

# Wien versteckt Werbeausgaben: Stille Werbung der Stadt

Die Stadt Wien umgeht seit Jahren das Medientransparenzgesetz und versteckt Werbeausgaben in Beilagen, fand Dossier heraus.

- [Facebook](#)
- [Google+](#)
- [Twitter](#)

429mal geteilt

- [Drucken](#)
- [Mail](#)
- [Vorlesen](#)
- 

[Kommentieren](#)

73



Das Rathaus gibt bei Inseraten nur an, was es angeben muss. Dabei schaltet es seit 2012 mehr, als bekannt ist, vor allem in Medien SP-naher Verlage. – (c) APA/HANS PUNZ (HANS PUNZ)

[\\_73\\_Kommentare](#)

04.12.2017 um 18:04

Wien. Seit fünf Jahren gilt in Österreich ein Gesetz, das sowohl in der Lang- wie in der Kurzform einen sperrigen Namen hat: das Medienkooperations- und -förderungstransparenzgesetz oder MedKF-TG. Seither müssen rund 5600 staatliche Stellen wie Ministerien, Landesregierungen, Universitäten und ebenso staatsnahe Unternehmen jedes Quartal melden, wie viel Geld sie für Werbung in Fernsehen, Radio, Zeitungen und Magazinen ausgegeben haben. 2016 waren es insgesamt 179 Millionen Euro. Es ist die Medienbehörde KommAustria, die diese Daten erhebt und veröffentlicht und kontrolliert, ob die Rechtsträger sich an ihre Veröffentlichungspflicht halten.

Doch das Gesetz hat Lücken, Rechtsexperten haben auf diese schon vor Inkrafttreten der Bestimmung hingewiesen. So sind nur Schaltungen über 5000 Euro pro Quartal und solche an Medien, die mindestens viermal pro Jahr erscheinen, zu melden. Der Rechnungshof schätzt die Dunkelziffer nicht gemeldeter Zahlungen auf 30 bis 50 Prozent der bekannten Summen. Wie leicht es ist, das Medientransparenzgesetz zu umgehen, beweisen aktuelle Recherchen der investigativen Plattform Dossier. In den vergangenen fünf Jahren hat die Stadt Wien offenbar geschickt die Lücken im Gesetz genutzt und damit vor allem den SPÖ-nahen Verlagen Bohmann und Holzhausen geholfen. So inserierte die Stadt Wien im Mai 2017 in dem Magazin „Holzhausen Special“ um insgesamt 64.386 Euro. Eine Summe, die sich später aber nicht in der Transparenzdatenbank der KommAustria fand. Denn die Beilage erscheint eben seltener als viermal pro Jahr.

Wie die Recherchen von Dossier zeigen, haben die Verlage Bohmann und Holzhausen einfach ihre Verlagsprodukte an das Medientransparenzgesetz angepasst. Ende 2012 legte der Bohmann-Verlag dem Presseinformationsdienst der Stadt Wien (PID) ein Angebot für Schaltungen in Höhe von 753.790 Euro in diversen Medien für das folgende Kalenderjahr. Die Verantwortlichen beim PID merkten handschriftlich darauf an, welche Medien nicht infrage kommen. Der Grund: Sie erscheinen zu oft.

In Folge bringt der Verlag etwa das „Centrope“, eine Beilage des „Onrail“-Magazins, nur mehr dreimal auf den Markt. Und erfindet für andere Magazine immer wieder neue Beilagen, die zum Teil nur einmal erscheinen.

## Stadt Wien wirbt am meisten

Die Stadt Wien ist schon bisher jene Gebietskörperschaft, die am meisten Geld für Eigenwerbung ausgibt: Seit Mitte 2012 waren es 125 Millionen Euro. Die verdeckten Zahlungen, die Dossier nun auflistet, sind da noch lang nicht mitgerechnet.

Der Bohmann-Verlag gehört wie Holzhausen und vier weitere Verlage zur Dietrich-Medien-Holding. Geführt wird er seit 2004 von Gabriele Ambos (einst Anzeigenabteilung der „Arbeiter-Zeitung“ und bis 2015 Aufsichtsrat der ÖBB-Personenverkehr AG) und Gerhard Milletich (SP-Kandidat bei den Gemeinderatswahlen im Burgenland). Die beiden reagierten nicht auf Interviewanfragen. Peter Weis, der Leiter des PID, ließ ausrichten, dass man sich nach dem Medientransparenzgesetz richte. (awa)

("Die Presse", Print-Ausgabe, 05.12.2017)