

An das
Bundesministerium für Wohnen, Kunst,
Kultur, Medien und Sport
Concordiaplatz 2
1010 Wien

Abteilung für Rechtspolitik
Wiedner Hauptstraße 63 | 1045 Wien
T 05 90 900DW | F 05 90 900233
E rp@wko.at
W wko.at/rp

per E-Mail:
medienrecht@bmwkms.gv.at

per Webformular:
Parlamentarisches Begutachtungsverfahren

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom 2025-0-431.358	Unser Zeichen, Sachbearbeiter Rp 70.6.13.2/2025/WP/ZL Dr. Winfried Pöcherstorfer	Durchwahl 4002	Datum 9.10.2025
---	--	-------------------	--------------------

Bundesgesetz, mit dem das Bundesgesetz über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (Pol-W-G) erlassen wird und das KommAustria-Gesetz sowie das Mediengesetz geändert werden (Pol-W-G Novelle) - Stellungnahme

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Wirtschaftskammer Österreich bedankt sich für die Übermittlung des im Betreff genannten Gesetzgebungsvorhabens und nimmt hiezu wie folgt Stellung:

I. Allgemeines

Wir bekennen uns zu den in der EU-Verordnung 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung sowie in dem zu deren Umsetzung vorgeschlagenen Bundesgesetz (Pol-W-G) angeführten Zielsetzungen, erlauben uns dabei aber, Anpassungen und Konkretisierungen anzuregen, um höchstmögliche Klarheit dahingehend sicherzustellen, welche Verpflichtungen von den Normunterworfenen unter welchen Voraussetzungen konkret einzuhalten sind.

II. Im Einzelnen zu den Regelungsbereichen von VO 2024/900 und Pol-W-G

Mangelnde Determiniertheit des Begriffs „politische Werbung“ in Art 3 VO 2024/900

Die zentrale Voraussetzung für die Anwendbarkeit der EU-Verordnung 2024/900, nämlich das Vorliegen politischer Werbung, wird in dieser Verordnung selbst nur abstrakt und wenig konturiert umschrieben. Art 3 Z 2 lit b der Verordnung zufolge soll politische Werbung u.a. dann vorliegen, wenn es um eine Botschaft geht, „die geeignet und darauf ausgerichtet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, ein Abstimmungsverhalten oder einen

Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene zu beeinflussen“.

Es ist selbst unter Heranziehung der am 8.10.2025 veröffentlichten Leitlinien der Kommission C(2025) 6829 final zur Unterstützung der Durchführung der VO 2024/900 nicht gänzlich klar, wie konkret eine solche Botschaft beschaffen sein muss, um als politisch qualifiziert zu werden.

Ist ein werbliches Eintreten für Entbürokratisierung, die Sicherung des Wirtschaftsstandortes oder die Senkung von Steuern bereits politische Werbung, weil damit auf die Beeinflussung eines Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess abgezielt wird (welches Prozesses?), oder erfolgt eine solche Zuordnung erst infolge der Angabe eines konkreten Rechtsaktes, der geändert werden soll? Eindeutig lässt sich diese Frage auch anhand der Ausführungen auf S 22 ff der besagten Leitlinien nicht beantworten.

Es ist ferner völlig unklar, in welcher zeitlichen Nähe eine werbliche Botschaft zu einer Wahl veröffentlicht werden muss, um als potenziell wahlbeeinflussend und damit politisch qualifiziert werden zu können. Präzisierend wäre festzulegen, dass die jeweilige Wahl bereits offiziell ausgeschrieben worden sein muss.

Vor diesem Hintergrund sowie insbesondere in Anbetracht der herrschenden Ungewissheiten mag es auch nicht verwundern, dass etwa Google (<https://blog.google/around-the-globe/google-europe/political-advertising-in-eu/>) und Meta erklärt haben (<https://about.fb.com/news/2025/07/ending-political-electoral-and-social-issue-advertising-in-the-eu/>), keine Anzeigen zu politischen und sozialen Themen sowie Wahlen in ihrer Suchmaschine und auf YouTube bzw auf ihren Plattformen mehr zu erlauben, weil die Verordnung politische Werbung so weit fasst, dass darunter Anzeigen zu einer extrem breiten Palette von Themen fallen könnten, die sich größtenteils nur schwer zuverlässig identifizieren lassen, was ein unhaltbares Maß an Komplexität und Rechtsunsicherheit nach sich ziehe.

Auch wenn den jüngst veröffentlichten Leitlinien der Kommission hier zumindest ein gewisses Klärungspotential zugebilligt wird, werden diese Bedenken geteilt. Sie sprechen im Lichte des Art 18 B-VG und des Art 7 EMRK auch gegen die in § 6 (Geldstrafen) zur Anwendung gebrachte Regelungstechnik (dazu sogleich).

Straftatbestände

Kritisch sehen wir auch die Straftatbestände des § 6, welche in einem Spannungsverhältnis zu Art 18 B-VG und Art 7 EMRK stehen: Der Gesetzgeber hat klar und eindeutig zum Ausdruck zu bringen, wo und wann er strafen will; es muss für die Bürgerinnen und Bürger erkennbar sein, welches Verhalten mit Strafe bedroht ist (vgl zB VfSlg 19.626/2012). Die hinreichende Determinierung des § 6 ist aber mehr als fraglich.

Das beginnt damit, dass nicht ein konkretes Verhalten umschrieben und mit Strafe bedroht wird, sondern dass hinsichtlich des verönten Verhaltens auf Bestimmungen der Verordnung 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung verwiesen wird, wobei es nicht bei Verweisen auf je einzelne Vorschriften bleibt, deren Übertretung mit Strafe bedroht wird, sondern mitunter ganze Verweisketten verwendet werden.

So wird etwa von § 6 Abs 2 Z 3 ein Sponsor bei fahrlässiger Begehung mit einer Geldstrafe bis zu 25 000 Euro, ansonsten mit einer Geldstrafe bis zu 50 000 Euro bedroht, der „in den in Art. 10

Abs. 1 dritter Satz genannten Fällen die in Art. 9 Abs. 1 lit. a) bis f) der Verordnung angeführten Informationen dem Herausgeber politischer Werbung nicht entsprechend den Vorgaben des Art. 10 Abs. 1 erster und zweiter Satz der Verordnung mitgeteilt bzw. übermittelt hat“. Welches Verhalten genau mit Strafe bedroht wird, lässt sich ohne außerordentliche methodische Fähigkeiten und eine gewisse Lust am Lösen von Denksport-Aufgaben (VfSlg 12.420/1990) überhaupt nicht ermitteln.

Zu fordern ist daher, dass § 6 legistisch dahin gehend abgeändert wird, dass an die Stelle der Verweise und Verweisketten auf die Verordnung die einzelnen verpönten Verhaltensweisen konkret umschrieben und in weiterer Folge mit Strafe bedroht werden. Darüber hinaus ist es unabdingbar, dass der nationale Gesetzgeber, wenn er Verstöße gegen Bekanntgabe- und Transparenzpflichten im Zusammenhang mit politischer Werbung pönalisiert, den Begriff der politischen Werbung iSd Gesetzes klar und präzise definiert, so dass die Normunterworfenen auch wirklich erkennen können, wann politische Werbung vorliegt und sie bei sonstiger Strafbarkeit ein bestimmtes darauf bezogenes Verhalten zu setzen haben.

Konkretisierung der Fügung „Rechtsetzungs- und Regulierungsprozesse“

Denkbar wäre die Begriffe der Rechtsetzungs- und Regulierungsprozesse dahingehend zu konkretisieren, dass ein konkreter Gesetzesentwurf vorliegen muss, der sich im Begutachtungsverfahren befindet und bis zur Beschlussfassung im Bundesrat reicht. Damit könnte eine ganze Reihe von Zweifelsfällen hintangehalten werden. Bedauerlicherweise lassen die Leitlinien auf S 23 eine solche Klarheit vermissen, indem sie auch unmittelbar bevorstehende Prozesse einbeziehen, ebenso wie Botschaften, die den Start von entsprechenden Prozessen verhindern sollen.

Kennzeichnungsanforderungen

Die Kennzeichnung politischer Werbung sollte in jedem Falle auf das notwendige Maß beschränkt bleiben. Bei bekannten Einrichtungen sollte jedenfalls ein Logo als Hinweis genügen.

Berechnung der Gesamtbeträge

Die Auslegung des Begriffs „Gesamtbeträge“ im Sinne der Verordnung sollte restriktiv erfolgen. Politische Werbung, die im Rahmen interner Tätigkeiten produziert wird, fällt nicht unter die Offenlegungspflichten gemäß Kapitel III der Verordnung. Für die Berechnung sollten ausschließlich jene Kosten berücksichtigt werden, die auf entgeltlich veröffentlichte Werbung entfallen.

Newsletter und Einwilligungserfordernisse

Im Allgemeinen Teil der Erläuterungen auf Seite 2 in Absatz 4 sollte klargestellt werden, dass auch Körperschaften öffentlichen Rechts von der Ausnahme der ausdrücklichen Einwilligung für Zwecke politischer Werbung umfasst sind. Ein Verweis auf Erwägungsgrund 77 VO 2024/900 sowie die dort genannte Aufzählung („politische Parteien, Stiftungen, Vereinigungen oder andere gemeinnützige Einrichtungen“) ist dringend anzuraten.

Sanktionen

Eine ausdrückliche Ausnahme von Geldbußen für Behörden und Körperschaften öffentlichen Rechts - analog zu § 30 Abs. 5 DSG - wäre sachgerecht und erscheint daher geboten.

Umsetzung

Die Umsetzung der umfangreichen und mitunter komplexen Bestimmungen der Verordnung 2024/900 in Österreich erfordert Augenmaß und legt den Austausch mit den betroffenen Kreisen nahe, um einen reibungslosen, auch die Interessen der Verpflichteten gebührend berücksichtigenden Vollzug dieser Bestimmungen sicherzustellen. Vor diesem Hintergrund stehen wir gerne für einen entsprechenden Austausch zur Verfügung.

Wir ersuchen um Berücksichtigung unserer Anmerkungen.

Diese Stellungnahme wird auch per Webformular im Rahmen des parlamentarischen Begutachtungsverfahrens übermittelt.

Freundliche Grüße

Dr. Harald Mahrer
Präsident

Mag. Jochen Danninger
Generalsekretär