

## Erläuterungen

### Allgemeiner Teil

#### Hauptgesichtspunkte des Entwurfs

Der vorliegende Entwurf für ein Zeitungs-Zustellung-Förderungs-Gesetz (ZZF-G) verfolgt die Zielsetzung, die Zustellung von abonnierten Tages- und Wochenzeitungen in ganz Österreich abzusichern. In Form von Zuschüssen zu den stetig steigenden Zustellkosten – im Zeitraum 2021 bis 2025 sind die Kosten bei der Hausfrühzustellung um rund 45% und bei der Postzustellung um rund 48% gestiegen – soll ein Anreiz gesetzt werden, um die flächendeckende Verfügbarkeit einer Vielfalt von gedruckten Zeitungen in Form von Abonnements weiterhin in bewährter Servicequalität gewährleisten zu können.

Auszugehen ist davon, dass sich die Medienunternehmen ohne dieses Vorhaben schrittweise zB aus der Versorgung ländlicher Gebiete zurückziehen oder die Hausfrühzustellung (bis 7 Uhr) in den Vormittag verschieben oder allenfalls einzelne Erscheinungstage einstellen könnten. Die beschriebene Entwicklung beeinträchtigt daher die breite und möglichst universelle Verteilung der verschiedenen Druckwerke und führt zu einer Verschlechterung bei der Servicequalität der Zustellung, was sich unmittelbar negativ auf die Abonnement-Zahlen auswirken wird. Die Maßnahme zielt daher darauf ab, die Regelmäßigkeit der Zustellung von Printmedien zu gewährleisten und damit die Verfügbarkeit von verschiedenartigen Inhalten bzw. Informationen aufrecht zu erhalten.

Das Vorhaben orientiert sich bei diesem Ziel an anderen von der Europäischen Kommission bereits genehmigten Vorhaben wie etwa im Fall Frankreichs (Staatliche Beihilfe SA. 101754 (2022/N), 5.12.2022) zu den Regelungen zur Zustellung von Presseerzeugnissen oder im Fall Italiens für Zeitungen und Zeitschriftenverlage (Staatliche Beihilfe SA. 112854 (2024/N), 13.5.2024 zur Verlängerung der Beihilfenregelung wie sie von der Europäischen Kommission mit SA. 106115 (2023/N), 28.7.2023 genehmigt wurde).

#### Kompetenzgrundlage:

Es handelt sich um ein Selbstbindungsgesetz des Bundes.

#### Verhältnis zu den Rechtsvorschriften der Europäischen Union:

Der Entwurf sieht Fördermaßnahmen vor, die einer weitergehenden Konsultation mit der Europäischen Kommission mit dem Ziel der beihilfenrechtlichen Genehmigung bedürfen.

### Besonderer Teil

#### Zu Artikel 1 (Zeitungs-Zustellung-Förderungs-Gesetzes – ZZFG):

##### Zu § 1:

Als Zielbestimmung ausgestaltet, bringt die Regelung zum Ausdruck, dass der Gesetzentwurf einen Schwerpunkt auf Verbreitung (durch Hausfrühzustellung oder postalische Zustellung) von im Abonnement bezogenen Tages- und Wochenzeitungen legt. Der Fokus liegt damit auf der Förderung der Verbreitung aktueller Berichterstattung als Universalmedium. In Verbindung mit den in § 3 Abs. 1 genannten Voraussetzungen wird an das Qualitäts-Journalismus-Gesetz angeknüpft, wodurch prinzipiell zum Ausdruck kommt, dass somit auch mit dem ZZFG das „System Journalismus“ („von professionellen Journalistinnen und Journalisten in Verfolgung anerkannter journalistischer Grundsätze und der gebotenen Sorgfalt hinsichtlich Faktizität und Quellenherkunft in Redaktionen geschaffenen Inhalte“) unterstützt werden soll. Zum Begriff des Medienunternehmens ist auf die Definition in § 1 Abs. 1 Z 6 MedienG zu verweisen, sodass daher für ein Medienunternehmen ein „Mindestmaß an unternehmerischen Strukturen, als deren Unternehmens(haupt)zweck die inhaltliche Gestaltung des Mediums gehört“ entscheidend ist (so ausdrücklich die Gesetzesmaterialien in der Regierungsvorlage 784 BlgNR, 22. GP zur durch die Novelle BGBl. I Nr. 49/2005 geprägten Begriffsbestimmung in § 1 MedienG). Für das in § 1 dieser Gesetzesvorlage erwähnte periodische Druckwerk ist auf die Definition in § 1 Abs. 1 Z 5 MedienG hinzuweisen.

##### Zu § 2:

Die in Z 1 bis 3 angeführten Begriffe verdeutlichen jene Kriterien, die für die Berechnung der Fördermaßnahme in § 4 heranzuziehen sind. Folglich können Medienunternehmen nur für Kaufzeitungen

(Tages- und Wochenzeitungen) für die Zustellung an Abonnentinnen und Abonnenten um Zuschüsse ansuchen.

### **Zu § 3:**

Abs. 1 legt fest, dass für Tages- und Wochenzeitungen als Grundvoraussetzungen die Anforderungen des § 4 Abs. 1 bis 4 QJF-G (vgl. dazu die Begründung des Initiativantrags 3292/A, [https://www.parlament.gv.at/dokument/XXVII/A/3292/imfname\\_1548679.pdf](https://www.parlament.gv.at/dokument/XXVII/A/3292/imfname_1548679.pdf), S. 16f.) heranzuziehen sind. Damit wird auch die Eigenschaft als Universalmedium – dh., dass das Druckwerk seinem Inhalt nach vorwiegend der redaktionell aufbereiteten Information und Meinungsbildung über die Bereiche Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur, Ethik, Wissenschaft und Forschung sowie Sport dienen muss und kein bloß der Kunden- oder Mitgliederinformation gewidmetes oder als Publikationsmittel einer Interessenvertretung eingesetztes Medium sein darf – erneut als Förderungsvoraussetzung normiert.

Abs. 2 trifft aus Sachlichkeitsüberlegungen eine eigene Vorkehrung für jene Fallkonstellation, bei der innerhalb eines Unternehmensverbundes die inhaltliche Gestaltung eines Medienwerks einerseits und die tatsächliche Verbreitung, dh. Kosten verursachende Zustellung andererseits von verschiedenen Unternehmen besorgt werden. Dies bedeutet, dass auch die wirtschaftliche Verantwortung und das Risiko der Verbreitung des betreffenden Mediums innerhalb des Unternehmensverbunds von einer anderen Gesellschaft getragen wird als jener, welche die inhaltliche Gestaltung besorgt. Die Bestimmung sieht daher vor, dass das um den Zuschuss für die Verbreitung des von ihm inhaltlich gestalteten Medienprodukts ansuchende Unternehmen dafür verantwortlich ist, dass die gewährte Förderung jenem Unternehmen zufließt, dem die nachgewiesenen Kosten für die Zustellung entstehen. Nur auf diese Weise ist die Widmung der Fördermittel zur Erfüllung des Förderzwecks gesichert.

Abs. 3 normiert, dass als Voraussetzung für die Gewährung von Zuschüssen darzustellen ist, dass die von gewählten Distributionspartner weiterhin die Abonnement-Zustellung sicherstellen können. Medienunternehmen haben somit zu belegen, dass sie – unabhängig davon, welche Zustellvariante die Medienunternehmen zum Einsatz bringen (Hausfrühzustellung oder Zustellung per Post) – gewährleisten können, dass die Abonnentinnen und Abonnenten wie bisher im bereits bestehenden Vertriebsgebiet „ihre“ Print-Ausgabe auch erhalten. Da in Österreich rund 76 % der verkauften Auflage in Form von Print-Abos bezogen werden (Stand 2024 anhand von Auswertungen der Österreichischen Auflagenkontrolle), und es im höchsten wirtschaftlichen Eigeninteresse der Medienunternehmen liegt, die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten aufrecht halten zu können, wird davon auszugehen sein, dass sie auf Logistikpartner zurückgreifen, die bereits in der Vergangenheit „nachweislich“ und vertraglich abgesichert eine bestmögliche Zustellung gewährleistet haben. Die Vertragsmodalitäten sind der gemäß § 5 ZZFG für die Abwicklung der Förderung zuständigen KommAustria als Beleg vorzulegen. Die Bestimmung soll gewährleisten, dass sich die Medienunternehmen nicht auf die „profitabelsten“ Gebiete beschränken, sodass auf diese Weise der Zugang der Bevölkerung zu vielfältigen Inhalten beeinträchtigt würde. Aus diesem Grund wird auch zusätzlich eine Darstellung verlangt, dass sich das Zustellgebiet im Vergleich zum Vorjahr nicht wesentlich verändert hat.

Abs. 4 übernimmt die schon in § 5 QJF-G enthaltenen Ausschlussgründe (vgl. dazu erneut die Darstellungen in den Gesetzesmaterialien in der Begründung des Initiativantrags 3292/A., [https://www.parlament.gv.at/dokument/XXVII/A/3292/imfname\\_1548679.pdf](https://www.parlament.gv.at/dokument/XXVII/A/3292/imfname_1548679.pdf), S. 17).

### **§ 4:**

In Abs. 1 wird festgehalten, dass für das Vorhaben insgesamt Mittel in der Höhe von 22,5 Millionen Euro jährlich budgetiert sind; überdies wird mit der Regelung in § 35 Abs. 1i KOG klargestellt, dass aus den vom Bund insgesamt zur Verfügung gestellten Mitteln auch der für die KommAustria und deren Geschäftsstelle, der RTR-GmbH, Fachbereich Medien, entstehende administrative Aufwand abzudecken ist. Da die Höhe der für dieses Vorhaben vorgesehenen jährlichen Mittel gleichbleiben und die administrativen Kosten gedeckelt sind, werden sich die Gesamtmittel für Zuschüsse zu den Zustellkosten auch in den Folgejahren nicht verringern.

In Abs. 2 wird in Z 1 bis 3 die Berechnung für den Zuschuss zu den Zustellkosten vorgegeben. Ausgehend davon, dass nach Angaben der Branchenvertretung die durchschnittlichen Zustellkosten pro Exemplar aktuell rund € 0,40 betragen, soll – in degressiver Ausgestaltung – ein Zuschussbetrag von € 0,16 für die ersten 9 Millionen gedruckten Abo-Exemplare im Jahr, für die weiteren 26 Millionen ein Zuschussbetrag von € 0,07 und für alle weiteren Abo-Exemplare ein Zuschussbetrag von € 0,016 gewährt werden. Aufgrund dieser abgestuften Zuschussbeträge ergibt sich eine Bandbreite bei den Förderquoten für Tageszeitungen von 7,7% (auflagenstärkste Tageszeitung) bis höchstens 40% (auflagenschwächere Tageszeitungen, die nur den Zuschussbetrag 1 [€ 0,16] erhalten). Nach dem aktuellen Stand können die in Österreich verfügbaren Wochenzeitungen grundsätzlich den Zuschussbetrag 1 erhalten, da alle unter der Grenze von 9 Millionen gedruckter Abo-Exemplare pro Jahr liegen. Die Regelung verfolgt insoweit –

ähnlich wie im Fall der von der Europäischen Kommission mit SA. 106115 (2023/N), 28.7.2023 genehmigten italienischen Beihilfenregelung – einen pauschalierenden Ansatz.

Da – wiederum laut den nachvollziehbaren Angaben der Branchenvertretung – die tatsächlichen Kosten pro Exemplar bei auflagenstarken Medien tendenziell unter dem Durchschnitt liegen und bei auflagenschwachen Medien zumeist darüber, wird die tatsächliche Förderquote beim auflagenstärksten Medium tatsächlich etwas höher sein als 7,7% und bei auflagenschwachen Medien etwas unter 40% liegen. Eine andere Form der Förderung, die sich auf die Zustelllogistik bezieht, existiert in Österreich nicht.

Abs. 2 legt fest, dass maximal die Hälfte der tatsächlichen entstandenen Zustellkosten als Zuschuss gewährt werden kann, wobei klargestellt wird, dass bei der Beurteilung der Einhaltung des Höchstprozentsatzes alle Titel, die von einem Unternehmensverbund gemeinsam zugestellt werden, zusammen zu betrachten sind. Damit soll zusätzlich abgesichert sein, dass die Förderung keinesfalls die fixierte Höchstgrenze von 50 vH übersteigt und auch dieselben Kosten nicht mehrfach eingereicht und ersetzt werden dürfen. Unbeschadet dessen erfolgt die Gewährung der Zuschussbeträge nach Maßgabe der in Abs. 1 getroffenen Regelung. Die Regelungen des Gesetzesvorhabens haben den Erhalt der Titelvelfalt zum Ziel, und zwar unabhängig davon, ob auch weitere Titel desselben Unternehmens(verbunds) gefördert werden. Die Förderungsmöglichkeit im Rahmen der Bestimmungen über die Vertriebsförderung nach dem PresseFG bleibt von den Bestimmungen des Abs. 2 unberührt, da es sich dabei um eine der Absicherung der Aufrechterhaltung der generellen Vertriebsstruktur (wie etwa die Administration im Bereich von Aboverkauf und Aboverwaltung oder auch die Distribution an den Einzelhandel) dienende Unterstützungsmaßnahme handelt. Auf die konkrete Menge der vertriebenen, dh. zugestellten Exemplare und die dahinterstehenden Kosten für den Transport etc., wird bei dieser Vertriebsförderung nicht abgestellt. Die betreffende Förderung stellt daher keine Förderung zur Sicherstellung der Transport- bzw. Zustellungslogistik dar.

In Abs. 3 wird festgehalten, dass – sofern der errechnete Gesamtförderbetrag höher als die insgesamt zur Verfügung stehende Gesamtfördersumme ist – eine prozentuelle Kürzung bei allen Förderwerberinnen bzw. Förderwerbern vorzunehmen ist.

#### **Zu § 5:**

Die Vergabe von Fördermitteln erfolgt im Namen der KommAustria und dies hat sich in fachlicher und organisatorischer Hinsicht gerade im Hinblick auf die durch Art. 20 Abs. 2 Z 5 B-VG garantierte Unabhängigkeit bewährt. Es ergibt sich aus dem geltenden Regelungssystem des KommAustria-Gesetzes, dass der RTR-GmbH, Fachbereich Medien, die ebenfalls schon langjährig ausgeübte Funktion der Geschäftsstelle der KommAustria auch in diesem Bereich zukommt. Auf diese Weise können Synergieeffekte optimal ausgenutzt werden.

Die im Vergleich zu den bisherigen Regelungen in diesem Bereich ergänzte Anforderung der Veröffentlichung der Förderergebnisse „auf ihrer Website“ wird präzisiert, um dem Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit angemessen Rechnung zu tragen und einen anschaulichen und übersichtlichen Einblick in die Förderergebnisse zu gewährleisten. Auch hier kann die KommAustria auf eine bewährte Praxis etwa im Bereich der Darstellungen nach dem MedKF-TG verweisen.

#### **Zu §§ 6 und 7:**

Das Instrumentarium der Förderrichtlinien erweist sich auch weiterhin als notwendig, um die vom Gesetz vorgegebenen Kriterien für die Gewährung der Förderungen näher auszugestalten. § 6 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. Bei der Frage der Kriterien für die Prüfung der „Auflagezahlen“ werden sich die Richtlinien im Interesse größtmöglicher Kohärenz mit anderen Fördermaßnahmen wie etwa dem PresseFG 2004 an bewährten Definitionen orientieren (vgl. Richtlinien für die Förderung gemäß PresseFG 2004 (Beobachtungszeitraum 2026): [https://www.rtr.at/medien/was\\_wir\\_tun/foerderungen/pressefoerderung/Richtlinien/Veroeffentlichungen/Richtlinien-Pressefoerderung-2025.de.html#2.4.1.%20Nachpr%C3%BCfbare%20verkaufte%20Auflage](https://www.rtr.at/medien/was_wir_tun/foerderungen/pressefoerderung/Richtlinien/Veroeffentlichungen/Richtlinien-Pressefoerderung-2025.de.html#2.4.1.%20Nachpr%C3%BCfbare%20verkaufte%20Auflage)). Im Lichte dessen, dass die Fördermaßnahme die Zustellung von gedruckten, abonnierten Tages- und Wochenzeitungen absichern will und damit eine wesentliche wirtschaftliche Säule von Medienunternehmen im Fokus hat, werden prinzipiell auch Zuschüsse für die Zustellung von abonnierten „Gratis-Exemplaren“, die etwa im Zuge von Werbemaßnahmen für eine Tages- oder Wochenzeitung auf Bestellung an eine Rechnungsadresse zugestellt werden, möglich sein. Auch in diesem Fall werden sich die Richtlinien bei der näheren Ausgestaltung von Kriterien an branchenüblichen Werbeangeboten orientieren. So könnte etwa der Zuschuss zu den Zustellkosten derartiger „Gratis-Exemplare“ auf vier Wochen pro Titel, der an eine bestimmte Rechnungsadresse in einem Jahr zugestellt wird, begrenzt und

überdies – in Relation zu den bezahlten „abonnierten Exemplaren“ pro Titel – eine maximale Anzahl an förderbaren „Gratis-Exemplaren“ von 10 % festgelegt werden. Eine darüber hinausgehende längerdauernde Förderung der Zustellung derartiger abonnierte „Gratis-Exemplare“ ist daher nicht vorgesehen.

Zur Einbeziehung zusätzlicher Expertise wird der KommAustria der gemäß § 19 QJF-G eingerichtete Fachbeirat als beratendes Gremium beigestellt. Der Fachbeirat soll hierbei insbesondere in Bezug auf das Vorliegen von Ausschlussgründen von Förderwerbern durch die Ausarbeitung von „*gutachterlichen Stellungnahmen*“ dazu beitragen, dass der KommAustria bei der von ihr zu treffenden Entscheidung eine sachlich und fachlich fundierte und mit Gründen versehene Stellungnahme als Ausgangspunkt ihrer rechtlichen Würdigung vorliegt.

#### **Zu den §§ 8 und 9:**

Auf die Gewährung von Zuschüssen (vgl. § 8 Abs. 1) besteht – wie schon bislang im Bereich der Medienförderung – kein Rechtsanspruch. Die Förderwerber sind verpflichtet, alle Umstände darzulegen, die für die Beurteilung der Förderwürdigkeit relevant sein können (vgl. § 8 Abs. 2 bis 5). Die Nachweise bezüglich der „*Auflagezahlen*“ müssen von einer Wirtschaftstreuhänderin bzw. einem Wirtschaftstreuhänder bestätigt sein.

Zur Reduktion des administrativen Aufwands der KommAustria und der RTR-GmbH in der Unterstützung der KommAustria wird die Verpflichtung zur Offenlegung der Eigentumsverhältnisse und zur Vorlage einer Erklärung, dass keine Ausschlussgründe vorliegen, normiert.

§ 9 Abs. 2 sieht zwei Auszahlungstermine vor, um eine bessere Planbarkeit für die KommAustria zu erzielen.

#### **Zu Artikel 2 (Änderung des KommAustria-Gesetzes)**

Die durch das ZZFG der KommAustria neu übertragenen Aufgaben im Bereich der Medienförderung werden in den jeweiligen Katalog der Aufgaben und der Zuständigkeit im KommAustria-Gesetz aufgenommen. Überdies werden die Kosten für den administrativen Aufwand der KommAustria/RTR-GmbH, der aus den nach § 4 Abs. 1 bereitgestellten Mitteln zu bestreiten ist, mit einem jährlichen Fixbetrag festgelegt.