



Erforderlichkeit und Möglichkeit einer Bundesförderung für die Pressewirtschaft

Anhang: Ausgewählte Fördermaßnahmen

Antonia Niederprüm
Cathrin Söllner

Impressum

WIK-Consult GmbH
Rhöndorfer Str. 68
53604 Bad Honnef
Deutschland
Tel.: +49 2224 9225-0
Fax: +49 2224 9225-63
E-Mail: info@wik-consult.com
www.wik-consult.com

Vertretungs- und zeichnungsberechtigte Personen

Geschäftsführerin	Dr. Cara Schwarz-Schilling
Direktor	Alex Kalevi Dieke
Direktor Abteilungsleiter Netze und Kosten	Dr. Thomas Plückebaum
Direktor Abteilungsleiter Regulierung und Wettbewerb	Dr. Bernd Sörries
Leiter der Verwaltung	Karl-Hubert Strüver
Vorsitzender des Aufsichtsrates	Dr. Thomas Solbach
Handelsregister	Amtsgericht Siegburg, HRB 7043
Steuer-Nr.	222/5751/0926
Umsatzsteueridentifikations-Nr.	DE 329 763 261

Inhaltsverzeichnis

1 Übersicht der ausgewählten Fördermaßnahmen und deren Einordnung in die Förderkategorien	1
2 Ausgewählte Fördermaßnahmen	2
2.1 Geplante Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern (Deutschland)	2
2.2 Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit (Deutschland)	2
2.3 Bayerische Sonderförderung zur Sicherung der Versorgung der Bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen durch kostenlose Wochenblätter (Deutschland, Bayerische Staatskanzlei)	8
2.4 Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg (Deutschland, mabb)	11
2.5 Presseförderungsgesetz 2004 (Österreich)	14
2.5.1 Vertriebsförderung Tageszeitungen und Wochenzeitungen – Steckbrief	15
2.5.2 Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen – Steckbrief	17
2.5.3 Qualitätsförderung und Zukunftssicherung – Steckbrief	18
2.5.4 Stimmen zum Presseförderungsgesetz 2004	20
2.6 Fonds zur Förderung der digitalen Transformation (Österreich)	22
2.7 Förderung für Medienprojekte mit hoher journalistischer Qualität (Österreich)	26
2.8 Geplantes Maßnahmenpaket zugunsten der Medien (Schweiz)	28
2.8.1 Förderung von Online-Medien – Steckbrief	29
2.8.2 Ausweitung der indirekten Zustellförderung über Verbilligung der Post- und Frühzustellung – Steckbrief	31
2.8.3 Stimmen zum Maßnahmenpaket zugunsten der Medien	32
2.9 Mehrwertsteuerreduzierung für Presseprodukte (Vergleich Deutschland, Österreich, Schweiz)	33
Literatur- und Quellenverzeichnis	36

1 Übersicht der ausgewählten Fördermaßnahmen und deren Einordnung in die Förderkategorien

Land	Fördermaßnahme	Kategorie
Deutschland	2.1 Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern	Förderung der digitalen Transformation
	2.2 Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit	Journalismusförderung
	2.3 Bayerische Sonderförderung zur Sicherung der Versorgung der Bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen durch kostenlose Wochenblätter	Produktionsförderung
	2.4 Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg	Journalismusförderung Innovationsförderung
Österreich	2.5 Presseförderungsgesetz 2004	
	2.5.1 Vertriebsförderung Tageszeitungen und Wochenzeitungen	Vertriebsförderung
	2.5.2 Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen	Vertriebsförderung
	2.5.3 Qualitätsförderung und Zukunftssicherung	Journalistenförderung
	2.6 Fonds zur Förderung der digitalen Transformation	Förderung der digitalen Transformation Journalistenförderung
	2.7 Wiener Medieninitiative: Förderung für Medienprojekte mit hoher journalistischer Qualität	Innovationsförderung Journalismusförderung
Schweiz	2.8 Maßnahmenpaket zugunsten der Medien	
	2.8.1 Förderung von Online-Medien	Förderung der digitalen Transformation Innovationsförderung
	2.8.2 Ausweitung der indirekten Zustellförderung über Verbilligung der Post- und Frühzustellung	Vertriebsförderung
DACH	2.9 Länderübergreifender Vergleich der Maßnahmen in der Kategorie „Reduzierter Mehrwertsteuersatz“	

2 Ausgewählte Fördermaßnahmen

2.1 Geplante Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern (Deutschland)

Förderung der
digitalen
Transformation

Fördermaßnahme	Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern
Fördermittelgeber	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (heute Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz)
Ziele der Förderung	<p>Erhalt der Medienvielfalt und -verbreitung in Deutschland, durch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Markterschließung und Entwicklung neuer digitaler Geschäftsfelder • Aufbau von digitalem Know-how durch die geförderten Verlage • Digitalisierung interner und externer Geschäftsprozesse sowie der Geschäftsmodelle der geförderten Verlage • Stärkung der Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit der geförderten Verlage <p>(BMW i 2020, BRH 2021)</p>
Fördergegenstand	<ul style="list-style-type: none"> • Förderung der digitalen Transformation von Abonnementzeitungen und -zeitschriften und von kostenlosen Anzeigenblättern mit einem redaktionellen Anteil von mindestens 30 Prozent • Investitionen in die digitale Transformation (z.B. Investitionen in die digitale Markterschließung, in Technologien zur Verbreitung der Inhalte sowie den Verkauf digitaler Anzeigen, Anschaffungskosten für die notwendige Hard- und Software, die Qualifizierung/Schulung von Mitarbeitenden) <p>(BMW i 2020)</p>
Antragsberechtigte	Verlage, die Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblätter in Deutschland physisch zustellen (BMW i 2020)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Abwicklung über Projektträger oder alternativ Beauftragung des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle BAFA (BMW i 2020)

Fördermaßnahme	Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Redaktioneller Anteil von mindestens 30 % • Physische Zustellung im Jahr 2019 von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblätter • Verlage müssen Eigenanteil in Höhe von 55 % der notwendigen Ausgaben aufbringen können • Nachweis der Verlage in entsprechende Investitionen in die digitale Transformation (BRH 2021)
Geplanter Start	Fördermaßnahme wurde nicht umgesetzt
Geplanter Förderzeitraum	2020-2022
Geplantes Förderbudget	220 Millionen Euro
Förderhöchstsatz pro Antrag	<p>Basiert auf dem Anteil an der Gesamtauflage pro Gattung (Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblätter mit einem redaktionellen Anteil von mindestens 30 %)</p> <p>Formel: Der Förderhöchstbetrag eines Antragstellers sollte sich aus seinem Anteil an den physisch zugestellten Exemplaren einer Mediengattung im Jahr 2019 multipliziert mit einem vom BMWi für die Mediengattung festgelegten Anteil an der Fördersumme berechnen</p> <p>Beabsichtigte Aufteilung des Förderbudgets 2021 (200 Mio. Euro):</p> <ul style="list-style-type: none"> • 109 Mio. Euro für Verlage, die Zeitungen physisch zustellen, • 36 Mio. Euro für Verlage, die Zeitschriften physisch zustellen, • 55 Mio. Euro für Verlage, die Anzeigenblätter physisch zustellen. <p>Nicht rückzahlbarer Zuschuss in Höhe von maximal 45 % der Investitionssumme (BRH 2021)</p>

Dieses Förderprogramm hat eine längere Vorgeschichte. Ursprünglich war eine direkte Zustellförderung in Höhe von 40 Millionen Euro aus dem Etat des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales mit dem Ziel geplant, um die bundesweite Versorgung mit Presseerzeugnissen flächendeckend sicherzustellen. Diese wurde Ende 2019 nach Regierungsverhandlungen vereinbart und in den Haushalt 2020 eingestellt.¹ Bereits diese Initiative stellte ein Novum in der deutschen Presseförderung dar, da in der Vergangenheit auf Bundesebene Formen der direkten Presseförderung keine Anwendung fanden.² Der betreffende Haushaltstitel wurde allerdings im Zweiten Nachtragshaushalt zur Corona-

¹ BT-Drucksache 19/23135.

² Wissenschaftlicher Dienst des Deutschen Bundestags (2019), Modelle zur Förderung lokaler Medienvielfalt in EU-Mitgliedstaaten, Aktenzeichen WD 10-3000-038/19, 06.06.2019.

Krise mit Beschluss vom 2. Juli 2020 nach Kritik des Bundesrechnungshofs gestrichen.³ An dessen Stelle trat die mit insgesamt 220 Millionen Euro ausgestattete Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens zur Förderung des Absatzes und der Verbreitung von Abonnementzeitungen, -zeitschriften und Anzeigenblättern durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Im Oktober 2020 veröffentlichte das Bundesministerium das Förderkonzept zu diesem Programm. Eine Veröffentlichung des Entwurfs der Förderrichtlinie erfolgte nicht. Der Entwurf lag aber dem Bundesrechnungshof für dessen Prüfung der Einhaltung haushaltsrechtlicher Vorgaben vor.

Mit Hilfe dieses Förderungsprogramms sollten Investitionen der Verlage in die digitale Transformation in Produktion, Vertrieb und Weiterbildung gefördert werden. Der Entwurf der Förderrichtlinie listet nach Angaben des Bundesrechnungshofs beispielsweise Projekte zur digitalen Markterschließung und für Technologien zur Verbreitung der Inhalte sowie den Verkauf digitaler Anzeigen über den Aufbau von Online-Shops und Applikationen, Plattformen zum Vertrieb von Inhalten, Marketing und Qualifizierungsmaßnahmen.⁴ Gleichzeitig war vorgesehen, dass die „Antragstellung, -bewilligung und Verwendungsnachweis für die Investitionsförderung [...] weitestgehend automatisiert [...] erfolgen [sollte], um eine schnelle und unbürokratische Abwicklung zu ermöglichen.“ (BMW 2020). Die maximale Förderung der beantragten Investitionshilfen durfte 45 % der Gesamtkosten der beantragten Maßnahme nicht übersteigen.

Dieses Programm wurde von vielen Seiten kritisiert.

- Ein zentraler Kritikpunkt war die Beschränkung der Förderberechtigten auf Medienhäuser, die gedruckte Printprodukte herausbringen. Diese Kritik wurde insbesondere von dem Bundesverband Digitalpublisher und dem Forum Gemeinnütziger Journalismus geäußert. Die Plattform krautreporter.de, die das gleichnamige Online-Magazin herausgibt, sah darin eine Wettbewerbsverzerrung zu Lasten der rein digitalen Angebote und kündigte an, deswegen rechtlich gegen die Bundesregierung vorgehen zu wollen, sollte das Programm in der geplanten Weise umgesetzt werden.⁵ Durch ihren Anwalt, den Verfassungsrechtler Prof. Dr. Wolfgang Spoerr, ließen sie am 29. März 2021 ein Schreiben an den damaligen Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier schicken, in dem die Verfassungsmäßigkeit des Förderprogramms in Zweifel gezogen wurde.
- Ein weiterer Kritikpunkt stellt auf die ungezielte Wirkung der Förderung ab, die eher im Sinne eines „Gießkannen“-Prinzips eine hohe Streubreite mit entsprechenden Streuverlusten bedingt hätte, da keine weiteren inhaltlichen oder

³ Bundesrechnungshof (2021), Bericht an das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie nach § 88 Absatz 2 BHO über die Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens, Gz. III–2021–0358, 01.06.2021.

⁴ Bundesrechnungshof (2021) S. 6.

⁵ Fryszler, Leon & Esser, Sebastian (2021), Warum wir rechtlich gegen die Bundesregierung vorgehen. Artikel vom 07.04.2021 auf Krautreporter.

qualitativen Anforderungen gestellt wurden. Diese Kritik wurde beispielsweise von Christopher Buschow in einem Interview mit dem Deutschlandfunk geäußert.⁶

- Darüber hinaus wurde die Benachteiligung von Titeln mit niedriger Auflage bzw. kleiner Medienhäuser kritisiert. Diese Benachteiligung ergab sich zum einen aus der Konstruktion des Verteilungsschlüssels (der maximal erreichbare Förderbetrag steigt mit der physisch abonnierten bzw. verteilten Auflage) und zum anderen aus dem hohen Eigenkapitalanteil von 55 % bei Investitionsmaßnahmen, der eher von großen Medienhäusern gestemmt werden kann. Diese Kritikpunkte wurden vom Bundesrechnungshof in seiner Stellungnahme geäußert.⁷ Der Bundesrechnungshof bemängelt darüber hinaus den fehlenden Nachweis, dass Titel mit hohen Auflagen einen höheren Unterstützungsbedarf haben als Titel mit niedrigen Auflagen.⁸

Der Bundesrechnungshof kritisiert in seinem Bericht über die Prüfung, ob die vorgeschlagene Förderrichtlinie die haushaltsrechtlichen Vorgaben für Bundesförderungen nach § 88 Absatz 2 BHO erfüllt, sehr grundlegend. Insgesamt kommt er zum Schluss, dass die haushaltsrechtlichen Vorgaben nicht erfüllt worden wären. Demnach sei die Notwendigkeit der Förderung und der Handlungsbedarf nicht hinreichend belegt sowie das Förderziel nicht eindeutig festgelegt und messbar. Ebenso seien keine Förderlücken für die drei Verlagstypen erkennbar und es bestehe ein unnötig hohes Risiko für Mitnahmeeffekte, da die Medienhäuser auch ohne Förderung in Maßnahmen der digitalen Transformation investieren würden.⁹

Das BMWi hat bereits vor Veröffentlichung des Berichts des Bundesrechnungshofs entschieden, das Programm nicht weiterzuverfolgen. In der offiziellen Stellungnahme heißt es dazu: „Im April 2021 hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie nach intensiver Prüfung der verfassungs-, haushalts- und beihilferechtlichen Umstände und nach sorgfältiger Abwägung aller betroffenen Interessen beschlossen, das Programm zur Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens nicht weiterzuverfolgen.“¹⁰

⁶ Vgl. Herbstreuth, Mike (2021), Scheitern der Presseförderung. Verleger zeigen sich „geschockt“. Artikel auf Deutschlandfunk vom 27.04.2021.

⁷ Bundesrechnungshof (2021), S. 11.

⁸ Bundesrechnungshof (2021), S. 11.

⁹ Bundesrechnungshof (2021), S. 10-13.

¹⁰ Sterz, Christoph (2021), Streit über Presseförderung des Bundes „Gegen jede Wettbewerbslogik“, Artikel auf Deutschlandfunk vom 14.01.2021.

2.2 Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit (Deutschland)

Journalismus- förderung

Fördermaßnahme	Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit
Fördermittelgeber	Staatsministerin für Kultur und Medien (BKM)
Ziele der Förderung	Unterstützung des Journalismus in seiner eigenständigen und unabhängigen Wahrnehmung seiner öffentlichen Aufgabe sowie der strukturellen Stärkung des unabhängigen Journalismus (BKM 2021)
Fördergegenstand	Projekte zum Schutz und zur strukturellen Stärkung des Journalismus, die eine bundesweite Strahlkraft oder modellhafte Vorbildwirkung haben (BKM 2021)
Antragsberechtigte	Juristische Personen mit Sitz oder einer Niederlassung in Deutschland, die eine entsprechende Kenntnis der Strukturen des Journalismus in Deutschland sowie eine Expertise in der Projektdurchführung nachweisen können (BKM 2021)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Unabhängige Jury aus sieben sachverständigen Persönlichkeiten (BKM 2022a)
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Projekte zum Schutz und zur strukturellen Stärkung des Journalismus sein, die eine bundesweite Strahlkraft oder modellhafte Vorbildwirkung haben • Adressierung möglichst vieler verschiedener gesellschaftlicher Gruppen • Vorhaben dürfen nicht in erster Linie kommerzielle Zwecke oder die Produktion journalistisch-redaktioneller Inhalte verfolgen • Das Projekt darf noch nicht begonnen worden sein • Sicherstellung der nachhaltigen Wirkung der Projekte und ausführlich im Konzept zu begründen • Ausgestaltung einer Anschlussfinanzierung aus eigenen Mitteln ist darzulegen • Bevorzugung umweltschonender Projekte (BKM 2021a)
Start	1. September 2021 (BKM 2021)
Förderzeitraum	Anträge bis 05.01.2022, Förderung überjährig, keine Begrenzung (BKM 2022)
Förderbudget	2,3 Millionen Euro (BKM 2022a)

Fördermaßnahme	Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit
Förderhöchstsatz pro Antrag	Abhängig von der Anzahl der insgesamt geförderten Projekte Grundsätzlich maximal 80 % der Kosten (in gut begründeten Ausnahmefällen auch 100 %). Mindestantragssumme: 200.000 € (BKM 2022)

Die BKM motiviert ihre Fördermaßnahme vor dem Hintergrund, dass Journalistinnen und Journalisten zunehmend Opfer von Gewalt würden.¹¹ Unabhängiger Journalismus sei essentiell für eine informierte Gesellschaft sowie eine funktionierende Demokratie. Daher wurde aus dem Haushalt der Staatsministerin für Kultur und Medien ursprünglich rund eine Million Euro zum Schutz und zur strukturellen Stärkung des Journalismus bereitgestellt.¹²

Die Maßnahme wurde bereits unter Monika Grütters (CDU) als BKM 2021 beschlossen.¹³ Vollzogen wurde die Fördermaßnahme im Rahmen der Amtszeit der seit Dezember 2021 amtierenden Staatsministerin Claudia Roth (Bündnis 90/Die Grünen). Die aus sieben sachverständigen Personen bestehende Fachjury hat im August 2022 entschieden, zehn Projekte mit rund 2,3 Millionen Euro zu unterstützen. Insgesamt wurden 31 Projektanträge gestellt.¹⁴ Förderfähig sind Projekte, die beispielsweise Exiljournalisten¹⁵ in Deutschland unterstützen, die sich mit dem Schutz der Rechte von Journalisten beschäftigen oder ihre Ausbildung stärken sowie solche Projekte, die den Qualitätsjournalismus sichtbarer machen und die Situation der deutschen Presselandschaft erforschen. Zur Wahrung der Staatsferne werden keine journalistischen Inhalte, einzelne Medienschaffende oder einzelne Medien gefördert.¹⁶ Anträge durchlaufen ein zweistufiges Prüfverfahren. Eine Höchstfördersumme gibt es nicht, in begründeten Ausnahmefällen ist auch eine hundertprozentige Förderung möglich. Die Anzahl der geförderten Projekte wird durch das ursprünglich zur Verfügung stehende Förderbudget von einer Million Euro und der Mindestantragssumme von 200.000 Euro begrenzt.¹⁷

Das ursprünglich geplante Förderbudget von einer Million Euro sorgte bereits für Kritik. Wie Grimberg (2021) in der TAZ bemängelt, schränke ein Mindestförderantrag von

¹¹ Vgl. BKM (2022), Bund startet neues Förderprogramm, RSF (2021), Rangliste der Pressefreiheit und RSF (2022a), Rangliste der Pressefreiheit 2022.

¹² Vgl. BKM (2022), Bund startet neues Förderprogramm.

¹³ Vgl. BKM (2021), BKM (2022), Bund startet neues Förderprogramm und Grimberg (2021), Förderprogramm für den Journalismus: Viele Pferdefüße.

¹⁴ BKM (2022a), Bund fördert Projekte zur strukturellen Stärkung des Journalismus, Pressemeldung vom 8. August 2022.

¹⁵ Das in diesem Gutachten gewählte generische Maskulinum bezieht sich zugleich auf die männliche, die weibliche und andere Geschlechteridentitäten. Zur besseren Lesbarkeit wird auf die Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet (mit Ausnahme der Fälle, bei denen es sich um Zitate handelt). Alle Geschlechteridentitäten werden ausdrücklich mitgemeint, soweit die Aussagen dies erfordern.

¹⁶ Vgl. BKM (2021), Fördergrundsätze der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) zur Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit.

¹⁷ Vgl. BKM (2022), Bund startet neues Förderprogramm.

200.000 Euro bei einem Förderbudget von rund einer Million Euro die Anzahl potenziell geförderter Projekte bereits auf maximal fünf ein. Hinzu komme, dass es keine Deckelung der Antragssumme gebe, sodass die Anzahl geförderter Projekte noch geringer ausfallen könnte. Weiterhin merkt er an, dass diese kleinen Summen keineswegs die Art der angestrebten Projekte fördern könne (z.B. eine nachhaltige Ausbildungsförderung oder ein Exilprogramm für Journalisten).¹⁸ Die Entscheidung der Jury insgesamt zehn Projekte zu fördern und die Ausweitung des Förderbudgets auf letztendlich 2,3 Millionen Euro entkräften diese Kritik teilweise.

2.3 Bayerische Sonderförderung zur Sicherung der Versorgung der Bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen durch kostenlose Wochenblätter (Deutschland, Bayerische Staatskanzlei)

Produktions-
förderung

Fördermaßnahme	Bayerische Sonderförderung zur Sicherung der Versorgung der Bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen durch kostenlose Wochenblätter
Fördermittelgeber	Bayerische Staatskanzlei
Ziele der Förderung	Sicherung der Versorgung der Bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen (SGA 2021)
Fördergegenstand	Tatsächlich im Projektzeitraum entstandene Kosten für Herstellung und Verbreitung von kostenlosen Wochenzeitungen im jeweiligen Verbreitungsgebiet in Bayern (BVDA 2021)
Antragsberechtigte	Anzeigenblattverlage mit Sitz in Bayern (SGA 2021)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Service-Gesellschaft Deutscher Anzeigenblätter mbH (SGA), eine 100-prozentige Tochtergesellschaft des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA) (SGA 2021)

¹⁸ Vgl. Grimberg (2021), Förderprogramm für den Journalismus: Viele Pferdefüße.

Fördermaßnahme	Bayerische Sonderförderung zur Sicherung der Versorgung der Bayerischen Bevölkerung mit lokalen Informationen durch kostenlose Wochenblätter
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Durch die Auflagenkontrolle der Anzeigenblätter (ADA) zertifizierte oder anderweitig geprüfte Auflage • Wöchentliche Erscheinung in Bayern in deutscher Sprache • Kostenlose Verteilung gedruckter Exemplare ausschließlich an bayerische Haushalte • Durchschnittlich 30 % (mindestens 20 %) redaktioneller Anteil im Projektzeitraum • Bereitstellung einer digitalen Version • Umsatzrückgang von mindestens 30 % im ersten Quartal 2021 im Vergleich zum ersten Quartal 2019, einschließlich möglicher in Anspruch genommener staatlicher Corona-Hilfen • Wöchentliche, verbindliche Meldung der aktuellen Auflage im Projektzeitraum • Nachweis der Zustellkosten im Projektzeitraum (SGA 2021; BVDA 2021)
Start	15. September 2021 (SGA 2021)
Förderzeitraum	Vier Wochen (SGA 2021)
Förderbudget	etwa eine Million Euro (BVDA 2021)
Förderhöchstsatz pro Antrag	Abhängig von nachgewiesener Auflage und Höhe nachgewiesener Umsatzeinbußen (SGA 2021)

Nach der erfolgreichen Umsetzung einer Sonderförderung kostenloser Wochenblätter in Bayern im Jahre 2020 (gefördert wurden die Zustellung, die Nutzung innovativer technischer Verbreitungsmethoden sowie die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle) hatte die Bayerische Staatskanzlei 2021 eine Neuauflage der Sonderförderung ausgelobt.¹⁹

Kostenlose Wochenzeitungen, die die Bevölkerung mit lokalen Informationen versorgen, würden regional eine hohe Glaubwürdigkeit genießen und seien nach Ansicht des BVDA entscheidend für die Meinungsbildung der Zivilgesellschaft, besonders im Angesicht von Falschnachrichten.²⁰ Im Zuge der Corona-Pandemie mussten die vollständig werbefinanzierten Anzeigenblätter hohe Umsatzeinbußen hinnehmen. Der mehrfache bundesweite Lockdown im Jahr 2020 führte zu zahlreichen Stornierungen von Werbekunden, sodass die Gesamtauflage kostenloser Wochenzeitungen in Deutschland in 2020 um fast

¹⁹ Vgl. BVDA (2020d), BVDA begrüßt bayerische Sonderförderung und BVDA (2021), BVDA begrüßt Neuauflage der bayerischen Sonderförderung für Verlage.

²⁰ Vgl. BVDA (2018), Anzeigenblatt Qualität: Die wichtigsten Fakten.

20 % zurückging. Begründet wurde dies in pausierenden, aber auch endgültig eingestellten Titeln.²¹

In Anbetracht der coronabedingten schwierigen finanziellen Lage kostenloser Wochenzeitungen hatte die Bayerische Staatskanzlei 2021 eine erneute Sonderförderung zum Erhalt der Medienvielfalt in Bayern bewilligt. Diese wurde als subsidiäre Zuwendung verstanden, d.h. es sollten nach Möglichkeit andere Förderungen vorrangig beantragt werden. Die Abwicklung der Fördermaßnahme lief über die Service-Gesellschaft Deutscher Anzeigenblätter mbH (SGA), einer hundertprozentigen Tochtergesellschaft des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA). Die SGA war zuständig für die Prüfung der Erfüllung der Förderkriterien im Vorfeld sowie die Überwachung weiterer Bedingungen im Projektzeitraum. Der mit der Bayerischen Staatskanzlei im Vorfeld abgestimmte Vertrag wird zwischen der SGA und dem jeweiligen Antragsteller geschlossen.²²

Flankierend zu den Fördermaßnahmen und ebenfalls zum Zweck der Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung mit Informationen, hatte das Media Lab Bayern in Zusammenarbeit mit dem BVDA und unterstützt durch die Bayerische Staatskanzlei eine Open Innovation Challenge durchgeführt. Ziel des Ideenwettbewerbs war es, innovative Lösungen für lokale Medien für die Berichterstattung in Corona-Zeiten zu finden. Die ausgewählten fünfzehn Lösungen (z.B. Corona-Fall-Datenbanken oder KI-gestützte Recherche-Tools) wurden den Verlagen unmittelbar kostenlos zur Verfügung gestellt.²³

Schon im Vorfeld der ersten, corona-induzierten finanziellen Fördermaßnahme für kostenlose Wochenzeitungen und Anzeigenblätter in Bayern, hatte der BVDA eine Unterstützung dieser Mediengattung in Form von Corona-Soforthilfen gefordert.²⁴ Der BVDA argumentierte dabei, dass lokal erscheinende kostenlose Wochenzeitungen als kritische Infrastruktur zu sehen seien, mit großer Bedeutung für die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit lokaljournalistischen Angeboten. Sie seien ein verlässliches Medium, um Falschinformationen entgegenzuwirken.²⁵ Zudem stellte der BVDA fest, dass bisherige staatliche Unterstützungsmaßnahmen die Umsatzeinbußen nur teilweise hätten abfedern können und zur weiteren Sicherung der Grundversorgung mit Lokalinformationen besonders die gewachsenen Logistikstrukturen gesichert werden müssten.²⁶

²¹ Vgl. SGA (2021), Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens und BVDA (2020c), BVDA-Positionspapier.

²² Vgl. SGA (2021), Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens.

²³ Vgl. BVDA (2020e), Kostenlose digitale Lösungen für Lokal-Medien in der Corona-Krise.

²⁴ Vgl. BVDA (2020b), Zeitungszustellung in Gefahr – BVDA fordert Corona-Soforthilfe.

²⁵ Vgl. BVDA (2020a), Lokaljournalismus darf nicht eingeschränkt werden und BVDA (2020b), Zeitungszustellung in Gefahr – BVDA fordert Corona-Soforthilfe.

²⁶ Vgl. BVDA (2020f), "Wochenblätter beweisen in der Corona-Krise ihre Relevanz für den lokalen Leser- und Werbemarkt".

2.4 Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg (Deutschland, mabb)



Fördermaßnahme	Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg
Fördermittelgeber	Medienanstalt Berlin Brandenburg (mabb)
Ziele der Förderung	Sicherung lokaler Medienvielfalt und lokaler Informationsversorgung in Berlin und Brandenburg (mabb 2020b)
Fördergegenstand	<ul style="list-style-type: none"> • journalistisch-redaktionell gestaltete Rundfunk- und/oder Telemedienangebote (insbesondere Konzeption und Produktion) • Journalistische und crossmediale Innovationen • Anschubfinanzierungen für lokaljournalistische Neugründungen (mabb 2020b)
Antragsberechtigte	Rundfunkveranstalter, Online-Medien und Anbietergemeinschaften (u.a. auch Verlage) (mabb 2021d)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	mabb-Medienrat (mabb 2021d)
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Herstellung des Angebots noch nicht begonnen • Förderbedürftigkeit (nicht grob fahrlässig eigenverschuldet) • Defizite in der lokalen Informationsversorgung vor Ort • Anteil lokaler Nachrichten und/oder lokalpolitischer Informationen (ausgerichtet auf einzelne Gemeinden, Bezirke, Landkreise) • Anteil an informierenden Inhalten zu gesellschaftlichen, kulturellen, sozialen, wirtschaftlichen oder sportlichen Themen • Art und Umfang der crossmedialen Ausrichtung • Art und Umfang der Kooperation mit anderen Anbietern • Technische Reichweite und tatsächliche/zu erwartende Nutzerzahl • Anteil lokal hergestellter und/oder redaktionell gestalteter Inhalte • Einhaltung anerkannter journalistischen Grundsätze und sonstigen Vorgaben des § 10 RStV • Verhältnis journalistisch ausgebildeter und anderweitig ausgebildeter sowie auszubildenden Mitarbeitenden • Anteil der Eigenproduktionen sowie Anteil barrierefreier Inhalte (mabb 2020b)
Start	24. November 2020 (mabb 2020b)

Fördermaßnahme	Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg
Förderzeitraum	Bis zu 12 Monaten (bei kurzfristigen Projekten lokaljournalistischer Angebote gilt ein Minimum von zwei Wochen) (mabb 2021d)
Förderbudget	Abhängig von den der Medienanstalt Berlin-Brandenburg zur Verfügung stehenden Mitteln. Für Projekte in den Jahren 2021 und 2022 hat das Land Brandenburg jeweils eine Million Euro zur Verfügung gestellt (Mittel des Landes Berlin, des Landes Brandenburg oder Mittel Dritter; Landesmittel dürfen jeweils nur für Förderungen im jeweiligen Land verwendet werden) (mabb 2020b; mabb 2021b; mabb 2021c)
Förderhöchstsatz pro Antrag	Projektabhängig und abhängig von den der Medienanstalt Berlin-Brandenburg zur Verfügung stehenden Mitteln (mabb 2020b)

Mit dem Inkrafttreten des neuen Medienstaatsvertrages Berlin-Brandenburg am 1. Oktober 2020 war es der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) erstmals erlaubt, journalistische Inhalte und nicht mehr nur Ausbildung und Technik der Medienschaffenden zu fördern (siehe § 8 Abs. 1 Nr.12 des Staatsvertrages). Dabei wird in jener Regelung zugleich in institutioneller Perspektive für die Staatsferne der Fördermittelvergabe gesorgt. Denn die entsprechenden Mittel der Landeshaushalte Berlin und Brandenburg sowie Dritter werden ausschließlich über die Medienanstalt an Fördermittelempfänger weitergeleitet. Ziel der Förderung sind explizit lokaljournalistische Angebote in Berlin und Brandenburg. Diese Berichterstattung wird in Berlin und Brandenburg durch private Medien geleistet.²⁷

Der Erneuerung des Staatsvertrages war eine umfassende Bestandsaufnahme lokaljournalistischer Angebote vorangegangen.²⁸ Um den hier aufgedeckten Defiziten der flächendeckenden Versorgung entgegenzutreten, wurde das neue Fördermodell entwickelt. Dieses basiert auf einem Gutachten²⁹, das europaweit Maßnahmen und Programme zur Förderung lokaljournalistischer Angebote systematisiert und ausgewertet hat. Es mündet in einer Empfehlung zur Ausgestaltung einer lokaljournalistischen Förderung in Berlin und Brandenburg, wobei besonders von einer Förderung nach dem ‚Gießkannen-Prinzip‘ abgeraten wurde und die Vorteile projektspezifischer Förderungen hervorgehoben wurden. In zentralen Punkten entspricht die entwickelte Fördermaßnahme, bei der rund 150 lokale Medienanbieter miteinbezogen wurden, den Empfehlungen des wissenschaftlichen Gutachtens.³⁰ Die projektbezogene und plattformübergreifende Maßnahme ermöglicht eine

²⁷ Vgl. Herkel (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus.

²⁸ Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme können in Form des „mabb Atlas“ online unter <https://www.mabb.de/mabb-atlas/> eingesehen werden. Dieser wird weiter aktualisiert (mabb 2022b).

²⁹ Vgl. Beck, Dogruel (2020), Förderung lokaljournalistischer Angebote von Rundfunkveranstaltern, Telemedienanbietern oder Anbietergemeinschaften zur Stärkung ihres Beitrags zu lokaler und regionaler Information in Brandenburg.

³⁰ Vgl. Beck, Dogruel (2020), Förderung lokaljournalistischer Angebote von Rundfunkveranstaltern, Telemedienanbietern oder Anbietergemeinschaften zur Stärkung ihres Beitrags zu lokaler und regionaler Information in Brandenburg; Herkel (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus.

bis zu hundertprozentige Förderung.³¹ In der ersten Förderrunde 2021 wurden mit einer Million Euro insgesamt 35 lokaljournalistische Projekte in Brandenburg gefördert. Weit mehr Anträge (insgesamt 62) wurden gestellt und mussten teilweise aufgrund des begrenzten Förderbudgets abgelehnt werden. Die Fördermittelempfänger decken die gesamte Bandbreite von Medienanbietern ab (Einzelpersonen, lokale Radio- und TV-Anbieter, regionale Zeitungsverlage).³² In einer Neuauflage des Förderprogramms werden vom 1. Januar 2022 bis 31. März 2023 weitere 32 lokaljournalistische Projekte von insgesamt 19 Medienanbietern in Brandenburg gefördert. Bereits in der ersten Runde geförderte Projekte konnten sich erneut bewerben. Zur Verfügung steht wieder eine Million Euro, während die eingereichten Anträge dieses Mal noch zahlreicher waren als 2020 und insgesamt ein Volumen von 2,2 Millionen Euro umfassten.³³

Die Fördermaßnahme der mabb ist deutschlandweit einzigartig, da sie ausdrücklich Inhalte lokaljournalistischer Angebote fördern darf, ohne die tatsächlichen Inhalte als Kriterien für die Auswahl für die Förderung heranzuziehen. Durch die Mittlerrolle der unabhängigen mabb soll die gebotene Staatsferne bei der Förderung journalistischer Angebote gewährleistet werden.³⁴ Ebenso werde eine wirtschaftlich nachhaltige Förderung angestrebt, was auch bereits von einigen geförderten Projekten der ersten Runde umgesetzt wurde. Sie haben sich um weitere Finanzierungsquellen bemüht und damit den ersten Schritt getan, um sich auch langfristig zu etablieren.³⁵

Das Förderbudget beider Förderrunden ist insbesondere bei der Anzahl der tatsächlich geförderten Anträge vergleichsweise gering. Damit stellten diese regional begrenzten Maßnahmen nur einen kleinen Beitrag dar, um den wirtschaftlichen Herausforderungen, mit denen der Lokaljournalismus sich konfrontiert sehe, zu begegnen. Jedoch liege große Hoffnung in genau diesen Maßnahmen, die die Innovationskraft im medialen Bereich fördern, so Buschow.³⁶ Hier bietet bereits der Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg noch Potenziale, die noch nicht ausgeschöpft würden, da bisher nur die Landesregierung von Brandenburg Mittel zur Verfügung gestellt habe und die geförderten Projekte sich daher auf Brandenburg beschränkten.³⁷ Eine umfassende Evaluation der Fördermaßnahme stehe noch aus, Kritik sei aber bisher kaum aufgekommen, weder von außen, noch von den Fördermittelempfängern, so maab-Referentin Judith Günther.³⁸

31 Vgl. mabb (2020b), Satzung über die Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg.

32 Vgl. mabb (2020a), Es kann losgehen, mabb (2021a); Ein guter Tag für den Lokaljournalismus in Brandenburg, mabb (2022a); Förderprogramm Lokaljournalismus und Herkel (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus.

33 Vgl. mabb (2021c), Lokaljournalismus-Förderung in Brandenburg geht in die nächste Runde und mabb (2021b), Förderung lokaljournalistischer Angebote für Brandenburg geht in die nächste Runde.

34 Vgl. mabb (2021a), Ein guter Tag für den Lokaljournalismus in Brandenburg.

35 Vgl. Herkel (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus.

36 Vgl. Buschow (2022), Innovationsförderung im Lokaljournalismus.

37 Vgl. Herkel (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus.

38 Vgl. Herkel (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus.

2.5 Presseförderungsgesetz 2004 (Österreich)

Die Presseförderung in Österreich wurde 1975 aus demokratiepolitischen Gründen zur finanziellen Entlastung von Tages- und Wochenzeitungen eingeführt.³⁹ Diese allgemeine Presseförderung wurde in mehreren Schritten ergänzt und umfasst seit der letzten Gesetzes-Novellierung im Jahre 2004 (PresseFG 2004) drei Förderschienen:⁴⁰

- Vertriebsförderung für Tages- und Wochenzeitungen (siehe 2.5.1)
- Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen (siehe 2.5.2)
- Qualitätsförderung und Zukunftssicherung (siehe 2.5.3).

Im Jahr 2021 standen insgesamt 8.687.000 Euro für Förderanträge zuzüglich 194.000 Euro für die Selbstkontrolle im Bereich der österreichischen Presse „Verein zur Selbstkontrolle der österreichischen Presse – Österreichischer Presserat“ zur Verfügung. Die Mittel verteilten sich zu 45 % auf die Vertriebsförderung (3.885.000 Euro), zu 37 % auf die Besondere Förderung für Tageszeitungen (3.242.000 Euro) und zu 18 % auf die Qualitätsförderung und Zukunftssicherung (1.560.000 Euro).⁴¹

Für das Jahr 2020 wurde das Budget in Form verschiedener Komponenten aufgestockt, um die Folgen der COVID-19-Pandemie abzufedern. In diesem Zuge wurden 9.742.164 Euro an Medieninhabern von Tageszeitungen für Druckkosten ausgezahlt und die Vertriebsförderung um 150 % auf insgesamt 9.712.500 Euro aufgestockt. Des Weiteren wurde eine einmalige und außerordentliche Förderung von insgesamt 3.000.000 Euro an Medieninhaber von Gratis- und Kaufwochenzeitungen, Kaufzeitschriften, Regionalzeitungen und Onlinezeitungen und -zeitschriften ausgezahlt.⁴²

³⁹ Bundesgesetzblatt (1975), 405. Bundesgesetz: Förderung der Presse. In den Jahren 2017-2019 war die Höhe und die Struktur des Förderbudgets identisch.

⁴⁰ VÖZ (2010), Presseförderung und Bundesrepublik Österreich, Presseförderungsgesetz 2004.

⁴¹ KommAustria (2021), Übersicht Ergebnisse der Presseförderung 2021.

⁴² KommAustria (2020), Übersicht Ergebnisse der Presseförderung 2020.

2.5.1 Vertriebsförderung Tageszeitungen und Wochenzeitungen – Steckbrief

Vertriebs- förderung

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Vertriebsförderung Tages- und Wochenzeitungen
Fördermittelgeber	Bundesrepublik Österreich
Ziele der Förderung	Förderung der Vielfalt der Presse in Österreich (RIS 2022)
Fördergegenstand	Vertriebsförderung (RIS 2022)
Antragsberechtigte	Verleger von Tages- und Wochenzeitungen (KommAustria 2022a)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	KommAustria (Kommunikationsbehörde Austria) (RIS 2022)
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Die Zeitungen müssen auf Grund ihres Inhaltes über den Kreis der reinen Fachpresse hinausreichen sowie vorwiegend der politischen, allgemein wirtschaftlichen und kulturellen Information und Meinungsbildung dienen und dürfen weder Kundenzeitschriften noch Presseorgane von Interessenvertretungen sein; • Der redaktionelle Teil muss überwiegend aus eigenständig gestalteten Beiträgen bestehen; • Die Zeitungen müssen bei Einbringung des Antrags auf Zuteilung von Fördermitteln seit einem halben Jahr regelmäßig erscheinen und in dieser Zeit die Voraussetzungen für die Förderung erfüllt haben; • Verleger dürfen weder eine Gebietskörperschaft sein, noch dürfen Gebietskörperschaften mittelbar oder unmittelbar an diesen beteiligt sein; • Die Inhalte der Zeitungen dürfen nicht nur von lokalem Interesse sein und müssen eine Verbreitung und Bedeutung zumindest in einem Bundesland aufweisen; • Sonderregelungen bei Druckschriften, die in einer Sprache der Volksgruppen gemäß Art. 8 Abs. 2 B-VG herausgegeben werden; • Tageszeitungen müssen zumindest 240mal, Wochenzeitungen zumindest 41mal jährlich erscheinen und der Großteil der Auflage muss in Österreich, vorwiegend im freien Verkauf oder im Abonnementbezug, erhältlich sein; • Die Zeitungen müssen nachprüfbar eine verkaufte Auflage von mindestens 10.000 Stück bundesweit oder 6.000 Stück in einem Bundesland je Nummer aufweisen; • Sie müssen mindestens sechs hauptberuflich tätige Journalisten beschäftigen und • der Verkaufspreis darf im Jahresdurchschnitt nicht erheblich unter jenem vergleichbarer Tageszeitungen liegen <p>(PresseFG 2004)</p>

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Vertriebsförderung Tages- und Wochenzeitungen
Start	2004 (PresseFG 2004)
Förderzeitraum	Jährlich, rückwirkend (KommAustria 2022b)
Förderbudget	<p>Wird jährlich festgelegt (PresseFG 2004)</p> <p>Seit 2017 ein jährlicher Förderbetrag von 3,885 Mio. Euro. Im Jahr 2020 erhöhte sich der Betrag auf insgesamt 9,712 Mio. Euro einschließlich einer einmaligen COVID-Erhöhung. (Website RTR, Open Data).</p> <p>Das Budget verteilte sich in den letzten drei Jahren auf 48 (2019), 52 (2020) und 45 geförderte Anträge (2021).</p>
Förderhöchstsatz pro Antrag	<p>Kein Förderhöchstsatz festgelegt</p> <p>Der Förderbetrag pro Tages- und Wochenzeitung bestimmt sich über einen mehrstufigen Verteilungsschlüssel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufteilung auf Tages- und Wochenzeitungen im Verhältnis von 54:46 <p>Tageszeitungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gleichmäßige Verteilung auf alle förderungswürdigen Tageszeitungen • Verleger mit mehr als einer förderungswürdigen Tageszeitung (gilt auch für Titel desselben Medienverbundes): abgestufte (Abschlag von 20 %/ 40 %/ 60 %/ 80 %, d.h. Förderung von maximal fünf Titeln) <p>Wochenzeitungen</p> <ul style="list-style-type: none"> • für die ersten 15.000 im Abonnement verbreiteten Exemplare (inklusive Groß- und Mitgliederabonnements). <p>Verleger mit mehr als einer förderungswürdigen Wochenzeitung (gilt auch für Titel desselben Medienverbundes): abgestufte Förderbeträge (Abschlag von 20 %/ 40 %/ 60 %/ 80 %, d.h. Förderung von maximal fünf Titeln)</p> <p>(PresseFG 2004)</p>

2.5.2 Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen – Steckbrief

Vertriebs-
förderung

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen
Fördermittelgeber	Bundesrepublik Österreich
Ziele der Förderung	Erhaltung der regionalen Vielfalt von Tageszeitungen in Österreich (PresseFG 2004)
Fördergegenstand	Regionale Tageszeitungen (PresseFG 2004) Sie bezieht sich auf Tageszeitungen (inklusive Kopfblätter), die hinsichtlich der gesellschaftlich-politischen Meinungs- und Willensbildung eine besondere Rolle spielen, ohne jedoch eine marktführende Stellung einzunehmen.
Antragsberechtigte	Verleger von regionalen Tageszeitungen (KommAustria 2022a)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	KommAustria (Kommunikationsbehörde Austria) (PresseFG 2004)
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Tageszeitungen müssen zumindest 240mal, Wochenzeitungen zumindest 41mal jährlich erscheinen und der Großteil der Auflage muss in Österreich, vorwiegend im freien Verkauf oder im Abonnementbezug, erhältlich sein; • die verkaufte Auflage pro Nummer darf im Jahresdurchschnitt auf das gesamte Bundesgebiet bezogen maximal 100.000 Stück betragen; • der jährliche Seitenumfang darf nicht zu mehr als der Hälfte aus Anzeigen bestehen; • die Zeitung beschäftigt mindestens zwölf hauptberuflich tätige Journalisten und • darf kein regionaler oder nationaler Marktführer sein. (PresseFG 2004)
Start	2004 (PresseFG 2004)
Förderzeitraum	Jährlich, rückwirkend (KommAustria 2022b)
Förderbudget	Wird jährlich festgelegt (PresseFG 2004) Seit 2017 beträgt die jährliche Fördersumme 3,242 Mio. Euro, die sich auf vier geförderte Anträge verteilt.

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen
Förderhöchstsat pro Antrag	Verteilungsschlüssel laut bundesfinanzgesetzlichen Ansätzen auf Vertriebsförderung, Besondere Förderung, Qualitätsförderung/Zukunftssicherung; Jede förderungswürdige Zeitung erhält einen Sockelbetrag von 500.000 Euro. Die restlichen Fördermittel werden mittels eines Verteilungsschlüssels aufgeteilt, höchstens jedoch 25.000 pro Titel (PresseFG 2004)

2.5.3 Qualitätsförderung und Zukunftssicherung – Steckbrief

Journalisten- förderung

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Qualitätsförderung und Zukunftssicherung
Fördermittelgeber	Bundesrepublik Österreich
Ziele der Förderung	Qualitätsförderung und Zukunftssicherung (PresseFG 2004)
Fördergegenstand	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbildungskosten (Kosten von Auszubildenden und von Redaktionsmitgliedern, die ganz oder teilweise für die interne Ausbildung zum Journalisten im Print-Bereich und – falls die Ausbildungsmodule auch den Online-Bereich inkludieren – im Online-Bereich abgestellt sind) • Durchführung von Seminaren, Volontariate; Forschungsprojekte auf dem Gebiet des Pressewesens • Einsatzes angestellter Auslandskorrespondenten; Förderung des Lesens von Tages- und Wochenzeitungen (vor allem an Schulen) PresseFG 2004

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Qualitätsförderung und Zukunftssicherung
Antragsberechtigte	<ul style="list-style-type: none"> • Verleger von Tages- oder Wochenzeitungen • Vereinigungen, deren Hauptaufgabe die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung von journalistischen Mitarbeitern österreichischer Medienunternehmen ist und die hierfür von repräsentativer Bedeutung sind, sofern sie nicht auf Gewinn gerichtet sind und ihre Aus- und Fortbildungsmaßnahmen sich vorwiegend auf diejenigen Mitarbeiter beschränken, die als Angestellte eines österreichischen Medienunternehmens journalistisch tätig sind oder ihre journalistische Tätigkeit ständig und nicht bloß als wirtschaftlich unbedeutende Nebenbeschäftigung ausüben; • Presseklubs: nicht auf Gewinn gerichteten Vereinigungen, deren Hauptaufgabe die Veranstaltung oder Durchführung von Pressekonferenzen ist; • Vereinigungen, die sich die Leseförderung zum ausschließlichen Ziel gesetzt haben (KommAustria 2022a)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	KommAustria (Kommunikationsbehörde Austria) (PresseFG 2004)
Entscheidungskriterien für Vergabe	Für Verleger von Tages- und Wochenzeitungen gelten alle unter 2.5.1 und 2.5.2 aufgeführten Kriterien
Start	2004 (PresseFG 2004)
Förderzeitraum	Jährlich, rückwirkend (KommAustria 2022b)
Förderbudget	Wird jährlich festgelegt (PresseFG 2004) Seit 2017 beträgt die jährliche Fördersumme 1,560 Mio. Euro, die sich auf 52 bis 58 geförderte Anträge verteilt.

Fördermaßnahme	Presseförderungsgesetz 2004: Qualitätsförderung und Zukunftssicherung
Förderhöchstsatz pro Antrag	<p>Verteilungsschlüssel laut bundesfinanzgesetzlichen Ansätzen auf Vertriebsförderung, Besondere Förderung, Qualitätsförderung/Zukunftssicherung;</p> <p>A. Journalistenausbildung 39 %</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachwuchsjournalisten: Zuschuss in Höhe von höchstens einem Drittel der nachgewiesenen Ausbildungskosten erstattet (20.000 € pro Tages- oder Wochenzeitung); • Ausbildungskosten: Kosten von Aspiranten und von Redaktionsmitgliedern, die ganz oder teilweise für die interne Ausbildung zum Journalisten im Print-Bereich und – falls die Ausbildungsmodule auch den Online-Bereich inkludieren – im Online-Bereich abgestellt sind, anerkannt. <p>B. Presseclubs 3 %</p> <p>C. Journalistenausbildungsförderung, Auslandskorrespondentenförderung, Leseförderung, Förderung von Forschungsprojekten 58 %</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vereinigungen: 70 % an Vereinigungen, die sich ausschließlich oder vorwiegend einer intensiven Journalistenausbildung widmen, mindestens einen hauptberuflich für die Aufgaben der Journalistenausbildung tätigen Angestellten beschäftigen und mindestens 1.300 Ausbildungstage im Jahr erreichen. • 30 % an Vereinigungen, die sich insbesondere auch der Talent- bzw. Nachwuchsförderung widmen. Dieser Betrag wird so verteilt, dass keiner Vereinigung mehr als ein Drittel der für diese Zwecke vorgesehenen Mittel gewährt werden. <p>(PresseFG 2004)</p>

2.5.4 Stimmen zum Presseförderungsgesetz 2004

Die Presseförderung in Österreich werde von Experten als wenig zielgenaue Förderung beschrieben, bei der Qualität so gut wie keine Rolle spiele, so der Wiener Kommunikationswissenschaftler Alexander Kaimberger. Insgesamt 80 % des Förderbudgets entfalle auf die Vertriebsförderung und auf die besondere Förderung für Tageszeitungen, siehe Einleitung zum Abschnitt 2.5). In der aktuellen Fassung würden privatwirtschaftliche Medienunternehmen eher allgemein gefördert, ungeachtet ihres Inhalts. Kaimberger schlägt zusätzliche Qualitätskriterien vor, um journalistische gegenüber boulevardesken Inhalten zu bevorzugen und zu honorieren, wenn Zeitungen einen gesellschaftlichen Mehrwert leisten.⁴³ Auch Falter-Herausgeber und Chefredakteur Armin Thurnher kritisiert die Presseförderung in ihrer aktuellen Form. In einem Gespräch mit Kontrast.at fordert er eine mutige Neuausrichtung der Förderung, bei der unter anderem der Einfluss der Parteipolitik verhindert werden solle. Zudem spricht er sich für eine Unterstützung derer aus, die sich um mediale Qualität bemühen. Zu diesem Zweck schlägt er einen international

⁴³ Zitiert nach Demmel (2021), Presseförderung in Österreich.

besetzten Experten-Rat vor, der über Förderzusage und -höhe entscheiden solle. Auch würde er die Offenlegung des Entscheidungsprozesses begrüßen.⁴⁴

Kritiker bezeichnen speziell die Vertriebsförderung als Förderung der Großen, da die Höhe der Förderung unter anderem an der Auflagenzahl festgemacht werde. Dies wirke der Medienvielfalt entgegen, so Franz C. Bauer von der Journalistengewerkschaft.⁴⁵ Es erfolge so eine Förderung „nach dem Gießkannenprinzip“ ohne spezifische Prüfung der Fördernotwendigkeit, da zwar ökonomisch schwache Zeitungen am Leben gehalten werden, aber auch die gut gestellten Zeitungen profitierten. Vorgeschlagen wird beispielsweise, dass der Anteil der Vertriebsförderung verringert werden und den leistungsgebundenen Förderlinien zugutekommen solle.⁴⁶

Auch die Sonderförderung zur Abfederung der Folgen der COVID-19-Pandemie wird häufig kritisch gesehen. Zum einen würde diese die Abhängigkeit der Medien von der Regierung verstärken und zum anderen führe die bloße Orientierung an der Auflage nicht zu einer Förderung der Bedürftigsten.⁴⁷ Schließlich attestiert Kontrast.at der Sonderförderung, dass sie besonders ÖVP-eigenen Medien sowie ÖVP-freundlichen Blättern zugutekomme. Kritische Medien würden dagegen benachteiligt, was auf die (seinerzeit) „Kurz-nahe“ Organisation der Fördermittelvergabe zurückgeführt werden könnte.⁴⁸

Eine weitere Herausforderung der österreichischen Presse: Während seit Jahren eine Aufstockung der offiziellen Presseförderung von allen Journalistenorganisationen gefordert wird, werde mittels Inseraten ein Vielfaches der öffentlichen Förderung willkürlich vergeben. Während beispielsweise im Jahr 2021 rund neun Millionen Euro als direkte Presseförderung vergeben wurde, gibt die Regierung jährlich mehr als 220 Millionen Euro für Anzeigen aus und bewirkt damit eine deutlich substantielle indirekte Presseförderung. Dies eher undurchsichtige, indirekte Förderung sei auch einer der Gründe, warum Österreich zuletzt im internationalen Ranking der Pressefreiheit von Reporter ohne Grenzen (RSF) vom 17. auf den 31. Platz abrutschte.⁴⁹

Der Medienwissenschaftler Paul Murschetz stellt in einer kritischen Stellungnahme zur österreichischen Presseförderung fest, dass es an einer nationalen, medienpolitischen Gesamtkonzeption fehle. Besonders die klassische Trennung bei der Förderung in Rundfunk und Print, wobei Letzteres oft sogar noch in Presse- und Publizistikförderung aufgeteilt werde, hält er nicht mehr für zeitgemäß. Für eine effektivere Presse-Förderlandschaft sollten die Punkte Medienvielfalt, Qualität, Transparenz, Treffsicherheit, Evaluation im Vordergrund stehen. Auch empfiehlt er eine Förderung zukunftsgerichteter und

⁴⁴ Zitiert nach Demmel (2021), Presseförderung in Österreich.

⁴⁵ Zitiert nach Haas et al (2012), Evaluierung der Presseförderung in Österreich

⁴⁶ Haas et al (2012), Evaluierung der Presseförderung in Österreich und Puppis, Bürdel (2019), Ländervergleich Onlinemedienförderung.

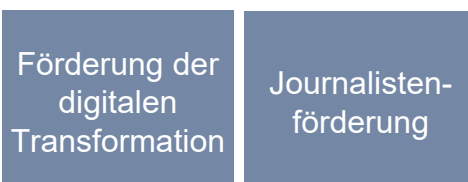
⁴⁷ Demmel (2021), Presseförderung in Österreich.

⁴⁸ Zitiert nach Pühringer (2020), Corona-Sonder-Medienförderung.

⁴⁹ Förderl-Schmid (2022), Pressefreiheit in Österreich, RSF (2022a), Rangliste der Pressefreiheit und RSF (2022b), Katastrophaler Absturz Österreichs.

innovativer Projekte, die Entwicklungen wie beispielsweise Twitter-Journalismus Rechnung trage.⁵⁰

2.6 Fonds zur Förderung der digitalen Transformation (Österreich)



Fördermaßnahme	Fonds zur Förderung der digitalen Transformation
Fördermittelgeber	Bundesrepublik Österreich (Finanzierung aus Aufkommen der Digitalsteuer auf Onlinewerbung)
Ziele der Förderung	<ul style="list-style-type: none"> - Erhaltung der Vielfalt an Anbietern und Anbieterinnen - Stärkung der Medienunternehmen und ihres digitalen Angebots zur Festigung der zentralen Rolle der Medien in einer modernen demokratischen Gesellschaft (RTR 2022)
Fördergegenstand	Auf- und Ausbau des digitalen Angebots in der Medienlandschaft von privaten Medienunternehmen, die ihre Medieninhalte auf das österreichische Publikum ausrichten (§ 33a Abs. 1 KOG) (1) Digitale Transformation: Maßnahmen zur Transformation und zum Ausbau der Digitalisierung der Medienlandschaft (2) Digital-Journalismus: Maßnahmen zur Stärkung der journalistischen Tätigkeit in der zunehmend digitalisierten Medienlandschaft (3) Jugendschutz und Barrierefreiheit: Maßnahmen im Bereich der Erhöhung des Jugendschutzes und der barrierefreien Zugänglichkeit von Inhalten. (§ 33b KOG)
Antragsberechtigte	Medienunternehmen, in denen die inhaltliche Gestaltung einer Tages-, Wochen- und Monatszeitungen von nicht bloß lokaler Bedeutung besorgt wird (mit Berücksichtigung von Volksgruppen) Hörfunkveranstalter und Fernsehveranstalter (öffentlich und privat) Nichtkommerzielle Rundfunkveranstalter (§ 33a Abs. 3 KOG)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Nach Stellungnahme eines Fachbeirats entscheidet der Geschäftsführer des Fachbereichs Medien der RTR-GmbH (RTR 2022)

⁵⁰ Murschetz (2020), Millionen-Hilfe für freundliche Nachrichtenmedien?

Fördermaßnahme	Fonds zur Förderung der digitalen Transformation
Entscheidungskriterien für Vergabe	Einreichung umfangreicher Nachweise 1. Angaben zum Förderungswerber oder zur Förderungswerberin, samt aktuellem Firmenbuchauszug 2. Fortbestandsprognose des Unternehmens 3. Erklärung, dass es sich um kein Unternehmen in Schwierigkeiten handelt 4. Nachweis der regelmäßigen Erfüllung von Abgaben- und Sozialversicherungspflichten 5. die zur Berechnung der Anreizförderung notwendigen Unterlagen 6. Aussagekräftige Projektbeschreibung 7. Angaben zum Projektzeitraum 8. Digitalisierungsprojektbericht bei Anträgen um Anreizförderung 9. Kalkulation der Kosten des zu fördernden Projekts 10. Finanzierungsplan 11. Aktueller Jahresabschluss 12. Investitionsplan und AfA-Plan 13. Gegebenenfalls Forschungs- und Entwicklungsquote 14. Lohnkonten direkt angestellter Personen 15. Verträge für eingereichte Kostenteile 16. Gegebenenfalls Barrierefreiheit-Bericht (RTR 2022)
Start	14. April 2022
Förderzeitraum	Jährlich
Förderbudget	54 Millionen Euro (2022), dann jährlich 20 Millionen Euro (keine Befristung)
Förderhöchstsatz pro Antrag	Absolute Fördergrenze 1,75 Millionen pro Kalenderjahr pro Förderungswerber je Förderbereich (Anreiz- und Projektförderung) Projekte im Bereich Digitale Transformation und Digital-Journalismus: <ul style="list-style-type: none"> • 750.000 Euro und gemeinsame Förderprojekte von Unternehmen, die nicht in einem gemeinsamen Unternehmensverbund stehen, beträgt die maximale Förderung pro Projekt EUR 1,5 Millionen • Max. 50 % der eingereichten und anerkannten förderbaren Kosten Projekte im Bereich Jugendschutz oder Barrierefreiheit: <ul style="list-style-type: none"> • die Gesamtsumme der einem Unternehmen gewährten De-minimis-Beihilfen darf in einem Zeitraum von drei Steuerjahren 200.000 Euro nicht übersteigen. (RTR 2022)

Angesichts der zunehmenden Konkurrenz mit weltweit agierenden Plattformen wurde in Österreich im April 2022 über eine Novellierung des KommAustria-Gesetz (KOG) und

des Digitalsteuergesetz 2020⁵¹ ein umfassendes Förderpaket zur Förderung der digitalen Transformation österreichischer Medienunternehmen eingeführt. In der Begründung zu der Gesetzesänderung heißt es, dass diese notwendig sei, „[d]amit auf das österreichische Publikum ausgerichtete Medienunternehmen angesichts dieser dramatischen wirtschaftlichen Situation, die Investitionen in Produktinnovationen und in den Einsatz neuer Technologien erschweren bzw. de facto verunmöglichen, konkurrenzfähig bleiben“ (Erläuterungen der Regierungsvorlage zur Änderung des KOG (Bundeskanzleramt 2021), S. 1). Die Finanzierung des Fonds erfolgt aus den zusätzlichen Mitteln der Digitalsteuer.⁵² Insbesondere der damit zusammenhängende Ausbau der Digital-Angebote sowie deren konstante Weiterentwicklung an das sich stetig ändernde Nutzerverhalten sollen durch diese Mittel gefördert werden. Mit der 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. Die Europäische Kommission hat keine Einwände gegen die staatliche Beihilfe erhoben, da die Regelung gemäß Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union mit dem Binnenmarkt vereinbar sei.⁵³

Nach Inkrafttreten der Gesetzesnovelle am 13. April 2022 hat RTR Medien die Plattform „Förderung der digitalen Transformation“ am 9. Mai 2022 gestartet, auf der berechnigte Medienunternehmen Anträge für die Finanzierung von Maßnahmen aus den drei Kategorien digitale Transformation, Digital-Journalismus sowie Jugendschutz und Barrierefreiheit stellen können. Der Fonds stellt eine Ergänzung der staatlichen Presseförderung durch einen weiteren großen Förderbaustein mit dem Ziel, die Anbietervielfalt in der Presse- und Rundfunkbranche zu erhalten und den Auf- und Ausbau des digitalen Angebots in der Medienlandschaft zu unterstützen. Zu diesem Zweck wurde ein Fonds zur Förderung der digitalen Transformation eingerichtet, der mit einem Budget von 54 Mio. Euro für das Jahr 2022 ausgestattet wurde und ab dem Jahr 2023 mit einem Budget von 20 Mio. Euro fortgeführt wird.⁵⁴

So werden neben kommerziellen und nichtkommerziellen Hörfunk- und Fernsehveranstaltern, im Wesentlichen Medienunternehmen gefördert, „in denen die inhaltliche Gestaltung einer Tages-, Wochen- oder Monatszeitung von nicht bloß lokaler Bedeutung besorgt wird, vorausgesetzt, der weitaus überwiegende Anteil der jeweiligen Medieninhalte [...] wird gleichzeitig mit der oder höchstens zwei Wochen nach der Verbreitung im Druckwerk auch elektronisch bereitgestellt“ (§ 33a KOG). Die RTR GmbH, die mit der

⁵¹ https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2022_I_51/BGBLA_2022_I_51.pdf#sig

⁵² § 1 Abs. 1 DiStG 2020: Der Digitalsteuer unterliegen Onlinewerbeleistungen, soweit sie von Onlinewerbeleistern im Inland gegen Entgelt erbracht werden. Eine Onlinewerbeleistung gilt als im Inland erbracht, wenn sie auf dem Gerät eines Nutzers mit inländischer IP-Adresse empfangen wird und sich ihrem Inhalt und ihrer Gestaltung nach (auch) an inländische Nutzer richtet. Das Digitalsteuergesetz ist am 23.10.2019 in Kraft getreten. (Digitalsteuergesetz 2020, BGBl. I Nr. 91/2019).

⁵³ Europäische Kommission (2021a), Staatliche Beihilfe SA.62555 (2021/N) – Österreich – Förderung der digitalen Transformation im Verlagswesen, C(2021) 9656 final, 20.12.2021.

⁵⁴ KommAustria (2022), RTR Medien startet „Förderung der digitalen Transformation“ für Medienunternehmen am 9. Mai.

Durchführung und Abwicklung des Förderprogramms beauftragt ist, hat die Förderrichtlinien auf der Grundlage der beschlossenen Gesetzesänderung festgelegt (§ 33f KOG) und bereits im Mai 2022 einen Förderaufruf gestartet. Zur Beratung der RTR-GmbH bei der Vergabe der Mittel soll ein Fachbeirat eingerichtet werden (§ 33h KOG).

RTR hat in der Förder-Richtlinie die Verteilung der Fördermittel festgelegt.⁵⁵ Das Gesetz unterscheidet zwischen Anreizförderung und Projektförderung. Im Rahmen der Anreizförderung werden Unternehmen gefördert, die im Zusammenhang mit einem konkreten Projekt die Verwirklichung eines oder mehrere Förderungsziele verfolgt und die Förderung nicht bloß zur Finanzierung von laufenden Geschäftstätigkeiten eingesetzt wird. Bedingung ist die regelmäßige Berichterstattung über die Verwendung der Mittel zur Erreichung der Förderungsziele (§ 33g KOG). Die Beantragung von Mitteln aus der Anreizförderung erfordert zusätzliche Nachweise bei Antragstellung und ist mit zusätzlichen Berichtspflichten verbunden.

Auf die Anreizförderung entfällt ein Drittel des jährlichen Budgets. Das Fördergesetz schreibt vor, dass diese Förderung von Medienunternehmen beantragt werden kann, die Tages- und Wochenzeitungen von nicht bloß lokaler Bedeutung herausbringen und deren Inhalte auch digital verbreitet werden. Die verbleibenden zwei Drittel der jährlichen Fördermittel für die Projektförderung werden wie folgt vergeben: 72,5 % dienen der Unterstützung von Maßnahmen der digitalen Transformation (davon 70 % an die „Branche Print“, also an Medienunternehmen, die Tages-, Wochen-, oder Monatszeitungen herausbringen, und 30 % an die „Branche Rundfunk“), 12,5 % dienen der Unterstützung von Maßnahmen des Digital-Journalismus (70 % Branche Print und 30 % Branche Rundfunk), und die verbleibenden 15 % dienen der Unterstützung von Maßnahmen für die Verbesserung des Jugendschutzes und der Barrierefreiheit (20 % Branche Print und 80 % Branche Rundfunk). Damit kommen insgesamt drei Viertel des Budgets (für 2022 also 40,5 Millionen Euro) Medienunternehmen zugute, die für die inhaltliche Gestaltung von Zeitungen verantwortlich sind.

Die KOG-Novelle traf auf breite Zustimmung im Österreichischen Parlament mit Ausnahme der FPÖ. In der Parlamentsaussprache kritisierten Vertreter und Vertreterinnen der SPÖ Detailspekte der Gesetzesnovelle. So sei es unverständlich, warum der Fonds mit nur 20 Millionen Euro jährlich dotiert ist, obwohl die Digitalsteuer rund 80 Millionen Euro einbringe. Kritik übten sie auch daran, dass reine Online-Medien nicht erfasst seien. Es wurde zudem die Sorge geäußert, dass nicht kommerzielle Anbieter die Kriterien zur Förderung nicht erfüllen könnten. Die Grünen im österreichischen Parlament betonten, dass erstmals Kriterien definiert worden seien, die sich nicht an der Auflagenstärke orientierten. Das Gesetz ziele auf die Qualität und den Erhalt und Ausbau journalistischer Arbeitsplätze ab, und das sei eine sinnvolle Medienförderung. Als ein Defizit sehen auch

⁵⁵ RTR (2022), Fonds zur Förderung der digitalen Transformation, Förderrichtlinien (FFDT-RL).

Die Grünen den Umstand an, dass reine Online-Medien nicht erfasst seien. Es gebe nur fünf reine Online-Medien in Österreich. Insofern regte sie eine Erweiterung an.⁵⁶

2.7 Förderung für Medienprojekte mit hoher journalistischer Qualität (Österreich)

Innovations-
förderung

Journalismus-
förderung

Fördermaßnahme	Wiener Medieninitiative: Förderung für Medienprojekte mit hoher journalistischer Qualität
Fördermittelgeber	Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.
Ziele der Förderung	Anreize zu schaffen, die es Medienunternehmen ermöglichen, innovative und wirtschaftlich nachhaltige Angebote zu realisieren Mittelfristig Beitrag zur Schaffung einer Medienvielfalt und zur Strukturverbesserung für Journalistinnen und Journalisten beitragen Langfristig eine positive Wirkung auf das Innovations-, Wachstums- und Beschäftigungspotenzial von Wiener Medienunternehmen auszuüben und so generell die Qualität von Medienangeboten am Standort Wien zu erhöhen (Wirtschaftsagentur Wien 2019a)
Fördergegenstand	Projekte zur Entwicklung und anschließender oder begleitender Vermarktung und Distribution von Medienangeboten. Die Projekte müssen ein hochwertiges journalistisches und innovatives Konzept aufweisen. Alle Projekte müssen in ein schlüssiges unternehmerisches Gesamtkonzept eingebettet sein. (Wirtschaftsagentur Wien 2019)
Antragsberechtigte	Wiener Medienunternehmen und Medienunternehmen in Gründung (Wirtschaftsagentur Wien 2019)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Unterstützung durch eine Fachjury (Wirtschaftsagentur Wien 2019)

⁵⁶ Österreichisches Parlament (2022), Parlamentskorrespondenz Nr. 312 vom 24.03.2022.

Fördermaßnahme	Wiener Medieninitiative: Förderung für Medienprojekte mit hoher journalistischer Qualität
Entscheidungskriterien für Vergabe	Für die Bewertung von Anträgen werden einerseits allgemeine und andererseits spezifische Bewertungskriterien herangezogen. Die Gewichtung der Kriterien wird im Bewertungsschema festgelegt. (Wirtschaftsagentur Wien 2019 und 2019a) Verwendete Kriterien (mit dokumentiertem Bewertungsschema): u.a. journalistische Qualität, Innovationsgrad, Geschäfts, Vertriebs- und Marketingmodell, Ressourcen und Finanzierung, unternehmensinterne und strategische Bedeutung, Team und Kompetenzen, Beschäftigungswirkungen, Regionalwirtschaftliche Relevanz (Wirtschaftsagentur Wien 2019c)
Start	4. November 2019
Förderzeitraum	04.11.2019 - 31.10.2022
Förderbudget	Medienprojekt: 7,5 Millionen Euro* (max. Förderquote 60 % für Unternehmen in Gr. und 45 % für bestehende Unternehmen)
Förderhöchstsatz pro Antrag	Medienprojekt: Mindestprojektgröße: 10.000 Euro, max. 100.000 Euro plus 5.000 Euro Frauenbonus, wenn das Projekt von einer qualifizierten Mitarbeiterin, Gesellschafterin, Inhaberin geleitet wird.

Anmerkung: * Fördersumme bezieht sich auf die Förderprogramme „Medienprojekte“ und „Medienstart“ zusammen.

In den ersten vier Förderrunden der Wiener Medieninitiative (umfasst neben der hier beschriebenen Förderlinie „Medienprojekte“ auch die Förderlinie „Medienstart“) von Herbst 2019 bis Januar 2022 wurden bereits 96 Projekte mit insgesamt mehr als vier Millionen Euro gefördert.⁵⁷ Anträge kämen sowohl von renommierten Häusern als auch von Startups. Tages- und Wochenzeitungen hätten so bereits neue Ideen für die Berichterstattung entwickelt und eingereicht, während innovative Unternehmen meist zielgruppenspezifische Produkte entwerfen.⁵⁸

2022 erweiterte die Wirtschaftsagentur Wien das Angebot für geförderte Projekte mit dem Angebot kostenloser (individualisierter) Workshops und Netzwerkveranstaltungen. Ziel ist es, Geförderte dabei zu unterstützen, ihr Projekt weiter zu professionalisieren. Jedes Projektteam kann an jeweils zwei Veranstaltungen teilnehmen. Gestaltet werden diese von Experten aus der Branche.⁵⁹ Die ersten Runden hätten noch wenig innovative Projekte hervorgebracht und es werde deutlich, dass nicht nur die Medienschaffenden direkt, sondern auch die Rahmenbedingungen bedacht werden müssten, so Buschow in das biber.⁶⁰

Mit der Förderung trägt die Stadt Wien der selbst gesetzten wirtschaftspolitischen Aufgabe Rechnung, Anreize zu schaffen, dass Medienunternehmen innovative und

⁵⁷ Wirtschaftsagentur Wien (2021), Neu: Wiener Medieninitiative Lab.

⁵⁸ OTS (2021), Erfolgreich: Wien fördert qualitativen Journalismus.

⁵⁹ Wirtschaftsagentur Wien (2021), Neu: Wiener Medieninitiative Lab.

⁶⁰ Zitiert nach Wagner (2021), Das Wiener Medienexperiment.

wirtschaftlich nachhaltige Projekte realisieren. Es wird eine Steigerung des Beschäftigungs-, Wachstums- und Innovationspotenzials angestrebt. Diese sollten durch qualitätsvolle, journalistische Tätigkeiten die demokratischen Diskurse der Stadt beleben und so zu einer hohen Lebensqualität beitragen. Dabei sollen sowohl die Medienvielfalt erhöht, als auch die Strukturen für Medienschaffende verbessert werden.⁶¹

Buschow (der auch Mitglied der Fachjury in den beiden Förderprogrammen Medienprojekt und Medienstart ist) sieht in dieser Förderung vor allem die Überwindung der in Österreich – wie dargestellt – vorherrschenden Förderung der Presse mit hohen Streueffekten (Förderung nach dem „Gießkannen“-Prinzip). Während bei jenen Förderungen vorwiegend kaufstarke Printtitel profitierten, stelle die Wiener Medieninitiative qualitative und innovative Aspekte in den Vordergrund und wende sich so auch gegen intransparente Inserat-Förderung. Als positiv sieht er weiterhin, dass die Mittel für die Förderung nicht an anderer Stelle gestrichen, sondern zusätzlich bereitgestellt würden, und dass sie weiterhin in die neue Wiener Stadtkommunikation eingebunden seien. Debatten über die Verteilung wurden so vorab vermieden.⁶²

2.8 Geplantes Maßnahmenpaket zugunsten der Medien (Schweiz)

Der Entwurf des Bundesgesetzes über ein Maßnahmenpaket zugunsten der Medien wurde am 29. April 2020 erstmals vorgelegt und am 18. Juni 2021 von der Bundesversammlung der Schweizerischen Eidgenossenschaft beschlossen. Am 6. Oktober 2021 wurde ein Referendum gegen das Gesetzesvorhaben eingereicht und am 17. November 2021 bestätigt.⁶³ Das Bundesgesetz wurde am 13. Februar 2022 mit 1.303.644 Nein- zu 1.084.802 Ja-Stimmen abgelehnt.⁶⁴

Das Maßnahmenpaket sah neben der Ausweitung der indirekten Presseförderung, der Förderung von Radio- und Fernsehveranstaltern und den Allgemeinen Massnahmen zugunsten aller elektronischen Medien, auch explizit die Unterstützung von Online-Medien vor.⁶⁵ Die auf sieben Jahre befristete Maßnahme sollte besonders kleine und mittelgroße Verlage ermutigen, Digitalangebote aufzubauen. Auch die Förderung von Neugründungen war Teil der Förderlinie. Ähnlich wie bei der indirekten Förderung sollten jedoch nur abonnierte Titel und keine Gratis-Angebote gefördert werden.⁶⁶

Die indirekte Presseförderung nimmt beim Maßnahmenpaket zugunsten der Medien den größten Teil ein. Diese ebenfalls auf sieben Jahre befristete Förderlinie fördert die Zustellung abonyrierter Tages- und Wochenzeitungen sowie Vereins- und

⁶¹ Wirtschaftsagentur Wien (2019), Richtlinie Wiener Medieninitiative - Medienprojekt.

⁶² Buschow (2020), Förderung nach Wiener Art.

⁶³ BK (2022), Bundesgesetz über ein Massnahmenpaket zugunsten der Medien.

⁶⁴ Schweizerische Eidgenossenschaft (2022), Bundesratsbeschluss über das Ergebnis der Volksabstimmung vom 13. Februar 2022.

⁶⁵ BAKOM (2021a), Medienförderung gemäss Massnahmenpaket und BAKOM (2021b), Förderung von Online-Medien.

⁶⁶ BAKOM (2021b), Förderung von Online-Medien.

Verbandszeitschriften. Dabei ist die Zustellförderung als solches kein Novum in der Schweiz, da diese Art der Förderung bereits im Posttaxengesetz von 1849 festgehalten ist. Neu an der im Bundesgesetz angedachten Förderung wäre die Ausdehnung auf die auflagenstärksten Titel, die Einbeziehung der Förderung der Früh- und Sonntagszustellung sowie die Ausweitung der Fördermaßnahmen erstmals auch für Vereins- und Verbandszeitschriften gewesen.⁶⁷

Im Folgenden soll dieses umfangreiche Massnahmepaket differenziert nach der Förderung von Online-Medien und der Zustellförderung dargestellt werden.

2.8.1 Förderung von Online-Medien – Steckbrief

	Förderung der digitalen Transformation	Innovationsförderung
Fördermaßnahme	Massnahmenpaket zugunsten der Medien: Förderung von Online-Medien	
Fördermittelgeber	Schweizerische Eidgenossenschaft	
Ziele der Förderung	Insbesondere kleinere und mittlere Verlage in der Transformationsphase zu ermutigen, in Digitalangebote zu investieren. (BAKOM 2021b)	
Fördergegenstand	Unterstützung von Medienangeboten, die auf Abruf elektronisch verfügbar sind (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)	
Antragsberechtigte	Organisationen und Medienschaffende mit einem Online-Medienangebot, einschließlich Neugründungen (Start-ups) (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)	
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)	

⁶⁷ BAKOM (2021c), Indirekte Presseförderung.

Fördermaßnahme	Maßnahmenpaket zugunsten der Medien: Förderung von Online-Medien
Entscheidungskriterien für Vergabe	<ul style="list-style-type: none"> • Mindest-Nettoumsatz aus freiwilligen oder obligatorischen Gegenleistungen für die Nutzung des Angebots; • Hinter dem Angebot steht eine private Trägerschaft; • Das Angebot richtet sich vorwiegend an ein schweizerisches Publikum; • Der redaktionelle Teil des Angebots wird kontinuierlich aktualisiert, ist klar von der Werbung getrennt und enthält hauptsächlich Informationen zu politischen, wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhängen; • Das Angebot besteht hauptsächlich aus Inhalten, die nicht bereits mit einem Abgabenanteil über Radio und Fernsehen unterstützt wurden (wenn ja, dann müssen die Inhalte frei verfügbar bereitgehalten werden); • Erklärung, dass nach in der Branche anerkannten Regeln für die journalistische Praxis gearbeitet wird; • Das Impressum des Angebots ist leicht auffindbar; • Barrierefreiheit: Ein angemessener Anteil des Angebots wird für Menschen mit einer Sinnesbehinderung aufbereitet; • Jugendschutz: Die Organisation oder die oder der Medienschaffende sorgt dafür, dass das Angebot Minderjährige weder in ihrer körperlichen, geistig-seelischen, sittlichen noch sozialen Entwicklung gefährdet; • Start-Ups: Neu auf den Markt eintretende Online-Medien sind im zweiten, dritten und vierten Geschäftsjahr beitragsberechtigt. Es gelten abweichende Netto-Mindestumsätze (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)
Geplanter Start	2022/2023 Umsetzung nach Ablehnung in einer Volksabstimmung vom 13. Februar 2022 eingestellt (Wenger 2021)
Geplanter Förderzeitraum	7 Jahre ab 2022/2023 (BAKOM 2021b)
Geplantes Förderbudget	30 Millionen Franken pro Jahr (BAKOM 2021a)
Förderhöchstsatz pro Antrag	Kleine und mittlere Angebote werden mit höheren Beitragssätzen gefördert als große Angebote. Der Beitrag bemisst sich am Nettoumsatz aus den freiwilligen oder obligatorischen Gegenleistungen für die Nutzung des Online-Medienangebots (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)

2.8.2 Ausweitung der indirekten Zustellförderung über Verbilligung der Post- und Frühzustellung – Steckbrief

Vertriebs-
förderung

Fördermaßnahme	Maßnahmenpaket zugunsten der Medien: Ausweitung der indirekten Zustellförderung über Verbilligung der Post- und Frühzustellung
Fördermittelgeber	Schweizerische Eidgenossenschaft
Ziele der Förderung	Entlastung der Verlage, sodass sie mehr Geld in die redaktionelle Arbeit investieren können (BAKOM 2021c)
Fördergegenstand	Zustellkosten (für Frühzustellung von abonnierten Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen durch registrierte Frühzustellorganisationen) (BAKOM 2021c, Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)
Antragsberechtigte	Keine Antragspflicht, Subventionierung der Zustellpreise für Presseudsendungen Schweizerische Post und Frühzustellorganisationen, die abonnierte Tages- und Wochenzeitungen sowie Vereins- und Verbandszeitschriften zustellen (BAKOM 2021c, Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)
Für Vergabeentscheidung zuständige Institution	Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)
Entscheidungskriterien für Vergabe	Bei abonnierten Zeitungen und Zeitschriften: erscheinen mindestens alle zwei Wochen Der Bundesrat kann Kriterien für die Gewährung der Ermäßigung festlegen; solche können insbesondere das Verbreitungsgebiet, die Erscheinungshäufigkeit, der redaktionelle Anteil oder das Verbot von überwiegender Werbung von Produkten und Dienstleistungen sein Der Bundesrat legt die Kriterien für die Gewährung der Frühzustellermäßigungen fest; diese können insbesondere das Verbreitungsgebiet, die Erscheinungshäufigkeit, der redaktionelle Anteil oder das Verbot von überwiegender Werbung von Produkten und Dienstleistungen sein (Schweizerische Eidgenossenschaft 2021)
Geplanter Start	2022/2023 Umsetzung nach Ablehnung in einer Volksabstimmung vom 13. Februar 2022 eingestellt (Kleinreport 2021)
Geplanter Förderzeitraum	7 Jahre ab 2022/2023 (BAKOM 2021c)

Fördermaßnahme	Maßnahmenpaket zugunsten der Medien: Ausweitung der indirekten Zustellförderung über Verbilligung der Post- und Frühzustellung
Geplantes Förderbudget	<ul style="list-style-type: none"> • Tageszustellung (d.h. mit der Schweizerischen Post) von abonnierten Tages-, Wochen- und Zweiwochenzeitungen: 50 Millionen Franken pro Jahr (aktuell liegt die indirekte Zustellförderung bei 30 Millionen Franken für abonnierte Tages- und Wochenzeitungen der Regional- und Lokalpresse, Postgesetz 783.0, Art. 16) • Frühzustellung von abonnierten Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen: 40 Millionen Franken pro Jahr (bislang keine Förderung) • Tageszustellung von Zeitungen und Zeitschriften der Mitgliedschafts- und Stiftungspresse: 30 Millionen Franken (aktuell liegt die indirekte Zustellförderung bei 20 Millionen Franken, Postgesetz 783.0, Art. 16) (BAKOM 2021a)
Förderhöchstsatz pro Antrag	Es ist vorgesehen, dass kleine und mittlere Zeitungen eine höhere Unterstützung pro Exemplar erhalten werden als auflagenstärkere Zeitungen. (BAKOM 2021c)

Anmerkungen: Ein Schweizer Franken entspricht rund einem Euro (2022).

2.8.3 Stimmen zum Maßnahmenpaket zugunsten der Medien

Zentrale Kritikpunkte des Referendumskomitees «Mediengesetz NEIN», das die Kampagne gegen das Maßnahmenpaket zugunsten der Medien anführte, waren die verstärkte Bindung der Medien an den Staat und dass die Kosten für die Steuerzahler hoch werden würden. Zudem führten sie an, dass das Maßnahmenpaket nicht, wie postuliert, besonders den kleinen und mittelgroßen Verlagen zugutekäme: So bräuchten diese die neuen Subventionen nicht zum Überleben, da sie bereits ausreichend subventioniert würden und dies bliebe auch so, unabhängig vom neuen Gesetz- Sie würden im Übrigen durch das Gesetz auch nicht bevorzugt gegenüber den Großen behandelt.⁶⁸

Vom Referendumskomitee «Mediengesetz NEIN» kam an der Förderung der Online-Medien als erstes die Kritik, dass von einer Subventionierung des Online-Abonnements zunächst einmal die Verleger profitieren würden. Des Weiteren würden so kostenlose lokale und regionale Online-Dienste vom Markt gedrängt, was die Online-Medienvielfalt einschränke und von Nachteil für die Bürgerinnen und Bürger sei, die auf kostenlose Online-Informationen angewiesen seien.⁶⁹ Auch wurde durch die Förderkriterien eine inhaltliche Zensur befürchtet. Medien, die rein über Sport berichteten, würden nicht berücksichtigt. Des Weiteren sind die Kriterien so weit gefasst, dass die Behörden sehr viel Interpretationsspielraum bei der Förderentscheidung hätten und gezielt eine inhaltlich differenzierende Förderung durchführen könnten. Caroline Sauser, Kommunikationschefin beim

⁶⁸ Referendumskomitee (2022) Website.

⁶⁹ Referendumskomitee (2021), Argumentarium.

Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) widerspricht diesen Vorwürfen. So stellt sie in den Vordergrund, dass es um die Förderung der Online-Medienvielfalt ginge und dass die Kriterien derart ausgestaltet seien, „[...] dass die Behörden keinen Einfluss auf die Inhalte von Artikeln oder Sendungen nehmen können.“⁷⁰ Auch der Medienwissenschaftler Manuel Puppis widerspricht der Kritik an der Förderung der Online-Medien. Wie er in einem Interview mit *persoenlich.com* feststellt, bestehe kein Zusammenhang zwischen Inhalten und Förderentscheidung und auch man könne vor der ersten Förderentscheidung nicht sagen, dass große Verlage mehr profitierten als Kleine. Er sah vielmehr die Gefahr, dass bei einer Ablehnung des Bundesgesetzes viele kleine Zeitungen und Online-Medien in finanzielle Bedrängnis kämen.⁷¹

Die Kritik an der Zustellermäßigung fiel dagegen weniger umfangreich aus. So bemängelte das Referendatskomitee «Mediengesetz NEIN» lediglich, dass auch von der erweiterten Zustellförderung (besonders der Früh- und Sonntagszustellung) nur große Medienunternehmen profitieren würden, da nur diese dieses Angebot hätten.⁷² Auch diese Kritik wurde vom Medienwissenschaftler Manuel Puppis zurückgewiesen, da im Vorfeld keine Aussagen über die tatsächliche Verteilung der Fördermittel gemacht werden könnten.⁷³

2.9 Mehrwertsteuerreduzierung für Presseprodukte (Vergleich Deutschland, Österreich, Schweiz)

Das Instrument der Mehrwertsteuerreduzierung für Presseprodukte ist eine in Europa weit verbreitete Praxis. In Deutschland und dem deutschsprachigen Ausland wird seit vielen Jahren ein reduzierter Mehrwertsteuersatz auf gedruckte Presseerzeugnisse (und Bücher) angewendet (siehe nachfolgende Tabelle). Mit der Verbreitung von digitalen Presseerzeugnissen wuchs der Druck, diese im Umsatzsteuerrecht gleich zu behandeln. Grundsätzliche Veränderungen im Umsatzsteuerrecht sind kompliziert und bedürfen häufig auch einer Anpassung in den entsprechenden unionsrechtlichen Regelungen. Bis 2018 galt für alle Mitgliedstaaten der EU ein Mindestmehrwertsteuersatz von 15 % der auch für den Verkauf von elektronischen Publikationen (Bücher, Zeitungen und Zeitschriften) galt. Mit der Änderung dieser Regel war es den Mitgliedstaaten möglich, auch für den Verkauf von elektronischen Publikationen den reduzierten Mehrwertsteuersatz anzuwenden. In Deutschland wurde die Angleichung im Jahr 2019 und in Österreich im Jahr 2020 umgesetzt. Die Schweiz führte die umsatzsteuerrechtliche Gleichbehandlung bereits im Jahr 2018 ein.

⁷⁰ Vuille (2022), Mediengesetz.

⁷¹ Frei (2022), «Kleine Medien würden deutlich profitieren».

⁷² Referendatskomitee (2021), Argumentarium.

⁷³ Frei (2022), «Kleine Medien würden deutlich profitieren».

	Gedruckte Zeitungen	Online Publikationen
Deutschland (DE)	7 % statt 19 % (vor 2010)	7 % statt 19 % (2019)
Österreich (AT)	10 % statt 20 % (vor 2010)	10 % statt 20 % (2020)
Schweiz (CH)	2,5 % statt 7,7 % (vor 2010)	2,5 % statt 7,7 % (2018)

Österreich führte im Zuge der COVID-19-Pandemie für die Bereiche Gastronomie, Kultur und Publikationen zur Unterstützung der betroffenen Branchen eine Sonderregelung ein in Form eines verringerten reduzierten Mehrwertsteuersatz auf fünf Prozent per 1. Juli 2020 befristet bis zum 31.12.2021 ein. In Deutschland wurden aus dem gleichen Grund für den Zeitraum vom 1. Juli 2020 bis 31.12.2020 die Mehrwertsteuersätze für alle Produkte, einschließlich Publikationen, gesenkt. In diesem Zeitraum betrug der Mehrwertsteuersatz für gedruckte und digitale Publikationen fünf statt sieben Prozent.

Die europäische Mehrwertsteuer-Richtlinie⁷⁴ sieht vor, dass der reduzierte Mehrwertsteuersatz eine Mindesthöhe von fünf Prozent haben soll (eine Grenze, die sowohl in Österreich als auch in Deutschland bei der befristeten Absenkung eingehalten wurde). Jeder Mitgliedstaat darf bis zu zwei reduzierte Steuersätze ausweisen. Darüber hinaus gibt es in der Mehrwertsteuer-Richtlinie Bestimmungen, welche es den Mitgliedstaaten erlauben, reduzierte Steuersätze, welche bereits vor dem EU-Beitritt in Kraft waren, beizubehalten. Diese Sondersätze werden unterschieden in Nullsätze, stark-reduzierte Sätze und Zwischensätze. Nullsätze für Publikationen, die weite Teile von Presseprodukten umfassen, gab es nach Stand 1. Januar 2020 nur in Dänemark und in Großbritannien, nicht aber im deutschsprachigen Ausland (einschließlich Schweiz).⁷⁵

In Deutschland wurde eine weitere Mehrwertsteuerbefreiung für Presseerzeugnisse vom BDZV als mögliche Unterstützungsmaßnahme vorgeschlagen; ein Vorschlag, den der Verband auch in der Vergangenheit bereits geäußert hat.⁷⁶ Grundsätzlich gilt für diese Maßnahme die Kritik einer Förderung mit hohen Streueffekten (Förderung nach dem „Gießkannen“-Prinzip), mehr noch als für einige der oben beschriebenen Förderprogramme. Über die Verwendung freierwerdender Mittel würde, anders als bei Förderprogrammen, durch die betroffenen Medienhäuser selbst entschieden. Als Vorteil gilt, dass

⁷⁴ Richtlinie 2006/112/EG des Rates vom 28. November 2006 über das gemeinsame Mehrwertsteuersystem. Weitere Informationen finden sich auf der Website der Europäischen Kommission (https://taxation-customs.ec.europa.eu/vat-rates_en). Vgl. außerdem Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (2021), Wirkung der im Zuge der COVID-19-Krise reduzierten Mehrwertsteuersätze, Gutachten im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Juni 2021.

⁷⁵ Europäische Kommission (2020), VAT rates applied in the Member States of the European Union, Situation at 1st January 2020. Großbritannien war 2020 noch Mitglied der EU. In Schweden gibt es eine Mehrwertsteuerbefreiung nur für bestimmte Arten von Publikationen („Services with regard to production (basically printing services but including radio and cassette magazines as well) of membership periodicals, staff periodicals and periodicals issued by non-profit organisations, including services related to such production, such as distribution services“).

⁷⁶ Der BDZV hat diese Forderung mehrfach gestellt, u.a. 2012 nach der Insolvenz der Frankfurter Rundschau und der Financial Times Deutschland, 2020 im Zusammenhang mit dem Haushaltstitel zur Förderung der Digitalen Transformation.

eine Mehrwertsteuerabsenkung oder -befreiung in der rechtlichen Umsetzung komplex ist, im Vergleich zu den beschriebenen Fördermaßnahmen aber vergleichsweise einfacher anzuwenden ist.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- BAKOM Bundesamt für Kommunikation (2021a), Medienförderung gemäss Massnahmenpaket. Juni 2021.
(https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/uebersichtmassnahmen.pdf.download.pdf/%C3%9Cb%20sicht%20Massnahmen%20gem%C3%A4ss%20Massnahmenpaket%20zugunsten%20der%20Medien_DE.pdf, 01.08.2022).
- BAKOM Bundesamt für Kommunikation (2021b), Förderung von Online-Medien. Faktenblatt 5 zum Massnahmenpaket zugunsten der Medien – November 2021.
(https://www.uvek.admin.ch/dam/uvek/de/dokumente/kommunikation/05_faktenblatt-online-medien-medienpaket.pdf.download.pdf/05_faktenblatt-online-medien-medienpaket.pdf, 01.08.2022).
- BAKOM Bundesamt für Kommunikation (2021c), Indirekte Presseförderung. Faktenblatt 3 zum Massnahmenpaket zugunsten der Medien – November 2021.
(https://www.uvek.admin.ch/dam/uvek/de/dokumente/kommunikation/03_faktenblatt-indirekte-pressefoerderung-medienpaket.pdf.download.pdf/03_faktenblatt-indirekte-pressefoerderung-medienpaket.pdf, 01.08.2022).
- Beck, Klaus & Dogruel, Leyla (2020), Förderung lokaljournalistischer Angebote von Rundfunkveranstaltern, Telemedienanbietern oder Anbietergemeinschaften zur Stärkung ihres Beitrags zu lokaler und regionaler Information in Brandenburg.
(https://www.mabb.de/files/content/document/FOERDERUNG/Lokaljournalismus/mabb_Gutachten_Lokaljournalismusfoerderung.pdf, 21.07.2022).
- BK Bundeskanzlei (2022), Bundesgesetz über ein Massnahmenpaket zugunsten der Medien. Chronologie. (<https://www.bk.admin.ch/ch/d/pore/rf/cr/2021/20212137.html>, 01.08.2022).
- BKM (2021), Fördergrundsätze der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) zur Förderung von Projekten zum Schutz und zur strukturellen Stärkung journalistischer Arbeit.
(<https://www.bundesregierung.de/resource/blob/973862/1952826/cff3ee3287566bd13643e7af29e7a496/2021-08-20-bkm-foerdergrundsaeetze-journalismusfoerderung-data.pdf?download=1>, 21.07.2022).
- BKM (2022), Bund startet neues Förderprogramm. Starke Strukturen für unabhängigen Journalismus. (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/medien/journalismus>, 21.07.2022).
- BKM (2022a), Bund fördert Projekte zur strukturellen Stärkung des Journalismus, Pressemitteilung vom 8. August 2022. (<https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/bundeskanzleramt/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/aktuelles/bund-foerdert-projekte-zur-strukturellen-staerkung-des-journalismus-foerderung-von-zehn-projekten-mit-rund-2-3-millionen-euro-2069936>, 10.08.2022).
- BMWi (2020), Konzept für die Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens. (https://www.gpz-siegel.de/fileadmin/bvda2018/content/Newsletter/2020-11/Foerderkonzept_Verlage_BMWi.pdf, 21.07.2022).
- BT-Drucksache 19/23135 (2020), Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Doris Achelwilm, Dr. Petra Sitte, Simone Barrientos, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE. Transformationsförderung für Presseverlage
(<https://dserver.bundestag.de/btd/19/231/1923135.pdf>, 01.08.2022).

- Bundesgesetz für die Republik Österreich (2004), Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Presseförderungsgesetz 2004, letzte Änderung am 30.06.2022. (<https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20003079>, 27.07.2022).
- Bundesgesetz für die Republik Österreich (2022), 51. Bundesgesetz Änderung des KommAustria-Gesetzes und des Digitalsteuergesetzes 2020. (https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblAuth/BGBLA_2022_I_51/BGBLA_2022_I_51.pdfsig, 01.08.2022).
- Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich (1975), 405. Bundesgesetz vom 2. Juli 1975 über die Forderung der Presse. (https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/BgblPdf/1975_404_0/1975_404_0.pdf, 27.07.2022).
- Bundesrechnungshof (BRH) (2021), Bericht an das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie nach § 88 Absatz 2 BHO über die Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens. (https://www.bundesrechnungshof.de/de/veroeffentlichungen/produkte/beratungsberichte/2021/foerderung-der-digitalen-transformation-des-verlagswesens/@@download/langfassung_pdf, 21.07.2022).
- Buschow, Christopher (2020), Förderung nach Wiener Art. Wiener Medieninitiative. Artikel vom 15.07.2020 auf journalist. (<https://www.journalist.de/startseite/detail/article/foerderung-nach-wiener-art>, 01.08.2022).
- Buschow, Christopher (2022), Innovationsförderung im Lokaljournalismus: Woran es bei bisherigen Programmen hapert und was es für nachhaltige Unterstützung braucht – Impulse aus der Debatte in Deutschland. In: A. Kaltenbrunner, S. Luef, R. Lugschitz, M. Karmasin & D. Kraus (Hg.), Journalismus Report VII: Lokaljournalismus und Innovation (S. 102-115). Wien: facultas.wuv.
- BVDA (2018), Anzeigenblatt Qualität: Die wichtigsten Fakten. (https://www.bvda.de/fileadmin/bvda2018/content/Markt_Media/Studien_Publikationen/BVDA_AQ_2018_Factsheet.pdf, 21.07.2022).
- BVDA (2020a), Lokaljournalismus darf nicht eingeschränkt werden. <https://www.bvda.de/news-presse/details/news/lokaljournalismus-darf-nicht-ingeschraenkt-werden.html?L=300&cHash=8206bf038beb29198992ac6d18da82de>, 21.07.2022).
- BVDA (2020b), Zeitungszustellung in Gefahr – BVDA fordert Corona-Soforthilfe. (<https://www.bvda.de/news-presse/details/news/zeitungszustellung-in-gefahr-bvda-fordert-corona-soforthilfe.html?L=440&cHash=e3c30fc6c3d80e39c9bd01c85308767f>, 21.07.2022).
- BVDA (2020c), BVDA-Positionspapier. Stand 04/2020. Forderung nach einer Corona-Soforthilfe. (https://www.bvda.de/fileadmin/bvda2018/content/Newsletter/2020-04/200429_BVDA_Forderung_nach_einer_Corona-Soforthilfe.pdf, 21.07.2022).
- BVDA (2020d), BVDA begrüßt bayerische Sonderförderung. (<https://www.bvda.de/news-presse/details/news/bvda-begruesst-bayerische-sonderfoerderung.html?L=0&cHash=bf95af13c3dfb6c7f8197e1044cc332d>, 21.07.2022).
- BVDA (2020e), Kostenlose digitale Lösungen für Lokal-Medien in der Corona-Krise. (<https://www.bvda.de/news-presse/details/news/kostenlose-digitale-loesungen-fuer>

- [lokal-medien-in-der-corona-krise.html?L=0&cHash=9f6be3d198c060439bfeb7968be43d20](#), 21.07.2022).
- BVDA (2020f), "Wochenblätter beweisen in der Corona-Krise ihre Relevanz für den lokalen Leser- und Werbemarkt". (<https://www.bvda.de/news-presse/details/news/wochenblaetter-beweisen-in-der-corona-krise-ihre-relevanz-fuer-den-lokalen-leser-und-werbe-markt.html?L=440&cHash=6d8b5b188da1d53f63d9bcb138913f5d>, 21.07.2022).
- BVDA (2021), BVDA begrüßt Neuaufgabe der bayerischen Sonderförderung für Verlage. (<https://www.bvda.de/news-presse/details/news/bvda-begruesst-neuaufgabe-der-bayerischen-sonderfoerderung-fuer-verlage.html?L=0&cHash=24798f49f7e5d2ebd34c9d0f7b2414a9>, 21.07.2022).
- Demmel, Gerald (2021), Presseförderung in Österreich: Qualität ist kein Kriterium. Artikel auf Kontrast.at vom 27.04.2021. (<https://kontrast.at/pressefoerderung-oesterreich/>, 01.08.2022).
- Europäische Kommission (2006), Richtlinie 2006/112/EG des Rates vom 28. November 2006 über das gemeinsame Mehrwertsteuersystem. (https://taxation-customs.ec.europa.eu/vat-rates_en, 08.08.2022).
- Europäische Kommission (2020), VAT rates applied in the Member States of the European Union, Situation at 1st January 2020.
- Europäische Kommission (2021), VAT rates applied in the Member States of the European Union, Situation at 1st January 2021 (https://taxation-customs.ec.europa.eu/system/files/2021-06/vat_rates_en.pdf, 09.08.2022).
- Europäische Kommission (2021a), Staatliche Beihilfe SA.62555 (2021/N) – Österreich – Förderung der digitalen Transformation im Verlagswesen, C(2021) 9656 final, 20.12.2021 (https://ec.europa.eu/competition/state_aid/cases/1/202205/SA_62555_20DE7C7E-0000-CE65-A84C-9F4A28CF9E03_91_1.pdf, 01.08.2022).
- Föderl-Schmid, Alexandra (2022), Pressefreiheit in Österreich. "Das muss uns eine Warnung sein". Süddeutsche Zeitung vom 03.05.2022 (<https://www.sueddeutsche.de/medien/pressefreiheit-oesterreich-reporter-ohne-grenzen-1.5577648>; 01.08.2022).
- Frei, Tim (2022), «Kleine Medien würden deutlich profitieren». Artikel vom 30.01.2022 auf personlich.com. (<https://www.persoendlich.com/medien/kleine-medien-wurden-deutlich-profitieren>, 01.08.2022).
- Fryszler, Leon & Esser, Sebastian (2021), Warum wir rechtlich gegen die Bundesregierung vorgehen. Artikel vom 07.04.2021 auf Krautreporter. (<https://krautreporter.de/3778-warum-wir-rechtlich-gegen-die-bundesregierung-vorgehen>, 01.08.2022).
- Grimberg, Steffen (2021), Förderprogramm für den Journalismus: Viele Pferdefüße. TAZ-Artikel vom 22.10.2021. (<https://taz.de/Foerderung-programm-fuer-den-Journalismus/!5807202/>, 21.07.2022).
- Haas, Hannes, Kneidinger, Bernadette & Steininger, Christian (2012) Evaluierung der Presseförderung in Österreich. Status, Bewertung, internationaler Vergleich und Innovationspotenziale. Eine Studie im Auftrag des Bundeskanzleramtes Österreich.

- Herbstreuth, Mike (2021), Scheitern der Presseförderung. Verleger zeigen sich „geschockt“. Artikel auf Deutschlandfunk vom 27.04.2021 (<https://www.deutschlandfunk.de/scheitern-der-pressefoerderung-verleger-zeigen-sich-100.html>, 08.08.2022)
- Herkel, Günter (2022), Die MABB fördert nun auch Lokaljournalismus. (<https://mmm.verdi.de/medienpolitik/die-mabb-foerdert-nun-auch-lokaljournalismus-78909>, 21.07.2022).
- KommAustria (2020), Übersicht Ergebnisse der Presseförderung 2020. (https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/ergebnisse/2020/uebersicht2020.de.html, 01.08.2022).
- KommAustria (2021), Übersicht Ergebnisse der Presseförderung 2021. (https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/ergebnisse/2021/uebersicht2021.de.html, 01.08.2022).
- KommAustria (2022), RTR Medien startet „Förderung der digitalen Transformation“ für Medienunternehmen am 9. Mai, Pressemeldung vom 02.05.2022. (https://www.rtr.at/medien/presse/pressemitteilungen/presseinformationen_2022/PI0502022RTRM_Start_FFDT.de.html, 05.08.2022).
- KommAustria (2022a) Presseförderung (https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/startseite.de.html, 27.07.2022).
- KommAustria (2022b), Richtlinien für die Förderung gemäß dem Presseförderungsgesetz 2004 (Beobachtungszeitraum 2022). (https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/Richtlinien/Richtlinien_Beobachtungszeitraum2022.pdf, 27.07.2022).
- KommAustria (2022c), Vorläufiges Ergebnis der Vertriebsförderung für Tageszeitungen gemäß dem Abschnitt II PresseFG 2004 im Jahr 2022. (https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/ergebnisse/2022/Vorlaeufiges_Ergebnis_Vertriebsfoerderung_Tageszeitungen.pdf, 01.08.2022).
- mabb (2020a), Es kann losgehen: mabb hat die lokale Medienlandschaft vermessen und fördert Lokaljournalismus in der Hauptstadtregion. (<https://www.mabb.de/uber-die-mabb/presse/pressemitteilungen-details/es-kann-losgehen-mabb-hat-die-lokale-medienlandschaft-vermessen-und-foerdert-lokaljournalismus-in-der-hauptstadtregion.html>, 21.07.2022).
- mabb (2020b), Satzung über die Förderung lokaljournalistischer Angebote nach dem Medienstaatsvertrag Berlin-Brandenburg (MStV BB). (https://www.mabb.de/files/content/document/FOERDERUNG/Lokaljournalismus/mabb_Foerdersatzung_Lokaljournalismus.pdf, 21.07.2022).
- mabb (2021a), Ein guter Tag für den Lokaljournalismus in Brandenburg. (<https://www.mabb.de/uber-die-mabb/presse/pressemitteilungen-details/ein-guter-tag-fuer-den-lokaljournalismus-in-brandenburg.html>, 21.07.2022).
- mabb (2021b), Förderung lokaljournalistischer Angebote für Brandenburg geht in die nächste Runde. (<https://www.mabb.de/uber-die-mabb/presse/pressemitteilungen-details/foerderung-lokaljournalistischer-angebote-fuer-brandenburg-geht-in-die-naechste-runde.html>, 21.07.2022).

- mabb (2021c), Lokaljournalismus-Förderung in Brandenburg geht in die nächste Runde (<https://www.mabb.de/uber-die-mabb/presse/pressemitteilungen-details/lokaljournalismus-foerderung-in-brandenburg-geht-in-die-naechste-runde.html>, 21.07.2022).
- mabb (2021d), Förderprogramm der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb). Förderung lokaljournalistischer Angebote in Brandenburg. (https://www.mabb.de/files/content/document/FOERDERUNG/Ausschreibungen/Foerderung%20Lokaljournalismus/Ausschreibung_Foerderung%20Lokaljournalismus_2021.pdf, 21.07.2022).
- mabb (2022a), Förderprogramm Lokaljournalismus. (<https://www.mabb.de/foerderung/lokaljournalismus/foerderungprogramm-lokaljournalismus.html>, 21.07.2022).
- mabb (2022b), mabb_Atlas. (<https://www.mabb.de/mabb-atlas/>, 21.07.2022).
- Murschetz, Paul (2020), Millionen-Hilfe für freundliche Nachrichtenmedien? (https://www.researchgate.net/profile/Paul-Murschetz/publication/342362010_Millionen-Hilfe_fur_freundliche_Nachrichtenmedien_https-deejo-onlineeumediennpolitikcorona-medienfoerderung-in-oesterreich-millionen-hilfe-fuer-freundliche-nachrichtenmedien/links/5f17298a45851515ef3c1048/Millionen-Hilfe-fuer-freundliche-Nachrichtenmedien-https-deejo-onlineeu-mediennpolitik-corona-medienfoerderung-in-oesterreich-millionen-hilfe-fuer-freundliche-nachrichtenmedien.pdf, 01.08.2022).
- Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (2021), Wirkung der im Zuge der COVID-19-Krise reduzierten Mehrwertsteuersätze, Gutachten im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien, Juni 2021. (https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=67258&mime_type=application/pdf, 08.08.2022).
- Österreichisches Parlament (2022), Parlamentskorrespondenz Nr. 312 vom 24.03.2022 (https://www.parlament.gv.at/PAKT/PR/JAHR_2022/PK0312/index.shtml, 09.08.2022).
- OTS (2021), Erfolgreich: Wien fördert qualitativen Journalismus. (https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20210514_OT0031/erfolgreich-wien-foerdert-qualitativen-journalismus, 01.08.2022).
- Pühringer, Marco (2020), Corona-Sonder-Medienförderung: Erhalten kritische Medien weniger Hilfe? Artikel auf Kontrast.at vom 15.04.2020. (<https://kontrast.at/medienfoerderung-pressefoerderung-corona-oesterreich/>, 01.08.2022).
- Puppis, Manuel & Bürdel, Etienne (2019), Ländervergleich Onlinemedienförderung Bericht zuhanden des Bundesamts für Kommunikation.
- Referendatskomitee (2021), Argumentarium. Information zum «Massnahmenpaket zugunsten der Medien». (<https://medien-massnahmenpaket-nein.ch/wp-content/uploads/2021/12/Nein-zum-Massnahmenpaket-zugunsten-der-Medien-Argumentarium.pdf>, 01.08.2022).
- Referendatskomitee (2022) Website. (<https://medien-massnahmenpaket-nein.ch/>, 01.08.2022).
- RSF (2021), Rangliste der Pressefreiheit. Journalisten kämpfen in der Pandemie gegen neue und alte Gefahren. (<https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/rangliste-2021>, 21.07.2022).

- RSF (2022a), Rangliste der Pressefreiheit 2022. (https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/Redaktion/Downloads/Ranglisten/Rangliste_2022/RSF_Rangliste_der_Pressefreiheit_2022.pdf, 01.08.2022).
- RSF (2022b), Katastrophaler Absturz Österreichs –im Pressefreiheitsindex 2022 verliert Österreich 14 Plätze und steht auf Platz 31. (<https://www.rog.at/press-freedom-index-2021/>, 01.08.2022)
- RTR (2022), Fonds zur Förderung der digitalen Transformation, Förderrichtlinien (FFDT-RL) (https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/digitalertransformation/richtlinien/richtlinien_2022.de.html, 01.08.2022).
- Schweizerische Eidgenossenschaft (2021), Bundesgesetz über ein Massnahmenpaket zugunsten der Medien vom 18. Juni 2021. (<https://swissvotes.ch/attachments/e6654af74b557250bfada3057c41d16f4b3350aaa7339521539c8d61ca1675ef>, 01.08.2022).
- Schweizerische Eidgenossenschaft (2022), Bundesratsbeschluss über das Ergebnis der Volksabstimmung vom 13. Februar 2022. (<https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2022/895/de>, 01.08.2022).
- SGA (2021), Förderung der digitalen Transformation des Verlagswesens. (https://www.bvda.de/fileadmin/bvda2018/content/Newsletter/2021/2021-08/Anlage_Foerderkonzept_E-Mailversand_2021.pdf, 21.07.2022).
- Sterz, Christoph (2021), Streit über Presseförderung des Bundes „Gegen jede Wettbewerbslogik“, Artikel auf Deutschlandfunk vom 14.01.2021. (<https://www.deutschlandfunk.de/streit-ueber-pressefoerderung-des-bundes-gegen-jede-100.html> , 08.08.2022).
- VÖZ (2010), Presseförderung. Sicherung der Vielfalt (<https://web.archive.org/web/20100508161654/http://www.voez.at/b104>, 01.08.2022).
- Vuille, Christof (2022), Mediengesetz: Bund macht subventionierten Online-Portalen Vorgaben. Artikel vom 27.01.2022 auf Nau.ch. (<https://www.nau.ch/politik/bundeshaus/mediengesetz-bund-macht-subventionierten-online-portalen-vorgaben-66094299>, 01.08.2022).
- Wagner, Sarah (2021) Das Wiener Medienexperiment. Artikel vom 21.01.2021 auf das biber. (<https://www.dasbiber.at/content/das-wiener-medienexperiment>, 01.08.2022).
- Wenger, Simon (2021), Medienförderung: Ständerat lenkt ein auf «6 bis 8 Prozent» für Privat-Sender. Artikel vom 16.06.2021 auf KleinReport. (<https://www.kleinreport.ch/news/medienforderung-standerat-lenkt-ein-auf-6-bis-8-prozent-fur-privat-sender-97255/#>, 01.08.2022).
- Wirtschaftsagentur Wien (2019), Richtlinie. Wiener Medieninitiative – Medienprojekt/19 – 22. (<https://cockpit.wirtschaftsagentur.at/Kontext/Webservice/SecureFileAccess.aspx?fileguid={eb172094-2183-422f-9d8d-9f4713288e2d}>, 01.08.2022).
- Wirtschaftsagentur Wien (2019a), Antrags- und Bewertungsfragen zur Wiener Medieninitiative, Förderprogramm Medienprojekt, (file:///C:/Users/an.WIKGMBH/Downloads/WMI_Medienprojekt_Antrags-und_Bewertungsfragen80634-1.pdf, 01.08.2022).

Wirtschaftsagentur Wien (2021), Website Neu: Wiener Medieninitiative Lab.

(<https://wirtschaftsagentur.at/news/neu-wiener-medieninitiative-lab-608/>, 01.08.2022).

Wirtschaftsagentur Wien (2022), Website der Wiener Medieninitiative – Medienprojekt.

(<https://wirtschaftsagentur.at/foerderungen/aktuelle-programme/wiener-medieninitiative-medienprojekt-125/>, 01.08.2022).

Wissenschaftlicher Dienst des Deutschen Bundestags (2019), Modelle zur Förderung lokaler Medienvielfalt in EU-Mitgliedstaaten, Aktenzeichen WD 10-3000-038/19, 06.06.2019.

(<https://www.bundestag.de/resource/blob/651774/78e41173fcbea7309f9ca78b060d8c19/WD-10-038-19-pdf-data.pdf>, 01.08.2022).