

Erläuterungen

Allgemeiner Teil

Hauptgesichtspunkte des Entwurfs:

Die Europäische Kommission hat am 3. Dezember 2020 einen Aktionsplan „zur Unterstützung der Medien und des audiovisuellen Sektors und ihres Wandels“, COM(2020) 784 final, vorgelegt. Mit dem Aktionsplan will die Kommission zum einen rasch Schritte setzen, um der durch die COVID-19-Pandemie dramatisch gebeutelten Branche unter die Arme zu greifen. Während globale Player im 2. Quartal 2020 ihre Umsätze weltweit steigern konnten (zB Netflix um rund 25%), brachen bei TV-Veranstaltern die Werbeeinnahmen um rund 20% und bei reinen „Nachrichtenmedien“ um bis zu 80% ein. Und zum anderen soll mit einem Maßnahmenbündel die Branche zukunftsfit gemacht werden. Mit anderen Worten: Die Kommission will den digitalen und ökologischen Wandel im Mediensektor unterstützen. Völlig zu Recht wird festgehalten, dass – im Unterschied zu den globalen Playern – europäische Unternehmen die Potentiale im Bereich Datenmanagement (zB Entwicklung von personalisierten Inhalten) bislang kaum nutzen.

Auch die Österreichische Bundesregierung hat angesichts der dramatischen wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie für heimische Medienunternehmen die bestehenden Fördermaßnahmen im Bereich der Presse und des Rundfunks im Jahr 2020 mit mehr Mitteln ausgestattet sowie zusätzliche COVID-bedingte Einmalzahlungen ermöglicht.

Die erwähnte Krise hat aber nur bestehende Problemlagen der österreichischen Medienlandschaft verschärft. Diese Problemlagen hat bereits das Regierungsprogramm aufgegriffen, wo ua. festgehalten wird: *„Zusätzlich sehen wir es als zentrale Aufgabe, auf die veränderten Rahmenbedingungen durch die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung zu reagieren. Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie Inhalte produziert, verbreitet und konsumiert werden. Das birgt Chancen, aber auch große Herausforderungen, die völlig neue Antworten und Ansätze erfordern.“* Warum es dieser neuen Antworten bedarf, belegen ua. folgende Indikatoren bzw. Studienbefunde:

- Das Werbevolumen der klassischen Medien sinkt seit 2010 kontinuierlich (zB das Gesamtvolumen 2019 war 106 Millionen Euro niedriger als 2010) und digitale Plattformen mit ihrem Geschäftsmodell der fokussierten und adressierten Werbebotschaften legen zu – die COVID-19-Pandemie verstärkt diese Entwicklung;
- Die Gesamtauflage der Kaufzeitungen ist seit 2007 kontinuierlich zurückgegangen (minus 26% in den Jahren 2007 bis 2019) und insbesondere Qualitätszeitungen können sich mit der publizistischen Geschäftstätigkeit keine ökonomischen Spielräume eröffnen, um auf die digitalen Herausforderungen angemessen, d.h. mit gezielten Investitionen reagieren zu können;
- Der Medienkonsum hat sich in den letzten Jahren maßgeblich verändert und tut dies nach wie vor. Informationen werden zunehmend im Internet über diverse Endgeräte wie Computer, Tablets oder Smartphones abgerufen. D.h., weg von käuflich erworbenen Printmedien, hin zu Gratis-Onlineausgaben und hin zum Internet.

Das Regierungsprogramm 2020 – 2024 enthält das Bekenntnis zu einer Medienpolitik, die Grundwerte wie Pluralismus, Unabhängigkeit, Medien- und Pressefreiheit sowie Innovation sicherstellt und fördert. Ebenso wird es im Regierungsprogramm als zentrale Aufgabe definiert, auf die veränderten Rahmenbedingungen durch die fortschreitende Digitalisierung und Globalisierung zu reagieren. Digitale Technologien verändern die Art und Weise, wie Inhalte produziert, verbreitet und konsumiert werden. Das birgt Chancen, aber auch große Herausforderungen, die völlig neue Antworten und Ansätze erfordern.

Dementsprechend sieht das Regierungsprogramm unter dem Titel *„Österreichischen und europäischen Medienstandort stärken“* vor, das Förderungswesen weiterzuentwickeln und dazu auch eine Digitalisierungsförderung einzuführen, die dem Grundsatz „Geld für Wandel“ folgend eine projektbezogene finanzielle Unterstützung nach konkret festgelegten Kriterien ermöglicht. In der Überzeugung, dass es angesichts der Herausforderungen durch die Digitalisierung eines differenzierenden und differenzierten Ansatzes zur Stärkung des Medienstandorts Österreich bedarf, sieht das Regierungsprogramm weiters auch den Ausbau und die Stärkung der Ausbildung von Journalistinnen und Journalisten als zusätzlichen Beitrag zur Erleichterung der Anpassung an die digitale Medienwelt vor.

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

Kompetenzgrundlage:

Es handelt sich um ein Selbstbindungsgesetz des Bundes.

Besonderer Teil**Einleitende Bemerkungen:**

Die mit diesem Entwurf vorgesehene Förderung stellt in ihrer Gesamtheit eine Beihilfe im Sinne von Art. 107 Abs. 1 AEUV dar, wobei einzelne Elemente auf Grundlage der Verordnung (EU) Nr. 651/2014 der Kommission vom 17. Juni 2014 zur Feststellung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Binnenmarkt in Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (im Folgenden kurz AGVO) – wie insbesondere die Unterstützung des Digital-Journalismus als Ausbildungsbeihilfe (Art. 31 AGVO), sowie punktuell die Digital-Transformationsförderung als Maßnahme der Organisationsinnovation (Art. 29 AGVO) – freigestellt sein werden. Eine Notifikation an die Europäische Kommission insbesondere im Zusammenhalt mit den zu erstellenden Richtlinien ist daher jedenfalls erforderlich, um für die von der AGVO nicht erfassten Bereiche dieses Förderungsvorhabens die Genehmigungsfähigkeit nach Art. 107 Abs. 3 lit. c AEUV abschließend festzustellen. Staatliche Beihilfen im Sinne des Art. 107 Abs. 1 AEUV, die nicht von der AGVO erfasst werden, unterliegen der Anmeldepflicht und es ist von der Europäischen Kommission zu prüfen, ob die Voraussetzungen des Art. 107 Abs. 2 AEUV vorliegen oder ob sie nach Art. 107 Abs. 3 AEUV als mit dem Binnenmarkt vereinbar angesehen werden können. Nach den Art. 27 ff AGVO sind Beihilfen für Prozess- und Organisationsinnovationen mit dem Binnenmarkt vereinbar und auch von der Anmeldepflicht freigestellt. Die Beihilfeintensität für Prozess- und Organisationsinnovationen ist ebenfalls gestaffelt nach Größe des Unternehmens. Insoweit das vorliegende Gesetzesvorhaben „Maßnahmen zur Schaffung und Erneuerung digitaler Infrastruktur“ erfasst und darunter auch die Digitalisierung und Automatisierung von Arbeitsabläufen und die Stärkung der räumlichen und zeitlichen Flexibilität des eingesetzten Personals versteht, lässt sich argumentieren, dass es sich um die Anwendung einer neuen Organisationsmethode in den Arbeitsabläufen im Sinne des Art. 27 AGVO handelt, sodass die Beihilfe als mit dem Binnenmarkt vereinbar anzusehen wäre und auch nicht der Anmeldepflicht nach Art. 108 Abs. 3 AEUV unterläge.

Zu § 33a:

Die Bestimmung beschreibt in Abs. 1 den Förderungsgegenstand, konkretisiert in Abs. 2 die Mittelherkunft. In Abs. 3 wird der potentielle Kreis der Förderungsempfänger beschrieben. Der Katalog des Abs. 3 ist dabei hinsichtlich der einbezogenen Rundfunkveranstalter an die Vorbilder in § 29 Abs. 3 und in § 30 Abs. 3 KOG angelehnt. Von „nicht bloß lokaler Bedeutung“ ist auszugehen, bei einer Tages-, Wochen- oder Monatszeitung mit einer Verbreitung in drei Bezirken eines Bundeslandes (für die Stadt Wien in allen Gemeindebezirken) sowie im Fall von Wochenzeitungen und Monatszeitungen auch, wenn sie über ein Mutterunternehmen eines Unternehmensverbundes im Sinne des § 189a Z 6 in Verbindung mit § 244 Unternehmensgesetzbuch – UGB verfügen, deren Tochterunternehmen im Sinne des § 189a Z 7 UGB aus Wochenzeitungen oder Monatszeitungen bestehen, deren Verbreitung zusammen drei Bezirke eines Bundeslandes umfasst.

Abs. 4 normiert zusätzliche für bestimmte Medienunternehmen geltende Fördervoraussetzungen. Diese legen für Tages-, Wochen- und Monatszeitungen, ähnlich wie in § 2 PresseFG 2004, eine Mindestanzahl an beschäftigten Journalisten und eine gewisse Erscheinungshäufigkeit fest. Darüber hinaus gibt es für Wochen- und Monatszeitungen inhaltliche Anforderungen und zwar auch in Form einer Ausschlussliste. Daraus zeigt sich, dass der Fokus auf jenen Zeitungen liegt, die einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung und nicht nur zu jener von spezifischen „Kundengruppen“ leisten, also eine gewisse Relevanz in der Bevölkerung aufweisen. Im Vordergrund stehen damit Medien, die sich der redaktionell aufbereiteten politischen, allgemein wirtschaftlichen und kulturellen Information und Meinungsbildung widmen. Aus diesem Grund werden in einer Negativabgrenzung solche Medien nicht erfasst, die sich auf nach spezifischen Interessenlagen zusammengefasste kleine Zielgruppen konzentrieren.

Durch den Abs. 5 soll sichergestellt werden, dass demokratiefeindliche Medien von der Förderung ausgeschlossen sind. Der Ausschlussgrund nach Abs. 5 wird als erfüllt anzusehen sein, wenn ein Medium systematisch und wiederholt einen Tatbestand nach Z 1 bis 3 erfüllt.

Mit der Voraussetzung des zumindest einjährigen Bestands in Abs. 7 soll sichergestellt werden, dass – im Sinne des Förderungsgegenstands – am Medienmarkt bereits etablierte, traditionelle Unternehmen bei der digitalen Transformation unterstützt werden. Die Förderung soll nicht einem neu gegründeten Unternehmen als einkalkulierbare Starthilfe dienen. Es liegt in der Natur der Sache, dass Medienunternehmen, deren Haupttätigkeit in der Bereitstellung einer Online-Zeitung oder eines

Abrufdienstes liegt, bereits auf Basis eines ausgereiften digitalen Geschäftsmodells gegründet wurden und somit im Gegensatz zu traditionellen Medien nicht mehr digital transformiert werden können und müssen. Sie sind daher nicht antragsberechtigt.

Zu § 33b:

Der Abs. 1 benennt die drei Förderungsziele, von denen zumindest eines mit den erhaltenen Fördermitteln verfolgt werden muss. Die Verfolgung der Ziele kann erfolgen durch Projekte, die den nach § 33f Abs. 4 und § 33i Abs. 2 in den Richtlinien zu konkretisierenden Kriterien unterliegen (ua. Vorabereinreichung, Mindestmaß an förderbaren Aufwendungen, Fördergrenzen pro Projekt), oder durch eine entsprechende Verwendung im Sinne des § 33f Abs. 5.

Abs. 2 bis 4 trifft nähere Regelungen für den Fall des Zusammentreffens verschiedener Förderungsmittel aus unterschiedlichen Quellen.

Zu § 33c:

Die Verbesserung des Zugangs zu Online-Inhalten und die Schaffung neuer digitaler Infrastruktur und von innovativen, digitalen Inhalten sind essentiell, um als Medienunternehmen langfristig auf einem globalen und digitalen Markt bestehen zu können. Das veränderte Nutzerverhalten sowie eine massive Zunahme und Vervielfältigung des medialen und Inhalte-Angebots, speziell durch global agierende Plattformen, haben einen enormen Verdrängungswettbewerb hervorgerufen. Nicht zuletzt aufgrund der überwältigenden Dominanz von globalen Internet Riesen am Medien- und Werbemarkt und des starken Einwirkens von nicht-österreichischen Medienunternehmen – vor allem aus dem 10mal größeren, gleichsprachigen Nachbarland – sind österreichische Medienunternehmen und allgemein die Medienvielfalt in Österreich existenziell bedroht. Mit der Förderung der Schaffung von und des Zugangs zu digitalen Inhalten soll dieses Ungleichgewicht zu einem gewissen Grad ausgeglichen werden, indem die Innovationskraft des österreichischen Medienmarkts mit Blick auf die globale Konkurrenz gestärkt wird.

Nach Abs. 1 Z 1 sind insbesondere solche Projekte und Maßnahmen förderfähig, die die Zielgruppenanalyse für und die Kundenakquisition und Distribution von Medieninhalten, die Entwicklung oder Weiterentwicklung von Inhalteplattformen und die technische Weiterentwicklung von Websites, Apps, E-Paper-Formaten und Newsletter-Formaten betreffen. Dazu zählen etwa innovative Zustelllösungen, Content Management Systeme, Digital Asset Management Systeme, Userdatenmanagement und Ad-Delivery Lösungen.

Im Sinne von Abs. 1 Z 2 sind insbesondere solche Projekte förderfähig, die die Digitalisierung und Automatisierung von Arbeitsabläufen, die Stärkung der räumlichen und zeitlichen Flexibilität des eingesetzten Personals und den Einsatz sowie die Entwicklung von Tools zur Verwaltung, Moderation und Analyse von Community- und Foreninhalten betreffen. Dementsprechend kämen als förderfähige Ausgabe die Digitalisierung und Automatisierung der redaktionellen und der inhalterzeugenden bzw. inhaltsverwaltenden Arbeit (zB Studio-/Redaktionsautomation) oder auch der Ausbau von Mobile-Office Kapazitäten, etwa durch die Entwicklung bzw. den Einsatz von Systemen oder Infrastruktur zur örtlichen und zeitlichen Flexibilisierung von Arbeitsschritten (zB Schaffung von VPN bzw. „remote“ Zugängen) in Frage.

Im Sinne von Abs. 1 Z 3 können auch einerseits Maßnahmen zur Gestaltung innovativer digitaler Medien (Audio- und Videoformate sowie interaktive Formate) mit auf das österreichische Publikum ausgerichteten Inhalten, wie etwa im Bereich des Datenjournalismus, und andererseits auch Maßnahmen zur Einrichtung eines Meldesystems für Nutzer von Online-Foren und zur Erreichbarkeit und Befassung eines/einer Leserbeauftragten finanziell unterstützt werden. Im Bereich der Förderung innovativer digitaler Medienprodukte mit auf das österreichische Publikum ausgerichteten Medieninhalten sind etwa „Produkte“ wie die Erstellung von bei den Quellen transparenten journalistischen Inhalten, die aufwändige Hintergrundrecherchen bedingen und deren Ausgestaltung und Präsentation kostenintensive Vorarbeiten, wie etwa grafische oder audiovisuelle Aufbereitungen oder umfangreiche Datenauswertungen, voraussetzen und dadurch einen konkreten Beitrag zur Inhaltsvielfalt in der öffentlichen Debatte leisten, als förderfähige Projekte anzusehen. Zu solchen förderfähigen Projekten könnten insbesondere auch Arbeiten an in Anwendung, Auftritt, Gestaltung und Nutzungsweise von bestehenden Angeboten deutlich zu unterscheidenden journalistischen Digital-Angeboten gezählt werden, etwa auch in Form eines mit interaktiven Elementen ausgestalteten „e-Paper“ als „angereicherte“ digitale Ausgabe einer Tages-, Wochen- oder Monatszeitung; als förderbare Kosten im Bereich des Datenjournalismus im Sinne dieser Bestimmung könnten neben der Recherche in Datenbanken auch die Analyse, Validierung, Visualisierung und Publikation von Daten, auch in Form der Einrichtung eines Teams von insbesondere eigens dafür abgestellten Redakteuren, Programmierern, Grafikern oder Datenexperten zur Erstellung von selbstproduzierten Inhalten, angesehen werden.

Bei den Maßnahmen zur Einrichtung eines Meldesystems für Nutzer von Online-Foren oder Maßnahmen zur Erreichbarkeit und Befassung eines/einer Leserbeauftragten ist etwa an Projekte zu denken, die die

- redaktionelle Betreuung oder Moderation eines Online-Forums durch eine damit beauftragte Person, beispielsweise auch einen externen Experten,
- die Einrichtung wirksamer technischer Vorkehrungen zur automatischen Identifizierung gesetzwidriger Veröffentlichungen von Nutzern eines Online-Forums,
- die Einrichtung und den Betrieb von Mechanismen, mit denen Nutzer Inhalte anderer Nutzer melden können sowie von Systemen, mit denen Nutzern erklärt wird, welche Wirkung solche Meldungen gehabt haben,
- die Einrichtung eines Leserbeauftragten oder Leseranwaltes oder die Betrauung eines eigens von der Redaktion abgestellten Redakteurs, der zB in Form eines Blogs redaktionelle Vorgänge und gegebenenfalls auch Fehler transparent macht und Leserfragen beantwortet,

betreffen.

Als im Sinne dieser Bestimmung förderfähig können die Richtlinien es auch ansehen, wenn beim Betrieb eines Online-Forums sichergestellt ist, dass das Medienunternehmen

- über eine unmittelbare Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit dem Nutzer des Forums verfügt und
- seinerseits eine ständig verfügbare Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit den für den Betrieb des Forums Verantwortlichen bereitstellt und
- die Richtlinien über das Verhalten bei der Nutzung des Online-Forums ständig und leicht zugänglich bereitstellt und dafür sorgt, dass die Nutzer der Beachtung dieser Richtlinien ausdrücklich zugestimmt haben und
- den Nutzern eine ständig verfügbare und leicht zugängliche Möglichkeit für die Meldung von den Verhaltensrichtlinien widersprechenden Inhalten anderer Nutzer anbietet sowie
- zur Einhaltung der Verhaltensrichtlinien für eine den Debattenbeiträgen in quantitativer und qualitativer Hinsicht entsprechende Moderation des Online-Forums durch ausreichend qualifizierte Mitarbeiter unter allfälliger Heranziehung geeigneter technischer Maßnahmen und Vorkehrungen sorgt.

Zu § 33d:

Aufgrund von Art. 31 Abs. 1 AGVO sind Ausbildungsbeihilfen mit dem Binnenmarkt vereinbar und von der Notifizierungspflicht freigestellt. Beihilfefähig sind die Personalkosten für die Stunden, in denen die Ausbilder die jeweiligen Ausbildungsmaßnahmen durchführen, ferner die direkt mit den Ausbildungsmaßnahmen verbundenen Aufwendungen, Kosten für Beratungsdienste, sowie die Personalkosten für die Ausbildungsteilnehmer. Nur ausnahmsweise darf die Beihilfenintensität 50% überschritten werden (zB 10 Prozentpunkte bei Beihilfen für mittlere Unternehmen und 20 Prozentpunkte bei Beihilfen für kleine Unternehmen). Bei der Förderung der Ausbildung von Journalisten in der Form von Zuschüssen zu den nachgewiesenen Ausbildungskosten können etwa die Kosten von Aspiranten und von Redaktionsmitgliedern, die ganz oder teilweise für die Ausbildung zum Journalisten im Print-Bereich oder im Online-Bereich abgestellt sind, anerkannt werden. Die Richtlinien haben näher festzulegen, welche Unterlagen den Ansuchen um Förderung anzuschließen sind.

Zu den in Abs. 1 aufgezählten Ausbildungsmaßnahmen zählen insbesondere Schulungsangebote für Online-Videojournalismus, crossmediales und mobile Storytelling, Online-Recherche, Faktenüberprüfung, Websitegestaltung, Textgestaltung, Recherche und Medienpsychologie, Kameratechnik, Sprechtraining sowie Medien-, Urheber- und Datenschutzrecht. Ziel der Förderung soll es sein, die Vermittlung der Grundlagen digitaljournalistischen Arbeitens, des Wissens über digitaljournalistische Darstellungsformen, Zielgruppen und Publikum zu unterstützen, die Techniken des journalistischen „Handwerks“ auch im Texten fürs Web, Tools, Apps & Services, Mobile Reporting (Video-Produktion & Schnitt) und Branding bereitzustellen.

Zu § 33e:

Nach ErwG 19 der (die Audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie 2010/13/EU ergänzenden) Richtlinie EU 2018/1808 sollen die Zuschauer, darunter auch Eltern und Minderjährige, in der Lage sein, informierte Entscheidungen über die anzusehenden Inhalte zu treffen. Daher sei es notwendig, dass Mediendienstanbieter ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Gemäß Artikel 6a der Richtlinie (in Österreich in § 39 AMD-G umgesetzt) müssen die Mitgliedstaaten angemessene Maßnahmen ergreifen, um zu gewährleisten, dass audiovisuelle Mediendienste, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen

Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden und die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, nur so bereitgestellt werden, dass sichergestellt ist, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden können. Die Mitgliedstaaten haben aber auch sicherzustellen, dass Mediendiensteanbieter den Zuschauern ausreichende Informationen über Inhalte geben, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können. Hierzu nutzen die Mediendiensteanbieter ein System, mit dem die potenzielle Schädlichkeit des Inhalts eines audiovisuellen Mediendienstes beschrieben wird. In der Überzeugung, dass es für die Verwirklichung dieser Anforderungen auch finanzieller Anreize bedarf, umfasst daher dieses Vorhaben auch Unterstützungsmöglichkeiten für die entsprechenden Anbieter. Die dementsprechenden Regelungen bedürfen aber der Abklärung mit der Europäischen Kommission im Hinblick auf die Frage der Genehmigungsfähigkeit des damit geschaffenen Beihilfenregimes.

ErwG 22 der Richtlinie EU 2018/1808 hebt hervor, dass die Gewährleistung der Barrierefreiheit audiovisueller Inhalte eine wesentliche Anforderung im Zusammenhang mit den im Übereinkommen der Vereinten Nationen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen eingegangenen Verpflichtungen darstellt. Das Recht von Menschen mit Beeinträchtigungen und von älteren Menschen auf Teilnahme am gesellschaftlichen und kulturellen Leben der Union und ihre diesbezügliche Integration ist mit der Bereitstellung barrierefreier audiovisueller Mediendienste verbunden. Daher sollten die Mitgliedstaaten nach der Intention des Unionsgesetzgebers ohne unangemessene Verzögerung sicherstellen, dass sich die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter aktiv darum bemühen, ihre Inhalte für Menschen mit Behinderungen, insbesondere für Menschen mit Seh- oder Hörstörungen, zugänglich zu machen. Die Anforderungen an die Barrierefreiheit sollten durch einen schrittweisen und fortlaufenden Prozess erfüllt werden. Die Verpflichtung der österreichischen Rechtshoheit unterliegenden Anbieter findet sich nunmehr in Umsetzung von Art. 7 der Richtlinie („Die Mitgliedstaaten sorgen ohne unangemessene Verzögerung dafür, dass der Zugang zu Diensten, die von ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbietern bereitgestellt werden, für Menschen mit Behinderungen durch geeignete Maßnahmen stetig und schrittweise verbessert wird.“) in § 30b AMD-G. Aufgrund der hohen mit der Herstellung der Barrierefreiheit verbundenen Kosten bedarf es auch finanzieller Unterstützungsmaßnahmen. In der AGVO ist der Gedanke der Förderung der Kosten für die Verbesserung des Zugangs von Personen mit besonderen Bedürfnissen bislang auf die Regelung nach Art. 53 Abs. 4 lit. d beschränkt, die dahinterstehende Idee gilt aber auch für die Situation beim „Konsum“ audiovisueller Werke. Bereits mit der Novelle BGBl. I Nr. 50/2010 (vgl. die RV 611 BlgNR, 24. GP auf Seite 17) wurde ebenfalls in Umsetzung der damaligen Fassung der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie (2010/13/EU) für die Richtlinien zur Fernsehfilmförderung in § 27 Abs. 7 KOG die von der Europäischen Kommission nicht beanstandete Möglichkeit geschaffen, im Fall der Herstellung barrierefreier Fassungen bis zu einem Maximalsatz von 80 % der für dafür tatsächlich angefallenen und nachgewiesenen Kosten zu fördern.

Auch Nachrichten in leichter Sprache als besonders einfacher Form der Schriftsprache, bestehend aus einfachen kurzen Sätzen, die in der Regel zusätzlich durch Bilder erläutert und durch ein größeres Schriftbild und einen hohen Leuchtdichtekontrast unterstützt werden oder entsprechende andere Rundfunk-Sendungen in einfacher Sprache, können im Rahmen dieses Förderungsbereichs unterstützt werden. Die Definition von barrierefreier Information in § 2 Z 4a lautet dahingehend, dass es sich um eine Information handelt, die Menschen mit Seh- und/oder Hör-Beeinträchtigungen einfach zugänglich ist sowie relevante Inhalte verständlich und leicht zugänglich vermittelt.

Zu § 33f bis § 33j:

Die in diesen Bestimmungen vorgeschlagenen Regelungen entsprechen inhaltlich den bereits langjährig erprobten Vorbildern in §§ 26 ff KOG (Fernsehfonds Austria) sowie §§ 29 und 30 ff KOG (für die beiden Rundfunkfonds).

Wie schon bei den Notifikationsverfahren zum Fernsehfonds Austria und zu den Rundfunkfonds kommt auch im gegenständlichen Fall den Richtlinien eine besonders wichtige konkretisierende und abgrenzende Funktion zu.

§ 33f Abs. 1 sieht in Bezug auf die Aufteilung der Mittel, im Gegensatz zum Rest der Richtlinien eine zweijährliche Evaluierung vor. Damit, dass sich die für das Erreichen des jeweiligen Förderungsziels und die für die jeweilige Branche zur Verfügung stehenden Mittel nicht jährlich wesentlich ändern können, soll eine gewisse Rechts- und betriebswirtschaftliche Planungssicherheit für potentielle Antragsberechtigte sichergestellt werden.

§ 33f Abs. 2 sieht eine Verteilung auf die unterschiedlichen Förderungsziele und auf die beiden Branchen (Rundfunk und Print) vor. Dabei wird in Bezug auf die Förderungsziele ein sachlicher Verteilungsschlüssel zu definieren sein, der sich danach richtet, welche Maßnahmen zur

Aufrechterhaltung der (globalen) Konkurrenzfähigkeit im Digitalbereich vordringlich sind und gleichzeitig den finanziellen und personellen Aufwand der Maßnahmen berücksichtigt.

Die Aufteilung der Mittel zwischen den Branchen (Rundfunk und Print) ist vor dem Hintergrund des sich essentiell verändernden Medien- und Inhaltenmarktes zu betrachten. Sowohl Rundfunk als auch Printmedien sehen sich einem enormen und existenzbedrohenden Marktdruck durch globale Plattformen und Streamingdienste gegenüber. Die nachhaltige Erstellung aktueller, redaktionell aufbereiteter, journalistischer Inhalte ist darüber hinaus durch die Art wie große Plattformen Informationsinhalte darstellen und transportieren per se gefährdet. Um die Existenz von qualitativem Journalismus, der nicht nur auf Überschriften und das Generieren von „Clicks“ abzielt, auch in einem neuen digitalen Markt langfristig sicherzustellen, muss dieser auch über das eigene digitale Angebot des Medienunternehmens sichtbar werden. Aus diesem Grund muss die Transformation redaktioneller, journalistischer Inhalte im Verhältnis zur ebenfalls notwendigen Transformation anderer Inhalte (zB Unterhaltung) bei der Aufteilung stärker gewichtet werden.

§ 33f Abs. 3 beschreibt die proportionale Kürzung der Fördermittel für jeden Förderwerber bei Überbeanspruchung. Diese proportionale Kürzung soll hier anhand eines fiktiven und vereinfachten Beispiels erläutert werden: Für Projekte zur digitalen Transformation stehen Mittel in der Höhe von 100 Euro zur Verfügung. Drei Förderwerber X, Y und Z haben Förderungen für jeweils ein Projekt beantragt, die aus Sicht der RTR-GmbH förderwürdig sind und zu 50 % gefördert werden können. Das Projekt von X hat förderbare Aufwendungen von 200 Euro, das von Y 100 Euro und das von Z 20 Euro. Bei einer 50 % Förderquote würde X 100 Euro, Y 50 Euro und Z 10 Euro bekommen. Die zur Verfügung stehenden Mittel von 100 Euro machen jedoch nur 62,5 % der berechneten Förderungen von insgesamt 160 Euro (100+50+10) aus. Dementsprechend sind die berechneten Förderungen je Förderwerber auf 62,5% des Ursprungswerts zu reduzieren. X bekommt also 62,5 Euro, Y 31,25 Euro und Z 6,25 Euro Förderung für sein Projekt. Alle drei Projekte werden somit nicht zu 50 %, wie maximal möglich, sondern zu 31,25 % gefördert.

§ 33f Abs. 5 eröffnet die Möglichkeit einer Vorauszahlung von Fördermitteln als Basisförderung. Dabei erhält der Antragsberechtigte Fördermittel, die er zur Verfolgung der Förderungsziele einzusetzen hat.

Die Mittel müssen dabei nicht für ein konkret eingereichtes Projekt eingesetzt, sondern lediglich der nachherige Nachweis der zweckmäßigen Verwendung erbracht werden. Zum Nachweis einer zweckmäßigen Verwendung wäre die verpflichtende Vorlage eines perspektivischen Digitalisierungsberichts durch den Förderempfänger zielführend, der den Fortschritt durch die erhaltene Basisförderung darstellen muss. Die auf diese Weise vergebenen Mittel sollen zusätzlich zu langfristig geplanten Projekten der Umsetzung kurzfristiger Maßnahmen dienen und so mehr Flexibilität bei der digitalen Transformation im Sinne des Fördergegenstands und der Erreichung der Förderungsziele bieten, womit der Schnelllebigkeit des Medienmarktes entsprochen werden soll.

Bei der Basisförderung wird der Antragsteller zur Verwirklichung der Ziele gefördert, bei der normalen projektbezogenen Förderung das jeweilige Projekt.

Es besteht die Möglichkeit, dass ein Förderwerber Fördermittel für ein konkretes, von ihm eingereichtes Projekt erhält und parallel dazu auch als Medienunternehmen, dass die Kriterien des § 33f Abs. 5 erster Satz erfüllt, eine Basisförderung bezieht, deren Höhe von den Kriterien des Abs. 5 abhängt. Setzt dieses Unternehmen die Fördermittel der Basisförderung ebenfalls für die Umsetzung eines Projektes ein, für das es eine projektbezogene Förderung erhalten hat, muss es im Sinne des § 33i Abs. 3 nachweisen, dass dadurch die, im Sinne des § 33f Abs. 4 Z 5 in den Richtlinien festzulegende, prozentmäßige Fördergrenze pro Projekt (zB 50 % der förderbaren Aufwendungen; siehe dazu auch das Beispiel unter § 33f Abs. 3) nicht überschritten wird. Fördermittel die über die Fördergrenze hinaus für ein Projekt eingesetzt werden, sind im Sinne des § 33i Abs. 3 als nicht widmungsgemäß verwendet zurückzuzahlen.

Zur Bemessung der Höhe der Basisförderung je Unternehmen sind die marktrelevanten Unternehmenskennzahlen Umsatz im Digitalbereich, Reichweite, Auflage und der dem redaktionellen Bereich zugeordneten Personalstand der Förderwerber heranzuziehen und in Relation zueinander zu stellen.

Bei diesen vier Kriterien handelt es sich um empirisch feststellbare Werte. Die Auflage hat sich bereits im Bereich der Presseförderung als taugliches objektives Vergleichselement bewährt. Der Umsatz im Digitalbereich wird insbesondere deshalb als Kriterium herangezogen, weil daraus ableitbar ist, ob Unternehmen digitale Transformationsprozesse bereits gesetzt haben und wie fortgeschritten die digitalen Geschäftsfelder sind. Überdies soll damit auch ein Anreiz geschaffen werden, im Digitalbereich verstärkt auf Bezahlinhalte zu setzen und dieses finanzielle Standbein neben den krisenabhängigeren kommerziellen Erlösen zu stärken. Dazu zählen insbesondere Umsätze durch Online-Abos, Premium Zugänge, kostenpflichtige Einzelabrufe sowie E-Papers. Gerade im Bereich von Bezahlinhalten im

Internet braucht es Unterstützung, da die Bereitschaft für redaktionell gestaltete Inhalte im Online-Bereich zu bezahlen noch im Anfangsstadium steckt. Durch die gewählte Ausgestaltung sollen darüber hinaus Medienunternehmen, die bereits frühzeitig digitale Transformationsschritte gesetzt haben, nicht benachteiligt werden. Mit der flexibleren Verwendungsmöglichkeit einer vorab bezogenen Basisförderung soll überdies auf die vielfach geäußerte Kritik bei anderen Fördermodellen eingegangen werden, wonach rein projektbezogene Förderungen zu einem bestimmten Antragstermin nicht die notwendige Flexibilität eröffnen, unterjährig auftretende Adaptierungsprojekte umzusetzen.

Das Kriterium des Personalstands im redaktionellen Bereich stellt einen tauglichen objektiven Vergleichswert dar und soll darüber hinaus einen Anreiz zur Anstellung und Beschäftigung von Journalisten bieten. Durch diese Stärkung der qualitativ-redaktionellen Arbeit soll die Qualität im Nachrichten- und Informationsbereich nachhaltig sichergestellt werden.

Anträge auf Basisförderung können nur Tages- und Wochenzeitungen einbringen, da insbesondere diese Printmedien aufgrund der Bereitstellung von aktuellen journalistischen Inhalten durch international agierende Plattformen in Ihrem Bestand bedroht sind. Damit es bei der Basisförderung aber nicht zu einer zu starken Bevorzugung einzelner Printmedien kommt, wird überdies angeordnet, dass die RTR-GmbH bei der Bemessung der Höhe der Basisförderung auch allfällige Fördermittel, die der Förderwerber nach dem PresseFG 2004 in der Förderung nach diesem Bundesgesetz vorangegangenen Kalenderjahr erhalten hat, zu berücksichtigen hat.

Das System der Beiziehung externen Fachwissens durch die Einrichtung eines Beirates wird mit § 33g ebenfalls den bereits im KOG verankerten Mustern an Beiräten nachgebildet. Gleiches lässt sich für die Bestimmungen über die einzuhaltenden Fristen, die erforderlichen Nachweise und Belege sowie die Auskunftspflichten der Förderungswerber festhalten. Als Beiratsmitglieder kommen vor dem Hintergrund der in § 33g festgelegten Kriterien insbesondere Personen aus der universitären Lehre und Forschung, ehemalige und aktive Mitarbeiter von Medienunternehmen, Medienverbänden, Behörden oder sonstigen im Medienbereich tätigen Organisationen und Interessenvertretungen in Frage.