

11.08

**Bundesministerin für Frauen, Familie, Integration und Medien im Bundeskanzleramt MMag. Dr. Susanne Raab:** Herr Präsident! Sehr geehrte Damen und Herren Bundesrät:innen! Werte Zuseherinnen und Zuseher! Ich möchte gerne zu Beginn ein paar Worte insgesamt über den österreichischen Medienstandort sagen. (*Die Bundesrät:innen der SPÖ halten Exemplare der „Wiener Zeitung“ in die Höhe.*)

Sie alle wissen, der Medienmarkt insgesamt – nicht nur der österreichische, sondern auch der europäische, aber auch der internationale – ist in einer enormen Transformation. Es verlagert sich viel in den digitalen Raum, das Nutzungsverhalten hat sich verändert. Vorhin waren einige Jugendliche hier. Wenn sie noch hier wären, würde ich sie gerne fragen: Wie viele konsumieren die Medien derzeit eigentlich online? (*Zwischenrufe bei der SPÖ.*) Das hat sich sehr stark verändert. Das Nutzungsverhalten der Zukunft liegt natürlich insbesondere im digitalen Raum.

Deshalb ist es wichtig, dass wir bestehende Gesetze, die über viele Jahrzehnte nicht angepasst wurden, an diesen Wandel anpassen und mit dieser Transformation auch einem starken dualen Medienstandort – das bedeutet auf der einen Seite: einem starken privaten Medienstandort, und auf der anderen Seite: auch einem starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk – gerecht werden, damit wir eine Vielfalt an gutem, objektivem Qualitätsjournalismus insbesondere auch für die Jugendlichen in Österreich aufrechterhalten können.

Was tun wir dafür? – Auf der einen Seite geben wir derzeit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk mehr Möglichkeiten, im digitalen Raum auch die Jugend zu erreichen. (*Bundesrätin Hahn: Die Zeitung ist bereits im digitalen Raum!*) Auf der anderen Seite unterstützen wir die privaten Medien mit einer digitalen Transformationsförderung in einer nie da gewesenen Höhe, um diesen Wandel an digitaler Transformation mitgehen zu können.

Zu guter Letzt (**Bundesrätin Hahn:** ... richtigen Zahlen, ... komplett falsch!) werden wir auch Marken wie die „Wiener Zeitung“, die natürlich in Österreich Traditionsmarken sind, für die Zukunft erhalten und ihnen künftig auch die Möglichkeit geben, im digitalen Raum die Jugend zu erreichen und zu reüssieren. (*Beifall bei ÖVP und Grünen.*)

Nicht nur die Standards und das Nutzungsverhalten der Bürgerinnen und Bürger am Medienmarkt haben sich geändert, sondern es haben sich – wie ich finde, zu Recht – auch die Anforderungen an die Standards der Transparenz im Umgang mit Steuergeld in den letzten Jahren geändert, und das ist gut so. Jede Bürgerin und jeder Bürger hat ein Recht darauf, zu wissen, was mit ihrem oder seinem Steuergeld passiert. (*Beifall bei ÖVP und Grünen. – Zwischenruf des Bundesrates Schmid. – Weitere Zwischenrufe bei der SPÖ.*)

Deshalb war es uns so wichtig, dass wir das neue Medientransparenzgesetz schaffen. Sie müssen wissen, als Frauenministerin ist es für mich oft wichtig, dass wir gemeinsam mit den Medien Kampagnen ins Leben rufen, um die Frauen in Österreich zu erreichen und ihnen auch sagen zu können, wo sie Schutz finden, wenn sie Schutz brauchen, wo eine Frauennotrufnummer zu finden ist, wo Frauenhäuser zu finden sind, wo Gewaltschutzzentren zu finden sind. (*Ruf bei der SPÖ: Ist das jetzt Ihr Ernst?*) Deshalb ist eine Kooperation mit den Medien zu diesem Zwecke der Information nicht per se etwas Schlechtes, aber sie muss dem höchsten Standard an Transparenz unterliegen. Wir wollen ab dem ersten Euro wissen, was mit dem Steuergeld passiert, wenn die staatlichen Stellen im Rahmen von Inseraten und im Rahmen von Medienkooperationen mit den Medien zusammenarbeiten. (*Zwischenruf des Bundesrates Schachner. – Weiterer Zwischenruf bei der SPÖ.*)

Deshalb, sehr geehrte Damen und Herren, ist heute für mich und für die Bürgerinnen und Bürger, wenn es um die Transparenz geht, ein guter und wichtiger Tag, da wir das Medientransparenzgesetz reformieren und nun ab dem ersten Euro lückenlos eingemeldet werden muss, wenn Steuergeld für Inserate ausgegeben wird. (*Beifall bei der ÖVP.*)

Es werden die bisherigen Bagatellgrenzen fallen. Es werden Lücken geschlossen (*Bundesrätin Hahn: Beinschab! Ich sag nur Beinschab-Tool! Da war was, oder?*), künftig sind nämlich auch Social-Media-Kampagnen, Plakat- und Kinowerbung von den Meldepflichten erfasst. (*Zwischenrufe bei der SPÖ.*) Für jede Kampagne mit einem höheren Budgetvolumen muss sich die staatliche Stelle außerdem im Vorfeld überlegen, welchen Nutzen eine Kampagne hat und welche Zielgruppe man erreichen will. Am Ende des Tages muss man auch darlegen, ob diese Zielwerte auch wirklich erreicht wurden. Das ist ein Zugang, den die Privatwirtschaft schon lange hat, wenn sie Medienkooperationen eingeht; und ich glaube, es ist gut, wenn der Staat sich auch hier von der Privatwirtschaft etwas abschaut und diese Wirkungskennzahlen auch wirklich überprüft und der Öffentlichkeit zugänglich macht. (*Beifall bei der ÖVP und bei Bundesräten:innen der Grünen.*)

Um sich bisher einen Überblick über die Ausgaben für Inserate in unterschiedlichen Bundes- und Landesstellen zu verschaffen, musste man schon ein Fuchs sein. (*Zwischenrufe bei der SPÖ.*) Die Einmeldung des Zahlenmaterials ist sehr unübersichtlich aufbereitet. Das wollen wir nicht. Wir wollen auch im Zugang für die Bürgerinnen und Bürger Transparenz. Deshalb wird künftig auf neuen Plattformen auf Knopfdruck einsehbar sein (*Zwischenruf der Bundesrätin Hahn*), wofür das Geld ausgegeben wird, mit welchen Medien kooperiert wurde, wie das Sujet aussieht, welche Kampagnen geschaltet wurden. Beigezte Berichte werden einsehbar sein. Das braucht einfach einen leichten Zugang, weil die Transparenz ja sonst nur eine leere Hülle ist. (*Zwischenrufe bei der SPÖ.*)

Nun darf ich zum zweiten Tagesordnungspunkt heute kommen, nämlich zur „Wiener Zeitung“. Wie bereits dargelegt wurde, war der Ausgangspunkt, dass die „Wiener Zeitung“ über viele Jahre, ja Jahrzehnte, durch die Pflichtveröffentlichungen der heimischen Unternehmen finanziert wurde. Das heißt, die Wirtschaft hat die „Wiener Zeitung“ dementsprechend getragen und finanziert. Das ist nun weggefallen, um die heimische Wirtschaft zu entlasten, aber

auch aufgrund der Notwendigkeit einer neuen EU-Verordnung. Deshalb war es notwendig, ein neues Geschäftsmodell für die „Wiener Zeitung“ zu finden.

Wir haben uns selbstverständlich auch angesehen, wie die „Wiener Zeitung“ von den Österreicherinnen und Österreichern angenommen wird; denn das ist guter Journalismus, der dort betrieben wird. (*Bundesrätin Hahn: Deswegen ...!*) Es ist eine gute Redaktion. (*Rufe bei der FPÖ – in Richtung der SPÖ-Fraktion, die immer noch Exemplare der „Wiener Zeitung“ in die Höhe hält –: Höher!*) Die Reichweite (*Bundesrat Steiner: Nicht müde werden!*) der „Wiener Zeitung“ ist allerdings eine sehr geringe, sehr geehrte Damen und Herren. Es werden nur 6 000 bis 8 000 Exemplare verkauft – und wir sehen, dass sich die Leserinnen- und Leserzahl im Laufe der Zeit nicht sehr verändert hat. (*Bundesrätin Hahn: Die Zahlen stimmen einfach nicht! Die Zahlen stimmen hinten und vorne nicht, das wissen Sie!*) Die „Wiener Zeitung“ hat mehr Leserinnen und Leser über 90 Jahren als unter 30 Jahren. Das sieht man besonders bei den Abonnements.

Sehr geehrte Damen und Herren! Wir wollen die „Wiener Zeitung“ in die Zukunft führen und auch sicherstellen, dass sie einen Beitrag mit einem qualitätsvollen Journalismus, besonders auch für die Jugend, leisten kann. (*Beifall bei der ÖVP. – Zwischenrufe bei der SPÖ.*)

Wenn es um den Kampf gegen Fakenews geht, dann müssen wir uns hier breit aufstellen und diese wichtige Transformation im digitalen Raum auch für den Qualitätsjournalismus sicherstellen. Daher, sehr geehrte Damen und Herren, wird die „Wiener Zeitung“ künftig die Möglichkeit und auch die vollständige Finanzierung bekommen, ein Onlinemedium zu werden. Sie wird weiterhin auch regelmäßig als Printmedium erscheinen.

Was viele von Ihnen offensichtlich nicht wissen, das habe ich an den Vorednerinnen und -rednern gemerkt: Die „Wiener Zeitung“ hat ein ausgezeichnetes Ausbildungsprogramm für Jungjournalistinnen und -journalisten. (*Zwischenrufe bei der SPÖ.*) Das besteht seit vielen Jahren, und die Journalistinnen und Journalisten, die dort rausgehen, sind in den Tageszeitungen und Redaktionen in Österreich sehr erfolgreich und auch sehr gern gesehen.

Ich möchte hier über diese Jungjournalistinnen und -journalisten wirklich kein schlechtes Wort kommen lassen, wie es oft versucht wird, auch heute. (*Heiterkeit bei der SPÖ.* – **Bundesrätin Schumann:** *Das haben wir nicht versucht, das ist eine Unterstellung!*) Das sind gut ausgebildete Journalist:innen; und deshalb haben wir uns dazu entschlossen, auch in dieses gute Ausbildungsprogramm zu investieren – denn der österreichische Medienmarkt braucht gut ausgebildete Journalistinnen und Journalisten für den Qualitätsjournalismus der Zukunft. (*Beifall bei der ÖVP.*)

Ich möchte mich auch für die Zusammenarbeit bedanken, gerade was das Medientransparenzpaket betrifft, und ich freue mich natürlich über eine breite Zustimmung. – Vielen Dank. (*Beifall bei der ÖVP und bei Bundesräti:innen der Grünen.*)

11.17

**Vizepräsident Mag. Harald Himmer:** Als Nächste zu Wort gelangt Frau Bundesrätin Doris Hahn. – Bitte, Frau Kollegin.