

§ 4 PartG Wahlwerbungsaufwendungen und Wahlwerbungsbericht

PartG - Parteiengesetz 2012

⌚ Berücksichtigter Stand der Gesetzgebung: 01.08.2022

1. (1) Jede politische Partei darf für die Wahlwerbung zwischen dem Stichtag der Wahl zum Nationalrat oder zum Europäischen Parlament und dem Wahltag maximal 7 Millionen Euro (Anm 1) aufwenden. Wird derselbe Wahlvorschlag von zwei oder mehreren politischen Parteien unterstützt, so gilt die Höchstsumme für die zusammengerechneten Aufwendungen dieser Parteien. In die Höchstsumme sind auch die Aufwendungen im Sinne des § 2 Z 4 von nahestehenden Organisationen, Personenkomitees sowie einzelner Wahlwerber, die auf einem von der politischen Partei eingebrachten Wahlvorschlag kandidiert haben, einzurechnen, wobei Aufwendungen eines Wahlwerbers für auf seine Person abgestimmte Wahlwerbung bis zu einem Betrag von 15 000 Euro (Anm 1) außer Betracht zu bleiben haben.
2. (2) Jede politische Partei, die aufgrund einer Wahl zum Nationalrat oder zum Europäischen Parlament Anspruch auf Förderungen nach dem Parteien-Förderungsgesetz 2012, BGBl. I Nr. 57/2012, hat, hat innerhalb von sechs Monaten nach dem Wahltag einen Wahlwerbungsbericht über die Wahlwerbungsaufwendungen gemäß Abs. 1 zu erstellen und in einem offenen und maschinenlesbaren standardisierten Format dem Rechnungshof zu übermitteln.
Die Frist zur Übermittlung des Wahlwerbungsberichts kann vom Rechnungshof im Falle eines begründeten Ersuchens der Partei oder aus eigenem um bis zu vier Wochen verlängert werden. Der Rechnungshof hat den Wahlwerbungsbericht ohne vorherige Kontrolle mit dem Hinweis auf eine noch anhängige Prüfung unverzüglich auf seiner Website zu veröffentlichen. Nach Abschluss der Prüfung des Wahlwerbungsberichts ist der Hinweis auf die anhängige Prüfung zu entfernen.
3. (3) Der Wahlwerbungsbericht hat zumindest folgende Aufwendungen gesondert auszuweisen:
 1. 1. Außenwerbung, insbesondere Plakatwerbung,
 2. 2. Direktwerbung,
 1. a. Folder, Postwurfsendungen und sonstige Direktwerbung,
 2. b. Wahlkampfgeschenke zur Verteilung,
 3. c. parteieigene Printmedien, soweit sie in höherer Auflage oder höherer Anzahl als in Nichtwahlkampfzeiten verbreitet werden,
 3. 3. Inserate und Werbeeinschaltungen,
 1. a. in Printmedien,
 2. b. in Hörfunkmedien, audiovisuellen Medien und Kinospots,
 3. c. im Internet,
 4. 4. mit dem Wahlkampf beauftragte Kommunikations-, Media-, Werbe-, Direktwerbe-, Event-, Schalt-, PR- und ähnliche Agenturen und Call-Center einschließlich wahlspezifischer Meinungsforschung,
 5. 5. zusätzlichen Personalaufwand,
 6. 6. die Wahlwerber durch die politische Partei,
 7. 7. natürliche Personen und Personengruppen zur Unterstützung eines Wahlwerbers durch die politische Partei,
 8. 8. Wahlveranstaltungen, sowie
 9. 9. Sonstiges.
4. (4) Alle Gliederungen der Partei, nahestehenden Organisationen, Personenkomitees und einzelnen Wahlwerber, die auf einem von der politischen Partei eingebrachten Wahlvorschlag kandidiert haben, haben der Partei alle für die Erstellung des Berichts erforderlichen Angaben zeitgerecht, korrekt und vollständig zu übermitteln.
5. (5) Der Wahlwerbungsbericht muss von einem Wirtschaftsprüfer, der die Anforderungen gemäß § 9 erfüllt, überprüft werden. Der Wirtschaftsprüfer hat dabei gemäß § 8 vorzugehen. Der Wirtschaftsprüfer wird von der jeweiligen politischen Partei bestellt. Soweit die Partei bereits einen Wirtschaftsprüfer gemäß § 5 Abs. 2 bestellt hat, kann dieser Wirtschaftsprüfer auch die Prüfung des Wahlwerbungsberichts vornehmen.

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at