



KOA 8.050/24-002

Richtlinien für die Förderung gemäß dem Presseförderungsgesetz 2004 (Beobachtungszeitraum 2024)

Gemäß § 4 Abs. 6 des Presseförderungsgesetzes 2004 (PresseFG 2004), BGBl. I Nr. 136/2003 idF BGBl. I Nr. **163/2023**, veröffentlicht die KommAustria nach Anhörung der gemäß § 4 PresseFG 2004 eingerichteten Kommission die folgenden Richtlinien für den Beobachtungszeitraum **2024**. Diese Richtlinien unterliegen einer ständigen Überprüfung und Anpassung an die jeweiligen Erfordernisse und werden jährlich zu Beginn des für die Förderung relevanten Beobachtungszeitraums veröffentlicht.

*Der Förderungswerber anerkennt mit seinem Förderungsansuchen im Jahr **2025** die von der KommAustria für den Beobachtungszeitraum **2024** veröffentlichten Richtlinien in der vorliegenden Version.*

Inhalt

Allgemeines	2
Allgemeine Förderungsvoraussetzungen für Tages- und Wochenzeitungen	3
1. Zu § 2 Abs. 1 Z 1 - Inhaltliche Förderungsvoraussetzungen	3
2. Zu § 2 Abs. 1 Z 2 – Erscheinungshäufigkeit und Erscheinungsweise	4
3. Zu § 2 Abs. 1 Z 3 Mindesterscheinungshäufigkeit bei Neugründungen	4
4. Zu § 2 Abs. 1 Z 4 und Z 5 - Nachprüfbare verkaufte Auflage und hauptberuflich tätige Journalisten.....	4
5. Zu § 2 Abs. 1 Z 7 Verbreitung in mindestens einem Bundesland	7
6. Zu § 2 Abs. 2 - Volksgruppenzeitungen	7
7. Zu § 2 Abs. 3 bis 5 - Auflagenprüfung	7
8. Zu § 2 Abs. 6 - Offenlegung der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse	8
9. Zu § 2 Abs. 7 - Zurechnung zum Stammbblatt	8
10. Zu § 2 Abs. 8, 8a und 8b - Ausschlussgründe	9
Vertriebsförderung.....	9
Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen.....	10
Datenverarbeitung, Datenweitergabe und Veröffentlichungen	11
Haftung.....	12
Gerichtsstand und anwendbares Recht	13
Salvatorische Klausel	13
Inkrafttreten.....	13

Allgemeines

1. Bei den Förderungen gemäß dem PresseFG 2004 handelt es sich um Geldzuwendungen privatrechtlicher Art, die der Bund in Ausübung der Privatwirtschaftsverwaltung (Art. 17 B-VG) gewährt. Ein dem Grunde oder der Höhe nach bestimmter subjektiver Rechtsanspruch auf Gewährung einer Förderung oder ein Kontrahierungszwang seitens des Bundes gegenüber dem einzelnen Förderungswerber besteht daher nicht.
2. Die Zuteilung der Förderungsmittel obliegt der nach dem KommAustria-Gesetz, BGBl. I Nr. 32/2001, eingerichteten Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria). Vor der Zuteilung der Mittel holt die KommAustria Gutachten der Presseförderungskommission darüber ein, ob die Voraussetzungen für die Förderung vorliegen.
3. Förderungsansuchen sind innerhalb der ersten drei Monate eines Kalenderjahres, d.h. bis spätestens 31. März, [über ein bereitgestelltes Online-Formular](#) bei der KommAustria einzubringen.
4. Die im PresseFG 2004 vorgesehenen Zuwendungen werden für jenes Kalenderjahr gewährt, für das der Förderungswerber die für die Zuerkennung notwendigen Unterlagen und Nachweise beigebracht hat. Der für die Zuerkennung der Förderungsmittel maßgebliche Beobachtungszeitraum ist für die im PresseFG 2004 vorgesehenen Förderungen grundsätzlich das vorangegangene Kalenderjahr.
5. Gemäß [§ 9](#) Abs. 2 erfolgt die Auszahlung der Förderungsbeträge in zwei gleich hohen Teilbeträgen. Der zweite Teilbetrag ist spätestens im November des jeweiligen Jahres zur Auszahlung zu bringen. Für den Fall, dass eine Tages- oder Wochenzeitung zum Zeitpunkt der Auszahlung eines Teilbetrages nicht mehr verlegt wird bzw. zu diesem Zeitpunkt rechtlich nicht mehr existent ist, erfolgt keine Auszahlung.
6. Für die Zuerkennung der Förderung hat der Förderungswerber vor dem Erhalt der Förderung nachweislich durch Unterzeichnung eines von der KommAustria bereitgestellten Formulars die Erfüllung der sich aus diesen Richtlinien ergebenden Pflichten eines Förderungswerbers anzuerkennen und sein Einverständnis zu der dort vorgesehenen Datenverwendungserklärung abzugeben. Insbesondere haben die Verpflichtungserklärungen (Formulare) eine Festlegung über die Bedingungen zu enthalten, unter denen weitere Ansprüche aus zuerkannten Förderungen erlöschen bzw. bereits ausbezahlte Mittel zurückzuerstatten sind. Dies ist insbesondere für den Fall vorgesehen, dass
 - die KommAustria über wesentliche Umstände unrichtig oder unvollständig unterrichtet wurde
 - das auferlegte Zessionsverbot nicht eingehalten wurde
 - die Förderungsmittel widerrechtlich bezogen wurden
 - die unverzügliche Meldung über die Einstellung der Zeitung, die Eröffnung eines Konkursverfahrens über das Vermögen des Förderungswerbers oder die Ablehnung der Eröffnung eines Konkurses mangels kostendeckenden Vermögens unterblieben ist.



7. Die vorliegenden Förderungsrichtlinien dienen der Konkretisierung der im PresseFG 2004 vorgesehenen Bestimmungen.

8. Soweit in den vorliegenden Förderungsrichtlinien personenbezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich jeweils auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei der Anwendung auf bestimmte Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.

Allgemeine Förderungsvoraussetzungen für Tages- und Wochenzeitungen

1. Zu § 2 Abs. 1 Z 1 - Inhaltliche Förderungsvoraussetzungen

1.1. Förderungswürdige Zeitungen müssen aufgrund des Inhaltes über den Kreis der reinen Fachpresse hinausreichen sowie vorwiegend der politischen, allgemein wirtschaftlichen und kulturellen Information und Meinungsbildung dienen und dürfen weder Kundenzeitschriften noch Presseorgane von Interessensvertretungen sein.

Zur Überprüfung dieser Förderungsvoraussetzung werden - neben der Offenlegung der grundsätzlichen Richtung der periodischen Druckschrift gemäß § 25 Abs. 4 des Mediengesetzes 1981 - für Tageszeitungen die innerhalb von zwei Wochen und für Wochenzeitungen die innerhalb eines Monats des Beobachtungszeitraums erschienenen Ausgaben der Zeitung herangezogen.

1.2. Eigenständig gestaltete Beiträge

Die in § 2 Abs. 1 Z 1 PresseFG 2004 verwendete Formulierung „überwiegend aus eigenständig gestalteten Beiträgen“ bedeutet, dass eine Tages- oder Wochenzeitung auch dann förderungswürdig ist, wenn ein Teil der redaktionellen Seiten in Kooperation mit anderen Zeitungen produziert oder von anderen Zeitungen übernommen wird. Der redaktionelle Teil der Zeitung darf allerdings höchstens zur Hälfte aus Beiträgen bestehen, die von einer anderen Zeitung übernommen oder von einer Gemeinschaftsredaktion gestaltet wurden.

Nicht als eigenständig gestaltet zählen Beiträge, die von einer anderen Redaktion zugeliefert werden oder im Rahmen einer Kooperation mehrerer Zeitungen zu einem gemeinsamen Zeitungsteil beitragen.

Mindestens die Hälfte der redaktionellen Seiten einer förderungswürdigen Tageszeitung muss von einer eigens für diese Tageszeitung geschaffenen Redaktion gestaltet werden, die aus mindestens sechs hauptberuflich tätigen Journalisten besteht und überwiegend für diese Zeitung tätig ist. Bei Wochenzeitungen beträgt die Mindestanzahl zwei hauptberuflich tätige Journalisten.

Der Förderungswerber hat daher in seinem Förderungsansuchen den Anteil der eigenproduzierten redaktionellen Seiten, den Anteil der von einer Gemeinschaftsredaktion produzierten redaktionellen Seiten und den Anteil der von einer anderen Zeitung übernommenen redaktionellen Seiten anzugeben. Auf Aufforderung der KommAustria hat der



Verleger einer Tageszeitung die innerhalb von zwei von der KommAustria bestimmten Wochen, der Verleger einer Wochenzeitung die innerhalb eines von der KommAustria bestimmten Monats des Beobachtungszeitraums erschienenen Ausgaben der Zeitung, für die er ein Ansuchen um Förderung eingebracht hat, sowie der mit ihm in redaktioneller Kooperation stehenden Zeitungen für denselben Zeitraum vorzulegen.

1.3. Verlegern von Tages- oder Wochenzeitungen, die die inhaltlichen Voraussetzungen des § 2 Abs. 1 Z 1 nicht eindeutig erfüllen, kann gemäß § 4 Abs. 5 bei einstimmiger Empfehlung der Presseförderungskommission ein niedrigerer als der sich aufgrund der vorgesehenen Berechnung ergebender Förderungsbetrag gewährt werden.

2. Zu § 2 Abs. 1 Z 2 – Erscheinungshäufigkeit und Erscheinungsweise

2.1. Für Tageszeitungen gilt eine Mindesterscheinungshäufigkeit von 240mal jährlich. Wochenzeitungen müssen zumindest 41mal jährlich erscheinen. Doppelnummern von Wochenzeitungen müssen als solche erkennbar sein: Sie müssen daher als solche gekennzeichnet sein und einen deutlich stärkeren Umfang als eine normale Nummer aufweisen. Im Falle von Doppelnummern ist die Voraussetzung, dass Wochenzeitungen „**zumindest 41mal jährlich erscheinen**“ müssen, nur dann erfüllt, wenn von insgesamt mindestens 41 Nummern pro Jahr höchstens zwei Doppelnummern sind (d.h. 37 Einzel- und 2 Doppelnummern).

2.2. Verkaufsanteil

Die Formulierung „vorwiegend im freien Verkauf oder Abonnementbezug“ bedeutet, dass der Anteil der unentgeltlich verbreiteten Auflage an der verbreiteten Auflage jedenfalls weniger als 50 % betragen muss. Der Anteil der in Pkt. 4.1. beschriebenen verkauften Auflage muss mindestens 50 % betragen.

Die Exemplare des stummen Verkaufs werden anteilig dem Verkauf zugerechnet. Die Anzahl der zurechenbaren Exemplare ergibt sich aus der Division des im stummen Verkauf erzielten Erlöses durch 30 % des regulären Einzelverkaufspreises.

Zur unentgeltlich verbreiteten Auflage zählen alle Gratisexemplare, auch Beleg- und Tauschexemplare.

3. Zu § 2 Abs. 1 Z 3 Mindesterscheinungshäufigkeit bei Neugründungen

Die in § 2 Abs. 1 Z 2 normierte Mindesterscheinungshäufigkeit für Tages- und Wochenzeitungen von 240mal bzw. 41mal jährlich ist im Lichte des § 2 Abs. 1 Z 3 so zu verstehen, dass aus der Erscheinungshäufigkeit seit dem erstmaligen Erscheinen der Zeitung ersichtlich sein muss, dass es sich um eine Tages- bzw. Wochenzeitung handelt. Die tatsächliche Erscheinungshäufigkeit ist daher auf das gesamte Jahr hochzurechnen.

4. Zu § 2 Abs. 1 Z 4 und Z 5 - Nachprüfbar verkaufte Auflage und hauptberuflich tätige Journalisten



4.1. Nachprüfbare verkaufte Auflage

Als nachprüfbare verkaufte Auflage gilt die Summe aus Einzelverkauf, abonnierten Exemplaren, Großverkauf (inklusive der Großabonnements), Mitgliederexemplaren sowie des stummen Verkaufs im Sinne der folgenden Definitionen.

Definitionen:

ePaper:

die digitale Ausgabe eines Printmediums, die elektronisch verbreitet und auf einem Bildschirm dargestellt wird. Die Erscheinungsweise des ePapers muss derjenigen des Printtitels entsprechen. Die digitale Ausgabe muss eine abgeschlossene Einheit sein. In der digitalen Ausgabe können einzelne zusätzliche redaktionelle Seiten und Anzeigenseiten enthalten sein, über die Inhalte aktualisiert eingespielt werden. Es gilt das Prinzip, dass die digitale Ausgabe im Wesentlichen eine Kopie der Print-Ausgabe sein muss und kein neues Angebot darstellt. Die Darstellung der Inhalte (Anordnung der redaktionellen Inhalte, Platzierung der Anzeigen) in der digitalen Version entspricht jener der gedruckten Ausgabe. Sofern der Gesamteindruck der Printausgabe gewahrt bleibt, kann eine Anpassung der Darstellung an das Endgerät erfolgen. Funktionsbezogene Elemente (Inhaltsverzeichnis, Lesemodus ...) sind zulässig.

Zur verkauften Auflage zählen nur bezahlte Zugriffsrechte auf ePapers; kostenfreie Zugriffsberechtigungen zählen nur zur verbreiteten Auflage.

Verbreitete Auflage:

Druckauflage abzüglich der Remittenden, der Archivexemplare und der Reststücke zuzüglich der Zugriffsberechtigungen auf ePapers.

Einzelverkauf:

Exemplare, die zu einem Preis von nicht weniger als 30 % des regulären Verkaufspreises an einen Endbezieher verkauft werden. Digitale Einzelverkaufsexemplare werden berücksichtigt, wenn sie zu einem Preis von nicht weniger als 30 % des regulären digitalen Einzelverkaufspreises an einen Einzelbezieher verkauft werden. Der reguläre digitale Einzelverkaufspreis muss mindestens 50 % des Einzelverkaufspreises der gedruckten Auflage entsprechen.

Großverkauf:

Summe aller Verkäufe mit mehr als 5 Exemplaren je Rechnungsempfänger/-zahler, deren Verkaufspreis nicht unter 30 % des regulären Vollabonnementspreises liegt.

Großabonnements:

Abonnementlieferungen mit mehr als 5 Exemplaren je Rechnungs-adresse/-zahler, deren Verkaufserlös nicht unter 30 % des regulären Abonnementpreises liegt. Am Ende der Vertriebskette müssen nachweislich identifizierbare Einzelabnehmer stehen.



Abonnierte Exemplare:

Exemplare, die zu einem Abonnementpreis von nicht weniger als 30 % des regulären Abonnementpreises verkauft und an feste Einzelbezieher (maximal fünf Exemplare je Rechnungsadresse/-zahler) geliefert werden. Der reguläre Jahresabonnementpreis ist im Impressum der Zeitung anzuführen. **Mitgliederexemplare**, bei denen über einen gesonderten Bezugspreis der Nachweis eines individuellen Kaufaktes erbracht werden kann und die die anderen Voraussetzungen erfüllen, können den abonnierten Exemplaren zugerechnet werden. Digital abonnierte Exemplare werden berücksichtigt, wenn sie zu einem digitalen Jahresabonnementpreis von nicht weniger als 30 % des regulären digitalen Jahresabonnementpreises verkauft und an feste Einzelbezieher (maximal fünf Exemplare je Rechnungsadresse/-zahler) geliefert werden. Der reguläre digitale Jahresabonnementpreis muss mindestens 50 % des Jahresabonnementpreises der gedruckten Ausgabe entsprechen.

Mitgliederabonnements:

Exemplare, die zu einem Abonnementpreis von nicht weniger als 30 % des regulären Abonnementpreises verkauft werden, bei denen über einen gesonderten Bezugspreis der Nachweis des individuellen Kaufaktes erbracht werden kann und von denen **mehr als fünf Exemplare** pro Rechnungsempfänger/-zahler geliefert werden. Am Ende der Vertriebskette müssen nachweislich identifizierbare Einzelabnehmer stehen.

Stummer Verkauf:

Stummer Verkauf sind die entnommenen Exemplare, die gegen Entgelt abgegeben werden, aber im Selbstbedienungsverfahren entnommen werden. Um im stummen Verkauf ebenso wie bei den anderen Verkäufen einen Mindesterloß von 30 % pro als verkauft zu wertendem Exemplar nachweisen zu können, ist der im stummen Verkauf erzielte Gesamterlös nachzuweisen. Dieser Gesamterlös wird durch 30 % des Einzelverkaufspreises dividiert. Das Ergebnis ist die Anzahl jener Exemplare des stummen Verkaufs, die als tatsächlich verkauft zu wertende Exemplare der nachprüfaren verkauften Auflage zugerechnet werden.

4.2. Hauptberuflich tätige Journalisten

Als „**hauptberuflich tätige Journalisten**“ gelten die Mitarbeiter österreichischer Medienunternehmen, die als angestellte Journalisten tätig sind oder ihre journalistische Tätigkeit ständig und nicht bloß als wirtschaftlich unbedeutende Nebenbeschäftigung ausüben.

In Zweifelsfällen werden folgende Nachweise angefordert:

- a) Sozialversicherungsnachweis
- b) Anstellungsnachweis und der vom Verleger zu erbringende Nachweis, dass der angestellte Journalist im Jahresdurchschnitt monatlich mindestens **2.689,00 Euro brutto** (= Tarifgehalt eines Redakteursaspiranten im 1. Dienstjahr **ab 1.6.2023**) bei dieser Zeitung verdient hat
- c) der vom Verleger zu erbringende Nachweis, dass der ständige freie Mitarbeiter im Sinne des Journalistengesetzes und des Gesamtvertrages im Jahresdurchschnitt

monatlich mindestens 50 % des Gehalts eines Redakteurs im 1. Dienstjahr (=1.443,50 Euro brutto) bei dieser Zeitung verdient hat.

4.3. Verkaufspreis

Bei der Beurteilung der Frage, ob der Verkaufspreis einer Tages- oder Wochenzeitung erheblich unter jenem vergleichbarer Tages- bzw. Wochenzeitungen liegt, wird ein Durchschnittswert der Vergleichsgruppe herangezogen. Eine erhebliche Abweichung ist jedenfalls gegeben, wenn der Verkaufspreis weniger als die Hälfte des durchschnittlichen Verkaufspreises beträgt. Für die Ermittlung des durchschnittlichen Verkaufspreises werden die über die Woche gewichteten, höchsten Einzelverkaufspreise zu Grunde gelegt.

5. Zu § 2 Abs. 1 Z 7 Verbreitung in mindestens einem Bundesland

Scheint die Verbreitung und Bedeutung einer Wochenzeitung „**zumindest in einem Bundesland**“ fraglich, so kann die KommAustria ergänzende Unterlagen (z.B. Angaben über den Kreis der Abonnenten und die belieferten Verschleißstellen) anfordern. Bleiben Zweifel an der Verbreitung und Bedeutung in zumindest einem Bundesland bestehen, so kann gemäß § 4 Abs. 5 bei einstimmiger Empfehlung der Presseförderungskommission ein niedrigerer als

der sich aufgrund der vorgesehenen Berechnung ergebender Förderungsbetrag gewährt werden.

6. Zu § 2 Abs. 2 - Volksgruppenzeitungen

6.1. Für Tages- und Wochenzeitungen, die in der Sprache einer Volksgruppe gemäß Art. 8 Abs. 2 B-VG herausgegeben werden, entfallen die Voraussetzungen des § 2 Abs. 1 Z 4 bzw. Z 5 (Mindestverkaufsauflage, Mindestanzahl von hauptberuflich tätigen Journalisten, Untergrenze für den Verkaufspreis).

In Österreich bestehen folgende sechs autochthone Volksgruppen: Burgenlandkroatische Volksgruppe, Slowenische Volksgruppe, Ungarische Volksgruppe, Tschechische Volksgruppe, Slowakische Volksgruppe und Volksgruppe der Roma.

6.2. Für die Berechnung der Vertriebsförderung gemäß § 6 bzw. § 7 ist auch von diesen Zeitungen die entsprechend den Bestimmungen des § 2 Abs. 5 geprüfte Anzahl der im Abonnement verbreiteten Exemplare (inklusive Groß- und Mitgliederabonnements) bekannt zu geben.

7. Zu § 2 Abs. 3 bis 5 - Auflagenprüfung

7.1. Um Förderung ansuchende Verleger haben der KommAustria die Auflagenzahlen der jeweiligen Tages- oder Wochenzeitung nach den in diesen Richtlinien festgelegten Kriterien mitzuteilen. Die vorzulegenden Auflagezahlen müssen entweder von der ÖAK veröffentlicht worden oder von einem Wirtschaftstreuhandler, der sonst in keinem Auftragsverhältnis zum Förderungswerber steht, geprüft sein. Werden im Rahmen der ÖAK zusätzliche Auflagezahlen, die nicht veröffentlicht werden, für Zwecke der Presseförderung geprüft, ist der Prüfbericht vorzulegen.

7.2. Die Verleger von Tageszeitungen haben der KommAustria nach Bundesländern gegliederte Daten mitzuteilen, soweit diese zur Beurteilung der Förderungswürdigkeit bzw. zur Berechnung der Förderhöhe erforderlich sind.

8. Zu § 2 Abs. 6 - Offenlegung der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse

8.1. Die Offenlegung der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse ist zur Berechnung der Förderungsbeträge im Bereich der Vertriebsförderung erforderlich. Sowohl in § 6 Abs. 2 PresseFG 2004 als auch in § 7 Abs. 2 PresseFG 2004 ist eine Kürzung der Förderungsbeträge bei Vorliegen eines Medienverbundes gemäß § 2 Z 22 des Audiovisuelle Mediendienste-Gesetzes (AMD-G), BGBl. I Nr. 20/2001 idgF, vorgesehen.

8.2. Als Medienverbund gemäß § 2 Z 22 AMD-G: zumindest zwei Personen oder Personengesellschaften, darunter jedenfalls ein Medieninhaber, die aufgrund der in § 11 Abs. 5 angeführten Beteiligungs- oder Einflussverhältnisse als miteinander verbunden anzusehen sind.

Als mit einem Medieninhaber verbunden gelten Personen oder Personengesellschaften,

1. die bei einem Medieninhaber mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte halten oder einen beherrschenden Einfluss haben oder über eine der in § 244 Abs. 2 iVm Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten verfügen;
2. bei welchen eine der in Z 1 genannten Personen oder Personengesellschaften mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte hält oder einen beherrschenden Einfluss hat oder über eine der in § 244 Abs. 2 iVm Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten verfügt;
3. bei welchen ein Medieninhaber mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte hält oder einen beherrschenden Einfluss hat oder über eine der in § 244 Abs. 2 iVm Abs. 4 und 5 des Unternehmensgesetzbuches aufgezählten Einflussmöglichkeiten verfügt.

Für die Zwecke dieses Absatzes ist es einer direkten Kapitalbeteiligung von mehr als 25 vH gleichgestellt, wenn eine oder mehrere mittelbare Beteiligungen bestehen und die Beteiligung auf jeder Stufe mehr als 25 vH erreicht. Beteiligungen von Medieninhabern oder von mit diesen gemäß diesem Absatz verbundenen Personen auf derselben Stufe sind für die Ermittlung der 25 vH Grenze zusammenzurechnen.

8.3. Das Ansuchen hat eine Darstellung der Eigentümerverhältnisse nach dem „Ultimate Owner Prinzip“ zu enthalten. Das bedeutet, dass jedenfalls auch die jeweiligen wirtschaftlichen Letzteigentümer anzugeben sind und eine entsprechende Darlegung über die Beteiligungsverhältnisse auf jeder Stufe (Mutter-, Großmuttergesellschaften, etc.) zu erfolgen hat.

9. Zu § 2 Abs. 7 - Zurechnung zum Stammbblatt

Diese Bestimmung soll sicherstellen, dass eine Zeitung - aufgrund geringfügiger Änderungen - nicht unter mehreren Titeln um Förderung ansuchen kann. Kopfblätter sind Ausgaben, die

durch eigene, meist regionale Bezüge herstellende Titelnköpfe gekennzeichnet sind und auch über eigene regionale Redaktionen verfügen.

Bei der Beurteilung als Kopfblatt oder als wirtschaftlich selbstständige Zeitung ist im Einzelfall das wirtschaftliche und journalistische Naheverhältnis zu der als Stammbblatt in Frage kommenden Tageszeitung zu berücksichtigen. Mutationen sind Ausgaben, die weder als Kopfblatt noch als wirtschaftlich selbstständige Zeitung zu qualifizieren sind.

10. Zu § 2 Abs. 8, 8a und 8b - Ausschlussgründe

Diese Bestimmungen legen Gründe für den Ausschluss aus der Förderung fest.

Der Förderungswerber hat in diesem Zusammenhang zu bestätigen, dass keine gerichtlich strafbare Handlung gemäß § 282a StGB, §283 StGB oder nach dem Verbotsgesetz verwirklicht wurde und keine gerichtliche Verurteilung nach diesen Bestimmungen vorliegt. Hierzu ist vom Fördernehmer eine Auskunft der Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft einzuholen und vorzulegen. Das diesbezügliche Formular ist auf der Website der Wirtschafts- und Korruptionsstaatsanwaltschaft abzurufen.¹

Vertriebsförderung

Nach den Bestimmungen dieses Abschnitts können Tages- und Wochenzeitungen gefördert werden, die die Allgemeinen Förderungsvoraussetzungen des Abschnitts I erfüllen.

11. Zu § 7 Abs. 1: Wochenzeitungen erhalten eine Förderung für die ersten 15.000 im Abonnement verbreiteten Exemplare, wobei zu diesen auch Groß- und Mitgliederabonnements zu rechnen sind (vgl. Definitionen unter Punkt 4.1.). Am Ende der Vertriebskette müssen jedenfalls nachweislich identifizierbare Einzelabnehmer stehen.

12. Zu § 7 Abs. 2: Wenn aufgrund der Begrenzung der höchstens in die Berechnung aufzunehmenden Abonnementauflage mit 15.000 Exemplaren und der gleichen Erscheinungshäufigkeit mehr als eine vom selben Medieninhaber verlegte bzw. zum selben Medienverbund gehörende Zeitung den Höchstbetrag erreichen würde, bleibt der Förderungsbetrag jener Zeitung, die tatsächlich die höchste Abonnementauflage aufweist und somit ohne Beschränkung den höchsten Förderungsbetrag erhalten würde, ungekürzt. Jene mit der zweithöchsten Aboauflage wird um 20 % gekürzt usf.

Kürzungen gemäß § 4 Abs. 5 werden vor der Erstellung der - für das Ausmaß der Kürzung gemäß § 7 Abs. 2 maßgeblichen - „Rangreihe“ der Förderungsbeträge innerhalb eines Medienverbundes berücksichtigt. Dasselbe gilt bei mehreren Zeitungen desselben Medieninhabers.

¹ Das Formular ist auf <https://www.justiz.gv.at/wksta> unter „Verbandsabfrage“ abzurufen. Die Auskunftseinholung dauert etwa drei Wochen, sollte sich das bis zum Ende des Einreichtermins nicht ausgehen, kann diese Auskunft auch nachgereicht werden.

13. Zu § 7 Abs. 3: Ausschlaggebend für die „Anzahl der jährlichen Nummern“ ist die Erscheinungshäufigkeit der Zeitung im Beobachtungszeitraum.

Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen

Eine Besondere Förderung zur Erhaltung der Medienvielfalt können nur Verleger von Tageszeitungen erhalten, die zusätzlich zu den Allgemeinen Förderungsvoraussetzungen des § 2 die im Abschnitt III festgelegten Förderungsvoraussetzungen erfüllen.

14. Zu § 8 Abs. 1: Unter Hinweis auf die Richtlinie zu Punkt 9. wird festgehalten, dass eine Zeitung nicht unter mehreren Titeln um Förderung ansuchen kann.

15. Zu § 8 Abs. 2 - Höchstgrenzen bezüglich verkaufter Auflage, Anzeigenanteil und Mindestanzahl von hauptberuflich tätigen Journalisten

15.1. Verkaufsexemplare

Für die Förderung nach dem Abschnitt III ist die Anzahl der Verkaufsexemplare ausschlaggebend. Darunter ist die „gesamte verkaufte Auflage“ zu verstehen. Siehe dazu Pkt. 4.1.

15.2. Höchstzulässiger Anzeigenanteil

Der jährliche Seitenumfang darf höchstens zur Hälfte aus Anzeigen bestehen. Den klassischen Werbeanzeigen sind anzeigenähnliche Blattbestandteile gleichzuhalten. Als solche sind insbesondere „Sonderbeilagen“ mit überwiegend kommerziellem Charakter und Sonder- und Widmungsseiten gleichzuhalten.

15.3. Bezahlte Anzeigen

Nur bezahlte, nicht jedoch unentgeltliche Anzeigen schließen die Förderungswürdigkeit im Sinne dieser Bestimmung aus.

Entgelt:

Die Art und die Höhe der Gegenleistung, also des Anzeigenpreises, sind dabei ohne Belang. Daraus folgend sind auch Gegengeschäftsanzeigen, PR-Artikel und PR-Einschaltungen, die Teil einer Anzeigenkampagne sind, sowie alle Beiträge, für die ein Entgelt (zum Beispiel Druckkostenbeitrag) bezahlt wurde, sowie Gratiseinschaltungen, die einen Naturalrabatt an einen Kunden darstellen, in das Anzeigenvolumen gemäß § 8 Abs. 2 einzurechnen.

Umfang:

Anzeigenseiten - das sind Zeitungsseiten, auf denen keine redaktionellen Inhalte erscheinen - sind zur Gänze als Anzeigen anzurechnen. Anzeigen, die auf Seiten mit redaktionellen Beiträgen erscheinen, sind als entsprechender Bruchteil einer ganzen Seite in das Anzeigenvolumen einzurechnen.

Leerräume über, unter und neben Anzeigen auf redaktionellen Seiten werden zur Hälfte als Anzeigenräume betrachtet. Wird dieser Anzeigenraum durch Linien begrenzt, gilt der Raum bis zur Linie als Anzeigenraum.

Wenn für eine regionale Mutationsausgabe Text- und/oder Anzeigenseiten hergestellt werden, sind diese dem Seiten- bzw. Anzeigenumfang hinzuzurechnen.

15.4. Mindestanzahl der hauptberuflich tätigen Journalisten für die Besondere Förderung

Um die Besondere Förderung zu erhalten, muss der Verleger mindestens 12 hauptberuflich tätige Journalisten bei dieser Zeitung beschäftigen. Für diese gilt die in Pkt. 4.2. festgelegte Definition.

16. Zu § 8 Abs. 4 - Hauptverbreitungsgebiet

Als regionales Hauptverbreitungsgebiet gilt jenes Bundesland, in dem die meisten Exemplare einer Zeitung verkauft werden. Das Hauptverbreitungsgebiet im Sinne des PresseFG 2004 bezieht sich auf die verkaufte Auflage. Auch für jene Zeitungen, für die im Rahmen der ÖAK kein Stammbundesland ausgewiesen ist, ist ein Hauptverbreitungsgebiet anzugeben und sind die in diesem Bundesland verkauften Exemplaren nachzuweisen.

Datenverarbeitung, Datenweitergabe und Veröffentlichungen

1. Dem Förderungswerber oder der Förderungswerberin ist sowohl im Förderansuchen als auch im Fördervertrag zur Kenntnis zu bringen, dass die KommAustria sowie die RTR-GmbH als Geschäftsapparat berechtigt ist,

- a. die im Zusammenhang mit der Anbahnung und Abwicklung des Vertrages anfallenden personenbezogenen Daten, deren Verwendung für die Wahrnehmung der KommAustria übertragenen Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt (Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO), zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung (Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO), für Zwecke des Abschlusses und der Abwicklung des Vertrages (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO) oder sonst zur Wahrung der berechtigten Interessen der Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich ist (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO), zu verwenden;
- b. die für die Beurteilung des Vorliegens der Fördervoraussetzungen erforderlichen personenbezogenen Daten über die von ihr oder ihm selbst erteilten Auskünfte hinaus auch durch Rückfragen bei den in Betracht kommenden anderen Organen des Bundes oder bei einem anderen Rechtsträger, der einschlägige Förderungen zuerkennt oder

abwickelt, oder bei sonstigen Dritten zu erheben und an diese zu übermitteln, wobei diese wiederum berechtigt sind, die für die Anfrage erforderlichen personenbezogenen Daten zu verarbeiten und Auskunft zu erteilen;

c. Transparenzportalabfragen gemäß § 32 Abs. 5 TDBG 2012 durchzuführen.

2. Dem Förderungswerber oder der Förderungswerberin ist zur Kenntnis zu bringen, dass es im Rahmen der Verwendung dazu kommen kann, dass personenbezogene Daten insbesondere an Organe und Beauftragte des Bundesministeriums für Finanzen (insbesondere gemäß §§ 57 bis 61 und 47 des Bundeshaushaltsgesetzes 2013, BGBl. Nr. 139/2009 in der jeweils geltenden Fassung), des Rechnungshofes (insbesondere gemäß § 3 Abs. 2, § 4 Abs. 1 und § 13 Abs. 3 des Rechnungshofgesetzes 1948, BGBl. Nr. 144/1948, in der jeweils geltenden Fassung), Organen und Einrichtungen der Europäischen Union nach den europarechtlichen Bestimmungen sowie der KommAustria gemäß den Bestimmungen des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetzes, BGBl. I Nr. 125/2011, in der jeweils geltenden Fassung, übermittelt oder offengelegt werden müssen, wobei die Rechtsgrundlage dafür jeweils die Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung (Art. 6 Abs. 1 lit. c DSGVO) oder die Wahrnehmung einer Aufgabe im öffentlichen Interesse ist (Art. 6 Abs. 1 lit. e DSGVO).

3. Ist der Förderungswerber oder die Förderungswerberin eine natürliche Person, hat das Förderansuchen und der Fördervertrag eine Information zur Datenverarbeitung gemäß Art. 13 und 14 DSGVO (Datenverarbeitungsauskunft) zu enthalten.

4. Der Förderungswerber oder die Förderungswerberin hat zu bestätigen, dass die Offenlegung von Daten natürlicher Personen gegenüber der RTR-GmbH als Abwicklungsstelle in Übereinstimmung mit den Bestimmungen der DSGVO erfolgt und die betroffenen Personen von dem Förderungswerber über die Datenverarbeitung der Verantwortlichen informiert werden oder wurden.

5. Die KommAustria kann mit den im Rahmen der Prüfung der Förderansuchen oder der nach dem Förderungsvertrag erforderlichen Überprüfungen Dritte mit dem erforderlichen Fachwissen als Dienstleister, insbesondere Wirtschaftsprüferinnen und -prüfer sowie und Steuerberaterinnen und -berater, beauftragen. Zum Zweck der Erfüllung der notwendigen Aufgaben nach Maßgabe des jeweiligen Auftrags werden an diese Dienstleisterinnen und Dienstleister die notwendigen personenbezogenen Daten überlassen.

6. Der Förderungswerber bzw. die Förderungswerberin nimmt zur Kenntnis, dass die KommAustria sämtliche Förderergebnisse gemäß § 4 Abs. 7 PresseFG 2004 spätestens zwei Wochen nach Auszahlung in geeigneter Weise auf ihrer Website zu veröffentlichen hat.

Haftung

1. Der Förderungswerber oder die Förderungswerberin haftet für die Richtigkeit und Vollständigkeit aller in Zusammenhang mit dem auf der Grundlage der vorliegenden Richtlinien abgeschlossenen Fördervertrag und der an die KommAustria übermittelten Unterlagen und Informationen. Der Förderungswerber oder die Förderungswerberin hat die KommAustria für

sämtliche Schäden, Kosten, Aufwände und sonstige Nachteile im Zusammenhang mit der Verletzung der in diesem Fördervertrag und den in diesen Richtlinien genannten Pflichten durch den Förderungswerber schad- und klaglos zu halten.

2. Die KommAustria haftet im Rahmen des Fördervertrags ausschließlich im Fall nachgewiesener grober Fahrlässigkeit oder im Falle des nachgewiesenen Vorsatzes für Schadenersatz. Der Schadenersatz ist jedenfalls auf die Höhe des nach diesem Fördervertrag zugesagten Förderbetrags begrenzt.

Gerichtsstand und anwendbares Recht

1. Für Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit Förderungen nach dem PresseFG 2004 sind die ordentlichen Gerichte zuständig. Für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit der Gewährung einer Förderung gilt das sachlich zuständige Gericht am Sitz der KommAustria (Wien) als vereinbart, wobei es der KommAustria vorbehalten bleibt, den Förderungswerber oder der Förderungswerberin auch an seinem oder ihrem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

2. Auf den Förderungsvertrag findet ausschließlich österreichisches Recht mit Ausnahme der Verweisungsnormen auf ausländisches Recht Anwendung.

Salvatorische Klausel

1. Sollten einzelne Bestimmungen eines auf Grundlage dieser Richtlinien geschlossenen Vertrages unwirksam oder undurchführbar sein oder nach Vertragsabschluss unwirksam oder undurchführbar werden, bleibt davon die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen des Vertrages unberührt.

2. An die Stelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung soll diejenige wirksame und durchführbare Regelung treten, deren Wirkungen der wirtschaftlichen Zielsetzung am nächsten kommen, die die Vertragsparteien mit der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung verfolgt haben. Die vorstehenden Bestimmungen gelten entsprechend für den Fall, dass sich der Vertrag als lückenhaft erweist.

Inkrafttreten

1. Die Richtlinien für den Beobachtungszeitraum (BEOZ) 2024 treten mit **01.01.2024** in Kraft und finden auf **Förderansuchen des Jahres 2025** Anwendung.

2. Die Richtlinien sind gemäß § 4 Abs. 6 PresseFG 2004 nach Anhörung der Presseförderungskommission jährlich zu Beginn des für die Förderung relevanten Beobachtungszeitraumes in geeigneter Weise auf der Website zu veröffentlichen.

Wien, am 15. Jänner 2024

Kommunikationsbehörde Austria

Dr.ⁱⁿ Martina Hohensinn
(Mitglied)