

18.29

Abgeordnete Henrike Brandstötter (NEOS): Sehr geehrte Frau Rechnungshofpräsidentin! Sehr geehrter Herr Vizekanzler! Sehr geehrte Frau Minister! Kennen Sie diese oft kleinen Ecklokale, in denen man ganz selten einen Gast sieht? Ab und zu geht der Kellner, der sonst an der Bar abhängt, raus, raucht eine Zigarette, und alle paar Tage trinkt dort tatsächlich jemand einen Kaffee, und man denkt sich: Wovon lebt dieses Lokal eigentlich? Warum ist es nicht schon längst pleite? Was passiert da eigentlich an Geschäften im Hinterzimmer? – So ähnlich ist es mit der Medienförderung in Österreich. Die offizielle Medienförderung, über die wir heute debattieren und auch entscheiden können, das ist der Kaffee, den alle paar Tage ein Gast in unserem Ecklokal trinkt. Die millionenschweren Regierungsinserate, das sind die dicken Geldsäcke, die dann jemand im Hinterzimmer vorbeibringt, und diese Geldsäcke unterliegen keiner Kontrolle, keiner Aufsicht und keiner Verhältnismäßigkeit.

31 Millionen Euro haben allein die Ministerien in den Jahren 2018 und 2019 für Inserate in Tageszeitungen ausgegeben. Zwei Drittel davon – also satte 21 Millionen Euro – gingen an „Kronen Zeitung“, „Heute“ und „Österreich“. Das zeigt eine aktuelle Studie aus dem Medienhaus Wien.

Was diese Studie offen lassen muss, ist allerdings: Warum ist das so? – Der Preis pro Leserin oder Leser, die mit diesen Inseraten erreicht werden, ist in diesen Boulevardmedien dreimal so hoch wie bei anderen Zeitungen. An der Wirtschaftlichkeit allein kann es also nicht liegen. Man muss da schon 45 Jahre zurückblicken, um zu verstehen, warum Regierende ihre Medienpolitik so gern im Hinterzimmer betreiben.

1975 haben sich die Parteien eine sehr großzügige Parteienförderung genehmigt, und die Medien haben im Ausgleich dafür auch etwas bekommen. Der Hintergedanke war: Die Medien sollen ruhig nachvollziehen können, wie angenehm es sich mit solchen Fördertöpfen lebt. Während sich dann die Parteienförderung sehr prächtig entwickelt hat, ist es mit der Medienförderung stetig bergab gegangen. Die wurde immer weniger statt mehr, und dafür wurden die Regierungsinserate in Medienbudgets immer wichtiger.

Diese Inserate in der Höhe von knapp 31 Millionen Euro pro Jahr allein in Zeiten ohne Covid werden ohne jede Prüfmöglichkeit, ohne jede Nachvollziehbarkeit, ohne jede Transparenz in dunklen Hinterzimmern vergeben, und das ist ärgerlich, weil da viel Steuergeld ausgegeben wird und versickert. Noch ärgerlicher ist, dass man mit diesem Geld, wahrscheinlich sogar mit viel weniger, auch vernünftige, zukunftsorientierte Me-

dienpolitik machen könnte: endlich neue Qualitäts- und Bildungsoffensiven, neue Formate, neue Technologien, Digitalisierung, neue Möglichkeiten des Vertriebs; das sind nur einige wichtige Themen, die die Aufmerksamkeit der Medienpolitikerinnen und -politiker verdient hätten.

Im Budget findet sich von all dem einfach nichts. Stattdessen verteilt die Regierung weiterhin lieber Geld in dunklen Hinterzimmern, und das obwohl wir auch gerade an anderen Stellen lernen, wie wichtig es ist, manchmal einfach kräftig durchzulüften.

(Beifall bei den NEOS.)

18.33

Präsidentin Doris Bures: Nächster Redner: Herr Abgeordneter Nikolaus Prinz. – Bitte.