
1403/A(E) XXV. GP

Eingebracht am 11.11.2015

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

der Abgeordneten Niko Alm, Kollegin und Kollegen

betreffend Abschaffung der Werbeabgabe für Medienunternehmen mit redaktionellem Anteil

Um die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Unternehmer_innen steht es nicht gut. Zu viele Reglementierungen und zu viel staatlicher Einfluss behindern Wachstum und Innovation. Anachronistische Abgaben verzerren den Markt.

Besonders kritisch ist dieser Zustand im Medienmarkt, denn die Qualität unserer demokratischen Entscheidungsfindungsprozesse hängt von der publizistischen Vielfalt, wettbewerbsfähiger und wirtschaftliche gesunder Medienhäuser ab. In den letzten Jahren sieht sich der Medienmarkt im Zuge der Digitalisierung mit besonderen ökonomischen Herausforderungen konfrontiert. Auch für etablierte Medienhäuser wirken diese oft existenzbedrohend.

Politisch und publizistisch unabhängige Medien brauchen aber ökonomische Stabilität. Anfälligkeiten für Beeinflussung, oder Sparzwang bei der publizistischen und journalistischen Vielfalt können und dürfen wir uns als Demokratie nicht leisten. Dennoch wird die Branche mit einer zusätzlichen Abgabe, nämlich der Werbeabgabe, belastet. Statt Medien zu unterstützen wird publizistische Vielfalt und Unabhängigkeit durch die Regierung zusätzlich verteuert.

Die Werbeabgabe ist ein wahres „Austriacum“ sie existiert in dieser Form nur in Österreich.

Die Werbeabgabe mit ihrem jährlichen Ausmaß von etwa 100 Millionen Euro beschleunigt die fortschreitende Verlagerung in Richtung digitaler Medien, aber sie erschwert gleichzeitig traditionellen Qualitätsmedien das Überleben. Durch diese einseitige und daher wettbewerbsverzerrende Mehrbelastung der traditionellen Medien wird ein fairer Wettbewerb unterschiedlicher Mediengattungen verhindert.

Die Streichung von Bagetellsteuern ist bereits seit Jahren ein Teil jedes Regierungsprogramms und wird immer wieder von vielen Seiten gefordert. Als erster Schritt in diese Richtung, duldet, aus den genannten demokratiepolitischen Gründen, die Abschaffung der Werbeabgabe für Medienunternehmen mit redaktionellen Anteil, keinen Aufschub.

Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgenden

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

ENTSCHLIESSUNGSANTRAG

Der Nationalrat wolle beschließen:

"Die Bundesregierung wird aufgefordert, einen Antrag auf Abschaffung der bundesweiten Werbeabgabe, für Medienunternehmen mit redaktionellen Anteil, per 1. Jänner 2016 zu stellen"

In formeller Hinsicht wird die Zuweisung an den Wirtschaftsausschuss vorgeschlagen.