

**Bernd Stracke**

## Polit-Inserate am Pranger

Immer teurer kommen den Steuerzahler Werbemaßnahmen, mit denen Regierungs- und andere öffentliche Stellen dem vermeintlich ahnungslosen Bürger ihre ach so schwere und komplizierte Arbeit erklären zu müssen glauben. Dabei wird von den Füllhorn-Ausschüttern immer wieder entschieden bestritten, dass es sich dabei um eitle Selbstbeweihräucherung oder gar um Meinungs- und somit um Machtkauf handle. Desgleichen wird immer wieder beteuert, dass die entgeltlich verbreiteten Informationen ausschließlich der Bevölkerung dienen und urnotwendig seien. Nächstes Jahr soll in Österreich ein Medientransparenzgesetz<sup>[1]</sup> in Kraft treten, wonach künftig sämtliche Werbeausgaben der öffentlichen Hand offen zu legen sein werden. Wird dieses Gesetz etwas am Status quo ändern, und wenn ja, was wird es ändern?

Das professionelle Zusammenspiel von Politik, Medien und Meinungsforschungsindustrie zum finanziellen Nachteil des Bürgers spielt sich meist hinter den Kulissen ab. Mutige Kommentatoren wagten und wagen auch hierzulande immer wieder vorsichtig Kritik an mehr oder weniger schamlosen Versuchen des öffentlichen Meinungskaufs. Freilich nur sehr zaghaft: Zeitungen bezahlen die Gehälter ihrer Journalisten ja nicht nur aus den Abo-Einnahmen, sondern auch aus den Inseratenerlösen, speziell aus den Erlösen der Polit-Inserate. Wer beißt schon die Hand, die ihn füttert?

Klartext auf diesem Sektor sprach vor sieben Jahren der Rechnungshof, als er die Steuermittelverwendung für Staatsanzeigen rügte. In der Folge äußerten die Oppositionsparteien mit zunehmender Lautstärke den Verdacht des Verpackens parteipolitischer Botschaften in Inseraten.

Ins Schwarze traf eine parlamentarische Anfrage, die der frühere freiheitliche Nationalratsabgeordnete DDr. Werner Königshofer am 15. Juni an die Nationalratspräsidentin richtete, und in der die Höhe sowie die Aufschlüsselung des medialen Werbeaufwands des Bundeskanzleramts 2009 und 2010 abgefragt wurden<sup>[2]</sup>. Für 2009 betrugen die Ausgaben für Werbung und Informationskampagnen, so lautete die Antwort, 3.910.166,40,- Euro. 2010 machte der Gesamtbetrag für Informationsarbeit, also Inserate, Medienkooperationen und redaktionelle Beiträge 3.958.144,15,- Euro<sup>[3]</sup> aus. Königshofer bezeichnete es in einer Aussendung als „Gipfel der Dreistigkeit, dass Bundeskanzler Werner Faymann den Steuerzahlern unterstellt, dass sie ein Bedürfnis nach diesen entgeltlichen Werbemaßnahmen hätten und die Bürger diese Inserate selbst wünschten.“ In der Anfragebeantwortung hatte es nämlich geheißt: „Anlassbezogen erfolgten zielgruppenspezifische Schaltungen zu tagespolitisch relevanten und dem Informationsbedürfnis der Österreicherinnen und Österreicher Rechnung tragenden Themen“.

Die in den zwei Jahren zugegebenen acht Millionen Euro an Inseratenausgaben allein des Bundeskanzleramtes stellen jedoch nur die Spitze eines Eisberges dar: Wie der Herausgeber der Vorarlberger Nachrichten, Eugen Russ, am 13. Oktober am Rande des World Newspaper Congress in Wien anmerkte, beläuft sich der Aufwand für Staatsanzeigen auf jährlich „130 Millionen Euro, vielleicht sogar mehr, die Anzeigen von den Ländern noch gar nicht mitgerechnet.“ Noch deutlicher, was das jährliche Volumen der Staats-Inserate anlangt, wurde der Vorstandsvorsitzende der – u. a. die Tiroler Tageszeitung herausgebenden – Moser

Holding, Mag. Hermann Petz, am 18. Oktober bei einer Branchenveranstaltung in Salzburg: „Es sind in Wirklichkeit 200 Millionen Euro.“ Nach altem Geld 2,7 Milliarden Schilling. Petz fügte süffisant hinzu, dass die Moser Holding ein allfälliger Umsatzrückgang durch das Inseratentransparenz-Gesetz „kaum“ betreffen würde, „vielleicht mit zwei Millionen“.

Andere Mächtige der Zeitungsbranche müssen sich da über mögliche Konsequenzen des kommenden Gesetzes schon mehr Sorgen machen: Berechnungen des VÖZ<sup>[4]</sup> und der APA<sup>[5]</sup> ergaben, dass die Politik-Inserate bei der Wiener Gratis-Postille „Heute“ 28 Prozent des gesamten Anzeigenanteils ausmachen, beim Billigblatt „Österreich“ 19 Prozent und bei der Kronenzeitung 13 Prozent.

Kein Wunder, dass das Medienfachblatt „Horizont“ schlagzeilt: „Gesetzesentwurf bringt die Branche in Wallung“ und untertitelnd die Frage stellt: „Wenn Medien in den Mahlstrom der Politik gelangen: Was hat der geplante ‚Regierungsinserte-Pranger‘ für Folgen?“ Der VÖZ lässt seinen Präsidenten Hans Gasser dazu zu Protokoll geben: „So wie die Leistungen aus der Presseförderung pro Medium auf den Cent genau öffentlich einsehbar sind, muss es auch Transparenz im demokratiepolitisch hochsensiblen Bereich der kommerziellen Kommunikationsmaßnahmen und Kooperationen durch öffentliche Stellen und Unternehmen mit mehrheitlicher Beteiligung der öffentlichen Hand geben.“ Im Klartext: Wenn hier Steuergelder fließen, haben die Bürger auch das Recht zu erfahren, wofür. VÖZ-Chef Gasser beruft sich übrigens auf Einigkeit bei den Beschlüssen im Vorstand. Allerdings sind „Heute“ und „Österreich“ keine VÖZ-Mitglieder.

Dass das Gesetz die Angabe der jeweiligen „Höhe des Entgelts“ – jener in der Branchensprache „Netto-Netto“ genannte Betrag, der tatsächlich nach Abzug aller Provisionen und Rabatte beim jeweiligen Medium landet – verlangt, wird kaum von allen Betroffenen goutiert. Es wird dann etwa der Bald-Mitbewerber Hans Peter Haselsteiner mühelos verifizieren können, welche Konditionen die ÖBB bei welchem Werbeträger gewährt erhält. In der Branche wird befürchtet, dass die öffentliche Hand künftig bei der Inseratenvergabe insgesamt zurückhaltender agieren wird. Für Agenturen und Medien schlecht, für den Steuerzahler gut. Ein anderer Aspekt: Bei der Vergabe öffentlicher Inserate wird wohl stärker auf die Kosten-Nutzen-Relation geachtet (wiederum gut für den Steuerzahler), sodass große Medien mit hoher Reichweite und günstigen Preisen eher zum Zug kommen als kleine Verlage (kann demokratiepolitisch schlecht sein, weil die Meinungsvielfalt in Gefahr geraten könnte).

## „Deltaarm“ mündet in parlamentarischen Ausschuss

Der Fokus auf die drei Boulevardmedien „Kronenzeitung“, „Österreich“ und „Heute“, in letzter Zeit die unbestrittenen Hauptnutznießler der großzügigen Steuergeld-Ausschüttungen, formte inzwischen – wie es Engelbert Washietl in der aktuellen Ausgabe des „Österreichischen Journalist“ formuliert – „inmitten der allgemeinen Korruptions- und Lobbyismusdebatte einen eigenen Strang, der sich ähnlich dem giftigroten Bauxitschlamm im ungarischen Kolontar selbständig den Weg sucht.“ Ein „Deltaarm“, so Washietl, „mündet in den am 20. Oktober im Nationalrat einstimmig beschlossenen Untersuchungsausschuss zur Klärung von Korruptionsvorwürfen. Zwischen den großen Korruptionspaketen Telekom und Buwog sowie dem Verdacht der Staatsbürgerschaft-Erschleichung kommt in Punkt 4 und 5 das sprudelnde Geschäft mit politischen Inseraten zur höheren Ehre einer parlamentarischen Untersuchung.“

In der Tat tauchten zuletzt im Zusammenhang sowohl mit den ÖBB als auch mit der ASFINAG<sup>[6]</sup> Zeugenaussagen und Protokolle auf, wonach sich der frühere Infrastrukturminister und heutige Bundeskanzler Werner Faymann möglicherweise aufwendige Werbekampagnen durch diese zwei staatsnahen Unternehmen bezahlen ließ. „Profil“, „Falter“, „Kurier“ und „Presse“ wollen Belege dafür gefunden haben, dass die ÖBB im Jahr 2008 „Sieben Millionen für den Werner“ reservieren mussten. Werner Faymanns seinerzeitiger Vertrauter und heutiger Staatssekretär Josef Ostermayer erwies sich kürzlich in der „ZIB 2“ außerstande, diesen Verdacht zu entkräften. Die Korruptionsstaatsanwaltschaft ermittelt. Faymanns persönliches Netzwerk zu den Medien skizziert Washietl so: „Wolfgang Jansky war in Fay-

manns Zeit als Wohnbaustadtrat dessen Pressesprecher. 2004 gründete Jansky die Gratiszeitung ‚Heute‘ und ist deren Geschäftsführer neben Eva Dichand, der Frau des Krone-Chefredakteurs Christoph Dichand. Janskys Lebensgefährtin Elvira Franta ist Pressesprecherin des Kanzler-Staatssekretärs Josef Ostermayer.“

Eine FPÖ-Anzeige gegen Faymann und Ostermayer wegen des Verdachts auf Amtsmissbrauch und Untreue sowie vor allem kolportierte Aussagen des Ex-ÖBB-Chefs Martin Huber im Zuge der Ermittlungen führten zu einer regelrechten – wie es der „Horizont“ titulierte – „Zeitungsschlacht um Inserate der Regierung“: Jene Zeitungen, denen die bisherige Bevorzugung der drei Boulevardriesen „Kronenzeitung“, „Heute“ und „Österreich“ ein Dorn im Auge ist, würden sich „diesem Thema mit wetteifernder Inbrunst widmen und sich mit täglich neuen Details überschlagen“. Die zum Teil durchaus nicht einer gewissen Pikanterie entbehren: Die „Kleine Zeitung“ etwa zitierte eine Insider-Aussage, wonach Faymann bei der ASFINAG „dasselbe Regime aufziehen wollte wie bei der ÖBB“ – und das mit dem kolportierten O-Ton „Die Medienarbeit überlassen Sie mir!“ Beinahe ist man geneigt hinzuzufügen: So schaut sie auch aus!

### Verblüffende Ähnlichkeiten

Sieht man sich die Krone-Inseratenserie des Bundeskanzleramtes und jene der ÖBB in den letzten Monaten an, fallen zahlreiche äußere verblüffende – aber gewiss zufällige – Ähnlichkeiten auf: Beide in schlankem halbseitigen Hochformat (fallweise jeweils unterfüttert mit einem zusätzlichen doppelseitigen Inserat), beide mit weißer Dachzeile auf schwarzem Grund („Eine Information des Bundeskanzlers“ bzw. „Wir für Sie“), beide mit weißer Titelzeile auf rotem Grund („Servicetelefon“ bzw. „Fragen an die ÖBB“), beide mit zweispaltigem Blickfang-Farbfoto in der oberen Seitenhälfte, beide mit schwarzem Rahmen um das Foto, beide mit sparsamen Fettdruck-Hervorhebungen, beide mit senkrecht gestellter Werbedeclaration „Entgeltliche Einschaltung“...

Inhaltlich pendeln die Botschaften in beiden Anzeigerserien zwischen Plattitüde und Peinlichkeit hin und her: Das Bundeskanzleramt inserierte beispielsweise: Eine gewisse „Anna P. aus Feldkirchen“ habe am Faymann-Servicetelefon deponiert, dass sie „erbst über die Griechenlandhilfe“ sei. Das kompetente Team des Bundeskanzleramtes habe die Sorgen der Bürgerin mit der Aussage zerstreuen können, dass die Griechenlandhilfe „ohne Alternative“ sei. Im nächsten Absatz heißt es, dass eine Frau „Heidalgunde R. aus Vorarlberg fürchtet, der Euro könnte an Wert verlieren, man wäre besser beim Schilling geblieben.“ Auch hier konnte Faymanns Team eine Klärung herbeiführen: Der Euro „habe sich als stabile Währung erwiesen“ und sei „Stütze der Krise“. Fünf Monate und zwanzig (!) in dieser Tonart gehaltene Inseratenseiten später stoßen zu Faschingsbeginn am 11. November 2011 Krone-Leser auf folgende Werbebotschaft: Ein Herr „Hubert K.“ wolle „ein Haus in Deutschland erstehen und die Vertragspapiere digital unterschreiben“. Weil er offenbar nicht weiter wusste, sei er am Bundeskanzleramt-Telefon gelandet, wo man ihn kompetent darüber aufgeklärt habe, dass „eine digitale Signatur von PDF-Dokumenten sowohl mittels Bürgerkarte als auch mittels Handy-Signatur möglich ist“.

Gar viele Österreicher von der Straße auf die Schiene gebracht haben dürfte am 8. April 2011 ein doppelseitiges ÖBB-Inserat in der Kronenzeitung, das den Auftakt für eine – bis zum Redaktionsschluss dieser GENIUS-Ausgabe noch nicht beendete – „wöchentliche Plattform“ in Gestalt halbseitiger Krone-Inserate bildete, auf der folgender Dialog des „Neurotiker“-Gründers Ciro de Luca mit dem vergangenheitsbewältigenden Kabarettisten Christoph Fälbl zu lesen war:

*Fälbl: Und ich seit Jahren begeisterter Bahngegner.*

*De Luca: Und das, obwohl du nie mit der Bahn fährst.*

*Fälbl: Ich kann mich genau erinnern, als Kind bin ich dauernd mit der Bahn gefahren.*

*De Luca: Jetzt meinst die Geisterbahn, oder?*

Zyniker könnten übrigens meinen, dass die Ausgaben der Bahn für solche Inserate angesichts der – von Verkehrsministerin Doris Bures kürzlich mit 15,2 Milliarden Euro bezifferten – Gesamtverbindlichkeiten der ÖBB ohnehin nur „Peanuts“ sind.

## Egal, ob „rotes“ oder „schwarzes“ Ministerium

Nun ja: Egal ob „rotes“ oder „schwarzes“ Ministerium, Regierungsinserate müssen offenbar sein. „Das Außenministerium ist weltweit für Sie da“ erfuhren verblüffte Steuerzahler am 1. Juli 2011 in einer ganzseitigen Krone-Anzeige, aus der Dr. Michael Spindelegger freundlich entgegenlächelte. „Auch ohne Grenzkontrollen immer Reisedokument mitnehmen“, mahnten am 30. Juni 2011 Außenminister Spindelegger und Innenministerin Mag. Johanna Mikl-Leitner, gemeinsam aus dem Großinserat einer Mediaprint-Beilage (beigelegt der Kronenzeitung und dem Kurier) lächelnd.

Frauen- bzw. Beamtenministerin Gabriele Heinisch-Hosek gab sich nicht damit zufrieden, am 16. November 2010 auf einer Krone-Inseratenseite nur einmal abgebildet zu sein: Ihr Konterfei schmückte gleich zweimal die Seite. Jeweils umringt von vielen lieben Kindern, transportierte sie mit dem Hinweis, dass es sich um „eine Information der Frauenministerin“ handle, die weltbewegende Botschaft: „Echte Männer gehen in Karenz“. Am 4. Oktober 2011 wandte sich die Ministerin in einem ganzseitigen, diesmal nur einem einzigen Bild von ihr verzierten, Krone-Inserat mit der Aufforderung an ihre Geschlechtsgenossinnen „Liebe Frauen! Nachrechnen zahlt sich aus“, und gab sich neugierig: „Auf Ihre Reaktionen, Anregungen und Fragen freue ich mich, schreiben Sie mir!“ Wer diese Aufforderung ernst nahm wie der Autor dieses GENIUS-Lesestücker, wartet möglicherweise noch heute vergeblich auf Antwort. Dass der mit Steuergeldern medial so intensiv beworbene Gehaltsrechner längst zum Schuss ins Knie geworden war, musste sich die Ministerin wenig später just von Tirols Wirtschaftskammer-Vizepräsidentin Brigitte Stampfer sagen lassen: „Gehaltsrechner sorgt für Verwirrung anstelle von Klarheit“ und „der Gehaltsrechner entspricht vielfach nicht der Wirklichkeit und weckt falsche Erwartungen“ spottete am 3. November die „Tiroler Wirtschaft“.

Verteidigungs- und Sportminister Mag. Norbert Darabos präsentierte sich am 25. Oktober 2011 Millionen Krone-Lesern auf einer Anzeigendoppelseite – Darabos klotzt eben offenbar gerne, anstatt zu kleckern – in frisch gebügeltem Heeresuniformhemd (!) „beim Besuch auf den Golanhöhen“ und verkündete dazu: „Unsere Schwerpunkte bei den Auslandseinsätzen sind der Westbalkan und der Nahe Osten. Der Libanon-Einsatz passt damit in unsere Auslandseinsatz-Strategie“. Getitelt war das eindeutige Polit-Inserat unbekümmert mit der Unwahrheit, hierbei handle es sich um „eine Information des Bundesheeres“. Wenige Tage später musste sich Darabos nach seiner peinlichen Polit-Bauchlandung im Zusammenhang mit der Absetzung von Generalstabschef Edmund Entacher auf der Leserbriefseite desselben Massenmediums, der Kronenzeitung, vom Villacher Brigadier Günter Polajnar freilich die Frage gefallen lassen: „Was muss eigentlich passieren, damit ein Bundesminister, der staatspolitische Verantwortung immer wieder mit parteipolitischem Wahlkampfeinsatz verwechselt und für diesen Zweck das Bundesheer als Spielwiese missbraucht, abgelöst wird?“

In Woche 42 wurde in News eine Doppelseite gebucht, um Herrn Darabos über dem Bildtext „Die Profis. Unser Heer“ in lässiger Pose in einer Soldatenrunde zu zeigen und mit Steuergeld Werbung für ein Berufsheer zu machen: „Ich habe den Startschuss zur weiteren Professionalisierung der Streitkräfte gegeben und den Auftrag erteilt, Pilotprojekte dazu einzuleiten. ... Damit tragen wir zukünftigen Herausforderungen Rechnung und verfolgen die Empfehlung der Bundesheer-Reformkommission weiter, die Gliederung des Bundesheeres so zu gestalten, dass spätere Entwicklungen wie etwa die Aussetzung der Wehrpflicht und die Umstellung auf ein Freiwilligenheer möglich sind“.

In derselben News-Ausgabe, die ansonst wohl ziemlich dünn ausgefallen wäre, finden sich übrigens zudem doppelseitige bzw. ganzseitige Inserate folgender Institutionen:

- Wiener Stadtwerke („Wir denken Wiener Zukunft“),
- Wiener Linien („Die Stadt gehört Dir – Neue Tarife ab 1. Mai 2012“)
- Wiener Büchereien („Lesofantenfest“)
- Finanzministerium („Informieren zahlt sich aus – Ihre Steuertipps 2011“)
- Frauenministerium („Frauen rechnen jetzt nach“)
- Vienna International Airport („Entspannt abheben“)
- Verbund („Jetzt online wechseln und bis zu 100 Euro sparen“)
- ÖBB („ÖBB-Postbus. Kommt gut an“)
- ASFINAG („Die Jahresvignette 2012 braucht jeder“)
- Casinos Austria<sup>[7]</sup> („Zwei Damen in der Hand? Die sollten Sie halten“).

Und zum Drüberstreuen gibt's in derselben Ausgabe noch je eine halbe Werbeseite für den Wiener Rotkreuzball („unter der Schirmherrschaft von Bürgermeister Dr. Michael Häupl“) und der Post („Wenn's wirklich wichtig ist, dann lieber mit der Post“) sowie jeweils eine Viertel-seite Werbung des Wirtschaftsministeriums („Innovation garantiert Vorsprung“) und noch einmal der Post (Generaldirektor Georg Pölzl im formatfüllenden Porträt und der O-Ton-Empfehlung „im Gegensatz zu Briefen sollte man das Lesen nie aufgeben“).

Für zwei gebuchte ORF-Inseratenseiten („Kratky – der Morgenmann im Abendtalk“, „ORF – mehr Kultur und Information“) revanchiert sich News mit einer dreiseitigen redaktionellen und somit kostenlosen Lobeshymne auf ORF-General Alexander Wrabetz.

Rechnet man die rund 16 Polit-Inseratseiten auf normalen News-Seitentarif um, würden allein in dieser Ausgabe 254.000 Euro an Steuergeldern stecken. Mal 50 Wochen ergäbe das hochgerechnet im Jahr allein beim – im Vergleich zu „Krone“, „Heute“ und „Österreich“ – von der öffentlichen Hand ach so stiefmütterlich behandelten News-Magazin gute zwölf Millionen Euro. Der Kenner wird einwenden, dass sich der „Großkunde Steuerzahler“ natürlich über prächtige Rabatte freuen darf (laut offizieller Preisliste 15 Prozent bei fünf und mehr Schaltungen im Jahr). Allerdings ist die zitierte Ausgabe keine starke Weihnachts- oder Wahlkampfnummer, und es sind keine Platzierungszuschläge eingerechnet. Alles in allem bleibt sicher ein kleines Körbergeld in der Kasse des News-Verlages, der ja noch mehr als ein Dutzend andere Titelpferdchen im Stall hat.

## Keine grundlegende Änderung zu erwarten

Ein Schelm, wer auf die Idee käme, dass Kanzler, Minister und Generaldirektoren angesichts dieser geballten Medienmacht Angst vor einer „schlechten Presse“ bekommen könnten und den gefräßigen Wolf lieber ausreichend mit Steuergeld-Fleisch füttern, das ja nicht ihr eigenes ist.

Die Palette der Wortmeldungen von Politikern zum Transparenzgesetz ist breit gefächert. So deponierte Vizekanzler Dr. Michael Spindelegger, er könne sich vorstellen, Regierungsinserate abzuschaffen und die Presseförderung anzuheben. ÖVP-Klubobmann Karlheinz Kopf postuliert: „Die Inserate müssen einen Informationsgehalt haben und brauchen kein Ministerfoto.“ Kopf kann sich auch vorstellen, dass Regierungsinserate von einer unabhängigen Stelle vergeben werden. Außerdem würden Richtlinien benötigt, über deren Einhaltung ein Beirat der KommAustria<sup>[8]</sup> wachen könnte. Raiffeisen-General Dr. Christian Konrad zieht gleich den Sinn des ganzen Medientransparenzgesetzes in Zweifel: „Ich halte nicht sehr viel davon. Wozu braucht man da ein Verfassungsgesetz? Es würde doch reichen, wenn die Regierung einer Mediaagentur den Auftrag gibt, sie soll die Inserate der öffentlichen Hand beobachten und alle zwei Monate einen Bericht legen. Das kostet kaum Geld und man braucht auch kein Gesetz dafür.“

Zusammenfassen lässt sich, dass das Gesetz zweifellos „besser als nichts“ ist, dass aber eine grundlegende Änderung des medialen Umgangs mit Steuergeldern kaum zu erwarten ist. Je höher der Schuldenberg ist, auf dem die Republik sitzt, und je höher die Zinsenlast steigt, die

der Steuerzahler zu tragen hat, desto fragwürdiger sind alle entbehrlichen Ausgaben. Dem Bürger steht es natürlich frei, allzu freigebige Politiker in der Wahlzelle an diese Binsenweisheit zu erinnern.

**Bernd Stracke** ist allgemein beeideter und gerichtlich zertifizierter Mediensachverständiger in Innsbruck.

## Anmerkungen

- [1] Eigentlich handelt es sich um zwei Gesetze, deren Titel sich recht sperrig lesen: „Bundesverfassungsgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (BVG Medienkooperation und Medienförderung – BVG MedKF-T)“ und „Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums (Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz, MedKF-TG“).
- [2] Anfrage Nr. 8772/J der Abgeordneten zum NR DDr. Königshofer, Kolleginnen und Kollegen
- [3] Wörtlich heißt es: „Darin sind u. a. enthalten: Inseratenschaltungen, Schaltungen von redaktionellen Beiträgen, Kosten für Medienkooperationen, Regierungsinserate zum Jahreswechsel sowie anlässlich einer Zwischenbilanz der Bundesregierung, Inserate zum Tag der offenen Tür am Nationalfeiertag, Schaltungen zum Thema E-Government. Redaktionelle Beiträge zum Thema E-Government wurden in folgenden Medien geschaltet: Biber (*Anm: die Internet-Suche nach „Biber“ führt zum Zuwanderungsmagazin Biber bzw. zu: <http://www.wieninternational.at/de/node/6341>*), Krone, Heute, Österreich, Kurier, Standard, Presse, Salzburger Nachrichten, TV-Media, E-Media, Trend, Format, Gewinn, Falter sowie in einigen Fachpublikationen. Dabei standen thematisch insbesondere das Unternehmensserviceportal (USP), Help.gv.at, die Digitale Signatur, die Handysignatur sowie Informationen über Online-Angebote des Bundeskanzleramtes und der Bundesregierung im Vordergrund. Anlässlich des Jahreswechsels wurde in folgenden Medien geschaltet: Kronen Zeitung, Kleine Zeitung, Heute, Österreich, Niederösterreichische Nachrichten, Wirtschaftsblatt, Bezirkszeitung und einige Fachzeitschriften. Einen weiteren Schwerpunkt stellten Inserate und redaktionelle Beiträge zu Bürgerservicestellen, insbesondere zu jenem des Bundeskanzleramtes dar. Hier erfolgten die Schaltungen in der Kronen Zeitung, Heute, Österreich, Tiroler Tageszeitung, Salzburger Nachrichten, Vorarlberger Nachrichten, News, Ganze Woche, Niederösterreichische Nachrichten, Falter, Wirtschaftsnachrichten, Furche, Bezirkszeitungen sowie in Fachzeitschriften. Aus Anlass des Tages der offenen Tür am Nationalfeiertag sowie zum Jahreswechsel erfolgten Schaltungen in zahlreichen Medien, so etwa: Wirtschaftsblatt, Medien der Verlagsgruppe News, Neue Kärntner Tageszeitung, Presse, Tiroler Tageszeitung, Oberösterreichische Nachrichten, Standard, Kurier, Österreich, Ganze Woche, Österreich, Wiener Bezirksblatt, Kleine Zeitung und RMA national, jüdischen Zeitschriften wie etwa DAVID, Illustrierte Neue Welt, Sefardinews und weiteren weniger auflagenstarken Medien. Darüber hinaus wurden weitere Schwerpunkte gesetzt, dies u. a. zu den Themen Mindestsicherung (Heute, Österreich), Zwischenbilanz der Bundesregierung (u. a. Wirtschaftsblatt, Oberösterreichische Nachrichten, Standard, Kurier, Österreich, Heute, Kronen Zeitung), Arbeitsplätze/Jugendliche (Kronen Zeitung, Heute, Österreich, Verlagsgruppe News).“
- [4] Verband österreichischer Zeitungen oder kurz Verlegerverband, 1946 gegründeter freiwilliger Zusammenschluss von Tages- sowie Wochenzeitungen und Magazinen, dem derzeit 64 ordentliche Mitglieder angehören.
- [5] Die genossenschaftlich geführte und im Eigentum österreichischer Tageszeitungen sowie des ORF stehende Austria Presse Agentur ist die größte nationale Nachrichtenagentur Österreichs.
- [6] Die ASFINAG, die das gesamte österreichische Autobahnen- und Schnellstraßennetz plant, finanziert, baut, erhält, betreibt und bemaute, erhält zwar kein Geld aus dem Staatsbudget, hat aber das Fruchtgenussrecht an den im Eigentum des Bundes stehenden Grundstücken und Anlagen des hochrangigen Bundesstraßennetzes. Vor wenigen Tagen zitierte die APA eine Aussage von Verkehrsministerin Doris Bures, wonach die ASFINAG auf einem Schuldenberg von 11 Milliarden Euro sitzt.
- [7] Dritteigentümer der Casinos Austria ist die „Münze Österreich“, die ihrerseits eine Aktiengesellschaft unter der Hoheit der Österreichischen Nationalbank ist, wobei 100 Prozent deren Grundkapitals von 12 Mio. Euro seit 2010 der Republik Österreich gehören.
- [8] Die Kommunikationsbehörde Austria, abgekürzt auch KommAustria, ist die 2001 gegründete Regulierungsbehörde für Rundfunk, Telekommunikation und Postwesen. Zur Wahrnehmung der Aufgaben in diesen Bereichen dienen die Geschäftsstellen *Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH* (RTR) sowie *Telekom-Control-Kommission* (TKK), die seit 2008 mit dem *Senat für Post-Regulierung* (TKKP) auch für das Postwesen zuständig ist. In den Zuständigkeitsbereich der KommAustria fällt auch die Presse- und Publizistikförderung.