

Vorschläge zu einer qualitätsorientierten Presseförderung

Österreichs stark konzentrierter Medienmarkt hat einerseits zu einer einseitigen Dominanz der Boulevardmedien und andererseits zu einer Bedrohung des Qualitätsjournalismus geführt. Gleichzeitig befinden sich Medienunternehmen durch Digitalisierung und Konvergenz in einer Phase grundlegender ökonomischer und inhaltlicher Veränderungen. Medienförderung ist deshalb von zentraler demokratiepolitischer Bedeutung. Es geht bei der Förderung von Medien „nicht um eine Subvention einer notleidenden Branche, sondern um eine Investition in die Infrastruktur der Demokratie“ (Univ. Prof. DDr. Matthias Karmasin bei der Präsentation der wesentlichen Punkte zur Reform der Presse- bzw. Medienförderung am 19. 11. 2012 im Presseclub Concordia).

Laut der vom Bundeskanzleramt bei der Universität Wien in Auftrag gegebenen Evaluierungsstudie erfüllt die bisherige Presseförderung ihre im Gesetz definierte Aufgabe der Vielfalts- und Qualitätsförderung in einem sich rasch ändernden Medienmarkt nicht (Hannes Haas, Evaluierung der Presseförderung 2012, Seiten 10 ff und 20 ff). Sowohl in der fachspezifischen als auch in der politischen und öffentlichen Diskussion wurde ein dringender Reformbedarf bei der Medienförderung festgestellt. Die Situation hat sich seit Verfassung der „Haas-Studie“ weiter verschärft, wodurch insbesondere Chancen bei der Unterstützung des Qualitätsjournalismus in digitalen Medien ungenützt blieben. Das Feld der „Innovationsförderung“ könnte dadurch in der öffentlichen Wahrnehmung nun von internationalen Konzernen wie etwa Google mit seiner „Digital News Initiative“ besetzt werden.

Da eine Veränderung der Medienförderung dringend notwendig ist, haben im Medienwesen tätige Organisationen wie der Presseclub Concordia, fjum_forum journalismus und medien wien, Medienhaus Wien und andere bereits 2012 eine Initiative gesetzt und seither einen intensiven Diskurs mit ExpertInnen aus Wissenschaft, Print- und Online-Medien geführt. Daraus wurden Kriterien für eine neue Medienförderung abgeleitet.

Die Ergebnisse werden für das vorliegende Positionspapier zusammengefasst:

Mittelfristig muss eine Medienförderung zu einer konvergenten Medienförderung werden, alle Medien umfassen und daher Presse-, Publizistik- und Rundfunk-Förderungen vereinen. Kurzfristig besteht vor allem im Bereich der Presse- und Publizistikförderung dringender Handlungsbedarf.

Im Folgenden wird in einem ersten Schritt auf die Reform der Presseförderung eingegangen.

Zentrale Forderungen für eine konvergente Medienförderung:

- Es geht um die Stärkung der Demokratie; demokratiepolitische Relevanz des um Förderung ansuchenden Mediums ist daher Voraussetzung für den Erhalt der Förderung.

- Die Fördermittel müssen deutlich erhöht werden. Allein für die bisherige Presseförderung sollen mindestens 50 Mio. Euro zur Verfügung stehen.*¹ Zum einen, damit die Förderung auch auf demokratiepolitisch relevante Onlinemedien ausgedehnt werden kann. Zum anderen aber auch für eine effektive Qualitätsförderung, besonders im Bereich Forschung und Weiterbildung.
- Medienförderung braucht überprüfbare Kriterien und transparente Vergabe.

Die Presseförderung soll künftig 4 große Schwerpunkte umfassen:

1// Vielfalts- und Qualitäts-Förderung

- Für wettbewerbsneutralen adressierten Vertrieb werden die ersten 100.000 Stück der Printauflage gefördert – und zwar in gleicher Höhe pro Stück für alle.
- Die Anstellung von RedakteurInnen für die innerbetriebliche Qualitätskontrolle, die Einhaltung eines Code of Conduct oder Compliance Guidelines, für die innerbetriebliche Weiterbildung und/oder für Spezialthemen wie Auslandskorrespondenz, Datenjournalismus oder Wissenschaft (Leserbeauftragte, Ombudspersonen, AuslandskorrespondentInnen, Ausbildungsbeauftragte etc.) wird mit anteiligen Zuschüssen zu deren Gehaltskosten gefördert.

2// Weiterbildung und Media Literacy

- Grundsätzlich sollen bei der Finanzierung von Weiterbildung und bei der Vergabe der Mittel für Vereinigungen der Journalistenaus- und Weiterbildung qualitative und nicht wie bisher quantitative Kriterien („Ausbildungstage“) gelten.

Zudem sollen:

- Anreizsysteme für kontinuierliche und ausschließlich qualitätsgesicherte Weiterbildung (intern & extern) geschaffen werden;
- die Zielgruppen ausgeweitet (zB. auf Online-JournalistInnen) und medienkonvergente Ausbildung gefördert werden, die nicht ausschließlich auf Mitarbeiter von Printprodukten abzielt, sondern Print, Online, TV und Radio umfasst;
- Kriterien für geförderte Formate im Aus- und Weiterbildungsbereich auch für Online-Formate, Coaching, Karriereberatung etc. gelten;
- qualitätsgesicherte Weiterbildungs-Institutionen eine Basisfinanzierung erhalten;
- und die bisherigen Fördermaßnahmen für Media Literacy auf "Digital Media Literacy" ausgedehnt werden.

¹ Der Betrag entspricht der Höhe der Werbeabgabe durch Printmedien im Jahr 2012

3// Forschung und Innovation zur Zukunftssicherung

- Projektbezogene Innovationen – für die Anschubfinanzierung von demokratiepolitisch relevanten Onlineprojekten soll es einen eigenen Förderungsfonds geben.
- Forschungsförderung auf mindestens 10 % der gesamten Presseförderung erhöhen.
- Pressegeförderte Forschung soll konvergent sein und der Entwicklung der journalistischen Profession (siehe zB Serie „Journalisten-Report“), der Medieninnovation und der Unterstützung der Qualitätsentwicklung der Medien (siehe zB Studie zur "Qualität des tagesaktuellen Informationsangebots in den österreichischen Medien“ der ÖAW) dienen.
- Begleitend notwendig ist ein kontinuierliches Monitoring der Medienförderung selbst v. a. in Richtung Qualitätssicherung bzw. –steigerung.

4// Förderung medienrelevanter Umfeldorganisationen:

- Wenn für die Medienförderung die Akzeptanz von Ehrenkodex und Selbstkontrolle vorausgesetzt wird, braucht das repräsentative Organ der Selbstkontrolle eine entsprechende Basisfinanzierung.
- Bei der Förderung der Presseclubs darf nicht nur die Anzahl der veranstalteten Pressekonferenzen das Förder-Kriterium sein. Für Presseclubs, die sich auch inhaltlich engagieren, etwa über Stipendien oder Ausbildungsinitiativen etc., sollen auch diese Aktivitäten förderbar sein.

Voraussetzungen für Print- und Onlinemedien für den Erhalt von Fördermitteln:

- Zumindest 50 % des Umfangs des Medienproduktes muss journalistischer Content sein; mindestens ein Drittel des Umfangs von der eigenen Redaktion produziert sein.
- Die Anerkennung des Ehrenkodex für die österreichische Presse und der repräsentativen Selbstregulierungseinrichtung Österreichischer Presserat.
- Da es in erster Linie um die Förderung der „Institution Journalismus“ geht, werden nur jene Print- und Onlinemedien gefördert, welche tatsächlich JournalistInnen in ausreichender Zahl zur Herstellung qualitätsvollen Journalismus nach dem Kollektivvertrag angestellt beschäftigen.
-

Initiierende Organisationen und Unterzeichner:

fjum_forum journalismus und medien wien, Dr. Daniela Kraus (Geschäftsführung)

Medienhaus Wien, Forschung und Weiterbildung, Dr. Andy Kaltenbrunner (Geschäftsführung)

Presseclub Concordia, Dr. Astrid Zimmermann (Generalsekretärin)

Österreichischer Presserat, Mag. Alexander Warzilek (Geschäftsführer)

Univ. Prof. DDr. Matthias Karmasin, Direktor des Instituts für vergleichende Medien- und

Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaft und der Alpen-Adria-Universität