



universität
wien

MASTER THESIS

Titel der Master Thesis / Title of the Master's Thesis

Wunsch und Wirklichkeit.

Die Ziele der Medienförderung in Österreich und ihre legislative
Umsetzung am Beispiel der Transformationsförderung und des
Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetzes.

verfasst von / submitted by

Answer LANG

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Master of Laws (LL.M.)

Wien, 2023 / Vienna 2023

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
Postgraduate programme code as it
appears on the student record sheet:

UA 992 942

Universitätslehrgang lt. Studienblatt /
Postgraduate programme as it appears on
the student record sheet:

Informations- und Medienrecht

Betreut von / Supervisor:

Dr. Andy KALTENBRUNNER

„Bei der Presseförderung geht es nicht um eine Subvention einer notleidenden Branche, sondern um eine Investition in die Infrastruktur der Demokratie.“

Matthias Karmasin, Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Klagenfurt, bei einer Veranstaltung des Presseclubs Concordia zur Reform der Presseförderung, 19.11.2012

Inhaltsverzeichnis

INHALTSVERZEICHNIS.....	3
I. EINLEITUNG, FRAGESTELLUNG, METHODIK.....	4
I.1. Was Thema dieser Arbeit ist – inklusive der zentralen Forschungsfrage	4
I.2. Herangehen und Methodik	5
I.3. Limitationen und Desiderata – Was nicht Thema dieser Arbeit ist	6
I.4. Was es außerdem zu sagen gibt... ..	7
II. ANFÄNGE DER PRESSEFÖRDERUNG IN ÖSTERREICH – INTENTION UND WIRKUNG.....	8
II.1. Kurzer historischer Abriss zur Presseförderung in Österreich	8
II.2. Ziele der Einführung von Presseförderung in Österreich – und ihre Evaluierung	14
III. TRANSFORMATIONSFÖRDERUNG IM DIGITALEN ZEITALTER – IDEE, BEGRÜNDUNG UND GESETZLICHE UMSETZUNG	30
III.1. „Transformationsförderung“ oder „Digitalförderung“ oder „Digitaltransformationsförderung“ – oder ganz anders?	30
III.2. Transformationsförderung – Von der Idee zum Beschluss	30
III.2. Zum Inhalt des Gesetzes: Was ist die Transformationsförderung und welche Ziele verfolgt sie?.....	39
III.3. Die Förderentscheidungen, ihre Veröffentlichung und die Frage der Zielerreichung	46
IV. FÖRDERUNG VON QUALITÄT IM JOURNALISMUS – IDEE, BEGRÜNDUNG UND GESETZLICHE UMSETZUNG	51
IV.1. Qualitäts-Journalismus-Förderung: Wie es – schlussendlich – dazu kam	51
IV.2. Qualitäts-Journalismus-Förderung: Was sind die Inhalte und Ziele?	59
V. ZUSAMMENFASSUNG, FAZIT, ABSTRACT	66
V.1. Zusammenfassung und Fazit.....	66
V.2. Abstract	71
V.3. Zum Abschluss... ..	73
VI. MATERIALIEN, QUELLEN UND LITERATUR	74
VI.1. Rechtsvorschriften	74
VI.2. Parlamentarische Materialien.....	75
VI.3. Selbstständige Werke.....	75
VI.4. Beiträge und Artikel in juristischen, kommunikationswissenschaftlichen und politikwissenschaftlichen Sammelbänden und Fachmedien	76
VI.5. Beiträge und Artikel in Publikumsmedien und Nachrichtenagenturen.....	77
VI.6. Sonstiges	79
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	81
ANHANG.....	82

I. Einleitung, Fragestellung, Methodik

I.1. Was Thema dieser Arbeit ist – inklusive der zentralen Forschungsfrage

Diese Arbeit wirft einen Blick hinter die Kulissen. Und zwar hinter die Kulissen der Beweggründe für Medienförderung in Österreich. Warum gibt es Subventionen für Medien? Welche Ziele und Intentionen haben sie? Werden diese Ziele erreicht? Finden sich die geäußerten Ziele in der legislativen Umsetzung wieder? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt der vorliegenden Masterarbeit.

Um das Feld in überschaubaren Ausmaß aufzumachen, werden dabei spezifische Fördermaßnahmen und Gesetzesmaterien herausgegriffen. Das ermöglicht es, eine tiefergehende Analyse durchzuführen, anstatt nur an der Oberfläche zu kratzen.

Denn die Medienförderung in Österreich ist ein weites legislatives und politisches Feld. Es finden sich Förderungen unterschiedlichster Art für Printmedien, Onlinemedien, Privatrundfunk, Privatfernsehen, Spezialmedien, nicht-kommerzielle Medien und im weitesten Sinn auch für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dieser wird zwar nicht unmittelbar aus staatlichen Mitteln unterstützt, jedoch sieht das ORF-Gesetz vor, dass ab 1. Jänner 2024 jeder Haushalt und jedes Unternehmen in Österreich einen bestimmten finanziellen Beitrag leistet, um dem ORF seine Finanzierungsgrundlage zu ermöglichen.¹

Gerade in den vergangenen Monaten kam es zu einer Reihe von neuen Gesetzesinitiativen, die Förderung von Medien zum Inhalt hatten. Zwei davon scheinen besonders interessant für eine Betrachtung zu sein, weil beide sehr konkrete Vorhaben in puncto Medienförderung verfolgen: Zum einen die so genannte Transformationsförderung im Zuge einer Novelle des KommAustria-Gesetzes im Jahr 2022; zum anderen das noch nicht in Kraft getretene Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz². Auch aufgrund ihrer Aktualität scheint es naheliegend, sich diese beiden Gesetzesmaterien anzusehen, wenn es darum geht, die Ziele von Medienförderungen näher zu beleuchten.

Der konkrete Erkenntnisgewinn soll die Frage beantworten, welche Ziele die Presse- und Medienförderung in Österreich verfolgt und ob diese Ziele effizient erreicht werden. Dafür werden exemplarisch die zwei angeführten, hochaktuellen Gesetzesmaterien herausgegriffen. Konkret ergibt sich daraus folgende Forschungsfrage:

¹ Bisher finanzierte sich der ORF zu einem Gutteil aus der so genannten GIS-Gebühr, die lediglich von Besitzer:innen eines dezierten Empfangsgerätes (Fernseher oder Radio) entrichtet wurde. Mit der am 5. Juli 2023 im Nationalrat beschlossenen Novelle zum ORF-Gesetz wird die Finanzierung des ORF ab 1. Jänner 2024 über den ORF-Beitrag – umgangssprachlich „Haushaltsabgabe“ – erfolgen. Die Höhe dieses zukünftigen ORF-Beitrags wird gemäß dem dafür definierten Vorgehen in § 31 Abs 1 ORF-G iVm § 7 ORF-Beitrags-G mit einer Höhe von 15,30 Euro festgelegt.

² Gesetzestext entsprechend dem im Verfassungsausschuss des Nationalrates am 19. April 2023 mehrheitlich angenommenen Initiativantrag (3292/A XXVII. GP). Bedingt durch das noch laufende Beihilfenverfahren der EU-Kommission konnte das Gesetz noch nicht im Nationalrat beschlossen und in den weiteren Gesetzgebungsprozess eingebracht werden.

Werden die Legistik und die beschlossenen Gesetzesmaterien den ursprünglich verfolgten und geäußerten Zielen, Intentionen, Begründungen für Gesetzgebungsvorhaben im Bereich der Medienpolitik und Medienförderung gerecht?

I.2. Herangehen und Methodik

Ausgehend von dieser zentralen Forschungsfrage wird zu Beginn ein Blick auf die erste Subvention für Medien in Österreich, die Presseförderung, geworfen. Ein historischer Überblick zum Thema Presseförderung wird dabei bewusst kurzgehalten. Getrennt davon werden im Anschluss die für diese Masterarbeit relevanten Aspekte ausführlicher betrachtet: Was waren die Ziele der (erstmaligen) Einführung einer Presseförderung? Was waren die politischen Begründungen? Fanden sich diese in der Legistik wieder? Und letztlich: Wurden die formulierten Ziele mit der Gesetzesmaßnahme auch erreicht?³

Und genau diese Fragen werden dann auch bezogen auf die beiden hier gründlichst zu analysierenden Gesetzesmaterien noch viel intensiver und vor allem mit hohem Aktualitätsbezug beleuchtet und analysiert: Die Transformationsförderung sowie das Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz. Neben den teleologischen Fragestellungen im Rahmen der Forschungsfrage wird zu besprechen sein, was die konkreten politischen und rechtlichen Herausforderungen in Bezug auf digitale Transformation von Medien sowie in Hinblick auf Qualität im Journalismus als Förderungskriterium waren und inwiefern der Gesetzgeber dem gerecht geworden ist.

Dieser Aspekt sowie die Überprüfung der Zielerreichung werden dabei in Hinblick auf die Transformationsförderung im Konkreten sicher aufschlussreicher, da die gesetzliche Grundlage dafür bereits in Kraft ist, die ersten Ansuchen und Auszahlungen erfolgt sind und somit eine sehr konkrete Evaluation möglich ist. Dabei werden auch Fragen der Transparenz und angesichts von kryptischen Excel-Listen und verklausulierten Formulierungen auch der Wille dafür Thema sein.

Betreffend dem Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz wird ein differenziertes Herangehen notwendig sein, weil dieses Gesetz zwar bereits vom Verfassungsausschuss des Nationalrates beschlossen worden ist, für einen endgültigen Beschluss in National- und Bundesrat jedoch noch das Ende des laufenden Beihilfeverfahrens der EU-Kommission abgewartet werden muss. Nichtsdestotrotz gibt es auch in Bezug auf das QJF-G bereits zum jetzigen Zeitpunkt genügend Quellen, die eine Aufarbeitung in Bezug auf die Forschungsfrage lohnenswert macht.

³ Grundsätzlich ebenfalls durchaus lohnende Fragen etwa nach der Entwicklung der Höhe der Presseförderung oder der Vergabe-Entscheidungsgremien sind jedoch nicht vordergründig Thema dieser Arbeit.

Dementsprechend wird sich die methodische Herangehensweise zwar in den Grundzügen gleichen, im Detail aber unterscheiden: Bei der Betrachtung der Presseförderung als historische Blaupause erfolgt ein schwerpunktmäßiger Rückgriff auf Sekundärliteratur. Auf parlamentarische Materialien, Studien, begleitende rechts-, politik- und kommunikationswissenschaftliche Literatur sowie natürlich auf die entsprechenden Gesetzestexte wird in weiterer Folge im Zusammenhang mit der Ermittlung von Zielen und der Evaluierung dieser Ziele zurückgegriffen.

Im Rahmen der Betrachtung von Zielen und der Frage der Zielerreichung der Transformationsförderung bieten eine Fülle von aktuellen Unterlagen die Grundlage für die Aufarbeitung der Forschungsfrage. Die Ziele der gesetzlichen Maßnahme werden anhand von parlamentarischen Materialien, öffentlicher Aussagen der politischen Verantwortungsträger:innen und natürlich anhand des Gesetzestextes selber eruiert. Die Überprüfung der rechtlichen und politischen Folgen der Transformationsförderung im Sinne der Zielerreichung findet anhand von Vergleichswerten und von publizierten Abwägungen von rechts- und kommunikationswissenschaftlichen Expert:innen statt.

Auch bei der Frage von Zielen, Intentionen und Begründungen des Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetzes stehen in erster Linie der Gesetzestext selber, die entsprechenden parlamentarischen Materialien sowie die öffentlichen Aussagen der maßgeblichen Proponent:innen im Fokus der Untersuchung. Die mögliche Zielerreichung wird ebenso wie die Frage, ob der Gesetzestext den ursprünglichen Intentionen gerecht wird anhand von Beurteilungen in der fachspezifischen Literatur und anhand fundierter Eigenanalyse getätigt werden. Der Status dieser Analysen und Überlegungen beruht inhaltlich auf dem im Verfassungsausschuss des Nationalrates beschlossenen Gesetzestext, der zum Zeitpunkt des Abschlusses dieser Arbeit seitens der Europäischen Kommission beihilfenrechtlich allerdings noch nicht genehmigt und somit auch in National- und Bundesrat noch nicht beschlossen und in Kraft getreten ist.

I.3. Limitationen und Desiderata – Was nicht Thema dieser Arbeit ist

In der vorliegenden Arbeit geht es nicht um Förderung bzw. Finanzierungsgrundlage von audiovisuellen Medien – seien sie nun privatwirtschaftlich organisiert oder öffentlich-rechtlich. Auch Subventionen an nicht-kommerzielle Medien oder spezifische Zeitschriften im politischen, kulturellem oder weltanschaulichem Kontext (Publizistikförderung) werden hier nicht betrachtet. Ebenso wenig werden Fördermaßnahmen seitens der Bundesländer oder Gemeinden ins Auge gefasst und in Hinblick auf die Forschungsfrage analysiert.

Ebenfalls kein Thema wird die – nennen wir es – „versteckte Förderung“⁴ von einzelnen Medien in Österreich durch sehr großzügige und oft sachlich nicht nachvollziehbare Werbeeinschaltungen seitens öffentlicher Stellen sein. Sie spielt zwar budgetär eine große Rolle für die einzelnen Medien und dient mutmaßlich auch als Schuhlöffel für nachhaltige Gefälligkeitsberichterstattung; in Bezug auf die eigentliche Forschungsfrage dieser Arbeit ist jedoch kein Erkenntnisgewinn zu erwarten – zumal diese wissenschaftlich und nicht vor Gericht zu behandeln ist.⁵

Was man außerdem in dieser Arbeit vergeblich sucht: Eine Auseinandersetzung mit indirekten Hilfen für Medienverlage, -herausgeber:innen oder -produkten. Der ermäßigte Umsatzsteuersatz⁶, der im Jahr 2001 abgeschaffte ermäßigte Postzeitungsversand⁷ oder andere mittelbare Förderungen kommen in dieser Arbeit nicht vor. Und lediglich am Rande wird im Zusammenhang mit einer Novellierung des Presseförderungsgesetzes die Corona-Sonderförderungen angesprochen, um generell fragliche Förderprinzipien zu exemplifizieren.

I.4. Was es außerdem zu sagen gibt...

Kaum erwähnenswert – weil selbstverständlich – ist die Tatsache, dass Begriffe, die Frauen, Männer und diverse Personen gleichermaßen bezeichnen, auch entsprechend geschlechtsneutral formuliert sind. Ausgenommen davon sind lediglich einige unmittelbare Zitate aus anderen Quellen, bei denen aus Gründen der Authentizität der originale Wortlaut beibehalten worden ist. Ebenso kommt es vor, dass in einzelnen Zitierungen die Rechtschreibung nicht zur Gänze den heutigen Standards entspricht.

⁴ Kaltenbrunner bezeichnet die Inseratenvergabe als „eine indirekte, nicht offen als solche deklarierte Medienförderung“. Vgl. Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 15.

⁵ Verwiesen sei hier auf die Ermittlungen der Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft gegen ehemals führende Politiker:innen und noch aktive Medien-Herausgeber:innen wegen des Verdachts der Bestechlichkeit (§ 304 StGB) bzw. der Bestechung (§ 307 StGB) im Zusammenhang mit „Inseratenkorruption“. Ein guter Überblick über die Hintergründe findet sich unter anderem hier: www.derstandard.at/story/2000145189805/dichand-das-ist-inhaltlich-der-letzte-dreck-bluelmel-sorry

⁶ Vgl. § 10 Abs 2 Z 1 iVm Anlage 1/33b UstG.

⁷ Als Begründung für die Abschaffung der ermäßigten Tarifs wurden Budgetsanierungsmaßnahmen angeführt. Vgl. Holoubek/Kassai/Traimer, Grundzüge des Rechts der Medien, 153.

II. Anfänge der Presseförderung in Österreich – Intention und Wirkung

II.1. Kurzer historischer Abriss zur Presseförderung in Österreich

Am 2. Juli 1975 wurde im österreichischen Nationalrat erstmals ein Bundesgesetz über die Förderung der Presse beschlossen, das am 25. Juli 1975 in Kraft trat. Der Beschluss erfolgte einstimmig und versetzte die Verleger(innen) von Tages- oder Wochenzeitungen in die Lage, um Fördermittel anzusuchen, wenn sie – kurz zusammengefasst – folgende Kriterien erfüllten:⁸ Allgemeine Printmedien mit politischem, wirtschaftlichen oder kulturellem Schwerpunkt; nicht nur von lokalem Interesse; in Österreich hergestellt; Erscheinung zumindest 50 Mal jährlich – und das seit mindestens einem Jahr; sowie eine Mindestanzahl an verkaufter Auflage.

Die Höhe der Fördermittel durfte bei einer Tageszeitung 3 Millionen Schilling und bei einer Wochenzeitung 500.000 Schilling pro Kalenderjahr nicht übersteigen.^{9 10} Die Beschlussfassung über die Zuteilung der Fördermittel oblag gemäß § 4 Abs 1 Presseförderungsgesetz der Bundesregierung. Im ersten (Halb-)Jahr der Presseförderung (1975) wurden insgesamt 35 Mio. Euro ausgeschüttet, bis zur ersten großen Novelle des Gesetzes im Jahr 1985 variierte dieser Betrag in weiterer Folge zwischen 72 und 85 Mio. Euro pro Jahr.¹¹

1976, 1978 und 1980 kam es zu jeweils einer Novellierung des Presseförderungsgesetzes. Dabei wurde stets lediglich die Berechnung der Fördermittel leicht verändert beziehungsweise 1978 auch Journalist:innen-Ausbildungen in den Förderrahmen miteinbezogen. Eine weitreichendere Novelle erfolgte erst im Jahr 1985. Bei dieser war der einschneidendste Reformschritt die Einführung einer „Besonderen Förderung“ in Ergänzung zur bisherigen und auch weiter bestehenden „Allgemeinen Förderung“. Die „Besondere Förderung“ wurde nach eingeschränkten Kriterien vergeben und konnte letztlich fast ausschließlich von den wirtschaftlich angeschlagenen Parteizeitungen bezogen werden.¹²

In den folgenden zwei Jahrzehnten – bis zur grundsätzlichen Novellierung im Jahr 2004 – war das System der Presseförderung in eben jene „Allgemeine Förderung“ und in die „Besondere Förderung“ strukturiert. In diesem Zeitraum erfolgten einige Novellen mit überschaubaren Auswirkungen. So wurde im Jahr 1999 die bestehende Anzeigengrenze, um überhaupt die „Besondere Förderung“ erhalten zu können, reformiert sowie die Folgen einer Überschreitung dieser Einschränkung

⁸ Vgl. § 2 Abs 1 PresseFG 1975.

⁹ Vgl. § 5 Abs 1 PresseFG 1975.

¹⁰ Gemäß dem von der Österreichischen Nationalbank betriebenen historischem Währungsrechner „Eurologisch“ entspricht das einer heutigen Kaufkraft von 861.450 Euro bzw. 143.575 Euro.

¹¹ Zauner-Jelemensky, Staatliche Presseförderung, 83.

¹² Nähere Ausführungen dazu in dieser Arbeit auf Seite 17ff.

verschärft. Die Grenze selber blieb jedoch bei 22 Prozent Anzeigenanteil, wie es auch der bisherige Gesetzestext seit 1992 vorgesehen hatte.¹³

Die Auszahlung der zu vergebenden Presseförderung „hat unter Berücksichtigung der im Bundesfinanzgesetz zu diesem Zweck vorgesehenen Mittel (...) zu erfolgen“¹⁴, wurde also in ihrer Höhe jährlich im Rahmen der Erstellung des Bundesbudgets beschlossen. „Die Beschlußfassung über die Zuteilung von Förderungsmittel nach Maßgabe dieses Bundesgesetzes obliegt der Bundesregierung.“¹⁵ Im Jahr 1976 wurden insgesamt 65 Millionen Schilling ausgeschüttet, 1998 waren es 216 Millionen Schilling und 2012 10,79 Mio. Euro.^{16 17} In den vergangenen Jahrzehnten sank der Gesamtbetrag der Presseförderung dramatisch. Im Jahr 2020 betrug er schließlich nur noch 8,8 Mio. Euro.¹⁸ Entsprechend dieser fortwährenden Reduktion entwickelten sich auch viele journalistisch und wirtschaftlich relevante Kennzahlen negativ.¹⁹

Mit dem Beitritt Österreichs zur Europäischen Union (damals Europäische Gemeinschaft/EG) stellte sich auch die Frage, ob die Presseförderung eine staatliche Beihilfe im Sinne des Art 107 Abs 1 AEUV ist²⁰ – beziehungsweise hätte sich diese Frage stellen sollen. Tatsächlich scheint sie im Rahmen der Beitrittsverhandlungen kein gesondertes Thema gewesen zu sein. Es blieb der damaligen österreichischen Abgeordneten zum Europäischen Parlament, Susanne Riess-Passer (FPÖ), überlassen, am 31. Juli 1995 eine schriftliche Anfrage an die Europäische Kommission zu richten, um diesen Punkt zu thematisieren. Ganz konkret fragte sie nach:²¹

Sind die staatlichen Subventionen für ausgewählte Printmedien — in Form der "Besonderen Presseförderung" — mit den derzeit geltenden EU-Bestimmungen vereinbar?

¹³ Bei der Einführung der „Besonderen Förderung“ mit dem Presseförderungsgesetz 1985 war diese Grenze noch mit 20 Prozent des Zeitungsinhalts festgelegt worden. Vgl. § 7 Abs 2 Z 6 PresseFG 1985.

¹⁴ § 2 Abs 1 PresseFG 1975.

¹⁵ § 5 Abs 1 PresseFG 1975.

¹⁶ Alle Angaben von Demokratiezentrum Wien.

¹⁷ Gemäß dem von der Österreichischen Nationalbank betriebenen historischem Währungsrechner „Eurologisch“ entspricht das einer heutigen Kaufkraft von 17,4 Mio. Euro (65 Mio. Schilling, 1976) bzw. 27,8 Mio. Euro (216 Mio. Schilling, 1998) bzw. 14,5 Mio. Euro (10,79 Mio. Euro, 2012).

¹⁸ Dass es insbesondere in den letzten Jahren österreichische (Regierungs-)Praxis war und ist, Medien über die willkürliche Vergabe von Inseraten ohne jegliche Kontrolle oder Berechenbarkeit Millionenbeträge zukommen zu lassen, sei hier nur am Rande erwähnt, ist aber nicht Thema dieser Arbeit. Mehr dazu unter anderem in Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 27ff.

¹⁹ Vgl. Seite 26ff dieser Arbeit.

²⁰ Nach damaliger Rechtslage entsprach der Art 107 AEUV dem Art 92 EG-Vertrag.

²¹ Schriftliche Anfrage von Susanne Riess-Passer, 31.7.1995.

Die Europäische Kommission kündigte in einer ersten Antwort eine Untersuchung an.²² Wettbewerbskommissar Karel Van Miert stellte dann in seiner ergänzenden Antwort im Namen der Kommission ebenso knapp – die Antwort umfasst lediglich drei kurze Absätze – wie deutlich klar:²³

(...) ist die Kommission der Auffassung, daß staatliche Beihilfen zugunsten von Tages- und Wochenzeitungen zur Verbreitung allgemeiner politischer, wirtschaftlicher und kultureller Informationen nicht in den Anwendungsbereich von Artikel 92 Absatz 1 EG-Vertrag fallen (...) und die Förderung daher den Handel zwischen den Mitgliedstaaten nicht beeinträchtigt. Die Kommission hat im Zusammenhang mit dem von der Frau Abgeordneten angesprochenen Sachverhalt keine Untersuchung eingeleitet (...). Da sich die Förderungen auf Tages- und Wochenzeitungen allgemeinen Inhalts beziehen, deren tatsächliche Verbreitung nach dem derzeitigen Informationsstand der Kommission überwiegend auf das österreichische Staatsgebiet beschränkt ist, erachtet die Kommission die Förderungen als mit den derzeit geltenden Gemeinschaftsbestimmungen vereinbar.

Obersteiner/Traugott kommen in ihrer Analyse zur europarechtlichen Kompatibilität der österreichischen Presseförderung in Bezug auf diese im Jahr 1996 getroffene Beurteilung der EU-Kommission knapp 20 Jahre später und mit Blick auf das novellierte Presseförderungsgesetz 2004 hingegen zur Erkenntnis, dass „diese Einschätzung wohl nur schwer aufrecht zu erhalten [ist]“²⁴ und führen aus:²⁵

Würde die Presseförderung in ihrer heutigen Gestalt angemeldet werden, wären mit großer Wahrscheinlichkeit erhebliche Adaptierungen des PresseFG 2004 erforderlich. Während nämlich Beihilfen für Zeitungen und sonstige Nachrichtenmedien dem Grunde nach genehmigungsfähig sind, entspricht die österreichische Presseförderung in zumindest zwei Aspekten nicht den Anforderungen an eine mit dem Binnenmarkt vereinbare Beihilfe. Zum einen sind die vom PresseFG 2004 gesetzten Anreize nicht hinreichend geeignet, einem allfälligen Marktversagen entgegenzuwirken. Zum anderen führt der kategorische Ausschluss von Gratiszeitungen und reinen Internetmedien vom Fördersystem zu Wettbewerbsverzerrungen, die im Lichte des Ziels – der Förderung der Vielfalt der Presse – nicht zu rechtfertigen sind.

²² Vgl. NN, ZER 1996, 116 (116).

²³ Ergänzende Antwort von Herrn Van Miert im Namen der Europäischen Kommission, 16.1.1996.

²⁴ Obersteiner/Traugott, MR 2014, 99 (100).

²⁵ Obersteiner/Traugott, MR 2014, 99 (103).

Tatsache ist allerdings, dass die Presseförderung auch seitdem seitens keiner österreichischen Bundesregierung als Beihilfe im Sinne des Art 107 AEUV bei der Europäischen Kommission angemeldet worden ist. Tatsache ist ebenfalls, dass die Europäische Kommission auch von sich aus kein entsprechendes Verfahren gegen Österreich eingeleitet hat. Lund/Raeymaeckers und Trappel führen das auf tolerierte Akzeptanz zurück:²⁶

Press subsidy schemes as effective as the ones in Austria, France, the Netherlands and some Scandinavian countries are a matter of principle suspected to be incompatible with the rules of the common market (state aid rules) but they are tolerated as exceptional practices of long national tradition if proper notification takes place.

Die Frage der Vereinbarkeit der Presseförderung mit dem Europäischen Recht, insbesondere mit dem Beihilfensystem, bleibt daher schwebend; bislang fehlende Interventionen sind jedoch ein Indiz dafür, dass keine Anmeldung als Beihilfe bei der Europäischen Kommission notwendig ist.

Unabhängig von der Frage der Vereinbarkeit mit EU-Recht sorgte insbesondere die Grundlage zur Vergabe der „Allgemeinen Förderung“ für anhaltende Kritik. Wurden hier doch Gelder nach dem Gießkannensystem und unter Anwendung nur sehr rudimentärer Kriterien ausgeschüttet, wie sie Murschetz in seiner sehr grundlegenden Analyse unterschiedlichster Förderungstypen und -instrumente beschreibt:²⁷

General subsidies are likely to be allocated according to the “watering can principle,” that is, a procedure of subsidy distribution, with which neither the temporal sequence of the demand submission nor the subsidy urgency, but if necessary the height of the requested subsidies — if at all — is decisive. For the watering can principle it is characteristic that the subsidies without detailed examination of the actual need are distributed evenly over the entire target group, without considering the possible differences in market power and urgency of help of the individual cases.

Reformansätze und -bestrebungen gab es seit 1985 einige; konkret wurde es jedoch erst nachdem die Bundesregierung bei der schweizerischen Prognos AG ein Weißbuch zur Presseförderung in Auftrag gegeben hat, das der ebendort tätige österreichische Medienexperte Josef Trappel schließlich im Frühjahr 1999 vorlegte.

²⁶ Lund/Raeymaeckers/Trappel in Trappel u.a. (Hrsg.) 45 (56).

²⁷ Murschetz in Murschetz 21 (23).

Nach ausführlichen öffentlichen und institutionell-politischen Debatte und einem Regierungswechsel von SPÖ/ÖVP zu ÖVP/FPÖ beschloss der Nationalrat am 3. Dezember 2003 mit den Stimmen der Regierungsparteien schließlich das Presseförderungsgesetz 2004, das dann am 1. Jänner 2004 in Kraft trat. Es stellt die Presseförderung auf neue Beine und sah drei Formen der Förderung vor, die Puppis mit Verweis auf weitere Quellen kompakt und klar zusammenfasst:²⁸

- *Mit der Vertriebsförderung werden Tages- und Wochenzeitungen gefördert, die eine Mindestauflage von 10.000 resp. 5.000 Exemplaren haben und von mehr als nur lokalem Interesse sind. Folglich gelten praktisch alle Zeitungen als förderungswürdig. Alle geförderten Tageszeitungen erhalten denselben Betrag.*
- *Die „Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen“ kann als Existenzprämie für Zweitzeitungen bezeichnet werden und ist Tageszeitungen vorbehalten (vgl. Trappel 2005: 92ff.). Die als förderungswürdig erachteten Zeitungen dürfen keine marktführende Stellung innehaben und erhalten neben einem fixen Betrag von € 500.000 eine zusätzliche Förderung, die auf Grundlage der verkauften Auflage berechnet wird. Ziel der Förderung ist die Aufrechterhaltung der Zeitungsvielfalt in den Bundesländern (vgl. Laiß 2004: 169f.).*
- *Maßnahmen zur „Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“ unterstützen Projekte in der Journalistenausbildung, Forschung und Leseförderung.*

Über diese strukturelle Klarheit und die Definition der genauen Kriterien für den Bezug der jeweiligen Förderung hinaus wurde im Gesetz festgelegt, dass die im Jahr 2001 geschaffene Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) die Vollziehung des Gesetzes und die Verteilung der Mittel anhand der gesetzlich festgelegten Kriterien übernimmt.

Das neue Presseförderungsgesetz war (und ist) umfangreicher und übersichtlicher strukturiert, als das vorherige. Es besteht aus 17 Paragraphen, die in fünf Abschnitten gegliedert sind. In Paragraph 2 werden allgemeine Fördervoraussetzungen angeführt, die in weiterer Folge für jede der drei Subventionsformen durch spezifische Kriterien ergänzt werden.

Das Presseförderungsgesetz 2004 ist als solches heute noch in Kraft. Insgesamt gab es in diesen annähernd 20 Jahren nur zehn Novellierungen; der Großteil davon lediglich im grammatikalischen,

²⁸ Puppis, Einführung in die Medienpolitik, 183.

technischen oder terminlichen Bereich. Einzig im Jahr 2020 kam es Corona-bedingt zu inhaltlich bedeutsamen Änderungen, die allerdings nur für kurze Zeit in Geltung waren.²⁹

Ein zentraler Kritikpunkt seit Beschluss des Gesetzes ist die bescheidene Höhe der Förderung in allen drei Bereichen – vor allem in Relation zu den Volumina öffentlicher Inserate. So investierten alleine das Bundeskanzleramt und die Bundesministerien laut einer Analyse von Kaltenbrunner im Jahr 2020 mindestens 33,5 Mio. Euro in werbliche Einschaltungen in Tageszeitungen.³⁰ An Presseförderungs Mitteln wurde gemäß den aktuellsten Zahlen im Jahr 2022 hingegen lediglich folgende Beträge ausgeschüttet:³¹

Art der Förderung	Beträge in Euro	Eingereichte Ansuchen	Geförderte Ansuchen
Vertriebsförderung gemäß dem Abschnitt II	3.885.000,00 €	45	44
– davon für Tageszeitungen	2.097.900,00 €	12	11
– davon für Wochenzeitungen	1.787.100,00 €	33	33
Besondere Förderung für Tageszeitungen gemäß dem Abschnitt III	3.242.000,00 €	5	4
Qualitätsförderung und Zukunftssicherung gemäß dem Abschnitt IV	1.560.000,00 €	50	50
Selbstkontrolle/Presse	173.000,00 €	1	1
GESAMT (inklusive Selbstkontrolle/Presse)	8.860.000,00 €	101	99

Neben der Presseförderung gibt es seitens der Republik Österreich eine zweite gesetzliche Grundlage, aus der ebenfalls periodische Druckschriften gefördert werden: Das Publizistikförderungsgesetz 1984. Damit werden Printmedien gefördert, die – neben anderen Kriterien – „ausschließlich oder vorwiegend Fragen der Politik, der Kultur oder der Weltanschauung (Religion) oder der damit zusammenhängenden wissenschaftlichen Disziplinen auf hohem Niveau abhandeln, sich nicht ausschließlich an ein Fachpublikum wenden und dadurch der staatsbürgerlichen Bildung dienen“³².

Da es sich bei den avisierten Fördernehmern des Publizistikförderungsgesetzes nicht um Massenmedien handelt, wird diese Form der Medienförderung für diese Masterarbeit nicht berücksichtigt.

²⁹ Vgl. Seite 25 dieser Arbeit.

³⁰ Vgl. Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 28.

³¹ RTR-GmbH, Übersicht der Entscheidungen des Fonds zur Digitalen Transformation in den Jahren 2022 und 2023.

³² PubIFG § 7 Abs 1 Z 3.

Darüber hinaus werden auch die unterschiedlichsten Medienförderungen seitens der neun österreichischen Bundesländer für diese Arbeit außer Betracht gelassen. Die Forschungsfragen beziehen sich ausschließlich auf die klassische Presseförderung sowie auf die schon im Titel dieser Arbeit explizit genannte Transformationsförderung und das Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz.

Dementsprechend wird in weiterer Folge der Arbeit ein gezielter Blick darauf geworfen, welche Intention und Ziele hinter diesen Gesetzen stecken und ob diese erreicht werden. Nach der nun erfolgten kurzen historischen Herleitung geschieht das als nächster Schritt im Überblick für die klassische Presseförderung. Anschließend werden die Aspekte der Intention und Zielerreichung für die beiden anderen Gesetzesmaterien im Detail betrachtet.

II.2. Ziele der Einführung von Presseförderung in Österreich – und ihre Evaluierung

Die politischen Ziele für die Ein- und Fortführung der Presseförderung in Österreich erscheinen inhaltlich dürftig. Im Gesetzestext von 1975 und auch noch im grundlegend novellierten Presseförderungsgesetz von 1985 ist die Begründung bemerkenswert kurz gefasst. Im Paragraph 1 heißt es lediglich:³³

Der Bund hat die österreichischen Tages- und Wochenzeitungen durch finanzielle Zuwendungen zu fördern, um die den Zeitungen entstehenden Kostenbelastungen bei Nachrichtenübermittlung und Zeitungsvertrieb teilweise zu decken.

Eine darüber hinaus gehende Argumentation für die Einführung der Presseförderung findet sich auch im Weiteren, aus lediglich sieben Paragraphen bestehenden Gesetzestext aus 1975 nicht.

Vielmehr interessant ist daher ein anderer Aspekt, der im Zusammenhang mit dem erstmaligen Beschluss für ein Presseförderungsgesetz steht. Im selben Bundesgesetzblatt wurde nämlich auch das Bundesgesetz über die Aufgaben, Finanzierung und Wahlwerbung politischer Parteien (Parteiengesetz) veröffentlicht. Betrachtet man die Intention zur Einführung einer Presseförderung, scheint dieser vermeintlich nebensächliche Aspekt tatsächlich eine nicht zu vernachlässigende Rolle gespielt zu haben.

In der Rückschau wurde und wird nämlich von vielen Seiten vermutet, dass gleichzeitiger Beschluss und parallele Veröffentlichung des Gesetzes zur Einführung einer Presseförderung gemeinsam mit dem Parteiengesetz eine strategischer Schachzug von Bundeskanzler Bruno Kreisky war. Dabei soll es ihm in erster Linie gar nicht um den Erhalt der Medienvielfalt gegangen sein, sondern vielmehr darum, durch diese Unterstützung der Printmedien negative Berichterstattung über das Parteienge-

³³ § 1 PresseFG 1975.

setz und die damit einhergehende Parteienförderung zu verhindern. So schrieb Hans Werner Scheidl, Journalist und Herausgeber einer humorigen Kreisky-Biografie, Jahre später in der Tageszeitung „Die Presse“:³⁴

Ein Genieblitz kam Kreisky – wie so oft – nächstens. Er wollte vom Gängelband der Gewerkschafter wegkommen. Eine staatliche Parteienfinanzierung gab es nicht. Aber wie konnte er die einführen, ohne alle unabhängigen Zeitungen sofort gegen sich zu haben? So schlug er parallel dazu eine staatliche Presseförderung vor. Ein genialer Trick, denn so konnten die Zeitungen schwer gegen die Parteisubventionen anschreiben.

Weniger blumig und anekdotisch formulierte Andreas Wetz diesen Winkelzug in einem Artikel über die Einführung und Entwicklung der österreichischen Presseförderung im Magazin „News“:³⁵

Gemeinsam in die finanzielle Obhut des Steuerzahlers. So lautete einst der Plan, den Mitte der 1970er-Jahre die Bundesregierung in Wien schmiedete. Das Vorhaben: die öffentliche Finanzierung von Parteien und Presse zur Stärkung zweier Bausteine der Demokratie. Gesagt, getan. Nach Abstimmung mit den Zeitungsmachern ließ Bundeskanzler Bruno Kreisky Gesetze entwerfen, die Parteien und Verleger gegenüber äußeren Einflüssen stärken sollten. Am 24. Juli 1975 veröffentlichte die Republik zeitgleich das neue Parteiengesetz und das Gesetz zur Förderung der Presse.

Die Einschätzung, dass ein nicht unwesentlicher Faktor zur Einführung der Presseförderung die Gleichzeitigkeit zum Beschluss des Parteiengesetzes war, findet sich jedoch nicht nur in journalistischen Ausführungen sondern auch in der wissenschaftlichen Literatur. Winter führt in ihrer Diplomarbeit selber aus und fasst andere Autor:innen zusammen:³⁶

Darüber hinaus verknüpfte die Regierung die Einführung des Presseförderungsgesetzes „geschickt“ mit dem Gesetz über die Parteienförderung. Sickinger und Nick bezeichnen die parallele Behandlung von Presse- und Parteiförderung in ihrem Buch über die Parteienfinanzierung „als gelungene Strategie (...), um allzu kritische Schlagzeilen über die staatliche Parteifinanzierung zu verhindern.“ Immerhin hatte es, wie Dünser ausführt, in der Öffentlichkeit unerhört viel Skepsis gegen die Einfüh-

³⁴ Die Presse, 28.2.2010, 45.

³⁵ News, 28.1.2022, 38.

³⁶ Winter, Förderung der Presse, 26f.

rung einer Förderung der Parteien gegeben, die zweifellos auch von Teilen der Druckmedien geteilt wurde.

Und auch Albrecht Konecny, journalistisch-politisches SPÖ-Urgestein und Kreisky-Vertrauter, schrieb im Jahr 1992 in der Jänner-Ausgabe des SPÖ-Diskussionsorgans „Zukunft“:³⁷

Mehr Geld für die Parteien gibt's nur, wenn auch die Zeitungen mehr bekommen – in der Hoffnung, daß sie dann aus Freude über letzteres ersteres verschweigen.“

In der medienhistorischen Literatur findet sich jedoch mehrfach eine weitere relevante Begründung für die Erarbeitung und den Beschluss des Presseförderungsgesetzes. So schreibt etwa Haas, dass die Presseförderung „als Ausgleich für die zwei Jahre zuvor eingeführte Umsatzsteuer auf Printmedien“³⁸ eingeführt wurde. Auch Obersteiner/Traugott stellen fest, dass die Einführung der Presseförderung „ursprünglich die von der Umsatzsteuer betroffenen Verlage finanziell entlasten [sollte]“.³⁹ Toman zitiert in ihrer Diplomarbeit den von der Universität Salzburg herausgegebenen Medienbericht „Massenmedien in Österreich“ damit, dass das Presseförderungsgesetz „vorrangig als Ersatz für die von den Zeitungen zu leistende Umsatzsteuer eingeführt [wurde]“.⁴⁰ Die zu entrichtenden Umsatzsteuer wurde im neuen Gesetz auch als Bemessungsgrundlage für die Höhe der an Verleger von Tages- und Wochenzeitungen auszahlende Presseförderung festgelegt.^{41 42}

Jedenfalls finden sich im Gesetzestext von 1975 und ebenfalls im novellierten Text von 1985 keinerlei Passagen bezüglich qualitativer Kriterien oder zur notwendigen Förderung von Vielfalt im Pressewesen als Ziel des Gesetzes. Obersteiner/Traugott erkennen zwar in den Fördervoraussetzungen des § 2 Abs 1 „erstmalig auch ein qualitatives Kriterium als Fördervoraussetzung“⁴³; schon das ist allerdings nur schwer nachvollziehbar, da es sich dabei um keinerlei Merkmale für journalistisch qualitätsvolle Arbeit handelt. Fälschlich führen Obersteiner/Traugott außerdem an, dass eben jene zitierten Kriterien erst mit der Novelle des Presseförderungsgesetzes 1985 aufgenommen worden sind. Tatsächlich waren sie aber schon im ursprünglichen Gesetz aus dem Jahr 1975 enthalten. Der

³⁷ Zitiert nach Kaltenbrunner, ÖZP 1998, 105 (113).

³⁸ Haas, Evaluierung der Presseförderung, 48.

³⁹ Obersteiner/Traugott, MR 2014, 99 (99).

⁴⁰ Toman, Medienpolitische Diskussion, 68.

⁴¹ Vgl. § 5 Abs 1 PresseFG 1975.

⁴² Kaltenbrunner berichtet auch davon, dass Bundeskanzler Kreisky bereits 1972 in einer Parteitagsrede die mögliche Einführung einer Presseförderung mit Ansätzen zur TV-Privatisierung verwoben hatte. Vgl. Kaltenbrunner, ÖZP 1998, 105 (113).

⁴³ Obersteiner/Traugott, MR 2014, 99 (99) (vgl. dort auch die Ausführungen in FN 1; dort heißt es: „Gem § 2 Abs 1 Z 1 müssen förderfähige Medien auf Grund ihres Inhaltes über den Kreis der reinen Fachpresse hinausreichen sowie vorwiegend der politischen, allgemeinwirtschaftlichen oder kulturellen Information und Meinungsbildung dienen und dürfen weder Kundenzeitschriften noch Presseorgane von Interessenvertretungen sein; sowie dürfen sie gem § 2 Abs 2 Z 2 nicht nur von lokalem Interesse sein und müssen eine Verbreitung und Bedeutung zumindest in einem Bundesland aufweisen.“)

betreffende Wortlaut des § 2 aus dem Jahr 1975 blieb auch bei der Novelle im Jahr 1985 unverändert.

In einem anderen Zusammenhang kommt es mit der Novelle des Presseförderungsgesetz im Jahr 1985 aber tatsächlich erstmals zwar nicht zu explizit qualitätsbasierten Zahlungen aber doch zur klar definierten Zielsetzung, die Vielfalt in der Medienlandschaft zu erhalten – wenn auch nur regional. So heißt es im § 6 des Presseförderungsgesetzes 1985 zur Einführung der „Besonderen Förderung“ zusätzlich zur bislang schon bestehenden allgemeinen Presseförderung, dass diese „zur Erhaltung der Medienvielfalt in den Bundesländern beizutragen [hat].“⁴⁴ Erstmals ist dadurch explizit der Wille des Gesetzgebers erkennbar, Medienvielfalt – wenn auch nur im regionalen Kontext – zu fördern.

In der politischen Praxis lag der Einführung der ergänzenden „Besonderen Förderung“ aber vielmehr das Interesse der im Nationalrat vertretenen drei politischen Parteien – insbesondere der SPÖ und der ÖVP – zu Grunde, eine Rechtsgrundlage für die Förderung der wirtschaftlich angeschlagenen Parteizeitungen zu schaffen, wie insbesondere in einem namentlich nicht gezeichneten Beitrag in „Medien und Recht“ ausgeführt wird. In dem Artikel wird analysiert, dass lediglich Tageszeitungen von der Sonderförderung profitieren können, diese dürfen keine marktbeherrschende Stellung haben – weder bundesweit noch in einem der neun Bundesländer – und der Seitenumfang darf höchstens zu 20 Prozent aus Anzeigen bestehen. Und damit, so die Conclusio im gegenständlichen Artikel,...⁴⁵

...hat sich der Kreis der potentielle Förderungsempfänger – mit Ausnahme der „Presse“ – auf die reinen Parteiblätter reduziert: „Arbeiterzeitung“, „Volksstimme“, „Neue Volkszeitung“ (Kärnten), „Volksblatt“ und „OÖ Tagblatt“, „Salzburger Tagblatt“ und „SVZ“, „Neue Zeit“ und „Südost Tagespost“ (Steiermark)“ sowie „Neue Tiroler Tageszeitung“. Dazu kommen noch die Regionalausgaben der „AZ“.

Haas streicht den Aspekt der intentionalen und exklusiven Förderung von Parteizeitungen unter Verweis auf Magin/Stark nicht so eindeutig hervor. Er schreibt:⁴⁶

Auch Magin und Stark befunden, dass Vielfaltssicherung erst seit 1985 Ziel der Presseförderung war. „Hintergrund war die zu Beginn der 1980er Jahre immer offensichtlichere ökonomische Notlage kleinerer und politisch besonders engagierter Zeitungen. Die Allgemeine Förderung wurde nun ergänzt durch selektive Pressehilfen („besondere Förderung zur Erhaltung der Medienvielfalt“) für auflagen- und an-

⁴⁴ § 6 Abs 1 PresseFG 1985.

⁴⁵ NN, MR 1985, 6 (6).

⁴⁶ Haas, Evaluierung der Presseförderung, 49f.; unter Verweis auf: Magin/Stark, Österreich – Land ohne Leuchttürme?, 101.

zeigenschwache Tageszeitungen ohne marktbeherrschende Stellung, die einen besonderen Beitrag zur politischen Meinungs- und Willensbildung leisten.“

Für Kaltenbrunner „scheint [es] in Österreich seit einem halben Jahrhundert politisch weitgehend unstrittig, dass staatliche Medienförderung notwendig ist, um Medienvielfalt und publizistische Qualität zu unterstützen.“ Und er verweist dabei darauf, dass Bruno Kreisky in den Monaten und Jahren vor dem Beschluss des Presseförderungsgesetzes 1975 auch deswegen Hilfsmaßnahmen für Printmedien angekündigt hätte, weil zwischen 1967 und 1972 insgesamt 34 österreichische Tages- und Wochenzeitungen ihr Erscheinen eingestellt hatten.⁴⁷ Zauner-Jelemensky verweist in ihrer Diplomarbeit zum Thema Presseförderung auf das Pressehandbuch von 1975, das für das Jahr 1974 nur mehr 19 selbstständige publizistische Einheiten auf dem Tageszeitungsmarkt aufweist.⁴⁸ Allerdings hat sich Kreisky in den Jahren 1973 und 1974 – also unmittelbar vor der Einführung der Presseförderung – in der Öffentlichkeit mehrmals skeptisch gegenüber direkten Subventionen für Printmedien geäußert.⁴⁹

Es bleibt also – auch in Bezug auf den jeweiligen Gesetzestext – festzuhalten: Insbesondere für die Einführung der Presseförderung im Jahr 1975 und mit Abstrichen auch für die erste große Novelle des Gesetzes im Jahr 1985 war das politische Ziel der Erhaltung der Medienvielfalt oder der Förderung von Qualität im Journalismus allenfalls ergänzende Überlegungen. Jedenfalls spielten der Versuch der publizistischen Camouflage für parallel beschlossene, potentiell kritisch beäugte, anderweitige Gesetzesbeschlüsse (1975) beziehungsweise finanzielle Unterstützung für die wirtschaftlich angeschlagenen Parteizeitungen (1985) (, was freilich letztlich kein Widerspruch zur Erhaltung von Medienvielfalt ist,) eine ersichtliche Rolle. Hingegen waren „zeitgemäße Innovationen in Produktion, Vertrieb, Inhalten nie Förderziel. Journalismus, etwa die Beschäftigtenzahl oder die Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit, waren und blieben periphere Aspekte der Presseförderung.“⁵⁰ Auch Kichl kommt in seiner 2015 fertig gestellten universitären Vergleichsstudie zu Medienförderungs-Strategien verschiedener europäischer Staaten zu dem Schluss:⁵¹

One should note that the existing Austrian press subsidy system does not consider innovation on a large scale and is therefore not really encouraging innovation. It is obvious and shown in this study that the annual amount of subsidies spent on inno-

⁴⁷ Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 71.

⁴⁸ Vgl. Zauner-Jelemensky, Staatliche Presseförderung, 63.

⁴⁹ Vgl. Zauner-Jelemensky, Staatliche Presseförderung, 64ff., die mehrere entsprechende Aussagen Bruno Kreiskys in unterschiedlichsten Situationen zitiert und das letzte „Überbordwerfen aller, von Kreisky (...) geäußerten Bedenken gegen eine Subvention – sei es eine direkte oder indirekte“ als „auffallend“ bezeichnet, 70.

⁵⁰ Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 72.

⁵¹ Kichl, Strategies for press subsidies, 81.

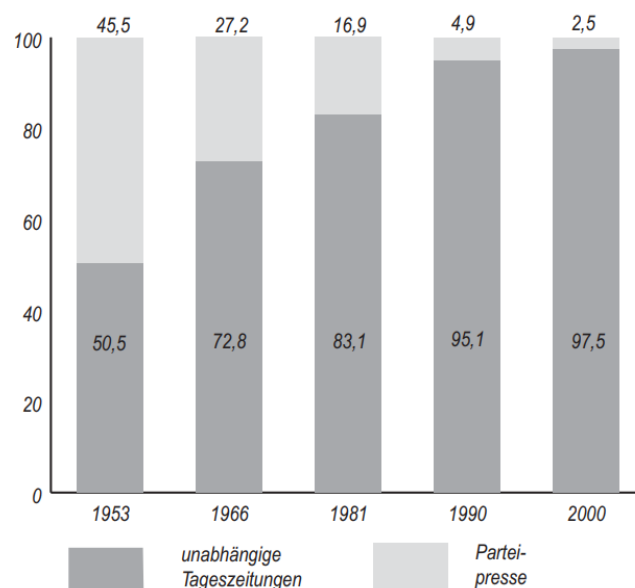
vation (...) is less than one percent of the total subsidy budget during the period between 2004 and 2014.

Geht man nun aber von den beiden feststellbaren politischen Zielen aus, kann festgehalten werden: Die Parteienförderung wurde im Jahr 1975 ohne nachhaltige mediale Kritik eingeführt und ist bis heute die Grundlage für die Finanzierung der Parteien in Österreich. Ob bzw. inwiefern diese fehlende gravierende Auseinandersetzung in den Zeitungen mit der Einführung der Presseförderung direkt im Zusammenhang steht, sei dahingestellt; jedenfalls entsprach das Ergebnis den strategischen Überlegungen dahinter.

Was hingegen durch die Einführung der „Besonderen Förderung“ nicht gelungen ist: Die langfristige Erhaltung der Parteizeitungen von SPÖ und ÖVP. Bis auf das heute noch als Tageszeitung existierende „Volksblatt“ mussten von den späten 1980er bis zum Anfang der 2000er Jahre alle im Jahr 1985 bestehenden Parteizeitungen ihr Erscheinen einstellen. So stellt auch Kaltenbrunner in diesem Zusammenhang fest:⁵²

Der Erfolg der Maßnahme [war] beschränkt. Weitere Zeitungen, vor allem Parteiblätter, stellten auch in den 1980er und 1990er Jahren ihr Erscheinen ein. Der Presseförderung fehlten, so stellte sich schon in den ersten Jahren heraus, eindeutig strukturelle Zielsetzungen.

In Relation zur Gesamtdruckauflage der österreichischen Tageszeitungen ist gut zu erkennen, dass der Rückgang der Parteizeitungen durch die Maßnahme der „Besonderen Förderung“ im Jahr 1985 nicht gestoppt werden konnte:⁵³



⁵² Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 71f.

⁵³ Steinmaurer, Konzentriert und verflochten, 18.

Überprüft man das zumindest im Zuge der Einführung der „Besonderen Förderung“ erkennbare Ziel, der „Erhaltung der Medienvielfalt in den Bundesländern“, kann man mit einem Blick auf die reinen Zahlen feststellen, dass das Tageszeitungssterben der Jahre davor seit In-Kraft-Treten des Presseförderungsgesetzes 1985 gestoppt werden konnte, wenn auch auf dann bereits recht niedrigem Niveau. So erschienen im Jahr 2004 (jenes Jahr, in dem es zur nächsten bedeutenden Novellierung des Presseförderungsgesetzes kam) in Österreich noch 16 Tageszeitungen, 1985 waren es 17.⁵⁴ Allerdings gab es im Jahr 2004 eben nur noch eine jener Parteizeitungen, auf deren Erhaltung die „Besondere Förderung“ stark abgezielt hatte; dafür waren etwa mit „Der Standard“, dem „Wirtschaftsblatt“ oder dem „U-Bahn-Express“ bzw. „Heute“ (ab 2004) neue Tageszeitungen gegründet worden. Dass aber die Presseförderung bzw. die Aussicht darauf ein entscheidender Faktor für die Gründung einer dieser Tageszeitungen war, ist aus der einschlägigen Literatur und der Quellenlage nicht feststellbar. Grundsätzlich ist es in erster Linie politisch aber letztlich auch in der wissenschaftlichen Aufarbeitung problematisch, wenn die Zielformulierung für eine Maßnahme schwammig oder überhaupt nur in Spurenelementen vorhanden ist und auch keinerlei Evaluierungsmaßnahmen zum Erfolg (oder Misserfolg) der Verwendung öffentlicher Gelder gesetzlich vorgesehen oder der Verwaltung vorgeschrieben sind.⁵⁵

Dementsprechend kritisch fiel das im Jahr 1998 von der Bundesregierung in Auftrag gegebene und im Jahr 1999 präsentierte Weißbuch zur Presseförderung in seiner Analyse über das bisherige System der medienpolitischen Subventionen aus. Neben vielen anderen Kritikpunkten war davon die Rede, dass „das Gesetz eine Zielvorgabe schuldig [bleibt]“⁵⁶ und dass die Presseförderung in ihrer bestehenden Form „nicht erfolgreich und dringend reformbedürftig ist.“^{57 58}

Es dauerte weitere fünf Jahre, bis diese grundlegende Reform erfolgte. Dem Bericht in diesem spezifischen Punkt folgend wurde der nächsten großen Novelle des Presseförderungsgesetzes im Jahr 2004 erstmals eine klare Zielvorgabe vorangestellt. Im Paragraph 1 des Presseförderungsgesetzes 2004 heißt es:⁵⁹

⁵⁴ Grundsätzlich bezeichnen die hier angeführten Zahlen „publizistische Einheiten“. Einzig die „Kleine Zeitung“ ist in dieser Zählung als „Kleine Zeitung Steiermark“ sowie als „Kleine Zeitung Kärnten“ zweimal enthalten.

⁵⁵ Vgl. dazu auch die entsprechende Kritik von Holtz-Bacha, Presseförderung im europäischen Vergleich, 153f sowie 159ff.

⁵⁶ Trappel, Weißbuch zur Presseförderung, 78.

⁵⁷ Trappel, Weißbuch zur Presseförderung, 80.

⁵⁸ Laiß bezeichnet das Weißbuch als „Stein des Anstoßes“ für die Novellierung der Presseförderung, wie sie schließlich im Jahr 2004 in Kraft trat. Laiß, MR 2004, 165 (165).

⁵⁹ § 1 Abs 1 PresseFG 2004.

Der Bund unterstützt die österreichischen Tages- und Wochenzeitungen durch finanzielle Zuwendungen, um die Vielfalt der Presse in Österreich zu fördern.

Offenbar um dieses Ziel zu erreichen, wurden – ebenfalls in (freier) Anlehnung an den Bericht – drei unterschiedliche Subventionsformen ausgestaltet: Eine Vertriebsförderung, die Tages- und Wochenzeitungen unter Erfüllung von überschaubaren Kriterien ansuchen können; weiterhin eine besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt; und erstmals auch explizit eine so genannte „Qualitätsförderung“, die für Journalist:innenausbildung, Presseklubs, Auslandskorrespondent:innen-Förderung, „Leseförderung“ und an Forschungsprojekte ausbezahlt wird.⁶⁰

Neben dem bereits erwähnten, in Paragraph 1 angeführtem generellen Ziel „die Vielfalt der Presse in Österreich zu fördern“, finden sich auch in Bezug auf die „Besondere Förderung“ und in Bezug auf die Qualitätsförderung im Gesetz unmittelbar formulierte Ziele. So heißt es in Paragraph 8, dass „der Bund durch eine Besondere Förderung zur Erhaltung der Vielfalt der Tageszeitungen in den Bundesländern {beiträgt}.“⁶¹ Und in Paragraph 9, dass die Fördermittel „für Zwecke der Qualitätsförderung und der Zukunftssicherung“ ausbezahlt werden.⁶²

Auffallend ist, dass in der öffentlichen politischen Debatte im Vorfeld des Nationalratsbeschlusses die Frage von Zielen der Presseförderung keine hervorgehobene Rolle spielt. In der medialen Berichterstattung und den Aussagen der wesentlichen politischen Proponent:innen geht es fast ausschließlich um strukturelle und technische Fragen der Neugestaltung der Presseförderung. Einzig der Wunsch nach Förderung der Medien- und Meinungsvielfalt findet sich vereinzelt in der medialen Berichterstattung.⁶³

Auch in der parlamentarischen Debatte standen die Struktur und auch die Höhe der zum Beschluss anstehenden Presseförderung im Vordergrund. Über Ziele und Intention wurde wenig diskutiert, im gegenständlichen Initiativantrag der Regierungsparteien ÖVP und FPÖ war nur knapp davon die Rede, dass „durch die Etablierung einer Reihe von qualitätsfördernden und zukunftssichernden Maßnahmen neben der Titelvitalität auch die inhaltliche Vielfalt und Qualität der österreichischen Zeitungslandschaft gefördert werden [soll].“⁶⁴ ÖVP-Abgeordnete Ulrike Baumgartner-Gabitzner erwähnte dann in ihrer Rede vor dem Nationalratsbeschluss, dass „diese neue Presseförderung (...) die Medienvielfalt in Österreich durchaus weiter fördert“. Auch die grüne Abgeordnete Terezija Stoisits betonte, dass „die Novellierung der Presseförderung mit dem Argument ‚Erhaltung der Viel-

⁶⁰ Zur näheren Erörterung der drei Förderschienen vgl. Seite 12 dieser Arbeit.

⁶¹ § 8 Abs 1 PresseFG 2004.

⁶² § 9 Abs 1 PresseFG 2004.

⁶³ So wird etwa in einem Artikel in der „Kleinen Zeitung“ erwähnt, dass für den damaligen Medienstaatssekretär Franz Morak „Ziel der Presseförderung die Erhaltung einer möglichst großen Meinungsvielfalt [sei].“ Kleine Zeitung, 10.8.2003, 8.

⁶⁴ AB 323 BlgNR 22. GP 1.

falt' durchaus eine Verbesserung des Status quo [darstellt]" (obwohl die Grünen in weiterer Folge gegen das Gesetz gestimmt haben). Medienstaatssekretär Franz Morak hat in seiner gegenständlichen Rede zumindest erwähnt, was nicht das Ziel der Presseförderung ist: „Die Presseförderung kann, wird und soll auch nicht unternehmerisches Geschick ersetzen; der Markt kann und soll dabei nicht ausgeschaltet werden.“⁶⁵

Insgesamt kann festgehalten werden: In der öffentlichen Debatte über die Novellierung der Presseförderung ging es wenig darum, Ziele zu definieren; vielmehr wurde darüber diskutiert, ob die neue Struktur der Presseförderung der politischen Einflussnahme auf Zeitungen Vorschub leistet und in welcher Höhe die Presseförderung ausbezahlt werden soll. Umso interessanter ist es, dass Paragraph 13 des Presseförderungsgesetzes 2004 explizit eine Evaluierung des Gesetzes vorsah. Darin heißt es:⁶⁶

Die KommAustria hat im Verlauf des Jahres 2006 eine Evaluierung der in diesem Bundesgesetz festgelegten Fördermaßnahmen durchzuführen und der Bundesregierung darüber einen schriftlichen Bericht bis Ende 2006 vorzulegen. Dieser Bericht hat insbesondere eine Bewertung der in diesem Bundesgesetz vorgesehenen Maßnahmen sowie allfällige Vorschläge zur Modifikation derselben zu enthalten.

Tatsächlich erfolgte diese Evaluierung seitens der KommAustria, die im Jänner 2007 ihren Bericht vorlegte. Ein Gutteil des Berichts beschränkt sich auf die Auflistung der ausbezahlten Förderungsbeträge in den Jahren 2004 bis 2006. Es wurde aber auch sehr zielgerichtet und unter Anführung der im Gesetz festgeschriebenen – recht rudimentären – Ziele Bilanz gezogen. Mit präzisiertem Verweis auf § 1 Abs 1 PresseFG („Der Bund unterstützt die österreichischen Tages- und Wochenzeitungen durch finanzielle Zuwendungen, um die Vielfalt der Presse in Österreich zu fördern.“) sowie auf § 8 Abs 1 PresseFG („Der Bund trägt durch eine besondere Förderung zur Erhaltung der Vielfalt der Tageszeitungen in den Bundesländern bei.“) heißt es:⁶⁷

Es kann das Resümee gezogen werden, dass die Presseförderung zumindest mitgewirkt hat, drohende Zeitungseinstellungen zu verhindern. Inwieweit sie zur Gründung der zwei neuen Tageszeitungen beigetragen hat, ist schwierig zu beurteilen. Die Presseförderung ist vermutlich unterstützend, worauf die genaue Abstimmung auf die im Presseförderungsgesetz vorgesehenen Voraussetzungen und Berech-

⁶⁵ Alle drei Zitate aus StenProt 3.12.2003, 219ff.

⁶⁶ § 13 PresseFG 2004. Dieser Paragraph wurde schließlich im BGBl. I 2014/40 aufgehoben. Das scheint naheliegend, da die 2006 zu erfolgende Evaluierung bereits durchgeführt worden war. Eine Alternative wäre gewesen, eine neuerliche Evaluierung festzuschreiben.

⁶⁷ KommAustria, Evaluierung, 28.

nungsmodalitäten zeigt [sic]. Zur Verhinderung ökonomischer Konzentration, gemessen an der Zahl der selbständigen Verlage, trägt sie offenbar nicht bei.

Möglicherweise wegen dieser tendenziell positiven Bilanz waren die abschließenden „Diskussionspunkte für eine Reform der Presseförderung“⁶⁸ bis auf einen Vorschlag wenig ambitioniert. Bei den Punkten ging es unter anderem darum, den Berechnungsmodus für die Vertriebsförderung von Wochenzeitungen zu ändern oder die wenig überraschende Empfehlung, eine regelmäßige Evaluierung der Presseförderung durchzuführen. Wie bereits erwähnt bewies die KommAustria jedoch in einem Punkt Weitblick und Innovationskraft: Sie schlug die Förderung von „Internetzeitungen“ vor und stellte lediglich in Frage, ob „diese auf Zeitungen beschränkt werden soll, die ausschließlich über das Internet verbreitet werden oder ob auch die Internet-Ausgaben von Printmedien (Tageszeitungen, Wochenzeitungen...) gefördert werden sollen.“⁶⁹ Eine Frage, die in den kommenden Jahren zwar aufgegriffen wurde; allerdings dauerte es noch knapp eineinhalb Jahrzehnte, bis es den politischen Willen gab, in diesem Punkt auch zu handeln.⁷⁰

Insgesamt war mit der Novelle des Presseförderungsgesetzes 2004 die Debatte um weitere Änderungen oder klarere Zielvorgaben abgeflacht. Der Vorschlag der KommAustria, regelmäßige Evaluierungen in Auftrag zu geben, wurde seitens der Bundesregierung nur sehr halbherzig aufgegriffen. Es dauerte bis zum Jahr 2011, bis eine neue Evaluierung beauftragt wurde. Hannes Haas, Professor am Publizistik-Institut der Universität Wien, bekam vom Bundeskanzleramt den Auftrag, eine entsprechende Studie zu erstellen, die er schließlich im November 2012 vorlegte.

In diesem sehr umfangreichen und ganzheitlichen Bericht ist Haas' zentrale These, dass angesichts des sich dynamisierenden Wandels der Medienwelt und der gleichzeitigen steigenden Relevanz valider Information eine „Verlagerung der Presseförderung hin zu einer ‚Journalismusförderung‘, die weniger an allgemeinen formalen Kriterien des jeweiligen Mediums festgemacht wird als vielmehr verstärkt die journalistische Arbeitsqualität im Konkreten im Blick hat“⁷¹, stattfinden muss. Und betreffend der eigentlichen, ohnehin bescheidenen Ziele der bestehenden Presseförderung kommt er am Ende der Studie zu einer glasklaren Erkenntnis....⁷²

Es wurde deutlich, dass die bestehende Förderpraxis das Ziel ‚die Vielfalt der Presse in Österreich zu fördern‘ nicht effektiv verfolgt. Dieser Befund bleibt davon weitestgehend unberührt, ob man Anbietervielfalt oder inhaltliche Vielfalt fokussiert. Auch ein Ausbau

⁶⁸ KommAustria, Evaluierung, 51 ff.

⁶⁹ KommAustria, Evaluierung, 53.

⁷⁰ Ein wesentlicher Schritt zur Unterstützung von digitalen Medienaktivitäten war letztlich auch die im Jahr 2021 beschlossene Transformationsförderung, die in dieser Arbeit in Kapitel III. (Seite 30ff.) noch ausführlich behandelt wird.

⁷¹ Haas, Evaluierung der Presseförderung, 195.

⁷² Haas, Evaluierung der Presseförderung, 196.

*der ‚Qualitätsförderung und Zukunftssicherung‘ (insbesondere Journalist/innen-
ausbildung) ist durch die bestehende Form der Presseförderung nicht gewährleistet.*

...und macht weitere Studien und Autor:innen zusammenfassend die notwendigen Maßnahmen in aller Kürze fest:⁷³

Der Reformbedarf betrifft einerseits die Einführung von Qualitätsmerkmalen ähnlich den Public-Value-Auflagen des ORF, andererseits die Ausweitung auf weitere Mediengattungen (z.B. Online).

Die politischen Entscheidungsträger:innen blieben zurückhaltend. Beinahe 10 Jahre lang kam es zu keinerlei gesetzlichen Maßnahmen, die das System der Presseförderung fundamental verändert hätten. Kaltenbrunner schreibt:⁷⁴

Das Kabinett Faymann I und II mit Medienminister Josef Ostermayer kam ein Jahrzehnt lang über vielfache Ankündigungen von Verbesserungen und eine vom Bundeskanzleramt beauftragte Studie (Haas 2012) mit schlüssigen Empfehlungen zum überfälligen qualitativen Um- und quantitativen Ausbau der Presseförderung nicht hinaus.

Auch eine bereits in der Bundesregierung Kurz I im Juni 2018 veranstaltete Medienenquete im Parlament brachte keine substantiellen Fortschritte in Bezug auf die Weiterentwicklung der Presseförderung. Schließlich wurde dann aber im Jahr 2020 – überstürzt, aber grundsätzlich der krisenhaften Situation rund um die Coronapandemie angemessen – zusätzliche Fördermittel für Medien im Rahmen des Presseförderungsgesetzes beschlossen.

Problematisch an diesem Beschluss scheint jedoch dreierlei: Erstens war das Ziel der Bestimmung wie zumeist im Bereich der Presseförderungsmaßnahmen nur sehr rudimentär und keinesfalls operationalisierbar definiert. So wurden die neuen Förderungen im Rahmen des Presseförderungsgesetzes in den Paragraphen 12b und 12c „zur Abfederung der wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19 Krisensituation auf die Einnahmensituation“⁷⁵ der Medienunternehmen ins Leben gerufen. Diese Formulierung hätte keinesfalls eine angemessene Evaluierung, die aber ohnehin nicht vorgesehen war, erlaubt.

Kaltenbrunner führt die beiden anderen grundsätzlichen Kritikpunkte an, die rund um die Einführung dieser zusätzlichen staatlichen Corona-Gelder im Presseförderungsbereich aufkamen: Einerseits wurden durch diese gesetzliche Maßnahme erstmals auch Gratiszeitungen in die Presseförde-

⁷³ Haas, Evaluierung der Presseförderung, 196.

⁷⁴ Kaltenbrunner in Talos, 139 (154).

⁷⁵ § 12b Abs 1 und § 12c Abs 1 PresseFG 2004.

rung aufgenommen; vor allem schien aber problematisch, dass erstmals die Vertriebsreichweite die Fördergrundlage für eine derart große Subventionsmaßnahme war.⁷⁶ Eine Kritik, der man sich ausdrücklich anschließen muss, wenn man im Rahmen der Presseförderung auf der Suche nach konkreten Zielvorgaben einerseits und geforderte Qualitätskriterien andererseits ist. Führt diese Maßnahme der undifferenzierten Förderung doch auch dazu, dass nicht mehr zutrifft, was Haas Jahre zuvor als explizit positiv am System der Presseförderung in Österreich herausgestrichen hat:⁷⁷

Jene Medien, die sich selbst als Qualitätszeitungen titulieren und auch relativ hohe Fördersummen erhalten, stehen auch nachweislich für eine qualitativ höherwertige Berichterstattung als a) jene Zeitungen, die sich selbst eher im Boulevardbereich verorten und nur wenig Förderung erhalten oder b) das Modell der Gratiszeitung verfolgen und keinerlei Fördergelder erhalten. Grundsätzlich kann somit festgehalten werden, dass die Presseförderung zum aktuellen Zeitpunkt in hohem Maße den richtigen Zeitungen zu Gute kommt, d.h. dass jene Zeitungen, die höheren Förderbedarf geltend machen und diese Gelder auch erhalten (...) durchwegs qualitativ ansprechenden Journalismus umsetzen.

Nach einmaliger Auszahlung dieser Corona-bedingten Förderung traten die Paragraphen 12b und 12c des Presseförderungsgesetzes mit Ablauf des 31. Dezember 2020 wieder außer Kraft. Dieser „Paradigmenwechsel“⁷⁸, wie Kaltenbrunner es nennt, hin zu einer undifferenzierten Förderung faktisch aller wesentlichen Printmedien – auch der Gratiszeitungen – sowie einer großen Anzahl von Onlinemedien war also (vorerst) nicht nachhaltig.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die politischen Zielsetzungen der gesetzlichen Maßnahmen zur Presseförderung lange Jahre sehr dürftig waren. Dementsprechend schwierig gestaltet sich jede Form der Evaluierung. Dass dieses sich gegenseitig ergänzende Doppelspiel politisch zumindest in Kauf genommen worden ist, liegt auf der Hand.

Beim prekären Versuch einer Evaluierung anhand wesentlicher Kennzahlen zeigt sich, dass das – ohnehin nur vage, aber immerhin – formulierte Ziel des PresseFG 2004 nur ungenügend erreicht werden konnte. Im Ergebnis ist es nämlich mittel- und langfristig nicht gelungen, „die Vielfalt der Presse in Österreich zu fördern“⁷⁹.

⁷⁶ Vgl. Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 73f.

⁷⁷ Haas, Evaluierung der Presseförderung, 194.

⁷⁸ Kaltenbrunner, Scheinbar transparent, 80.

⁷⁹ §1 Abs 1 PresseFG 2004.

Ein Blick auf die verfügbaren Zahlen der österreichischen Media-Analyse zeigt, dass die Anzahl der Tageszeitungstitel von 15 im Jahr 2009 auf 13 im Jahr 2022 gesunken ist.⁸⁰

Tageszeitungstitel im Jahr 2009:⁸¹

Media-Analyse 2009	Fälle	NRW Tageszeitungen	Der Standard	Die Presse	Kronen Zeitung	Kurier	Österreich	Wirtschaftsblatt	Kleine Zeitung gesamt	Kleine Zeitung (Graz)	Kleine Zeitung (Klgt.)	KTZ/Neue Kärntner Tageszeitung	OÖN-OÖ Nachrichten	SN-Salzburger Nachrichten	TT-Tiroler Tageszeitung	Neue Vbg. Tageszeitung	VN-Vbg. Nachrichten	Krone Kärnten/KTZ	TOP Vorarlberg
--------------------	-------	--------------------	--------------	------------	----------------	--------	------------	------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	--------------------------------	--------------------	---------------------------	-------------------------	------------------------	---------------------	-------------------	----------------

Tageszeitungstitel im Jahr 2022:⁸²

Media-Analyse 2022	Fälle	NRW Tageszeitungen	Der Standard	Die Presse	Heute (GRATIS)	Kronen Zeitung	Kurier	oe24 (GRATIS)	Österreich	Österreich/oe24-Kombi (KAUF/GRATIS)	Kleine Zeitung gesamt	Kleine Zeitung (Graz)	Kleine Zeitung (Klgt.)	OÖN-OÖ Nachrichten	SN-Salzburger Nachrichten	TT-Tiroler Tageszeitung	Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS)	Neue Vbg. Tageszeitung	VN-Vbg. Nachrichten	TOP Vorarlberg
--------------------	-------	--------------------	--------------	------------	----------------	----------------	--------	---------------	------------	-------------------------------------	-----------------------	-----------------------	------------------------	--------------------	---------------------------	-------------------------	-----------------------------------	------------------------	---------------------	----------------

Darüber hinaus zeigt sich, dass im gleichen Zeitraum auch die Anzahl der Tageszeitungsleser:innen in Österreich erheblich abgenommen hat. 2009 lasen noch fast 5,3 Millionen Menschen eine Tageszeitung, 13 Jahre später waren es nur noch 4 Millionen.

Anzahl der Tageszeitungsleser:innen 2009 (in 1.000):⁸³

Media-Analyse 2022	Bevölkerung	NRW Tageszeitungen	Der Standard	Die Presse	Heute (GRATIS)	Kronen Zeitung	Kurier	oe24 (GRATIS)	Österreich	Österreich/oe24-Kombi (KAUF/GRATIS)	Kleine Zeitung gesamt	Kleine Zeitung (Graz)	Kleine Zeitung (Klgt.)	OÖN-OÖ Nachrichten	SN-Salzburger Nachrichten	TT-Tiroler Tageszeitung	Kombi TT/TT Kompakt (KAUF/GRATIS)	Neue Vbg. Tageszeitung	VN-Vbg. Nachrichten	TOP Vorarlberg
Total	7.610	4.007	520	250	624	1.688	423	254	278	463	656	459	197	329	234	238	249	34	154	169

Anzahl der Tageszeitungsleser:innen 2022 (in 1.000):⁸⁴

Media-Analyse 2009	Bevölkerung	NRW Tageszeitungen	Der Standard	Die Presse	Kronen Zeitung	Kurier	Österreich	Wirtschaftsblatt	Kleine Zeitung gesamt	Kleine Zeitung (Graz)	Kleine Zeitung (Klgt.)	KTZ/Neue Kärntner Tageszeitung	OÖN-OÖ Nachrichten	SN-Salzburger Nachrichten	TT-Tiroler Tageszeitung	Neue Vbg. Tageszeitung	VN-Vbg. Nachrichten	Krone Kärnten/KTZ	TOP Vorarlberg
Total	7.069	5.299	394	262	2.853	618	671	81	858	592	266	64	322	262	331	40	200	270	216

⁸⁰ Aus der Statistik der Media-Analyse sind für diese Arbeit für das Jahr 2009 „Kleine Zeitung gesamt“, „Kleine Zeitung (Graz)“ und „Kleine Zeitung (Klgt.)“ zu einem zählbaren Titel zusammengefasst worden. Für das Jahr 2022 wurde wie folgt zu jeweils einem Titel zusammengefasst: „oe24 (GRATIS)“, „Österreich“ und „Österreich/oe24-Kombi“; außerdem abermals „Kleine Zeitung gesamt“, „Kleine Zeitung (Graz)“ und „Kleine Zeitung (Klgt.)“; sowie „TT-Tiroler Tageszeitung“ und „Kombi TT/TT Kompakt“. Außerdem sei an dieser Stelle darauf verwiesen, dass in der Media-Analyse ganz offensichtlich die sowohl 2009 als auch 2022 erscheinende Tageszeitung „Neues Volksblatt“ nicht berücksichtigt worden ist. Somit wurde sie für die in dieser Arbeit zu Grunde legenden Zählung ebenfalls nicht berücksichtigt.

⁸¹ Verein ARGE Media-Analysen, Media-Analyse 2009.

⁸² Verein ARGE Media-Analysen, Media-Analyse 2022.

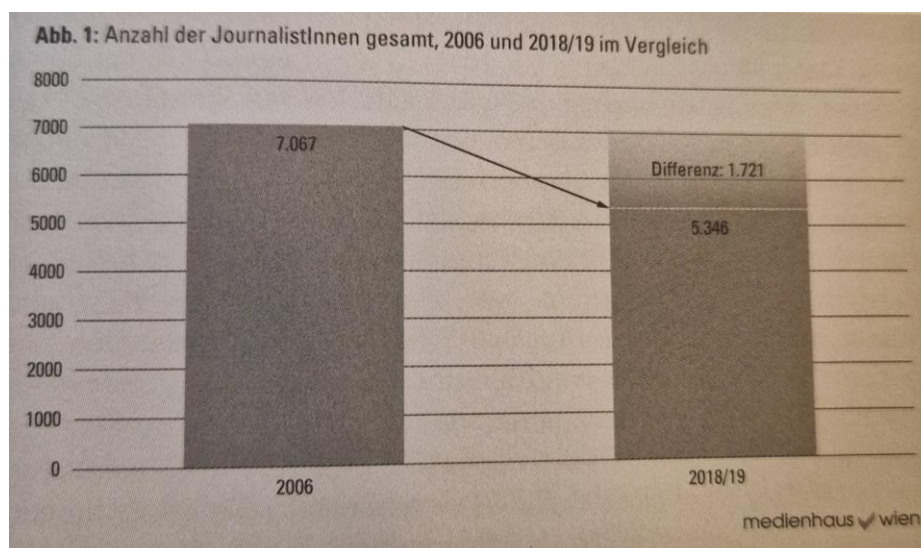
⁸³ Verein ARGE Media-Analysen, Media-Analyse 2009.

⁸⁴ Verein ARGE Media-Analysen, Media-Analyse 2022.

Anhand dieser Zahlen scheint es logisch, dass auch die Druckauflage der Tageszeitungen entsprechend zurückgeht. Und auch das geschah in den vergangenen Jahren signifikant. So sank die Druckauflage der Kauf-Tageszeitungen in Österreich von 2.152.900 im Jahr 2005 auf 1.573.200 im Jahr 2020. Die Statistik Austria weist das unter Bezugnahme auf die österreichische Auflagenkontrolle wie folgt aus:⁸⁵

P3. Druckauflage und verkaufte Auflage der österreichischen Tageszeitungen 2005 bis 2020 im Jahresdurchschnitt								
Tageszeitung	2005	2010:	2015:	2016	2017	2018	2019	2020
	in 1 000							
	Druckauflage							
Der Standard	112,1	104,0	91,7	85,3	75,1	72,1	68,3	61,1
Die Presse	122,5	97,1	81,0	79,0	73,4	71,9	65,6	59,0
Sonn- und Feiertagsausgaben ²	-	128,5	98,0	98,3	86,1	84,4	81,5	61,0
Heute*	-	557,2	644,7	614,8	592,5	580,6	566,8	-
Kleine Zeitung (Kombi)	298,8	313,1	302,8	298,3	287,6	284,6	274,5	263,0
Sonn- und Feiertagsausgaben	360,9	382,9	368,2	365,3	356,0	352,7	343,8	335,1
Kurier Gesamt	246,3	207,6	180,4	170,8	159,1	154,3	135,6	132,9
Sonn- und Feiertagsausgaben	478,6	416,7	357,1	343,5	327,4	325,3	307,4	332,0
Neue Kronen-Zeitung Gesamt	992,8	928,6	885,1	849,1	822,0	816,2	750,9	707,6
Sonn- und Feiertagsausgaben	1.649,8	1.561,9	1.505,3	1.450,0	1.384,7	1.355,5	1.266,0	1.295,2
Neue Vorarlberger Tageszeitung	12,7	12,4	11,7	11,6	11,3	11,4	10,7	10,5
Sonn- und Feiertagsausgaben	41,0	53,0	42,2	41,3	40,6	40,3	39,3	38,2
Neue Zeitung für Tirol ³	31,5	-	-	-	-	-	-	-
Oberösterreichische Nachrichten	131,7	134,5	133,9	131,9	129,0	128,6	122,3	124,0
Österreich* ⁴	-	409,8	573,7	582,0	561,5	562,2	567,5	-
Sonn- und Feiertagsausgaben	-	609,1	582,9	547,1	437,6	438,3	445,2	-
Salzburger Nachrichten	95,1	86,5	80,8	79,3	78,3	77,5	72,6	70,8
Tiroler Tageszeitung	116,8	105,9	97,5	96,8	94,1	93,0	87,2	82,2
Sonn- und Feiertagsausgaben ⁵	-	127,1	117,3	116,7	113,9	113,0	106,9	101,5
Tiroler Tageszeitung Kompakt*	-	-	12,6	12,8	12,6	12,5	12,5	9,9
Vorarlberger Nachrichten	72,5	69,4	62,9	61,7	59,7	58,3	53,9	52,2
WirtschaftsBlatt ⁶	51,8	34,2	26,7	-	-	-	-	-

Und letztlich hat diese Entwicklung natürlich auch Auswirkungen auf die Anzahl der Journalist:innen, die für österreichische Medien arbeiten. Auch diese sank in den letzten Jahren von noch 7.067 im Jahr 2006 auf 5.346 in den Jahren 2018/19. Der österreichische Journalismus-Report zeigt das auf:⁸⁶



⁸⁵ Statistik Austria, Bücher und Presse BJ 2020.

⁸⁶ Kaltenbrunner (u.a., Hrsg.), Der österreichische Journalismus-Report, 81.

Überraschend an diesem rückläufigen Trend mag außerdem sein, dass von den 5.346 Journalist:innen in den Jahren 2018/19 lediglich 130 – und somit knapp zwei Prozent – für reine Online-Medien gearbeitet haben.⁸⁷ Hier hinkt die Produktionsrealität den Rezipient:innengewohnheiten drastisch hinterher.

Zusammenfassend:

- Rückgang Anzahl der Tageszeitungstitel von 15 (2009) auf 13 (2022).
- Rückgang Anzahl der Tageszeitungsleser:innen von 5,3 Mio. (2009) auf 4 Mio. (2022).
- Rückgang Druckauflage Tageszeitungen von 2.152.900 (2005) auf 1.573.200 (2020).
- Rückgang Anzahl der Journalist:innen von 7.067 (2006) auf 5.346 (2018/19).

Anhand dieser Zahlen zeigt sich deutlich, dass die österreichischen Printmedien – hier exemplarisch anhand der Tageszeitungen dargestellt – in den vergangenen zwei Jahrzehnten trotz Presseförderung stark unter Druck geraten sind.

In diesem Zusammenhang ist auch auffallend, dass in der politischen Debatte über die Ausgestaltung der Presseförderung ein Punkt lange Jahre ausgespart wurde, der jedoch in der Diskussion der letzten Jahre immer relevanter wurde: Inwiefern ist es Aufgabe der Presseförderung bzw. kann es auch ihr Ziel sein, Qualität im Journalismus zu fördern? Zumal Kennzahlen wie die Zahl der Journalist:innen, die für Medien arbeiten, durchaus als Parameter angesehen werden können, ob solide, qualitätsvolle, journalistische Recherche möglich ist. Der Abschnitt IV des Presseförderungsgesetzes 2004 ist zwar mit „Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“ übertitelt, die Maßnahmen beschränken sich jedoch auf Zahlungen an Institutionen zur Journalist:innenausbildung⁸⁸, Presseklubs sowie für die Selbstkontrolle der Presse. Die einzigen möglichen Zahlungen unter dem Titel der Qualitätsförderung an Tages- und Wochenzeitungen, ist die Förderung des Einsatzes von Auslandskorrespondent:innen, für die ein Medium um höchstens 40.000 Euro pro Jahr ansuchen kann sowie ein marginaler Beitrag zur Gratisabgabe von Zeitungen an Schulen.⁸⁹

Aber immerhin – erstmals spielten dadurch qualitative Kriterien eine Rolle bei der Medienförderung, wenn auch lediglich „rudimentär und minimal dotiert“, wie Kaltenbrunner festhält.⁹⁰ Der

⁸⁷ Vgl.: Kaltenbrunner (u.a. Hrsg.), Der österreichische Journalismus-Report, 93. Auch wenn man annehmen darf, dass diese Zahl von 2018/2019 bis 2023 stark angestiegen ist, konnte die relative Lücke zwischen Rezipient:innen und Journalist:innen Print/Online in diesen lediglich vier Jahren wohl kaum zur Gänze geschlossen werden.

⁸⁸ Kaltenbrunner et al kommen diesbezüglich jedoch zum Schluss: „Die öffentlichen Investitionen in Aus- und Weiterbildung von Journalist:innen sind in vergleichbaren Mediendemokratien und -kulturen, etwa in der Schweiz, Deutschland oder Skandinavien, um ein Vielfaches höher als in Österreich.“, zitiert nach Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel, Qualitätsbestimmung im Journalismus, 91.

⁸⁹ Vgl.: § 11 Abs 1 PresseFG 2004.

⁹⁰ Kaltenbrunner in Talos, 139 (154).

überwiegende Teil dieser Gelder ging aber eben nicht an die Medien selber (sondern größtenteils an Institutionen zur Ausbildung von Journalist:innen). Nichtsdestotrotz konnte in den Jahren nach der Novellierung des Presseförderungsgesetzes festgestellt werden, dass ein stetig größer werdender Prozentsatz der Fördergelder, der jedoch einem stets ungefähr gleichbleibenden absoluten Betrag entsprach, nach qualitativ orientierten Kriterien vergeben wurde.⁹¹

Year	Total press subsidy	Part for new measures to promote quality	Percentage
2004	13.482.295,60	1.730.700,00	12,84
2005	12.837.950,30	1.668.400,00	13,00
2006	12.836.949,80	1.668.400,00	13,00
2007	12.827.999,80	1.658.000,00	12,91
2008	12.837.999,80	1.668.000,00	12,99
2009	12.837.999,50	1.668.000,00	12,99
2010	12.837.999,50	1.668.000,00	12,99
2011	12.375.999,30	1.608.000,00	12,99
2012	10.785.800,00	1.575.000,00	14,60
2013	10.839.000,00	1.712.000,00	14,39
2014	8.649.085,00	1.696.910,00	17,72

Insgesamt kann dennoch festgehalten werden, dass auch die beiläufige Erwähnung, dass „Qualität der österreichischen Zeitungslandschaft gefördert werden [soll]“ in der Begründung des Antrags zur Erlassung des Presseförderungsgesetz 2004 für die Medien selber konsequenzenlose Makulatur darstellt.⁹² Eine Voraussetzung zur grundsätzlichen Subventionierung der Zeitungen oder gar ein explizites Ziel war die Erreichung von definierten Qualitätsmaßstäben nie – obwohl das, wie aufgezeigt, in sachgemäßen Studien durchaus eingefordert worden ist. Inwiefern sich das durch die mediengesetzlichen Maßnahmen der vergangenen Monate geändert hat, wird in weiterer Folge in dieser Arbeit „analysiert“⁹³ – ausgehend von dem bereits vor 10 Jahren getroffenen Befund von Murschetz:⁹⁴

While the country continues giving out state money to newspapers, the general purpose to safeguard the future of the press and quality journalism is more than contested.

⁹¹ Kichl, Strategies for press subsidies, 48.

⁹² Vgl. Seite 21 dieser Arbeit.

⁹³ Vgl. Kapitel III. (Seite 30ff.) sowie Kapitel IV. (Seite 51.) dieser Arbeit.

⁹⁴ Murschetz in Murschetz, 6 (11).

III. Transformationsförderung im digitalen Zeitalter – Idee, Begründung und gesetzliche Umsetzung

III.1. „Transformationsförderung“ oder „Digitalförderung“ oder „Digitaltransformationsförderung“ – oder ganz anders?

Bereits Bezeichnung und Nomenklatur für die neue Fördermaßnahme blieben vielfach unklar. Im maßgeblichen KommAustria-Gesetz ist im betreffenden Abschnitt 3a („Medienunternehmen und digitale Transformation“) in den ersten Paragraphen stets die Rede von „finanziellen Zuwendungen“ oder der „Förderung“. Im § 33b wird dann konkret von „Förderungszielen“ gesprochen, die durch die unterschiedlichen Förderungsmöglichkeiten des Absatz 3a verfolgt werden sollen. Unter anderem ist dabei die „Digitale Transformation“⁹⁵ angeführt. Von einer „Transformationsförderung“ oder einer „Digitalförderung“ ist im gesamten Gesetz nie die Rede. Jedoch wird mit dem Gesetz explizit der „Fonds zur digitalen Transformation“ bei der RTR GmbH eingerichtet.⁹⁶

In der medialen Berichterstattung und in der öffentlichen Debatte rund um die Einführung der neuen Förderung sowie rund um den Beschluss der dafür notwendigen Änderungen im KommAustria-Gesetz haben sich die Ausdrücke „Transformationsförderung“ und „Digitalförderung“ durchgesetzt. Auch wenn SPÖ-Abgeordneter Jörg Leichtfried in der entsprechenden Nationalratsdebatte von einer „Medientransformationsförderung“⁹⁷ und Medienministerin Susanne Raab in einer Pressesaussendung unmittelbar nach dem erfolgten Nationalratsbeschluss von einer „Digitaltransformationsförderung“⁹⁸ sprachen.

Dem allgemeinen Trend in der medialen Berichterstattung folgend wird in dieser Arbeit in weiterer Folge hauptsächlich der Ausdruck „Transformationsförderung“ – allenfalls „Digitalförderung“ – verwendet, wenn von der am 24. März 2022 vom Nationalrat beschlossene und mit 1. Juli 2022 in Kraft getretenen Förderung aus dem Fonds zur digitalen Transformation die Rede ist.

III.2. Transformationsförderung – Von der Idee zum Beschluss

Um den Gründen und Intentionen für die Einführung einer Transformationsförderung auf den Grund zu gehen, ist als erster Schritt ein Blick in das Regierungsprogramm von ÖVP und Grünen

⁹⁵ § 33b, Abs 1, Z 1 KOG.

⁹⁶ § 33i Abs 2 KOG

⁹⁷ StenProt 24.3.2022, 53.

⁹⁸ OTS, 24.3.2022.

ergiebig. Das Programm enthält ein eigenes, zweiseitiges Kapitel zum Thema Medien. Darin heißt es einleitend:⁹⁹

Wir bekennen uns zu einer Medienpolitik, die Grundwerte wie Pluralismus, Unabhängigkeit, Medien- und Pressefreiheit sowie Innovation sicherstellt und fördert. Zusätzlich sehen wir es als zentrale Aufgabe, auf die veränderten Rahmenbedingungen durch die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung zu reagieren. Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie Inhalte produziert, verbreitet und konsumiert werden. Das birgt Chancen, aber auch große Herausforderungen, die völlig neue Antworten und Ansätze erfordern.

Es werden also bereits in der Einleitung zum Kapitel „Medien“ die Herausforderungen für den Medienstandort angesprochen, die die fortschreitende Digitalisierung mit sich bringt. Wie in Regierungsprogrammen üblich, handelt es sich dabei um eine grundsätzliche Erklärung noch ohne konkretere Zielausformulierungen. Um den „österreichischen und europäischen Medienstandort zu stärken“¹⁰⁰ wird jedoch im weiteren Text erstmals ganz konkret erwähnt, dass es eine „Digitalisierungsförderung – Geld für Wandel: projektbezogene Förderung nach festgelegten Kriterien“¹⁰¹ geben soll. Die Stoßrichtung war somit klar: Die Bundesregierung hat sich im Regierungsprogramm explizit vorgenommen, eine neue Subvention für Medien, die sich aktiv auf den digitalen Wandel einlassen, zu etablieren.

Knapp drei Jahre zuvor hat zwar auch bereits die Analyse der digitalen Herausforderungen ihren Weg ins Regierungsprogramm zwischen ÖVP und FPÖ gefunden, eine konkrete Ableitung im Sinne einer spezifischen Förderung fand sich dort aber noch nicht. Stattdessen wurde nur sehr vage auf die Möglichkeit einer unbestimmten Gesetzesinitiative verwiesen:¹⁰²

Die Medien- und Kommunikationsbranche sieht sich vor dem Hintergrund der Digitalisierung einer tiefgreifenden Veränderung gegenüber. Der digitale Wandel betrifft alle Mediengattungen und Teilbereiche, von Print bis TV, von der Redaktion über die Produktion und den Vertrieb bis hin zum Nutzungsverhalten. Medienunternehmen müssen aufgrund dieser Entwicklung ihre Geschäftsmodelle anpassen und zahlreiche Prozesse vollkommen neu denken. (...) Die Bundesregierung bekennt sich dazu, den Medienstandort Österreich weiterzuentwickeln und auch in der digitalen Welt nachhaltig zu sichern. Dies soll durch die Schaffung eines modernen

⁹⁹ Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2020), 40.

¹⁰⁰ Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2020), 40.

¹⁰¹ Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2020), 40.

¹⁰² Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2017), 85.

Rechtsrahmens und die Anpassung des Förderwesens erfolgen, um österreichischen Medienunternehmen entsprechende Bewegungsfreiheit für Innovationen und Flexibilität für notwendige Veränderungsprozesse zu ermöglichen.

Im Regierungsprogramm zwischen SPÖ und ÖVP vier Jahre zuvor findet sich hingegen noch gar keine Problemanalyse oder gar politische Lösungsansätze für die auch im betreffenden Jahr 2013 durchaus schon herauf dräuende Herausforderung der medialen Digitalisierung.¹⁰³ Anhang dieser Entwicklung ist gut ersichtlich, dass sich die Thematik der Unterstützung von Medien in Hinblick auf die Digitalisierung politisch nur zögerlich entfaltet hat. Die explizite Ankündigung einer konkreten Maßnahme als Teil eines Regierungsprogramm gab es in Österreich eben erst im Jahr 2020.

Ein ebenfalls interessanter Aspekt im Kapitel „Medien“ des Regierungsprogramms 2020 zwischen ÖVP und Grünen, der nicht nur aber auch die Digitalisierungsförderung betrifft, ist eine Haltung, die auch später in den politischen Verhandlungen stark durchscheinen wird: Eine starke, protektionistische Position. So heißt es ganz konkret:¹⁰⁴

Österreich ist dabei mit einem zehnmal so großen, gleichsprachigen Nachbarn und digitalen Weltmarktführern konfrontiert. Die Tragfähigkeit und der kreative Output österreichischer Medien (...) muss daher in seiner Vielfalt erhalten und gefördert werden, um eigenständige österreichische Inhalte weiter entwickeln zu können.

Medienpolitik betreffend kam es im Rahmen der Konstituierung jener ÖVP-Grünen-Bundesregierung, die sich auf dieses Programm geeinigt hatte, zu einer interessanten Konstellation: Bundeskanzler Sebastian Kurz verortete sie in seinem eigenem Ressort. Und obwohl realpolitisch Klarheit darüber herrschte, dass Kurz selber die medienpolitischen Themen visionär und strategisch nicht abhandeln würde, war es offensichtlich keine Alternative, eine Staatssekretärin oder einen Staatssekretär einzusetzen. Stattdessen wurde Gerald Fleischmann, bislang Kommunikationschef des Kanzlers in der vorhergehenden Koalition aus ÖVP und FPÖ, zum „Kanzlerbeauftragten für Medien“ ernannt. Eine faktische Nicht-Position, weil dafür keine gesetzliche Grundlage geschaffen wurde. Medienpolitisch würde dennoch in den kommenden knapp zwei Jahren nichts auf den Weg gebracht werden, was nicht über Fleischmanns' Tisch gegangen ist. Deswegen wurde er in journalistischen Artikel gerne auch als „einer der mächtigsten Männer im türkisen Team rund um Kurz“¹⁰⁵ bezeichnet. An anderer Stelle wird über ihn geschrieben:¹⁰⁶

¹⁰³ Vgl. Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2013). Insgesamt ist in diesem Regierungsprogramm das Kapitel Medienpolitik mit einer Seite und lediglich drei konkreten politischen Punkten auffallend kurz gehalten.

¹⁰⁴ Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2020), 40.

¹⁰⁵ Der Standard, 13.10.2021, 29.

¹⁰⁶ Kurier, 12.10.2021, 6.

Der Mann fürs Grobe wurde nun zum maßgeblichen Medienpolitiker, wenn auch ohne politisches Amt. Medienministerium oder -staatssekretariat gab es keines mehr. Fleischmann war die Anlaufstelle für Gesetzeswünsche, er managte die Coronabeihilfen und hatte zuletzt bei der ORF-Wahl seine Hand im Spiel.

Bundeskanzler Sebastian Kurz umschrieb das Aufgabenspektrum seines Medienbeauftragten in der Beantwortung einer parlamentarischen Anfrage wie folgt:¹⁰⁷

Mit der Betreuung der medienpolitischen Vorhaben im Regierungsprogramm habe ich Mag. Gerald Fleischmann betraut. Der Wortlaut der Position lautet „Kanzlerbeauftragter für Medien“ und umfasst auch die Leitung der „Stabstelle Medien“. (...) Die damit einhergehenden Kompetenzen sind ebenso in der Geschäftseinteilung des Bundeskanzleramts ausgewiesen und umfassen folgende Themenbereiche und Aufgaben:

- 1. Die strategische und kommunikative Umsetzung sowie Begleitung der Projekte des Bundeskanzleramtes im Bereich Medienpolitik*
- 2. Die Planung und Koordination der Information der Öffentlichkeit über die Abarbeitung des Regierungsprogramms*

Im Zuge der Betreuung der medienpolitischen Agenden des Bundes steht der „Kanzlerbeauftragte für Medien“, Mag. Gerald Fleischmann, selbstverständlich fortlaufend im guten Austausch mit den diversen Stakeholdern der Medienpolitik. Dies betrifft insbesondere jene Bereiche, welche durch die medienpolitischen Vorhaben betroffen sind.

Fleischmann vertrat die medienpolitischen Agenden der Bundesregierung auch nach außen. So gab er bereits wenige Tage nach Angelobung der Regierung Interviews in österreichischen Medien, in den er unter anderem die Transformationsförderung konkret ankündigte und auch bereits spezifizierte. In Portraits über und Interviews mit Gerald Fleischmann wird dieser damit zitiert, dass „bis Sommer eine neue Digitalförderung für österreichische Medien konstruiert sein [soll]: 15 Millionen Euro aus der Digitalwerbesteuer für digitale ‚Transformations‘-Projekte“¹⁰⁸; dass „die Medienhäuser (wahrscheinlich) ab 2021 in den Genuss einer 15-Millionen-Euro-Digitalförderung kommen [sollen]“¹⁰⁹; oder es ist einfach von einer „Digitalförderung, die Medien ab 2021 bei ‚Transformations-

¹⁰⁷ Anfragebeantwortung 857/AB.

¹⁰⁸ Der Standard, 18.1.2020, 39.

¹⁰⁹ Kurier, 18.1.2020, 4.

prozessen ins Digitale‘ unterstützen soll“¹¹⁰, die Rede, oder davon, dass „die neue Digitalförderung prioritär [ist]“¹¹¹.

Aus diesen Ankündigungen gehen ebenso wie aus der Grundlage dafür, den Ausführungen im Regierungsprogramm, noch keine allzu konkreten Zielsetzungen hervor. Klar scheint zu diesem Zeitpunkt jedoch zu sein: Es soll eine Förderung geschaffen werden, die österreichische Medien dabei unterstützt, ihren Output zunehmend in den digitalen Raum zu verlagern. Ein Vorhaben, das in dieser noch allgemein gehaltenen Form auch von Expert:innen im Bereich der Medienpolitik vorsichtig positiv beurteilt wird. So bewertet etwa Kaltenbrunner diese Entwicklung mit den Worten, dass „die von Türkis-Grün im Regierungsprogramm versprochene Digitalförderung für Medien in die richtige Richtung gehe“; nicht ohne hinzuzufügen: „Aber Papier ist geduldig. Warten wir mal ab, wie es umgesetzt wird.“¹¹²

Schließlich dauerte es von diesen ersten Ankündigungen bis zu einem fertigen Gesetzesvorschlag noch ein ganzes Jahr, bevor der entsprechende Entwurf dann Ende Jänner 2021 in Begutachtung geschickt werden konnte. Warum genau es von der ersten konkreteren Ansagen bis zur Vorlage eines Gesetzesentwurfs 12 Monate gedauert hat, ist unklar. Ein Grund war, dass sich die beiden Regierungsparteien über die substanzielle Ausgestaltung der Transformationsförderung im Detail nicht einigen konnten. So war es etwa eine wesentliche Forderung der Grünen, eine Förderung zu schaffen, die nicht nur bereits bestehenden Print- oder Rundfunk-Medien dabei unterstützt, auch im digitalen Raum zu reüssieren, sondern auch reine Digitalmedien gefördert werden. So forderte die Mediensprecherin der Grünen im Nationalrat, Eva Blimlinger, noch im Juli 2020:¹¹³

Wir wollen unbedingt, dass neben Print und Rundfunk auch Onlinemedien gefördert werden. Man würde sonst Medien bestrafen, die schon sehr lange online sind, außerdem ist der digitale Transformationsprozess niemals abgeschlossen. Es ist ja nicht so, dass wenn einmal digitalisiert ist, dass es damit erledigt ist.

Durchsetzen konnten sich die Grünen mit dieser Forderung jedoch nicht. Die Transformationsförderung wurde letztlich nur für bereits im analogen Bereich bestehende Medien vorgelegt. Legistisch haben sich die Regierungsparteien darauf verständigt, die Transformationsförderung in das KommAustria-Gesetz zu integrieren und dafür mit den §§ 33a bis 33k einen eigenen Abschnitt 3a. „Medienunternehmen und digitale Transformation“ zu schaffen.

¹¹⁰ Salzburger Nachrichten, 18.1.2020, 2.

¹¹¹ Der österreichische Journalist, 01/2020, 39 (39).

¹¹² Kaltenbrunner zitiert in den Salzburger Nachrichten, 29.1.2020, 19.

¹¹³ Blimlinger zitiert in einem Interview in Der Standard, 18.7.2020, 32.

Im Begutachtungsprozess wurde von mehreren Seiten eben der Punkt kritisiert, dass bereits existierende, reine Digitalmedien keine Förderung erhalten. Im „Standard“ heißt es dazu:¹¹⁴

Die Mediensprecher von Neos und SPÖ vermissen Förderung für digitale Medien wie Medienökonom Matthias Karmasin und der Presseclub Concordia. (...) Der Entwurf sei „mutlos, wenig innovativ und geht stark an der Idee einer Digitalmedienförderung vorbei“. Denn: „Viel wichtiger“ wäre die Förderung schon digitaler Medien: „Es ist völlig absurd, dass das Gesetz keine Förderung für Digitalmedien vorsieht.“ [Wörtliche Zitate von Neos-Medienprecherin Henrike Brandstötter; Anm.]

Und auch von wissenschaftlicher Seite wurde der vorgelegte Gesetzesentwurf kritisch bewertet. Nikolaus Forgó, Vorstand des Instituts für Innovation und Digitalisierung im Recht, zeigte gleich einige Problemfelder auf:¹¹⁵

Die neue Digitalförderung zementiere die traditionellen Medien und ihre Marktverhältnisse in Österreich, sie sei als „Gegenteil einer offenen, transparenten, wissenschaftsbasierten und diskursorientierten Förderpolitik“ gestaltet. Sie könne gesetzlich zu wenig bestimmt sein und EU-rechtlich fragwürdig. Das ist (...) der erste, kritische Befund des renommierten Digitalrechtlers Nikolaus Forgó über den neuen Gesetzesentwurf.

Hier spricht Forgó auch einen Aspekt an, der in weiterer Folge noch eine relevante Rolle spielen sollte, insbesondere in Bezug auf den zeitlichen Aspekt – konkret einer weiteren, langen Verzögerung – der Transformationsförderung; nämlich die fragliche Konformität dieser Subventionsmaßnahme mit dem EU-Recht. So konnte keineswegs zweifelsfrei davon ausgegangen werden, dass die EU-Kommission die Transformationsförderung in der vorliegenden Form genehmigen würde. Zwar sind an entsprechender Stelle im AEUV konkrete Ausnahmetatbestände für die mit dem Binnenmarkt grundsätzlich untersagten staatlichen Beihilfen angeführt – unter anderem...¹¹⁶

...Beihilfen, zur Förderung der Kultur und der Erhaltung des kulturellen Erbes, soweit sie (...) nicht (...) dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft.

In der den Vertragstext ergänzenden Verordnung der Kommission ist hierzu jedoch explizit festgehalten:¹¹⁷

¹¹⁴ Der Standard, 30.1.2021, 32.

¹¹⁵ Der Standard, 2.2.2021, 22.

¹¹⁶ Art 107 Abs 3 lit d AEUV.

¹¹⁷ Verordnung (EU) Nr. 651/2014 der Kommission, Art 53 Z 10.

Beihilfen für Zeitungen und Zeitschriften kommen unabhängig davon, ob diese in gedruckter oder elektronischer Form erscheinen, nicht für eine Freistellung nach diesem Artikel [gemeint ist der mit Art 107 AEUV korrespondierende Artikel 53, „Beihilfen für Kultur und die Erhaltung des kulturellen Erbes“; Anm.] in Frage.

Dementsprechend wurde die „Förderung der digitalen Transformation im Verlagswesen“ als potentielle „staatliche Beihilfe“ seitens der Bundesregierung der EU-Kommission zur Genehmigung angemeldet. Das geschah am 22. Juli 2021 und somit exakt zwei Wochen nach dem Beschluss der entsprechenden Novelle des KommAustria-Gesetzes im Ministerrat, noch bevor der Gesetzvorschlag im Nationalrat behandelt worden war. Damit wurde seitens Österreichs als EU-Mitgliedstaat der entsprechenden Bestimmung im AEUV nachgekommen:¹¹⁸

Die Kommission wird von jeder beabsichtigten Einführung oder Umgestaltung von Beihilfen so rechtzeitig unterrichtet, dass sie sich dazu äußern kann. Ist sie der Auffassung, dass ein derartiges Vorhaben nach Artikel 107 mit dem Binnenmarkt unvereinbar ist, so leitet sie unverzüglich das in Absatz 2 vorgesehene Verfahren ein. Der betreffende Mitgliedstaat darf die beabsichtigte Maßnahme nicht durchführen, bevor die Kommission einen abschließenden Beschluss erlassen hat.

Die Europäische Kommission unterzog die geplante Förderung einer Prüfung, die mehrere Monate andauerte. Am 10. September forderte sie ergänzende Informationen aus Österreich an, die am 22. Oktober übermittelt wurden. Letztlich kam die Kommission am 20. Dezember 2021 in einem entsprechenden Kommissionsdokument, das als Schreiben an Außenminister Alexander Schallenberg gerichtet war, zusammenfassend zu folgendem Schluss:¹¹⁹

Die positiven Auswirkungen der Beihilfe bestehen darin, dass sie die Entwicklung der Wirtschaftstätigkeit im Nachrichtenmediensektor erleichtert, was auch zu einer pluralistischen Medienlandschaft beiträgt. Die positiven Auswirkungen der angemeldeten Maßnahme überwiegen somit ihre negativen Auswirkungen auf den Binnenmarkt (...). Somit dient die Maßnahme der Förderung gewisser Wirtschaftszweige und verändert die Handelsbedingungen nicht in einer Weise, die dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft. Die Kommission kommt daher zu dem Schluss, dass die Maßnahme mit Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar ist. Die

¹¹⁸ Art 108 Abs 3 AEUV.

¹¹⁹ Europäische Kommission, Staatliche Beihilfe, Abs 69.

Kommission hat demnach beschlossen, keine Einwände gegen die Beihilfe zu erheben (...).

Hier zeigt sich, dass sich die österreichische Bundesregierung bei Ihrer Meldung an die EU-Kommission offenbar in genauer Kenntnis der Vertrags- und kommissionsrechtlichen Verordnungslage nicht auf die Ausnahme für „Beihilfen zur Förderung der Kultur und der Erhaltung des kulturellen Erbes“ nach Art 107 Abs 3 lit d des AEUV sondern vielmehr auf die Ausnahme für „Beihilfen zur Förderung der Entwicklung gewisser Wirtschaftszweige oder Wirtschaftsgebiete“ nach Art 107 Abs 3 lit c gestützt hat. Eine Strategie, die sich letztendlich als zielführend erwiesen hat.

Nach der Mitteilung der Europäischen Kommission, keine Einwände gegen die Transformationsförderung zu erheben, wurde die Novelle des KommAustria-Gesetzes in Form einer Regierungsvorlage in den parlamentarischen Prozess eingebracht. Am 9. März 2022 stimmten im Verfassungsausschuss des Nationalrates neben den Abgeordneten der Regierungsparteien ÖVP und Grüne auch jene der SPÖ und der FPÖ dem Gesetzesvorschlag zu. Bei der Abstimmung im Plenum des Nationalrates am 24. März 2022 waren dann nur noch die Abgeordneten von ÖVP, Grünen und SPÖ für den Beschluss der Digitalförderung. Bei der Abstimmung im Bundesrat am 7. April 2022 stimmten ebenfalls die Abgeordneten von ÖVP, Grünen und SPÖ für das Gesetz, jene der FPÖ dagegen.¹²⁰ Am 13. April wurde die beschlossene Novellierung des KommAustria-Gesetzes schließlich im Bundesgesetzblatt veröffentlicht und trat somit am 14. April 2022 in Kraft.

Es zeigt sich: Von der Idee und erstmaligen Erwähnung der Transformationsförderung im Regierungsprogramm der ÖVP-Grünen-Koalition im Jänner 2020 bis zum In-Kraft-Treten des entsprechenden Gesetzes im April 2022 war es ein langer Weg. Sicherlich bedingt durch inhaltliche Debatten innerhalb der Koalition; aber wohl auch durch die Notwendigkeit der Zustimmung der Europäischen Kommission. Und nicht zuletzt ist naheliegend, dass durch die Regierungskrise im Jänner 2022 inklusive Rücktritt des Bundeskanzlers und des Finanzministers wohl – unter anderem – auch die Arbeit an diesem Gesetz in den Hintergrund getreten ist. Insbesondere die Dauer von zweieinhalb Monaten von der Genehmigung durch die EU-Kommission im Dezember 2021 bis zur letzten Einbringung der gegenständlichen Novelle des KommAustria-Gesetzes in den parlamentarischen Prozess im März 2022 kann wohl durch diese Regierungsturbulenzen erklärt werden. Nicht zuletzt war in diesem Zeitraum wohl relevant, dass auch Gerald Fleischmann als Medienbeauftragter des Bundeskanzlers zurücktreten musste und die Verantwortung für die Medienpolitik innerhalb der Bundesregierung im Jänner 2022 neu verteilt wurde. So übernahm die bisherige Ministerin für Frauen, Familie und Integration, Susanne Raab, zusätzlich auch die Medienagenden. Medienpolitik

¹²⁰ Die fünfte im Nationalrat vertretene Partei, die NEOS, verfügen im Bundesrat über keine:n Abgeordnete:n.

ist somit seit 5. Jänner 2022 nicht mehr nur ein formloses Anhängsel in Zuständigkeit des Bundeskanzlers, vielmehr hat Österreich seitdem (wieder) eine ressortverantwortliche Medienministerin.

Die Transformationsförderung war jedoch in den Antrittsinterviews und öffentlichen Stellungnahmen der neuen Medienministerin lediglich ein Randthema. War sie doch schon fertig verhandelt und Raab wollte sie nur noch „so rasch wie möglich (...) durch den Nationalrat bringen.“¹²¹ Ganz so rasch ging es dann nicht, aber Mitte April war der Gesetzgebungsprozess abgeschlossen.

In der Nachsicht scheint es äußerst optimistisch bis politisch naiv, dass schon im Rahmen der ersten öffentlichen Konkretisierungen der im Regierungsprogramm manifestierten Transformationsförderung die erste Auszahlung „ab 2021“ angekündigt¹²² und diese Frist dann sogar noch auf das Jahr 2020 vorgezogen worden ist.¹²³ Und das, obwohl es offenbar alleine schon in der Koalition selber erheblichen Verhandlungsbedarf über die konkrete Ausgestaltung der neuen Förderung gegeben hat – Medienministerin Raab selbst führte diesbezüglich in der Rückschau aus, „dass dem ganzen Unterfangen ein langer und intensiver Verhandlungs- und Harmonisierungsprozess vorausgegangen ist“¹²⁴; ganz zu schweigen von der – ebenfalls absehbaren – langwierigen Abstimmung mit der Europäischen Kommission. 2020 und 2021 konnte von einem Beschluss oder gar einer Auszahlung der neuen Digitalförderung schließlich keine Rede sein. Kritik gegen die vorschnelle Verkündung wirkte die Bundesregierung aber mit einer Maßnahme entgegen, die Gerald Fleischmann bereits im September 2020 auf den österreichischen Medientagen angekündigt hatte: Die Transformationsförderung würde – unabhängig vom Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens der dafür notwendigen Gesetzesänderungen – rückwirkend ab 2020 ausbezahlt werden.¹²⁵

Und so geschah es letztlich auch. Denn obwohl in der beschlossenen Novelle zum KommAustria-Gesetz ein jährliches Fördervolumen von 20 Millionen Euro festgelegt wurde, kamen bei In-Kraft-Treten der Gesetzesänderung im April 2022 insgesamt einmalig 52,5 Millionen Euro zur Vergabe.¹²⁶ Zusammengesetzt aus den nicht erfolgten – weil zum jeweiligen Zeitpunkt noch nicht beschlossenen – Förderungen für die (Teil-)Jahre 2020, 2021 und 2022. Ab der zweiten Förderrunde im Jahr 2023 werden schließlich tatsächlich lediglich die gesetzlich vorgesehenen 20 Millionen Euro pro Jahr zur Auszahlung kommen.¹²⁷

¹²¹ Raab zitiert in Die Presse, 12.1.2022, 24.

¹²² Vgl. Fleischmann etwa in Salzburger Nachrichten, 18.1.2020, 2 oder in Kurier, 18.1.2020, 4.

¹²³ Vgl. Fleischmann in einem Interview in Der Standard, 17.4.2020, 25.

¹²⁴ Raab in Khol (u.a.), 111 (115).

¹²⁵ Vgl. Fleischmann etwa in Salzburger Nachrichten, 26.9.2020, 11.

¹²⁶ Exakt waren es für das Jahr 2022 52.564.291 Euro; vgl. RTR-GmbH, Presseförderung: Übersicht der Entscheidungen des Fonds zur Digitalen Transformation in den Jahren 2022 und 2023.

¹²⁷ Exakt waren es für das Jahr 2023 19.698.851 Euro; vgl. RTR-GmbH, Presseförderung: Übersicht der Entscheidungen des Fonds zur Digitalen Transformation in den Jahren 2022 und 2023.

Für die Zukunft der Transformationsförderung ist ein weitere beachtenswerter Aspekt interessant: Obwohl der Abschnitt 3a, in dem in den Paragrafen 33a bis 33k die Maßnahme ausformuliert ist, keinerlei zeitliche Beschränkungen oder gar ein Außer-Kraft-Treten vorsieht, hat die österreichische Bundesregierung die Transformationsförderung bei der EU-Kommission offenbar als eine begrenzte Subvention eingereicht. In der Stellungnahme der EU-Kommission zum Ansuchen Österreichs heißt es nämlich:¹²⁸

Die angemeldete Maßnahme gilt ab der Bekanntgabe des Beschlusses der Kommission zur Genehmigung der Maßnahme bis zum 31. Oktober 2027.

Und auch der Mitteleinsatz ist dementsprechend eingeschränkt und von der EU-Kommission in dieser Form genehmigt:¹²⁹

Die Mittelausstattung der angemeldeten Maßnahme beläuft sich auf rund 134 Mio. EUR (ca. 34 Mio. EUR für 2021 und je 20 Mio. EUR für die Folgejahre). Die Unterstützung soll aus dem Staatshaushalt gezahlt werden.

Zu dieser zeitlichen Beschränkung findet sich nur eine einzige, recht vage öffentliche Aussage von Medienministerin Raab – und zwar gegenüber der APA im Jänner 2022:¹³⁰

Im ersten Auszahlungsjahr werden 54 Mio. Euro an Medien, die sich um eine Transformation ins Digitale bemühen, fließen. Bis 2027 sind dann jeweils 20 Mio. Euro fixiert. "Wir werden es aber auch in Zukunft weiterführen", sagte die Medienministerin.

Es sei an dieser Stelle erwähnt, dass es laut den für diese Masterarbeit vorliegenden Dokumenten kein Einverständnis der EU-Kommission gibt, die Transformationsförderung wie von Susanne Raab angekündigt über das Jahr 2027 hinaus weiter auszuzahlen. Es wird dann also ein neues Genehmigungsverfahren brauchen oder die Förderung endet mit 31. Oktober 2027.

III.2. Zum Inhalt des Gesetzes: Was ist die Transformationsförderung und welche Ziele verfolgt sie?

Legistisch ist die Transformationsförderung, wie an anderer Stelle bereits ausgeführt, als Novelle des KommAustria-Gesetzes beschlossen und darin mit dem eigenen Abschnitt 3a, §§ 33a bis 33k,

¹²⁸ Europäische Kommission, Staatliche Beihilfe, Abs 15.

¹²⁹ Europäische Kommission, Staatliche Beihilfe, Abs 16.

¹³⁰ APA, 11.1.2022.

integriert worden.¹³¹ Strukturell sind in dem betreffenden Gesetzesabschnitt definiert: Der Fördergegenstand, Mittel und Förderungswerber (§ 33a); Förderungsziele und Kumulierungsbeschränkungen (§ 33b); Digitale Transformation (§ 33c); Digital-Journalismus (§ 33d); Jugendschutz und Barrierefreiheit (§ 33e); Förderrichtlinien (§ 33f); Anreizförderung (§ 33g); Fachbeirat (§ 33h); Abwicklung der Förderungen (§ 33i); Förderansuchen, Fristen, Nachweise und Belege (§ 33j); Auszahlungen (§ 33k). Nicht jeder dieser Paragraphen und Aspekte wird in weiterer Folge analytischen Niederschlag finden, geht es doch in dieser Arbeit vorrangig um die Ermittlung der Ziele und Intentionen des Gesetzes und ihrer Evaluierung.

Wichtig anzuführen ist jedenfalls, dass im Rahmen der Transformationsförderung, die – mit der Ausnahme der ersten Auszahlung – insgesamt in einer jährlichen Höhe von 20 Millionen Euro determiniert ist, vier Fördermaßnahmen subsumiert sind:

1. Förderung für digitale Transformation: Damit werden „Maßnahmen zur Transformation und zum Ausbau der Digitalisierung der Medienlandschaft“ unterstützt. Konkret werden darunter die Modernisierung oder Schaffung von digitaler Distribution oder Infrastruktur sowie die Erstellung digitaler Inhalte verstanden.¹³²
2. Förderung für Digital-Journalismus: Hiermit sollen „Maßnahmen zur Stärkung der journalistischen Tätigkeit in der zunehmend digitalisierten Medienlandschaft“ unterstützt werden. Im Wesentlichen also digitalaffine journalistische Aus- und Weiterbildungen.¹³³
3. Förderung für Jugendschutz und Barrierefreiheit: Unterstützung für „Maßnahmen im Bereich der Erhöhung des Jugendschutzes und Maßnahmen im Bereich der barrierefreien Zugänglichmachung“. Also etwa Kennzeichnungen oder Altersverifikationen bzw. Untertitelungen oder Audiokomentierungen.¹³⁴
4. Anreizförderung: Diese Form der Förderung ist als Projektförderung vorgesehen, die im Voraus im Zusammenhang mit der Vorlage eines konkreten Konzepts ausgezahlt wird. Hierfür ist eine begleitender Umsetzungsbericht an die RTR als auszahlende und abwickelnde Förderstelle gesetzlich vorgeschrieben.¹³⁵

Im einleitenden Paragraf 33a ist der Kreis der potentiellen Förderungswerber abgesteckt.¹³⁶ Zum einen durch die Definition der in Frage kommenden Mediengattungen. Hier ist in Gesetzesform gegossen, woran die Grünen in den Verhandlungen mit ihrem Koalitionspartner gescheitert sind:

¹³¹ Vgl. Seite 34 dieser Arbeit.

¹³² Vgl. § 33c KOG.

¹³³ Vgl. § 33d KOG.

¹³⁴ Vgl. § 33e KOG.

¹³⁵ Vgl. § 33g KOG.

¹³⁶ Vgl. zu den folgenden Ausführungen eben § 33a KOG.

Nur bereits existierende Printmedien und audiovisuelle Medien können um die gegenständlichen Subventionen ansuchen, jedoch nicht bereits existierende oder erst zu gründende reine Digitalmedien. Und zwar lediglich solche bestehenden Medien, die bereits seit mindestens einem Jahr eine Geschäftstätigkeit vorzuweisen haben. Zum Zweiten – und hier haben sich die Grünen in den Verhandlungen über das Gesetz durchgesetzt – müssen die ansuchenden Printmedien eine bestimmte Anzahl an Journalist:innen hauptberuflich beschäftigt haben. Bei Tageszeitungen sind das mindestens sechs, bei allen anderen noch weniger; aber es handelt sich dabei um den Anflug einer Maßnahme, die implizit auch den Erhalt journalistischer Arbeitsplätze berücksichtigt.¹³⁷

Explizit ausgeschlossen von jeglichen im Rahmen der Transformationsförderung zu vergebenden Geldern sind Medien, die zum Kampf gegen Rechtsstaat oder Demokratie aufgerufen haben, Gewalt als Mittel der Politik befürworten, zur Missachtung der Rechtsordnung auffordern oder sollte im betreffenden Medium der Tatbestand der Verhetzung¹³⁸ verwirklicht worden sein.¹³⁹

Die gesetzlichen Bestimmungen sehen auch vor, dass die RTR-GmbH für die Abwicklung der Förderungen – vom Ansuchen über das Entscheidungsverfahren bis hin zur Auszahlung – zuständig ist und sie für die Durchführung der Abwicklung Förderrichtlinien zu erlassen, jährlich zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen hat.¹⁴⁰ Mit Stand 15. April 2022 hat die RTR das für die Ansuchen für die Förderungen des Jahres 2022 getan und die Richtlinien mit Stand 15. November 2022 für die Förderungen des Jahres 2023 unverändert neu publiziert.¹⁴¹

Was sind nun aber die Ziele der Transformationsförderung? Warum konkret wurde sie ins Leben gerufen?

Sieht man sich die Buchstaben des Gesetzes an, wird im betreffenden Abschnitt 3a gleich eingangs formuliert, dass die finanziellen Zuwendungen „zur Erhaltung der Vielfalt an Anbietern und zur Förderung des Auf- und Ausbaus des digitalen Angebots in der Medienlandschaft“ für jene privaten Medienunternehmen dienen soll, die „ihre Medieninhalte (...) auf das österreichische Publikum ausrichten“. ¹⁴² Diese gesetzlichen Ausführungen werden in den Förderrichtlinien der RTR wiederholt und dann darüber hinaus ergänzt:¹⁴³

¹³⁷ Vgl. dazu die rückläufige Entwicklung der Anzahl an Journalist:innen in Österreich auf Seite 27 dieser Arbeit.

¹³⁸ § 283 StGB

¹³⁹ Vgl. § 33a Abs 5f KOG.

¹⁴⁰ Vgl. § 33f KOG.

¹⁴¹ RTR-GmbH, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023.

¹⁴² § 33a KOG.

¹⁴³ RTR-GmbH, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023, 4.

Der Fonds soll zur Stärkung der Medienunternehmen und ihres digitalen Angebots und insgesamt zur Festigung der zentralen Rolle der Medien in einer modernen demokratischen Gesellschaft beitragen.

Diese Zielvorstellungen aus Gesetz und Förderrichtlinien finden sich zum Teil wörtlich auch im Genehmigungsschreiben der EU-Kommission für die Transformationsförderung wieder. Zweifelsohne zitiert die EU-Kommission dabei die Anmeldung aus Österreich; und das wohl auch in einigen weiteren Absätzen, die ebenfalls die Ziele der angemeldeten Maßnahme beschreiben. Über die bereits im Gesetz selber und in den Förderrichtlinien ausgeführten Ziele hinaus, werden dabei angeführt:¹⁴⁴

Die angemeldeten Maßnahme dient der Förderung des Auf- und Ausbaus des digitalen Angebots der Medienlandschaft (...). (...) dass die angemeldete Regelung eingeführt wird, um die Vielfalt der Nachrichtenanbieter zu erhalten und die Entwicklung des digitalen Angebots privater Medienunternehmen zu fördern, die ihre Medieninhalte auf das österreichische Publikum ausrichten. (...) Im Einzelnen wird die angemeldete Regelung eingerichtet, um österreichische Medienunternehmen im Presse- und Rundfunksektor finanziell für die Digitalisierung zu unterstützen und sicherzustellen, dass österreichische Medieninhalte, insbesondere regionale Inhalte, den Verbrauchern weiterhin zur Verfügung stehen, um die Vielfalt der Nachrichtenquellen zu erhalten und die Entwicklung des digitalen Angebots in der Medienlandschaft zu fördern.

Der Blick auf die hier bislang angeführten Zielvorstellungen der Transformationsförderung macht klar: Die im Gesetz, in den Förderrichtlinien und im Ansuchen an die Europäische Kommission festgehaltenen Ziele sind – positiv formuliert – vielfältig; negativ ausgedrückt, könnte man sie als beliebig bezeichnen. Es ist auch eine gewisse Unbestimmtheit und fehlende Konkretisierung erkennbar. Substanzielle Parameter zusammenfassend herauszufiltern, ist unter diesen Umständen gar nicht einfach. Am ehesten könnte man zusammenfassen, dass die Zielvorstellungen der Transformationsförderung 1) die Erhaltung der Medienvielfalt, 2) die Unterstützung bei der Umstellung auf digitale Angebote und 3) die Förderung insbesondere für österreichische Medienunternehmen, die auf österreichisches Publikum ausgerichtet sind vor allem gegenüber internationaler Digitalkonzerne, sind.

Ein wenig konkreter werden im Gesetz selber noch die Zielvorstellungen für drei der vier Fördermaßnahmen unter dem Titel der Transformationsförderung benannt; auch wenn es dabei – wie gleich zu zeigen sein wird – semantisch vielmehr um die Benennung von Maßnahmen als tatsächlich

¹⁴⁴ Europäische Kommission, Staatliche Beihilfe, Abs 3 bis 6.

um die Formulierung von Zielen geht. So heißt es zur „Digitalen Transformation“, zum „Digital-Journalismus“ und zu „Jugendschutz und Barrierefreiheit“ in den betreffenden Paragraphen:¹⁴⁵

Unter dieses Förderungsziel [Digitale Transformation; Anm.] fallen Maßnahmen zur Transformation und zum Ausbau der Digitalisierung der Medienlandschaft (...). Unter dieses Förderungsziel (Digital-Journalismus; Anm.) fallen Maßnahmen zur Stärkung der journalistischen Tätigkeit in der zunehmend digitalisierten Medienlandschaft (...). Unter dieses Förderungsziel [Jugendschutz und Barrierefreiheit; Anm.] fallen Maßnahmen im Bereich der Erhöhung des Jugendschutzes und Maßnahmen im Bereich der barrierefreien Zugänglichkeit von Inhalten.

Konkreter und fassbarer werden die Zielformulierungen auch durch diese Ausführungen nicht. Folgerichtig stellte Nikolaus Forgó, Leiter des Instituts für Innovation und Digitalisierung im Recht, in den Raum – nicht hauptsächlich aber auch auf die Unbestimmtheit der Zielsetzungen und den weiten Spielraum der RTR bei Erarbeitung der notwendigen Förderrichtlinien bezogen – „ob damit dem gesetzgeberischen Bestimmtheitsgebot Genüge getan wird.“¹⁴⁶

In weiterer Folge wird nun ein Blick darauf geworfen, wie die Zielvorstellungen und Intentionen in der der Legistik vorgelagerten politischen Debatte formuliert worden sind, ob sich hier konkretere Ansätze finden und es diese dann nicht in die Formulierungen von Gesetz, Förderrichtlinien oder Ansuchen an die Europäische Kommission geschafft haben.

Wie bereits thematisiert, beinhaltet das Regierungsprogramm von ÖVP und Grünen ein zweiseitiges Kapitel zum Thema Medien, in dem allgemeine medienpolitische Intentionen angeführt und entsprechende Maßnahmen überblicksartig aufgelistet sind – unter anderem eben eine „Digitalisierungsförderung“. Im Programm wird erwähnt, dass „es eine zentrale Aufgabe [ist], auf die veränderten Rahmenbedingungen durch die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung zu reagieren“ sowie dass „die Tragfähigkeit und der kreative Output österreichischer Medien (...) in seiner Vielfalt erhalten und gefördert werden [muss]“.¹⁴⁷

Obwohl in den Monaten nach der Einigung auf das Regierungsprogramm und dem Antritt der schwarz/türkis-grünen Regierung Medienpolitik im Allgemeinen und die geplante Transformation im Speziellen in journalistischen Interviews mit maßgeblichen medienpolitischen Proponent:innen

¹⁴⁵ Ausführungen zur „Digitalen Transformation“ in § 33c KOG; Ausführungen zum „Digital-Journalismus“ in § 33d KOG; Ausführungen zu „Jugendschutz und Barrierefreiheit“ in § 33e KOG.

¹⁴⁶ Forgó zitiert in Der Standard, 2.2.2021, 22.

¹⁴⁷ Vgl. Seite 31 dieser Arbeit sowie Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2020), 40.

durchaus Thema war, gibt es sehr wenige Aussagen über die Zielvorstellungen oder konkrete Parameter der geplanten Mediensubvention. Das ist zum einen mit dem oben erfolgten analytischen Blick auf die dürftige Zielformulierung in den Gesetzesmaterien durchaus bezeichnend; zum anderen liegt es wohl auch daran, dass – wie Kaltenbrunner sagt – „Medienpolitik in Österreich traditionell eine sehr diskrete Politik ist (...) eine Hinterzimmerpolitik, was tatsächlich schwierig ist für die Öffentlichkeit.“¹⁴⁸

Auch die Mediensprecherin der Grünen, Eva Blimlinger, bringt in einem Interview in Hinblick auf Ziele der Transformationsförderung nur sehr allgemein vor, dass „man sehr aufpassen [muss], dass da Journalismus gefördert wird und nicht irgendwelche läppische Content-Produktionen.“¹⁴⁹ Medienjournalist Harald Fidler zitiert als Ziel der zu diesem Zeitpunkt gerade in Begutachtung geschickte Transformationsförderung, „die Wettbewerbsfähigkeit heimischer Medien sicherstellen und stärken gegenüber der zunehmenden Dominanz der großen internationalen Internetplattformen und Medienriesen“¹⁵⁰ – gibt aber nicht an, woher er dieses wörtliche Zitat nimmt.

Im genormten Vorblatt zur Regierungsvorlage ist unter dem vorgefertigtem Zwischentitel „Ziel(e)“ schließlich Folgendes zu lesen:¹⁵¹

Absicherung einer eigenständigen österreichischen Medienlandschaft im digitalen Zeitalter und Gewährleistung für Konsumentinnen und Konsumenten, dass österreichische Medieninhalte, insbesondere auch regionale Inhalte, auch weiterhin verfügbar bleiben.

Auch das reiht sich ein in die bislang sowohl in den (Gesetzes-)Texten als auch in den öffentlichen Aussagen eher vage gehaltenen Zielformulierungen. Und auch im parlamentarischen Prozess wurde es nicht mehr konkreter. Im Bericht des Verfassungsausschusses zur Transformationsförderung ist von Zielen überhaupt nicht Rede; es wird lediglich die Notwendigkeit der Unterstützung angeführt – nicht aber, was konkret damit erreicht werden soll. Im Ausschussbericht liest sich das wie folgt:¹⁵²

Mit dieser Novelle zum KommAustria-Gesetz und dem neuen „Fonds zur Förderung der digitalen Transformation“ sollen österreichische Medienunternehmen im Presse- und Rundfunkbereich bei notwendigen Digitalisierungsschritten finanziell unterstützt werden.

¹⁴⁸ Kaltenbrunner zitiert nach Falter, Falter-Radio. Der Podcast mit Raimund Löw, Minute 16:40.

¹⁴⁹ Blimlinger zitiert in Der Standard, 18.7.2020, 32.

¹⁵⁰ Der Standard, 28.1.2021, 26.

¹⁵¹ ErläutRV 1026 BlgNR 27. GP, 1.

¹⁵² AB 1382 BlgNR 27. GP, 1.

Sowohl in der Debatte im Nationalrat als auch im Bundesrat vor dem jeweiligen Beschluss der Novelle des KommAustria-Gesetzes, die die Transformationsförderung beinhaltet, gingen Redner:innen ebenfalls lediglich in sehr verallgemeinerter Form und tendenziell eher auf die Gründe als auf die Ziele der neuen Medienförderung ein. Da war die Rede davon, „Medienunternehmen in dieser schwierigen Situation zu unterstützen“; dass „es Medienvielfalt [braucht] und es braucht die Absicherung einer eigenständigen – und das ist auch ganz wichtig – österreichischen Medienlandschaft“¹⁵³; dass es „uns in erster Linie darum gehen sollte, die österreichische Medienlandschaft möglichst stark und gut aufzustellen“; die Förderung „Rundfunk und Printmedien den Übergang in das digitale Zeitalter erleichtern sollen“; „dass der österreichische Medienmarkt so vielfältig und so qualitativ bleibt“¹⁵⁴; dass die „Intention“ des Gesetzes ist, „heimische Medienunternehmen im internationalen Wettbewerb zu unterstützen, den Medienstandort Österreich zu stärken“¹⁵⁵; dass die Novelle ein „wichtiger Schritt [ist], um den österreichischen Medienstandort abzusichern (...) und auch ein wichtiger Schritt, um eine Grundsäule unserer parlamentarischen Demokratie zu schützen“¹⁵⁶; dass die Förderung notwendig ist, „um eine bunte, vielfältige Medienlandschaft in Österreich zu sichern“¹⁵⁷. Und anders als bei der Debatte im Nationalrat meldete sich auch Medienministerin Susanne Raab bei der Diskussion im Bundesrat zu Wort. In ihrer Begründung und Zielformulierung für die Transformationsförderung bezog sie sich dabei vor allem auf die Erhaltung der Medienvielfalt und die die Sicherung des Medienstandortes – insbesondere gegenüber internationaler Konkurrenz aus dem ebenfalls deutschsprachigen Deutschland oder internationalen Internetgiganten.¹⁵⁸

Und dann – wurde die Transformationsförderung beschlossen und die Novelle des KommAustria-Gesetzes trat mit 14. April 2022 in Kraft.¹⁵⁹ Und auf Grundlage des bis hierhin Aufgezeigten, kann festgehalten werden, dass für diese neue Mediensubvention eine präzise, akkurate, messbare Zielformulierung fehlt, dass von einer solchen im gesamten Prozess der Gesetzesentstehung nicht einmal erkennbar die Rede war.

Stattdessen sind die Ziele der Transformationsförderung sehr allgemein gehalten. Dieses Prinzip zieht sich von der ersten Erwähnung im Regierungsprogramm über die politische Debatte bis hin zur legislatischen Detailarbeit. Erhaltung der Medienvielfalt, Stärkung der österreichischen Medienlandschaft, Unterstützung bei der Digitalisierung sind vielmehr Schlagworte als Ziele. Das alles ist ein

¹⁵³ Beides Abg. Leichtfried (SPÖ) zitiert nach StenProt 24.3.2022, 53.

¹⁵⁴ Alle drei Abg. Schwarz (ÖVP) zitiert nach StenProt 24.3.2022, 54f.

¹⁵⁵ Abg. Schatz (SPÖ), zitiert nach StenProt 24.3.2022, 62.

¹⁵⁶ Abg. Kolland (ÖVP), zitiert nach StenProt 7.4.2022, 177.

¹⁵⁷ Abg. Schreuder (Grüne), zitiert nach StenProt 7.4.2022, 180.

¹⁵⁸ Vgl. Ausführungen BM Raab in: StenProt 7.4.2022, 181f.

¹⁵⁹ Vgl. Seite 37 dieser Arbeit.

Anzeichen dafür, dass zwar ein Problem erkannt wurde – nämlich die vielfach verabsäumte digitale Transformation seitens der meisten österreichischen Medien – für die Lösung allerdings einfach das Füllhorn ausgeschüttet werden sollte. Nach dem Motto: Geld wird das Problem schon lösen. Die visionslose und beliebige Zielformulierung in der politischen Idee und der politischen Debatte legt den Schluss nahe, dass es in erster Linie darum ging, einen gesetzlichen Weg zu finden, Medien (noch) mehr Geld rüberzuschaukeln für „irgendwas mit digital“. Dementsprechend – nennen wir es – „divers“ aber eben auch beliebig sind, wie zu zeigen sein wird, die letztendlich geförderten Projekte.¹⁶⁰

Sorgfalt und Präzession wurde hingegen bei der Formulierung der Förderkriterien an den Tag gelegt. Die Voraussetzungen, um eine der vier Förderungen aus dem Gesamtpaket der Transformationsförderung zu erhalten, sind im KommAustria-Gesetz selber und noch viel mehr in den darauf basierenden Förderrichtlinien der RTR akkurat definiert. Das Bemühen ist erkennbar, über diese deutlichen Kriterien Klarheit zu schaffen – wenn schon nicht über die Ziele, dann zumindest über den potentiellen Förderkreis.

Was die Zielformulierung betrifft, hätten sich bei entsprechendem Willen Möglichkeiten finden lassen, sie so zu gestalten, dass auch eine sinnvolle Evaluierung möglich wäre. Wenn es etwa – wie oft betont – um Stärkung der österreichischen Medien im digitalen Raum geht, wären der Erfolg der Fördernehmer in Bezug auf Reichweite und Marktanteil mögliche Messgrößen.

III.3. Die Förderentscheidungen, ihre Veröffentlichung und die Frage der Zielerreichung

Die Zuständigkeit zur Abwicklung des gesamten Förderprozesses kommt gemäß § 33i Abs 1 KommAustria-Gesetz der RTR-GmbH unter der Verantwortung des Geschäftsführers für den Fachbereich Medien zu.^{161 162} Dabei wird die RTR und der Geschäftsführer Fachbereich Medien von einem gemäß § 33h KommAustria-Gesetz einzurichtenden Fachbeirat beraten. Außerdem hat die RTR gemäß § 33f Abs 1 KommAustria-Gesetz entsprechende Förderrichtlinien zu erlassen (, wie an anderer Stelle dieser Arbeit bereits ausgeführt worden ist)¹⁶³.

Tatsächlich sind die Förderrichtlinien in Bezug auf „Förderprojekte zur Digitalen Transformation“, „Förderprojekte Digital-Journalismus“ und „Förderprojekte zu Jungenschutz oder Barrierefreiheit“

¹⁶⁰ Vgl. Seite 47f dieser Arbeit.

¹⁶¹ Vgl. § 33i Abs 1 KOG

¹⁶² Nach einem umstrittenen Auswahlprozess trat mit 1. September 2022 Wolfgang Struber sein Amt als Geschäftsführer der RTR für den Fachbereich Medien an.

¹⁶³ Vgl. Seite 41 dieser Arbeit.

sowie die Berechnung der Höhe der Förderungen äußerst umfangreich ausformuliert.¹⁶⁴ Auch die Vorgaben für den Inhalt eines Förderansuchens ist durchaus ausführlich und verlangt unter anderem die zur Berechnung der Förderung notwendigen Unterlagen, eine aussagekräftige Projektbeschreibung, Angaben zum Projektzeitraum, Kalkulation der Kosten etc.¹⁶⁵ Mit Blick auf diesen umfangreichen Kriterienkatalog zum Ansuchen um eine der vier Möglichkeiten der Transformationsförderung ist offensichtlich, dass zur Einreichung bei der RTR mannigfache Unterlagen über die zu fördernden Projekte vorgelegt werden müssen. Der RTR liegen also ausgiebige Informationen über jedes einzelne eingereichte und später geförderte Projekt vor.

Im Gegensatz dazu ist die Veröffentlichung der geförderten Projekte durch die RTR sowohl im KommAustria-Gesetz als auch in den Förderrichtlinien absolut minimalistisch vorgegeben. Im Gesetz heißt es lediglich:¹⁶⁶

Unbeschadet des § 19 KOG hat die RTR-GmbH sämtliche Förderergebnisse spätestens innerhalb des dem Datum der Förderentscheidung folgenden Quartals in geeigneter Weise auf ihrer Website zu veröffentlichen.

Und in den Förderrichtlinien noch knapper:¹⁶⁷

Auf Grundlage unionsrechtlicher Vorgaben im Bereich des Beihilfenrechts besteht seitens der RTR-GmbH eine Veröffentlichungspflicht.

Die RTR nutzt diese gesetzlichen und selbst gegebenen minimalistischen Vorgaben insofern für sich, als dass bei der Veröffentlichungen der geförderten Projekte der Aufwand ganz offensichtlich so gering wie möglich gehalten werden soll. Denn obwohl aufgrund der Anforderungen für die Einreichungen um die Subventionen aus dem Fonds zur Förderung der digitalen Transformation vielfältige Informationen über die geförderten Projekte vorliegen, wird eine Gesamtpräsentation der Förderentscheidung letztlich nur in einer wenig aussagekräftigen Excel-Liste vorgenommen. Darin werden neben dem Förderungsnehmer, der Förderungsart, dem Förderungsbetrag und einigen wenigen weiteren technischen Details lediglich der Titel des geförderten Projekts angeführt.¹⁶⁸ So er-

¹⁶⁴ Vgl. RTR-GmbH, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023, 8 ff.

¹⁶⁵ Vgl. RTR-GmbH, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023, 17f.

¹⁶⁶ § 33i Abs 3 KOG

¹⁶⁷ RTR-GmbH, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023, 29. Es ist nicht nachvollziehbar, welche „unionsrechtlichen Vorgaben“ das sein sollen und warum sich die RTR an dieser Stelle nicht auf § 33i Abs 3 KOG bezieht.

¹⁶⁸ Die Gesamtliste (Excel) der Förderentscheidungen findet sich in äußerst schlecht lesbarer Form auf der Website der RTR (vgl. Verweis im „Kapitel VI. Materialien, Quellen und Literatur“, Abschnitt „Sonstiges“ am Ende dieser Arbeit, Seite 79). Im Anhang dieser Arbeit ist die Gesamtliste, provisorisch aufbereitet, jedenfalls aber im Überblick erfassbar, angehängt. Sämtliche angeführten Zahlen der folgenden Absätze sind diesen Listen entnommen.

fährt man beispielsweise, dass die Antenne Vorarlberg GmbH im Jahr 2022 258.000 Euro an „Projektförderung Digitale Transformation“ für das Projekt „User Driven Audio“ erhalten hat – mehr an inhaltlicher Information zu dem Projekt wird nicht veröffentlicht. Oder: Die Falstaff Verlags-Gesellschaft m.b.H. hat im Jahr für „DTF – Digitale Transformation Falstaff“¹⁶⁹ 157.710 Euro ebenfalls aus dem Topf der „Projektförderung Digitale Transformation“ bekommen; im Jahr 2023 dann noch einmal 213.727 Euro für das Projekt „Digitaler Newsroom“. Selbst äußerst umstrittene Medien wie das Online-TV-Medium eXXpressTV erhalten für einsilbige Projekttitel wie „Serviceerweiterung für digitale Infrastruktur“ oder „LiveStreaming Erweiterungen“ alleine im Jahr 2022 insgesamt über 700.000 Euro.

Das legt ein Problem weniger an der Fördersystematik als am Förderselbstverständnis offen: Die (fehlende) Transparenz, auf die ganz offensichtlich weder im Gesetzgebungsprozess noch in der Ausgestaltung der Förderrichtlinien durch die RTR Wert gelegt worden ist. Gerade in einem durch undurchsichtige „Inseratenkorruption“¹⁷⁰ geprägten Subventionssystem ist das hochproblematisch. Kaltenbrunner kritisiert das als einer der Ersten bereits kurz nach der Veröffentlichung der ersten Förderentscheidungen:¹⁷¹

Wenn wir die (...) Transformationsförderung in etwa nehmen, die 54 plus 20 Millionen Euro. Dann ist das für den Bürger, die Bürgerin nicht nachvollziehbar und auch für den Experten im Übrigen nicht, wie dieses Geld ausgegeben wurde. Weil da gibt's nur eine Überschrift, welches Unternehmen was bekommen hat. Manches klingt wunderbar. Wir haben dann Newsletter mit 370.000 Euro gefördert. Und Newsletter-Entwicklungen, wo man nicht weiß, welche Newsletter so viel Geld kosten können. Also, da tauschen wir gerade ein intransparentes System der Inseratenvergabe, das vielfach beschrieben, beforscht, diskutiert wurde, gegen ein intransparentes System der Fördervergabe.

Neben der absolut mangelhaften Transparenz zeigt sich noch ein weiteres Problem, das sich exemplarisch in diesen Förderentscheidungen ausdrückt: Die AHVV Verlags GmbH, die die Tageszeitung HEUTE herausgibt, hat für insgesamt sechs Projekte mit nichtssagenden Namen wie „HEUTE goes digital“ oder „Heute Big Data“ alleine im Jahr 2022 insgesamt mehr als 2,5 Mio. Euro Förderung aus dem Titel der Transformationsförderung erhalten. Die KRONE – Verlag-Gesellschaft m.b.H. & Co KG, Eigentümerin der Kronen Zeitung, hat 2022 für fünf nur mit inhaltslosen Namen veröffentlichte Projekte insgesamt rund 3,2 Mio. Euro an Förderungen erhalten; die Krone Multimedia GesmbH &

¹⁶⁹ Das Falstaff-Magazin ist ein Monatsmagazin zu den Themen Wein, Kulinarik und Reisen.

¹⁷⁰ Vgl. insbesondere die Seiten 7, 13 und 55 dieser Arbeit.

¹⁷¹ Kaltenbrunner zitiert nach Falter, Falter-Radio. Der Podcast mit Raimund Löw, Minute 33:36.

Co KG als Betreiberin von krone.tv gleich noch einmal knapp 1,4 Mio. Euro. Bei der Mediengruppe „Österreich“ GmbH waren es 2022 insgesamt rund 3 Mio. an Transformationsförderung.

Es werden also durch die Transformationsförderung in erheblichen Ausmaß jene Medien und Medienhäuser gefördert, die einerseits durch ihr – boulevardeskes – Geschäftsmodell ohnehin kommerziell erfolgreich sind; andererseits aber trotzdem bereits vor Einführung der neuen Förderung mit großen Beträgen subventioniert wurden – nicht zuletzt durch großzügige Vergabe von Inseraten aus dem öffentlichen Bereich. Das stößt auch im österreichischen Medienjournalismus auf Kritik. So schreibt die renommierte Innenpolitik- und Medien-Journalistin Barbara Tóth:¹⁷²

Krone, die Österreich-Gruppe und Heute: Die Marktführer sind also Hauptprofiteure staatlicher Medienförderungs- und Inseratenpolitik. Andere Länder unterstützen junge, neue, innovative Medien oder solche, die besondere Qualitätskriterien erfüllen.

Und auch Medienwissenschaftler Andy Kaltenbrunner setzt mit seiner Kritik an diesem Punkt an:¹⁷³

...ein System der Fördervergabe, die – soweit man's dann addieren kann – auch wieder (...) überwiegend den großen Häusern, den Verlagen zu Gute kommt, die im Markt schon vergleichsweise etabliert sind. Und das führt zu diesen ganzen Problemen, der Schwierigkeit [mit] der Innovation, der Erneuerung, der tatsächlichen digitalen Entrepreneurship, weil die Markteintrittshürden damit enorm gemacht werden.

Mit dem letzten Satz spricht Kaltenbrunner darüber hinaus einen für diese Arbeit sehr wesentlichen Aspekt an, der überleitet zum Blick darauf, inwiefern das mit der Transformationsförderung geschaffene Gesetzeswerk den – wie weiter oben analytisch herausgearbeitet wurde – ohnehin nur schemenhaften Zielen gerecht werden kann. Geht man von Kaltenbrunners Schlussfolgerung aus, wird die mehrfach in der politischen Debatte und auch im Gesetz und den Materialien geäußerte Intention, durch dieses neue Fördersystem die Medienvielfalt in Österreich zu unterstützen, verfehlt. Werden doch ausschließlich bereits bestehende Medien – insbesondere die „Platzhirsche“ – gefördert. Mehr Vielfalt durch neue Marktteilnehmer kann auf diese Art nicht entstehen.

Wie sieht es mit den anderen Zielformulierungen aus? Wird durch die Transformationsförderung der Medienstandort gesichert? Wird die digitale Umstellung von Medien unterstützt?

¹⁷² Falter, 19.7.2023, 22.

¹⁷³ Kaltenbrunner zitiert nach Falter, Falter-Radio. Der Podcast mit Raimund Löw, Minute 34:20.

Sicherlich kann davon ausgegangen werden, dass sich zusätzliche Zahlungen an (bestehende) österreichische Medien und Medienhäuser auf ihre Existenz tendenziell positiv auswirkt. Andererseits kann exemplarisch festgestellt werden, dass auch ein Unternehmen wie die STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H., die in den Jahren 2022 und 2023 insgesamt 4,2 Mio. Euro aus den Mitteln des Fonds zur Förderung der digitalen Transformation erhalten hat, laut Medienberichten angekündigt hat, den Großteils des eigenen Videoteams – also jene Einheit, die journalistische Formate im digitalen Raum produziert – aus Kostengründen kündigen zu müssen.¹⁷⁴

Inwiefern die digitale Umstellung von Medien durch die Transformationsförderung tatsächlich unterstützt wird, ist angesichts der Intransparenz bei der Veröffentlichung der Förderentscheidungen nur schwer zu beurteilen. Auch hier gilt: Natürlich ist es offensichtlich, dass zusätzliche Fördermittel grundsätzlich die Konzipierung und Umsetzung digitaler Innovationen vereinfachen. Es darf davon ausgegangen werden, dass die nach den detaillierten Vorgaben in den Förderrichtlinien vergebenen Mittel auch für die eingereichten, beschriebenen Digitalprojekte verwendet werden; das umso mehr, als dass die Förderrichtlinien auch vorsehen, dass „die Förderungswerber oder Förderungswerberinnen über die widmungsgemäße Verwendung der Fördermittel genau Aufzeichnungen zu führen und diese der RTR-GmbH binnen vier Monate nach Ende des Förderzeitraums (...) zu übermitteln [haben].“¹⁷⁵ Freilich wird auch davon nichts veröffentlicht, so dass die RTR als abwickelnde Stelle das Exklusivwissen darüber behält, in welchem Ausmaß die digitale Umstellung von Medien durch die Transformationsförderung effektiv unterstützt wird.

Das alles abwägend schlägt Kaltenbrunner als Essenz vor:¹⁷⁶

Also, eine erste banale Forderung von heute auf morgen wäre, dass dieses Gesetz repariert wird und klargestellt wird in den Erläuterungen, dass selbstverständlich beschrieben wird, wie derzeit 74 Millionen Euro ausgegeben werden, um angeblich den Markt zu verbessern. Das Risiko ist sonst, dass wir da in etwas hineingehen – und das lässt mich dieses Transformationsförderungsgesetz in der Praxis der Umsetzung nämlich befürchten – wo wir in wenigen Monaten oder in ein, zwei Jahren drüber diskutieren werden, wie der Markt verzerrt wurde und wir haben es wieder nicht gewusst.

¹⁷⁴ Vgl. etwa Falter, 19.7.2023, 22.

¹⁷⁵ RTR-GmbH, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023, 21.

¹⁷⁶ Kaltenbrunner zitiert nach Falter, Falter-Radio. Der Podcast mit Raimund Löw, Minute 34:44.

IV. Förderung von Qualität im Journalismus – Idee, Begründung und gesetzliche Umsetzung

IV.1. Qualitäts-Journalismus-Förderung: Wie es – schlussendlich – dazu kam

Fragt man nach der Grundidee von oder der Forderung nach Orientierung von Presseförderungsmaßnahmen an Qualitätskriterien, ist schnell eine Anmerkung präsent, die bereits an früherer Stelle in dieser Arbeit ausgeführt wurde: Inwiefern kann im Katalog für die Fördervoraussetzungen des allerersten Presseförderungsgesetzes 1975 „erstmalig auch ein qualitatives Kriterium“ erkannt werden?¹⁷⁷ Die Debatte ist also so alt, wie die Debatte um Presseförderung selber. Eine tatsächliche Mediensubvention entlang ausgewiesener Qualitätskriterien hat es dennoch in der österreichischen Medienpolitik sehr lange nicht gegeben.

Nun soll es nicht die rahmensprengende Intention dieser Arbeit, die gesamte, jahrzehntelange Debatte zu dieser Thematik nachzuzeichnen. Es sei an dieser Stelle lediglich erwähnt, dass mit der Novelle des Presseförderungsgesetzes 2004 zwar erstmals ein qualitativer Aspekt in legislative Form gegossen wurde – sogar ein ganzer Abschnitt des Gesetzes wurde mit „Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“ übertitelt; festgelegt wurden aber im Wesentlichen lediglich Fördermaßnahmen außerhalb des journalistischen Bereichs, also nicht zur Unterstützung von Print- oder AV-Medien.¹⁷⁸ Kaltenbrunner nennt diesen unerheblichen qualitativen Aspekt „rudimentär und minimal dotiert“.¹⁷⁹

Die Frage aber, die sich anhand der hier zu behandelnden Gesetzesmaterie stellt, ist: Wann und auf welche Art hat jene Diskussion begonnen, die – wenn auch von außen betrachtet erst in der Nachschau – teleologisch zur Entstehung des Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetzes hingeleitet hat?

Von diesem Ansatzpunkt ausgehend, ist es naheliegend, die Nachforschungen mit einem Blick in das Koalitionsprogramm jener Regierung zu beginnen, unter deren Ägide das QJF-G letztlich Gestalt angenommen hat. Wissend, dass dieses Gesetz im Laufe der noch andauernden Legislaturperiode bereits bis zur parlamentarischen Beschlussreife gediehen ist, mag es zunächst überraschend sein, dass eine Subvention von Medien nach qualitativen Gesichtspunkten im Regierungsprogramm von ÖVP und Grünen überhaupt nicht vorgesehen war.¹⁸⁰

¹⁷⁷ Vgl. Seite 16 dieser Arbeit.

¹⁷⁸ Stattdessen gab es in diesem Zusammenhang Förderungen für Institutionen zur Journalist:innenausbildung, für Presseklubs und für Organe zur Selbstkontrolle der Medien. Vgl. insbesondere die Seiten 12, 21 und 28 dieser Arbeit.

¹⁷⁹ Kaltenbrunner in Talos, 139 (154).

¹⁸⁰ Vgl. Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2020).

Bemerkenswerter Weise war das in den beiden vorherigen Regierungsprogrammen anders. Im SPÖ-ÖVP-Regierungsprogramm 2013 war explizit unter dem Punkt „Maßnahmen“ im Kapitel über Medien vorgesehen:¹⁸¹

Eine Förderung der Medien soll sich an Vielfalt und Qualitätskriterien orientieren. Dabei ist Journalismusförderung von besonderer Bedeutung. Diese Förderung soll sich u.a. an der Qualität der journalistischen Arbeitsbedingungen und der Aus- und Weiterbildung des journalistischen Personals orientieren. Für die MedienkonsumentInnen soll durch diese Förderung inhaltliche sowie regionale Vielfalt gesichert werden, die sowohl das Interesse an objektiver Information befriedigt, als auch die Basis für demokratische Teilhabe bildet;

Und auch vier Jahre später haben ÖVP und FPÖ in ihrem Regierungsprogramm Medienförderung nach qualitativen Kriterien zum Thema gemacht:¹⁸²

Stärkere Zweckbindung von Förderungen für Maßnahmen zur Anpassung an Digitalisierung sowie zur Stärkung journalistischer Qualität, insbesondere über Aus- und Weiterbildung von Journalisten im eigenen Betrieb sowie in einschlägigen Institutionen – Grundsatz: Geld für Wandel.

In der Rückschau bleibt festzuhalten: Die beiden Regierungsprogramme im Jahr 2013 und 2017 haben eine Medienförderung nach qualitativen Maßstäben vorgesehen gehabt – zustande gekommen ist sie nicht. Im aktuellen Regierungsprogramm war davon nicht die Rede – mittlerweile liegt aber ein ausgearbeiteter Gesetzesentwurf vor. Das ist ein bemerkenswerter Lauf der politischen Entwicklung und zeigt, wie unschlüssig und beliebig lange Jahre mit dem Ansinnen einer Medienförderung nach qualitativen Kriterien umgegangen worden ist.

Dennoch: Mangels konkreten programmatischen Vorhabens startete auch die aus ÖVP und Grünen bestehende Bundesregierung in Hinblick auf qualitative Förderung von Medien ambitionslos in die 27. Legislaturperiode. Es waren Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie die so genannte Zivilgesellschaft, die dieses Thema nachdrücklich auf die öffentliche politische Agenda gebracht haben. Den Anstoß dafür gab die von der Bundesregierung und in weiterer Folge von beiden Kammern des Parlaments beschlossene Corona-Förderung für Printmedien und Privat-TV-Sender. In den Paragraphen 12 b und 12c des Presseförderungsgesetzes wurde eine neue, zeitlich begrenzte Subvention „zur Abfederung der wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19 Krisensituation auf die Ein-

¹⁸¹ Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2013), 50.

¹⁸² Bundeskanzleramt (Hrsg.), Regierungsprogramm (2017), 85.

nahmensituation“¹⁸³ festgeschrieben. Die Kritik daran war groß. Vor allem an dem Aspekt, dass hier erstmals sowohl Gratiszeitungen in eine Medienförderung aufgenommen wurden und es sich ebenso erstmals um eine reine Vertriebsförderung gehandelt hat.¹⁸⁴ So merkte Kommunikationswissenschaftler Matthias Karmasin in einem Interview an:¹⁸⁵

Da ist einerseits die Frage, warum man das Gesetz so stark auf die Vertriebsförderung, also bedrucktes Papier, fokussieren muss und warum man nicht auch digitalen Vertrieb mit in den Blick nimmt. (...) dort entstehen auch viele Kosten, etwa bei der Moderation von Foren oder bei der Aktualisierung von Informationen.

Und in Hinblick auf Förderung von Qualität fügte er hinzu:¹⁸⁶

Zweitens ist es eine Quantitäts- und keine Qualitätsförderung. Eine Medienförderung sollte vor allem Qualitätsaspekte im Fokus haben. (...) Medienförderung sollte (...) Qualität fördern, um gute journalistische Inhalte und möglichst große Vielfalt zu ermöglichen.

Auch andere Wissenschaftler:innen und medienpolitische Fachgrößen nutzten die Öffentlichkeit für die Forderung nach Qualitätskriterien in der Medienförderung. So erinnerte Fritz Hausjell, stellvertretender Vorstand des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, an den beständigen Appell des Presseclubs Concordia „Medienförderung deutlich Richtung Qualitätsförderung zu entwickeln.“¹⁸⁷ Die Generalsekretärin eben dieses Clubs, Daniela Kraus, machte diesen Aspekt in einem Interview noch einmal sehr deutlich.¹⁸⁸

Es ist ganz zentral, dass öffentliche Gelder nicht als Inserate, sondern als transparente Förderungen mit ganz klaren Kriterien, nämlich Qualität, journalistische Ethik, Unabhängigkeit, Innovation usw., vergeben werden. (...) Dafür gibt es dann unterschiedliche Parameter, etwa die Anzahl der Journalisten, die Qualitätssicherungsprozesse in Redaktionen, das Fehlermanagement, Forschung und Entwicklung, Weiterbildung und natürlich die nachweisbare Sorgfalt und Einhaltung professioneller ethischer Grundregeln – dazu gehört die Mitgliedschaft im Presserat, aber auch ethische Richtlinien wie Redaktionsstatuten, Ethikkodizes. Ebenfalls wichtig ist Diversität in Redaktionen.

¹⁸³ § 12b Abs 1 und § 12c Abs 1 PresseFG 2004.

¹⁸⁴ Vgl. dazu Seite 24f dieser Arbeit.

¹⁸⁵ Karmasin zitiert in Der Standard, 8.4.2020, 20.

¹⁸⁶ Karmasin zitiert in Der Standard, 8.4.2020, 20.

¹⁸⁷ Der Standard, 5.11.2020, 35.

¹⁸⁸ Kraus zitiert in Der Standard, 12.10.2021, 26.

Schließlich veranlasste ein Terroranschlag in Wien und die Art und Weise, wie insbesondere das Internetmedium OE24 darüber berichtet hat, die beiden Schwestern Stefanie und Theresa Schneckentreiter über die Petitionsplattform mein.aufstehn.at eine Initiative zu starten und zu veröffentlichen, die in ihren Forderungen auch in Hinblick auf Medienförderungen sehr deutlich wurde:¹⁸⁹

Konkret fordern wir, dass die Medien-Fördergesetze wie das KommAustria-Gesetz oder das Presseförderungs-gesetz reformiert werden. Staatliche Medienförderungen sollen noch stärker an grundlegende, ethische und moralische Qualitätskriterien geknüpft werden. Auch Boulevardmedien müssen sich an diese Kriterien halten.

Bereits knapp einen Monat nach ihrem Start, hatte die Petition 80.000 zustimmende Unterschriften erreicht.¹⁹⁰ Reale Konsequenzen hatte die Petition keine. Sie hat aber aufgezeigt, dass es sich bei der Forderung nach einer Medienförderung anhand von Qualitätskriterien nicht (mehr) um ein gesellschaftliches Randphänomen handelt oder das Thema nur in wissenschaftlichen Expert:innen-Kreisen diskutiert wird. Mit über 80.000 Unterschriften war die Frage in der kritischen Öffentlichkeit angelangt.

Politisch war das Thema Qualitätskriterien im Rahmen von Subventionen für Medien weiterhin den Grünen ein Anliegen. Die Regierungspartei konnte zwar auch keine gesteigerte Dynamik in die Debatte einer ganzheitlichen Qualitätsförderung bringen, umso mehr betonte sie jedoch, dass es gelungen sei, im Rahmen der Etablierung einer Transformationsförderung auch qualitative Parameter zu berücksichtigen. Eva Blimlinger, Mediensprecherin der Grünen im Nationalrat, kündigte bereits vor Veröffentlichung des Begutachtungsentwurfs für die Transformationsförderung im Rahmen des KommAustria-Gesetzes an, dass darin erstmals „echte Qualitätskriterien im bundesweiten Förderwesen verankert“¹⁹¹ sein werden. Damit spielte sie darauf an, dass im Gesetzesvorschlag vorgesehen war und letztlich dann auch im Gesetz beschlossen wurde, dass sowohl Tages- als auch Wochenzeitungen eine gewisse Anzahl an hauptberuflich tätigen Journalist:innen beschäftigen müssen, um für die Transformationsförderung überhaupt ansuchen zu können.¹⁹² Auch der renommierte Medienjournalist Peter Plaikner bezeichnete in einer Analyse der Transformationsförderung diesen Punkt als „echte Qualitätsförderung“.¹⁹³ Handelt es sich doch um ein Kriterium, das die Beibehaltung oder Schaffung journalistischer Arbeitsplätze voraussetzt.¹⁹⁴

¹⁸⁹ [Mein.aufstehn.at](https://mein.aufstehn.at), Einstellung aller öffentlicher Förderungen für OE24 und Reformierung der Medienförderung.

¹⁹⁰ Vgl.: Österreichische Nachrichten, 12.12.2020, 24. Danach kamen allerdings nicht mehr viele hinzu. Bei Abruf der Website mein.aufstehn.at am 15.8.2023 hatten 81.256 Personen ihre Unterschrift unter die Petition gesetzt; vgl.: mein.aufstehn.at, Einstellung aller öffentlicher Förderungen für OE24 und Reformierung der Medienförderung.

¹⁹¹ Blimlinger zitiert in APA, 28.1.2021.

¹⁹² Vgl. § 33a Abs 4 Z 1 und 2 KOG.

¹⁹³ Kleine Zeitung, 6.2.2021, 84.

¹⁹⁴ Vgl. dazu auch Seite 41 dieser Arbeit.

Nach diesen Wortmeldungen rund um den Beschluss der Transformationsförderung wurde es wiederum still um die Förderpolitik für Medien in Österreich und speziell um ihre Orientierung an Qualitätskriterien. Erst eine andere politisch hochbrisante Debatte brachte dieses Thema ab Herbst 2021 wieder zurück aufs Tapet: Ursprünglich ausgelöst durch die sogenannten Ibiza-Affäre, in dessen Folge Heinz-Christian Strache (FPÖ) als Vizekanzler zurücktreten mussten und in weiterer Folge die ÖVP-FPÖ-Koalition zerbrach, wurde durch die geleakte Veröffentlichung von WhatsApp-Chats aus Akten der Staatsanwaltschaft ruchbar, dass insbesondere die ÖVP und ihr Obmann und Bundeskanzler Sebastian Kurz über die Vergabe von Regierungsinseraten beinharte – und mutmaßlich illegale – Machtpolitik betrieben haben. Verfahren dazu wegen des Vorwurfs der Bestechung und der Bestechlichkeit sind bis heute im Laufen. Eine Ahnung von irgendeiner Form der „Inseratenkorruption“ gab es angesichts der hohen und trotz Medientransparenzgesetz¹⁹⁵ intransparenten Regierungsinserate insbesondere in reichweitenstarken Boulevardmedien sowie aufgrund diverser Studien zu dieser Thematik¹⁹⁶ schon seit geraumer Zeit; die handfesten Belege dafür brachten aber erst die erwähnten WhatsApp-Chats und die folgenden staatsanwaltschaftlichen Ermittlungen.¹⁹⁷ Die nun mehr als offenkundige Schieflage der Art und Weise, wie Gelder seitens der Bundesregierung an Medien verteilt wurden und die mit der Umgestaltung der Regierung einhergehende Übernahme der Medienagenden durch die für Frauen und Familie zuständige Bundesministerin Susanne Raab setzten die neue Medienministerin von Amtsantritt an unter Druck, in der Medienförderung nun endlich tatsächlich Qualitätskriterien zu forcieren. Ein Druck, der durch den Text eines in Folge der Chat- und Inseraten-Affäre eingeleitetes und letztlich von 307.620 Menschen unterschriebenes Anti-Korruptionsvolksbegehren weiter verstärkt wurde. Eine der insgesamt 72 Forderungen des Volksbegehrens lautete:¹⁹⁸

Die Medienförderung und Inseratenvergabe durch öffentliche Stellen sind zu objektivieren. Die Medienförderung soll sich an Qualitätskriterien wie der Ausbildung von journalistischem Nachwuchs und an Inhalten wie dem Anteil an Investigativ-Journalismus oder an Kulturberichterstattung orientieren. Über all dies sind jährliche und detaillierte Rechenschaftsberichte an das Parlament zu übermitteln und sind diese online und in sonst geeigneter Form zu veröffentlichen.

¹⁹⁵ MedKF-TG.

¹⁹⁶ Vgl. insbesondere Kaltenbrunner, Scheinbar transparent.

¹⁹⁷ Eine übersichtliche Zusammenfassung über die gesamte Affäre und die konkreten Vorwürfe bietet Wikipedia, ÖVP-Korruptionsaffäre.

¹⁹⁸ Begründung zur Einleitung des Verfahrens für das Volksbegehren „Rechtsstaat & Antikorruptionsvolksbegehren“.

Noch vor Amtsantritt wurde die neue Medienministerin angesichts der zugespitzten medienpolitischen Situation auch seitens der journalistischen Berichterstattung an die Notwendigkeit von Qualitätskriterien in der Medienförderung erinnert:¹⁹⁹

Die medienpolitischen Baustellen sind zahlreich. (...) von der seit vielen Jahren verschleppten Reform der aus der Zeit gefallenen Presseförderung hin zu einer Medienförderung mit Qualitätskriterien gar nicht zu reden. Daran ist bisher noch jeder Medienminister gescheitert.

Und in ihren Interviews zu Amtsantritt waren dann schließlich auch erstmals von der dafür hauptverantwortlichen Politikerin verhaltene Ankündigungen für einen Modus zu vernehmen, der letztlich zu einer Medienförderung basierend auf Qualitätskriterien führen sollte. In den ersten Tagen als neue Medienministerin sprach Susanne Raab zwar auch noch davon, dass „es zu weit gehen würde“, wenn die Politik darüber entscheiden solle, wie Qualität bei Medien festgestellt wird²⁰⁰; gleichzeitig kündigte sie jedoch an, dass sich die Regierung „die Medienförderung“ auch in Hinblick auf Qualitätskriterien „genau ansehen“²⁰¹ werde und dass sie dafür „Medienkonferenzen“ initiieren wird, um zu diskutieren, „inwieweit wir die Presseförderung umgestalten können“²⁰² – und zwar „Medienkonferenzen mit breitem Beteiligungsprozess mit Vertretern der Medien, mit Experten aus den Parteien, Experten im Vergabewesen.“²⁰³

Diese Medienkonferenzen fanden dann unter breiter Beteiligung von medienpolitischen Stakeholdern zwischen Februar und April 2022 statt. Allerdings wurden weder Zusammensetzung noch Inhalte noch Ergebnisse dieser Unterredungen kommuniziert – weder öffentlich, noch gab es Protokolle für die Teilnehmer:innen selbst, so dass kein Gesamtüberblick über die Inhalte möglich war.²⁰⁴ Es war im Anschluss auch monatelang nicht klar, welche medienpolitische Maßnahme(n) als Folge der Medienkonferenzen gesetzt werden sollte(n). In der Rückschau verwies Medienministerin Raab als Initiatorin auf die Medienkonferenzen als entscheidender und vor allem integrativer Faktor auf dem Weg zum Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz:²⁰⁵

Innerhalb weniger Monate konnten wir dabei gemeinsam mit der heimischen Medienbranche und den wichtigsten Expertinnen und Experten aus der Medien-

¹⁹⁹ Ö1 Morgenjournal, 11.12.2021.

²⁰⁰ Zitiert nach bzw. vgl. Ö1 Mittagsjournal, 11.1.2022. Vgl. zu dieser Feststellung auch die grundsätzlichen Überlegungen dazu auf Seite 62f dieser Arbeit.

²⁰¹ Zitiert nach bzw. vgl. Tiroler Tageszeitung, 12.1.2022, 14.

²⁰² Zitiert nach bzw. vgl. Zeit im Bild 2, 12.1.2022.

²⁰³ Raab zitiert in Kurier, 12.1.2022, 24.

²⁰⁴ Der Autor dieser Masterarbeit hat bei einer dieser Medienkonferenzen teilgenommen und die Position der Arbeiterkammer eingebracht.

²⁰⁵ Raab in Khol (u.a.), 111 (118).

Wissenschaft & Forschung, der Werbe- Rechts- und Vergabep Praxis sowie Vertreterinnen und Vertretern der Sozialpartner, Länder und Gemeinden nicht nur die bestehenden Förderinstrumente und -töpfe analysieren, sondern auch ein komplett neues Fördersystem (...) auf die Beine stellen. Dieser Betrag wird den Qualitätsjournalismus (...) unterstützen und die bisherige Presseförderung in diesem Bereich ergänzen (...).

Auch in den Erläuterungen zum später vorgelegten Gesetzesentwurf wird explizit auf die Medienkonferenzen als relevanter Faktor für die Einführung und Ausgestaltung des QJF-G verwiesen. So heißt es:²⁰⁶

Insb. im Rahmen von „Medienkonferenzen“, die im Verlauf der ersten Jahreshälfte 2022 auf Initiative der für Medien zuständigen Bundesministerin stattfanden, sind unter breiter Einbindung der relevanten Interessenskreise die wesentlichen Eckpunkte für eine Neugestaltung der Förderung erarbeitet worden.

Wohl unter anderem deswegen, weil jedoch in den Monaten nach Abhaltung der Medienkonferenzen vorerst merkbar nichts in Hinblick auf Medienförderung nach qualitativen Kriterien geschah, erarbeiteten im Mai 2022 medienpolitisch relevante Organisationen – Presseclub Concordia, Medienhaus Wien, Presserat, universitäre Einrichtungen und die Journalist:innengewerkschaft in der GPA – als Resultat eines runden Tisches selber insgesamt zehn Qualitätskriterien, die sich in einer zukünftigen Neuregelung der Presseförderung wiederfinden sollten. Der Bogen der erarbeiteten Parameter spannte sich von Anwendung des Journalist:innen-Kollektivvertrags über die Mitgliedschaft im Presserat bis hin zur Existenz eines Redaktionsstatuts.²⁰⁷ Im Juli drang dann erstmals an die Öffentlichkeit durch, dass die Regierungsparteien ganz konkret über eine zusätzliche Medien-Subvention verhandeln, die 20 bis 25 Millionen Euro betragen, auch an Online-Medien gehen und sich unter anderem an der Zahl der angestellten Journalist:innen orientieren soll.²⁰⁸

Am 6. Oktober 2022 legte die Bundesregierung im Ministerrat schließlich ein äußerst umfangreiches Medienpaket vor. Dieses Paket beinhaltete neben einem Gesetzesentwurf zur Förderung von qualitativem Journalismus auch eine Novellierung des MedKF-TG und das neue WZEVI-Gesetz. Diese drei Materien wurden zusammen in Begutachtung und auch in den weiteren Gesetzgebungsprozess geschickt. Da es beim MedKF-TG maßgeblich um die Frage der Transparenz bei Regierungsinseraten und beim WZEVI-Gesetz um die Einstellung der Wiener Zeitung als Printmedium ging, stand das ebenfalls vorgelegt Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz in der folgenden medialen Aufmerk-

²⁰⁶ ErläutRV 3292/A B1gNR 27. GP, 13.

²⁰⁷ Vgl. OTS GPA, 23.5.2022.

²⁰⁸ Vgl. Der Standard, 14.7.2022, 7.

samkeit stets im Schatten dieser beiden Gesetze.²⁰⁹ Zumal – wie noch zu zeigen sein wird – der Gesetzgebungsprozess des QJF-G nach der erfolgten Behandlung und Abstimmung im Verfassungsausschuss gestoppt wurde,²¹⁰ während er bei den anderen beiden Gesetzesmaterien weitergelaufen ist. Die Novelle zum MedKF-TG und das WZEVI-Gesetz wurden dementsprechend – wie es ursprünglich auch für das QJF-G geplant war – am 27. April 2023 im Nationalrat, am 11. Mai 2023 im Bundesrat beschlossen und traten schließlich am 1. Juli 2023 in Kraft.

Das QJF-G hingegen wurde zwar auch im November 2022 in eine sechswöchige Begutachtung geschickt und im März – im Übrigen nach einigen erfolgten Änderungen, was für ein Begutachtungsverfahren nicht immer üblich ist²¹¹ – als Regierungsvorlage in den parlamentarischen Prozess eingebracht und im April 2023 im Verfassungsausschuss des Nationalrates auch beschlossen; unmittelbar danach übermittelte die Bundesregierung den Gesetzesvorschlag jedoch der EU-Kommission für ein beihilfenrechtliches Verfahren. Diese Prüfung ist bis zur Beendigung und Abgabe dieser Masterarbeit nicht abgeschlossen.²¹² Das QJF-G ist somit noch nicht von den beiden parlamentarischen Kammern beschlossen, das verfassungsgemäße Zustandekommen nicht vom Bundespräsidenten unterfertigt, nicht vom Bundeskanzler gegengezeichnet, nicht im Bundesgesetzblatt veröffentlicht – und somit noch nicht in Kraft. Es wird vom Ergebnis des beihilfenrechtlichen Verfahrens abhängen, ob das in der im Verfassungsausschuss des Nationalrats beschlossenen Form möglich sein wird. Aber selbst wenn die EU-Kommission keinerlei Einwände hat, ist aufgrund des weiteren parlamentarischen Prozesses damit zu rechnen, dass ein In-Kraft-Treten des QJF-G nicht vor 1. Jänner 2024 erfolgen kann.

Ein interessanter Aspekt in diesem Zusammenhang ist jedenfalls, dass die Bundesregierung in Hinblick auf die beihilfenrechtliche Meldung an die Europäische Kommission beim QJF-G anders vorgegangen ist, als sie es noch bei der Novellierung des KOG im Zuge der Einführung der Transformationsförderung getan hat.²¹³ Wurde nämlich die Transformationsförderung unmittelbar nach ihrem Beschluss im Ministerrat an die EU-Kommission weitergeleitet, geschah das beim QJF-G erst als der Gesetzentwurf bereits im Parlament eingelangt und im Verfassungsausschuss beschlossen war. Warum diese abweichende Vorgehensweise gewählt wurde, ist nicht nachvollziehbar, spielt aber in weiterer Folge des Gesetzgebungsprozess auch keine offensichtliche Rolle.

²⁰⁹ Die öffentliche Debatte über die Einstellung der Wiener Zeitung als Printmedium wurde äußerst emotional und durchaus auch mit einer qualitätsgetriebenen Schlagseite geführt. Wäre sie letztlich doch auch eine jener Zeitungen gewesen, die um die im QJF-G vorgesehenen Fördermittel nach Qualitätskriterien ansuchen hätte können.

²¹⁰ Vgl. weiter unten auf dieser Seite.

²¹¹ Inhaltlich vgl. Seite 61 dieser Arbeit.

²¹² Vgl. Der Standard, 11.8.2023, 18. Darüber hinaus: Auf konkrete Nachfrage des Autors dieser Masterarbeit bestätigte auch die zuständige Referentin von Medienministerin Raab, dass es nicht absehbar ist, wie lange das Verfahren der Europäische Kommission noch andauert.

²¹³ Vgl. Seite 36ff dieser Arbeit.

IV.2. Qualitäts-Journalismus-Förderung: Was sind die Inhalte und Ziele?

Ganz grundsätzlich werden im Paragraf 1 des im Verfassungsausschuss beschlossenen Gesetzesvorschlags zum QJF-G die Ziele wie folgt festgemacht:²¹⁴

Zur Förderung der Vielfalt textbasierter Nachrichtenmedien als Grundlage für den öffentlichen Diskurs und die Meinungsvielfalt sowie insbesondere der von professionellen Journalistinnen und Journalisten in Verfolgung anerkannter journalistischer Grundsätze und der gebotenen Sorgfalt hinsichtlich Faktizität und Quellenherkunft in Redaktionen geschaffenen Inhalte unterstützt der Bund durch finanzielle Zuwendungen im Besonderen Medieninhaber von Medien im Print- und Online-Bereich, die auf das österreichische Publikum ausgerichtet sind.

Wie schon bei den anderen in dieser Arbeit analysierten Materien zur Medienförderung wird auch in diesem Gesetzestext die Zielvorstellung lediglich in allgemein gehaltener Art und Weise formuliert. (Hier außerdem in einem einzigen, unnötig affektierten Satz mit gleich 62 Worten...) Operationalisierbare Ziele finden sich auch in weiterer Folge im Gesetzesvorschlag nicht. In den Erläuterungen zum in den Verfassungsausschuss eingebrachten Gesetzesentwurf wird aber zusätzlich eine demokratiepolitische Zielsetzung generalisiert hervorgestrichen:²¹⁵

Der Entwurf verfolgt die Zielsetzung, vorwiegend in Medien im Print- und Online-Bereich tätige Journalistinnen und Journalisten und von diesen geschaffene Inhalte als wesentliches Struktur- und Funktionsprinzip für die Demokratie unter veränderten ökonomischen und medialen Rahmenbedingungen nachhaltig abzusichern.

Auch Medienministerin Susanne Raab betonte bei Übermittlung der Regierungsvorlage in den Nationalrat den demokratiepolitischen Aspekt des QJF-G:²¹⁶

Medien sind die vierte Säule jeder funktionierenden Demokratie und erfüllen demokratie- und gesellschaftspolitisch wichtige Aufgaben. Um sie in dieser Funktion zu unterstützen und sie gleichzeitig in Konkurrenz zu internationalen Konzernen zu stärken, wird mit der neuen Qualitätsjournalismusförderung die Medienförderung in Österreich auf neue Beine gestellt.

Die Zielsetzungen werden bei den einzelnen Förderarten des QJF-G jeweils noch minimal präzisiert. Der Gesetzesentwurf enthält insgesamt fünf dieser Subventionsmöglichkeiten unter dem Titel der

²¹⁴ §1 QJF-G.

²¹⁵ ErläutRV 3292/A BlgNR 27. GP, 13.

²¹⁶ OTS, 30.3.2023.

Qualitätsförderung, drei davon werden in leichter Abwandlung aus dem PresseFG 2004 transferiert und dementsprechend auch der gesamte Abschnitt IV des PresseFG 2004, der eben jene Förderungen bislang geregelt hat, mit Implementierung des QJF-G außer Kraft gesetzt.²¹⁷ Dabei handelt es sich um die Förderung von journalistischer Aus- und Weiterbildung, die Medienkompetenz-Förderung durch Ausgabe von Medien an Schulen sowie die Förderung der Medien-Selbstkontrolle, von Presseclubs und Medienforschungsprojekten.²¹⁸ Neu und deswegen erwähnenswert ist dabei jedoch, dass die Förderhöhen im Gesetzestext dezidiert gedeckelt werden. Sowohl für die Förderung der Aus- und Fortbildung, als auch für die Medienkompetenz-Förderung, als auch für die Förderung von Selbstkontrollenrichtungen, als auch für Medienforschungsförderung sind betragliche Höchstgrenzen vorgesehen.²¹⁹

Die anderen beiden Förderungen im QJF-G sind die tatsächlich neu geschaffenen Subventionen: Einerseits die kleinere, mit insgesamt 2,5 Millionen Euro jährlich dotierte Inhaltsvielfaltsförderung.²²⁰ Ihr zentrales Förderkriterium ist ein starker Anteil an Lokal- und Regionalberichterstattung beziehungsweise an internationaler und EU-Berichterstattung des ansuchenden Mediums. Als Ziel oder vielmehr als Intention dieser Fördermaßnahme ist im Gesetzestext „zur Stärkung des Regionalbezugs“²²¹ beziehungsweise „zur Aufrechterhaltung und zum Ausbau der journalistischen Auseinandersetzung mit und der Berichterstattung zu internationalen Vorgängen und Entwicklungen sowie mit der Politik und über die Politik der Europäischen Union“²²² angeführt.

Die zweite und wesentlichste Förderung des QJF-G ist die mit jährlich 15 Millionen Euro dotierte Journalismus-Förderung.²²³ Sie ist der Kern der Medienförderung nach qualitativen Kriterien und entspricht auch finanziell drei Viertel der im QJF-G in einer Gesamthöhe von 20 Millionen festgesetzten Fördergeldern. Ansuchen um diese Journalismus-Förderung können „Medieninhaber von Tages-, Wochenzeitungen, Online-Medien oder Magazinen“²²⁴. Diese müssen qualitative Kriterien erfüllen, um auch tatsächlich förderwürdig zu sein. Die angeführten Kriterien, um den „Grundbetrag“ der Journalismus-Förderung beziehen zu können, betreffen die im Gesetz determinierte Anzahl der hauptberuflich tätigen Journalistinnen und Journalisten, von der die Höhe der Förderung letztlich abhängig ist, sowie die Anzahl der Auslandskorrespondent:innen. Dieser Faktor spielt also nach der Transformationsförderung zum zweiten Mal binnen weniger Jahre in einem Gesetz zur Medienförderung eine Rolle. Im QJF-G in einer explizit progressiven Art und Weise – je mehr Jour-

²¹⁷ Vgl. § 24 Abs 1 QJF-G.

²¹⁸ Vgl. §§ 9ff QJF-G.

²¹⁹ Vgl. § 3 Abs 1 QJF-G.

²²⁰ Vgl. §§ 7f QJF-G.

²²¹ § 7 QJF-G.

²²² § 8 QJF-G.

²²³ Vgl. § 6 QJF-G.

²²⁴ § 6 Abs 1 QJF-G.

nalistinnen bzw. je mehr Auslandskorrespondent:innen, umso mehr Fördermittel können erlangt werden.²²⁵ Es ist offensichtlich, dass durch diese Parameter im QJF-G und im Rahmen der Transformationsförderung der seit Jahren rückläufigen Entwicklung von journalistischen Arbeitsplätzen in Österreich entgegengewirkt werden soll.²²⁶

Darüber hinausgehende, zusätzliche Fördermittel bemessen sich an der Existenz einer Redaktionsstatus, eines Fehlermanagementsystems, eines Qualitätsmanagementsystems sowie von Frauenförderplänen.²²⁷ Zudem weist das Gesetz die KommAustria an, den Kriterienkatalog durch entsprechende Richtlinien zu verfeinern, die weitere Parameter enthalten müssen, wie etwa ein System zur Richtigstellung von Falschmeldungen, Gewährleistung von Quellentransparenz oder Verhaltenskodizes zur journalistischen Tätigkeit.²²⁸ Ebenso wie bei schon zuvor bei der Transformationsförderung, bei der die RTR entsprechende Förderrichtlinien auszuarbeiten hatte, kann sich deswegen die Frage stellen, ob die Förderung gesetzlich ausreichend determiniert ist.²²⁹ Und ebenfalls wie bereits bei der Transformationsförderung werden keine Medien gefördert, die einen Tatbestand nach dem Verbotsgesetz oder nach § 282a StGB beziehungsweise § 283 StGB²³⁰ erfüllt haben.²³¹

Bei der Diskussion und der Abstimmung über den Gesetzesentwurf zum Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz im Verfassungsausschuss haben laut Parlamentskorrespondenz sowohl die Grüne Abgeordnete Eva Blimlinger als auch Medienministerin Raab die Stärkung des Medienstandorts Österreich als Intention des neuen Gesetzes hervorgestrichen²³² – ein Argument, das bereits bei der Transformationsförderung eine große Rolle gespielt hat, das bei der öffentlichen Debatte rund um das QJF-G bislang jedoch nicht im Vordergrund stand und letztlich auch mit der Frage der Förderung nach Qualitätskriterien nicht unmittelbar im Zusammenhang steht; und ein Argument, dass in der Debatte offenbar nur wenig zu überzeugen vermochte. Bei der Abstimmung im Verfassungsausschuss waren schließlich die Abgeordneten der Koalitionsparteien ÖVP und Grüne die einzigen, die dem Gesetzesentwurf ihre Zustimmung erteilt haben.

Ein interessanter Aspekt in der politischen und legislativen Arbeit am QJF-G ist die erfolgte Einbindung von medienpolitischen Stakeholdern durch Medienministerin Susanne Raab. Den fertigen Gesetzesentwurf betrachtend kann festgestellt werden, dass sich durchaus langjährig geforderte

²²⁵ Vgl. § 6 Abs 3 QJF-G.

²²⁶ Vgl. dazu Seite 27f (Zahlen zum Rückgang journalistischer Arbeitsplätze) sowie Seiten 41 und 55 (journalistische Arbeitsplätze als Kriterium im Rahmen der Transformationsförderung) dieser Arbeit.

²²⁷ Vgl. zu den Kriterien § 6 Abs 3 und 4.

²²⁸ Vgl. § 18 QJF-G.

²²⁹ Vgl. Seiten 35 und 43 dieser Arbeit.

²³⁰ Aufforderung zu terroristischen Straftaten und Gutheißung terroristischer Straftaten bzw. Verhetzung.

²³¹ Vgl. Seite 41 dieser Arbeit.

²³² OTS, 19.4.2023. Anmerkung: Die Diskussionen und Wortmeldungen in den parlamentarischen Ausschüssen werden nicht stenografisch protokolliert und veröffentlicht. Deswegen erfolgt an dieser Stelle der Bezug auf die entsprechenden Meldungen der Parlamentskorrespondenz.

und auch bei den Medienkonferenzen eingebrachte Vorschläge zur Umsetzung von Qualitätskriterien finden. Darüber hinaus kann konstatiert werden, dass auch im Begutachtungsverfahren noch Vorschläge und Kritik aufgegriffen und der ursprüngliche Gesetzesvorschlag in einigen Punkten noch substantiell abgeändert worden ist²³³ – eine Praxis, die in Begutachtungsverfahren nicht immer üblich ist.

Bezogen auf die formulierten politischen Ziele und deren allfällige Umsetzung im Gesetzestext muss jedoch auch für das QJF-G festgestellt werden: Die öffentliche politische Debatte fand in äußerst spärlichem Ausmaß statt. Dass beispielsweise nicht einmal die eingebrachten Vorschläge oder gar allfällige Ergebnisse der Medienkonferenzen veröffentlicht worden sind, zeugt nicht von Transparenz und dem Wunsch nach Nachvollziehbarkeit der Diskussion. Dementsprechend sind die Zielformulierungen im Gesetzestext selber auch äußerst dürftig gestaltet.

Anders verhält es sich mit den im Gesetz festgelegten Kriterien, um diese dürftig formulierten Ziele zu erfüllen. Aus den definierten Kriterien, die Print- oder Online-Medien erfüllen müssen, um förderwürdig zu sein, lässt sich deutlich der Wille nach konkreter Qualitätsförderung herauslesen; und zwar nicht im Sinne der reinen Förderung von inhaltlichem Qualitätsjournalismus – denn wer sollten den definieren und wie intellektuell (und gleichzeitig abgehoben) dürfte es denn sein? Eine Frage, die so nicht zu beantworten ist und die auch oft bewusst falsch interpretiert wird, wenn es um Qualität im Journalismus geht. Auch Susanne Raab gab diesem Impuls nach, als sie in ihrem Antrittsinterview als Medienministerin in der „Zeit im Bild 2“ sagte:²³⁴

Ich werde jetzt wie gesagt, Medienkonferenzen starten, weil ich möchte auch nicht, dass wir als Politik einfach über die Medien etwas aufoktroyieren, einfach etwas vorgeben. Weil Herr Wolf, hier geht es schon um eine ganz sensible Abwägung. Weil hier geht es darum, ob die Politik entscheidet, was ein qualitätsvolles Medium ist und was nicht.

Der interviewende Journalist, Armin Wolf, wies sofort darauf hin, dass es genau darum bei einer Diskussion über Qualitätsförderung im Journalismus nicht geht. Er erwiderte der Ministerin:²³⁵

Aber niemand hat vorgeschlagen, nur um das festzuhalten, dass die Politik entscheiden soll, was Qualität ist. Dafür gibt es ganz, ganz viele Vorschläge, wie man das macht. In der Schweiz gibt es alle zwei Jahre ein Qualitätsmonitoring, das von

²³³ Beispielsweise wurde die in § 2 Abs 4 des ersten Gesetzesentwurfs vorgesehene, offenbar willkürlich gesetzte Fördergrenze für Online-Medien von mindestens 30 Millionen jährlich produzierten Zeichen sowie 300.000 monatlichen Unique Usern im letztlich in den Nationalrat übermittelten Gesetzesvorschlag zur Gänze fallen gelassen (ersteres) beziehungsweise auf 150.000 Unique User reduziert (zweiteres).

²³⁴ Zitiert nach Zeit im Bild 2, 12.1.2022.

²³⁵ Zitiert nach Zeit im Bild 2, 12.1.2022.

einer unabhängigen Stiftung gemacht wird, [und es] gibt viele, viele andere Beispiele.

Eine sehr umfangreiche Studie über genau diese Frage haben Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel im Jahr 2018 im Auftrag des Bundeskanzleramtes erstellt.²³⁶ In der Studie wird auf mehr als 100 Seiten der Forschungsstand zum Thema Qualitätsdefinition im Journalismus wiedergegeben.²³⁷ Generell wird festgestellt, dass die Messung von Qualität im Journalismus entweder durch quantitative und qualitative Inhaltsanalysen oder durch Bewertung durch Leser:innen/User:innen und/oder Journalist:innen (mittels Befragungen, Experimenten) erfolgen kann.²³⁸ Für den entsprechenden Forschungsstand in Österreich sind in der Studie konkret zwei Untersuchungen angeführt. Eine davon breit angelegt, inhaltsanalytisch und im Ergebnis mit einer komplexen Clusteranalyse von attribuierten Qualitätsmerkmalen.²³⁹ Die andere Studie wählte einen Ansatz, der in seiner Methodik eine Brücke schlägt zum mehr als 10 Jahre danach beschlossenen QJF-G. Über die betreffende Untersuchung heißt es nämlich bei Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel:²⁴⁰

Die Strukturuntersuchung bezog sich vor allem auf den Grad der Professionalisierung, auf vorhandene Ressourcen für Recherche, journalistische Beschäftigungsverhältnisse, Beschwerdeinstanzen, interne Demokratie, Einhaltung der Trennungsnorm sowie den Einfluss von Werbekunden auf die redaktionellen Inhalte.

Rufen wir uns die Kriterien für den Bezug der Förderungen nach dem QJF-G in Erinnerung, sind wir bei vielen dieser Parametern angelangt. Die im Gesetz definierte Qualität ist nach den Umständen der journalistischen Arbeit bemessen. So geht es etwa um die Anzahl der fest angestellten Journalist:innen, Redaktionsstatut, Personal- und insbesondere Frauenförderpläne.²⁴¹ Das alles sind Parameter, die Journalistinnen und Journalisten den Raum dafür schaffen, gewissenhafte journalistische Arbeit leisten und die journalistische Sorgfalt einhalten zu können. Nur Medien, die das gewährleisten – egal ob hochintellektuell oder Boulevard – werden die Qualitäts-Journalismus-Förderung auch erhalten können. Auch angesichts des Fördervolumens, das mehr als doppelt so viel umfasst, als

²³⁶ Vgl. Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel, Qualitätsbestimmung im Journalismus. Diese Studie erblickte jedoch dann nie das breite Licht der Öffentlichkeit.

²³⁷ Es ist nicht unwahrscheinlich, dass Armin Wolf im vorherigen Zitat genau diese Studie beziehungsweise die darin erfolgte Erwähnung des vom Schweizer Forschungsinstitut für Öffentlichkeit und Gesellschaft herausgegebenen Jahrbuches „Qualität der Medien“ angesprochen hat. Vgl. Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel, Qualitätsbestimmung im Journalismus, 62f.

²³⁸ Vgl. Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel, Qualitätsbestimmung im Journalismus, 62.

²³⁹ Seethaler, Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien, zitiert in: Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel, Qualitätsbestimmung im Journalismus, 68.

²⁴⁰ Wenzel (et al), Zur Qualität im Privatrundfunk – Begleitforschung zum österreichischen Privatrundfunkfonds, zitiert in: Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel, Qualitätsbestimmung im Journalismus, 67.

²⁴¹ Zusätzlich dafür relevante Kriterien wie die Bezahlung der Journalist:innen ausschließlich nach entsprechendem Kollektivvertrag (und nicht etwa auch nach „marktüblichen“ Gehalt) oder die verpflichtende Mitgliedschaft im Österreichischen Presserat haben es hingegen nicht in das QJF-G geschafft.

das bei der klassischen Presseförderung nach PresseFG der Fall ist, ist das QJF-G ein respektabler Schritt in die Richtung, Journalismus nach qualitativ erwogenen Kriterien zu fördern.

Fraglich ist allerdings noch, wie die Einhaltung der Kriterien überprüft werden kann. So werden ansuchende Medien wohl durch Unterlagen nachweisen müssen, dass sie die entsprechende Anzahl an Journalist:innen beschäftigen, um die dafür festgelegte Förderhöhe zu erhalten. Lebensnah darf aber die Frage in den Raum gestellt werden, ob auch eine retrospektive Überprüfung dieser Zahlen stattfindet und es bei Personalabbau allenfalls Rückzahlungen der Förderung geben wird. An dieser Stelle darf insbesondere an den Rückgang der Anzahl der Journalist:innen in den vergangenen Jahren erinnert werden.²⁴²

In diesem Zusammenhang wird auch die Auslegung der im QJF-G festgeschriebenen Legaldefinitionen eine Rolle spielen. Hierbei wird nämlich eine „hauptberuflich tätige Journalistin“ zwar in erster Linie über ihre Bezahlung nach dem Branchen-Kollektivvertrag definiert, sie (bzw. auch der „hauptberuflich tätige Journalist“) ist aber auch „eine Person, deren monatlicher Bezug den Tarifgehalt laut aktuellster Tariftabelle des zitierten Kollektivvertrages nicht unterschreitet oder deren Gehalt sonst marktüblich ist.“²⁴³ „Sonst marktüblich“ also – der Interpretationsspielraum ist eröffnet.

Der Gesetzestext selber gibt Antworten auf diese Fragen nicht her. Es wird also Aufgabe der von der KommAustria zu erstellenden Förderrichtlinien sein, das zu tun. Bezogen auf die hier exemplarisch aufgezeigten Problemfelder sieht Paragraph 18 des QJF-G unter anderem vor, dass „die sachlichen Voraussetzung für die Gewährung einer Förderung“ in den Förderrichtlinien ebenso enthalten sein müssen wie „Verfahren betreffend (...) Rückforderung der Förderung“.²⁴⁴ Dann wiederum ist auch in Bezug auf das QJF-G und die zugehörigen Förderrichtlinien das fraglich, was Digitalrechtsexperte Nikolaus Forgó schon in Hinblick auf die Transformationsförderung und die dafür von der RTR erstellten Förderrichtlinien angemerkt hat; dass nämlich die Qualitätsförderung als solche gesetzlich zu wenig bestimmt sein könnte.²⁴⁵

Die Frage bleibt vorerst unbeantwortet, denn letztlich werden die Förderrichtlinien ohnehin erst auf Basis eines fertigen Gesetzes erarbeitet werden können. Und bis auf weiteres bleibt es dabei, dass es sich beim QJF-G um ein noch nicht beschlossenes und kundgemachtes, somit um ein nicht In-

²⁴² Vgl. Seite 27f dieser Arbeit.

²⁴³ § 2 Z 2 QJF-G.

²⁴⁴ Beides in § 18 Abs 2 QJF-G.

²⁴⁵ Vgl. Seiten 35, 43 und 61 dieser Arbeit.

Kraft-befindliches Gesetz handelt. Alleine deswegen wird der vorliegende Gesetzesentwurf in jedem Fall noch einmal abgewandelt werden müssen. Heißt es doch in Paragraf 24:²⁴⁶

Dieses Bundesgesetz tritt mit 1. Juli 2023 in Kraft. (...) Die Förderrichtlinien gemäß § 18 für den Beobachtungszeitraum 2022 sind bis spätestens 31. August 2023 zu veröffentlichen.

Das wird in dieser Form zeitlich keinesfalls mehr umsetzbar sein.

²⁴⁶ § 24 Abs 1 und 2 QJF-G.

V. Zusammenfassung, Fazit, Abstract

V.1. Zusammenfassung und Fazit

Abschließend wird an dieser Stelle im Rahmen eines zusammenfassenden Fazits ein Blick auf die ursprüngliche Forschungsfrage geworfen und auf der Grundlage der Erkenntnisse aus der Masterthesis ein Fokus auf ihre Beantwortung gelegt. Außerdem werden darüberhinausgehende Schlussfolgerungen, die im Laufe der Arbeit an dieser Thesis deutlich geworden sind, ausgeführt. Um eine gute Übersicht zu gewährleisten, wird das nicht in reinem Fließtext, sondern in punktueller Form geschehen.²⁴⁷

Erinnern wir uns also an die ursprüngliche Forschungsfrage....:

Werden die Legistik und die beschlossenen Gesetzesmaterien den ursprünglich verfolgten und geäußerten Zielen, Intentionen, Begründungen für Gesetzgebungsvorhaben im Bereich der Medienpolitik und Medienförderung gerecht?

...und beantworten wir sie für jede der drei analysierten Förderungen, insbesondere für die beiden jüngsten Subventionen, die Transformationsförderung und die Qualitäts-Journalismus-Förderung.

V.1.a. Fazit Presseförderung

- Die Vergabe von Presseförderung war beginnend von den Anfängen der politischen Diskussion darüber nicht an klar formulierten, operationalisierbaren Zielen ausgerichtet. Am Anfang standen pragmatisch-finanzielle Überlegungen, wie etwa der Ersatz für die von Medienunternehmen neu zu erstattende Mehrwertsteuer; aber auch kleingeistige Absichten, wie das Verhindern von negativer Berichterstattung über das parallel beschlossene Parteiengesetz. Konkrete Zielvorstellungen in Form von operationalisierbaren Parametern haben sich auch in der gesetzlichen Entwicklung der kommenden Jahrzehnte nicht herausgebildet.
- Vor der ersten nachhaltigen Novellierung des Presseförderungsgesetzes wird in der politischen Debatte angesichts des massiven Zeitungssterbens der vorangegangenen Jahre – insbesondere die Parteizeitungen betreffend – der Erhalt der Medienvielfalt als immer bedeutendere Intention einer neu gestalteten Presseförderung genannt. Diese Absicht findet sich dann auch im 1985 novellierten Gesetz als vage formuliertes Ziel wieder.

²⁴⁷ Im Fazit werden keine weiterführenden Fußnoten und Verweise mehr angeführt. Sämtliche zitierten Stellen sowie die gezogenen Schlussfolgerungen sind aus dem Text der Arbeit heraus nachvollziehbar.

- Die 1985 novellierte Presseförderung wurde der noch sehr generell formulierten Absicht, die Medienvielfalt zu erhalten, in den Jahren danach in Grundzügen gerecht. Das Zeitungssterben konnte insbesondere am Tageszeitungsmarkt in den Jahren nach der Novelle gestoppt werden – wenn auch auf quantitativ bereits sehr niedrigem Niveau.
- Nach der Novelle im Jahr 2004, die erstmals explizit und konkret die Förderung der Vielfalt der Presse in Österreich zum Ziel hat, zeigt sich deutlich, dass eben dieses Ziel immer ungenügender erreicht wurde. Auch wenn die Anzahl der Tageszeitungen in den Jahren danach weiterhin nur leicht sinkt, zeigt das signifikante Abfallen anderer Kennzahlen – Zeitungsauflagen, Anzahl der Leser:innen, Anzahl der Journalist:innen und auch die zunehmende Medienkonzentration – dass das bestehende System der Presseförderung in Hinblick auf den Erhalt der Medienvielfalt nur sehr eingeschränkt Wirkung zeigt.
- Die Forderung nach Qualitätsmerkmalen als Förderkriterium wurde im Laufe der 1990er Jahren verschiedentlich erhoben. Im Rahmen der Novelle des Presseförderungsgesetzes im Jahr 2004 wurde sie schließlich erstmals in sehr überschaubaren Rahmen und im Wesentlichen lediglich für Institutionen für Journalist:innenausbildung und Presseklubs umgesetzt.
- Hingegen war die Subventionierung von zeitgemäßen Innovationen in Produktion, Vertrieb oder Inhalten nie Förderziel. Außerdem waren und blieben nachhaltige Qualitätskriterien, etwa die Beschäftigtenzahl oder die Sicherung von Qualität und Unabhängigkeit, lediglich bedeutungslose Aspekte der Presseförderung.
- Es ist durchaus umstritten, ob das System der österreichischen Presseförderung nach dem PresseFG 2004 nicht den beihilferechtlichen Bestimmungen des AEUV widerspricht.
- Wegen der politischen Mutlosigkeit und der fehlenden Zielorientierung haftet der Presseförderung in Österreich seit nunmehr beinahe 50 Jahren die Mutmaßung an, (auch) zur politischen Beeinflussung der medialen Ausrichtung zu dienen. In den letzten Jahren wurde aber immer deutlicher, dass diese Absicht stark durch unregelmäßige Zahlungen im Rahmen von willkürlicher Inseratenpolitik von öffentlicher Stelle betrieben wurde/wird.

V.1.b. Fazit Transformationsförderung

- Die politischen Ziele für die Einführung einer Transformationsförderung waren stets unbestimmt formuliert. Zusammenfassend gab es seitens der Regierungsparteien drei vordergründige Intentionen: 1) Erhaltung der Medienvielfalt; 2) Medienstandort Österreich stüt-

zen; 3) Umstellung auf digitale Angebote bei bestehenden Medien forcieren. Operationalisierbare Ziele waren in der (öffentlichen) politischen Diskussion zu keinem Zeitpunkt Thema.

- Diese Unbestimmtheit der politischen Ziele schlägt sich in weiterer Folge in der legislatischen Umsetzung, im Gesetzestext, nieder. Im KommAustria-Gesetz selber ist in Hinblick auf Zieldefinition lediglich die Rede davon, dass die finanziellen Zuwendungen „zur Erhaltung der Vielfalt an Anbietern und zur Förderung des Auf- und Ausbaus des digitalen Angebots in der Medienlandschaft“ für jene privaten Medienunternehmen dienen soll, die „ihre Medieninhalte (...) auf das österreichische Publikum ausrichten“. Auch in den parlamentarischen Materialien und sonstigen Unterlagen (z.B. die Förderrichtlinien der RTR) sind keine präziseren Zielbestimmungen herauslesbar.
- Sehr umfangreich, nicht nur im Vergleich zu den (dürftigen) Zielformulierungen, sind hingegen jene Kriterien ausformuliert, die die Grundlage für das Ansuchen um die Transformationsförderung darstellen; das allerdings nicht im Gesetzestext selber, der lediglich die Parameter zur Erstellung von Förderrichtlinien durch die RTR definiert. In diesen Förderrichtlinien finden sich dann aber auf über 10 Seiten die Anforderungen zu Fördervoraussetzungen, Förderansuchen, Projektbeschreibung etc. Intention dieser Detailverliebtheit in Hinblick auf die Formulierung der Förderkriterien mag unter anderem sein, Kritik in Bezug auf die fehlenden Zielvorgaben entgegenzuwirken.
- Das ohnehin nur zurückhaltend formulierte Ziel der Begünstigung von Medienvielfalt wird zudem auch noch dadurch konterkariert, dass die Transformationsförderung keine Neugründungen von Medien ermöglicht und keine innovativen Medienprojekte unterstützt. Stattdessen werden bestehende Medien gefördert, insbesondere die Marktführer. De facto wird also vielmehr eine Markteintrittsschranke errichtet, als die Intention des Ansporns für Medienvielfalt verfolgt.
- In der Förderpraxis kommt es zu einer bemerkenswerten Intransparenz. Obwohl insbesondere die Förderrichtlinien der RTR vorsehen, dass zur Antragsstellung mannigfache Informationen über die förderwürdigen Projekte eingereicht werden müssen, veröffentlicht die RTR nur äußerst minimalistische Informationen zur den geförderten Konzepten. Hier enthält das Gesetz – ob intentional oder nicht – jedenfalls zu wenige Vorgaben, um die Fördervergabe transparent und nachvollziehbar zu gestalten.
- Diese Intransparenz verhindert auch, zu ergründen, ob das Ziel der effektiven Unterstützung von Medienunternehmen bei der Umstellung auf digitale Angebote erreicht wird. Mit den öffentlich verfügbaren Informationen ist es nicht möglich, das verlässlich zu eruieren. Einzig

die RTR kann auf Grundlage ihres Exklusivwissens über Förderanträge und von ihr verlangter Berichtslegung die Effizienz der Transformationsförderung tatsächlich feststellen.

- Seitens der EU-Kommission ist die Transformationsförderung lediglich bis Oktober 2027 bewilligt. Der Befristung des Genehmigungsschreibens der Europäischen Kommission folgend müsste dann ein neuerliches Ansuchen seitens der österreichischen Bundesregierung erfolgen.

V.1.c. Fazit Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz

- Die Zieldefinitionen des Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetzes sind unbestimmt formuliert. In der vorangegangenen politischen Debatte ist zwar merkbar, dass eine Medienförderung nach qualitativen Kriterien entstehen soll; eine operationalisierbare Zielsetzung erfolgte jedoch weder in der politischen Diskussion noch in der legislatischen Arbeit.
- Die im QJF-G definierten Kriterien für die Förderansuchen orientieren sich nach Maßstäben, die qualitätsvolles journalistisches Arbeiten fördern. Es wird nicht als Elitenjournalismus verstandener Qualitätsjournalismus unterstützt; vielmehr spiegelt sich in den Subventionsparametern die Schaffung (oder Beibehaltung) von förderlichen journalistischen Arbeitsbedingungen wider, wie sie auch bereits in wissenschaftlichen Studien herausgearbeitet worden sind.
- Das Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz ist nach beinahe 50 Jahren Presseförderung das erste Gesetz zur Subvention von Medien, das intentional Qualitätskriterien in den Vordergrund für die Förderfähigkeit stellt. Auch in Hinblick auf die zur Verfügung stehenden Fördergelder in Höhe von insgesamt 20 Millionen Euro ist es ein beachtliches medienpolitischen Vorhaben.
- Ein Gesetz zur Medienförderung nach Qualitätskriterien war von dieser Bundesregierung lange überhaupt nicht vorgesehen und findet sich auch nicht als Vorhaben im Regierungsprogramm. Erst eine Korruptionsaffäre mit starkem medienpolitischem Einschlag führte dazu, dass ein derartiges Gesetz angedacht und ausgearbeitet wurde.
- Um einer Förderung nach Qualitätskriterien gerecht zu werden, wurden mit dem Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz ein gänzlich neues Gesetz und somit gleichzeitig mehr Subventionsmöglichkeiten für Medien geschaffen. Eine Vereinheitlichung und Vereinfachung der unterschiedlichen Gesetzesmaterien zur Presseförderung mit Fokus auf Qualitätsförderung war und ist nicht angedacht.

- Der Gesetzgebungsprozess für das Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz ist seit April 2023 unterbrochen, das Gesetz noch nicht beschlossen und schon gar nicht in Kraft. Nach dem Beschluss im Verfassungsausschuss des Nationalrates wurde der Gesetzesentwurf im Rahmen eines Beihilfeverfahrens der EU-Kommission übermittelt. Von Seiten der Kommission gibt es dazu noch keine Entscheidung.
- Im Rahmen der Entstehung des Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetzes wurden medienpolitische Stakeholder eingebunden, mehrere langjährige Vorschläge tatsächlich aufgegriffen und auch der Begutachtungsentwurf nach erfolgter Kritik in wesentlichen Punkten noch abgeändert.

V.1.d. Gesamtheitliche Überlegungen

- In allen drei hier untersuchten Gesetzesmaterien sind die Zielformulierungen äußerst vage gestaltet. Diese Tatsache folgt jeweils einer politischen Debatte, die zu keinem Zeitpunkt operationalisierbare Ziele der Gesetzmaßnahmen diskutiert oder angepeilt hat. Diese Schwammigkeit ist ein starkes Indiz dafür, dass Medienförderung in Österreich eine politische heikle und komplexe Materie ist.
- Dementsprechend sind bei den drei Gesetzesmaterien Evaluierungsmaßnahmen nicht als Kernelement vorgesehen und werden nur in sehr unregelmäßigen Abständen – wie etwa gegen Ende der 1990er Jahre oder in den Jahren 2007 und 2012 für das PresseFG – durchgeführt. Eine Evaluierung von außen wird mangels operationalisierbarer Ziele oder – wie bei der Transformationsförderung – durch intransparente Förderungsvergabe erschwert. „Honi soit qui mal y pense.“
- Eine Förderung nach qualitativen Kriterien war im aktuellen Regierungsprogramm nicht vorgesehen und wurde dann trotzdem verwirklicht. In den beiden Vorgänger-Regierungsprogrammen war zwar jeweils mehr oder weniger explizit eine Medienförderung nach qualitativen Kriterien avisiert; zustand kamen diese Vorhaben allerdings nicht.
- In zwei der untersuchten Gesetzesmaterien – dem QJF-G und der Transformationsförderung – wird die Ausgestaltung detaillierter Regelungen in hohem Ausmaß den auf Basis des Gesetzes zu erstellenden Förderrichtlinien überlassen. In diesem Zusammenhang ist fraglich, ob die beiden Gesetze ausreichend bestimmt formuliert sind.

V.2. Abstract

V.2.a. Abstract in Deutsch

Die vorliegende Arbeit behandelt Intention und Ziele dreier Gesetzesmaterien zur Medienförderung in Österreich. Dabei handelt es sich um die klassische Presseförderung nach dem Presseförderungsgesetz, die im KommAustria-Gesetz geregelte Transformationsförderung sowie die Subventionen nach dem – noch nicht in Kraft getretenen – Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz.

Um die Genese der drei Gesetze herauszuarbeiten, werden sie vorerst einer historischen Betrachtung unterzogen. Außerdem wird für jede der drei Materien Struktur und Inhalt veranschaulicht. Inhaltlicher Kern der Untersuchung ist schließlich die Analyse der politischen Intention und legislativen Zielformulierung der Gesetzestexte. Nach Möglichkeit wird im Anschluss daran ermittelt, inwiefern die Zielsetzungen im Rahmen der Umsetzung der Bestimmungen tatsächlich erreicht werden.

Neben jeweils konkreten Schlussfolgerungen für jede der drei Rechtsmaterien ist ein zentrales Ergebnis der Arbeit, dass sich die drei untersuchten Gesetze in wesentlichen Gesichtspunkten gleichen: Die vorgelagerte politische Debatte wurde nur eingeschränkt öffentlich geführt; die politische Zielformulierungen waren stets unkonkret; als Folge davon sind die in Gesetzesform gegossenen Ziele ebenfalls vage und jedenfalls nicht operationalisierbar formuliert. Eine evidente Überprüfung ist daher nur bedingt möglich.

Jedenfalls möglich ist es aber festzustellen, dass die klassische Presseförderung im Laufe ihres nunmehr fast fünfzigjährigen Bestehens dem Tageszeitungssterben – spät aber doch – vorerst Einhalt gebieten, jedoch andere negative Entwicklungen für Medien und Journalist:innen nicht verhindern konnte; dass sich die Transformationsförderung durch die intransparente Dokumentation und Veröffentlichung der getroffenen Förderentscheidungen mit starker Kritik konfrontiert sieht; und dass die Subvention nach dem QJF-G durch die überlegte Formulierung ihrer Förder-Parameter nach noch abzuwartender beihilfenrechtlichen Genehmigung durch die Europäische Kommission das Potential hat, die qualitätsvolle Gestaltung der Arbeitsbedingungen für Journalist:innen bei den letztlich unterstützten Medien zu fördern – und dadurch qualitätsvolles journalistisches Arbeiten zu begünstigen.

V.2.b. Abstract in English

This paper's content focuses on the intention and aim of three pieces of legislation on media subsidies in Austria. These are the Press Subsidies Act (Presseförderungsgesetz), the subsidies for digital

transformation (Transformationsförderung im KommAustria-Gesetz) and the Quality Journalism Subsidies Act (Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz).

In order to illustrate the genesis of the three laws, they are first subjected to a historical examination. In addition, the structure and content of each of the three subjects will be described. The core content of the paper is the analysis of the political intention and the legalistic formulation of the objectives within the three laws.

One immediately apparent result of the investigation of all three legal acts is, that in terms of definition of specific objectives, all of them are highly vague. This is why an evidence-based evaluation is only possible to a limited extent.

There are several further results of the analysis. So it was pointed out, that the classical press subsidies (“Presseförderung”) managed to halt newspaper insolvencies for a time in the 1990s, but still could not stop other negative trends. The newly created subsidies for digital transformation (“Transformationsförderung”) are highly criticized due to a lack of transparent documentation and inadequate publication of the funding decisions. Finally the Quality Journalism Subsidies Act (“Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz”) is still awaiting authorization by the European Commission, but has the potential to positively support quality working conditions for journalists.

V.3. Zum Abschluss...

Außerhalb jeder wissenschaftlichen Fragestellung und Erkenntnis bleibt das, was obligatorisch anmutet – und es doch nicht ist. Denn so gewissenhaft eine Masterarbeit eigenständig erarbeitet wird, so sehr ist ein Studium in der gedrängten Mitte des Lebens eine Leistung, die man als Gesamtes nicht alleine bewältigen kann.

Darum gilt mein Dank für Unterstützung und Beratung dem Betreuer meiner Masterarbeit, Andy Kaltenbrunner. Er hat mir mit den richtigen Tipps zur richtigen Zeit Vieles erleichtert. Ebenfalls ein „Danke“ an die beiden Programmkoordinatoren des Universitätslehrgangs, Tobias Eder und Markus Holzweber, für die hervorragende Programmierung und Organisation des Studiums. Meinem Arbeitgeber, der Arbeiterkammer Wien, steht mein Dank vor allem dafür zu, dass er einen Teil der Studienkosten übernommen hat. Und meinen Studienkolleginnen und -kollegen möchte ich danken für gedeihlichen Austausch, gemeinsame Mühen und auch für den Spaß, den wir hatten.

Meinen Kindern, Juno, Samo und Milo, muss ich Abbitte dafür leisten, dass ich mich zum wiederholten Male in ein Abenteuer gestürzt habe, das ihnen Zeit mit mir als Vater vorenthalten hat. Ich habe mich dennoch angestrengt, auch dieser Rolle gerecht zu werden. Ihr werdet darüber urteilen, ob mir das gelungen ist.

Und letztendlich gebührt nicht nur mein ganzer Dank sondern auch meine demütige Ehrerbietung dafür, dass ich solche Anstrengungen überhaupt auch nur andenken kann, meiner Partnerin und Gefährtin, Karin, der Liebe meines Lebens. Ohne Dich wäre ich gar nichts.

VI. Materialien, Quellen und Literatur

VI.1. Rechtsvorschriften

- Bundesgesetz über die Wiener Zeitung GmbH und Einrichtung einer elektronischen Verlautbarungs- und Informationsplattform des Bundes BGBl I 2023/46.
- KommAustria-Gesetz (Bundesgesetz über die Einrichtung einer Kommunikationsbehörde Austria („KommAustria“)) BGBl I 2001/32 idF BGBl I 2023/80.
- Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz BGBl I 2011/125 idF BGBl I 2023/50.
- ORF-Gesetz BGBl 1984/379 idF RV 2082 BlgNR 27. GP.
- Parteiengesetz (Bundesgesetz über die Aufgaben, Finanzierung und Wahlwerbung politischer Parteien) BGBl I 1975/404.
- Presseförderungsgesetz 1975 (Bundesgesetz über die Förderung der Presse) BGBl I 1975/405.
- Presseförderungsgesetz 1985 BGBl I 1985/228.
- Presseförderungsgesetz 2004 (Bundesgesetz über die Förderung der Presse) BGBl I 2003/136.
- Publizistikförderungsgesetz 1984 (Bundesgesetz über die Förderung politischer Bildungsarbeit und Publizistik) BGBl I 1984/369.
- Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz (Bundesgesetz über die Förderung des qualitätsvollen Journalismus in Medien des Print- und Online-Bereichs) – Initiativantrag Verfassungsausschuss des Nationalrates 3292/A XXVII. GP.
- Strafgesetzbuch BGBl I 1974/60 idF 2023/100.
- Umsatzsteuergesetz 1994 BGBl I 1994/663 idF 2023/110.
- Verbotsgesetz BGBl I 1945/127 idF 1992/148.
- Verordnung (EU) Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juni 2014 zur Feststellung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Binnenmarkt in Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, OJ L 187, 26.6.2014.

- Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) BGBl III 1999/86 idF BGBl III 2013/171.

VI.2. Parlamentarische Materialien

- *AB 323 BlgNR 22. GP 1.* (Begründung des Initiativantrags betreffend ein Bundesgesetz, mit dem ein Bundesgesetz über die Förderung der Presse erlassen (Presseförderungsgesetz 2004) sowie das KommAustria-Gesetz und das Publizistikförderungsgesetz geändert werden).
- *AB 1382 BlgNR 27. GP.* (Bericht des Verfassungsausschusses über die Regierungsvorlage: Bundesgesetz mit dem das KommAustria-Gesetz und das Digitalsteuergesetz 2020 geändert werden.).
- *ABl. C 161 vom 05/06/1996*, Schriftliche Anfrage E-2260/95 von Susanne Riess-Passer an die Europäische Kommission, Presseförderung in Österreich, 31.7.1995.
- *ABl. C 161 vom 05/06/1996*, Ergänzende Antwort von Herrn Van Miert im Namen der Europäischen Kommission auf die Parlamentarische Anfrage E-2260/95, 16.1.1996.
- *Anfragebeantwortung 857/AB 27. GP.*
- *ErläutRV 1026 BlgNR 27. GP.* (Vorblatt zur Regierungsvorlage mit der das KommAustria-Gesetz geändert werden soll/Transformationsförderung).
- *ErläutRV 3293/A BlgNR 27. GP* (Erläuterungen zur Regierungsvorlage des QJF-G).
- *Stenografisches Protokoll*, 3.12.2003, 40. Sitzung des Nationalrates 22. GP, 219ff.
- *Stenografisches Protokoll*, 24.3.2022, 149. Sitzung des Nationalrates 27. GP, 53ff.
- *Stenografisches Protokoll*, 7.4.2022, 939. Sitzung des Bundesrates, 174ff.

VI.3. Selbstständige Werke

- *Bundeskanzleramt Österreich (Hrsg.)*, Erfolgreich. Österreich. Regierungsprogramm 2013 – 2018, Wien, 2013.
- *Bundeskanzleramt Österreich (Hrsg.)*, Zusammen. Für unser Österreich. Regierungsprogramm 2017 – 2022, Wien, 2017.

- *Bundeskanzleramt Österreich (Hrsg.)*, Aus Verantwortung für Österreich. Regierungsprogramm 2020 – 2024, Wien, 2020.
- *Haas/(Kneidigner/Steininger)*, Evaluierung der Presseförderung in Österreich. Status, Bewertung, internationaler Vergleich und Innovationspotenziale, Wien, 2012.
- *Holoubek/Kassai/Traimer*, Grundzüge des Rechts der Medien, 5. Auflage, Wien, 2014.
- *Holtz-Bacha*, Presseförderung im westeuropäischen Vergleich, Bochum, 1992/93.
- *Kaltenbrunner/Lugschitz/Gerard-Wenzel*, Qualitätsbestimmung im Journalismus. Analyse des internationalen Forschungsstandes und neuer Ansätze in der digitalen Ära, 2018.
- *Kaltenbrunner/Lugschitz/Karmasin/Luef/Kraus*, Der österreichische Journalismus-Report. Eine empirische Erhebung und eine repräsentative Befragung, 2020.
- *Kaltenbrunner*, Scheinbar transparent. Inserate und Presseförderung der österreichischen Bundesregierung, Wien, 2021.
- *Kichl*, Strategies for press subsidies in Europe to support innovation – Options for the Austrian system, Berlin, 2015.
- *Puppis*, Einführung in die Medienpolitik, 2. Auflage, Konstanz, 2010.
- *Steinmaurer*, Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick, Innsbruck, 2002.
- *Toman*, Die medienpolitische Diskussion in der SPÖ. Untersucht anhand der Themenbereiche „Parteipresse“, „Presseförderung“ und „ORF“ 1970 – 1993, Wien, 1994.
- *Trappel*, Weißbuch zur Presseförderung in Österreich. Prognos-Bericht. Erarbeitet im Auftrag des Bundeskanzleramtes, Basel, 1998.
- *Winter*, Förderung der Presse in der Presse. Die Berichterstattung über die Presseförderung in ausgewählten österreichischen Tageszeitungen, Wien, 2002.
- *Zauner-Jelemensky*, Staatliche Presseförderung in Österreich. Bedingungen, Zielsetzungen, Resultate, Wien, 1988.

VI.4. Beiträge und Artikel in juristischen, kommunikationswissenschaftlichen und politikwissenschaftlichen Sammelbänden und Fachmedien

- *Laiß*, Presseförderung neu, MR 2004, 165.

- *Kaltenbrunner*, Schwarz-blaue Medienpolitik, in *Talos* (Hrsg.), Die schwarz-blaue Wende in Österreich. Eine Bilanz (2019), 139.
- *Kaltenbrunner*, Keine Brüche im Umbruch Die Kontinuitäten österreichischer Medienpolitik in einem bewegten Medienmarkt, *ÖZP* 1998, 105.
- *Lund/Raeymaeckers/Trappel*, Newspapers: Adapting and Experimenting, in: *Trappel/Meiers/d’Haenens/Steemers/Thomass* (Hrsg.), *Media in Europe Today* (2011), 45.
- *Magin/Stark*, Österreich – Land ohne Leuchttürme? Qualitätszeitungen im Spannungsfeld zwischen publizistischen Leistungen und strukturellen Zwängen, in: *Blum/Bonfadelli/Imhof/Jarren* (Hrsg.): *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation – Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien* (2011), 97.
- *Murschetz*, State Aid for Newspapers: An Introduction, in: *Murschetz* (Hrsg.), *State Aid for Newspapers. Theories, Cases, Actions* (2013), 2.
- *Murschetz*, State Aid for Newspapers: First Theoretical Disputes, in: *Murschetz* (Hrsg.), *State Aid for Newspapers. Theories, Cases, Actions* (2013), 21.
- *NN*, Geldregen für Parteizeitungen, *MR* 1985, 6.
- *NN*, Vereinbarkeit der österreichischen Presseförderung mit dem gemeinschafts-rechtlichen Beihilfenregime, *ZER* 1996, 116.
- *Obersteiner/Traugott*, Zur unionsrechtlichen Zulässigkeit der Presseförderung, *MR* 2014, 99.
- *Raab*, Medien. „Die einzige Konstante ist die Veränderung im Universum“, in: *Khol/Karner/Sobotka/Rausch/Ofner* (Hrsg.), *Österreichisches Jahrbuch für Politik* (2023), 111.

VI.5. Beiträge und Artikel in Publikumsmedien und Nachrichtenagenturen

- *ban/ks/bei*, ÖVP und Grüne einigen sich auf neue Digitalförderung für Medien, *APA* (28.1.2021).
- *Ebenführer*, Der neue Mann für die Medien, *Der Standard* (13.10.2021).
- *Fidler*, Sebastian Kurz’ Mann für Medien und Medienpolitik, *Der Standard* (18.1.2020).
- *Fidler*, „Niemand ist ganz zufrieden, aber alle profitieren“, *Der Standard* (17.4.2020).
- *Fidler*, „Kein Steuergeld für Millionärshobbys“, *Der Standard* (18.7.2020).

- *Fidler*, 34 Millionen neue Digitalförderung, Der Standard (28.1.2021).
- *Fidler*, Digitalförderung ohne Digitalmedien, Der Standard (30.1.2021).
- *Fidler*, „Innovationsfördernd wirkt es nicht“, Der Standard (2.2.2021).
- *Fidler*, EU kritisiert Regierungsinserate, Koalition will sie beschränken (14.7.2022).
- *Fidler*, 8,9 Millionen Presseförderung vergeben, Der Standard (11.8.2023).
- *Gewerkschaft GPA*, Journalismusförderung braucht endlich klare Qualitätskriterien, OTS (22.5.2022).
- *gs*, Medienpaket der Regierungsparteien nimmt erste parlamentarische Hürde, OTS, Parlamentskorrespondenz Nr. 430 (19.4.2023).
- *Hausjell*, Gefährliche symbiotische Verhältnisse, Der Standard (5.11.2020).
- *Hillebrand*, Türkis-Grün will neue Regeln für den ORF, Salzburger Nachrichten (18.1.2020).
- *Hillebrand*, Österreichs Journalismus: Immer älter, gebildeter, weiblicher, Salzburger Nachrichten (29.1.2020).
- *Iuw/rie/har*, Inseratenvergabe und Medienförderung für Raab „zentrale Vorhaben“, APA (11.1.2022).
- *Mark*, „Medienförderung soll Qualität im Fokus haben“, Der Standard (8.4.2020).
- *Mark*, „Es fehlt völlig an Qualitätskriterien“, Der Standard (12.10.2021).
- *Nikbakhsh/Schmid*, Dichand: „Das ist inhaltlich der letzte Dreck!“, Blümel: „Sorry!!“, der-standard.at (Stand 4.4.2023). www.derstandard.at/story/2000145189805/dichand-das-ist-inhaltlich-der-letzte-dreck-bluemel-sorry, abgerufen am 23.7.2023.
- *NN*, Digitalförderung soll auch für 2020 fließen, Salzburger Nachrichten (26.9.2020).
- *NN*, 80.000 Bürger für eine neue Form der Medienförderung, Oberösterreichische Nachrichten (12.12.2020).
- *Plaikner*, Geht jetzt alles ganz schnell?, Der österreichische Journalist (01/2020).
- *Plaikner*, Digitalförderung hilft inhaltlicher Qualität, Kleine Zeitung (6.2.2021).
- *Raab*, Raab: Digitaltransformationsförderung stärkt österreichischen Medienstandort, OTS (24.3.2022).
- *Raab*, Medienministerin Raab: Mehr Transparenz bei Inseraten und Stärkung des Medienstandortes, OTS (30.3.2023).

- *Sablatnig*, Raabs Antwort auf die Inseratenaffäre, Tiroler Tageszeitung (12.1.2022).
- *Scheidl*, Der „Alte“ und die Medien, Die Presse (28.2.2022).
- *Tóth*, Am Tropf der journalistischen Daseinsvorsorge, Falter, (19.7.2023).
- *Wallnöfer*, Raab: „Inserate sind nichts Anrühiges“, Die Presse (12.1.2022).
- *Wetz*, Österreichische Parteienförderung: Zeitungen als Geburtshelfer, News (28.1.2022).
- *Wilhelmer*, In der Medienpolitik bleibt alles besser, Kurier (18.1.2020).
- *Wilhelmer*, Des Kanzlers persönlicher Spindoktor, Kurier (12.10.2021).
- *Wilhelmer*, Susanne Raab meint es ernst, Kurier (12.1.2022).
- *Winkler*, Presseförderung Neu erst für 2004 in Sicht, Kleine Zeitung (10.8.2003).

VI.6. Sonstiges

- *Bundesministerium Inneres*, Begründung und Einleitung des Verfahrens für das Volksbegehren „Rechtsstaat & Antikorruptionsvolksbegehren“, www.bmi.gv.at/411/Volksbegehren_der_XX_Gesetzgebungsperiode/Rechtsstaat_und_Antikorruption_nsvolksbegehren/files/VB101_Text_mit_Begrueundung_Rechtsstaat_und_Antikorruption.pdf, (abgerufen am 15.8.2023).
- *Demokratiezentrum Wien*, Presseförderung, www.demokratiezentrum.org/bildung/ressourcen/lexikon/pressefoerderung/ (Stand 6.4.2022; abgerufen am 18.7.2023).
- *Europäische Kommission*, Staatliche Beihilfe SA.625555 (2021/N) – Österreich – Förderung der digitalen Transformation im Verlagswesen, 20.12.2021.
- *Falter*, Falter-Radio. Der Podcast mit Raimund Löw. In der Boulevard-Demokratie – #925, www.falter.at/falter/radio/64400b277301040011543fcc/in-der-boulevard-demokratie-925 (Stand 20.4.2023; abgerufen am 8.8.2023).
- *KommAustria*, Evaluierung der im Presseförderungsgesetz 2004 festgelegten Fördermaßnahmen im Jahr 2006, www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/Evaluierungsbericht_2006.pdf (Stand Jänner 2007; abgerufen am 10.8.2023).
- *Mein.aufstehn.at*, Einstellung aller öffentlicher Förderungen für OE24 und Reformierung der Medienförderung, <https://mein.aufstehn.at/petitions/einstellung-aller-offentlicher->

[forderungen-fur-oe24-und-reformierung-der-medienforderung](#) (Stand 3.11.2020; abgerufen am 15.8.2023).

- *Österreichische Nationalbank (Hrsg.)*, Eurologisch, der Historische Währungsrechner der Österreichischen Nationalbank, www.eurologisch.at (Stand 17.7.2023).
- *Ö1 Morgenjournal*, Die Baustellen der neuen Medienministerin Raab, 11.12.2021, zitiert nach Abschrift.
- *Ö1 Mittagsjournal*, Medienministerin Raab gibt Inseratenvergabe-Reform höchste Priorität, 11.1.2022, zitiert nach Abschrift.
- *RTR-GmbH*, Fonds zur Förderung der digitalen Transformation. Förderrichtlinien (FFDT-RL) für die Jahre 2022 und 2023, www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/digitaletransformation/richtlinien/startseite.de.html (abgerufen am 8.8.2023).
- *RTR-GmbH*, Presseförderung: Übersicht der Entscheidungen des Fonds zur Digitalen Transformation in den Jahren 2022 und 2023, www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/digitaletransformation/entscheidungen/startseite.de.html (abgerufen am 9.8.2023); [vergleiche auch die aufbereitete Listen für die Entscheidungen des Fonds zur Digitalen Transformation in den Jahren 2022 und 2023 im Anhang dieser Arbeit]
- Statistik Austria, Bücher und Presse BJ 2020, https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.statistik.at%2Ffileadmin%2Fpages%2F375%2FBuecher_Presse_BJ_2020.ods&wdOrigin=BROWSELINK (abgerufen am 24.8.2023).
- *Verein ARGE Media-Analyse*, Media-Analyse 2009, <https://www.media-analyse.at/table/2481> (abgerufen am 24.8.2023).
- *Verein ARGE Media-Analyse*, Media-Analyse 2022, <https://www.media-analyse.at/table/3809> (abgerufen am 24.8.2023).
- *Wikipedia*, ÖVP-Korruptionsaffäre, <https://de.wikipedia.org/wiki/ÖVP-Korruptionsaffäre> (abgerufen am 15.8.2023)
- *Zeit im Bild 2*, Studio-Interview mit Medienministerin Susanne Raab, 12.1.2022, zitiert nach Abschrift.

Abkürzungsverzeichnis

AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
EG	Europäische Gemeinschaft
EU	Europäische Union
FN	Fußnote
FPÖ	Freiheitliche Partei Österreichs
KOG	KommAustria-Gesetz
KommAustria	Kommunikationsbehörde Austria
MedKF-TG	Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz
ORF	Österreichischer Rundfunk
ORF-BeitragsG	ORF-Beitrags-Gesetz
ORF-G	ORF-Gesetz
ÖVP	Österreichische Volkspartei
PresseFG	Presseförderungsgesetz
PublFG	Publizistikförderungsgesetz
QJF-G	Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz
RTR	Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH
SPÖ	Sozialdemokratische Partei Österreichs
StGB	Strafgesetzbuch
UStG	Umsatzsteuergesetz
WZEVI-Gesetz	Bundesgesetz über die Wiener Zeitung GmbH und Einrichtung einer elektronischen Verlautbarungs- und Informationsplattform des Bundes

Anhang

ANHANG 1: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2022

1	foerderungnehmer	sendername_druckschrift	projekttitel	foerderungsart	kategorie	subkategorie	foerderbetrag	jahr
2	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	HEUTE Videoworld	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	697724	2022
3	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	HEUTE for Future Weiterentwicklung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	210000	2022
4	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	HEUTE Big Data	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	162636	2022
5	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	HEUTE Relaunch Frontend	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	507276	2022
6	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	Schulung digitaler Qualitätsjournalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	168304	2022
7	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	HEUTE goes digital	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	790808	2022
8	Biber Verlagsgesellschaft mbH	biber	Digitalakademie der Chefredaktion	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Monatszeitung	62200	2022
9	Biber Verlagsgesellschaft mbH	biber	Biber Network	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	108000	2022
10	Biber Verlagsgesellschaft mbH	biber	Zertifikatslehrgang Digitaljournalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Monatszeitung	7600	2022
11	Bischöfliches Ordinariat - Diözese Graz-Seckau	Sonntagsblatt für Steiermark	DIGITALJOURNALISMUS. Gemeinsames Förderprojekt der Kirchenzeitungen	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Wochenzeitung	162083	2022
12	Bischöfliches Ordinariat - Diözese Graz-Seckau	Sonntagsblatt für Steiermark	MeineKirchenzeitung_digital#23	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	243000	2022
13	Bischöfliches Ordinariat - Diözese Graz-Seckau	Sonntagsblatt für Steiermark	SONNTAGSBLATT_Digitalisierungsvorlagen	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	32315	2022
14	Community TV Salzburg Gemeinnützige BetriebsgmbH	FS1	Digital Salzburg - Transformationstools für Salzburgs Community Medien	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	74726	2022
15	Comrades GmbH	The Gap	thegap.at Social Relaunch	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	160560	2022
16	CRM Medientrend GmbH	schau Magazin	schauvorbei	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	461513	2022
17	Diözese Feldkirch	Vorarlberger KirchenBlatt	Optimierung der Webpräsenz des Vorarlberger KirchenBlatt	Anreizförderung	Print	Monatszeitung	10576	2022
18	Diözese Innsbruck	Tiroler Sonntag - Kirchenzeitung der Diözese Innsbruck	Digitalisierung TISO von 1945 - 1992	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	10353	2022
19	Diözese Linz	KirchenZeitung Diözese Linz	Digitaloffensive KirchenZeitung 2.0	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	31820	2022
20	DORF TV GmbH	DORFTV	Digital Distribution Automation	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	74000	2022
21	Falstaff Verlags-Gesellschaft m.b.H.	Falstaff Magazin	DTF - Digitale Transformation Falstaff	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	157710	2022
22	Freier Rundfunk Oberösterreich GmbH	Radio FRO	Digital Academy	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Hörfunk	17932	2022
23	JUST Verlags GmbH	JUST	JUST	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	116040	2022
24	Kirchenblatt für die Diözese St. Pölten	Kirche bunt - St. Pöltner Kirchenzeitung	Vorlagenerstellung und Digitalisierung Kirche bunt-Ausgaben von 1/1946 bis 12/2007	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	21298	2022
25	Kirchliche Stiftung Radio Stephansdom	radio klassik Stephansdom	Audionetzwerkumstellung rKS	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	102464	2022
26	Life Radio GmbH & Co. KG	Life Radio	Medien Content Framework/Produktion und Distribution - Entwicklung & Optimierung	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	212435	2022
27	Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b. NÖN		Integration Layer (Datenautobahn)	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	163493	2022
28	Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b. NÖN		PEIQ	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	454315	2022
29	Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b. NÖN		CRM, Webshop, Paid Content	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	582843	2022
30	Ordinariat der Erzdiözese Salzburg	Rupertusblatt	Rupertusblatt	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	18114	2022
31	Plivlmedia GmbH	HiWay-TV	HiWay-TV TikTok	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	51415	2022
32	R3 Regional TV Austria GmbH	R3 Österreich HD	FragNebenan Die Nachbarschaftsplattform Österreich	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	119100	2022
33	R3 Regional TV Austria GmbH	R3 Österreich HD	R3 Österreich HD: Live-Unterteilung	Projektförderung Jugendschutz und Barrierefreiheit	Rundfunk	Fernsehen	102000	2022
34	R3 Regional TV Austria GmbH	R3 Österreich HD	R3: Digital Collaboration and Distribution Network	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	447500	2022
35	R3 Regional TV Austria GmbH	R3 Österreich HD	Digitalplattform Regional-TV-Österreich	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	472500	2022
36	Radio Eins Privatrado GmbH	Radio 88.6	Digitalisierung/Automatisierung von Arbeitsabläufen und Weiterentwicklung von Webseiten und Apps	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	86811	2022
37	Railfeisen Media GmbH	Railfeisenzeitung	Rebrush Webauftritt Railfeisenzeitung	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	27068	2022
38	ROCK ANTENNE GmbH	ROCK ANTENNE	Barrierefreie Gefahrenmeldungen	Projektförderung Jugendschutz und Barrierefreiheit	Rundfunk	Hörfunk	80712	2022
39	ROCK ANTENNE GmbH	ROCK ANTENNE	Aus- und Aufbau Website, APP und Skill	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	72576	2022
40	SloMedia - Slovenski medijski center - Slowenisches Medienzentrum Gm	Novice	Novice - technische Weiterentwicklung der Homepage	Anreizförderung	Print	VGZ	178000	2022
41	Soundportal Graz GmbH	Radio Soundportal	Soundportal Podcastreihe	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	76373	2022
42	Verein Freies Radio Wien	Radio Orange 94.0	STROM - Software Technologien für Radios und Offene Medien	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	474177	2022

ANHANG 1: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2022

43	web eXXpress Medien Holding GmbH	eXXpressTV	ORS Content Delivery Network	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	417004	2022
44	web eXXpress Medien Holding GmbH	eXXpressTV	Servererweiterung für digitale Infrastruktur	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	144873	2022
45	web eXXpress Medien Holding GmbH	eXXpressTV	express Lehrredaktion	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	44034	2022
46	web eXXpress Medien Holding GmbH	eXXpressTV	LiveStreaming Erweiterungen	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	106590	2022
47	Weekend Magazin GmbH	Weekend Magazin	Skyline ERP	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	622444	2022
48	Weekend Magazin GmbH	Weekend Magazin	Weekend.at App	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	207539	2022
49	Welle Salzburg GmbH	WELLE 1 Wien	Selbstständiges Denken	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	182008	2022
50	Welt der Frau Verlags GmbH	Welt der Frauen	Redaktionsmanagementsystem	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	96272	2022
51	WH Media GmbH	W24	Digital Distribution Hub & Digital Media	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	506150	2022
52	WH Media GmbH	W24	News-Detection Vienna: Reporter App	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	169000	2022
53	WH Media GmbH	W24	Digital Workflow & System Optimization	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	618350	2022
54	Wiener Dom-Verlag Gesellschaft m.b.H.	DerSONNTAG	Digitaler Auftritt - Der SONNTAG	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	81600	2022
55	Österreichischer Kommunal-Verlag GmbH	KOMMUNAL	Effektives Customer Based Marketing	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	750000	2022
56	Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH	die wirtschaft	Digitale Transformation "Die Wirtschaft"	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	223561	2022
57	Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH	die wirtschaft	Einführung eines CRM-Systems	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	225443	2022
58	Wiener Bezirksblatt GmbH	Wiener Bezirksblatt	Schulungsprogramm Digitaljournalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Monatszeitung	133194	2022
59	Wiener Bezirksblatt GmbH	Wiener Bezirksblatt	Basisdigitalisierung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	412149	2022
60	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Digitale Formatentwicklung	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	40335	2022
61	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Ausbau und Weiterentwicklung der Mobile First Strategie / ÖÖN App	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	159589	2022
62	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Digitaler Lokaljournalismus	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	287394	2022
63	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Redaktions- Online System Evaluierung / Implementierung Pilotprojekt	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	398449	2022
64	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Technische Reichweitensteigerung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	195317	2022
65	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Design-Refresh nachrichten.at	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1263936	2022
66	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Datenjournalismus ÖÖN	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	147667	2022
67	TIPS Zeitungs GmbH & CoKG	Tips	Weiterentwicklung Alfa ED/Print Layout für unternehmensspezifische Abläufe und Einführung Alfa St	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	50459	2022
68	TIPS Zeitungs GmbH & CoKG	Tips	Relaunch tips.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	101351	2022
69	TIPS Zeitungs GmbH & CoKG	Tips	Hyperlokalisierung Gemeindefindingspages tips.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	317096	2022
70	TIPS Zeitungs GmbH & CoKG	Tips	Community tips.at - Votingmechanismus Neu mit Fokus Sicherheit und Fairness	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	486064	2022
71	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Krone Content Hub	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	750000	2022
72	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Digitalisierung von Arbeitsabläufen	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	272271	2022
73	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Digitaler Newroom	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	687329	2022
74	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Seminare Digitaljournalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	33580	2022
75	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Krone neu erleben: "Krone Stories"	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1449916	2022
76	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.tv	Video-Berichterstattung mithilfe automatisierter Kamerasysteme im Breitensport in Österreich	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	269080	2022
77	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.tv	Paid Content	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	657893	2022
78	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.tv	Österreich - damals und heute	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	324886	2022
79	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.tv	Academy für angehende Digital-JournalistInnen	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	47487	2022
80	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	k.at Relaunch	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	169404	2022
81	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	Callisto	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	234459	2022
82	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	film.at Relaunch	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	162284	2022
83	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	KURIER Akademie	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	63249	2022
84	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	kurier.at App	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	134574	2022

ANHANG 1: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2022

85	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	kurier.at Relaunch	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	533359	2022
86	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	futurezone.at - App	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	102774	2022
87	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	freizeit	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	83046	2022
88	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	Datenjournalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	32400	2022
89	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER + freizeit	Crossmediale Digitalisierung KURIER	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1364888	2022
90	Profil Redaktion GmbH	Profil	Paywall	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	62547	2022
91	Profil Redaktion GmbH	Profil	Newsletter	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Wochenzeitung	76665	2022
92	Profil Redaktion GmbH	Profil	Datenjournalismus	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	254280	2022
93	Profil Redaktion GmbH	Profil	profil ohne Barriere	Projektförderung Jugendschutz und Barrierefreiheit	Print	Wochenzeitung	9966	2022
94	Profil Redaktion GmbH	Profil	Website	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	105363	2022
95	schau Media Wien GesmbH	schauTV	Aus- und Weiterbildung von journalistischen Mitarbeitern	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	88346	2022
96	schau Media Wien GesmbH	schauTV	Ausbau der Barrierefreiheit	Projektförderung Jugendschutz und Barrierefreiheit	Rundfunk	Fernsehen	46784	2022
97	schau Media Wien GesmbH	schauTV	Weiterentwicklung digitales Content-Portal	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	120100	2022
98	schau Media Wien GesmbH	schauTV	Digitale Distribution von Bewegtbild- und TV-Content	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	150939	2022
99	schau Media Wien GesmbH	schauTV	Aufbau digitales CRM-System und zielgruppenadäquate Akquise	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	117143	2022
100	Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	Auf- und Ausbau der digitalen Content Produktion bei den Salzburger Nachrichten	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	587624	2022
101	Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	Entwicklung und Optimierung digitaler Distribution	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	633299	2022
102	Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	Erneuerung und Optimierung der Kommunikationstechnik	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	345000	2022
103	Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	Wertschätzungsmodell - Aufbau und Weiterentwicklung	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1253216	2022
104	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitent	Online Auftritt Seitenblicke	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	39009	2022
105	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitent	Online Auftritt Madonna	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	48091	2022
106	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitent	Online Auftritt Reiselust	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	40590	2022
107	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitent	Online Auftritt Gesund&Fit	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	43935	2022
108	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitent	Online Auftritt Cooking	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	39468	2022
109	Radio Austria GmbH	Radio Austria	Website & Podcast	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	50848	2022
110	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Metaverse	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	66840	2022
111	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Digital Audio	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	336000	2022
112	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Visualisierung	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	163645	2022
113	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Verbesserung Dialogprodukte	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	151500	2022
114	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Update CMS und CRM	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	218790	2022
115	A. Digital Erichtungs- und Beteiligungs GmbH	oe24.tv	Online Plattform oe24.tv	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	548940	2022
116	Mediengruppe "Österreich" GmbH	Österreich	Neugestaltung von oe24 PLUS	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	313500	2022
117	Mediengruppe "Österreich" GmbH	Österreich	ÖSTERREICH	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	844425	2022
118	Mediengruppe "Österreich" GmbH	oe24	oe24	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	327359	2022
119	Mediengruppe "Österreich" GmbH	Österreich	Oe24-HOMEPAGE-REDESIGN	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	700180	2022
120	Mediengruppe "Österreich" GmbH	Österreich	Newsletter	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	300622	2022
121	Die Steirerin Verlags GmbH & Co KG	Steirerin	Neugestaltung Webportal + digitaler Communityaufbau	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	91529	2022
122	Kärntner Monat Zeitungs-GmbH	Kärntner Monat	Neugestaltung Webportal + digitaler Communityaufbau	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	56390	2022
123	RegionalMedien Oberösterreich GmbH	Bezirksrundschau	Digitale Transformation der Organisation RegionalMedien Oberösterreich GmbH	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	140707	2022
124	RegionalMedien Oberösterreich GmbH	Bezirksrundschau	Social Media Schwerpunkt - Ausbau digitaler Content für Kunden	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	451108	2022
125	RegionalMedien Oberösterreich GmbH	Bezirksrundschau	Digitale Transformation der journalistischen Arbeit in den RegionalMedien Oberösterreich	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	134101	2022
126	Regionalradio Tirol GmbH	Life Radio Tirol	Erweiterung des digitalen Medienangebotes	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	86497	2022

ANHANG 1: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2022

127	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	Digitale Vertriebsoffensive (Weiterentwicklung digitale Angebote / Optimierung Sales Funnel)	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	345062	2022
128	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	New Work / Arbeitsraumgestaltung inkl. begleitendem Organisationsentwicklungsprojekt	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	264672	2022
129	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	Projekt Paywall 2.0: Weiterentwicklung Paywall-System	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	215298	2022
130	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	Pricing-Studie Paid Content, ePaper und Print	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1298932	2022
131	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	Relaunch www.tt.com (Technik + Darstellung) - Weiterentwicklung Content / Apps / Newsletter	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	250540	2022
132	target group publishing gmbh	top.tirol	digitaler Relaunch top.tirol	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	75432	2022
133	Tirolerin Verlags GmbH	Tirolerin	Neugestaltung Webportal + digitaler Communityaufbau	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	103728	2022
134	ATV Privat TV GmbH & Co KG	ATV	Studioautomation	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	750000	2022
135	ATV Privat TV GmbH & Co KG	ATV	Digitalisierung des Archivs	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	225789	2022
136	ProSiebenSat.1 PULS4 GmbH	ProSieben MAXX Austria	Entwicklung Streamingplattform	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	750000	2022
137	Bezirksblätter Burgenland Verlag GmbH	Bezirksblätter Burgenland	Newsdesk	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	70463	2022
138	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Relaunch Espresso App	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	62660	2022
139	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Headless CMS POC MeinBezirk.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	136200	2022
140	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Gesundheitsportale	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	138058	2022
141	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Video	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	334386	2022
142	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Teams4all	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	134482	2022
143	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Nationales Videoteam - Phase 1	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	126386	2022
144	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Digitale Signatur	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	63216	2022
145	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	Digitale Tools in der Personalentwicklung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	105452	2022
146	bz Wiener Bezirkszeitung GmbH	Bezirkszeitung	CMS Evaluierung MeinBezirk.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	54678	2022
147	RegionalMedien Niederösterreich GmbH	Bezirksblätter Niederösterreich	Newsdesk	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	251342	2022
148	RegionalMedien Salzburg GmbH	Bezirksblätter Salzburg	Newsdesk	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	102532	2022
149	RMK Regionalmedien Kärnten GmbH	Woche Kärnten	Newsdesk	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	128872	2022
150	ANTENNE VORARLBERG GmbH	ANTENNE VORARLBERG	User Driven Audio	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	258000	2022
151	ANTENNE VORARLBERG GmbH	ANTENNE VORARLBERG	Data Management Center	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	268311	2022
152	Ländle TV GmbH	Ländle TV	LÄNDigi	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	149443	2022
153	NEUE Zeitungs GmbH	NEUE Vorarlberger Tageszeitung	Projekt Digital Now - Transformation hin zur interaktiven Digital-First Zeitung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	364150	2022
154	NEUE Zeitungs GmbH	NEUE Vorarlberger Tageszeitung	Digital First: UX Design & Analytics	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	161824	2022
155	Russmedia Digital GmbH	VOL.AT	Virtueller Web-TV Sender: regionaler Video-Content on demand	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	376536	2022
156	Russmedia Digital GmbH	VOL.AT	Lokaler Live-Videojournalismus für zukunftsfähige Berichterstattung aus jeder Gemeinde	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	193833	2022
157	Russmedia GmbH	Die Vorarlbergerin	Project Digital V: Die digitale Neuausrichtung der VORARLBERGERIN	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	71127	2022
158	Russmedia Verlag GmbH	Wann + wo	Digital Audience Development - Wann und Wo	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	56322	2022
159	Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten	Digitale Regionalisierungsoffensive - Hyperlokaler Digitaljournalismus der Vorarlberger Nachrichten	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	371911	2022
160	Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten	100 % digital education: Aus- und Weiterbildungsprogramme für die digitale Zukunft des Journalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	68094	2022
161	Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten	Print to Digital - Neuausrichtung der Digital-Abo-Strategie	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	398052	2022
162	Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten	Digitaler Change Prozess: UX Re-Design und Rückschlüsse aus Analytics und A/B-Testings	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1132888	2022
163	RZ Regionalzeitungen GmbH	RZ Regionalzeitungen	Hybrider Digitalisierungsweg der RZ Regionalzeitungen	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	99274	2022
164	Salzburger Verlagshaus GmbH	Salzburger Woche	Allgemeine Digitalisierung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	181550	2022
165	Salzburger Verlagshaus GmbH	Salzburger Woche	Social Media Auftritt	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	171941	2022
166	Falter - Zeitschriften Gesellschaft m.b.H.	FALTER Die Wochenzeitung aus Wien	Die Brücke zwischen Print und Online in der FALTER-Welt	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	110566	2022
167	Falter - Zeitschriften Gesellschaft m.b.H.	FALTER Die Wochenzeitung aus Wien	Digitale Transformation der B2C-Geschäftsprozesse des FALTER	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	360602	2022
168	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	RONDO	RONDO - Anreiz	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	93403	2022

ANHANG 1: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2022

169	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H	DER STANDARD	Online first: Ein neuer Workflow	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	320000	2022
170	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H	DER STANDARD	DERSTANDARD_Anreiz_2022	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	1324242	2022
171	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H	DER STANDARD	Lido - neues Content Management System	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	750000	2022
172	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H	DER STANDARD	AGORA&MoMo - Community Plattform	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	678795	2022
173	Die Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	Die Presse Unabhängige Tageszeitung für Österreich	new work	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	750000	2022
174	Die Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	Die Presse Unabhängige Tageszeitung für Österreich	Broadcast	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	856797	2022
175	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Zielgruppenspezifische Bearbeitung des Usermarks	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	373205	2022
176	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Verbindung des Frontends der Kleine Zeitung Webseite mit neuem Produktionssystem	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	281119	2022
177	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Community Management	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	153712	2022
178	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Change Akademie	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	153739	2022
179	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Digitaler Newsroom	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	893203	2022
180	Ärztverlag GmbH	GESUND & LEBEN	Neugestaltung und Modernisierung der Digitalstruktur von GESUND & LEBEN	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	112470	2022
181	Gusto GmbH & Co KG	Gusto	Relaunch GUSTO.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	161050	2022
182	VGN Medien Holding GmbH	News	Digitales Archiv - Anreizförderung	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	171040	2022
183	VGN Medien Holding GmbH	TV Media	"Life is a stream" by McStreamy	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	298568	2022
184	VGN Medien Holding GmbH	TV Media	Relaunch TV-Media.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	309202	2022
185	VGN Medien Holding GmbH	Autorevue	Contentstrategie Autorevue.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	156835	2022
186	VGN Medien Holding GmbH	News	Relaunch News.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	72455	2022
187	VGN Medien Holding GmbH	Autorevue	Relaunch Autorevue.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	154041	2022
188	VGN Medien Holding GmbH	Trend	Relaunch trend.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	38717	2022
189	VGN Medien Holding GmbH	Trend	Contentstrategie trend.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	347845	2022
190	VGN Medien Holding GmbH	News	Contentstrategie News.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	253498	2022
191	WOMAN GmbH & Co KG	WOMAN	Relaunch WOMAN.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	100328	2022
192	WOMAN GmbH & Co KG	WOMAN	Contentstrategie WOMAN.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	31680	2022

ANHANG 2: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2023

1	foerderungnehmer	sendername_druckschrift	projekttitel	foerderungsart	kategorie	subkategorie	foerderbetrag	jahr
2	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	Heute goes secure	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	308866	2023
3	AHVV Verlags GmbH	HEUTE	HEUTE Premium	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	430730	2023
4	Bischöfliches Ordinariat - Diözese Graz-Seckau	Sonntagsblatt für Steiermark	Online-Modul-Vorlagen für Multikanalsystem	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	6398	2023
5	BVZ Burgenländische Volkszeitung GmbH	BVZ	Crossmediale Regionalisierungsinitiative	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	13336	2023
6	Community Fernsehen-GmbH	OKTO	oktoDIGITAL-I	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	174790	2023
7	Cultural Broadcasting Archive, Verein zur Förderung digitaler Kommunikation (Wien)	cba.radio	Mediverse	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	75000	2023
8	Diözese Linz	KirchenZeitung Diözese Linz	KiZ mobile App	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	6540	2023
9	DOOR Fernsehen GmbH	DOOR Fernsehen	Digital Village	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	36070	2023
10	Entspannungsfunk Gesellschaft mbH	Radio LoungeFM Wien	Sprachsynthese	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	228853	2023
11	Falstaff Verlags-Gesellschaft m.b.H.	Falstaff Magazin	Digitaler Newroom	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	213727	2023
12	Insider Wirtschaftskompetenz GmbH	Insider	Digital first Insider	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	6945	2023
13	Kirchliche Stiftung Radio Stephansdom	radio klassik Stephansdom	(Live-) Studios Erneuerung rkS	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	113305	2023
14	Life Radio GmbH & Co. KG	Life Radio	Life Radio PLUS	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	145939	2023
15	MediaUnit Verlags GmbH & Co KG	Signature Magazin	Erstellung und Implementierung eines customized CRM Systems	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	112501	2023
16	MediaUnit Verlags GmbH & Co KG	Signature Magazin	Schulungen zur Transformation von Printprodukten in digitale Kanäle	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Monatszeitung	67536	2023
17	Nicole Mühl	prima! Magazin	prima! Magazin	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Monatszeitung	12700	2023
18	Nicole Mühl	prima! Magazin	prima! Magazin	Projektförderung Jugendschulung	Print	Monatszeitung	36200	2023
19	Oberländer Rundschau GmbH	Rundschau - Die Oberländer Wochenzeitung	Rundschau ZweiPunktNull	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	178972	2023
20	R9 Regional Fernsehen Austria GmbH	R9 Österreich HD	Digital-regionale Sender Community Toolbox - "DIRESCOMM"	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	209000	2023
21	R9 Regional Fernsehen Austria GmbH	R9 Österreich HD	R9 Österreich HD: Erweiterung Live-Untertitelung für Fernsehen	Projektförderung Jugendschulung	Rundfunk	Fernsehen	43750	2023
22	Radio Helsinki - Verein Freies Radio Steiermark	Radio Helsinki	Dignity-Community-übergreifendes Kompetenz-Programm zum Ausbau von Digital-Journalismus	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Hörfunk	134348	2023
23	Railfeisen Media GmbH	Railfeisenzeitung	Aufbau einer Digitalredaktion in der Railfeisenzeitung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	57924	2023
24	RegionalMedien Oberösterreich GmbH	Bezirksrundschau	Initiative zur Erhöhung der Digitalkompetenz im Medienverkauf	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	88611	2023
25	ROCK ANTENNE GmbH	ROCK ANTENNE	Mobile Office and Cloud	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	73716	2023
26	RTG Radio Technikum GmbH	#Technikum ONE	Digital begleiteter Hörfunk am Beispiel des interaktiven Gesundheitsmagazins "mental health radio"	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	105700	2023
27	RTS Regionalfernsehen GmbH	RTS Regional Fernsehen Salzburg	RTS Salzburg goes Social Media	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	28700	2023
28	RTS Regionalfernsehen GmbH	RTS Regional Fernsehen Salzburg	RTS Salzburg Akademie	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	28700	2023
29	RTS Regionalfernsehen GmbH	RTS Regional Fernsehen Salzburg	Gemeinden-Salzburg.Fernsehen	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	117874	2023
30	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	DER STANDARD	CAMPUS	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Tageszeitung	150769	2023
31	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	DER STANDARD	DF_02_Anreiz_Standard	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	651350	2023
32	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	DER STANDARD	DIGITALBO_3.0	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	389000	2023
33	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	RONDO	DF_02_Anreiz_RONDO	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	25372	2023
34	Streamster e.U.	Streamster	Remote-Sport-Production	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	88499	2023
35	Waidland und Waldstein Gesellschaft m.b.H.	GEWINN	Entwicklung und Umsetz. Tageszeitung einer neuen GEWINN APP	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	120864	2023
36	web eXXpress Medien Holding GmbH	eXXpress Fernsehen	Lehrredaktion-Erweiterung	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Fernsehen	2592	2023
37	web eXXpress Medien Holding GmbH	eXXpress Fernsehen	Technische Erweiterung der Webseite und Reduzierung der Serverlast	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	121330	2023
38	WEKA Industrie Medien GmbH	INDUSTRIEMAGAZIN	INDUSTRIEMAGAZIN Digitalisierungsinitiative 2023	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	94578	2023
39	WH Media GmbH	w24	w24 Studio: Automatisierung und Digitalisierung	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	234000	2023
40	Wiener Dom-Verlag Gesellschaft m.b.H.	DerSONNTAG	KiZMedia Akademie - digitale Lehrredaktion	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Wochenzeitung	160593	2023
41	Wiener Bezirksblatt GmbH	Wiener Bezirksblatt	Multiplattform Digitales Wiener Bezirksblatt	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	290000	2023
42	ÖÖN Redaktion GmbH & Co KG	ÖÖ Nachrichten	Digitalisierung Newroom	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	357234	2023

ANHANG 2: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2023

43	OÖN Redaktion GmbH & Co KG	OÖN Nachrichten	Transformation/Weiterentwicklung von Video-Content / Video Formate - OÖN	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	379639	2023
44	TIPS Zeitungs GmbH & CoKG	Tips	Tips Online Redaktion	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	258629	2023
45	TIPS Zeitungs GmbH & CoKG	Tips	User Experience Verbesserung Tips.at	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	116255	2023
46	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Bewegtbildprojekt	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	963429	2023
47	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Erneuerung und Modernisierung von Analyse-Tools	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	258814	2023
48	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	Kronen Zeitung	Visueller Journalismus	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	232043	2023
49	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.Fernsehen	Untertitelung	Projektförderung Jugendschu	Tageszei Rundfunk	Fernsehen	92984	2023
50	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.Fernsehen	Modernisierung der Kodierprozesse und Compliance Recording	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	71249	2023
51	Krone Multimedia GesmbH & Co KG	krone.Fernsehen	Mobiles Broadcasting	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	83118	2023
52	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	freizeit	freizeit Digitale Transformation	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	8892	2023
53	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER	Digitale Transformation KURIER	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	521513	2023
54	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER	Text to Speech	Projektförderung Jugendschu	Tageszei Print	Tageszeitung	29376	2023
55	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER	Mein Digital-Abo	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	52200	2023
56	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER	KURIER ID & Consent Personalisierung	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	498500	2023
57	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei Gesellschaft m.b.H.	KURIER	Regionale Digitalabo-Offensive	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	83280	2023
58	Profil Redaktion GmbH	Profil	Aufbau einer Multimedia Strategie	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	57223	2023
59	Profil Redaktion GmbH	Profil	SEO	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	55324	2023
60	schau Media Wien GesmbH	schauFernsehen	Ausbau Barrierefreiheit	Projektförderung Jugendschu	Tageszei Rundfunk	Fernsehen	37884	2023
61	schau Media Wien GesmbH	schauFernsehen	Digitales Studio	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	61140	2023
62	schau Media Wien GesmbH	schauFernsehen	Digital Livestream-Solution	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	50957	2023
63	Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	Architektur der Datenbanken & entstehende Datenflüsse	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	314087	2023
64	Salzburger Nachrichten Verlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG	Salzburger Nachrichten	Homeoffice und Dokumentendigitalisierung in der SN-Mediengruppe	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	485777	2023
65	Salzburger Verlagshaus GmbH	Salzburger Woche	regionale Digitalisierung und Bewegtbild	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	188678	2023
66	Salzburger Verlagshaus GmbH	Salzburger Woche	Social Media Marketing	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	35848	2023
67	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Seminar Urheberrecht 2023	Projektförderung Digital-Journalismus	Rundfunk	Hörfunk	4320	2023
68	KRONEHIT Radio BetriebsgmbH.	kronehit	Blended Radio	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	106722	2023
69	A.Digital Errichtungs- und Beteiligungs GmbH	OE24 Fernsehen	AUSTRIA VIDEO PLAYER	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	88600	2023
70	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitenb	Digital first Gesund&Fit	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	7735	2023
71	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitenb	Digital first Madonna	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	8875	2023
72	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitenb	Digital first Seitenblick	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	7031	2023
73	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitenb	Digital first Cooking	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	7174	2023
74	Media Factory GmbH	Magazingruppe (Madonna, Reiselust, Gesund und Fit, Cooking, Seitenb	Digital first Reiselust	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	7371	2023
75	Mediengruppe "Österreich" GmbH	Österreich	Conversion Strategy E-Paper Abos	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	396432	2023
76	Mediengruppe "Österreich" GmbH	oe24	Virtueller Newroom	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	30593	2023
77	Mediengruppe "Österreich" GmbH	Österreich	Multichannel Content Management System	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	214800	2023
78	Neu-Media GmbH	Oberösterreicherin	Neugestaltung Webportal + digitaler Communityaufbau	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	117684	2023
79	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	Reorganisation Newroom - Content First	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	321781	2023
80	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	Tiroler Tageszeitung	New Work 2.0 - Detailplanungsphase inkl. begleitendem OE-Projekt	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	251944	2023
81	Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b.H.	NÖN	Implementierung eines digitalen Newsdesk	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	543366	2023
82	Niederösterreichisches Pressehaus Druck- und Verlagsgesellschaft m.b.H.	NÖN	Crossmediale Regionalisierungsoffensive	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	79983	2023
83	ATV Privat TV GmbH & Co KG	ATV	Barrierefreiheit - Untertitelung der Fernsehen-Signale inkl. App & Web	Projektförderung Jugendschutz und Ba	Rundfunk	Fernsehen	161527	2023
84	ProSiebenSat.1 PULS4 GmbH	ProSieben MAXX Austria	Erweiterung des Media Asset Management Systems	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	584329	2023

ANHANG 2: Ausgezahlte Transformationsförderung nach dem KommAustria-Gesetz für das Jahr 2023

85	Radio Austria GmbH	Radio Austria GmbH	Website Relaunch & Erweiterung	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	115013	2023
86	Bezirksblätter Burgenland Verlag GmbH	Bezirksblätter Burgenland	Ausbau Social Media Abteilung	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	14877	2023
87	Media 21 GmbH	derGruzer	Digitaloffensive derGruzer	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	111518	2023
88	RegionalMedien Niederösterreich GmbH	Bezirksblätter Niederösterreich	Digitale Kompetenzen	Projektförderung Digital-Journalismus	Print	Wochenzeitung	117360	2023
89	RegionalMedien Niederösterreich GmbH	Bezirksblätter Niederösterreich	Gesundheitsportale II	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	182538	2023
90	RegionalMedien Niederösterreich GmbH	Bezirksblätter Niederösterreich	Learning Journey	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	50474	2023
91	RegionalMedien Salzburg GmbH	Bezirksblätter Salzburg	NewsDesk Salzburg	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	20853	2023
92	RegionalMedien Tirol GmbH	Bezirksblätter Tirol	NewsDesk Tirol	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	32374	2023
93	Wochenzeitungs GmbH Steiermark	Woche Steiermark	NOW	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	237038	2023
94	ANTENNE VORARLBERG GmbH	ANTENNE VORARLBERG	Digitale Produktion everywhere, every time, every distribution	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	141212	2023
95	NEUE Zeitungs GmbH	NEUE Vorarlberger Tageszeitung	Digital Onboarding	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	30254	2023
96	NEUE Zeitungs GmbH	NEUE Vorarlberger Tageszeitung	Digitale Transformation des Lokaljournalismus	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	116265	2023
97	Russmedia Digital GmbH	VOL.AT Fernsehen	VOL.AT Fernsehen Video App	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	500000	2023
98	Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten	Online First Transformation	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	420321	2023
99	Russmedia Verlag GmbH	Vorarlberger Nachrichten	Datenjournalismus für mehr Transparenz im hyperlokalen Umfeld	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	303431	2023
100	Russmedia Verlag GmbH	Wann & Wo	Wann & Wo: Multi-Channel-Strategie	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	11338	2023
101	RZ Regionalzeitungs GmbH	RZ Regionalzeitungen	Digitale Weiterentwicklung redaktioneller Inhalte der Regionalzeitungen	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	8264	2023
102	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	STANDARD Fernsehen	LIVEisLIVE im Fernsehen und im Web	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	378650	2023
103	"Die Presse" Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	"Die Presse" Unabhängige Tageszeitung für Österreich	Debatte Digital	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	231987	2023
104	"Die Presse" Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	"Die Presse" Unabhängige Tageszeitung für Österreich	Die Presse für jede Gelegenheit	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	616685	2023
105	Antenne Steiermark Regionalradio GmbH & Co KG	Antenne Steiermark	UX/UI-Redesign der digitalen Touchpoints	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Hörfunk	297552	2023
106	Die Furche-Zeitschriften-Betriebsgesellschaft m.b.H. & Co KG	DIE FURCHE	Digitale Transformation: DIE FURCHE zwischen Vergangenheit und Zukunft	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	177722	2023
107	Die Furche-Zeitschriften-Betriebsgesellschaft m.b.H. & Co KG	DIE FURCHE	DIE FURCHE Anreiz 2023	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	14561	2023
108	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Tablet App	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Tageszeitung	361994	2023
109	Kleine Zeitung GmbH & Co KG	Kleine Zeitung	Content Strategie	Anreizförderung	Print	Tageszeitung	874631	2023
110	VGN Medien Holding GmbH	News	NEWS Radiomagazin	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	36322	2023
111	VGN Medien Holding GmbH	Trend	trend.at: Subscription & Data	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	63951	2023
112	VGN Medien Holding GmbH	Fernsehen Media	Fernsehen-MEDIA Service-Bot	Anreizförderung	Print	Wochenzeitung	66353	2023
113	VGN Medien Holding GmbH	News	News.at: Subscription & Data	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Wochenzeitung	63951	2023
114	WOMAN GmbH & Co KG	Woman	WOMAN.at: Subscription & Data	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	63951	2023
115	Canal+ Austria GmbH	Canal+ First	Canal+ App Weiterentwicklung	Projektförderung Digitale Transformation	Rundfunk	Fernsehen	221698	2023
116	Weekend Magazin GmbH	Weekend Magazin	Redesign Weekend.at	Projektförderung Digitale Transformation	Print	Monatszeitung	108975	2023