehmer für die inhaltliche Gestaltung, Ausstrahlung oder Abrufbarkeit bzw. Herstellung oder Verbreitung seines eigenen periodischen Mediums gewährt wird.

41. Besteht eine Bekanntgabepflicht, wenn ein Rechtsträger Mitglied eines Verbandes bzw. Vereins ist und der Verein mit den Mitgliedsbeiträgen des Rechtsträgers Werbeaufträge, die (auch) dem Rechtsträger zugutekommen, finanziert?

Der Rechtsträger, der Mitglied des Verbandes bzw. des Vereins ist, kann in Bezug auf derartige Werbeaufträge insoweit der Bekanntgabepflicht unterliegen, als diese mit seinen eigenen Mitteln bzw. auf seine Rechnung finanziert werden. In diesem Fall könnte eine Vermittlung über Dritte - eben den Verband bzw. Verein - angenommen werden, die zur Bekanntgabepflicht des Rechtsträgers führen würde. Sofern die Mittel für den Werbeauftrag allerdings nicht (mehr) dem Rechtsträger, sondern dem Verband bzw. Verein zuzurechnen sind, ist keine Bekanntgabepflicht des Rechtsträgers (mehr) anzunehmen.

<p>Hinweis: Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältigster Bearbeitung ohne Gewähr und eine Haftung des Autors oder des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation ist ausgeschlossen. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter!</p>	<p>Stand: Oktober 2012</p>
--	----------------------------