

tige Ausschreibungen im Rahmen des Förderungsprogramms „Mobilität der Zukunft“.

(2) Der RH kritisierte, dass das BMVIT keine Analyse vornahm, ob eine Ausweitung der Förderung von Forschung und Innovation im Bereich Verlagerung/Effizienz des Verkehrs sinnvoll wäre. Der RH empfahl dem BMVIT neuerlich – in Anbetracht des angestrebten Wirkungsziels bis zum Jahr 2025 40 % des Güterverkehrs in Österreich auf der Schiene abzuwickeln und einen konstanten Anteil der Schiene von rd. 29 % bis 30 % am Gütertransportaufkommen zu erreichen – das Potenzial einer Ausweitung der Förderung von Forschung und Innovation im Bereich Verlagerung/Effizienz des Verkehrs zu analysieren.

- 13.3** *Laut Stellungnahme des BMVIT sei mit dem Start des Programms „Mobilität der Zukunft“ ein neuer Themenschwerpunkt zu umweltfreundlicher Gütermobilität und Logistik eingerichtet worden; seit 2012 seien in drei Ausschreibungen 57 Projekte mit 10,7 Mio. EUR gefördert worden. Darüber hinaus werde dieses Jahr eine Stiftungsprofessur zu Gütermobilität/Logistik in der Höhe von 1,5 Mio. EUR ausgeschrieben. Eine Weiterführung des mit Ende 2014 ausgelaufenen Innovationsförderprogramms Kombiniertes Güterverkehr mit einem Fördervolumen von 3 Mio. EUR sei geplant.*

*Eine Analyse des erforderlichen Fördervolumens erfolge laufend. Die Erfahrung zeige, dass im Wesentlichen das Potenzial an förderungswürdigen Projekten dem zur Verfügung gestellten Förderbudget entspreche. Sollte in den nächsten Jahren ein stärkerer Förderbedarf erkennbar sein, würden laut BMVIT entsprechend den finanziellen Möglichkeiten geeignete Schritte vorgenommen werden, um das angestrebte Wirkungsziel „Abwicklung von 40 % des Güterverkehrs auf die Schiene bis zum Jahr 2025“ zu erreichen.*

- 13.4** Der RH entgegnete dem BMVIT, dass das angestrebte Wirkungsziel angesichts des konstanten Anteils der Schiene am Gütertransportaufkommen mit den zur Zeit der Gebarungsüberprüfung eingesetzten Mitteln und Maßnahmen aus seiner Sicht nicht erreichbar sein wird.

Nach Ansicht des RH wäre eine Analyse darüber notwendig, ob und in welchen Bereichen der Forschung und Innovation betreffend Verlagerung/Effizienz des Verkehrs eine Ausweitung der Förderung sinnvoll wäre, um das angestrebte Wirkungsziel erreichen zu können. Der RH bekräftigte – in Anbetracht des angestrebten Wirkungsziels bis zum Jahr 2025 40 % des Güterverkehrs in Österreich auf der Schiene abzuwickeln und eines konstanten Anteils der Schiene von rd. 29 % bis 30 % am Gütertransportaufkommen – seine Empfehlung, das Poten-

zial einer Ausweitung der Förderung von Forschung und Innovation im Bereich Verlagerung/Effizienz des Verkehrs zu analysieren.

## Schlussempfehlungen

14 Der RH stellte fest, dass das BMVIT von zwölf Empfehlungen des Vorberichts sechs Empfehlungen umsetzte, vier teilweise und zwei nicht umsetzte.

Umsetzungsgrad der Empfehlungen des Vorberichts (Reihe Bund 2012/5)					
Vorbericht		Follow-up-Überprüfung			
TZ	Empfehlungsinhalt	TZ	umgesetzt	teilweise umgesetzt	nicht umgesetzt
(1)	Übergreifende Analyse der verschiedenen Maßnahmen und Vergleich hinsichtlich ihrer Kosten-Nutzen-Relationen	3			X
(2)	Festlegung überprüfbarer Wirkungsziele für die Verkehrsverlagerung im Sinne der wirkungsorientierten Haushaltsführung	2		X	
(3)	Beachtung der Vorbedingungen eines wirtschaftlichen intermodalen Güterverkehrs bei der Gewährung von Förderungen und Zuschüssen	4	X		
(4)	Regelmäßige Untersuchung der Terminalsituation	5			X
(5)	Qualität der Datenerhebung bei Privatbahnen wie bei RCA AG	6	X		
(6)	Förderung der Rollenden Landstraße nur bei angemessenem Verhältnis zwischen Vorteilen und eingesetzten Mitteln	7		X	
(7)	Erhöhung der Treffsicherheit hinsichtlich Verlagerungswirkung	8	X		
(8)	Auszahlung der Förderbeträge ohne Umsatzsteuer	9	X		
(9)	Vermeidung von Parallelförderungen	10		X	
(10)	Evaluierung des Pilotprogramms Wasserstraße Donau	11	X		
(11)	Neuausrichtung des Programms Marco Polo	12	X		
(12)	Analyse des Potenzials einer Ausweitung der Förderung von Forschung und Innovation im Bereich Verlagerung/Effizienz des Verkehrs	13		X	



Anknüpfend an den Vorbericht hob der RH folgende Empfehlungen hervor:

(1) Überprüfbare Wirkungsziele für die Verkehrsverlagerung wären festzulegen und in weiterer Folge wären zu diesen Wirkungszielen Ziele auf Systemebene festzulegen, die spezifizieren, welcher Bereich (z.B. multimodaler Verkehr) welchen Anteil zur Erreichung der generellen Ziele beitragen soll. (TZ 2)

(2) Die verschiedenen Maßnahmen wären hinsichtlich ihrer Kosten-Nutzen-Relationen zu vergleichen. (TZ 3, 7)

(3) Die Terminalsituation in Österreich wäre im Rahmen der Erstellung des „Terminalkonzepts NEU“ sowie fortan in periodischen Abständen (etwa alle zwei Jahre) auf allfällige Über- und Unterkapazitäten zu untersuchen, und die Terminalausbaupläne (ÖBB-Rahmenpläne) wären regelmäßig an die Bedarfsentwicklung anzupassen. (TZ 5)

(4) Es wäre

- bei jener Privatbahn, bei der es bei der Abrechnung des Jahres 2011 zu Unregelmäßigkeiten kam, auch die Abrechnung des Jahres 2012 überprüfen zu lassen;
- darauf hinzuwirken, dass jene Abrechnung des Jahres 2011, die Ende 2014 noch nicht abgeschlossen war, zügig finalisiert wird und
- zu prüfen, ob die im Zuge der Abrechnungsüberprüfung bei den Privatbahnen als nicht vertragskonform beurteilten Akonto-Zahlungen des BMVIT von den Privatbahnen zurückgezahlt oder mit weiteren Zahlungen gegenverrechnet wurden und falls nicht, wären diese mit zukünftigen Zahlungen zu verrechnen oder von den Privatbahnen zurückzufordern. (TZ 6)

(5) Es wären jedenfalls standardisierte Prozesse zur Abstimmung zwischen den bestehenden Förderungsprogrammen zu implementieren und bei der Definition neuer Förderungsprogramme darauf zu achten, dass auch in Zukunft inhaltliche Überlappungen mit bereits bestehenden Förderungsschienen ausgeschlossen sind. (TZ 10)

## Schlussempfehlungen

(6) Es wären die internationalen Bemühungen im Rahmen der Strategie der EU für den Donaunraum voranzutreiben, um in Kooperation mit den anderen Donauanrainerstaaten die Schiffbarkeitshindernisse auf dem gesamten Lauf der Donau zu beseitigen und so zu einer Erhöhung des Gütertransportvolumens auf der Donau beizutragen. (TZ 11)

(7) Es wäre das Potenzial einer Ausweitung der Förderung von Forschung und Innovation im Bereich Verlagerung/Effizienz des Verkehrs zu analysieren. (TZ 13)



# Bericht des Rechnungshofes

## Medientransparenz in der AUVA



## Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis _____	404
Abkürzungsverzeichnis _____	405

Wirkungsbereich des Bundesministeriums für  
Gesundheit

BMG

## Medientransparenz in der AUVA

KURZFASSUNG _____	408
Prüfungsablauf und -gegenstand _____	412
Rechtliche Grundlagen _____	414
Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz _____	416
Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen _____	424
Bagatellgrenze _____	426
Schlussempfehlungen _____	428

ANHANG

Medientransparenz in der AUVA _____	429
-------------------------------------	-----

# Tabellen



## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gesamtausgaben der AUVA für Werbeaufträge und Medienkooperationen nach Medientransparenzgesetz	418
Tabelle 2: Bagatell-Werbefträge und -ausgaben der AUVA zum Zeitpunkt der Meldung	427



# Abkürzungen

## Abkürzungsverzeichnis

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



## **Wirkungsbereich des Bundesministeriums für Gesundheit**

### **Medientransparenz in der AUVA**

Die AUVA gab 77 Medienmeldungen in Höhe von insgesamt rd. 900.000 EUR der KommAustria im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) bekannt. Sie meldete jedoch zwei in ihrem Auftrag hergestellte Medien in Höhe von insgesamt rd. 1,8 Mio. EUR nicht. Somit waren alle Quartalsmeldungen der AUVA unvollständig. Nur rund ein Drittel der meldepflichtigen Gesamtentgelte hatte sie der KommAustria bekanntgegeben.

Im Zuge der Gebarungsüberprüfung anerkannte die AUVA die Bekanntgabepflicht für beide in ihrem Auftrag hergestellten Medien und meldete der KommAustria im 1. Quartal 2015 die Kosten als Förderung, nicht aber als Medienkooperation bzw. Werbeauftrag.

Die AUVA kündigte weiters an, ab sofort die Medieninhaberschaft bei beiden Medien zu übernehmen, um damit nicht mehr der Bekanntgabepflicht zu unterliegen. Dadurch umgeht sie das Medientransparenzrecht.

Auffällig war darüber hinaus der verhältnismäßig hohe Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den von der AUVA erfassten Gesamtausgaben sowie der hohe Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen.

Weiters kam es zu Verstößen gegen das Hinweis- und Kopfverbot sowie 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 5.736 meldepflichtigen Rechtsträgern zählen demnach u.a. die Bundesministerien, die Landesverwaltungen, Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern, Gemeindeverbände, Träger der Sozialversicherung 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)

Die AUVA unterliegt der RH-Kontrolle sowie der Meldepflicht nach dem Medientransparenzrecht. (TZ 2)



Inhaltliche Vorgaben sind in § 3a Medientransparenzgesetz und in den Verordnungen der Bundes- und Landesregierungen geregelt. 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. Durch eine Regelung im Verfassungsrang hätte die zweckmäßige Möglichkeit bestanden, eine einheitliche Vorgehensweise für den Bund und die Länder zu schaffen. Diese Gelegenheit der Verwaltungsvereinfachung blieb ungenützt. (TZ 2)

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

Die Angelegenheiten der Medientransparenz waren in der AUVA organisatorisch implementiert. Die beschaffungstechnischen IT-Systeme waren geeignet, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben der AUVA an die KommAustria zu gewährleisten. (TZ 3)

**Rechtzeitigkeit und Vollständigkeit der Meldungen**

Im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) erfasste die AUVA im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz 680 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von rd. 1,5 Mio. EUR. Davon unterlagen 204 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 905.675,63 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz. Die Bekanntgabe dieser Werbemaßnahmen erfolgte zusammengefasst in 77 Medienmeldungen rechtzeitig an die KommAustria. (TZ 4)

Rechtliche Unklarheit bei der AUVA über den melderlevanten Erscheinungszeitpunkt einer ganzjährigen Online-Werbemaßnahme führte zur unvollständigen Meldung des 1. Quartals 2013 an die KommAustria. (TZ 5)

Die AUVA war Herausgeberin des Kundenmagazins „Alle! Achtung!“ und des Fachmagazins „Sichere Arbeit“, die in ihrem Auftrag von den Medieninhabern ÄrzteVerlag bzw. ÖGB-Verlag hergestellt und versendet wurden. Sie hatte es im Zuge des Inkrafttretens des Medientransparenzgesetzes unterlassen, das Vorliegen der Bekanntgabepflicht bei beiden Magazinen von der Rechtsabteilung prüfen zu lassen und meldete die damit verbundenen Kosten nicht. Somit



## Kurzfassung

waren im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) alle Quartalsmeldungen der AUVA unvollständig, und mit den gemeldeten insgesamt rd. 900.000 EUR wurde somit nur rund ein Drittel der meldepflichtigen Gesamtentgelte (siehe TZ 4) der KommAustria bekanntgegeben. (TZ 6)

Im Zuge der Gebarungsüberprüfung hat die AUVA zwar beide Medien für das 1. Quartal 2015 bekanntgegeben, diese unrichtigerweise jedoch nicht als entgeltliche Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit Medieninhabern nach § 2 Medientransparenzgesetz, sondern als Förderungen an Medieninhaber nach § 4 Medientransparenzgesetz an die KommAustria gemeldet. (TZ 6)

Weiters kündigte die AUVA an, ab sofort selbst als Medieninhaber im Impressum beider Medien aufzuscheinen. Somit umgeht die AUVA das Medientransparenzgesetz. Sie unterläuft mit dieser Vorgangsweise nicht nur das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen zu ermöglichen, sondern sie muss auch die inhaltlichen Vorgaben des Medientransparenzrechts, wie die Kennzeichnungspflicht, das Sachlichkeitsgebot und das Hinweis- bzw. Kopfverbot, nicht mehr befolgen. (TZ 6)

#### Vollständigkeit der Dokumentation

Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen waren vollständig dokumentiert. (TZ 7)

#### Richtigkeit der Meldungen

Im überprüften Zeitraum gab die AUVA – neben unvollständigen – auch zwei unrichtige Quartalsmeldungen der KommAustria bekannt. Die sachlich unrichtige Zuordnung einer Werbemaßnahme bewirkte eine betraglich unrichtige Meldung im 3. Quartal 2013; die zeitlich unrichtige Zuordnung zweier Werbemaßnahmen bedingte die betraglich unrichtige Meldung im 4. Quartal 2013. (TZ 8)

### Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

#### Unterscheidbarkeit – Kennzeichnungspflicht

Die AUVA hielt im überprüften Zeitraum die medientransparenzrechtlichen Bestimmungen betreffend die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen in keinem der zu 77 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten 204 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen in Gesamthöhe von 905.675,63 EUR des überprüften Zeitraums ein. (TZ 9)

Im überprüften Zeitraum wiesen nur 52 von 204 entgeltlichen Einschaltungen der AUVA in den Printmedien Wiener Bezirkszeitung, Wiener Bezirksblatt, Niederösterreichische Nachrichten und Kronen Zeitung, im Audiomedium ORF Radio Burgenland und im TV-Sender ORF 2 eine richtlinienkonforme Kennzeichnung auf. 75 % der entgeltlichen Einschaltungen der AUVA waren somit nicht richtlinienkonform gekennzeichnet. (TZ 9)

#### Sachinformation

Alle Werbemaßnahmen der AUVA nahmen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit und enthielten ausschließlich Sachinformation. (TZ 10)

#### Hinweis- bzw. Kopfverbot

Das Hinweis- bzw. Kopfverbot wurde bei drei entgeltlichen Veröffentlichungen der AUVA verletzt. (TZ 11)

#### Bagatellgrenze

Der durchschnittliche Anteil der nach dem Medientransparenzgesetz nicht zu meldenden Bagatellbeträge (Gesamtbetrag größer 5.000 EUR) bei Werbeaufträgen an den von der AUVA im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz erfassten Gesamtausgaben in den überprüften neun Quartalen betrug rd. 41 %, das sind 625.862,01 EUR. Auffällig war in diesem Zusammenhang, dass 476 von insgesamt 680 von der AUVA im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz erfassten Werbeaufträge, das sind rd. 70 % der Werbeaufträge, unter der Bagatellgrenze lagen. Der Anteil der nicht zu meldenden Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben sowie die Anzahl der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen, war äußerst hoch. (TZ 12)



### Kenndaten zu Medientransparenz in der AUVA

<b>Rechtsgrundlagen</b>	<p>Bundesverfassungsgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (BVG Medienkooperation und Medienförderung – BVG MedKF–T), BGBl. I Nr. 125/2011</p> <p>Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (Medienkooperations- und –förderungs–Transparenzgesetz, MedKF–TG), BGBl. I Nr. 125/2011</p> <p>Kundmachung der Bundesregierung betreffend Richtlinien über Ausgestaltung inhaltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes, BGBl. II Nr. 222/2012</p>	
<b>Bekanntgegebene Entgelte für Medienkooperationen und Werbeaufträge (gesamt in EUR)<sup>1</sup></b>		
	3. Quartal 2012	42.065,00
	4. Quartal 2012	63.433,45
	1. Quartal 2013	51.858,80
	2. Quartal 2013	57.062,80
	3. Quartal 2013	155.126,97
	4. Quartal 2013	174.164,01
	1. Quartal 2014	39.888,37
	2. Quartal 2014	46.968,12
	3. Quartal 2014	275.108,11
	4. Quartal 2014	438.204,49
	1. Quartal 2015	876.019,07
	<b>Summe</b>	<b>2.219.899,19</b>

<sup>1</sup> Im überprüften Zeitraum (3. Quartal 2012 bis 3. Quartal 2014) erfolgten für nach dem Medientransparenzgesetz bekanntzugebende Förderungen durchwegs Leermeldungen.

Quellen: AUVA; RH

#### Prüfungsablauf und –gegenstand

1 (1) Der RH überprüfte im Februar 2015 die Umsetzung des Medienkooperations- und –förderungs–Transparenzgesetzes (Medientransparenzgesetz) in der Allgemeinen Unfallversicherungsanstalt (AUVA).

Im überprüften Zeitraum von Juli 2012 bis September 2014 (3. Quartal 2012 bis einschließlich 3. Quartal 2014) erstattete die AUVA betreffend Medienkooperationen und Werbeaufträge nach dem Medientransparenzgesetz Betragsmeldungen, betreffend Förderungen nach dem Medientransparenzgesetz Leermeldungen an die KommAustria.

Ziel der Gebarungüberprüfung war die Beurteilung

- der Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen betreffend Medienkooperationen und Werbeaufträge sowie Förderungen an Medieninhaber,

- der Erfüllung der Meldepflichten,
- der Einhaltung der inhaltlichen Anforderungen des Medientransparenzgesetzes sowie
- allfälliger Probleme bei der Anwendung des Medientransparenzgesetzes.

Die Öffentlichkeitsarbeit der AUVA selbst war nicht Gegenstand der Gebarungsüberprüfung.

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

(3) 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 Gebarungsüberprüfungen über die Implementierung und Anwendung des Medientransparenzgesetzes bei den seiner Prüfungszuständigkeit unterworfenen Rechtsträger durch.<sup>1</sup>

(4) Zu den im April 2015 übermittelten Prüfungsmitteilungen nahm die AUVA im Juli 2015 Stellung. Das BMG als Aufsichtsbehörde der AUVA verzichtete im August 2015 auf eine Stellungnahme. Der RH erstattete seine Gegenäußerung an die AUVA im August 2015.

<sup>1</sup> Bisher veröffentlichte Berichte des RH: Medientransparenz in Graz, Reihe Steiermark 2014/4; Medientransparenz in Kärnten, Reihe Kärnten 2014/5; Medientransparenz in Tirol, Reihe Tirol 2014/5; Medientransparenz im MuseumsQuartier, Reihe Bund 2015/3 und Reihe Wien 2015/2; Medientransparenz in der BIG, Reihe Bund 2015/8.

## 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>2</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 Gesamtbeitrag 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 – 5.736 Rechtsträger<sup>3</sup>, darunter die Bundesministerien, die Landesverwaltungen, die Gemeinden mit mindestens 10.000 Einwohnern und die Gemeindeverbände. Darüber hinaus meldepflichtig sind die der RH-Kontrolle unterliegenden Träger der Sozialversicherung, 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>2</sup> § 1 Abs. 1 BVG Medienkooperation und Medienförderung

<sup>3</sup> lt. Rechtsträgerliste des RH an die KommAustria vom 9.2.2015



Die AUVA unterliegt daher der RH-Kontrolle sowie der Meldepflicht nach dem Medientransparenzrecht.

(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. Darunter fallen insbesondere Informationen zur Rechtslage sowie Handlungs- oder Verhaltensempfehlungen und Sachinformationen. Unzulässig sind entgeltliche Veröffentlichungen, die keinen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses aufweisen und ausschließlich oder teilweise lediglich der Vermarktung der Tätigkeit des Rechtsträgers dienen (sogenanntes „Sachlichkeitsgebot“).

Zur näheren Festlegung dieser inhaltlichen Grundsätze hatten nach § 3a Abs. 2 Medientransparenzgesetz 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 Rechtsträger im Bereich des Bundes ist hiezu seit 1. Juli 2012 die „Kundmachung der Bundesregierung, BGBl. II 2012/222, betreffend Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Bundes“ in Kraft.

(5) Neben der Bekanntgabepflicht der Daten führt das Medientransparenzgesetz<sup>4</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.

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

## Rechtliche Grundlagen

Zum Hinweis- bzw. Kopfverbot fehlen in den Gesetzesmaterialien die Erläuterungen. Daher vertritt die Lehre<sup>5</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 Entschließung des Nationalrats<sup>6</sup> vom Dezember 2009 Eingang fanden, so dass „in der Praxis diese Dokumente zur Interpretation des § 3a Medientransparenzgesetz herangezogen werden können.“<sup>7</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. Er vertrat die Auffassung, dass durch die Regelung im Verfassungsrang die zweckmäßige Möglichkeit bestanden hätte, eine einheitliche Vorgehensweise für den Bund und die Länder zu schaffen und diese Gelegenheit der Verwaltungsvereinfachung ungenützt blieb.<sup>8</sup>

### Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

#### Organisation der Meldeabläufe

- 3.1 Angelegenheiten der Medientransparenz waren im Aufgabenbereich der in der AUVA-Hauptstelle<sup>9</sup> eingerichteten Abteilung Sicherheitsmarketing und Presse angesiedelt. Sie war für die Koordination der AUVA-weiten Werbemaßnahmen und Medienkooperationen sowie für die Bekanntgaben an die KommAustria zuständig. Sie informierte in Abstimmung mit der Rechtsabteilung der AUVA-Hauptstelle die AUVA-Landesstellen<sup>10</sup> bereits im Vorfeld des Inkrafttretens des Medientrans-

<sup>5</sup> Kögler, Neue Sachlichkeit. Inhaltliche Ge- und Verbote in § 3a Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, www.jusportal.at (abgerufen am 5. Februar 2015)

<sup>6</sup> Entschließung des Nationalrats vom 10. Dezember 2009, 73/E XXIV. Gesetzgebungsperiode

<sup>7</sup> siehe dazu Feher/Otto/Steindl, Medientransparenzgesetz (2013)2, S. 53 (Fußnote 152)

<sup>8</sup> vgl. dazu den Bericht des RH: Öffentlichkeitsarbeit des BMLFUW, Reihe Bund 2013/4, TZ 3.

<sup>9</sup> Die Hauptstelle in Wien hat zentrale und koordinierende Funktionen in der Unternehmensstrategie, der Datenverarbeitung, der Forschung, im Rechts- und Leistungswesen, im Personal- und Finanzwesen und in der Öffentlichkeitsarbeit. (Quelle: Homepage der AUVA, Abruf: 3.3.2015)

<sup>10</sup> Die Landesstellen in Wien, Graz, Linz und Salzburg arbeiten mit ihren Außenstellen in Versichertennähe und kümmern sich lokal um Schadensverhütung, Heilbehandlung und alle anderen Leistungen der sozialen Unfallversicherung. Die Landesstellenausschüsse haben im regionalen Bereich die Verantwortung für die Geschäftsführung, wobei sie an die Weisungen des Vorstandes gebunden sind. (Quelle: Homepage der AUVA, Abruf: 3.3.2015)





Erfüllung der Meldepflichten gemäß  
Medientransparenzgesetz

Medientransparenz in der AUVA

parenzgesetzes über die Bekanntgabepflichten und die inhaltlichen Vorgaben des Medientransparenzrechts.

Bundesweite Werbemaßnahmen wurden von der Abteilung Sicherheitsmarketing und Presse, regionale Werbemaßnahmen wurden von den einzelnen AUVA-Landesstellen selbstständig bzw. über extern beauftragte Mediaagenturen geplant sowie nach Prüfung der Anwendbarkeit des Medientransparenzrechts durchgeführt und mit der Finanzabteilung der AUVA-Hauptstelle verrechnet.

Die Erfassung aller die Durchführung und die Verrechnung der Werbemaßnahmen betreffenden Prozessschritte erfolgte sowohl in der AUVA-Hauptstelle als auch in jeder AUVA-Landesstelle unter Wahrung des Vier-Augen-Prinzips im Wege eines IT-basierten Beschaffungssystems.

Die für die Meldung an die KommAustria vorgesehenen und abgestimmten Daten hatten die AUVA-Landestellen quartalsweise an die AUVA-Hauptstelle zu melden und wurden mit jenen der Abteilung Sicherheitsmarketing und Presse von Mitarbeitern dieser Abteilung aggregiert, im Wege des Vier-Augen-Prinzips auf Vollständigkeit und Richtigkeit geprüft und danach der KommAustria bekanntgegeben.

**3.2** Der RH anerkannte sowohl die organisatorische Implementierung der Angelegenheiten der Medientransparenz als auch das Vorliegen beschaffungstechnischer IT-Systeme, die geeignet waren, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Bekanntgaben der AUVA an die KommAustria zu gewährleisten.

Rechtzeitigkeit und  
Vollständigkeit der  
Meldungen

**4.1** (1) Die AUVA erfasste im überprüften Zeitraum im Zusammenhang mit dem Medientransparenzgesetz 680 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Nettogesamthöhe von rd. 1,5 Mio. EUR. Davon unterlagen 204 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 905.675,63 EUR) der Meldepflicht nach dem Medientransparenzgesetz (siehe Tabelle 1).

## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

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

Quartal	Werbeaufträge gesamt	Gesamtausgaben nach dem Medientransparenzgesetz	Werbeaufträge über der Bagatellgrenze	Summe der an die KommAustria gemeldeten Nettogesamtergelte	Meldungen an die KommAustria nach Medium
	Anzahl	in EUR	Anzahl	in EUR	Anzahl
03/2012	33	80.075,05	7	42.065,00	5
04/2012	73	155.128,60	17	63.433,45	6
01/2013	123	102.496,75	8	51.858,80	6
02/2013	72	139.783,32	12	57.062,80	5
03/2013	70	245.523,11	26	155.126,97	10
04/2013	127	260.247,97	68	174.164,01	15
01/2014	51	105.684,73	13	39.888,37	5
02/2014	55	101.690,60	18	46.968,12	5
03/2014	76	340.907,51	35	275.108,11	20
<b>Summe</b>	<b>680</b>	<b>1.531.537,64</b>	<b>204</b>	<b>905.675,63</b>	<b>77</b>

Quellen: AUVA, RH

(2) Die Bekanntgabe der Quartalsmeldungen der AUVA erfolgte rechtzeitig an die KommAustria (siehe Anhang).

(3) Die restlichen von der AUVA erfassten 476 Werbeaufträge und Medienkooperationen (Nettogesamtbetrag: 625.862,01 EUR) lagen unter der Bagatellgrenze und waren daher nicht zu melden (siehe dazu Tabelle 2, TZ 11).

**4.2** Der RH verwies auf den hohen Anteil der aufgrund der Bagatellgrenze nicht zu meldenden Werbeaufträge und Medienkooperationen (siehe TZ 11).

**5.1** Im Hinblick auf die Bekanntgaben an die KommAustria war die Quartalsmeldung für das 1. Quartal 2013 an die KommAustria unvollständig:

Die AUVA beauftragte eine mit Jänner 2013 erscheinende ganzjährige Werbung auf der Website [www.bauforum.at](http://www.bauforum.at) des Österreichischen Wirtschaftsverlags in Nettobetragshöhe von 8.325 EUR. Die AUVA gab jedoch nicht den Gesamtbetrag für das 1. Quartal 2013 bekannt, sondern wies je 25 % des Betrages den einzelnen Quartalen des Jahres 2013 zu. Dadurch wurde die melderelevante Bagatellgrenze unterschritten.



Im Zuge der Gebarungsüberprüfung teilte die AUVA mit, dass Unklarheit darüber bestanden habe, wann der Zeitpunkt des Erscheinens einer ganzjährigen Werbemaßnahme im Internet für die Quartalsbekanntgabe an die KommAustria anzusetzen sei. § 2 Medientransparenzgesetz, der Quartalsmeldungen vorsehe, sei in der Folge in diesem Sinne interpretiert worden. Da die AUVA dasselbe Medium mit einer gleichartigen Werbemaßnahme für das Jahr 2014 beauftragen wollte, habe sie die KommAustria um Rechtsauskunft ersucht. Diese teilte der AUVA mit, dass bei Websites, auf denen Werbeinhalte ganzjährig verfügbar seien, der Gesamtbetrag bereits zu Jahresanfang (Erstveröffentlichungszeitpunkt) anzugeben sei.<sup>11</sup>

5.2 Der RH kritisierte die – durch rechtliche Unklarheit bei der AUVA über den melderelevanten Erscheinungszeitpunkt einer ganzjährigen Online-Werbemaßnahme bedingte – unvollständige Meldung für das 1. Quartal 2013 an die KommAustria. Er empfahl der AUVA, Rechtsauskünfte zur Klärung medientransparenzrechtlicher Zweifelsfragen künftig rechtzeitig vor der Bekanntgabe einer Quartalsmeldung an die KommAustria einzuholen, um die Vollständigkeit der Meldungen sicherzustellen.

5.3 *Laut Stellungnahme der AUVA werde sie zukünftig in Zweifelsfragen rechtzeitig Rechtsauskünfte einholen.*

6.1 (1) Das Medientransparenzgesetz dient nach § 1 der Förderung der Transparenz bei Medienkooperationen sowie bei der Erteilung von Werbeaufträgen und der Vergabe von Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Druckwerks gemäß § 1 Abs. 1 Z 5 des Mediengesetzes – MedienG, BGBl. Nr. 314/1981, oder eines periodischen elektronischen Mediums gemäß § 1 Abs. 1 Z 5a MedienG.

Gemäß § 2 Abs. 1 Z 2 Medientransparenzgesetz haben zu diesem Zweck die der Rechnungshofkontrolle unterworfenen Rechtsträger für sämtliche erteilten Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen gemäß § 26 MedienG an Medieninhaber eines periodischen Mediums

– den Namen des jeweiligen periodischen Mediums, in dem Veröffentlichungen vorgenommen wurden, sowie

<sup>11</sup> E-Mail der KommAustria vom 12.12.2013



### Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

- die Gesamthöhe des jeweils innerhalb für die innerhalb eines Quartals erfolgten Veröffentlichungen (Z 1 und 2) zu leistenden Entgelts der KommAustria bekanntzugeben.

(2) Die AUVA war Herausgeber von zwei periodischen Printmedien, die auch als Onlinemedien erschienen:

- das Kundenmagazin „Alle! Achtung!“ – Das Sicherheitsmagazin der AUVA (Printversion: 10x/jährlich; Onlineversion: [www.alle-achtung.at](http://www.alle-achtung.at)) und
- das internationale Fachmagazin für Prävention in der Arbeitswelt „Sichere Arbeit“ (Printversion: 6x/jährlich an geraden Monaten; Onlineversion: [www.sicherearbeit.at](http://www.sicherearbeit.at)).

Der Medieninhaber des Kundenmagazins „Alle! Achtung!“ war lt. Impressum des Magazins die ÄrzteVerlag GmbH, der Medieninhaber des Fachmagazins „Sichere Arbeit“ war laut Impressum der Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes GmbH (ÖGB-Verlag). Der Redakteur bei beiden Magazine war im überprüften Zeitraum der Leiter der Abteilung Sicherheitsmarketing & Öffentlichkeitsarbeit der AUVA.

(3) Die AUVA erteilte dem ÄrzteVerlag als Medieninhaber des Kundenmagazins „Alle! Achtung!“ den Auftrag<sup>12</sup> auf Herstellung und Versand von 160.000 Exemplaren pro Erscheinungsnummer des Magazins<sup>13</sup> zu einem pauschalen Nettobetrag in Höhe von 24.970 EUR pro Ausgabe. Der AUVA hatte der ÄrzteVerlag einen Anteil von 75 % am Netto-Inseratenerlös pro Ausgabe des Magazins rückerstatten. Im überprüften Zeitraum betrugen die Nettoausgaben der AUVA insgesamt rd. 1,45 Mio. EUR.

Weiters erteilte die AUVA dem ÖGB-Verlag als Medieninhaber des Fachmagazins „Sichere Arbeit“ den Auftrag<sup>14</sup> zur Gestaltung, Anzeigenverwaltung, Redaktion, Herstellung und zum Versand von 13.000 Exemplaren pro Ausgabe des Magazins „Sichere Arbeit“ um einen Nettobetrag von 19.950 EUR pro Ausgabe. Im überprüften Zeitraum betrugen die Nettoausgaben der AUVA insgesamt rd. 350.000 EUR.

<sup>12</sup> Auftragsschreiben vom 18.3.2011

<sup>13</sup> Der Auftrag inkludierte den Druck, das Papier, das Layout, das Korrektorat, Endfertigung, Versand

<sup>14</sup> Obmannverfügung vom 14.12.2010, Bestellung vom 22.12.2010

Die von der AUVA für die Magazine im überprüften Zeitraum aufgewendeten Nettobeträge beliefen sich somit insgesamt auf rd. 1,8 Mio. EUR.

(4) Die AUVA gab die in ihrem Auftrag an zwei Medieninhaber hergestellten Medien „Alle! Achtung!“ und „Sichere Arbeit“ der KommAustria nicht bekannt. Somit waren alle Quartalsmeldungen der AUVA im überprüften Zeitraum (Juli 2012 bis September 2014) unvollständig. Die AUVA gab mit den gemeldeten Entgelten von insgesamt rd. 900.000 EUR nur rund ein Drittel der meldepflichtigen Entgelte der KommAustria bekannt.

Die AUVA teilte dazu dem RH mit, man sei davon überzeugt gewesen, dass es sich bei beiden Medien um nicht bekanntgabepflichtige „AUVA-eigene“ Magazine handle und habe daher die Rechtsabteilung nicht eingebunden. Im Zuge der Gebarungsüberprüfung revidierte die AUVA ihren Standpunkt und bestätigte in einer Stellungnahme ihrer Rechtsabteilung vom 16. März 2015 das Vorliegen der Bekanntgabepflicht für beide Medien.

(5) In weiterer Folge teilte die AUVA mit, dass sie der KommAustria für das 1. Quartal 2015 die beiden Medien gemäß § 4 Medientransparenzgesetz als Förderung gemeldet habe. Ferner kündigte die AUVA an, dass sie mit sofortiger Wirkung bei beiden Medien als Medieninhaber im Impressum aufscheinen werde, wodurch sie der Bekanntgabepflicht nach dem Medientransparenzgesetz für beide Medien nicht mehr unterliege.

#### 6.2 Der RH verwies auf die umfangreichen Medienkooperationen der AUVA mit zwei Medieninhabern, die Gestaltung, Redaktion, Herstellung, Anzeigenverwaltung und Versand der Magazine inkludierten.

Er kritisierte, dass es die AUVA im Zuge des Inkrafttretens des Medientransparenzgesetzes unterließ, das Vorliegen der Bekanntgabepflicht bei beiden Magazinen von der Rechtsabteilung prüfen zu lassen. Dies hatte zur Folge, dass die AUVA in allen neun Quartalen des überprüften Zeitraums die beiden sowohl in Print- als auch in Onlineversion erschienenen Medien sowie die dafür entrichteten Nettogesamtentgelte in Höhe von rd. 1,8 Mio. EUR der KommAustria nicht bekanntgegeben hat.

Er anerkannte zwar, dass die AUVA beide Medien für das 1. Quartal 2015 bekanntgegeben hat, kritisierte jedoch, dass sie diese nunmehr aber unrichtigerweise nicht als entgeltliche Werbeaufträge an bzw. Medienkooperationen mit Medieninhabern nach § 2 Medientrans-



## Erfüllung der Meldepflichten gemäß Medientransparenzgesetz

parenzgesetz, sondern als Förderungen an Medieninhaber nach § 4 Medientransparenzgesetz an die KommAustria gemeldet hat.

Weiters kritisierte der RH, dass die AUVA der Bekanntgabepflicht nur einmal nachkam und mit der Ankündigung, ab sofort selbst als Medieninhaber im Impressum beider Medien aufzuscheinen, das Medientransparenzgesetz umgeht. Die AUVA unterläuft mit dieser Vorgangsweise nicht nur das Ziel des Gesetzes, Transparenz über die tatsächlich geleisteten Entgelte für Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen zu ermöglichen, sondern sie muss auch die inhaltlichen Vorgaben des Medientransparenzrechts, wie die Kennzeichnungspflicht, das Sachlichkeitsgebot und das Hinweis- bzw. Kopferbot, nicht mehr befolgen.

- 6.3** *Zur Meldepflicht der von ihr herausgegebenen Magazine führte die AUVA in ihrer Stellungnahme aus, sie habe bis dato die Meinung vertreten, dass für beide Medien keine Meldepflicht gemäß Medientransparenzgesetz bestehe, weil der Terminus der „Medienkooperation“, wie er im Medientransparenzgesetz verwendet werde, im Mediengesetz nicht definiert sei und auf die vertraglichen Vereinbarungen mit den beiden von der AUVA beauftragten Verlagen nicht zur Anwendung kommen könne. Die Meldung nach § 4 Medientransparenzgesetz sei nach vorheriger schriftlicher Kommunikation mit der KommAustria, die diese Form der Meldung empfohlen habe, erfolgt.*

*Laut Stellungnahme der AUVA sei bereits in den im Jahr 2010 erfolgten Ausschreibungen zur Produktion der beiden Magazine klargestellt worden, dass die AUVA Medieninhaber ihrer beiden Zeitschriften sei. Dies sei jedoch in der Folge im Impressum beider Magazine nicht richtig wiedergegeben worden. Vom RH auf diesen Umstand aufmerksam gemacht, habe die AUVA diesen Fehler umgehend korrigiert.*

- 6.4** Der RH verwies auf die Stellungnahme der AUVA-Rechtsabteilung vom 16. März 2015, die das Vorliegen der Bekanntgabepflicht für beide Medien bestätigte.

### Vollständigkeit der Dokumentation

- 7.1** Alle den Quartalsmeldungen des überprüften Zeitraums zugrunde liegenden Werbemaßnahmen und Medienkooperationen waren vollständig dokumentiert.
- 7.2** Der RH anerkannte die vollständige Mediendokumentation im überprüften Zeitraum.

Richtigkeit der  
Meldungen

**8.1** (1) Die AUVA 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>15</sup> gesondert bekanntzugeben. Sie hatte überdies die Werbeaufträge und Medienkooperationen sachlich richtig einem periodisch erscheinenden Medium und sie zeitlich richtig nach ihrem Erscheinungsdatum zuzuordnen (TZ 2).

(2) Diese Verpflichtungen wurden in zwei Quartalen des überprüften Zeitraums nicht erfüllt:

- Im 3. Quartal 2013 beauftragte die AUVA zwei entgeltliche Einschaltungen im periodischen Printmedium „Freiheit“ (Nettogesamtbetrag: 8.500 EUR) und eine entgeltliche Einschaltung im periodischen Printmedium „Gesellschaftspolitische Informationen des ÖAAB Familie“ (Nettobetrag: 5.000 EUR). Tatsächlich gab die AUVA der KommAustria ein Nettogesamtentgelt von 13.500 EUR für das Printmedium „Freiheit“ bekannt. Da es sich um zwei unterschiedliche Medien handelte, wäre für das Printmedium „Freiheit“ richtigerweise nur ein Nettobetrag von 8.500 EUR bekanntzugeben gewesen. Aufgrund der gesetzlichen Bagatellgrenze wäre das Entgelt für die Einschaltungen im periodischen Printmedium „Gesellschaftspolitische Informationen des ÖAAB Familie“ in Höhe von 5.000 EUR nicht bekanntzugeben gewesen.
- Die AUVA beauftragte im Rahmen einer Medienkooperation mit dem TV-Sender ORF 2 zum Thema Sicherheit (Nettogesamtbetrag: 56.460 EUR) neben anderen auch zwölf Sendebeträge betreffend „Sicherheitstipps“ (Nettobetrag: 2.000 EUR/Beitrag). Zwei dieser Beiträge wurden im 3. Quartal, die restlichen zehn im 4. Quartal 2013 gesendet. Die AUVA ordnete jedoch die zwei im 3. Quartal 2013 gesendeten Beiträge nicht nur dem 3. Quartal 2013, sondern zeitlich unrichtig auch dem 4. Quartal 2013 betraglich zu und gab daher ein unrichtiges Nettogesamtentgelt für ORF 2 in Höhe von 56.460 EUR der KommAustria bekannt. Richtigerweise wäre ein um die zwei zeitlich unrichtig zugeordneten Sendebetragsentgelte reduzierter Nettobetrag von 52.460 EUR zu melden gewesen.

**8.2** Der RH kritisierte die durch sachlich unrichtige Zuordnung einer Werbemaßnahme bedingte unrichtige betragliche Bekanntgabe im 3. Quartal 2013 sowie die durch die zeitlich unrichtige Zuordnung zweier Werbeaufträge bedingte unrichtige betragliche Bekanntgabe

<sup>15</sup> d.h. ohne Rabatte, Skonti, Werbeabgabe, Mehrwertsteuer und allfällige Vermittlungsprovisionen



im 4. Quartal 2013 des überprüften Zeitraums. Er empfahl daher der AUVA, künftig besonderes Augenmerk auf die sachlich und zeitlich richtige Zuordnung der Werbemaßnahmen zu lenken und so die betragliche Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria sicherzustellen.

**8.3** *In ihrer Stellungnahme stimmte die AUVA der Empfehlung des RH zu.*

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

Unterscheidbarkeit  
– Kennzeichnungspflicht

**9.1** Die Richtlinien des Bundes 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 77 Medienmeldungen an die KommAustria zusammengefassten – 204 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums in Gesamthöhe von 905.675,63 EUR eine derartige vertragliche Verpflichtung dokumentiert.

Nach § 2 Abs. 2 der Richtlinien des Bundes sind Veröffentlichungen in Radio- und Fernsehprogrammen sowie in Sendungen von Abrufdiensten 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 dieses eindeutig identifizierbaren Logos zu kennzeichnen. Veröffentlichungen in einem periodischen Druckwerk, einem wiederkehrenden elektronischen Medium oder auf einer Website sind die Worte „entgeltliche Einschaltung“ oder „bezahlte Anzeige“ deutlich sichtbar beizufügen.

Im überprüften Zeitraum wiesen nur 52 von 204 entgeltlichen Einschaltungen der AUVA in den Printmedien Wiener Bezirkszeitung, Wiener Bezirksblatt, Niederösterreichische Nachrichten und Kronen Zeitung, im Audiomedium ORF Radio Burgenland und im TV-Sender ORF 2 eine richtlinienkonforme Kennzeichnung auf. Die überwiegende Zahl entgeltlicher Einschaltungen der AUVA war somit nicht richtlinienkonform gekennzeichnet.

**9.2** Der RH kritisierte, dass die AUVA die vertragliche Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen nach dem Medientransparenzgesetz bei 152 von 204 Werbeaufträgen bzw. Medienkooperationen des überprüften Zeitraums, das sind rd. 75 %, nicht einhielt.



Der RH empfahl daher der AUVA, künftig die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung der beauftragten Medien nach § 2 der Richtlinien des Bundes nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf die Einhaltung dieser Verpflichtung bei allen Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu achten.

**9.3** *Laut Stellungnahme der AUVA werde sie ab sofort einen entsprechenden Passus in ihre Bestellschreiben aufnehmen.*

## Sachlichkeitsgebot

**10.1** 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 Rechtsträgers steht. Darunter fallen insbesondere Informationen zur Rechtslage sowie Handlungs- oder Verhaltensempfehlungen und Sachinformationen. Audiovisuelle Kommunikation oder entgeltliche Veröffentlichungen, die keinen konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses aufweisen und ausschließlich oder teilweise lediglich der Vermarktung der Tätigkeit des Rechtsträgers dienen, sind unzulässig (sogenanntes Sachlichkeitsgebot). Zur näheren Festlegung dieser Grundsätze erließ der Bund Richtlinien (siehe dazu TZ 2).

Gemäß diesen Vorgaben nahmen alle Werbemaßnahmen der AUVA konkreten Bezug zur Deckung eines Informationsbedürfnisses der Allgemeinheit und enthielten ausschließlich Sachinformation.

**10.2** Der RH anerkannte die Einhaltung des Sachlichkeitsgebots bei allen Werbeaufträgen der AUVA.

Hinweis- und  
Kopfverbot

**11.1** (1) Nach § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz ist es Trägern der Sozialversicherung untersagt, in audiovisueller kommerzieller Kommunikation oder entgeltlichen Veröffentlichungen auf oberste Organe im Sinne von Art. 19 B-VG hinzuweisen (sogenanntes Hinweis- bzw. Kopfverbot).

(2) Wie in TZ 6 dargestellt, unterließ es die AUVA, im gesamten überprüften Zeitraum die periodischen Medien „Alle! Achtung!“ und „Sichere Arbeit“ sowie die an die Medieninhaber dieser Magazine entrichteten Nettoentgelte quartalsmäßig der KommAustria zu melden, und verstieß damit gegen die medientransparenzrechtlichen Bekanntgabepflichten.

### Inhaltliche Anforderungen an Werbeaufträge und Medienkooperationen

Darüber hinaus verstieß die AUVA beim Magazin „Alle! Achtung!“ in der

- Ausgabe 4/2013 (Verleihung eines Gütesiegels durch den Bundesminister für Gesundheit, Alois Stöger) und
- Ausgabe 7 und 8/2013 (fit2work auf Tour; Bundesminister für Arbeit und Soziales, Rudolf Hundstorfer)

sowie beim Magazin „Sichere Arbeit“ in der

- Ausgabe 3/2013 (fit2work zieht Erfolgsbilanz; Bundesminister für Arbeit und Soziales, Rudolf Hundstorfer),

sowohl gegen das Hinweis- als auch gegen das Kopfverbot.

**11.2** Der RH kritisierte die Verstöße gegen das Hinweis- und Kopfverbot. Er empfahl der AUVA, bei künftigen entgeltlichen Veröffentlichungen die Bestimmungen des § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz einzuhalten.

**11.3** *Laut Stellungnahme werde die AUVA künftig besonderes Augenmerk auf die Einhaltung des § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz legen.*

### Bagatellgrenze

**12.1** Wie in den TZ 5, 6 und 7 dargestellt, gab die AUVA im überprüften Zeitraum unvollständige und unrichtige Meldungen an die KommAustria ab. Demzufolge waren auch die Anteile der unter der gesetzlichen Bagatellgrenze (Gesamtbetrag größer 5.000 EUR) liegenden Beträge an den von der AUVA für Werbemaßnahmen erfassten Gesamtausgaben nach Medientransparenzgesetz unrichtig.

**Tabelle 2: Bagatell-Werbeaufträge und –ausgaben der AUVA zum Zeitpunkt der Meldung**

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	80.075,05	42.065,00	38.010,05	26	47
04/2012	155.128,60	63.433,45	91.695,15	56	59
01/2013	102.496,75	51.858,80	50.637,95	115	49
02/2013	139.783,32	57.062,80	82.720,52	60	59
03/2013	245.523,11	155.126,97	90.396,14	44	37
04/2013	260.247,97	174.164,01	86.083,96	59	33
01/2014	105.684,73	39.888,37	65.796,36	38	62
02/2014	101.690,60	46.968,12	54.722,48	37	54
03/2014	340.907,51	275.108,11	65.799,40	41	19
<b>Summe</b>	<b>1.531.537,64</b>	<b>905.675,63</b>	<b>625.862,01</b>	<b>476</b>	<b>41</b>

Quellen: BIG; RH

Die jeweiligen Anteile der – nicht zu meldenden – Bagatellbeträge an den Gesamtausgaben der AUVA schwankten zwischen 19 % (3. Quartal 2014) und 62 % (1. Quartal 2014). Ihr durchschnittlicher Anteil an den Gesamtausgaben betrug in den überprüften neun Quartalen rd. 41 %, das sind 625.862,01 EUR.

Auffällig war in diesem Zusammenhang, dass 476 von insgesamt 680 erfassten Werbeaufträgen der AUVA, das sind rd. 70 % der Werbeaufträge, unter der Bagatellgrenze lagen (siehe TZ 5).

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

**12.3** *Laut Stellungnahme der AUVA sei man bemüht, Leistungen zum bestmöglichen Preis-Leistungs-Verhältnis zu erwerben. Dies treffe auch auf die Bestellung von Inseraten zu.*



## Schlussempfehlungen

**13** Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen an die AUVA hervor:

(1) Zur Klärung medientransparenzrechtlicher Zweifelsfragen wären Rechtsauskünfte künftig rechtzeitig vor der Bekanntgabe einer Quartalsmeldung an die KommAustria einzuholen, um die Vollständigkeit der Meldungen sicherzustellen. (TZ 5)

(2) Besonderes Augenmerk wäre künftig auf die sachlich und zeitlich richtige Zuordnung der Werbemaßnahmen zu lenken, um so die betragliche Richtigkeit der Bekanntgaben an die KommAustria sicherzustellen. (TZ 8)

(3) Die vertragliche Kennzeichnungsverpflichtung der beauftragten Medien nach § 2 der Richtlinien des Bundes wäre nachweislich zu erfüllen und insbesondere auf ihre Einhaltung dieser Verpflichtung bei allen Werbeaufträgen und Medienkooperationen der AUVA zu achten. (TZ 9)

(4) Bei künftigen entgeltlichen Veröffentlichungen wären die Bestimmungen des § 3a Abs. 4 Medientransparenzgesetz zum Hinweis- und Kopfverbot einzuhalten. (TZ 11)

## ANHANG

### Medientransparenz in der AUVA

## ANHANG

<b>Medientransparenz in der AUVA</b>		
<b>3. Quartal 2012</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Die Presse	9.987,50
	ExtraDienst	6.000,00
	Kurier	6.800,00
	LEBENSART	6.600,00
	NÖN	12.677,50
		<b>42.065,00</b>
	<b>Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>4. Quartal 2012</b>		
	<b>Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	NÖN	20.000,00
	Kleines Volk	5.278,80
	Kronen Zeitung	5.836,65
	ORF Kärnten	7.000,00
	ORF Steiermark	18.460,00
	Life Radio	6.858,00
		<b>63.433,45</b>
	<b>Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>1. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	DerStandard.at	5.550,00
	Facebook ASU	15.750,00
	GMX.at	8.000,00
	Kleines Volk	5.278,80
	kurier.at	8.640,00
	orf.at	8.640,00
		<b>51.858,80</b>
	<b>Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>2. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe nach § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Bau & Immobilien Report	6.000,00
	Kleines Volk	5.278,80
	NÖN	15.000,00
	ORF 1	13.284,00
	ORF 2	17.500,00
		<b>57.062,80</b>
	<b>Bekanntgabe nach § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	



<b>Medientransparenz in der AUVA</b>		
<b>3. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Der Standard	20.567,37
	Freiheit	13.500,00
	Kronen Zeitung	15.666,20
	Kurier	16.434,92
	medianet	13.800,00
	Mediaplanet Themenzeitung	11.890,00
	NÖN	20.000,00
	Periskop	20.600,00
	Salzburger Nachrichten	13.848,48
	Wirtschaftsnachrichten	8.820,00
		<b>155.126,97</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>4. Quartal 2013</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Bau & Immobilien Report	6.000,00
	Bezirksblätter Tirol	11.722,20
	Bezirksrundschau Oberösterreich	5.961,90
	bz – Wiener Bezirkszeitung	6.998,83
	Das Wiener Bezirksblatt	18.000,00
	Der Standard	7.084,22
	Kleine Zeitung	8.000,00
	Kleines Volk	5.453,01
	Kronen Zeitung	8.664,20
	Life Radio	6.083,88
	NÖN	11.500,00
	OÖ Nachrichten	7.715,77
	ORF 2	56.460,00
	Periskop	7.920,00
	Valid	6.600,00
		<b>174.164,01</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>1. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	Das Wiener Bezirksblatt	13.500,00
	Kleines Volk	5.453,01
	NÖN	5.150,00
	Periskop	6.847,86
	www.bauforum.at	8.937,58
		<b>39.888,45</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	

## ANHANG

<b>Medientransparenz in der AUVA</b>		
<b>2. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	in EUR
	Baublatt Österreich	8.400,00
	bz – Wiener Bezirkszeitung	5.411,56
	Das Wiener Bezirksblatt	6.750,00
	Kleines Volk	5.453,01
	Kronen Zeitung	5.503,55
	NÖN	15.450,00
		<b>46.968,12</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>3. Quartal 2014</b>		
	<b>Bekanntgabe § 2 (Werbeaufträge und Medienkooperationen)</b>	
	ATV	12.820,00
	Baublatt.Österreich	5.600,00
	bz – Wiener Bezirkszeitung	5.411,56
	Die Presse	15.931,12
	Heute	12.675,54
	Kabel 1 austria	14.152,50
	Kronen Zeitung	25.818,32
	Kurier	15.583,70
	NÖN	15.450,00
	OÖ Nachrichten	12.134,99
	ORF 2	42.562,50
	ORF eins	15.250,50
	Österreich	16.813,00
	Periskop	6.600,00
	ProSieben Austria	15.022,50
	RTL	6.135,00
	Salzburger Nachrichten	13.249,62
	SAT.1 Österreich	5.907,50
	Tiroler Tageszeitung	12.263,26
	VOX	5.727,00
		<b>275.108,11</b>
	<b>Bekanntgabe § 4 (Förderungen)</b>	
	Leermeldung	
<b>Gesamtsumme</b>		<b>905.675,63</b>



Wien, im August 2015

Der Präsident:

Dr. Josef Moser







## Bisher erschienen:

- Reihe Bund 2015/1 Bericht des Rechnungshofes
- EU-Finanzbericht 2012
  - Liegenschaftsverkauf Schloss Reifnitz
  - Schulversuche
  - Unterstützungsinstitut der Bundespolizei
- Reihe Bund 2015/2 Bericht des Rechnungshofes
- Wirkungen rechtlicher und personalwirtschaftlicher Maßnahmen auf das Pensionsantrittsalter in ausgewählten Ressorts
  - Umbau des Palais Kaunitz für die Anti-Korruptionsakademie (IACA) in Laxenburg
  - Steuerung und Qualitätssicherung in gerichtlichen Strafverfahren am Beispiel ausgewählter Gerichte
- Reihe Bund 2015/3 Bericht des Rechnungshofes
- Oesterreichische Nationalbank – Gold- und Pensionsreserven, Jubiläumsfonds sowie Sozialleistungen
  - Liegenschaftstransaktionen der Landwirtschaftlichen Bundesversuchswirtschaften GmbH mit der Republik Österreich, der Stadt Wien und der Wirtschaftsagentur Wien
  - Gemeinsame Prüfung aller lohnabhängigen Abgaben (GPLA); Follow-up-Überprüfung
  - Standortentwicklung der Zentraleitung des Bundesministeriums für Finanzen und Generalsanierung des Standorts Himmelpfortgasse 6 – 8; Follow-up-Überprüfung
  - Gendergesundheit in Österreich
  - Versorgung von Schlaganfallpatienten in der Steiermark; Follow-up-Überprüfung
  - Fonds zur Finanzierung der In-vitro-Fertilisation
  - Medientransparenz im MuseumsQuartier
- Reihe Bund 2015/4 Bericht des Rechnungshofes
- Pensionsrecht der Bediensteten der ÖBB
  - Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H.; Follow-up-Überprüfung
  - Landesstudios des Österreichischen Rundfunks
- Reihe Bund 2015/5 Bericht des Rechnungshofes
- HYPO ALPE-ADRIA-BANK INTERNATIONAL AG: Verstaatlichung

- Reihe Bund 2015/6 Bericht des Rechnungshofes
- Internes Kontrollsystem bei Direktvergaben in ausgewählten Ressorts BMVIT und BMWWF
  - Technische Universität Wien – Finanzsituation
  - Österreichisches Patentamt; Follow-up-Überprüfung
  - Akademisches StartUp Netzwerk Oberösterreich (akostart oö)
- Reihe Bund 2015/7 Bericht des Rechnungshofes
- Haftungsobergrenzen im Bereich der Länder und Gemeinden
  - FFG und FWF – Interne Kontrollsysteme
- Reihe Bund 2015/8 Bericht des Rechnungshofes
- Prüfung von Wohnsitz und gewöhnlichem Aufenthalt in der Sozialversicherung als Anspruchsvoraussetzung
  - Österreichischer Integrationsfonds – Fonds zur Integration von Flüchtlingen und MigrantInnen
  - Beschaffung des Truppenfunksystems CONRAD
  - Bankenpaket; Follow-up-Überprüfung
  - Medientransparenz in der BIG
- Reihe Bund 2015/9 Bericht des Rechnungshofes
- Ärzteausbildung
  - Gewährung von Ausgleichszulagen in der Pensionsversicherung
  - Ausgewählte Stiftungen bei der Österreichischen Akademie der Wissenschaften
- Reihe Bund 2015/10 Bericht des Rechnungshofes
- Sonderaufgaben des RH nach:  
Parteiengesetz 2012  
Medientransparenzgesetzen  
Unvereinbarkeits- und Transparenz-Gesetzen
- Reihe Bund 2015/11 Bericht des Rechnungshofes
- HYPO ALPE-ADRIA-BANK INTERNATIONAL AG – Verkaufsaktivitäten in der Umstrukturierungsphase
  - Österreichischer Verkehrssicherheitsfonds
  - Niederösterreichische Grenzlandförderungsgesellschaft m.b.H.
  - Research Center Pharmaceutical Engineering GmbH
  - Eurofisc



**R**  
**H**



