

Vorblatt

Ziele

- Absicherung journalistischer Arbeitsplätze im Print- und Online-Bereich;
- Sicherstellung von vielfältigen Inhalten im Print- und Online-Bereich, die auf das österreichische Publikum ausgerichtet sind;
- Schaffung lückenloser Transparenz bei der Vergabe von Inseraten;
- Sicherstellung der Einhaltung des Sachinformationsgebots;
- Verbesserung der Nachvollziehbarkeit und Vergleichbarkeit.

Inhalte

Das Vorhaben umfasst hauptsächlich folgende Maßnahme(n):

- Journalismus-Förderung (Grundbetrag plus mögliche Zusatzbeträge für Redaktionsstatut, Fehlermanagementsystem, Qualitätssicherungssystem und Gleichstellungs- und Frauenförderpläne);
- Inhaltsvielfalts-Förderung (für regionale Berichterstattung und internationale und EU-Berichterstattung);
- Förderung der Aus- und Fortbildung im Print- und Online-Bereich;
- Medienkompetenz-Förderung (für repräsentative Medienpädagogikeinrichtungen sowie für die Verteilung kostenfreier Abonnements);
- Förderung der Selbstkontrolle im Print- und Online-Bereich, von Presseclubs und von Medienforschungs-Projekten;
- Einführung einer umfassenden Definition der bekanntgabepflichtigen Werbeleistungen;
- Entfall der bisherigen Bagatellgrenze für Werbeaufträge;
- Verankerung zusätzlicher Veröffentlichungs- und Berichtspflichten;
- Vorgaben an die Regulierungsbehörde über die Art und Weise der Veröffentlichung.

Finanzielle Auswirkungen auf den Bundeshaushalt und andere öffentliche Haushalte

Was die finanziellen Auswirkungen des QJF-G beginnend mit dem Jahr 2023 anbelangt, so entsteht für den Bund mit der Wahrnehmung der der Regulierungsbehörde und ihrer Geschäftsstelle übertragenen Aufgaben ein Mehraufwand von EUR 358 000 (hiervon EUR 60 000 einmalige Errichtungskosten) im Jahr 2023 und in der Folge von EUR 584 000 im Bereich der Vollziehung der maßgeblichen Bestimmungen. Diese Beträge werden durch die Erhöhung des in § 35 Abs. 1 KOG enthaltenen Bundesanteils bereitgestellt.

Was die finanziellen Auswirkungen der Novelle des MedKF-TG beginnend mit dem Jahr 2023 anbelangt, so entsteht für den Bund mit der Wahrnehmung der erweiterten der Regulierungsbehörde und ihrer Geschäftsstelle dem Grundsatz nach schon derzeit mit dem MedKF-TG übertragenen Aufgaben ein Mehraufwand von EUR 390 000 (hiervon EUR 80 000 sind einmalige Kosten für das Setup Intern) im Jahr 2023 und in der Folge von EUR 592 000 im Bereich der Vollziehung der maßgeblichen Bestimmungen. Diese Beträge werden wie schon bei der Erlassung der Stammfassung des MedKF-TG durch die Erhöhung des in § 35 Abs. 1 KOG enthaltenen Bundesanteils bereitgestellt.

Ausgangspunkt für den Bundeszuschuss ist der im KOG festgelegte Betrag von EUR 2 250 000 (Aufwand der RTR-GmbH im Fachbereich Medien). Da im KOG eine Valorisierung ab 2022 vorgesehen ist, so beträgt dieser Betrag 2022 EUR 2 313 000. Dieser Betrag wird sich im Jahre 2024 (bei einer angenommenen Valorisierung für 2022 und für 2023 von jeweils 8%) auf EUR 2 698 000 belaufen.

Da der Mehraufwand für die Regulierungsbehörde für beide Vorhaben ab 2024 zusammen EUR 1 176 000 beträgt, muss der valorisierte Betrag des für die RTR-GmbH im Fachbereich Medien im Jahr um EUR 1 176 000 erhöht werden, sodass ein Betrag von 3 874 000 Euro jährlich zur Verfügung steht. Dieser Betrag wird ab 2025 zu valorisieren sein. Im vorliegenden Regelungsvorhaben werden diese Sachverhalte durch eine Novelle zum KOG abgebildet.

Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union:

Der Entwurf sieht Fördermaßnahmen (QJF-G) vor, die – soweit sie nicht unter existierende beihilfenrechtliche Instrumente subsumiert werden können – einer weitergehenden Konsultation mit der Europäischen Kommission mit dem Ziel der beihilfenrechtlichen Genehmigung bedürfen.

Die vorgesehenen Regelungen im Bereich der Medientransparenz fallen nicht in den Anwendungsbereich des Rechts der Europäischen Union. Der am 16. September 2022 von der Europäischen Kommission präsentierte Vorschlag für eine Verordnung zur Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt (Europäisches Medienfreiheitsgesetz) und zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU, COM(2022) 457 final, sieht allerdings in Art. 24 vor, dass Werbeetats der öffentlichen Hand transparent, nach objektiven Kriterien, verhältnismäßig und nicht-diskriminierend vergeben werden sollen. Die vorgeschlagenen Regelungen entsprechen dem Grunde nach diesem aber ohnehin erst im Entwurfsstadium befindlichen Gesetzgebungsvorhaben.

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:

Keine

Erläuterungen

Allgemeiner Teil

Hauptgesichtspunkte des Entwurfs

Der vorliegende **Entwurf für ein Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz (QJF-G)** bündelt einen mehrjährigen Diskussionsprozess über eine Neugestaltung der Förderung im Print- und Online-Medien-Bereich. Insb. im Rahmen von „Medienkonferenzen“, die im Verlauf der ersten Jahreshälfte 2022 auf Initiative der für Medien zuständigen Bundesministerin stattfanden, sind unter breiter Einbindung der relevanten Interessenskreise die wesentlichen Eckpunkte für eine Neugestaltung der Förderung erarbeitet worden.

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

Der Entwurf sieht folgende Förderbereiche vor:

- Journalismus-Förderung (Grundbetrag samt möglicher Zusatzbeträge für Redaktionsstatut, Fehlermanagementsystem, Qualitätssicherungssystem und Gleichstellungs- und Frauenförderpläne);
- Inhaltsvielfalts-Förderung (für regionale Berichterstattung und internationale- und EU-Berichterstattung);
- Förderung der Aus- und Fortbildung im Print- und Online-Bereich;
- Medienkompetenz-Förderung (für repräsentative Medienpädagogikeinrichtungen sowie für die Verteilung kostenfreier Abonnements);
- Förderung der Selbstkontrolle im Print- und Online-Bereich, von Presseclubs und von Medienforschungs-Projekten.

Journalismus-Förderung (2. Abschnitt)

Ziel dieses neuen Förderbereichs ist die Förderung von für Tages-, Wochenzeitungen, Online-Medien oder Magazinen tätige Journalistinnen und Journalisten. Mit dieser Fördermaßnahme soll insb. auf die zunehmend schwierigere ökonomische Situation Einfluss genommen werden, der sich professionelle Journalistinnen und Journalisten und Medieninhaber ausgesetzt sehen.

Die Journalismus-Förderung besteht aus einem Grundbetrag, den Medieninhaber von Tages-, Wochenzeitungen, Online-Medien oder Magazinen für jede Journalistin bzw. jeden Journalisten, die bzw. der in ihrem Medium beschäftigt ist (degressive Gestaltung) und für jeden angestellten Auslandskorrespondenten erhalten können.

Neben diesem Grundbetrag können Medieninhaber zusätzliche Fördermittel erhalten, die gleichsam als qualitätsstärkende „Anreizförderungen“ konzipiert sind. Als Anreize fungieren das Vorhandensein eines Redaktionsstatutes (im Entwurf findet sich ein expliziter Verweis auf § 5 MedienG), eines Fehlermanagementsystems, eines Qualitätssicherungssystems und eines Gleichstellungs- und Frauenförderplanes im Medienunternehmen. Die Berechnung der Höhe der jeweiligen Zusatzförderungen ist mit jeweils 10 vH an den für das jeweilige Medium ermittelten Grundbetrag gekoppelt.

Inhaltsvielfalts-Förderung (3. Abschnitt)

In diesem Abschnitt finden sich Förderelemente zur Stärkung der Inhaltsvielfalt in Tages-, Wochenzeitungen, Online-Medien oder Magazinen. Die Hauptintention dieses Abschnittes besteht darin, dass Medien auch weiterhin eine möglichst breite und vielfältige Palette an redaktionellen Inhalten herstellen.

Förderung der Aus- und Fortbildung (4. Abschnitt)

Der Entwurf legt einen stärkeren Fokus auf die Aus- und Fortbildung als dies bisher im PresseFG 2004 vorgesehen war. So werden die bereits bestehenden Fördermöglichkeiten im Bereich der redaktionsinternen Ausbildung für Nachwuchsjournalisten im Printbereich um den Online-Bereich erweitert, dh. technologieneutral ausgestaltet. Die Kriterien für auf die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung spezialisierte Einrichtungen werden modernisiert, um den geänderten Rahmenbedingungen und Anforderungsprofilen Rechnung zu tragen. Überdies werden auch die in diesen Einrichtungen durchgeführten Aus- und Fortbildungsmaßnahmen förderbar.

Medienkompetenz-Förderung (5. Abschnitt)

Die Fördermaßnahmen übernehmen die bisherige „Leseförderung“ des PresseFG 2004 und weiten sie auf digitale Medien aus. Wesentlich ist, das Interesse der Schülerinnen und Schüler auf journalistische Produkte (sowohl analog als auch digital) zu richten. Der Fokus liegt auf dem kritisch-reflektierten Umgang mit Medien („media literacy“).

Förderung der Selbstkontrolle der Presse, von Presseclubs und von Medienforschungs-Projekten (6. Abschnitt)

Die bislang im PresseFG 2004 vorgesehene Förderung repräsentativer Einrichtungen im Bereich der Selbstkontrolle der Presse wird um den Online-Bereich erweitert; auch Presseclubs und Medienforschungs-Projekte können wie bisher unterstützt werden.

Änderung des Medienkooperations- und Förderungs-Transparenz-Gesetz (MedKF-TG):

Der vorliegende Entwurf für eine **Novelle zum Medienkooperations- und Förderungs-Transparenz-Gesetz (MedKF-TG)** stellt das Ergebnis eines Diskussionsprozesses im Rahmen der obgenannten „Medienkonferenzen“ dar. In diesem Diskussionsprozess konnten aus den Ansichten aller relevanten Interessenskreise wesentliche Grundlagen für die Eckpunkte des vorliegenden Vorschlags gewonnen werden. Gleichzeitig galt es, den in der Vergangenheit wiederholt und von unterschiedlichen Seiten vorgetragenen Kritikpunkten an der Ausgestaltung des geltenden Bekanntgabesystems Rechnung zu tragen. Aus diesen Gründen sieht der Entwurf – abgesehen von der Anknüpfung an eine umfassende Definition der erfassten Werbeleistungen und Medien – einen Entfall der Bagatellgrenze bei gleichzeitiger Einführung zusätzlicher an Betragsgrenzen orientierter Veröffentlichungspflichten vor. Hinzutreten sollen spezifische Veröffentlichungs- und Berichtspflichten bei Werbekampagnen. Auch dem Anliegen der (Fach)Öffentlichkeit nach einer besseren Aufbereitung und anschaulicheren Darstellung der bekanntgegebenen Daten auf der Website der KommAustria wird mit dem Entwurf ebenso Rechnung getragen wie dem Bedürfnis nach mehr Transparenz durch Gewährleistung der Vergleichbarkeit der verschiedenen Jahre. Schließlich wird die Novelle zum Anlass genommen, um weitere Rechtsträger zur Einhaltung des Sachinformationsgebots und des Hinweisverbots zu verhalten.

Kompetenzgrundlage:

Es handelt sich um ein Selbstbindungsgesetz des Bundes. Die Zuständigkeit des Bundes zur Erlassung der vorgeschlagenen Bestimmungen in Bezug auf die Änderungen des MedKF-TG ergibt sich aus Art. 10 Abs. 1 Z 6 B-VG.

Besonderer Teil

Zu Artikel 1 (Erlassung des Journalismus- und Qualitäts-Förderungs-Gesetzes):

Zu § 1:

Als Zielbestimmung ausgestaltet, bringt die Regelung zum Ausdruck, dass der Gesetzentwurf einen Schwerpunkt auf die Vielfalt der „textbasierten Nachrichtenmedien“ legt (offline wie online) und dass deren Bedeutung für die öffentliche Debatte maßgeblich auf das „System Journalismus“ („von professionellen Journalistinnen und Journalisten in Verfolgung anerkannter journalistischer Grundsätze und der gebotenen Sorgfalt hinsichtlich Faktizität und Quellenherkunft“) angewiesen ist.

Zu § 2:

Die Bestimmung dient – auch im Sinne der sprachlichen Vereinfachung und zur Vermeidung von Wiederholungen – der Klärung des Inhalts von mehrfach verwendeten Begriffen. Der in Z 1 definierte Begriff des „E-Paper“ wird in § 4 Abs. 5 für ein Ausschlusskriterium herangezogen und in § 13 zur Klarstellung verwendet, dass auch diese „Medienform“ im Wege von Abonnements für Schülerinnen und Schüler Verteilung finden soll. Für die Frage, welche Art solcher Abonnements „förderfähig“ sein sollen, wird auch der Begriff des Magazins in Z 3 näher beschrieben. Überdies wird in Verbindung mit § 4 Abs. 6 verdeutlicht, dass alle Publikationen, die eine geringere Erscheinungshäufigkeit als Wochenzeitungen aufweisen, für die Zwecke dieses Bundesgesetzes als „Magazine“ bezeichnet werden, sofern sie mindestens viermal pro Jahr erscheinen.

Z 2 definiert, was unter „hauptberuflich tätige Journalistin bzw. hauptberuflich tätiger Journalist“ im Sinne dieses Gesetzes zu verstehen ist. Die Textierung orientiert sich an den Richtlinien zur Förderung der digitalen Transformation bei Medienunternehmen (3a. Abschnitt KOG), ein analoges Vorgehen erscheint im Sinne der Kongruenz und Praktikabilität sinnvoll (vgl. https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/digitaltransformation/richtlinien/richtlinien_2022.de.html unter Punkt 12: „Die Richtlinienkonformität der damit verbundenen Gehälter und damit die

Anrechenbarkeit der entsprechenden Anzahl an angestellten Personen ist mittels Bestätigung eines unabhängigen Wirtschaftstreuhänders oder einer unabhängigen Wirtschaftstreuhänderin nachzuweisen oder anderwärtig hinreichend glaubhaft zu machen.“).

Z 4 legt in den lit. a bis d detailliert fest, welche Kriterien (insb. nachprüfbar Daten hinsichtlich Textzeichen und Nutzungs-Zugriffe) zu erfüllen sind, um ein förderbares „Online-Medium“ im Sinne dieses Gesetzes zu sein.

Z 5 dient der eindeutigen Klarstellung, dass entgeltliche Veröffentlichungen im Sinne von § 26 MedienG nicht zum redaktionellen Teil zu rechnen sind. Wird ein Entgelt bezahlt, kommt es auf die inhaltliche Einflussnahme nicht an. Eine entgeltliche Veröffentlichung liegt folglich auch dann vor, wenn sie zwar unter alleiniger redaktioneller Verantwortung erfolgt, dafür aber ein Entgelt geleistet wurde, wie dies etwa bei „Medienkooperationen“ der Fall sein könnte.

Zu § 3:

Abs. 1 legt die unterschiedlichen Förderbereiche, deren anteilmäßige Aufgliederung in spezifische Förderzwecke sowie die maximale Förderhöhe pro Förderbereich fest. Auf diese Weise wird von sechs unterschiedlichen Förderbereichen ausgegangen, die jeweils mit einer maximalen Förderhöhe versehen werden. Überdies wird für drei dieser Förderbereiche als Verdeutlichung der Schwerpunkte der erfassten Förderzwecke zur Verteilung der so bereitstehenden Mittel ein spezifischer prozentueller Schlüssel gesetzlich vorgegeben.

Mit der Anordnung in Abs. 2 ist sichergestellt, dass einerseits (Satz 1) eine Ausschöpfung durch Gewährung an einen oder einige wenige Förderwerber ausgeschlossen wird und folglich alle als zulässig angesehenen Förderansuchen gefördert werden können. Andererseits wird (mit Satz 2) dem in der Praxis vielfach von unterschiedlicher Seite formulierten Anliegen Rechnung getragen, unverbrauchte Mittel auch anderen Förderbereichen oder -zwecken „zuteilen“. Um der KommAustria dabei sachliche Anknüpfungspunkte zu bieten, sieht der Gesetzentwurf hierfür die Befassung des Fachbeirates vor. Überdies wird (mit Satz 3) klargestellt, dass – sollten Fördermittel trotz der in Satz 2 eingeräumten Möglichkeiten nicht verbraucht werden können – diese Mittel nicht verfallen, sondern auch im Folgejahr zur Verteilung kommen können. Die Zuteilung dieser „übriggebliebenen“ Fördermittel auf die in Abs. 1 genannten Förderbereiche soll in Relation zu den für diese Bereiche vorgesehenen Mitteln erfolgen.

Zu § 4:

Bei diesen Anordnungen ist zwischen den Fördervoraussetzungen nach Abs. 1, die alle Tages-, Wochenzeitungen, Online-Medien oder Magazine zu erfüllen haben, wenn deren Medieninhaber um eine Förderung ansuchen, und jenen Anordnungen in Abs. 2 bis 6 zu unterscheiden, die auf die spezifischen „Erscheinungsformen“ von Medien abstellen.

Die in Abs. 1 Z 1 und 3 normierten Voraussetzungen sind bereits Bestandteil der nach dem PresseFG 2004 geltenden Rechtslage (in § 2 Abs. 1 Z 1). Durch die Hinzufügung des Begriffs „Universalmedium“ wird deutlich gemacht, dass eine breite inhaltliche Themenvielfalt vorausgesetzt wird und der Inhalt über den Kreis des reinen „Fachmediums“ (vgl § 2 Abs. 1 Z 1 PresseFG 2004 „Fachpresse“) hinausgehen muss. Die Anforderung nach Z 2 entspricht inhaltlich der bisher in § 2 Abs. 1 Z 7 PresseFG 2004 vorzufindenden Anordnung. Z 4 übernimmt den Regelungsgehalt der bislang in § 2 Abs. 1 Z 3 PresseFG 2004 vorzufindenden Bestimmung. Z 5 erfasst den Inhalt der bislang in § 2 Abs. 1 Z 2 PresseFG 2004 normierten Voraussetzung der überwiegenden Verbreitung in Österreich, adaptiert um eine Bestimmung für die Online-Medien, die aufgrund der Eigenart des Mediums nicht auf das Verbreitungsgebiet, sondern auf die überwiegende Anzahl der Zugriffe aus Österreich abstellt.

Für Tageszeitungen wird gemäß Abs. 2 eine Mindesterscheinungshäufigkeit von 240 Tagen verlangt und als weitere Voraussetzung eine Mindestanzahl von sechs hauptberuflich tätigen Journalistinnen bzw. Journalisten vorgesehen – beide Erfordernisse fanden sich bereits bisher in § 2 Abs. 1 Z 2 PresseFG 2004.

Für Wochenzeitungen gilt nach Abs. 3 eine Erscheinungshäufigkeit von 41 mal jährlich (wie bereits derzeit in § 2 Abs. 1 Z 2 PresseFG 2004) und eine Mindestanzahl von drei hauptberuflich tätigen Journalistinnen bzw. Journalisten (bislang zwei).

Da die Förderungen nach diesem Bundesgesetz generell auch für Gratismedien offenstehen sollen, wurden die Erfordernisse „vorwiegend im freien Verkauf oder im Abonnement“, wie bisher in § 2 Abs. 1 Z 2 PresseFG 2004, nicht übernommen.

Die Regelung in Abs. 4 präzisiert die bislang in § 2 Abs. 7 PresseFG 2004 vorzufindende Anordnung und soll ausschließen, dass für ein Printprodukt bloß aufgrund geringfügiger Änderungen unter mehreren Titeln um Förderung angesucht werden kann. Kopfbblätter sind Ausgaben, die durch eigene, meist regionale Bezüge herstellende Titelnamen gekennzeichnet sind und für die auch eigene regionale

Redaktionen bestehen. Hierbei wird auch im Einzelfall das wirtschaftliche und journalistische Naheverhältnis zu der als Stammbblatt fungierenden Zeitung zu berücksichtigen sein. Mutationen wiederum sind Ausgaben, die weder als Kopfblätter noch als wirtschaftlich selbständige Zeitungen qualifiziert werden können. Unter Mutation versteht man im Druckbereich das Austauschen einer oder mehrerer Seiten einer Zeitungsausgabe, wenn etwa generell verschiedene Versionen einer Zeitung vorgesehen sind (zB bei gesonderten Abend- und Morgenausgaben oder regional verschiedenen Ausgaben). Näheres dazu ist wie bisher im Wege der Richtlinien der KommAustria festzulegen.

Abs. 5 legt als weitere Voraussetzung für Online-Medien eine Mindestanzahl von drei hauptberuflich tätigen Dienstnehmerinnen bzw. Dienstnehmern fest. Überdies wird klargestellt, dass „Online-Auftritte“ oder „E-Paper“ von Tages-, Wochenzeitungen oder Magazinen kein Online-Medium im Sinne dieses Bundesgesetzes sind.

Abs. 6 befasst sich mit den Voraussetzungen für Magazine, für die ebenfalls eine Mindestanzahl von drei hauptberuflich tätigen Dienstnehmerinnen bzw. Dienstnehmern festgelegt ist und eine Mindesterscheiung von vier Ausgaben pro Jahr.

Zu § 5:

Schon nach der bislang geltenden Rechtslage waren Gebietskörperschaften (und Unternehmen, an denen diese beteiligt sind) von der Förderung ausgeschlossen (vgl. § 2 Abs. 1 Z 6 PresseFG 2004). Dieser Ausschlussgrund wird nunmehr generell auf Körperschaften öffentlichen Rechts ausgedehnt. Damit sind jedenfalls Bund, Länder, Gemeinden, Gemeindeverbände, gesetzliche berufliche Interessenvertretungen, Hochschülerschaft und Sozialversicherungsträger erfasst. Wenn nicht ein Bundes- oder Landesgesetz ausdrücklich bei einem Rechtsträger auf seine Eigenschaft als „Körperschaft öffentlichen Rechts“ hinweist, so ist dies im Lichte der Rechtsprechung zu beurteilen (vgl. etwa VwGH 22.1.1974, 0399/73). So kann die Eigenschaft aufgrund landesgesetzlicher Regelungen auch bei Verbänden und diversen Genossenschaften gegeben sein. Zugleich wird aber auch eine Ausnahme von diesen Ausschlussgründen aufgenommen, nämlich „Kirchen und Religionsgemeinschaften“, wie dies auch schon in den einschlägigen Bestimmungen des PrR-G, des AMD-G und des PubFG der Fall ist.

Z 3 normiert, dass „Parteimedien“, dh. wenn politische Parteien (im umfassenden Sinne nach dem PartG) oder parlamentarische Klubs als Medieninhaber fungieren, von Förderungen nach diesem Bundesgesetz ausgeschlossen sind, ebenso wie Nachrichtenagenturen (vgl. Z 4), das sind Unternehmen, die Informationen über aktuelle Ereignisse als vorgefertigte Meldungen in Text, Audio- oder Filmmaterial, sowie in Form von Bildern für Massenmedien liefern (derartige Dienste stellen Mediendienste im Sinne von § 1 Abs. 1 Z 7 des MedienG dar).

Die Regelungen in Abs. 2 und 3 sollen sicherstellen, dass demokratiefeindliche Medien von der Förderung ausgeschlossen sind. Der Ausschlussgrund wird als erfüllt anzusehen sein, wenn ein Medium wiederholt innerhalb eines Jahres einen Tatbestand nach Abs. 2 Z 1 bis 4 erfüllt.

Ein Ausschlussgrund im Sinne von Abs. 4 liegt insb. dann vor, wenn der Inhalt, dessentwegen die Verurteilung ausgesprochen wurde, von einem Entscheidungsträger oder Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter des Medienunternehmens zu verantworten ist, nicht aber, wenn die Verurteilung über Dritte ausgesprochen wurde und keinem Mitarbeiter des Unternehmens der Vorhalt gemacht werden kann, diesbezüglich die gebotene journalistische Sorgfalt außer Acht gelassen zu haben.

Zu § 6:

Die Bestimmung enthält die Berechnungsformeln für die nach der Anzahl der hauptberuflich tätigen Journalistinnen bzw. Journalisten bemessene Förderung als Beitrag zur Aufrechterhaltung des Beschäftigungsstands.

Hierbei wird zwischen einem Grundbetrag nach Abs. 3 und „modulartig“ hinzutretenden Zusatzförderungen nach Abs. 4 unterschieden. Der Grundbetrag setzt sich aus der Anzahl der Journalistinnen bzw. Journalisten und der Auslandskorrespondentinnen bzw. Auslandskorrespondenten zusammen – gefördert werden sämtliche im jeweiligen Medium hauptberuflich tätige Journalistinnen bzw. Journalisten, wobei eine degressiv ausgestaltete Staffelung normiert wird.

Im Ansuchen um Förderung nach diesem Abschnitt haben Medieninhaber die Anzahl der „hauptberuflich tätigen Journalistinnen bzw. Journalisten“ pro Medium in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) anzugeben. Der Entwurf legt fest, dass 1 VZÄ 38 Wochenstunden entspricht und alle als Teilzeit-Beschäftigte entsprechend in VZÄ umzurechnen sind. Folglich entsprechen zB mit 19 Wochenstunden Beschäftigte 0,5 VZÄ, mit 9,5 Stunden Beschäftigte 0,25 VZÄ, usw. Überdies wird der maximal zu erhaltene Grundbetrag pro Medium mit 1,5 Millionen Euro begrenzt.

Bei der Feststellung der Anzahl der hauptberuflich tätigen Journalistinnen bzw. Journalisten können auch jene Journalistinnen bzw. Journalisten angerechnet werden, die ein Medieninhaber für die inhaltlich idente elektronische Ausgabe und für den die Zeitung begleitenden/ergänzenden/unterstützenden „Online-Auftritt“ beschäftigt, auch dann, wenn sie in einem eigenen Unternehmen desselben Unternehmensverbundes tätig sind.

Eine Zusatzförderung (in der Höhe von 10 vH des Grundbetrages) nach Abs. 4 Z 1 wird gewährt, wenn ein Redaktionsstatut zur Zusammenarbeit in publizistischen Angelegenheiten abgeschlossen wurde. Damit soll ein Anreiz gesetzt werden, um die Zusammenarbeit zwischen Medieninhaber und Medienmitarbeiterinnen bzw. Medienmitarbeitern und auch die Organisation innerredaktioneller Belange im Wege von Statuten nachvollziehbarer zu gestalten (vgl auch die Überlegungen in *Berka/Heindl/Höhne/Noll*, Praxiskommentar Mediengesetz³, 64f zum Inhalt des Redaktionsstatuts wie etwa zu Fragen des journalistischen Niveaus, Informations-, Anhörungs- und Vorschlagsrechte).

Abs. 4 Z 2 bis 4 normieren weitere Zusatzförderungen, die Medieninhabern gewährt werden können, wenn sie spezifische redaktionelle (Fehlermanagement- und Qualitätssicherungssystem) und „gesellschaftspolitische“ Anforderungen (Gleichstellungs- und Frauenförderpläne) erfüllen. Auch diese Zusatzförderungen sind jeweils mit 10 vH des Grundbetrages versehen.

Abs. 5 normiert, dass die Kriterien für die Zusatzförderungen nach Abs. 4 in den Richtlinien festzulegen sind und listet in den Z 1 bis 3 einige Parameter auf, die dabei insb. zu berücksichtigen sein werden.

Zu den §§ 7 und 8:

Diese Bestimmungen bilden einen weiteren Schwerpunkt des vorliegenden Entwurfs, der in der Aufrechterhaltung und Förderung einer inhaltlichen Vielfalt zu sehen ist. Angesichts schwieriger Objektivierbarkeit des Begriffsinhalts und somit insb. verfassungsrechtlicher Überlegungen im Lichte von Art. 10 EMRK wird ganz bewusst auf die Festlegung von spezifischen Qualitätsmerkmalen oder -maßstäben verzichtet. Vielmehr sollen die Förderbereiche der §§ 7 und 8 den Anreiz bieten, sich mit den angesprochenen Themenschwerpunkten intensiv(er) auseinanderzusetzen und so zum in § 1 angesprochenen „öffentlichen Diskurs“ beizutragen. Im Entwurf wurde von detaillierten Vorgaben, welche konkreten Inhalte unter den entsprechenden Themenbereichen behandelt werden, bewusst Abstand genommen. Vielmehr obliegt es dem Medieninhaber, darüber zu entscheiden, ob er zB durch die „Produktion“ von Inhalten aus den eindeutig umschriebenen Bereichen „Regionale Berichterstattung“ sowie „Internationale und EU-Berichterstattung“ Fördergelder erlangen möchte. Der für die Gewährung der Förderungen nach den §§ 7 und 8 vorausgesetzte Umfang stellt auch keine unsachliche oder unerreichbare Hürde für die Erlangung einer Förderung dar. Durch den jeweils letzten Satz in den §§ 7 und 8 wird einerseits verdeutlicht, was bereits in § 2 Z 5 zum Ausdruck kommt: Der Inhalt von entgeltlichen Veröffentlichungen, auch in der Gestalt von Medienkooperationen, kann nicht zum redaktionellen Inhalt gezählt werden. Auch bloße Touristeninformationen, wie über Öffnungszeiten, Preise und Erreichbarkeit touristischer Anziehungspunkte oder Hinweise auf Restaurants, Freizeitaktivitäten udgl, sind aus der „Berechnung“ herauszunehmen. Andererseits wird im Wege des letzten Elements auch hervorgehoben, dass die Übernahme von Agenturmeldungen nach der „Copy and Paste“ Methode oder auch deren bloße Zusammenstellung für die Berechnung des Anteils nicht als redaktioneller Inhalt – weil wenig bis gar nicht kreativ, schöpferisch im Sinne des Begriffs „redaktionell“ – gewertet wird.

So wie bei den bereits in § 6 Abs. 4 vorgesehenen „Zusatzförderungen“ wird auch die Inhaltsvielfalts-Förderung nach diesem Abschnitt mit einem Vomhundertsatz (20 vH für „regionale Berichterstattung“ und 10 vH für „Internationale und EU-Berichterstattung“) an den Grundbetrag gekoppelt. Insgesamt werden für Förderungen nach diesem Abschnitt 2,5 Millionen Euro zur Verfügung gestellt (vgl. § 3 Abs. 1 Z 2).

Zu den §§ 9 bis 11:

Die vorgeschlagenen Bestimmungen des 4. Abschnittes entsprechen in einigen Punkten den schon derzeit in § 10 PresseFG 2004 vorzufindenden Fördermöglichkeiten, setzen aber einen größeren Schwerpunkt sowohl in Bezug auf die Maßnahmen als auch in budgetärer Hinsicht.

Für die Aufteilung zwischen mehreren, eine berufsbegleitende Aus- und Fortbildung anbietenden Einrichtungen (bislang in § 10 Abs. 2 PresseFG 2004, nunmehr in § 9) wurden präzisere Kriterien in § 9 Abs. 4 formuliert.

Die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung (§ 10) in derartigen Einrichtungen ist neu und mit bis zu 50 000 Euro pro Medium förderbar.

In Anerkennung des Nutzens der In-House-Ausbildung als Beitrag zur Qualität der journalistischen Arbeit bleibt die entsprechende Fördermöglichkeit für die Ausbildung von Nachwuchsjournalistinnen

bzw. Nachwuchsjournalisten (bislang in § 10 Abs. 1 PresseFG 2004) erhalten, wird aber auch um den Online-Bereich als eigenständige Ausbildungsschiene erweitert (§ 11).

Zu den §§ 12 und 13:

Auch die bislang in § 11 Abs. 2 PresseFG 2004 vorgesehenen Maßnahmen unter dem Titel der „Leseförderung“ haben sich bewährt, sodass hier kein Anlass für eine grundlegende Änderung bestand, wengleich auch in dieser Hinsicht eine Ergänzung um den Online-Bereich erforderlich war: Zum einen in Hinblick auf das Angebot bei der Vermittlung des Wissens um den Einsatz, die Verwendung digitaler Medienangebote und insb. den kritischen Umgang mit Quellen (vgl dazu den Förderbereich in § 12) und zum anderen in Bezug auf die Bereitstellung „digitaler Abonnements“ (vgl § 13). Im Vordergrund steht bei der Tätigkeit von Medienpädagogik-Einrichtungen, dass diese geeignete Konzepte präsentieren können, um im Unterricht die in § 12 umschriebene „media literacy“ auch begleitend zu den Lehrinhalten zu vermitteln.

Zu den §§ 14 bis 16:

Auch der Inhalt dieser Bestimmungen findet sich bereits in § 12a PresseFG 2004, soweit es den Bereich der Selbstkontrolle betrifft, in § 11 Abs. 4 PresseFG 2004, wenn es um die Presseclubs geht, und in § 11 Abs. 3 in Bezug auf die Medienforschungs-Projekte. Die Höhe der Förderung für die Einrichtung der Selbstkontrolle ist, so wie bisher, mit maximal 150 000 Euro begrenzt (vgl. § 3 Abs.1 Z 5a). Auch die Dotierung für Presseclubs und für Medienforschungs-Projekte mit jeweils 50 000 Euro bleibt unverändert.

Hervorzuheben (und der Gesamtintention des Entwurfes folgend) ist die Erweiterung der Selbstkontrolle auf den „Online-Bereich“; dies vor allem deshalb, weil die in den letzten Jahren geförderte Einrichtung („Österreichischer Presserat“) in ihrem Fokus vorwiegende Printmedien hat bzw. als „teilnehmende Medien“, die die Schiedsgerichtsbarkeit des Presserates in einem Beschwerdeverfahren generell anerkennen, (bislang noch) keine „Online-Medien“ im Sinne des Gesetzentwurfes haben – sehr wohl aber zB nicht-kommerzielle Radio- und Fernsehveranstalter.

In § 15 (Presseclubs) wurde im Vergleich zur bislang geltenden Rechtslage ergänzt, dass die Richtlinien nähere durch das Gesetz bereits beispielhaft beschriebene Bestimmungen über die sachliche Differenzierung bei der Fördervergabe zu enthalten haben.

Zu den §§ 17 bis 19:

Die Vergabe von Fördermitteln durch die KommAustria hat sich in fachlicher und organisatorischer Hinsicht bewährt. Es ergibt sich aus den Regelungen des KOG, dass die RTR-GmbH, Fachbereich Medien, weiterhin die Funktion der Geschäftsstelle auch in diesem Bereich ausübt. Das Instrumentarium der Förderrichtlinien erweist sich auch weiterhin als notwendig, um die vom Gesetz vorgegebenen Kriterien für die Gewährung der Förderungen näher auszugestalten. § 18 Abs. 2 hebt nun einzelne „Fragestellungen“, bei denen eine Ausdifferenzierung erforderlich ist, spezifisch hervor, ohne dass es damit ausgeschlossen wäre, auch andere Fragen, die sich im Rahmen der Vollziehung der neuen Bestimmungen ergeben, in den Richtlinien zu behandeln.

Es ist auch weiterhin im Sinne der Einbeziehung von umfassender zusätzlicher Expertise angebracht, der KommAustria ein beratendes Gremium zur Seite zu stellen. Dieser Fachbeirat soll vor allem in sensiblen Fragen (wie zB jenen der Förderrichtlinien, des Vorliegens der an verschiedenen Stellen im Gesetz normierten verschiedenen gesetzlichen Voraussetzungen oder aber auch zu konkreten Förderansuchen) eine Stellungnahme abgeben, mit der sich die KommAustria insb. im Falle der Abweichung besonders auseinandersetzen hat. Die Auflistung in § 19 Abs. 2 ist demonstrativ und die KommAustria kann daher die Empfehlung des Beirats auch in anderen Sachfragen einholen. In organisatorischer Hinsicht wurden, um die Unabhängigkeit der, nunmehr explizit aus dem Kreis fachkundiger Personen mit mehrjähriger einschlägiger Praxis aus dem Medienbereich oder der Medienwissenschaft zu bestellenden Mitglieder zu betonen und zu gewährleisten, die Unvereinbarkeitsbestimmung (Abs. 5 letzter Satz) umfassend formuliert und auch die Ausschließungsgründe (Abs. 6) sowie die Beendigungsgründe für die Mitgliedschaft (Abs. 7) taxativ aufgezählt. Im Sinne einer gewissen Kontinuität ist die Funktionsperiode für drei Jahre festgelegt mit der Möglichkeit der Wiederbestellung. Weiters finden sich die auch in anderen Bereichen für Beiräte üblichen Verpflichtungen zur Verschwiegenheit und zur gewissenhaften und objektiven Ausübung der Funktion (Abs. 3).

Zu den §§ 20 bis 23:

Auf die Gewährung von Förderungen (vgl § 20 Abs. 1) bestand schon bislang kein Rechtsanspruch. Die Förderwerber sind verpflichtet, alle Umstände darzulegen, die für die Beurteilung der Förderwürdigkeit relevant sein können (vgl § 20 Abs. 2 bis 5). Zur Reduktion des administrativen Aufwands wird die Verpflichtung zur Darlegung der Eigentumsverhältnisse und die verpflichtende Vorlage einer Erklärung,

dass keine rechtskräftige Verurteilung wegen einer strafbaren Handlung nach § 282a StGB oder § 283 StGB oder nach dem Verbotsgesetz 1947 vorliegt, normiert.

§ 21 Abs. 1 entspricht dem bisher in § 14 Abs. 1 PresseFG 2004 vorzufindenden Regelungsgehalt. In § 21 Abs. 2 wurde gegenüber der geltenden Rechtslage eine Präzisierung dahingehend vorgenommen, dass zwei Auszahlungstermine angeführt sind, um eine bessere Planbarkeit zu erzielen. Für 2023 wird eine Ausnahmeregelung vorgesehen.

Zu Artikel 2 (Änderung des PresseFG 2004)

Im Lichte dessen, dass mit der Integration des Abschnitts IV („Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“) des PresseFG 2004 in das QJF-G im PresseFG 2004 lediglich die bisherige „Vertriebsförderung“ für Tages- und Wochenzeitungen und die „Besondere Förderung für die Regionale Vielfalt“ für Tageszeitungen verbleiben, finden sich in Artikel 3 die notwendigen „redaktionellen“ Anordnungen. Gleichzeitig werden die Bestimmungen für einen Ausschluss von der Förderung ergänzt.

Zu Artikel 3 (Änderung des MedKF-TG)

Zu § 2:

Die Regelung wird hinsichtlich der Werbeaufträge präziser und weitreichender ausgestaltet, indem insbesondere die bisherige Beschränkung der Bekanntgabepflicht auf periodische Medien aufgegeben wird. Zukünftig soll jegliche entgeltliche Werbeleistung unabhängig von der „technischen“ Verbreitungsform erfasst sein.

Zu Abs. 1:

Die Bestimmung zählt die erfassten Kategorien durch Auflistung der verschiedenen Verbreitungsmedien auf. War schon bisher der gesamte Rundfunksektor und auch der Onlinebereich erfasst, so kommt es nunmehr auch bei den Druckwerken nicht mehr auf die Periodizität an. Damit sind auch alle Beilagen in periodischen Druckwerken genauso erfasst wie jegliches andere weniger als viermal im Jahr publizierte Werk. Auch Werbung über Plakate oder in Büchern fällt damit unter den Anwendungsbereich so wie auch Public-Screens oder Schaukästen etc. Zu den einzelnen Beispielen kann auf die Materialien zum Werbeabgabegesetz 2000 (RV 87 BlgNR, XX. GP) verwiesen werden.

Zu Abs. 1a:

Der erste Satz umfasst die Anordnung über die jedenfalls (unabhängig von einer Betragsgrenze) bekanntzugebenden Details, wobei angesichts der in der Vergangenheit zur Erhöhung der Transparenz die bisher geltende Bagatellgrenze von EUR 5 000 entfallen soll. Das bedeutet, dass jedenfalls pro Quartal und (ebenfalls wie bisher pro Medium) die gesamte Höhe des Entgelts für die in einem Quartal erfolgten Veröffentlichungen bekanntzugeben ist und zwar mit den in Z 1 beschriebenen Details (Art, Name des Mediums, Medieninhaber oder Verfügungsberechtigter bei Flächen oder Räumen). Neu ist auch die Anordnung, wonach ein Rechtsträger, wenn er durch die Gesamtsumme seiner Aufträge im Quartal die Grenze von EUR 5 000 überschreitet, das Sujet aller Werbeleistungen auf der Website der KOA verfügbar sein muss.

Zu Abs. 1b:

Zukünftig sollen der Bund, „seine“ Stiftungen, Fonds und Anstalten (Art. 126b Abs. 1 B-VG), die öffentlich-rechtlichen Körperschaften mit Mitteln des Bundes (Abs. 3 leg.cit.), weiters die Träger der Sozialversicherung (Art. 126c B-VG), die Länder samt „ihren“ Stiftungen, Fonds und Anstalten (Art. 127 Abs. 1 B-VG) und die öffentlich-rechtlichen Körperschaften mit Mitteln eines Landes (Abs. 4 leg.cit.), die Gemeinden mit mindestens 10 000 Einwohnern (samt „ihren“ Stiftungen, Fonds, Anstalten und öffentlich-rechtlichen Körperschaften, vgl. Art. 127a Abs. 1 und 4) und der Gemeindeverbände (Art. 127a Abs. 9 B-VG) bei Überschreiten betraglich gestaffelter Höchstbeträge zusätzliche Informationen auf ihrer eigenen Website bereitstellen. Dementsprechend sieht Z 1 für die Werbekampagnen über einem Betrag von EUR 150 000 zusätzlichen Angaben im Sinne einer den Mitteleinsatz rechtfertigenden Darstellung (in Berichtsform) anhand vorgegebener Kriterien vor; dabei ist vor allem auch die Frage zu beantworten, aus welchen Überlegungen heraus die Werbekampagne als eine dem Sachinformationsgebot (vgl. dazu *Kogler*, (Unnütze und nützliche) Sachinformation oder (untersagte) Imagepflege, ZIIR 2019, Heft 1) entsprechende Werbeleistung angesehen werden kann.

Übersteigt das für die entgeltlichen Werbeleistungen einer Werbekampagne zu leistende Entgelt den Betrag von EUR 750 000, dann wird der jeweilige Rechtsträger auch dazu verhalten, eine Wirkungsanalyse der Werbekampagne durchzuführen und diese auf der Website zu veröffentlichen. Auch diese Verpflichtung trägt indirekt dazu bei, bei der Vergabe von Werbeaufträgen schon von Anfang an klar definierte Ziele und Indikatoren zur Beurteilung der Zielerreichung festzulegen und die Effizienz und den Ressourceneinsatz in die Planung einzubeziehen.

Zu Abs. 2 bis 4:

Die Änderungen sind durch die Ergänzungen in Abs. 1a und 1b bedingt. Die sachlich gerechtfertigten Ausnahmen, wie etwa Stellenausschreibungen oder Ausschreibungen, bleiben weiterhin erhalten. In Abs. 4 war auch inhaltlich zu berücksichtigen, dass die Privilegierung von Aufträgen bis zu EUR 5 000 entfallen ist.

Zu § 3:Zu Abs. 1:

Vgl. die vorstehenden Anmerkungen zu § 2 Abs. 4.

Zu Abs. 4:

In der Vergangenheit wurde kritisiert, dass die Art der Bereitstellung der der KommAustria bekanntgegebenen Daten nicht sonderlich geeignet sein dürfte, um der interessierten Öffentlichkeit einen Überblick zu verschaffen. Um daher einen leichteren Zugang zu den vorhandenen Information zu vermitteln, wird der KommAustria mit Abs. 4 – freilich unter Berücksichtigung der Vorgaben eines sparsamen, wirtschaftlichen und zweckmäßigen Mitteleinsatzes – aufgetragen, für eine benutzerfreundliche, dem Zugang zur Information dienliche Ausgestaltung zu sorgen. Ergebnis sollte sein, dass damit die Aufwendungen der jeweiligen Rechtsträger übersichtlich und leicht nachvollziehbar – auch pro Kalenderjahr – einsehbar sind.

Zu § 3a:

Die Änderung in Abs. 1 dient der sprachlichen Anpassung an die neue Terminologie und der Ergänzung der vom Sachinformationsgebot erfassten Rechtsträger um die Gemeindeverbände. Das Hinweisverbot des Abs. 4 soll zukünftig auch für öffentlich-rechtliche Körperschaften mit Mitteln des Bundes, der Länder und der Gemeinden (Art. 126b Abs. 3, Art. 127 Abs. 4 und Art. 127a Abs. 4 B-VG), ferner auch für Gemeindeverbände (Art. 127a Abs. 9 B-VG) und schließlich auch noch für gesetzliche berufliche Vertretungen (Art. 127b Abs. 1 B-VG) gelten.

Zu § 4:

Da bereits die mit von der RTR-GmbH zu vergebenden Förderungen zur Rundfunkförderung und auch die mit der Presse- und Publizistikförderung vergleichbaren Förderungen (der KommAustria) transparent zu machen sind, sollen künftig auch die Mittel aus dem Fonds zur Förderung des Auf- und Ausbaus des digitalen Angebots in der Medienlandschaft von der Bekanntgabepflicht erfasst sein. Gleiches gilt für das von der KommAustria zu vollziehende Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz.

Zu § 5:

Die Änderung stellt klar, dass die Strafsanktion bei einem Verstoß gegen die nunmehr in Abs. 1a geregelten Bekanntgabepflichten gegenüber der Behörde droht. Zudem wurde die Strafdrohung verschärft.

Zu Artikel 4 (Änderung des KOG)

Die durch das QJF-G und die Novelle zum MedKF-TG der KommAustria neu übertragenen Aufgaben im Bereich der Medienförderung und der Medientransparenz werden in den entsprechenden Bestimmungen des KOG aufgenommen. Insbesondere dienen die Anpassungen der Sicherstellung der Finanzierung des bei der Vollziehung entstehenden Aufwands. Der nach § 35 Abs. 1 zu leistende Bundesanteil wird ab 1. Jänner 2024 erhöht und einmalig (im Weg des § 45 Abs. 19) für das interne Setup für ein neues Portal (QJF-G) bzw. den Ausbau des bestehenden Portals (für MedKF-TG) der KommAustria für 2023 ein zusätzlicher Betrag vorgesehen (zur Berechnung des neuen Betrags in § 35 Abs. 1, der nachfolgend erstmals wieder im Jahr 2025 zu valorisieren sein wird, siehe Vorblatt und WFA). Überdies wird, da die in § 35 Abs. 1 genannten Beträge valorisiert dargestellt werden (Annahme voraussichtliche Jahresinflation für 2022 und 2023 von jeweils 8%), der Beginn der neuerlichen Valorisierung mit dem Jahr 2025 neu festgelegt.

Bei den dieser Änderung zugrundeliegenden Überlegungen spielten auch die zu beachtenden Vorgaben in den Darlegungen des VfGH im Erkenntnis VfSlg 17.326/2004 eine tragende Rolle. An der Sicherstellung der Transparenz von Werbeaufträgen der öffentlichen Hand besteht eindeutig ein weitaus überwiegendes Interesse der Allgemeinheit, das sich vom Interesse der Marktteilnehmer an einem geordneten Rundfunkmarkt deutlich unterscheidet. Insoweit muss daher auch die Finanzierung einer solchen Aufgabe durch die Allgemeinheit, somit aus Steuermitteln, erfolgen. Zur Klarstellung und auch zur Verdeutlichung dieses schon der Stammfassung des MedKF-TG inhärenten Gedankens wird § 35 Abs. 1b eingefügt.