



GESCHÄFTSBERICHT

2023/24

INHALT

| | |
|---|-----------|
| Bericht der Präsidentin..... | 04 |
| Bericht des Geschäftsführers | 06 |
| Medienpolitik..... | 07 |
| Informationsgesetz ab 2025 | 08 |
| Datenschutz: keine Behördenaufsicht über professionellen Journalismus! | 11 |
| European Media Freedom Act gilt ab 2025..... | 14 |
| Implementierung des Digital Service Acts | 17 |
| Political Advertising..... | 20 |
| Artificial Intelligence Act | 24 |
| Qualitätsjournalismusförderung in Kraft getreten..... | 26 |
| Kennzahlen und Kompetenz | 27 |
| Kollektivverträge für Zeitschriften und Fachmedien | 28 |
| Österreichische Medienakademie | 32 |
| Neue Herausforderungen im Kuratorium für Presseausweise | 36 |
| Österreichischer Werberat: Jahresbilanz 2023 | 39 |
| Österreichischer Presserat: Bilanz 2023..... | 43 |
| Veranstaltungen und Aktivitäten | 45 |
| Österreichischer Zeitschriftenpreis 2023: ÖZV prämiiert ausgezeichnete Journalistinnen und Journalisten.... | 46 |
| Die Preisträgerinnen und Preisträger im Überblick..... | 47 |
| Stimmungsvoller Adventempfang bei winterlichen Temperaturen | 49 |
| Werbeimage-Studie 2023: Werbung in Zeitungen und Magazinen weisen Top-Imagewerte auf | 51 |
| ÖZV-Intern | 55 |
| ÖZV-Vollversammlung 2023: Im Zeichen der Veränderung..... | 56 |
| ÖZV-Vorstandsmitglieder..... | 57 |
| Die Mitglieder des ÖZV..... | 58 |
| Mitgliederbewegungen..... | 69 |
| Finanzergebnis 2023..... | 70 |
| Impressum | 71 |

BERICHT DER PRÄSIDENTIN



Die Medienbranche im Allgemeinen und Zeitschriften im Speziellen stehen vor großen Umwälzungen – nicht zuletzt aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung und den rasanten technologischen Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz. KI-Anwendungen sind ja bereits seit längerer Zeit in einzelnen Bereichen, wie z. B. im Journalismus, in Verwendung und bergen für uns Medien ein enormes Potenzial, wenn sie verantwortungsbewusst eingesetzt werden – etwa Anwendungen der generativen KI, die den redaktionellen Alltag erheblich erleichtern können.

Künstliche Intelligenz: Chance und Risiko zugleich

KI-Anwendungen werden jedoch solides journalistisches Handwerk nicht ersetzen können. Denn zahlreiche Studien belegen, dass etwa Userinnen und User von X (vormals Twitter) nicht mehr verlässlich unterscheiden können, ob ein Tweet von einem Menschen oder ChatGPT verfasst wurde. Dieselben Studien zeigen auch, dass KI-generierte Texte politische Meinungen ebenso erfolgreich beeinflussen können wie Texte, die von Menschen verfasst wurden. Umso wichtiger ist die Kuratierung durch professionelle Redaktionen. Dies gilt in

besonderem Maß für Fachinformationen, wie sie in unseren Magazinen publiziert werden. Somit sind ein sicherer Umgang sowie Rechtssicherheit, die Einhaltung ethischer Rahmenbedingungen und Transparenz in Bezug auf den Einsatz von KI für uns Medienunternehmen unerlässlich, um die Risiken zu minimieren und zugleich die Chancen zu unserem eigenen Vorteil, aber insbesondere dem Vorteil unserer Leserinnen und Leser bestmöglich zu nützen.

Werbemarkt: Digitalriesen vs. professionelle Inhalte

Die Bedingungen für die heimischen Medienunternehmen bleiben auch hinsichtlich der weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Lage insbesondere auf dem heimischen Werbemarkt herausfordernd: 2023 markiert einen deutlichen Bruch bei den Werbebuchungen, denn erstmals haben die Einnahmen aus der Digitalsteuer mit 103 Mio. Euro die Einnahmen aus der Abgabe auf Werbung bei klassischen Medien wie TV, Radio, Print, Plakat sowie in Prospekten mit rund 95 Mio. Euro überflügelt. Die globalen Big-Tech-Plattformen haben also in Österreich mehr Werbegeld eingenommen als alle anderen Mediengattungen zusammen – eine überaus bedenkliche Entwicklung, denn diese zunehmende Verlagerung der Werbespendings zu den großen Digitalkonzernen hat nicht nur für uns Medien, sondern auch für die werbetreibende Wirtschaft und die Werbebranche problematische Auswirkungen: Neben datenschutzrechtlichen Problemen zeigen Untersuchungen, dass rund 70 Prozent der Ausgaben für das „Programmatic Advertising“ keine Menschen mehr, sondern „non humans“ erreichen.

Unsere redaktionellen Medienprodukte hingegen bieten mit professionell kuratierten Inhalten ein vertrauenswürdiges und seriöses Werbeumfeld.

Das belegte im Vorjahr einmal mehr eine Studie: Die österreichische Reichweitenerhebung Media-Analyse hat erstmals das Werbeimage der relevanten Mediengattungen – Zeitungen/Zeitschriften (Print und digital), Fernsehen, Radio und Social Media – verglichen. Das erfreuliche Ergebnis: Zeitungen und Magazine punkten gedruckt und digital mit hohen Imagewerten. Werbung dort wird vor allen anderen Mediengattungen als informativ, nützlich, hochwertig und relevant wahrgenommen.

Dies bestätigt einmal mehr die Ergebnisse unserer Fachzeitschriften-Entscheiderstudie aus dem Herbst 2021: Auch sie belegte, dass die Vielfalt, Expertise und journalistische Glaubwürdigkeit der ÖZV-Mitgliedsmedien geschätzt werden und Zeitschriften und Fachmedien mit Seriosität und journalistischer Sorgfalt punkten. Das sollte für uns als Fachmedien ein weiterer Ansporn sein, unsere Stärken selbstbewusst in den Vordergrund zu rücken. In unseren ÖZV-Mitgliedsmedien finden sich seriös recherchierte Informationen und genau jene glaubwürdigen Inhalte, die bei anderen Medien gar nicht erst thematisiert werden, weil sie sich nicht für rasche Klicks eignen. Ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im Kampf um die immer knapper werdende Ressource Aufmerksamkeit unserer Leserinnen und Leser!

Politisch und wirtschaftlich herausfordernde Zeiten

Bedauerlicherweise wird das von den politisch Verantwortlichen nicht in dem Maße so wahrgenommen: Ende 2023 ist zwar das Bundesgesetz über die Förderung des qualitativ vollen Journalismus in Medien des Print- und Online-Bereichs in Kraft getreten. Trotz aller Bemühungen unseres Verbands sind reine Fachmedien aber nicht von der Förderung umfasst, da sie den „Universalmedien“ vorbehalten ist.

Die ökonomische Situation wirkte sich auch im Vorjahr auf die KV-Verhandlungen aus. Aber anders als im Jahr davor gestalteten sich die Gespräche deutlich weniger langwierig: So konnte eine Einigung auf ein Gehaltspulver von 5,6 Prozent sowohl für Journalistinnen und Journalisten als auch für kaufmännische Angestellte bei Zeitschriften und Fachmedien sowie eine Reduktion der Wochenarbeitszeit auf 37 bzw. 37,5 Stunden erzielt werden.

Abschließend möchte ich noch auf Positives zu sprechen kommen: Im vergangenen Herbst konnten wir den Österreichischen Zeitschriftenpreis 2023 erneut bei den Österreichischen Medientagen – veranstaltet von unserem Mitglied HORIZONT/Manstein-Verlag – vergeben. Die Branchenveranstaltung auf dem Erste Campus in Wien feierte 2023 ihr 30-jähriges Bestehen – ein würdiger Rahmen, um die ausgezeichneten journalistischen Beiträge aus unseren Häusern entsprechend zu ehren. Erfreulicherweise können wir diese Kooperation mit dem Manstein Verlag auch im Jahr 2024 fortsetzen.



Ihre Claudia Gradwohl
ÖZV-Präsidentin

”

Ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im Kampf um die immer knapper werdende Ressource Aufmerksamkeit unserer Leserinnen und Leser!

BERICHT DES GESCHÄFTSFÜHRERS



Die Transformation des österreichischen Medienmarktes ist im vollen Gang. Eine besondere Rolle kommt in diesem Zusammenhang den großen Big-Tech-Plattformen zu, die – getrieben durch den Wandel in der Mediennutzung – 2023 mit 2,066 Milliarden Euro netto mehr Werbung für sich lukrieren konnten als alle anderen Mediengattungen zusammen (1,894 Milliarden Euro). Speziell im Segment der Magazine und Fachmedien gewinnen – ähnlich wie in Deutschland – daher andere Erlösströme wie Digitalerlöse, Events oder Corporate-Publishing-Produkte zunehmend an Bedeutung. Bei näherer Betrachtung lässt sich für den Print-Werbemarkt kein ganz einheitliches Bild zeichnen. Während laut Focus Research der Bruttowerbeaufwand 2023 im Vergleich zum Jahr 2022 bei Tageszeitungen um -3,9 Prozent, bei regionalen Wochenzeitungen um -1,6

Prozent und bei Magazinen sogar um -6 Prozent gesunken ist, konnten die Fachzeitschriften beim Bruttowerbeaufwand hingegen mit 2,3 Prozent einen leichten Anstieg verzeichnen. In absoluten Zahlen bedeutet dies bei den Illustrierten bzw. Magazinen rund 225 Millionen Euro und bei den Fachzeitschriften rund 77,4 Millionen Euro. Eine zumindest in Teilbereichen erfreuliche Entwicklung hierzulande, zumal ein Blick auf den erheblich größeren Fachzeitschriftenmarkt Deutschland ein anderes Bild zeigt. In Deutschland sind die Werbeerlöse bei Fachzeitschriften im selben Vergleichszeitraum um rund 60 Millionen Euro (-4,5 Prozent) auf 1,29 Milliarden Euro gesunken.

Wie bereits zuvor ausgeführt, besteht im digitalen Werbemarkt auf Grund der dominanten Marktposition einiger weniger Big-Tech-Plattformen ein Marktversagen, da rund 90 Prozent der digitalen Werbeumsätze von diesen Unternehmen nahezu ohne heimische Wertschöpfung abgesaugt werden. Für Massenmedien wie Zeitungen, Publikumsmagazine, TV und Radio wird versucht, mittels öffentlicher Förderungen dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Eine Unterstützung, die den Fachmedien nahezu zur Gänze verwehrt bleibt, da die Förderinstrumente reine Fachzeitschriften ausschließen. Ein Umstand, dem in der kommenden Legislaturperiode seitens der Politik begegnet werden muss: Denn durch den rasanten Vormarsch KI-generierter

Informationsangebote, die nicht nur den General-Interest- oder Nachrichtenbereich betreffen, wird auch zunehmend der Fachinformationsbereich erfasst werden. Die Überprüfung und Einordnung durch Redakteurinnen und Redakteure der Fachzeitschriften wird gerade in diesen oft sensiblen Branchen (z. B. Medizin, Pharmazie etc.) von Bedeutung sein.

Stichwort Redakteurinnen und Redakteure: Ein seit vielen Jahrzehnten geschätzter Service des ÖZV sind die Presseausweise für die Mitgliedsunternehmen. Der österreichische Presseausweis, vergeben in Kooperation mit dem Kuratorium für Presseausweise, dem VÖZ, dem Syndikat der Pressefotografen sowie der GPA, wurde im Berichtsjahr einer Erneuerung unterzogen. Wesentlich in diesem Zusammenhang ist die tagesaktuelle, digitale Gültigkeitsabfrage mittels QR-Code auf jedem Ausweis. Damit konnte eine deutliche Verwaltungsvereinfachung (Wegfall der Jahresmarke) erzielt werden. Die Federführung bei diesem Projekt hatte für den ÖZV meine Kollegin Nadja Vaskovich inne, der an dieser Stelle besonderer Dank gilt.

Leider musste der ÖZV im abgelaufenen Verbandsjahr auf Grund von Titel-Einstellungen einen Schwund an Mitgliedern hinnehmen, der sich verständlicherweise auch auf die Erlössituation des Verbandes niederschlägt. Eine Werbe- bzw. Kommunikations-offensive befindet sich daher in Vorbereitung und soll im Herbst 2024 ausgerollt werden, um die Mitgliedsstruktur nachhaltig zu stärken.

Abschließend darf ich allen Mitgliedsunternehmen bzw. deren Vertreterinnen und Vertretern sehr herzlich für ihr Engagement und Mitwirken danken, denn nur durch diesen Beitrag kann der Verband seinen umfassenden Aufgaben nachkommen.

Herzlichst

Mag. Gerald Grünberger
Geschäftsführer

MEDIENPOLITIK

INFORMATIONSFREIHEITSGESETZ AB 2025



Am 26. Februar 2024 wurde das Informationsfreiheitsgesetz im Bundesgesetzblatt kundgemacht. Es tritt überwiegend mit 1. September 2025 in Kraft.

Im Grunde ist die Pflicht zur Informationserteilung nicht neu: Derzeit ist zwar in Artikel 20 Absatz 3 B-VG das Amtsgeheimnis im Verfassungsrang normiert, die amtliche Verschwiegenheitspflicht besteht aber auch heute nicht umfassend, sondern nur soweit die Geheimhaltung von Informationen aus bestimmten Zwecken geboten ist. Mit dem neuen Artikel 22a Abs. 1 B-VG (tritt ab 01. September 2025 in Kraft) wird eine proaktive Veröffentlichungspflicht verfassungsrechtlich verankert: Öffentliche Körperschaften (einschließlich der Gerichte) bzw. deren Organe haben Informationen von allgemeinem Interesse in einer für jedermann zugänglichen Art und Weise zu veröffentlichen, soweit und solange diese nicht geheim zu halten sind.

Gemeinden und Gemeindeverbände mit weniger als 5.000 Einwohnerinnen und Einwohnern sind nicht zur Veröffentlichung verpflichtet. Die gesetzlichen beruflichen Vertretungen (**Kammern**) sollen im eigenen Wirkungsbereich weiterhin nur gegenüber ihren Mitgliedern verpflichtet sein, Zugang zu ihren Informationen zu gewähren. Gegenüber der Kontrolle des Rechnungshofes oder eines Landesrechnungshofes unterliegende Stiftungen, Fonds, Anstalten und Unternehmungen besteht das Recht auf Zugang zu Informationen ab einer **Beteiligungsquo-**

te von 50 % und nicht soweit Geheimhaltung zur Abwehr einer unmittelbar drohenden Beeinträchtigung der Wettbewerbsfähigkeit erforderlich ist.

Formal wird ein Paradigmenwechsel vom Amtsgeheimnis mit Ausnahmen (derzeit Art. 20 Abs. 3, 4 B-VG) zum Informationsanspruch mit Ausnahmen (Art. 22a Abs. 2, 3 B-VG) vorgenommen, wobei der Katalog der Auskunftserteilungsverweigerungsgründe in Wahrheit erweitert wird: Die amtliche Verschwiegenheitspflicht besteht auch heute nur, soweit die Geheimhaltung von Informationen aus bestimmten Zwecken geboten ist (bei sonstiger Auskunftserteilungspflicht), konkret im Interesse der Aufrechterhaltung der öffentlichen Ruhe, Ordnung und Sicherheit, der umfassenden Landesverteidigung, der auswärtigen Beziehungen, im wirtschaftlichen Interesse einer Körperschaft des öffentlichen Rechts sowie zur Vorbereitung einer Entscheidung oder im überwiegenden Interesse der Parteien (gemeint: der Parteien eines Verfahrens).

Proaktive Informationspflicht und Informationsregister: Veröffentlichung von Informationen von allgemeinem Interesse

Informationen von allgemeinem Interesse sind Informationen, die einen allgemeinen Personenkreis betreffen oder für einen solchen relevant sind, insbesondere Geschäftseinteilungen, Geschäftsordnungen, Tätigkeitsberichte, Amtsblätter, amtliche Statistiken, von informationspflichtigen Stellen erstellte oder in Auftrag gegebene Studien, Gutachten, Umfragen, Stellungnahmen und Verträge, wobei Verträge mit einem Gegenstandswert von mindestens 100.000 Euro jedenfalls von öffentlichem Interesse sind. Die proaktive Veröffentlichung ist vorgesehen, soweit keine Geheimhaltungspflicht besteht – Verträge werden daher de facto im Transparenzregister regelmäßig nur hinsichtlich des Vertragspartners anonymisiert veröffentlicht werden können, wenn nicht konkret ein Recht des Vertragspartners auf

Wahrung von Geschäftsgeheimnissen überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit vorliegt.

Die Zugänglichmachung der Informationen soll über ein frei zugängliches Internetportal (www.data.gv.at) erfolgen und über eine Suchfunktion verfügen. Adressaten der Veröffentlichungspflicht sind vor allem Organe der Bundes- und Landesverwaltung und der Gerichtsbarkeit sowie der Rechnungshof. Gemeinden und Gemeindeverbände mit weniger als 5.000 Einwohnerinnen und Einwohner sind nicht zur Veröffentlichung verpflichtet. Werden allerdings – entgegen der gesetzlichen Verpflichtung – die Informationen nicht proaktiv durch das informationspflichtige Organ veröffentlicht, sieht das IFG keine Sanktion vor.

Geheimhaltungsgründe

Die Geheimhaltungsgründe im IFG entsprechen jenen des Art. 22a Abs. 2 B-VG (siehe Pkt. 1) und gehen damit über die geltende Rechtslage hinaus. Unverändert gilt Datenschutz als berechtigtes Interesse Dritter an einer Informationsverweigerung, ohne dass explizit eine Pflicht zur Veröffentlichung einer anonymisierten Fassung vorgesehen wäre.

Informationsbegehren

Gemäß § 7 IFG sind auf Antrag – neben der proaktiven Veröffentlichung – die in § 2 Abs 1 IFG definierten Informationen zugänglich zu machen. Dies gilt auch für Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Laut den Erläuterungen soll grundsätzlich ein formloses Informationsbegehren genügen. Sofern dazu eine schriftliche Klarstellung notwendig ist, gilt die behördliche Manuduktionspflicht.

Verfahrensdauer weiterhin zu lange

Der Zugang zu nicht im Informationsregister veröffentlichter Information soll gemäß § 8 IFG auf

Antrag ohne unnötigen Aufschub, spätestens aber binnen vier Wochen nach Einlangen des Antrages beim zuständigen Organ zu gewähren sein. Soweit die Information der Geheimhaltung unterliegt, ist dem Antragsteller binnen derselben Frist die Nichterteilung des Zugangs mitzuteilen. Aus besonderen Gründen kann die Frist um weitere vier Wochen verlängert werden. Wird der Zugang zur Information nicht erteilt, ist auf schriftlichen Antrag des Informationswerbers vom informationspflichtigen Organ hierüber binnen zwei Monaten nach Einlangen dieses Antrages ein Bescheid zu erlassen.

Ein abschlägiger Bescheid sowie auch das Unterbleiben der Bescheiderlassung (= Säumnis) kann beim zuständigen Verwaltungsgericht bekämpft werden. Was „besondere Gründe“ sind, ist weder im Gesetz noch in den Materialien konkretisiert. Entsprechend kommt den Organen hier ein weiter Interpretationsspielraum zu. Denkbar und zu befürchten ist z. B.: „aktuell ungewöhnlich hoher Arbeitsanfall“ oder „Kumulierung von Krankenständen bei Mitarbeitern“ bzw. „Krankenstand oder Urlaub des zuständigen Mitarbeiters“. Für die Praxis lässt sich also erwarten, dass der Informationswerber mit einer initialen Wartezeit von acht Wochen konfrontiert ist.

Informationsverweigerung wegen Missbrauch und unverhältnismäßigem Aufwand

Gemäß § 9 Abs. 3 IFG ist der Zugang zur Information nicht zu gewähren, wenn der Antrag auf Information offensichtlich schikanös erfolgt oder wenn die Erteilung der Information die sonstige Tätigkeit des jeweiligen Organs wesentlich und unverhältnismäßig beeinträchtigen würde. In den Erläuterungen ist ausgeführt, dass allein die Tatsache, dass im Zusammenhang mit journalistischen Recherchen zum Zweck der Ermöglichung einer öffentlichen Debatte vermehrt Anfragen gestellt werden, jedenfalls noch keinen Missbrauch des Informationsrechts indiziert – dies sollte eigentlich selbstverständlich sein. Ebenso wenig begründen gemäß den Erläuterungen knappe oder mangelnde Ressourcen des Informationspflichtigen „in jedem Fall und ohne Weiteres“ einen unverhältnismäßigen Aufwand.

Besondere Regelungen betreffend private Informationspflichtige

Private Informationspflichtige sind: der Kontrolle des Rechnungshofes oder eines Landesrechnungshofes unterliegende Unternehmen bzw. einer solchen Rechnungshof-Kontrolle unterliegende Stiftungen, Fonds, Anstalten ab einer Beteiligungs-

quote von 50 Prozent, soweit sie nicht mit der Besorgung von Geschäften der Bundesverwaltung oder der Landesverwaltung betraut sind. Für diese gelten Sonderregelungen: Börsennotierte Gesellschaften sowie rechtlich selbstständige Unternehmungen, die auf Grund von Beteiligungen oder sonst unmittelbar oder mittelbar unter dem beherrschenden Einfluss einer börsennotierten Gesellschaft stehen (abhängige Unternehmungen), sind von der Informationspflicht generell ausgenommen; alle anderen nicht hoheitlich tätigen Stiftungen, Fonds, Anstalten und Unternehmen – etwa der ORF – müssen Informationen (abgesehen von der sinngemäßen Anwendung der allgemeinen Geheimhaltungsregelung) nicht zugänglich machen, wenn die Geheimhaltung zur Abwehr einer unmittelbar drohenden Beeinträchtigung von deren Wettbewerbsfähigkeit erforderlich ist. Im Gegensatz zu staatlichen Organen sind diese auch nicht zur proaktiven Veröffentlichung von Informationen von allgemeinem Interesse verpflichtet.

Erteilen dem IFG unterliegende nicht hoheitlich tätige Stiftungen, Fonds, Anstalten und Unternehmungen eine begehrte Information nicht, kann binnen vier Wochen nach Ablauf der Informationsfrist ein Antrag auf Entscheidung durch das zuständige Verwaltungsgericht gestellt werden. Das Bundesverwaltungsgericht ist dabei zuständig für Anträge betreffend Stiftungen, Fonds oder Anstalten, die von Organen des Bundes oder von hierzu von Organen des Bundes bestellten Personen (Personengemeinschaften) verwaltet werden sowie betreffend Unternehmungen, an denen der Bund alleine oder gemeinsam mit anderen der Zuständigkeit des Rechnungshofes unterliegenden Rechtsträgern zu mindestens 50 Prozent beteiligt ist; ansonsten ist das Landesverwaltungsgericht in jenem Bundesland örtlich zuständig, in dessen Sprengel die Stiftung, der Fonds, die Anstalt oder die Unternehmung ihren oder seinen Sitz hat. Lässt sich die Zuständigkeit danach nicht bestimmen, ist das Verwaltungsgericht im Land Wien örtlich zuständig. “

DATENSCHUTZ: KEINE BEHÖRDENAUF SICHT ÜBER PROFESSIONELLEN JOURNALISMUS!

Die seit dem Jahr 2018 geltende Datenschutz-Grundverordnung verpflichtet die EU-Mitgliedstaaten, im nationalen Recht für die Belange des Journalismus den Datenschutz mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung und auf Informationsfreiheit in Einklang zu bringen.

Der Verfassungsgerichtshof hat den Journalismusparagrafen im österreichischen Datenschutzgesetz mit Wirkung zum 30. Juni 2024 wegen verfassungsrechtlicher Bedenken aufgehoben, dem Gesetzgeber jedoch zugleich eine Neuregelung aufgetragen.

Ohne Neuregelung würde die Datenschutzbehörde ab 1. Juli 2024 zur Medienkontrollbehörde – sie könnte (personenbezogene) redaktionelle Berichte inhaltlich prüfen und Redaktionen Auskunftserteilung sowie Löschung redaktioneller Berichte auftragen.

Und Strafen bis zu 20 Millionen Euro verhängen (oder, wenn dieser Betrag höher wäre: 4 Prozent des Vorjahresumsatzes). Absehbarer Effekt: Journalistinnen und Journalisten sowie Medien würden im Zweifel kritische Recherche und Berichterstattung unterlassen, wenn solche Strafen drohen. Aus genau diesem Grund verpflichtet die Datenschutz-Grundverordnung die Mitgliedstaaten, für die Verarbeitung zu journalistischen Zwecken Abweichungen und Ausnahmen von ihren Regelungen vorzusehen.

Auch der Verfassungsgerichtshof hat in seiner Entscheidung vom 14. Dezember 2022 bestätigt, dass es im Datenschutz eine Regelung zur Absicherung des freien Journalismus geben muss. Wie die Neuregelung der journalistischen Informationsfreiheit im Datenschutz im Detail gestaltet werden soll bzw. muss, ist jedoch Gegenstand anhaltender Kontroversen zwischen der Regierung und der journalistischen Zunft bzw. der Medienbranche. Die Zeit drängt, denn der 1. Juli 2024 rückt näher.

VfGH: Totalausnahme für Medien ist verfassungswidrig

Der VfGH hat die Aufhebung der (noch) geltenden Regelung in seiner Erkenntnis vom 14. Dezember 2022 (G 287/2022-16, G 288/2022-14) damit begründet, dass das Grundrecht auf Datenschutz es nicht erlaube, der (journalistischen) Meinungsäußerungs- und Informationsfreiheit schlechthin Vorrang vor dem Schutz personenbezogener Daten einzuräumen. Die bisherige „Totalausnahme“ für Medienunternehmen und Mediendienste sei insofern überschießend. Der Gesetzgeber dürfe die Anwendbarkeit bestimmter datenschutzrechtlicher Bestimmungen auf Datenverarbeitungen zu journalistischen Zwecken nur insoweit ausschließen, als sie mit den Besonderheiten der Ausübung journalistischer Tätigkeit nicht vereinbar sind; er sei gehalten, einen angemessenen, differenzierten Ausgleich zwischen den Interessen einzelner Personen auf Datenschutz und den Interessen der Medien(öffentlichkeit) vorzusehen. Zu denken sei dabei etwa an Einschränkungen in personeller Hinsicht (etwa wie bereits nach bisher geltender Rechtslage besondere Regelungen hinsichtlich Medienunternehmen und Mediendiensten), in zeitlicher Hinsicht (etwa nur bis zur Veröffentlichung eines Berichts) oder in sachlicher Hin-

sicht (etwa hinsichtlich bestimmter Datenverarbeitungen oder Betroffenenrechte).

Zugleich hat der VfGH dem Gesetzgeber aber auch einen klaren Auftrag zur Neuregelung des Journalismusfreiheitsparagrafen im Datenschutzgesetz erteilt: Die uneingeschränkte Anwendbarkeit sämtlicher datenschutzrechtlicher Bestimmungen auf Datenverarbeitungen zu journalistischen Zwecken durch Medienunternehmen und Mediendienste ist nämlich laut VfGH geeignet, journalistische Tätigkeit in unverhältnismäßiger Weise zu behindern oder sogar zu verunmöglichen. Der Gesetzgeber sei daher gehalten, einen angemessenen, differenzierten Ausgleich zwischen den Interessen einzelner Personen auf Datenschutz auch gegenüber Medien und den durch Art. 10 EMRK geschützten Anforderungen journalistischer Tätigkeit vorzusehen.

Branchenvorschlag der Verbände und des ORF

Der ÖZV, der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP), ORF und Presseclub Concordia übermittelten im Dezember 2023 einen gemeinsamen Vorschlag zur Neuregelung der Journalismusfreiheit im Datenschutz an die Justizministerin. Dieser gemein-

same Vorschlag enthielt eine abgestufte Regelung, die einerseits ein „hartes Kernprivileg“ für Medienunternehmen sowie deren Journalistinnen und Journalisten umfasste: Insbesondere die Betroffenenrechte (Auskunft, Löschung etc.) sollten gegenüber Medienunternehmen sowie deren Journalistinnen und Journalisten weiterhin „ohne Wenn und Aber“ unanwendbar bleiben, zumal solche Ansprüche gegenüber Journalistinnen und Journalisten und Medien nach Auffassung der Branche mit den Besonderheiten der Ausübung journalistischer Tätigkeit niemals vereinbar sein können. Daneben sollte ein allgemeines Journalismusprivileg den „Bürgerjournalismus“ (Facebook-Postings etc.) mit höherem Ermessensspielraum der Datenschutzbehörde erfassen. Weitere Eckpunkte des Branchenvorschlags regelten unter anderem die Absicherung des Redaktionsgeheimnisses und eine Bündelung der Zuständigkeit für Datenschutzverfahren hinsichtlich des professionellen Medienjournalismus bei der KommAustria. Außerdem eine ausschließliche Zuständigkeit der für medienrechtliche Entschädigungen zuständigen Gerichte für gerichtliche Entschädigungsklagen gegen Medienunternehmen und deren Journalistinnen und Journalisten, soweit sie Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken betreffen.

Justizministerium: Auskunftsrecht muss sein

Die Justizministerin lud im Februar 2024 Vertreterinnen und Vertreter von Medienunternehmen und Medienverbänden zu einer Enquete und präsentierte ihnen Eckpunkte ihres Konzepts zur Neuregelung. Wesentliche Kernaussage war: Eine Ausnahme von allen Betroffenenrechten werde es künftig nicht mehr geben – ein Recht auf Auskunft müsse den von Recherche und Berichterstattung Betroffenen nach Veröffentlichung eines Beitrags zukommen. Der „Branchenvorschlag“ werde auch hinsichtlich anderer Aspekte kritisch gesehen – insbesondere wolle man die Datenschutzzuständigkeit nicht partiell an die KommAustria übertragen.

Geleakter Entwurf sorgte für Aufschrei der Medienbranche

Im März 2024 fand der Gesetzesentwurf, welcher der Präsentation der Justizministerin bei der Enquete im Februar zugrunde lag, seinen Weg an die Medien – und sorgte für einen Aufschrei. Denn neben einem Recht der von Berichterstattung Betroffenen auf Auskunft (bei dem unklar blieb, inwieweit sich Journalistinnen und Journalisten und Medienunternehmen gegenüber Betroffenen auf das Redaktionsgeheimnis berufen können, wenn die Auskunft ohne Offenlegung journalistischer Quellen erteilt werden kann), wurde der Entwurf von Juristinnen und Juristen so interpretiert, dass er auch ein grundsätzliches Recht auf Löschung journalistischer Berichte und Rechercheergebnisse umfasste. Und: Jede journalistische Recherche und Veröffentlichung hätte, soweit sie personenbezogen ist (was der Regelfall ist), einer Rechtfertigung mit „berechtigtem Interesse“ im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung bedurft. Dies wiederum hätte bedeutet, dass jede Berichterstattung, bei der sich im Nachhinein ergibt, dass überwiegende schutzwürdige Interessen der Veröffentlichung entgegenstanden (wofür es Entschädigungen nach Mediengesetz gibt), eine Datenschutzverletzung ist. Die Konsequenz: Sowohl journalistische Recherchehandlungen und Veröffentlichungen als auch die nachfolgende Weigerung, davon Betroffenen Auskunft über „verarbeitete Daten“ zu erteilen und/oder Berichte zu löschen, hätten eine Zuständigkeit der Datenschutzbehörde zur Überprüfung dieser Handlungen bzw. Weigerungen ausgelöst – mit Befugnis zur Verhängung der drakonischen DSGVO-Strafen bei Feststellung eines Verstoßes gegen die Datenschutz-Grundverordnung.

Jüngste Entwicklungen

Bisher (Stand: 22. April 2024) wurde kein Entwurf zur Neuregelung der Journalismusfreiheit im Datenschutz veröffentlicht und kein Begutach-

tungsverfahren eingeleitet. Zwischenzeitlich dürfte jedoch im Justizministerium eine Überarbeitung des im Februar geleakten Entwurfs stattgefunden haben. Auch trat das Justizministerium in einen ausführlichen Dialog mit den Stakeholdern der Medienbranche.

Kolportiert wird, es könnte ein eigener Rechtfertigungsgrund für Verarbeitungstätigkeiten zu journalistischen Zwecken geschaffen werden, der die Abwägung zwischen Veröffentlichungs- und Informationsinteressen einerseits und Geheimhaltungsinteressen andererseits (wie bisher) den Mediengerichten überlässt.

Ein Auskunftsrecht Betroffener nach erfolgter Veröffentlichung dürfte weiterhin Bestandteil des Gesetzesvorhabens sein, jedoch mit erweiterten Auflagen, die den Missbrauch datenschutzrechtlicher Ansprüche als SLAPP-Instrument angeblich erschweren sollen. Auch die von den Verbänden vorgeschlagene Etablierung der KommAustria als Sektordatenschutzbehörde für den professionellen Journalismus für Medienunternehmen soll nun Eingang in den politischen Diskurs zur Neuregelung gefunden haben. Was tatsächlich im Entwurf steht, bleibt abzuwarten – die Einleitung des Begutachtungsverfahrens müsste in Kürze erfolgen. ☞

EUROPEAN MEDIA FREEDOM ACT GILT AB 2025

Am 11. April 2024 wurde die Verordnung Schaffung eines gemeinsamen Rahmens für Mediendienste im Binnenmarkt („Europäisches Medienfreiheitsgesetz“) als Verordnung 2024/1083/EU erlassen – Geltungsbeginn ist (überwiegend) der 8. August 2025. Erklärtes Ziel dieses „EU-Gesetzes“ ist es, die politische Einmischung in redaktionelle Entscheidungen zu verhindern und die Transparenz des Medieneigentums zu gewährleisten. Journalistinnen und Journalisten sollen vor der Offenlegung ihrer Quellen und vor dem Einsatz von Spionageprogrammen gegen sie geschützt werden – tatsächlich ist dieser Schutz aber in einigen Aspekten weniger stark als nach dem österreichischen Redaktionsgeheimnis.

Außerdem will das „Medienfreiheitsgesetz“ Medieninhalte besser vor der Entfernung von Online-Inhalten auf Social-Media-Plattformen schützen – auch dieser Schutz erweist sich jedoch als dürftig. Das „Medienfreiheitsgesetz“ wurde bereits im Geschäftsbericht des vergangenen Geschäftsjahres ausführlich vorgestellt – nunmehr ist die Verordnung erlassen worden.

Nachfolgend daher eine Darstellung der wesentlichen Aspekte des „Medienfreiheitsgesetzes“ in der nunmehr verabschiedeten Fassung.

Mediendiensteanbieter als Adressaten der Verordnung

Adressaten der Rechte und Pflichten gemäß dem „Medienfreiheitsgesetz“ sind Mediendiensteanbieter. Darunter sind Anbieter von Dienstleistungen zu verstehen, bei denen der Hauptzweck (oder ein abtrennbarer Teil der Dienstleistung) darin besteht, unter eigener redaktioneller Verantwortung des Anbieters der Allgemeinheit – gleich auf welche Weise – Sendungen oder Presseveröffentlichungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen.

Recht auf Medienvielfalt

Gemäß Artikel 3 EMFA achten die Mitgliedstaaten das Recht der Empfänger von Mediendiensten auf Zugang zu einer Vielzahl von redaktionell unabhängigen Medieninhalten und gewährleisten Rahmenbedingungen im Einklang mit dieser Verordnung, um dieses Recht zum Nutzen des freien und demokratischen Diskurses zu schützen.

Durch den finalen Wortlaut wurde klargestellt, dass Artikel 3 EMFA im Sinne einer „Zielbestimmung“ eine Gewährleistungspflicht der Mitgliedstaaten gegenüber ihren Bürgerinnen und Bürgern normiert.

Der Wortlaut des ursprünglichen Kommissionsvorschlags ließ befürchten, dass ein subjektiver Anspruch der Empfänger bzw. Nutzer von Mediendiensten gegenüber Mediendiensteanbieter auf „Inhaltsvielfalt“ normiert würde, dass dem nicht so ist, ist nun klargestellt.

Redaktionsgeheimnis mit Öffnungsklausel?

Gemäß Artikel 4 EMFA haben Mitgliedstaaten die redaktionelle Freiheit und Unabhängigkeit der Mediendiensteanbieter bei der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeiten zu achten. An dem in

Absatz 3 dieses Artikels verankerten, an die Mitgliedstaaten adressierten Verbotskatalog zum Schutz journalistischer Quellen und vertraulicher Kommunikation fällt aber vor allem auf, dass diese durch eine „Öffnungsklausel“ im nachfolgenden Absatz 4 relativiert wird.

Diese Öffnungsklausel schafft im Ergebnis eine unionsrechtliche Grundlage für Normen, welche das Abhören, Überwachen und Durchsuchen von Mediendiensteanbietern und Medienmitarbeitern erlauben könnten: Unabhängig von einem Beschuldigtenstatus einer Journalistin bzw. eines Journalisten sind solche Maßnahmen nämlich nach dem „Medienfreiheitsgesetz“ etwa dann zulässig, wenn sie „im Einzelfall durch einen überwiegenden Grund des Allgemeininteresses“ gerechtfertigt und verhältnismäßig“ sind und eine unionsrechtliche Grundlage besteht (Art. 4 Abs. 4 EMFA).

Entgegen dem, was frühere Fassungen dieses Artikels im Zuge des Gesetzgebungsverfahrens befürchten ließen, ist das höhere Schutzniveau des österreichischen Redaktionsgeheimnisses durch die letztendlich beschlossene Fassung von Artikel 4 EMFA zwar nicht unmittelbar beeinträchtigt; es bleibt jedoch die Möglichkeit, dass das österreichische Redaktionsgeheimnis künftig in Konflikt mit unmittelbar geltendem Unionsrecht geraten könnte: Denn während das österreichische Redaktionsgeheimnis (§ 31 Mediengesetz) Journalistinnen und Journalisten, solange sie nicht selbst einer Straftat beschuldigt sind, einen absoluten Schutz ihrer Quellen einräumt (Entschlagungsrecht als Zeugin/Zeuge mit Umgehungsverbot: dürfen Herausgabe von Schriftstücken, Druckwerken, Bild- oder Tonträgern oder Datenträgern, Abbildungen nicht aufgetragen bzw. diese nicht beschlagnahmt werden), sind Ausnahmen vom Schutz journalistischer Quellen nach dem „Medienfreiheitsgesetz“ gemäß dessen Artikel 4 Abs. 4 unabhängig davon möglich, ob die Journalistin bzw. der Journalist selbst beschuldigt ist.

Transparenz und innere Redaktionsfreiheit

Gemäß Artikel 6 müssen Mediendiensteanbieter (wie in Österreich mit der Impressumspflicht und den Offenlegungsregeln) ihren Nutzerinnen und Nutzern leicht zugängliche Informationen bereitstellen, darunter ihre eingetragenen Namen, Kontaktdaten, Namen der direkten oder indirekten Eigentümer mit Beteiligungen, wirtschaftliche Eigentümer gemäß einer Richtlinie sowie staatliche Mittel für Werbung und Einnahmen aus Werbung von Behörden oder öffentlichen Stellen aus Drittländern. Die Mitgliedstaaten sind dafür verantwortlich, nationale Datenbanken zum Medien-eigentum zu entwickeln, die diese Informationen enthalten.

Mediendiensteanbieter, die Nachrichten und Inhalte zum Zeitgeschehen liefern, müssen angemessene Maßnahmen ergreifen, um die Unabhängigkeit redaktioneller Entscheidungen sicherzustellen. Dies beinhaltet die Gewährleistung, dass Mitglieder der Redaktionen redaktionelle Entscheidungen frei treffen können. Entgegen dem ursprünglichen Kommissionsvorschlag hat diese Entscheidungsfreiheit sich jedoch im Rahmen der „redaktionellen Ausrichtung des Anbieters“ (darunter ist die in Österreich in § 2 und § 25 Mediengesetz

angesprochene „grundlegende Richtung“ bzw. „Blattlinie“ zu verstehen) zu bewegen. Diese Klarstellung geht auf Vorschläge unseres Verbands zurück, welche vom Bundeskanzleramt in die Ratsarbeitsgruppen eingebracht wurden, und ist begrüßenswert.

Parallele Zusammenschlusskontrolle durch Medienbehörde?

Aus Kapitel III der Verordnung ergibt sich das Erfordernis, eine nationale Regulierungsbehörde bzw. -stelle für alle Mediendiensteanbieter im Sinne des „Medienfreiheitsgesetzes“ zu implementieren. In Österreich wird dies absehbar bedeuten, dass die KommAustria über die bestehende Aufgabe der Regulierung audiovisueller Mediendienste hinaus im Hinblick auf Regelungen des „Medienfreiheitsgesetzes“ auch für Pressemedien regulierungszuständig werden wird. Insbesondere normiert das „Medienfreiheitsgesetz“ die Befugnis des „Europäischen Gremiums für Mediendienste“ zur Bewertung von Medienezusammenschlüssen, die sich erheblich auf Medienpluralismus und redaktionelle Unabhängigkeit auswirken könnten, wobei den nationalen Regulierungsbehörde hierzu Informationsbefugnisse gegenüber den Mediendiensteanbietern zukommen. Am Ende des Prozesses steht eine Stellungnahme des Europäischen Gremiums für Mediendiensteanbieter. Wel-

che Bedeutung diese Stellungnahmen etwa für Fusionskontrollverfahren haben, ist nicht geregelt – zu befürchten ist, dass Medienezusammenschlüsse dadurch nicht unbedingt erleichtert werden.

Kein angemessener Schutz vor Plattformzensur

Die Regelungen für Inhalte von Mediendienstleistern auf sehr großen Online-Plattformen – also etwa Facebook, Twitter oder TikTok – sind im Wesentlichen unverändert geblieben (siehe dazu Geschäftsbericht des vorangegangenen Geschäftsjahrs mit detaillierten Ausführungen). Normiert wurde somit insbesondere das Recht der Plattformbetreiber, Medieninhalte auszusetzen oder ihre Sichtbarkeit zu beschränken, weil diese Inhalte mit ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen unvereinbar sind. Der „interne Beschwerdeprozess“, der Mediendiensteanbieter nur unter der Bedingung einer nachgewiesenen angemessenen (Selbst-)Regulierungsunterworfenheit zukommt, ist ebenso zahllos geblieben, wie er bereits im Kommissionsvorschlag war – ein Lobbying-Erfolg großer Plattformbetreiber.

Regeln für die Zuteilung öffentlicher Mittel an Mediendienste

Neben im Wesentlichen dem österreichischen „Medientransparenzgesetz (MedKF-TG)“ entsprechenden Regelungen normiert Art. 25 EMFA insbesondere auch, dass an Mediendiensteanbieter oder Anbieter von Online-Plattformen erteilte Liefer- oder Dienstleistungsaufträge nach transparenten, objektiven, verhältnismäßigen und nichtdiskriminierenden Kriterien, die vorab öffentlich auf elektronischem und benutzerfreundlichem Weg zur Verfügung gestellt werden, und in offenen, verhältnismäßigen und nichtdiskriminierenden Verfahren bewilligt werden müssen. Ob die bisher in der Praxis durchaus verbreitete Direktvergabe von Werbeaufträgen mit dieser Regelung vereinbar ist, wird wohl die Rechtsprechung klären. “

IMPLEMENTIERUNG DES DIGITAL SERVICE ACTS

Am 17.02.2024 trat der „Digital Services Act“ kurz „DSA“ – eine als „Gesetz über digitale Dienste“ bezeichnete EU-Verordnung – in Geltung. Als Verordnung ist dieser in der gesamten EU unmittelbar anwendbar und muss daher nicht durch ein nationales Gesetz umgesetzt werden. Es sind aber verschiedenste Begleitregelungen auf nationaler Ebene erforderlich. Als Begleitgesetzgebung dient das „DSA-Begleitgesetz“, welches die Implementierung des „Digital Services Act“ in Österreich sicherstellen soll.

Der DSA gilt für Vermittlungsdienste, die für Nutzerinnen und Nutzer in der EU angeboten werden – hierzu zählen neben Social-Media-Netzwerken, vergleichbaren Onlineplattformen, Online-Marktplätzen und Suchmaschinen auch User-Forendienste auf Nachrichten-Websites. Der DSA behält die im Jahr 2000 durch die E-Commerce-Richtlinie eingeführten Providerhaftungsprivilegien bei; allerdings werden neue Sorgfaltspflichten normiert, um das Risiko von Rechtsverletzungen zu reduzieren bzw. deren Ahndung zu erleichtern. Zu den allgemeinen Sorgfaltspflichten, welche auch Nachrichtenwebsites mit Forendiensten treffen, zählt etwa die Pflicht zur Einrichtung einer zentralen Kontaktstelle zur Erstellung und Veröffentlichung von Transparenzberichten über die „Moderation von Inhalten“ sowie (für alle Hosting-Dienste) die Einrichtung von Melde- und Abhilfeverfahren zur einfachen begründeten Meldung rechtswidriger Inhalte und die Erstattung von Verdachtsmeldungen an die Strafverfolgungs- bzw. Justizbehörden bei erlangter Kenntnis von Information, die den Verdacht begründet, dass eine Leben oder Sicherheit von Personen gefährdende Straftat begangen wurde, begangen wird oder begangen werden könnte.

DSA-Begleitgesetz

Der DSA erforderte einige Anpassungen im österreichischen Normengefüge – das österreichische Kommunikationsplattformen-Gesetz trat



mit 17.02.2024 außer Kraft, die Haftungsbestimmungen des E-Commerce-Gesetzes für Vermittlungsdienste waren mit dem DSA in Einklang zu bringen und außerdem war eine für die Vollziehung des DSA zuständige Behörde als Koordinator für digitale Dienste zu bestimmen und mit Sanktionskompetenz auszustatten. Die bei DSA-Compliance-Mängeln verhängbaren Strafen sind erheblich (bis zu 6 % des Vorjahresumsatzes).

Koordinator-für-digitale-Dienste-Gesetz (KDD-G)

Das KDD-G bezeichnet die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria) als zuständige Behörde für die Wahrnehmung der Aufgaben des Koordinators für digitale Dienste im Sinne des DSA und beruft hierzu zur Unterstützung der KommAustria die RTR-GmbH, Fachbereich Medien, unter der Verantwortung des Geschäftsführers für den Fachbereich Medien.



Die KommAustria ist durch Strafbestimmungen (§ 5 KDD-G) mit Sanktionskompetenz hinsichtlich der Nichtbeachtung ihrer Anordnungen bzw. der nach dem DSA zu erfüllenden Pflichten ausgestattet – als genereller Strafrahmen für die Verletzung von Pflichten nach dem DSA sind erhebliche Verwaltungsstrafen von bis zu 6 % des weltweiten Jahresumsatzes im vorangegangenen Geschäftsjahr vorgesehen.

Bei mangelnder verfahrensrechtlicher Kooperation nämlich bei (a) Bereitstellung unrichtiger, unvollständiger oder irreführender Informationen, (b) Unterlassung einer Antwort oder der Berichtigung unrichtiger, unvollständiger oder irreführender Informationen oder (c) Nichtduldung einer Nachprüfung gilt ein

niedrigerer Strafrahmen, nämlich von bis zu 1 % des jährlichen Einkommens oder weltweiten Jahresumsatzes des betreffenden Anbieters von Vermittlungsdiensten oder der betreffenden anderen Person im vorangegangenen Geschäftsjahr.

Neben Verwaltungsstrafen kann die KommAustria gegenüber Anbietern oder leitenden Mitarbeitenden bei fortgesetzter Zuwiderhandlung gegen Maßnahmen und Bescheide bzw. Anordnungen betreffend die Einstellung von Zuwiderhandlungen die Verhängung von Abhilfemaßnahmen oder die Ausübung von Untersuchungsbefugnissen **Zwangsgelder** von bis zu 5 % des durchschnittlichen weltweiten Tagesumsatzes oder der durchschnittlichen weltweiten Tageseinnahmen verhängen – dies auch wiederholt.

Als ultima ratio Maßnahme gegen Zuwiderhandlung gegen den DSA ist die KommAustria nach Ausschöpfung aller anderen Maßnahmen berechtigt (und verpflichtet), beim Bundesverwaltungsgericht die **vorübergehende Beschränkung des Zugangs zu Vermittlungsdiensten** zu beantragen. Nach dem KDD-G verhängte Geldstrafen fließen

dem Bund zu, wobei der RTR-GmbH jährlich die Hälfte der Summe der verhängten Geldstrafen als finanzieller Beitrag zur Erfüllung der im KDD-G vorgesehenen Aufgaben zu überweisen ist. Zusätzlich erhält die RTR-GmbH für den Fachbereich Medien eine „Basisfinanzierung“ von 2,501 Millionen Euro für die Wahrnehmung der Aufgaben nach dem KDD-G (auch dieser Betrag wird ab 2025 valorisiert) und einmalig weitere 260.000 Euro zur Abdeckung von Verlusten der Jahre 2021 bis 2023 im Zusammenhang mit dem Kommunikationsplattformen-Gesetz.

Kritikpunkte aus Sicht des Verbandes sind, dass Strafraumen und Rahmen für Zwangsgelder gegenüber Organen und verwaltungsstrafrechtlichen Beauftragten eine unverhältnismäßige persönliche wirtschaftliche Vernichtungsbedrohung bewirken (vertretungsbefugte Organe sind grundsätzlich für die Einhaltung von Verwaltungsvorschriften verwaltungsstrafrechtlich verantwortlich). Des Weiteren erscheint die Zuweisung der Hälfte der „Strafeinnahmen“ an die RTR-GmbH geeignet, die Objektivität und Unbefangenheit der KommAustria bei der Verhängung von Strafen und Zwangsgeldern zu beeinträchtigen.

Änderung des E-Commerce-Gesetzes (ECG)

Die Bestimmungen des ECG betreffend Haftungsprivilegien (Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Durchleitung, Suchmaschinen, Caching und Hosting) entfallen im Hinblick auf die unmittelbar geltenden Regelungen des DSA. Die Auskunftsansprüche wurden neu geordnet, blieben aber im Wesentlichen unverändert. Neu und eigentlich nicht im DSA begründet ist die Einführung eines immateriellen Schadenersatzanspruches bei Hass im Netz (§ 16 ECG): Bei einer erheblichen Ehrenbeleidigung einer natürlichen Person in einem elektronischen Kommunikationsnetz hat die Person, die den verletzenden Inhalt bereitgestellt hat, auch eine Entschädigung für die erlittene persönliche Beein-

trächtigung zu leisten. Wie in den Erläuterungen ausgeführt, steht der Anspruch gegen die Person zu, die den verletzenden Inhalt bereitgestellt hat; jene Person, die für die Bereitstellung des Inhalts in einem Kommunikationsnetz verantwortlich ist, also ihn „hochgeladen“ hat (demnach also gegen den Poster, nicht gegen den Vermittler) – im Gesetzestext wurde dies leider nicht klarer zum Ausdruck gebracht.

Änderungen im ABGB

Neben legislatischen Anpassungen an den DSA wurde die als nicht im DSA begründete Änderung § 1490 ABGB aufgehoben. Begründet wurde dies damit, dass Ehrenbeleidigungen nunmehr in vielen Fällen über Medien ausgerichtet werden, und sich daher die der kurzen Verjährungsfrist zugrundeliegende Prämisse, dass sich bei „Injurien“ die Spuren und schädlichen Folgen, so wie auch die Tatumstände sehr bald verlieren, oder verdunkeln nicht mehr zutrifft, sodass diese – nicht mehr zeitgemäße – Sonderbestimmung aufzuheben sei.

Für Medien erscheint dies von eher untergeordneter Relevanz, zumal selbstständige Entschädigungsanträge nach Medien-gesetz unverändert bei sonstigem Verlust des Anspruchs binnen sechs Monaten geltend gemacht werden müssen. ☞

POLITICAL ADVERTISING



”
**Die EU-
 Verordnung
 über die
 Transparenz
 und das
 Targeting
 politischer
 Werbung**

Am 13. März dieses Jahres wurde die EU-Verordnung 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung kundgemacht. Sie soll sicherstellen, dass politische Werbung „unter uneingeschränkter Achtung der Grundrechte erbracht wird“, und vor allem auch der Informationsmanipulation und der Einflussnahme aus dem Ausland auf Wahlen entgegenwirken. Die Verordnung gilt ab dem 10. Oktober 2025 unmittelbar.

Ziele der Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung sind Transparenzpflichten für Anbieter politischer Werbung und damit verbundener Dienstleistungen zu normieren, und beinhalten harmonisierte Vorschriften für

den Einsatz von Verfahren zum Targeting auf Basis personenbezogener Daten für politische Werbung.

Gegenstand

Die Verordnung gilt für politische Werbung, die in der Union ausgearbeitet, platziert, gefördert, veröffentlicht oder verbreitet wird oder sich an Einzelpersonen in einem oder mehreren Mitgliedstaaten richtet, unabhängig vom Ort der Niederlassung des Anbieters der Werbedienstleistungen und unabhängig von den eingesetzten Mitteln. Ab Geltung der Verordnung sollen entsprechende Transparenzbestimmungen im nationalen Recht außer Kraft treten – dies wird in Österreich uU Anpassungen im MedKF-TG („Medientransparenzgesetz“) erforderlich machen.

Politische Meinungen und andere redaktionelle Inhalte, die redaktioneller Verantwortung unterliegen, gelten nur dann als politische Werbung, wenn für ihre Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung oder im

Zusammenhang damit eine konkrete Zahlung oder sonstige Vergütung durch Dritte geleistet wird. Politische Meinungen, die als Privatperson geäußert werden, gelten nicht als politische Werbung.

Adressaten der Verordnung: Anbieter politischer Werbedienstleistungen

Die Verordnung adressiert vor allem Anbieter und Herausgeber politischer Werbung. Als „politische Werbung“ gilt die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung oder Verbreitung einer Botschaft mithilfe eines beliebigen Mittels: (a) durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen, es sei denn, sie ist rein privater oder rein kommerzieller Natur; oder (b), die geeignet ist, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess oder ein Abstimmungsverhalten zu beeinflussen. Erfasst ist sowohl Online- als auch Offline-Werbung (Print, Rundfunk).

Anbieter politischer Werbedienstleistungen sind jene Personen bzw. Rechtsträger die politische Werbedienstleistungen erbringen, d. h., eine Dienstleistung, die aus politischer Werbung besteht. Herausgeber politischer Werbung sind eine Untergruppe der Anbieter politischer Werbedienstleistung, nämlich jene Personen bzw. Rechtsträger (Unternehmen), die über ein beliebiges Medium politische Werbung veröffentlichen, zustellen oder verbreiten. Die allgemeine Definition des Herausgebers politischer Werbung in Artikel 2 Z 13 der Verordnung erfasst z. B. Webportale, also auch Online-Nachrichtenportale, die politische Werbung veröffentlichen, und ebenso Printmedien und Rundfunk. Hingegen sind Vermittlungsdienste im Sinne des Digital Services Act (Art 3 lit g), die ohne Gegenleistung für die Platzierung, Veröffentlichung oder Verbreitung der betreffenden Botschaft erbracht werden – also etwa die unentgeltliche Möglichkeit zur Veröffentlichung von Profilen oder Kanälen – keine politischen Werbedienstleistungen.

Identifizierung politischer Werbedienstleistungen

Anbieter von Werbedienstleistungen müssen von „Sponsoren“ eine Erklärung darüber verlangen, ob es sich bei der Werbedienstleistung, mit der sie den Diensteanbieter beauftragen, um eine politische Werbedienstleistung handelt, und diese haben eine entsprechende Erklärung abzugeben. „Sponsoren“ im Sinne des Verordnungsvorschlags sind natürliche oder juristische Person, in deren Namen eine politische Anzeige ausgearbeitet, platziert, veröffentlicht oder verbreitet wird.

Die gleichen Pflichten gelten bezüglich Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln. Sponsoren und Anbieter von Werbedienstleistungen, die im Namen von Sponsoren handeln, müssen entsprechende Erklärungen wahrheitsgemäß abgeben und haften für deren Richtigkeit.

Führung von Aufzeichnungen und Übermittlung von Informationen

Anbieter politischer Werbedienstleistungen haben hinsichtlich politischer Werbung Dokumentationspflichten: die politische Anzeige oder politische Werbekampagne; die konkreten Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit der

politischen Werbung erbracht wurden; die Beträge, die sie für die erbrachten Dienstleistungen in Rechnung gestellt haben, und den Wert sonstiger Leistungen, die sie ganz oder teilweise für die erbrachten Dienstleistungen erhalten haben; die Information, ob diese Beträge oder sonstigen Leistungen aus öffentlicher oder privater Quelle stammen; und gegebenenfalls die Identität des Sponsors und seine Kontaktdaten.

**Kennzeichnung und Pflichtinformationen:
Transparenzanforderungen an jede politische Anzeige**

Im Rahmen der Erbringung politischer Werbedienstleistungen ist jede politische Anzeige mit den folgenden Informationen bereitzustellen, die in klarer, hervorgehobener und eindeutiger Weise erscheinen müssen:

- a) Erklärung, dass es sich um eine politische Anzeige handelt;
- b) Identität des Sponsors der politischen Anzeige und der Einrichtung, die den Sponsor letztlich kontrolliert;
- c) gegebenenfalls Angaben zu der Wahl, dem Referendum oder dem Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess, mit dem die politische Anzeige in Zusammenhang steht;
- d) gegebenenfalls eine Erklärung, aus der hervorgeht, dass die politische Anzeige Gegenstand von Targeting- oder Anzeigenschaltungsverfahren war;
- e) eine „Transparenzbekanntmachung“, die es ermöglichen soll, den breiteren Kontext der politischen Anzeige und ihre Ziele zu verstehen, oder einen klaren Hinweis darauf, wo sie leicht abgerufen werden kann.

Zudem ist eine effiziente und auffällige Kennzeichnung vorzunehmen, die es ermöglicht, die politische Anzeige leicht als solche zu erkennen. Dabei ist technisch sicherzustellen, dass die Kennzeichnung im Falle einer weiteren Verbreitung der politischen Anzeige erhalten bleibt.

Die Transparenzbekanntmachung muss in jede politische Anzeige aufgenommen werden oder leicht von dieser aus abzurufen sein und insbesondere auch folgende Informationen enthalten:

- **Identität des Sponsors** und Kontaktdaten;
- **Zeitraum**, in dem die politische Anzeige veröffentlicht und verbreitet werden soll;
- Angaben zu den aggregierten **Beträgen** oder sonstigen Leistungen, die ganz oder teilweise **für die Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung und Verbreitung** der betreffenden Anzeige und gegebenenfalls der politischen Werbekampagne entgegengenommen wurden, und deren Quellen;
- gegebenenfalls die Angabe der Wahlen oder Referenden, mit denen die Anzeige in Zusammenhang steht;
- gegebenenfalls Links zu Online-Archiven für Werbung;

Regelmäßige Berichterstattung über politische Werbedienstleistungen

Erbringen Herausgeber von Werbung politische Werbedienstleistungen, so haben sie Informationen über die Beträge oder den Wert sonstiger Leistungen, die sie ganz oder teilweise für diese Dienstleistungen, einschließlich des Einsatzes von Verfahren zum Targeting und Amplifizieren, erhalten haben, aggregiert nach Kampagne als Teil ihres Lageberichts in ihre Jahresabschlüsse aufzunehmen.

Meldefunktion für Hinweise auf unzulässige politische Anzeigen

Erbringen Herausgeber von Werbung politische Werbedienstleistungen, so haben sie Verfahren einzurichten, die es natürlichen oder juristischen Personen ermöglichen, ihnen unentgeltlich zu melden, dass eine bestimmte von ihnen veröffentlichte Anzeige nicht dieser Verordnung entspricht.

Das Verfahren, wie politische Anzeigen zu melden sind, muss kostenlos, benutzerfreundlich und leicht zugänglich sein, auch von der Transparenzbekanntmachung aus.

Rechenschaftspflicht gegenüber Behörden

Die zuständigen nationalen Behörden sind befugt, einen Anbieter politischer Werbedienstleistungen um Übermittlung aller Informationen zu politischer Werbung (Dokumentationsaufzeichnung, Transparenzbekanntmachung, Lageberichte) zu ersuchen.

Die übermittelten Informationen müssen vollständig, genau und vertrauenswürdig sein und in einem klaren, kohärenten, konsolidierten und verständlichen Format bereitgestellt werden. Soweit technisch möglich, sind die Informationen in einem maschinenlesbaren Format zu übermitteln.

Ausnahmen für KMU

Damit keine unverhältnismäßigen Belastungen entstehen, gelten gewisse Transparenzberichtspflichten nicht für KMUs.¹

Ausnahmen finden sich z. B. bei (i) Artikel 9 (Führung von Aufzeichnungen), (ii) Art 12 Abs 4 (Aufbewahrung der Transparenzbekanntmachungen zusammen mit etwaigen Änderungen für 7 Jahre nach der letzten Veröffentlichung) oder (iii) Artikel 14 (Regelmäßige Berichterstattung über politische Werbedienstleistungen).

Targeting-Verbot

Das Targeting politischer Werbung im Internet ist nur unter strengen Bedingungen zulässig. Die Daten müssen von der betroffenen Person erhoben werden und können erst nach ausdrücklicher und gesonderter Einwilligung durch die betroffene Person für Zwecke der politischen Werbung verwendet werden.

Besondere Kategorien personenbezogener Daten, wie z. B. Daten, aus denen die Rasse oder ethnische Herkunft oder politische Meinung hervorgeht, dürfen nicht für Profiling verwendet werden.

Sanktionen

Die Mitgliedstaaten haben Vorschriften über Sanktionen, einschließlich Geldbußen und finanzielle Sanktionen für Anbieter politischer Werbedienstleistungen festzulegen. Diese müssen wirksam, verhältnismäßig und abschreckend sein. Der Höchstbetrag richtet sich nach der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Unternehmens, das den Sanktionen unterworfen wird, und kann bis zu 6 Prozent des weltweiten Vorjahresumsatzes oder der „jährlichen Einnahmen“ (Referenzzeitraum unklar) oder des „Jahresbudgets“ (mutmaßlich des laufenden Geschäftsjahres) betragen. ☐

¹ Unternehmen, die unter Artikel 3 Absatz 1, 2 und 3 der Richtlinie 2013/34/EU fallen und daher folgende Größenmerkmale nicht überschreiten: drei folgenden Größenmerkmale nicht überschreiten: Bilanzsumme: 350.000, 4.000.000 oder 20.000.000 EUR; Nettoumsatzerlöse: 700.000, 8.000.000 oder 40.000.000 EUR; durchschnittliche Zahl der während des Geschäftsjahres Beschäftigten: 10, 50 oder 250.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE ACT

EU-Verordnung zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz

Mitte März 2024 hat das Europäische Parlament formal die neue Verordnung zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (Englisch: Artificial Intelligence Act, kurz AI-Act) verabschiedet; der Europäische Rat muss die neuen Vorschriften noch förmlich annehmen – (Stand Mitte April 2024). Der neue Rechtsrahmen für künstliche Intelligenz („KI“) wird KI-Systeme, die „unannehmbar« Risiken darstellen, verbieten („verbotene Praktiken“) und insbesondere das Inverkehrbringen und auch Anwenden von KI-Systemen mit „hohem Risiko“ einer Reihe von Anforderungen und Verpflichtungen unterwerfen.

Als KI-Systeme mit unannehmbarem Risiko gelten etwa Systeme, die menschliches Verhalten manipulieren oder die Vertrauenswürdigkeit von Personen auf Grundlage ihres Sozialverhaltens bewerten (Social Scoring). Zu den Hochrisiko-KI-Systemen zählen beispielsweise Systeme zur biometrischen Echtzeit-Fernidentifizierung und nachträglichen biometrischen Fernidentifizierung von Menschen sowie KI-basierte Sicherheitskomponenten in der Verwaltung und im Betrieb des Straßenverkehrs sowie in der Wasser-, Gas-, Wärme- und Stromversorgung.

Die Verbote und Regelungen für Hochrisiko-KI dürften für den Medienbereich aus heutiger Sicht eher eine untergeordnete Rolle spielen.

Relevanz der KI-Verordnung für den Medienbereich ergibt sich dann, wenn redaktionelle Inhalte unter Einsatz von KI generiert werden: Denn Betreiber eines KI-Systems, das Text erzeugt oder manipuliert, der veröffentlicht wird, um die Öffentlichkeit über Angelegenheiten von öffentlichem Interesse zu informieren, müssen offenlegen, dass der Text künstlich erzeugt oder manipuliert wurde. Diese Pflicht gilt allerdings insbesondere dann nicht, wenn die durch KI erzeugten Inhalte einem Verfahren der menschlichen Überprüfung oder redaktionellen Kontrolle unterzogen wurden und wenn eine natürliche oder juristische Person die redaktionelle Verantwortung für die Veröffentlichung der Inhalte trägt.

Nicht durch den AI-Act geregelt ist hingegen das Thema „KI und Urheberrecht“: Insbesondere webbasierte KI-Modelle zur selbstständigen Verarbeitung von öffentlich verfügbarer Information, wie etwa die Anwendung ChatGPT von OpenAI, nutzen Webcrawler, um die Software zu „trainieren“. Durch solches crawlen können im Web verfügbare Inhalte (insbesondere auch von Medien) zudem für kommerzielle Zwecke verwertet werden – etwa zur künstlichen Generierung von Nachrichten aus vielen verschiedenen Quellen. Durch die Übernahme aus vielen verschiedenen Quellen und neue Aufbereitung können KI-Modelle so arbeiten, dass keine Vervielfältigung eines Artikels im urheberrechtlichen Sinne vorliegt. Aufgrund der UrhG-Novelle 2021 (in Umsetzung der EU-Urheberrechtsrichtlinie 2019) besteht seit 1. Jänner 2023 eine explizite Regelung für das Crawlen von Websites. Gemäß § 42h Abs. 1 UrhG darf nun jedermann für den eigenen Gebrauch ein Werk vervielfältigen, um damit Texte und Daten in digitaler Form automatisiert auszuwerten und Informationen unter anderem über Muster, Trends und Korrelationen zu gewin-



nen, wenn er zu dem Werk rechtmäßig Zugang hat. Dies gilt jedoch nicht, wenn die Vervielfältigung ausdrücklich verboten und dieses Verbot in angemessener Weise durch einen Nutzungsvorbehalt, und zwar etwa bei über das Internet öffentlich zugänglich gemachten Werken mit maschinenlesbaren Mitteln, kenntlich gemacht wird. Die Regelung umfasst insbesondere das Crawlen von Websites. Dieses kann also durch maschinenlesbaren Nutzungsvorbehalt unterbunden werden (abweichend davon haben Forschungseinrichtungen und Einrichtungen des Kulturerbes ein unabdingbares Recht für Text- und Datamining inklusive Crawlen zu Forschungszwecken). Ein

genereller Nutzungsvorbehalt ist für die Medienbranche ein zentrales Erfordernis, um Bewilligungen des Crawlens für KI-Zwecke kommerzialisieren zu können. Herausforderung dabei ist, dass der Nutzungsvorbehalt maschinenlesbar sein muss und sich bisher aber kein Standard für einen maschinenlesbaren Nutzungsvorbehalt, der für alle Crawler bzw. Bots eingeschränkt auf das Crawlen für KI-Zwecke gilt, etabliert hat. “

QUALITÄTSJOURNALISMUSFÖRDERUNG IN KRAFT GETRETEN



Am 23. Dezember 2023 ist das Bundesgesetz über die Förderung des qualitativ hochwertigen Journalismus in Medien des Print- und Online-Bereichs (Qualitäts-Journalismus-Förderungs-Gesetz – kurz QJF-G) in Kraft getreten.

Die neue Qualitätsjournalismusförderung ist der Förderung des professionellen, sorgfältigen und faktenorientierten Journalismus in textbasierten Nachrichtenmedien gewidmet. Sie ist jedoch sogenannten „Universalmedien“ vorbehalten, das heißt: Reinen Fachmedien ist diese Förderung nicht zugänglich. Eine ausführliche Übersicht über das Gesetz ist dem Geschäfts-

bericht des vorangegangenen Geschäftsjahres zu entnehmen. Bis 1. März 2024 konnten Förderansuchen bezogen auf das Jahr 2022 gestellt werden, bis 31. März 2024 die Förderansuchen bezogen auf das Jahr 2023.

Insgesamt stehen (pro Jahr) rund 20 Millionen Euro an Fördermitteln zur Verfügung. Ansuchen bezogen auf das Jahr 2024 können bis zum 31. März 2025 gestellt werden. Die Journalismus- und die Inhaltsvielfalts-Förderung werden jeweils in zwei gleichen Teilbeträgen ausgezahlt. Der erste Teil wird bis spätestens 31. August und der zweite Teil bis spätestens 30. November des jeweiligen Jahres ausbezahlt. Andere Förderungen, ausgenommen die Förderung von Selbstregulierungseinrichtungen gemäß § 14 QJF-G, werden in einem Gesamtbetrag bis spätestens 30. Juni ausgezahlt, während die Förderung nach § 14 bis spätestens 31. Mai vollständig ausbezahlt wird. «

KENNZAHLEN UND KOMPETENZ

KOLLEKTIVVERTRÄGE FÜR ZEITSCHRIFTEN UND FACHMEDIEN

”
5,6
 Prozent
**Gehaltsplus für
 Journalistinnen
 und
 Journalisten
 sowie
 kaufmännische
 Angestellte**

Die Verhandlung der einschlägigen Mantelkollektivverträge sowie der jeweiligen Tarife als Sozialpartner und Interessenvertretung der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber ist eine wesentliche Kernkompetenz des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbands.

In ihrer Verhandlung am 11. Dezember 2023 konnten sich die für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zuständige Gewerkschaft GPA und der ÖZV unter Federführung von Präsi-

dentin Claudia Gradwohl als Verhandlungsleiterin aufseiten der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber auf eine Anhebung der kollektivvertraglichen Mindestgehälter um 5,6 Prozent für Journalistinnen und Journalisten sowie für kaufmännische Angestellte bei Zeitschriften und Fachmedien ab 1. Jänner 2024 einigen.

Zudem kamen sie überein, die wöchentliche Normalarbeitszeit ab 1. Jänner 2024 für die kaufmännischen Angestellten auf 37,5 Stunden und für die journalistischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 37 Stunden festzusetzen. Darüber hinaus einigten sich die Sozialpartner darauf, die Mindestgehälter für kaufmännische Angestellte im ersten und zweiten Berufsjahr auf 2.000 Euro brutto anzuheben.

Der Abschluss im Berichtsjahr umfasst folgende Eckpunkte:

- Die kollektivvertraglichen Mindestgehälter in allen Beschäftigungsgruppen wurden um 5,6 Prozent bei Aufrundung der Erhöhungsbeträge auf volle Eurobeträge angehoben.
- In der Beschäftigungsgruppe 1 (Angestellte ohne abgeschlossene Lehrzeit in einem kaufmännischen Lehrberuf in den ersten drei Angestelltendienstjahren) wurde das Gehalt generell auf 2.000 Euro brutto angehoben.
- Die wöchentliche Normalarbeitszeit für kaufm. Angestellte beträgt ohne Ruhepausen 37,5 Stunden, für journalistische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurde sie auf 37 Stunden festgelegt.
- Die monatliche Infrastrukturpauschale für angestellte Journalistinnen und Journalisten sowie ständig freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beträgt künftig 253,69 Euro.
- Die Tarifpositionen für ständig freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden ab 1. Jänner 2024 wie folgt festgesetzt: Die Honorierung für reine A4-Textseiten beträgt 138,89 Euro und jene für Bildbeiträge 60,85 Euro.
- Einheitlicher Geltungsbeginn ist der 1. Jänner 2024.

“

TARIFVERTRAG

zum Kollektivvertrag für journalistische MitarbeiterInnen bei österreichischen Zeitschriften und Fachmedien mit Wirkung vom 1. Jänner 2024 für eine Laufzeit von 12 Monaten (bis 31.12.2024)

5,6 % inkl. Rundung

| | bis 31.12.2023 / Betrag in € | ab 01.01.2024 / Betrag in € |
|---|------------------------------|-----------------------------|
| 1. Berufsgruppe: RedakteursaspirantInnen | | |
| im 1. Berufsjahr | 2.234,00 | 2.360,00 |
| im 2. Berufsjahr | 2.287,00 | 2.416,00 |
| im 3. Berufsjahr | 2.346,00 | 2.478,00 |
| 2. Berufsgruppe: RedakteurInnen, ZeichnerInnen, FotografInnen, LayouterInnen | | |
| im 1. bis 5. Berufsjahr | 2.407,00 | 2.542,00 |
| im 6. bis 10. Berufsjahr | 2.533,00 | 2.675,00 |
| im 11. bis 15. Berufsjahr | 2.642,00 | 2.790,00 |
| im 16. bis 20. Berufsjahr | 2.853,00 | 3.013,00 |
| im 21. bis 25. Berufsjahr | 3.085,00 | 3.258,00 |
| im 26. bis 30. Berufsjahr | 3.342,00 | 3.530,00 |
| im 31. bis 35. Berufsjahr | 3.635,00 | 3.839,00 |
| im 36. bis 40. Berufsjahr | 3.960,00 | 4.182,00 |
| ab dem 41. Berufsjahr | 4.313,00 | 4.555,00 |
| 3. Berufsgruppe: RedaktionsassistentInnen | | |
| im 1. bis 5. Berufsjahr | 2.218,00 | 2.343,00 |
| im 6. bis 10. Berufsjahr | 2.353,00 | 2.485,00 |
| im 11. bis 15. Berufsjahr | 2.441,00 | 2.578,00 |
| im 16. bis 20. Berufsjahr | 2.583,00 | 2.728,00 |
| im 21. bis 25. Berufsjahr | 2.771,00 | 2.927,00 |
| im 26. bis 30. Berufsjahr | 2.993,00 | 3.161,00 |
| im 31. bis 35. Berufsjahr | 3.253,00 | 3.436,00 |
| im 36. bis 40. Berufsjahr | 3.538,00 | 3.737,00 |
| ab dem 41. Berufsjahr | 3.851,00 | 4.067,00 |
| 4. Berufsgruppe: RedaktionssekretärInnen | | |
| im 1. bis 5. Berufsjahr | 2.155,00 | 2.276,00 |
| im 6. bis 10. Berufsjahr | 2.277,00 | 2.405,00 |
| im 11. bis 15. Berufsjahr | 2.359,00 | 2.492,00 |
| im 16. bis 20. Berufsjahr | 2.492,00 | 2.632,00 |
| im 21. bis 25. Berufsjahr | 2.663,00 | 2.813,00 |
| im 26. bis 30. Berufsjahr | 2.871,00 | 3.032,00 |
| im 31. bis 35. Berufsjahr | 3.117,00 | 3.292,00 |
| im 36. bis 40. Berufsjahr | 3.388,00 | 3.578,00 |
| ab dem 41. Berufsjahr | 3.687,00 | 3.894,00 |

GEHALTSTABELLE

zum Kollektivvertrag für kaufm. Angestellte bei Zeitschriftenverlagen
mit Wirkung vom 1. Jänner 2024 für eine Laufzeit von 12 Monaten

| | bis 31.12.2023 Betrag in €* | Erhöhung um 5,6 % | ab 01.01.2024 Betrag in €* |
|-------------------------------|--------------------------------|-------------------|-------------------------------|
| Beschäftigungsgruppe 1 | | | |
| im 1. Berufsjahr | 1.771,00 | 100,00 | 2.000,00 |
| im 2. Berufsjahr | 1.873,00 | 105,00 | 2.000,00 |
| Beschäftigungsgruppe 2 | | | |
| im 1. Berufsjahr | 1.959,00 | 110,00 | 2.069,00 |
| im 3. . Berufsjahr | 1.980,00 | 111,00 | 2.091,00 |
| im 5. Berufsjahr | 2.009,00 | 113,00 | 2.122,00 |
| im 7. Berufsjahr | 2.049,00 | 115,00 | 2.164,00 |
| im 9. Berufsjahr | 2.156,00 | 121,00 | 2.277,00 |
| im 11. Berufsjahr | 2.279,00 | 128,00 | 2.407,00 |
| im 13. Berufsjahr | 2.391,00 | 134,00 | 2.525,00 |
| im 15. Berufsjahr | 2.534,00 | 142,00 | 2.676,00 |
| im 17. Berufsjahr | 2.611,00 | 147,00 | 2.761,00 |
| Beschäftigungsgruppe 3 | | | |
| im 1. Berufsjahr | 2.053,00 | 115,00 | 2.168,00 |
| im 3. Berufsjahr | 2.099,00 | 118,00 | 2.217,00 |
| im 5. Berufsjahr | 2.247,00 | 126,00 | 2.373,00 |
| im 7. Berufsjahr | 2.359,00 | 133,00 | 2.492,00 |
| im 9. Berufsjahr | 2.486,00 | 140,00 | 2.626,00 |
| im 11. Berufsjahr | 2.761,00 | 155,00 | 2.916,00 |
| im 13. Berufsjahr | 2.913,00 | 164,00 | 3.077,00 |
| im 15. Berufsjahr | 3.066,00 | 172,00 | 3.238,00 |
| im 17. Berufsjahr | 3.207,00 | 180,00 | 3.387,00 |

* inkl. Aufrundung auf den nächsten vollen Euro

GEHALTSTABELLE

zum Kollektivvertrag für kaufm. Angestellte bei Zeitschriftenverlagen
mit Wirkung vom 1. Jänner 2024 für eine Laufzeit von 12 Monaten

| | bis 31.12.2023 Betrag in €* Erhöhung um 5,6 % | ab 01.01.2024 Betrag in €* Erhöhung um 5,6 % |
|-------------------------------|---|--|
| Beschäftigungsgruppe 4 | | |
| im 1. Berufsjahr | 2.216,00 | 2.341,00 |
| im 3. Berufsjahr | 2.315,00 | 2.445,00 |
| im 5. Berufsjahr | 2.428,00 | 2.564,00 |
| im 7. Berufsjahr | 2.671,00 | 2.821,00 |
| im 9. Berufsjahr | 3.010,00 | 3.179,00 |
| im 11. Berufsjahr | 3.302,00 | 3.487,00 |
| im 13. Berufsjahr | 3.513,00 | 3.710,00 |
| im 15. Berufsjahr | 3.758,00 | 3.969,00 |
| im 17. Berufsjahr | 3.911,00 | 4.131,00 |
| Beschäftigungsgruppe 5 | | |
| im 5. Berufsjahr | 3.335,00 | 3.522,00 |
| im 7. Berufsjahr | 3.612,00 | 3.815,00 |
| im 9. Berufsjahr | 3.907,00 | 4.126,00 |
| im 11. Berufsjahr | 4.148,00 | 4.381,00 |
| im 13. Berufsjahr | 4.356,00 | 4.600,00 |
| im 15. Berufsjahr | 4.617,00 | 4.876,00 |
| im 17. Berufsjahr | 4.826,00 | 5.097,00 |
| Beschäftigungsgruppe 6 | | |
| im 5. Berufsjahr | 3.753,00 | 3.964,00 |
| im 10. Berufsjahr | 4.348,00 | 4.592,00 |
| im 15. Berufsjahr | 5.106,00 | 5.392,00 |
| im 17. Berufsjahr | 5.203,00 | 5.495,00 |
| Lehrlingsentschädigung | | |
| im 1. Lehrjahr | 696,00 | 735,00 |
| im 2. Lehrjahr | 876,00 | 926,00 |
| im 3. Lehrjahr | 1.217,00 | 1.286,00 |
| im 4. Lehrjahr | 1.266,00 | 1.337,00 |

* inkl. Aufrundung auf den nächsten vollen Euro

ÖSTERREICHISCHE MEDIENAKADEMIE



1 Adventpunsch mit ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger (l.), Medienakademie-Geschäftsführer Nikolaus Koller (M.) und „Horizont“-Chefredakteur Jürgen Hofer. 2 Adventpunsch der Medienakademie

Die Österreichische Medienakademie hat auch im vergangenen Jahr ihren Wachstumskurs trotz des schwierigen Marktumfelds fortgesetzt: 163 Veranstaltungen hat das Ausbildungsinstitut für Journalistinnen und Journalisten 2023 durchgeführt. Im Jahrdavor waren es noch 121 einzelne Veranstaltungen, 2021 wurden 110 abgehalten.

Auch bei der Zahl der Schulungsteilnehmenden setzte sich der Wachstumskurs fort: Das ehemalige Kuratorium für Journalistenausbildung hat im Jahr 2023 über 2.230 Ausbildungstage realisiert. 2022 wurden über 1.950 Ausbildungstage erwirtschaftet, 2021 waren es noch 1.830 gewesen.

ÖSTERREICHISCHE
MEDIEN
AKADEMIE



Dieses quantitative Wachstum wirkt sich auch finanziell positiv aus: Hatte die Medienakademie vor und während der Pandemie noch finanzielle Herausforderungen zu bewältigen, so wurden diese mittlerweile gemeistert, die finanzielle Situation der Österreichischen Medienakademie hat sich stark verbessert.

Wachstum im Inhouse-Bereich

Getragen wurde dieses Wachstum vor allem durch eine immer größere Nachfrage im Inhouse-Bereich von Medienunternehmen und eine entsprechende Entwicklung des Ausbildungsgeschäfts in diesem Sektor: Die Österreichische Medienakademie hat sich bereits in den vergangenen Jahren zunehmend als Partnerin für Personalentwicklung in den Redaktionen etablieren können und maßgeschneiderte Kursprogramme angeboten. Dieser Bereich war schon vor der Pandemie gewachsen und entwickelte sich in den letzten Jahren stetig weiter.

Weiterhin ungebrochen ist auch nach dem Ende der Pandemie die Nachfrage nach Online- und Hybrid-Formaten: Zwar werden einige Themen wie insbesondere Schreibseminare oft bewusst in einer Präsenzform nachgefragt. Mittlerweile wird jedoch die Mehrheit der Inhalte als Online-Format bevorzugt. Ein zweiter Trend, der sich deutlich abzeichnet, ist jener hin zu kürzeren Einheiten. Wurden früher oft zwei- oder dreitägige Seminare gebucht, so geht der Trend zu kürzeren Einheiten von halben Tagen oder nur wenigen Stunden.

Nachfrage nach Digitaljournalismus

Die Nachfrage wurde im Jahr 2022 und darüber hinaus auch durch die erste Runde von genehmigten Projekten zu Digitaljournalismus im Zuge der Transformationsförderung gesteigert. Generell ist die Nachfrage nach Kompetenzen im Digitalen weiter gewachsen: Die Palette an Inhalten reicht hier von Bewegtbild mit Workshops

zu Mobile Reporting oder Präsentationstechniken über Social Media mit Formatentwicklung sowie Spezialkursen zu LinkedIn und TikTok bis hin zu Audio und Podcasts. Am stärksten nachgefragt sind weiterhin Schreibseminare, wobei die Anforderungen sehr unterschiedlich sind.

So soll einmal der Fokus auf „kleinen Einheiten“ wie Bildunterschriften, Headlines und Leads liegen, ein anderes Mal auf „Texten für Online“. Daneben haben aber auch weiterhin Klassiker wie Reportage oder Porträt ihre Fans.

Österreichweite Ausbildung

Ungebrochen war 2023 auch das Interesse an fachspezifischer Weiterbildung: So wurde bereits der fünfte Lehrgang „Europa kompakt“ durchgeführt. In Zusammenarbeit und mit Unterstützung des ÖZV wurde ein „Digital-Journalismus kompakt“-Lehrgang organisiert.

In den vergangenen Jahren ist die Österreichische Medienakademie ihrer Aufgabe als Ausbildungsinstitut für das gesamte Bundesgebiet gerecht geworden: So wurden Workshops und Seminare nicht nur in Wien, sondern auch in verschiedenen Regionen des Landes durchgeführt. Zu nennen sind hier die „Anifer Journalismustage“ in Salzburg, die 2023 bereits zum zehnten Mal abgehalten wurden, sowie auch die zum zweiten Mal in Baden bei Wien organisierte „School of Factchecking“.

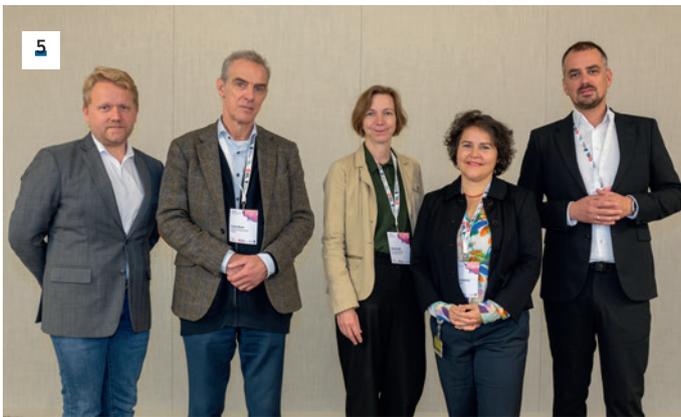
Kooperationen und spezielle Veranstaltungen wie diese sollen das Angebot auch in Zukunft abrunden. Umgekehrt ist die Österreichische Medienakademie zudem stark an internationaler Vernetzung interessiert: Seit den 1990er Jahren ist sie Mitglied der European Journalism Training Association (EJTA). 2023 wurde erstmals die Generalversammlung der EJTA in Österreich abgehalten: Die Medienakademie hat diese Tagung gemeinsam mit der FH Wien der WKW organisiert und veranstaltet.



Journalismus-Kolleg

Das renommierte Österreichische Journalismus-Kolleg basiert auf den drei Kompetenzbereichen Handwerk, Wissen und Haltung und versteht sich als berufs begleitende Journalismusschule unter redaktionsnahen Bedingungen. Beim Abschluss des mittlerweile 31. Jahrgangs durften 18 Absolventinnen und Absolventen ihr Zertifikat entgegennehmen. Die Verleihung fand im Festsaal der GPA statt. Deren Bundesgeschäftsführer Karl Dürtcher erinnerte in seiner aufmunternden, aber auch mahnenden Festrede an die große Verantwortung, derer sich die jungen Journalistinnen und Journalisten stets bewusst sein müssen.

3 & 4 Workshop-Atmosphäre mit den Teilnehmenden des Österreichischen Journalismus-Kolleg



5 & 6 ÖMA-Geschäftsführer Nikolaus Koller mit Vertreterinnen und Vertretern der EJTA - Europäische Journalismusschulen sowie Teilnehmenden der EJTA-Konferenz im Oktober 2023.

Exkursion nach Brüssel

Eine besondere Exkursion erlebten zehn Teilnehmende des Lehrgangs „Europa kompakt“ und vier externe Journalistinnen und Journalisten im April 2024: Für zwei Tage hatten sie die Möglichkeit, direkt vor Ort im Europäischen Parlament in Brüssel zu erleben, wie Plenarsitzungen abgehalten werden, Interviews und Gespräche mit EU-Abgeordneten zu führen und wichtige Einblicke für ihre künftige Berichterstattung zu gewinnen.

Organisiert wurde die Exkursion gemeinsam mit der Sprecherin des EU-Parlaments in Wien, Maren Häußermann. Die Teilnehmenden konnten unter anderem mit den österreichischen EU-Abgeordneten Othmar Karas (ÖVP/EVP), Claudia Gamon (NEOS), Evelyn Regner (SPÖ/S&D), Anna Cavazzini (Grüne, DE) und Angelika Winzig (ÖVP/EVP) sprechen. Zudem gab es ein Briefing-Gespräch zum Disinformation Monitoring des Europäischen Parlaments mit Sara Ahnberg (EP-Sprecherdienst) und die Teilnehmenden konnten dem belgischen König Philippe bei seiner Rede vor dem Plenum zusehen.

Ausblick

Für 2024 erwartet sich die Österreichische Medienakademie eine weitere Steigerung: Die Transformationsförderung hatte schon im Jahr 2022 „zu wirken“ begonnen, was den Start mehrerer größerer Inhouse-Projekte ermöglichte.

Diese wurden 2023 fortgeführt und mit einer höheren Anzahl an Medien umgesetzt. Die Österreichische Medienakademie kann hier auf immer mehr Referenzprojekte verweisen und eine große Palette an inhaltlichen Schulungen sowie Einzel-Coachings anbieten.

Inhaltlich zeichnet sich weiterhin im Bereich „Künstlicher Intelligenz“ ein stark wachsender Bedarf ab. Der erste Workshop zu ChatGPT wurde noch im Dezember 2022 organisiert – eine besonders schnelle Reaktion des Ausbildungsinstituts für Journalistinnen und Journalisten. Mittlerweile haben sich Large Language Models und Co. fix im Schulungs- und Weiterbildungsangebot verankert. “

Einen Überblick über das Angebot der Österreichischen Medienakademie bietet ihre Webseite: www.oema.at



7



8



9



10



11

7 Lehrgang Europa Kompakt mit Wolfgang Böhm („Die Presse“).
 8 Die Teilnehmenden des Österreichischen Journalismus-Kollegs zu Besuch im Bundeskanzleramt
 9 Exkursion nach Brüssel
 10 Der Newsroom im Europa-parlament.
 11 Claudia Gamon, NEOS, Mitglied des Europäischen Parlaments
 12 Die Teilnehmenden der Reise nach Brüssel ins Europäische Parlament
 13 Pressekonferenz zum Thema Geschlechtergerechtigkeit mit Korinna Schumann, Vizepräsidentin des ÖGB und Bundesfrauenvorsitzende, VP Evelyn Regner (SPÖ/S&D), Helena Dalli, EU-Kommissarin (v.l.n.r.)



12



13

NEUE HERAUSFORDERUNGEN IM KURATORIUM FÜR PRESSEAUSSWEISE



Claudia Gigler
Geschäftsführerin
Kuratorium für Presseausweise

In der Zeit vom 14. Februar 2023 bis 31. Jänner 2024 fanden von zehn geplanten Vorstandssitzungen neun regulär statt, eine Sitzung wurde durch einen Umlaufbeschluss über die aktuellen Presseausweis-Anträge ersetzt.

Der von den vier Trägerverbänden (VÖZ, Journalist-Innengewerkschaft, ÖZV, Syndikat der Pressephotographen, Pressebildagenturen und Filmreporter) und durch das Kuratorium selbst ausgestellte Ausweis ist in der Branche heiß begehrt und genießt hohe Anerkennung.

Dies, weil er nur nach Prüfung strenger Kriterien (Einkommensnachweis, Leumunds-

zeugnis, Nachweis der journalistischen Arbeit) zuerkannt wird.

Ausweise mit QR-Code

Im Jahr 2023 wurde das jährliche Gültigkeitszertifikat von Jahresmarken auf monatsaktuell überprüfbare QR-Codes umgestellt.

Die Umstellung wurde mit der Vorbereitung des auf das Jahr 2023 folgenden Gültigkeitszeitraums Ende des Jahres eingeleitet und planmäßig mit Ende des 1. Quartals 2024 abgeschlossen. Mit der Umstellung gingen eine Abklärung und Bereinigung der Altdaten einher. Die Zahl der Neuausstellungen war in den Jahren zuvor – auch als Folge der Pandemie – gesunken, im Jänner 2023 wurden 3.894 aktive Ausweise verzeichnet, 214 davon stellte der ÖZV aus.

Mit 31. März 2024, also zum Stichtag des Abschlusses der Umstellung, waren gesamt 3.180 Presseausweise des Kuratoriums für Presseausweise im Umlauf, 208 davon wurden vom ÖZV ausgestellt.

Budgetkonsolidierung

Die herausfordernde finanzielle Entwicklung als Auswirkung der Pandemie auf das Kuratorium wurde gestoppt. Mit Rücksicht auf die noch nicht absehbare weitere Entwicklung und allfällige Folgen der Umstellung der Presseausweise auf ein neues Format wurde das Jahr 2023 sehr vorsichtig budgetiert. Die Ausgaben 2023 blieben unter Budget. Der Vermögensstand konnte insgesamt wieder leicht erhöht werden.

2022 war der Beitrag des Kuratoriums für Presseausweise an das Kuratorium für Journalistenausbildung (Neu: Österreichische Medienakademie) um die Hälfte gekürzt worden, mit der Option auf Freigabe weiterer Mittel, wenn es die Einnahmen

erlauben. Für die Geschäftsjahre 2022 und 2023 konnte der Vorstand die Freigabe weiterer Mittel beschließen. Die vorsichtige Budgetierung wird jedoch beibehalten, die Förderung für die Medienakademie wird dauerhaft in einen fixen und einen variablen, ergebnisabhängigen Teil gegliedert, für dessen Freigabe ein Vorstandsbeschluss notwendig ist.

Ausblick auf 2024

Die Druck- und Programmierungskosten für die Umstellung auf die neuen Ausweise werden erst im Jahr 2024 budgetiert und verbucht. Mit dem Budget 2024 soll trotz der Mehrbelastung der Vermögensstand des Jahres 2020 nahezu wieder erreicht werden.

Schon in den Berichten der Vorjahre wurde darauf verwiesen, dass neue Medien wie Blogs und Vlogs, reine Online-Magazine und aufwändig recherchierte und produzierte Firmenzeitungen einerseits eine Bereicherung im Sinne der Medienvielfalt darstellen, andererseits umso höheres Augenmerk bei der Prüfung erfordern. Im Mittelpunkt dieser Prüfung steht die Frage, ob tatsächlich journalistische Arbeit geleistet wird.

Das Kuratorium für Journalistenausweise hatte sich vorgenommen, die Kriterien für die Ausstellung eines Presseausweises daraufhin zu evaluieren, ob sie den Anforderungen der heutigen Medienlandschaft in jeder Hinsicht entsprechen bzw. etwaige Anpassungen vorzunehmen, um auch für die Zukunft Transparenz bei der Vergabe der Ausweise sicherzustellen.

Die Abstimmung zwischen den Verbänden über diese Evaluierung ist in der Endphase und soll noch im Laufe des Jahres 2024 beschlossen werden. Durch die Stärkung des USP wird auch eine Aktivierung von Potenzialen im Hinblick auf neue Mitglieder erwartet.



Absicherung und Neuorientierung

Das Jahr 2023 stand somit einerseits noch im Zeichen der finanziellen Konsolidierung nach der Corona-Pandemie und ihren Folgen, zum anderen im Zeichen einer Neuorientierung in Bezug auf Vergabe und Überprüfbarkeit der Ausweise. Ziel ist der langfristige Erhalt der Wertigkeit und die Absicherung der Nachfrage nach einem breit anerkannten und nicht auf Vorteilsnahme oder geschäftliche Interessen ausgerichteten Berufsausweis. “

| Verlag | Anzahl Presseausweise | | |
|--|-----------------------|---|------------|
| 55PLUS Medien GmbH | 2 | Österreichische Militärische Zeitschrift - ÖMZ | 3 |
| A & W Verlag | 15 | Österreichische Apotheker-Verlagsgesellschaft m.b.H. | 5 |
| Alcar Holding GmbH | 6 | Österreichischer Agrarverlag Druck- und Verlags Gesellschaft m.b.H. Nfg. KG | 14 |
| Alpenpost - Zeitung des steirischen Salzkammergutes | 7 | Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH | 3 |
| Alphonsus GesmbH | 1 | Pharma-Time Verlags GmbH | 1 |
| ASVÖ Allgemeiner Sportverband Österreichs | 1 | Profi Reisen Verlagsgesellschaft mbH | 6 |
| ASVÖ Burgenland | 2 | Pubbles FilmgesmbH | 6 |
| b2b-media Verlag Peischl | 6 | Real Estate Media Group | 4 |
| Bohmann Druck- und Verlag Gesellschaft m.b.H. | 8 | Redaktion Truppendienst | 5 |
| Brod Media GmbH | 1 | Seilbahnen International Verlag GmbH | 2 |
| CB Verlags GesmbH | 1 | specialmedia.com GmbH | 4 |
| Der Anblick | 5 | Springer-Verlag GmbH | 13 |
| Heymann & Jahn Druck und Verlag G.m.b.H. | 2 | Süddruck Kalenderherstellungs- Buchbinderei- und Verarbeitungs- Ges.m.b.H. | 1 |
| Journal Graz Pertzl KG | 4 | T.A.I. Tourist Austria International Fachzeitungsverlag GmbH | 6 |
| Kammell - Österreichisches Filmservice e.U. | 2 | Technik & Medien Verlagsges.m.b.H | 3 |
| Katholischer Familienverband Österreichs | 1 | Verband der Getränkehersteller Österreichs | 2 |
| Kulturklub der Tschechen und Slowaken in Österreich | 1 | Verein „springerin“ - Redaktion springerin | 4 |
| Landwirt Agrarmedien GmbH | 3 | Verlag Hannes Fenz | 1 |
| LW Werbe- und Verlags GmbH | 4 | Verlag Holzhausen GmbH | 7 |
| Manstein Zeitschriften Verlags GmbH | 6 | Verlagsbüro Karl Schwarzer Ges.m.b.H. | 1 |
| MANZ'sche Verlags- und Universitätsbuchhandlung GmbH | 6 | Verlagshaus der Ärzte | 3 |
| Medecco Holding GmbH | 2 | VGN Medien Holding GmbH | 9 |
| MedTriX GmbH | 9 | WEKA Industrie Medien GmbH | 10 |
| MOTOR Freizeit& Trends PressegesmbH | 4 | Wirtschaftskammer OÖ | 6 |
| ÖAMTC-Verlag GmbH | 4 | Zek-Verlag, Mag. Roland Gruber | 4 |
| | | gesamt | 226 |

ÖSTERREICHISCHER WERBERAT: JAHRESBILANZ 2023

Im Jahr 2023 verzeichnete der Österreichische Werberat (ÖWR) deutlich weniger Beschwerden als im Vorjahr: Es gingen 334 Beschwerden ein, im Jahr 2022 waren es im Gegensatz dazu 502. Dabei traf der ÖWR 235 Entscheidungen (2022: 264).

Mehr Stopp-Entscheidungen als im Vorjahr

In 15 Fällen forderte das Entscheidungsgremium den sofortigen Stopp des Sujets bzw. der Kampagne und somit in sechs Beschwerdefällen mehr als im Vorjahr. In acht Fällen wurde dieser Aufforderung sofort bzw. innerhalb der ersten gesetzten Nachfrist nachgekommen. Vorwiegend uneinsichtige lokal agierende Kleinunternehmen, die bereits in den Vorjahren durch Werbemaßnahmen negativ auffielen, führten zu der vergleichsweise hohen Anzahl an Stopp-Entscheidungen, die der Aufforderung des ÖWRs nicht nachgekommen sind.

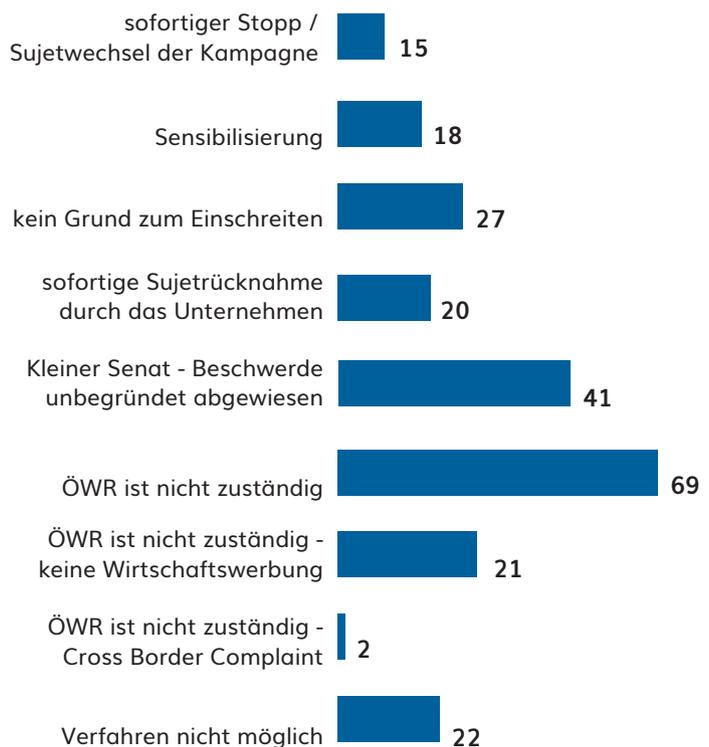
18-mal (2022: 15) lauteten die Entscheidungssprüche des Österreichischen Werberates „Sensibilisierung – Aufforderung, in Zukunft bei der Gestaltung von Werbemaßnahmen oder einzelner Sujets sensibler vorzugehen“, in 27 Fällen (2022: 33) sahen die Werberäte und Werberätinnen „Keinen Grund zum Einschreiten“.

Wie in den Jahren zuvor spiegelt sich die Bereitschaft zur Kooperation mit dem Österreichischen Werberat in der Anzahl der sofortigen Sujet-Rücknahmen durch das jeweils betroffene Unternehmen wider. So haben 20 Unternehmen (2022: 38) ihre Werbemaßnahmen nach der ersten Kontaktaufnahme durch die Geschäftsstelle des ÖWR sofort zurückgenommen oder abgeändert.

„Geschlechterdiskriminierende Werbung“ an erster Stelle der Beschwerdegründe

Erstmals führte im Vorjahr der Beschwerdegrund „Geschlechterdiskriminierende Werbung“ mit 122 Beschwerden (2022: 117) das Ranking an. Im Vor-

jahr noch an erster Stelle liegend, entfielen auf „Ethik und Moral“ 49 Beschwerden (2022: 146). Auf Platz drei rangiert der Beschwerdegrund „Irreführung und Täuschung“ mit 45 Beschwerden und zeigt somit einen Rückgang gegenüber dem Vorjahr (2022: 63). Ebenso den dritten Platz belegt „Gefährdung von Kindern und Jugendlichen“ mit 45 Beschwerden, hier zeigte sich eine Steigerung im Vergleich zum Vorjahr (2022: 38). Zu „Rechtswidrigem Werbeumfeld“ wurden 12 Beschwerden eingereicht. Der Beschwerdegrund „Werbung mit Kindern und Jugendlichen“

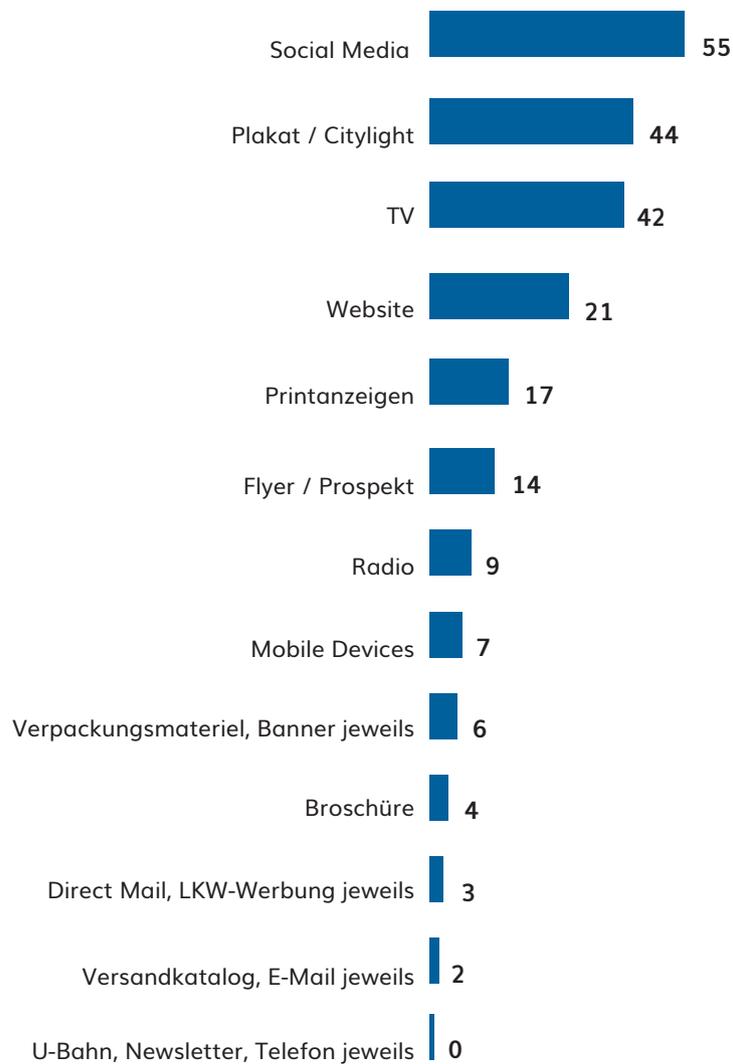


wurde zehnmals angegeben, 9 Beschwerden verzeichneten „Unlauterer Wettbewerb“, „Gewalt“ und „Gesundheit“. Jeweils 5 Beschwerden verzeichnete der ÖWR zu „Sicherheit“ bzw. „Rassismus“, jeweils 4 zu „Umwelt“, „Alkohol“ sowie „Verlet-

zung von religiösen Gefühlen“. Bezüglich „Tierschutz“ sowie „Herabwürdigung von Politikern“ wurde jeweils 1 Beschwerde eingebracht.

Vielfältige Beschwerdegründe

Auffällig ist insbesondere die Vielfältigkeit der beanstandeten Themenbereiche: Zwar war



„Geschlechterdiskriminierende Werbung“ der dominierende Beschwerdegrund, dennoch wurde ein breites Spektrum von Beschwerdegründen von vermuteter Gewalt und Gefährdung von Kindern und Jugendlichen in der Werbung über beanstandete Nachhaltigkeitsaspekte bis hin zur oftmals vorgebrachten sozialen Verantwortung von Werbung und Irreführung verzeichnet. Und auch bei

der Geschlechterdiskriminierung haben sich die beanstandeten Diskriminierungsdimensionen verbreitert: Neben der klassischen Blickfangwerbung, die vor allem bei sehr lokal agierenden kleineren Unternehmen vorzufinden ist, ging es im Vorjahr ver-



mehrt um die Darstellung von veralteten Rollenstereotypen.

Social Media erstmals an der Spitze der Beschwerden

Einen deutlichen Anstieg verzeichneten „Social Media Ads“ mit insgesamt 55 Entscheidungen (2022: 34), womit Social Media erstmals an der Spitze des Rankings von Werbemedien mit beanstandeten Inhalten liegt. Wie im Vorjahr belegt „Plakat/Citylight“ den zweiten Platz mit 44 Entscheidungen (2022: 49). Einen starken Rückgang verzeichnet „TV“ mit 42 Entscheidungen (2022: 77). Die Kategorie „Website“ liegt mit 21 Entscheidungen auf dem vierten Platz (2022: 23). Platz fünf belegt dieses Jahr mit 17 Entscheidungen der Bereich „Printanzeigen“ (2022: 18), dicht gefolgt von der

Gattung „Flyer/Prospekt“ mit 14 Entscheidungen (2022:13). „Radio“ zählte im Jahr 2023 insgesamt 9 Entscheidungen (2022: 18).

Neuwahl der Werberätinnen und Werberäte

In einem zweistufigen Auswahlverfahren wurden 242 Kommunikationsexpertinnen und -experten aus Agenturen, Medien, werbetreibender Wirtschaft sowie Vertretende von Ausbildungsstätten, NGOs und Kommunikationsverbänden in das Entscheidungsgremium des Werberats für die Funktionsperiode 2023 bis 2026 gewählt. Mitte November fand die 15. Mitgliederversammlung des ÖWR statt, bei der das neu gewählte Entscheidungsgremium erstmals persönlich aufeinandertraf. Auf der Grundlage des Ethik-Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft entscheiden aktuell 242 erfahrene Persönlichkeiten sowohl aus den drei Kernbereichen der Werbewirtschaft – Medien, Agenturen, Auftraggeber – als auch Persönlichkeiten aus anderen Disziplinen und Spezialgebieten – wie Anwältinnen und Anwälte, Medizinerinnen und Mediziner sowie Psychologinnen und Psychologen – über Beschwerdefälle. “

Über den Österreichischen Werberat

Der Österreichische Werberat (ÖWR) ist ein unabhängiges Organ des Vereins „Gesellschaft zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft“ und feiert 2024 sein 50-jähriges Bestehen. Der ÖWR fördert mittels freiwilliger Selbstbeschränkung der österreichischen Werbewirtschaft das verantwortungsbewusste Handeln der Werbewirtschaft und ihr Ansehen in der Öffentlichkeit. Die Zuständigkeit des Werberates erstreckt sich auf alle Maßnahmen im Bereich Wirtschaftswerbung. Dabei ist es Aufgabe des ÖWR, Fehlentwicklungen bzw. Missbräuche in der Werbung zu korrigieren. Er dient damit sowohl den Konsumentinnen und Konsumenten als auch verantwortungsbewussten Werbeunternehmen.

ÖSTERREICHISCHER PRESSERAT: BILANZ 2023

Der Österreichische Presserat ist eine moderne Selbstregulierungseinrichtung im Pressebereich, die sich der redaktionellen Qualitätssicherung verpflichtet sieht und sich für verantwortungsvollen Journalismus einsetzt. Organisiert ist er als Verein, dessen Träger die wichtigsten Journalisten- und Verlegerverbände Österreichs sind.

Mitglieder des Trägervereins des Presserats sind der Österreichische Gewerkschaftsbund, vertreten durch die Gewerkschaft für Journalistinnen und Journalisten in der GPA, der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ), der Verein der Chefredakteurinnen und Chefredakteure, der Österreichische Zeitschriften- und Fachmedienverband (ÖZV), der Verband der Regionalmedien Österreichs (VRM) sowie der Presseclub Concordia – Vereinigung österreichischer Journalisten und Schriftsteller.

Die Mitglieder der drei Senate des Presserats sind weisungsfrei und unabhängig. Grundlage für die Entscheidungen der Senate des Presserats ist der Ehrenkodex für die österreichische Presse. Dieser enthält Regeln für gutes und verantwortungsvolles journalistisches Handeln und bildet eine ethische Richtschnur für Medienschaffende.

Fallstatistik 2023

Die Senate des Presserats hatten im vergangenen Jahr insgesamt 407 Fälle zu behandeln, in 20 Fällen stellten sie Verstöße gegen den Ehrenkodex für die österreichische Presse fest. Seit dem Jahr 2020 hat sich die Zahl der Fälle somit auf hohem Niveau bei mehr als 400 eingependelt – zum Vergleich: 2022 gab es 26 Ethikverstöße bei 425 Fällen. Die Ethikverstöße sind somit zum wiederholten Mal zurückgegangen.

Nachfolgend die Fallzahlen 2023 für einzelne Medien und in Klammer dazu jeweils die medienethischen Verstöße: „OE24“ 26 (9), „Kronen Zeitung“ 60 (4), „Tips“ 2 (2), „Zur Zeit“ 1 (1),



Präsident Gerald Grünberger

„Die ganze WOCHE“ 2 (1), „Falter“ 6 (1), „Kurier“ 25 (1), „Der Standard“ 73 (1), „TT“ 4 (0), „Kleine Zeitung“ 6 (0), „VN“ 7 (0), „Die Presse“ 11 (0).

In vier Fällen wurden die Senate eigenständig aktiv.

Thema: Kriegsbilder und Information der Öffentlichkeit

Darüber hinaus gab der Senat 1 anlässlich des Angriffs der Hamas auf Israel eine Allgemeine Stellungnahme zur Veröffentlichung von Kriegsbildern ab.

Der Senat betonte einerseits, dass die Öffentlichkeit einen Anspruch darauf hat, über das Ausmaß und die Brutalität von Kriegshandlungen und Terror-

”

Die Senate des Presserats hatten im vergangenen Jahr insgesamt 407 Fälle zu behandeln, in 20 Fällen stellten sie Verstöße gegen den Ehrenkodex für die österreichische Presse fest.

anschlägen informiert zu werden – so auch im Falle der grausamen Ermordungen von israelischen Zivilistinnen und Zivilisten durch die Hamas. Andererseits sollte jedoch auch der Persönlichkeitsschutz der Opfer und der Umstand berücksichtigt werden, dass Terrororganisationen ein Interesse an der Verbreitung brutaler Bilder haben.

Der Tätigkeitsbericht 2023, in dem einige der oben genannten Fälle genauer beschrieben werden, eine detaillierte Fallstatistik sowie der Jahresabschluss 2023 finden sich unter www.presserat.at.

ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger neuer Präsident

Der Trägerverein des Presserats hat am 6. März 2024 ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger einstimmig zum Präsidenten des Presserats gewählt. Neuer Vizepräsident ist Michael

Lohmeyer, Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der Styria Media Group AG. „Der Österreichische Presserat als wesentliche Selbstregulierungseinrichtung der österreichischen Medien verlegerischer Herkunft erfüllt gerade in einer Zeit der Polarisierung und der Flut an Falschmeldungen in den sozialen Medien eine demokratiepolitisch essenzielle Aufgabe. Qualitätssicherung und Transparenz stärken das Vertrauen und die Glaubwürdigkeit in professionellen Journalismus“, sagte Grünberger in seiner neuen Funktion.

Neu im Trägerverein sind auch Thomas Letz vom Österreichischen Wirtschaftsverlag und Colette M. Schmidt („Der Standard“). Darüber hinaus wurde die langjährige „Profil“-Journalistin und Zeithistorikerin Christa Zöchling in der Senatssitzung am 3. November 2023 zur neuen Sprecherin des Senats 3 gewählt. Zöchling ist seit 2015 Mitglied im Senat 3 und folgt in der Funktion als Senatssprecherin Wolfgang Unterhuber nach, der seit Herbst 2023 Mitglied der „Kurier“-Chefredaktion ist.

In seiner Sitzung im April 2024 hat der Trägerverein des Presserats zudem auch Sandra Walder (APA) und Daniel Lohninger („NÖN“) neu in den Senat 3 gewählt. Nicht mehr Mitglied im Senat 3 sind Martin Gebhardt und Wolfgang Unterhuber. “

VERANSTALTUNGEN UND AKTIVITÄTEN

ÖSTERREICHISCHER ZEITSCHRIFTENPREIS 2023: ÖZV PRÄMIERT AUSGEZEICHNETE JOURNALISTINNEN UND JOURNALISTEN



1 ÖZV-Präsidentin Claudia Gradwohl begrüßte die Gäste der Verleihung
2 Journalistin Julia Ortner moderierte, der Abgeordnete zum Nationalrat und Mediensprecher der ÖVP Kurt Egger überreichte mit Claudia Gradwohl die Preise

Die Preisverleihung fand in feierlichem Rahmen beim 30. Jubiläum der Österreichischen Medientage des Manstein-Verlags auf dem Erste Campus in Wien statt. Ausgezeichnet wurden Martin Strubreiter („Autorevue“), Theresa Girardi („20er – Die Tiroler Straßenzeitung“), Martin Zinggl („GEO Österreich“) und Jürgen Hofer („HORIZONT“). Als bestes Corporate-Publishing-Produkt wurde „Fürs Leben am Land“ des Agrarverlags prämiert. Zudem wurde 2023 wieder der Dr. Rudolf Bohmann-Preis für Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten übergeben. Er ging an Franciska Rhomberg („News“).

Würdiger Rahmen für herausragenden Fachjournalismus

Seit 1983 wird der Zeitschriftenpreis vom ÖZV für hervorragende journalistische Arbeiten vergeben. Die Verleihung fand bereits zum zweiten Mal auf dem Erste Campus in Wien im Zuge der Österreichischen Medientage des Manstein-Verlags statt, durch die Veranstaltung führte ORF-Journalistin Julia Ortner. Übergeben wurden die Preise von ÖZV-Präsidentin Claudia Gradwohl und dem Abgeordneten zum Nationalrat und Mediensprecher der ÖVP Kurt Egger.

Claudia Gradwohl betonte in ihren Eröffnungsworten: „Der Zeitschriftenpreis soll dazu dienen, den herausragenden Journalismus in den österreichischen Zeitschriften und Fachmedien und das breite Themenspektrum sowie die Vielfalt und Expertise, durch die sie sich auszeichnen, vor den Vorhang zu holen. In Zeitschriften und Fachmedien im Allgemeinen und unseren ÖZV-Mitgliedsmedien im Speziellen findet unser Publikum seriös recherchierte Informationen und genau jene glaubwürdigen Inhalte, die bei anderen, flüchtigeren Medien gar nicht erst thematisiert werden, weil sie sich nicht für den Kampf um Klicks eignen. Diese Inhalte sind für uns also auch ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im Kampf um die immer knapper werdende Ressource Aufmerksamkeit bei unseren Leserinnen und Lesern.“

DIE PREISTRÄGERINNEN UND PREISTRÄGER IM ÜBERBLICK

Politik & Wirtschaft

„HORIZONT“-Chefredakteur Jürgen Hofer überzeugte in dieser Kategorie mit seinem Artikel „Teure Aussichten“. Darin stellt er relevante Ereignisse in der Kommunikationsindustrie in den gesamtwirtschaftlichen Kontext der Inflation und analysiert zugleich faktenbasiert, fundiert und klar aufbereitet die langfristigen Auswirkungen auf die unterschiedlichen Werbegattungen.

Lifestyle, Gesundheit & soziale Verantwortung

Im Feature „Elvis lächelt im Himmel“ aus der November-Ausgabe der „Autorevue“ zeichnet Martin Strubreiter den Weg des einzigen auf Elvis Presley zugelassenen Cadillac über mehrere Jahrzehnte nach, bis er im vergangenen Jahr bei einem österreichischen Elvis-Fan in Parndorf gelandet ist. Mit diesem originellen Zugang überzeugte er die Jury in der Kategorie „Lifestyle, Gesundheit & soziale Verantwortung“.

Wissenschaft, Technik & Forschung

Theresa Girardi, stellvertretende Chefredakteurin von „20er – Die Tiroler Straßenzeitung“, geht in ihrer Reportage „Die unsichtbare Gefahr“ der Frage nach, wie hoch die Belastung mit per- und polyfluorierten Alkylsubstanzen (PFAS) in Tirol ist. Der Beitrag beschreibt, warum diese Stoffe auch als Ewigkeitschemikalien bezeichnet werden und wie sie unter anderem die Immunantworten im Körper abschwächen können. Die Jury zeigte sich insbesondere beeindruckt von der umfassenden und tiefgehenden Recherche und der trotz des hochkomplexen Themas niederschweligen Aufbereitung des Artikels.

Umwelt, Jagd & Natur

Hier entschied sich die Fachjury für die Reportage „Die Unvollendete“ von Martin Zinggl in „GEO Österreich“. In diesem beeindruckend bebilderten Beitrag schildert Zinggl, wie in Brasilien ein Straßenbauprojekt zu einem Glücksfall sowohl für Natur und Tierwelt als auch für die Bewohnerinnen und Bewohner des Gebiets wurde.



1 „HORIZONT“-Chefredakteur Jürgen Hofer (M.) mit ÖZV-Präsidentin Claudia Gradwohl und ÖVP-Mediensprecher Kurt Egger 2 Martin Strubreiter mit Kurt Egger (l.) und Claudia Gradwohl 3 Ausgezeichnet in der Kategorie Wissenschaft, Technik & Forschung: Theresa Girardi 4 Martin Zinggl gewann die Kategorie Umwelt, Jagd & Natur 5 „Fürs Leben am Land“ ist das beste Corporate Publishing-Magazin 2023 6 Der Nachwuchspreis ging an Franciska Rhomberg 7 Die Preisträgerinnen und Preisträger des Zeitschriftenpreises 2023



Corporate-Publishing, Mitglieder- und Mitarbeiter-Zeitschriften

In dieser Kategorie ging der Österreichische Zeitschriftenpreis 2023 an das Magazin „Fürs Leben am Land“ des Österreichischen Agrarverlags. Das prämierte Magazin wird kostenlos viermal jährlich an registrierte Kundinnen und Kunden über den Postweg sowie die Lagerhaus-Standorte verteilt und informiert Leserinnen und Leser über Themen wie Nachhaltigkeit im Bereich Garten, Wohnen und Ernährung sowie Lifestyle, Brauchtum und österreichische Highlights. Die Auszeichnung nahmen Chefredakteur Gerald Stiptschitsch und Angelika Kraft entgegen.

Nachwuchspreis für Reportage über die feministischen Proteste im Iran

Der nur alle zwei Jahre vergebene Dr. Rudolf Bohmann-Preis für Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten wurde an Franciska Rhomberg verliehen. Für ihre Reportage „Meine Wut ist größer als meine Angst“, erschienen in „News“, hat sie eine junge Iranerin getroffen, deren Mutter im Iran fest sitzt und die Proteste der Frauen gegen das Regime hautnah miterlebt. Die Jury würdigte insbesondere die Art und Weise, wie Franciska Rhomberg die äußerst intimen Berichte der Frauen detailliert und bewegend in Worte gefasst hat, ohne Mutter und Tochter durch sensible Informationen in Gefahr zu bringen. “



STIMMUNGSVOLLER ADVENTEMPfang BEI WINTERLICHEN TEMPERATUREN

Etwa 200 Gäste aus Medien, Politik und Wirtschaft folgten am 5. Dezember 2023 der Einladung des Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverbands (ÖZV) und des Verbands Österreichischer Zeitungen (VÖZ) zum traditionellen Adventempfang, der auch dieses Jahr wieder im Palais Esterházy in Wien über die Bühne ging. Bei Glühwein und Punsch ließen die geladenen Gäste das Jahr 2023 Revue passieren. Der Verband nutzte die Gelegenheit, um sich bei den anwesenden Branchenkolleginnen und -kollegen sowie Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit in den vergangenen Monaten zu bedanken. Seitens der Politik begrüßten ÖZV-Vizepräsident Philipp Ita (Ärztverlag) und ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger unter anderem Umweltministerin Leonore Gewessler (Die Grünen), Außenminister Alexander Schallenberg (ÖVP) und Staatssekretärin Claudia Plakolm (ÖVP) sowie NEOS-Mediensprecherin Henrike Brandstätter, den Nationalratsabgeordneten und ÖVP-Verkehrssprecher Andreas Ottenschläger sowie den Abgeordneten zum Europäischen Parlament Lukas Mandl (ÖVP). Vonseiten des ÖZV waren auch Präsidiumsmitglied Markus Gstöttner (Manstein Verlag) und Rainer Eder („Österreichische Bauernzeitung“) anwesend, vom VÖZ nahmen Präsident Markus Mair (Styria Media Group), die beiden Vizepräsidenten Thomas Kralinger („Kurier“) und Maximilian Dasch („Salzburger Nachrichten“), die Präsidiumsmitglieder Lorenz Cuturi („OÖ Nachrichten“), Alexander Mitteräcker („Der Standard“), Hermann Petz („Moser Holding“) und Oliver Schmerold („auto touring“) sowie die Vorstandsmitglieder Richard Grasl („profil“), Helmut Hanusch (VGN) und Herbert Scheiblauer („Gewinn“) am Adventempfang teil.

Neben hochkarätigen Branchenvertreterinnen und -vertretern wie dem Bundesgeschäftsführer der GPA Karl Dürtscher, Clemens Pig (APA-CEO), Maria Scholl (APA-Chefredakteurin), Horst Pirker (VGN), Wolfgang Struber (RTR) sowie VÖP-Geschäftsführerin Corinna Drumm waren auch ORF-Generaldirektor Roland Weißmann, ORF-Radiodirektorin

Ingrid Thurnher, der neue ORF-Chefredakteur „Sendungs- und Plattformteams“ Johannes Brucknerberger, ORF-Magazinchefin Lisa Totzauer und Oliver Böhm (ORF Enterprise) sowie Michael Tillian (Mediaprint) dabei. Unter den zahlreichen Gästen befanden sich unter anderem Marlene Auer („kurier freizeit“), Mariusz Demner (DMB), Georg Doppelhofer (RMA), Friedrich Dungal (STRG), Walter Fahrnberger („NÖN“), Joachim Feher (RMS), Martin Fleischhacker (Mediengruppe Wiener Zeitung), Martin Gaiger („Kurier“), Kathrin Gulnerits („News“), Max Hafele („Mediaprint“), Doris Helmberger-Fleckl („Die Furche“), Gerlinde Hinterleitner („Der Standard“), Jürgen Hofer („Horizont“), Matthias Hranayai („Schau TV“), Walter Oblin und Peter Umundum (Post AG), Martin Kaindel („Horizont“), Daniel Lohninger („NÖN“), Rudolf Mitlöhner („Kurier“), Christian Mucha („Extradienst“) mit Ehefrau Ekaterina, Christian Rainer, Andreas Rast und Stefan Körner („Die Presse“), Publizist Claus Reitan, Katharina Schell (APA), Matthias Stöcher („Der Standard“), Bundespolizeidirektor Michael Takacs, Anna Thalhammer („profil“), Michael Straberger (Werberat), Roman Gerner (Medienhaus der Erzdiözese Wien), Paul Wuthe (Kathpress) und Wolfgang Zekert („Österreich“).



1



2



3



4

1 Umweltministerin Leonore Gewessler (2.v.r.) und Außenminister Alexander Schallenberg (2.v.l.) mit ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger und VÖZ-Vizepräsident Maximilian Dasch („SN“) 2 ORF-Generaldirektor Roland Weißmann mit Gerald Grünberger 3 Verleger Christian Mucha (r.) mit Ehefrau und „Elite“-Chefredakteurin Ekaterina und Gerald Grünberger 4 Mansteingeschäftsführer und ÖZV-Präsidiumsmitglied Markus Gstöttner und Martin Kaindel (Manstein) 5 Lisa Totzauer (ORF-Channelmanagerin) und ÖZV-Vizepräsident Philipp Ita (Ärzteverlag) 6 Rainer Eder (ehemaliger ÖZV-Vizepräsident) mit Corinna Drumm (VÖP) und Publizist Claus Reitan 7 Michael Himmer und Markus Gstöttner (Manstein)



5



6



7

WERBEIMAGE-STUDIE 2023: WERBUNG IN ZEITUNGEN UND MAGAZINEN WEISEN TOP-IMAGEWERTE AUF

Die anerkannte und unabhängige österreichische Reichweitenerhebung Media-Analyse hat im vergangenen Jahr erstmals das Werbeimage der relevanten Mediengattungen – Zeitungen/Zeitschriften (print und digital), Fernsehen, Radio und Social Media – erhoben.

Die Ergebnisse wurden am 4. September 2023 der Öffentlichkeit präsentiert. Die erfreuliche Nachricht: Zeitungen und Magazine punkten mit hohen Imagewerten. Werbung in Zeitungen und Magazinen – gedruckt ebenso wie digital – wird vor allen anderen Mediengattungen als informativ, nützlich, hochwertig und relevant wahrgenommen.

Die Ergebnisse im Detail

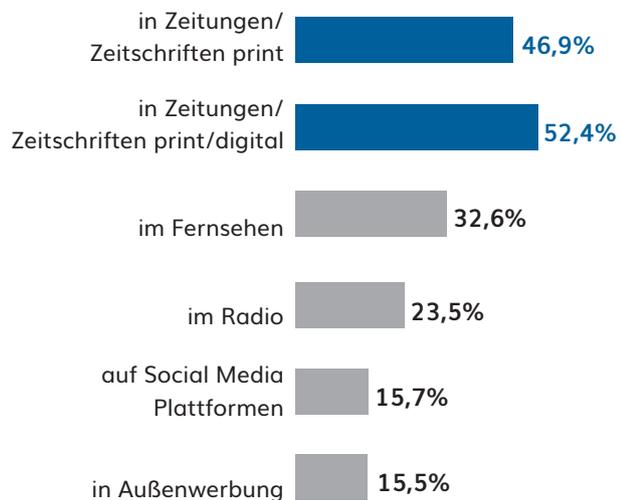
Zeitungen und Zeitschriften – egal, ob gedruckt oder digital – erzielen im Gattungsvergleich hohe Glaubwürdigkeitswerte: Für rund ein Drittel der Befragten ist Werbung, die sie in Printzeitungen oder -zeitschriften bzw. auf deren Webseiten wahrnehmen, glaubwürdig. Als besonders wenig glaubwürdig wird Werbung auf Social-Media-Plattformen eingeschätzt.

Werbung ist GLAUBWÜRDIG



Darüber hinaus stehen gedruckte Zeitungen und Zeitschriften sowie die entsprechenden Onlineangebote für ein relevantes Informationsangebot. Das wirkt sich auch auf die Wahrnehmung von Werbung dort aus: 46,9 Prozent (Zeitungen und Zeitschriften print) bzw. 52,4 Prozent (print und/oder digital) beurteilen Werbung in diesem Umfeld als informativ.

Werbung ist INFORMATIV

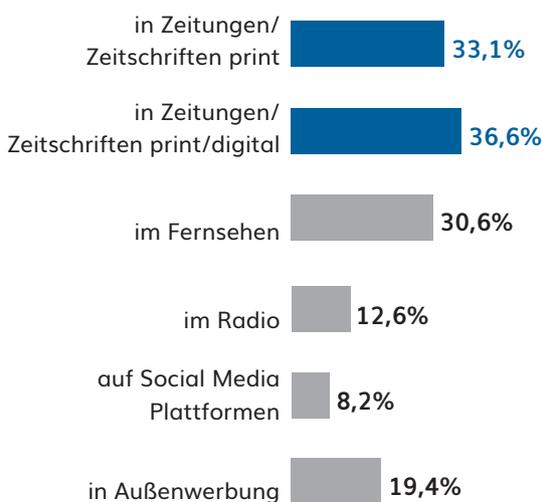


Hochwertiges, relevantes und glaubwürdiges Werbeumfeld

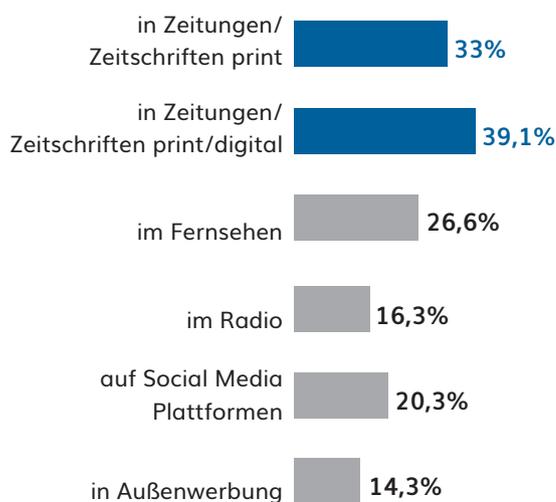
Als besonders hochwertig schätzen mehr als ein Drittel der Befragten (36,6 Prozent bzw. 33,1 Prozent) Werbung im Print- und/oder Onlineangebot von Zeitungen und Zeitschriften bzw. in den gedruckten Ausgaben ein.

Quelle: Werbeimage 2023, Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, n=2.277

Werbung ist HOCHWERTIG



Werbung ist FÜR MICH RELEVANT



Besonders gute Imagewerte weisen Zeitungen und Zeitschriften auch hinsichtlich der Relevanz der Werbung auf: 39,1 Prozent (print und/oder digital) bzw. 33 Prozent (print) der Befragten nehmen Werbung in diesem Umfeld als für sie relevant wahr. Das sind die höchsten Werte aller Mediengattungen und belegen die große Bedeutung von Zeitungen und Zeitschriften als Werbeumfeld.

43,5 Prozent (Zeitungen und Zeitschriften print und/oder digital) bzw. 38,8 % (print) der Befragten nehmen Werbung in Zeitungen und Zeitschriften als nützlich wahr. Das sind unter allen Medien-

Werbung ist NÜTZLICH



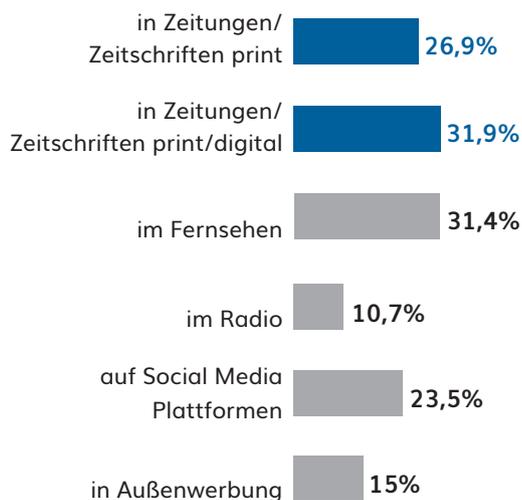
Quelle: Werbeimage 2023, Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, n=2.277

gattungen die bei Weitem höchsten Werte; die niedrigsten Werte weisen Social-Media-Plattformen sowie Außenwerbung auf.

Hohe Wirksamkeit

Werbung in Zeitungen und Zeitschriften wirkt sich zudem laut der Erhebung der Media Analyse positiv auf Kaufentscheidungen aus: Für 31,9 Prozent der befragten Personen ist Werbung in Zeitungen und Zeitschriften (print & digital) kaufanregend, knapp dahinter rangieren Fernsehen (31,4 Prozent) und gedruckte Zeitungen und Zeitschriften (26,9 Prozent); für Radio trifft das lediglich auf etwa jede Zehnte zu.

Werbung ist KAUFANREGEND

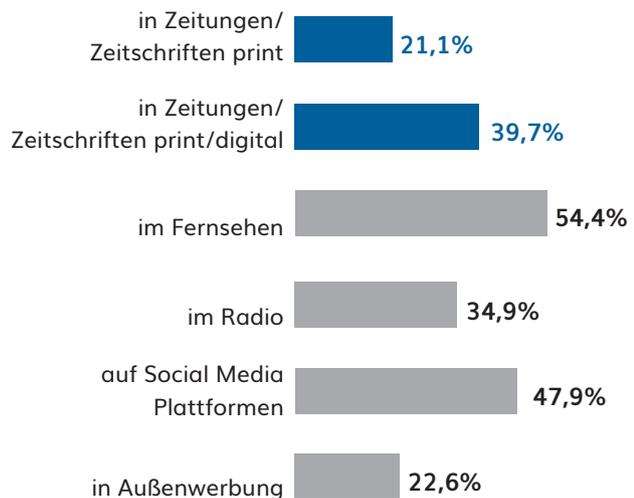


Auf der anderen Seite ist Werbung in Zeitungen und Zeitschriften unter allen verglichenen Gattungen jene, die am wenigsten als störend oder gar aufdringlich empfunden wird – insbesondere im Gegensatz zu Werbung im Fernsehen oder in den sozialen Netzwerken.

Werbung ist STÖREND



Werbung ist AUFRDINGLICH



Quelle: Werbeimage 2023, Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, n=2.277

Unterstützung der Imagekampagne

Um die erfreulichen Daten der Studie „MA-Werbeimage 2023“ entsprechend zu kommunizieren, erarbeiteten der Verein Media-Analysen und der Verband der Regionalmedien Österreichs (VRM) gemeinsam mit dem Verband

Österreichischer Zeitungen (VÖZ) eine Imagekampagne, die auch der ÖZV mit Schaltungen unterstützte. Die beiden Sujets arbeiteten mit den vier Ausprägungen „informativ“, „nützlich“, „hochwertig“ und „für mich relevant“ und wurden den Mitgliedsmedien zur Schaltung zur Verfügung gestellt mit der Möglichkeit, durch die Einbindung ihres eigenen Logos selbst als Absender der Botschaft aufzutreten. Die Kampagne startete im Oktober 2023 und stieß auf große Resonanz unter den Mitgliedern. “



Gute Nachrichten in ungewissen Zeiten.

Werbung in Zeitungen und Magazinen ist eine gute Investition.

Die anerkannte und unabhängige österreichische Reichweitenerhebung Media-Analyse hat das Werbeimage unterschiedlicher Mediengattungen erhoben. Zeitungen und Magazine punkten mit hohen Imagewerten. Werbung in Zeitungen und Magazinen – gedruckt oder digital – wird vor allen anderen Mediengattungen als informativ, nützlich, hochwertig und relevant wahrgenommen.

| Werbung ist... | | | | |
|--|------------|----------|------------|-------------------|
| | INFORMATIV | NÜTZLICH | HOCHWERTIG | FÜR MICH RELEVANT |
| in Zeitungen/Zeitschriften print | 46,9 % | 38,8 % | 33,1 % | 33,0 % |
| in Zeitungen/Zeitschriften print/digital | 52,4 % | 43,5 % | 36,6 % | 39,1 % |
| im Fernsehen | 32,6 % | 25,9 % | 30,6 % | 26,6 % |
| im Radio | 23,5 % | 18,1 % | 12,6 % | 16,3 % |
| auf Social Media Plattformen | 15,7 % | 16,3 % | 8,2 % | 20,3 % |
| in Außenwerbung | 15,5 % | 16,2 % | 19,4 % | 14,3 % |

Quelle: Werbeimage 2023, Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, n=2.277





Gute Nachrichten in ungewissen Zeiten.

Werbung in Zeitungen und Magazinen ist eine gute Investition.

Die anerkannte und unabhängige österreichische Reichweitenerhebung Media-Analyse hat das Werbeimage unterschiedlicher Mediengattungen erhoben. Zeitungen und Magazine punkten mit hohen Imagewerten. Werbung in Zeitungen und Magazinen – gedruckt oder digital – wird vor allen anderen Mediengattungen als informativ, nützlich, hochwertig und relevant wahrgenommen.

| Werbung ist... | | | | |
|--|------------|----------|------------|-------------------|
| | INFORMATIV | NÜTZLICH | HOCHWERTIG | FÜR MICH RELEVANT |
| in Zeitungen/Zeitschriften print | 46,9 % | 38,8 % | 33,1 % | 33,0 % |
| in Zeitungen/Zeitschriften print/digital | 52,4 % | 43,5 % | 36,6 % | 39,1 % |
| im Fernsehen | 32,6 % | 25,9 % | 30,6 % | 26,6 % |
| im Radio | 23,5 % | 18,1 % | 12,6 % | 16,3 % |
| auf Social Media Plattformen | 15,7 % | 16,3 % | 8,2 % | 20,3 % |
| in Außenwerbung | 15,5 % | 16,2 % | 19,4 % | 14,3 % |

Quelle: Werbeimage 2023, Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen, n=2.277




ÖZV-INTERN

ÖZV-VOLLVERSAMMLUNG 2023: IM ZEICHEN DER VERÄNDERUNG

Die Vollversammlung des ÖZV tagte am 7. Juni 2023 in den Verbandsräumlichkeiten am Schottenring. Im Mittelpunkt der Sitzung standen zum einen die medienpolitischen Neuerungen des abgelaufenen Verbandsjahrs, zum anderen wurden auch die wirtschaftlichen Herausforderungen, mit denen insbesondere Fachmedien konfrontiert waren und sind, thematisiert.

Verbandspräsidentin Claudia Gradwohl ging in ihrem Bericht vor dem Gremium etwa auf die Qualitätsjournalismus-Förderung ein, die im vergangenen Jahr in Kraft trat und lediglich den sogenannten „Universalmedien“ vorbehalten bleibt. Reine Fachmedien sind von der Förderung ausgeschlossen, was Präsidentin Gradwohl ausdrücklich kritisierte und auf die wertvolle Arbeit der Special-Interest-Magazine und der Fachzeitschriften in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft oder Sport sowie ihrer großen Bedeutung für eine pluralistische Medienlandschaft hinwies (lesen Sie hierzu mehr im entsprechenden Beitrag im Kapitel „Medienpolitik“).

Kurz umriss Claudia Gradwohl auch die herausfordernde wirtschaftliche Situation und die Unsicherheit auf den Märkten aufgrund der multiplen Krisen, die uns seit einigen Jahren begleiten. Vor allem wies sie auf die weiter-

hin hohen Energiepreise, die Problematik im Bereich der Lieferketten sowie auch auf die hohe Inflation als Faktoren hin, die im abgelaufenen Geschäftsjahr in zahlreichen Mitgliedsbetrieben zu einer angespannten finanziellen Situation geführt hatten.

Herausfordernde Situation auf dem Werbemarkt

ÖZV-Geschäftsführer Gerald Grünberger betonte in seinem Bericht vor der Vollversammlung insbesondere die schwierige Lage auf dem Werbemarkt im abgelaufenen Jahr 2022: Das Brutto-Werbeaufkommen für Magazine und Fachzeitschriften im Jahr 2022 bezifferte er mit 315,1 Mio. Euro, wobei auf den Magazinektor 239,23 Mio. Euro und auf den Bereich der Fachzeitschriften 75,87 Mio. Euro entfielen.

Damit blieb der Rückgang im Werbeaufwand zwar unter dem Durchschnitt des Printsektors, der 3,1 Prozent betrug, jedoch bewegte sich das Gesamtaufkommen weiterhin auf Krisenniveau und konnte nicht an das Wachstum von vor 2020 anschließen, so Grünberger. In diesem Zusammenhang wies der Geschäftsführer auch auf die zunehmende Scherenbewegung hinsichtlich der Ein- und Ausgabensituation hin, die vor allem kleinere Verlage vor große Herausforderungen stellte.

Änderungen in Präsidium und Vorstand

Im abgelaufenen Geschäftsjahr gab es einige Änderungen in Präsidium und Vorstand des ÖZV: Rainer Eder (Agrarverlag) schied nach langjährigem und außerordentlich engagiertem Wirken aufgrund seines Pensionsantritts aus dem Präsidium aus. Ihm folgte in der Funktion des Vizepräsidenten Philipp Ita (Ärzteverlag). Mit dessen voriger Funktion als Schatzmeister wurde Michael Zimper (Österreichischer Kommunal-Verlag) betraut. Den Sitz Rainer Eders für den Österreichischen Agrarverlag hat Winfried Eberl übernommen. “

ÖZV-VORSTANDSMITGLIEDER

(STAND MAI 2024)



Mag. Claudia GRADWOHL
VGN Medien Holding
Präsidentin

Präsidiumsmitglieder:



DDr. Gabriele AMBROS
Holzhausen Verlag
Vizepräsidentin



Mag. Philipp ITA
Ärzte Verlag
Vizepräsident



Dipl.-Ing. Winfried EBERL
Österreichischer
Agrarverlag



Thomas LETZ
Österreichischer
Wirtschaftsverlag



Hermann FUTTER
Compass-Verlag
Schriftführer



Erwin GOLDFUSS
LW Werbe- und Verlags GmbH
Stv. Schriftführer



Dr. Wolfgang PICHLER
MANZ'sche Verlags-
und Universitäts-
buchhandlung



Georg PIRKER
Medecco
Holding GmbH



Mag. Michael ZIMPER
Österreichischer
Kommunal-Verlag GmbH
Schatzmeister



Mag. Markus GSTÖTTNER
Manstein Verlag
Stv. Schatzmeister



Beatrice SCHMIDT
WEKA Industrie
Medien GmbH



Ronald
TOMANDL, MSc
Falstaff Verlag

DIE MITGLIEDER DES ÖZV

(STAND MAI 2024)

1000 und 1 Buch – Das Magazin für Kinder- und Jugendliteratur
Internationales Institut für Jugendliteratur und Leseforschung
Mayerhofgasse 6, 1040 Wien
www.1001buch.at

55plus-magazin.net
55PLUS Medien GmbH
Mexikoplatz 17/13, 1020 Wien
www.55plus-magazin.net

A3Bau
Österreichischer Kommunal-Verlag GmbH
Löwelstraße 6 / 2. Stock, 1010 Wien
www.kommunalverlag.at

Alpenpost – Zeitung des steirischen Salzkammergutes
Medienförderungsverein Ausseerland
Kammerhofgasse 227, 8990 Bad Aussee
www.alpenpost.at

Apotheker Krone
MedMedia Verlag und Mediaservice GmbH
Seidengasse 9, 1070 Wien
www.medmedia.at/medien/apothekerkrone/

A-Punkt
Alcar Heringrad GmbH
Leobersdorfer Straße 24, 2552 Hirtenberg
www.alcar.at

architektur.aktuell
Architektur Aktuell GmbH
Loquaiplatz 12/8, 1110 Wien
www.architektur-aktuell.at

architektur Fachmagazin
Laser Verlag
Ortsstraße 212/2/5, 2331 Vösendorf
www.architektur-online.com

artmagazine.cc
Artmagazine Kunst Informationsgesellschaft mbH
Breitenfurter Straße 394/Haus 10, 1230 Wien
artmagazine.cc

Ärzt*in für Wien (vormals Doktor in Wien)
Ärztelkammer für Wien
Weihburggasse 10-12, 1010 Wien
www.aekwien.at/aerztinfuerwien

Ärzte Exklusiv
Ärzte Verlag GmbH
Schlagergasse 11/16, 1090 Wien
www.aerzte-exklusiv.at/de

Ärzte Woche
Springer-Verlag GmbH
Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.at/aerztewoche

Ärzte Krone
MedMedia Verlag und Mediaservice GmbH
Seidengasse 9, 1070 Wien
www.medmedia.at/medien/aerztekrone

ASVÖ Newsletter
Allgemeiner Sportverband Österreichs
Dommayergasse 8, 1130 Wien
www.asvoe.at

Austria Innovativ
Verlag Holzhausen GmbH
Traungasse 14-16, 1030 Wien
www.austriainnovativ.at

AUTO & Wirtschaft
A&W-Verlag GmbH
Inkustraße 16, 3400 Klosterneuburg
autoundwirtschaft.at

AUTO aktuell
CB-Verlags GesmbH
Haydngasse 6, 1060 Wien
www.autoaktuell.at

autorevue
VGN Medien Holding GmbH
Taborstraße 1-3, 1020 Wien
www.vgn.at/autorevue

Autoservice
WEKA Industrie Medien GmbH
Dresdner Straße 43, 1200 Wien
autoservice.co.at

auto touring
Österreichischer Automobil-, Motorrad- und Touring Club (ÖAMTC)
Baumgasse 129, 1030 Wien
www.oeamtc.at/autotouring

Baublatt Österreich
specialmedia.com GmbH
 Johann Strauss Gasse 7/2/5, 1040 Wien
www.baublatt.at

Beenie Times
KaBB GmbH
 Breitwiesergutstraße 10, 4020 Linz
<https://www.beenie.cafe/weenie-times>

Besseres Obst
Österreichischer Agrarverlag Druck und Verlags GmbH. Nfg. KG
 Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.besseres-obst.at

BHM – Berg- und Hüttenmännische Monatshefte
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
bhm-online.at

Bienen aktuell
Landwirt Agrarmedien GmbH
 Hofgasse 5, 8010 Graz
www.bienenaktuell.com

brandaus
Niederösterreichischer Landesfeuerwehrverband
 Langenlebarner Straße 108, 3430 Tulln
www.noe122.at

Buchkultur
Buchkultur Verlags GesmbH
 Eslargasse 10/3a, 1030 Wien
www.buchkultur.net

C.A.S.H.-Das Handelsmagazin
Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H.
 Kranichberggasse 4, Euro Plaza 5, 1120 Wien
www.cash.at

Camping Revue
Österreichischer Camping Club (ÖCC)
 Baumgasse 129, 1030 Wien
www.campingclub.at

CliniCum derma
MedTriX GmbH
 Grünbergstraße 15 / Stiege 1, 1120 Wien
medizin-medien.at/print/clinicum-derma/

CliniCum innere
MedTriX GmbH
 Grünbergstraße 15 / Stiege 1, 1120 Wien
medizin-medien.at/print/clinicum/

CliniCum neuropsy
MedTriX GmbH
 Grünbergstraße 15 / Stiege 1, 1120 Wien
medizin-medien.at/print/clinicum-neuropsy/

CliniCum onko
MedTriX GmbH
 Grünbergstraße 15 / Stiege 1, 1120 Wien
medizin-medien.at/print/clinicum-onko/

CliniCum pneumo
MedTriX GmbH
 Grünbergstraße 15 / Stiege 1, 1120 Wien
medizin-medien.at/print/clinicum-pneumo/

CODA – Zeitschrift der Musikergilde
Musiker-Komponisten-AutorenGilde
 Hofgasse 2/13, 1050 Wien
www.musikergilde.at

Color
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.wirtschaftsverlag.at/bau/color

dach wand
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.handwerkundbau.at/dach-wand/

DAG Österreichische Zeitschrift
für das ärztliche Gutachten
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at

Das österreichische Industriemagazin
WEKA Industrie Medien GmbH
 Dresdner Straße 43, 1200 Wien
industriemagazin.at

DATUM – Seiten der Zeit
Satzbau Verlags GmbH
 Große Pfarrgasse 7/2, 1020 Wien
www.datum.at

Deine APOTHEKE
Österreichische Apotheker-
Verlagsgesellschaft m.b.H.
Spitalgasse 31A, 1090 Wien
www.apoverlag.at

Der Anblick
Steirische Landesjägerschaft
Rottalgasse 24, 8010 Graz
www.anblick.at

Der Hinterbrühler
Süddruckgasse 4, 2512 Tribuswinkel
www.derhinterbruehler.at

Der neue Konditor
Verlag Alphonsus
Hollandstraße 7/22, 1020 Wien
www.alphonsus.at

Der österreichische Installateur
Verlag Holzhausen GmbH
Traungasse 14-16, 1030 Wien
www.derinstallateur.at

Der Pflanzenarzt
Österreichischer Agrarverlag Druck und
Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.der-pflanzenarzt.at

der Plan
Kammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten
für Wien, Niederösterreich und Burgenland
Karlgasse 9, 1040 Wien
wien.arching.at

**Der Vierzeiler – Zeitschrift für Musik
und Kultur und Volksleben**
Verein Steirisches Volksliedwerk
Sporgasse 23/III, 8010 Graz
www.steirisches-volksliedwerk.at

Der Waldbauer
Österreichischer Agrarverlag Druck und
Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.derwaldbauer.at

Der Winzer
Österreichischer Agrarverlag Druck und
Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.der-winzer.at

Die Briefmarke
Verband Österreichischer
Philatelistenvereine (VÖPh)
Getreidemarkt 1, 1060 Wien
www.voeph.at

**Die Gemeinde – Offizielles Organ
der Israelitischen Kultusgemeinde Wien**
Israelitische Kultusgemeinde Wien
Seitenstettengasse 4, 1010 Wien
www.ikg-wien.at

e & i – Elektrotechnik und Informationstechnik
Springer-Verlag GmbH.
Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springer.com

ecolex Fachzeitschrift für Wirtschaftsrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.ecolex.at

EF-Z Zeitschrift für Ehe- und Familienrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/ef-z

Ehe und Familien
Katholischer Familienverband Österreichs
Spiegelgasse 3/3/9, 1010 Wien
www.familie.at

Erziehung & Unterricht
Österreichischer Bundesverlag Schulbuch
GmbH & Co. KG
Lassallestraße 9b, 1020 Wien
www.oebv.at

european surgery
Springer-Verlag GmbH.
Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springer.com

ExtraDienst

MG Mediengruppe GmbH
Burgring 1/7, 1010 Wien
www.extradienst.at

FaktuM

MG Mediengruppe GmbH
Burgring 1/7, 1010 Wien
www.faktum.at

Falstaff-Magazin

Falstaff Verlags-GmbH
Schottenring 2-6, 1010 Wien
www.falstaff.at

FILM + VIDEO Report

Österreichisches Filmservice KG
Schaumburggasse 18, 1040 Wien
www.filmserviceinternational.com

firmeninfo.at

Compass-Verlag GmbH
Schönbrunner Straße 231, 1120 Wien
www.firmeninfo.at

Firmenwagen

WEKA Industrie Medien GmbH
Dresdner Straße 43, 1200 Wien
firmenwagen.co.at

Forstzeitung

**Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG**
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.forstzeitung.at

FOTO objektiv

Publitech Zeitschriften- und Buch-Verlag e.U.
Sigmundgasse 16/4, 1070 Wien
www.fotoobjektiv.at

Freie Fahrt

**ARBÖ, Auto-, Motor- und Radfahrerbund
Österreichs, Bundesorganisation**
Johann-Böhm-Platz 1, 1020 Wien
www.freiefahrt.at

Garten + Haus

**Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG**
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.garten-haus.at

Gärtner + Florist

**Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG**
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.gaertner-und-florist.at

gebäude installation

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.wirtschaftsverlag.at/medien

Gesundes Tirol

Ärztelkammer für Tirol
Anichstraße 7, 6020 Innsbruck
www.aektirol.at

getränke

Verband der Getränkehersteller Österreichs
Zaunergasse 1-3, 1030 Wien
getraenkeverband.at

Glas

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.wirtschaftsverlag.at/bau/glas

GO!

Pubbles FilmgesmbH
Wilhelminenstraße 91/IIc, 1160 Wien
www.go-motormagazin.at

GUSTO – Das österreichische Kochjournal

VGN Medien Holding GmbH
Taborstraße 1-3, 1020 Wien
www.gusto.at

Haus & Eigentum

**Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG**
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.haus-und-eigentum.at

HAUSTEC

**HAUSTEC Fachmedien Zeitschriften
und Buchverlag Erich St. Peischl**
Billrothstraße 79a/Top 9, 1190 Wien
www.haustec.cc

HLK Heizung, Lüftung, Klimatechnik

WEKA Industrie Medien GmbH
Dresdner Straße 43, 1200 Wien
hlk.co.at

Holzbau Austria
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.holzbau-austria.at

Holzkurier
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.holzkurier.com

HORIZONT
Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H
Kranichberggasse 4, EURO PLAZA 5, 1120 Wien
www.horizont.at

hotel & touristik essenz
Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H
Kranichberggasse 4, EURO PLAZA 5, 1120 Wien
www.manstein.at

hotel & touristik Specials
Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H
Kranichberggasse 4, EURO PLAZA 5, 1120 Wien
www.manstein.at

Immobilien Fokus (ImmoFokus)
Real Estate Media Group GmbH
Handelskai 94-96, 1200 Wien
www.immo-timeline.at

immolex Zeitschrift für neues Miet- und Wohnrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannessgasse 23, 1010 Wien
www.immolex.at

ISR – Internationale Seilbahn-Rundschau
Verlag Holzhausen GmbH
Traungasse 14-16, 1030 Wien
www.isr.at

JAP Juristische Ausbildung und Praxis
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannessgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/jap

JÖ-Jugendmagazin
„Jungösterreich“ Zeitschriftenverlag
GmbH. & Co. KG
Sillgasse 8, 6020 Innsbruck
www.lehrerservice.at

Journal Graz
Journal Graz Pertzl KG
Elariweg 6, 8054 Graz-Seiersberg
www.journal-graz.at

Key Account
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.key-account.at

KFZ Wirtschaft
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.kfz-wirtschaft.at

Kulturní Klub
Kulturklub der Tschechen und
Slowaken in Österreich
Mohsgasse 30/9, 1030 Wien
www.kulturklub.at

kunst und kirche
Medecco Holding GmbH
Loquaiplatz 12/9a, 1060 Wien
www.kunstundkirche.com

Land der Berge
LW Werbe- und Verlags GmbH
Ringstraße 44/1. Stock, 3500 Krems
www.landderberge.at

Landwirt
Landwirt Agrarmedien GmbH
Hofgasse 5, 8010 Graz
www.landwirt-media.com

Leben jetzt
Steyler Missionare e.V. Zeitschriftenapostolat
Missionshaus St. Gabriel
Gabrielerstraße 171, 2340 Maria Enzersdorf
www.lebenjetzt.eu

Lebensmittelhandwerk
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
 Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.daslebensmittelhandwerk.at

Lust aufs Leben
VGN Medien Holding GmbH
 Taborstraße 1-3, 1020 Wien
www.lustaufsleben.at

„Jungösterreich“ Zeitschriftenverlag
GmbH & Co. KG
 Sillgasse 8, 6020 Innsbruck
www.jungoesterreich.at

Medical Tribune
MedTriX GmbH
 Grünbergstraße 15 / Stiege 1, 1120 Wien
www.medical-tribune.at

Medien und Recht
Medien und Recht Verlags GmbH
 Danhausergasse 6, 1040 Wien
www.medien-recht.com

Medienimpulse
Bundesministerium für Bildung,
Wissenschaft und Forschung
 Minoritenplatz 5, 1010 Wien
journals.univie.ac.at/index.php/mp

Medizin populär
Verlagshaus der Ärzte – Gesellschaft
für Medienproduktion
und Kommunikationsberatung GmbH
 Nibelungengasse 13, 1010 Wien
www.medizinpopulaer.at

Mein Wien
Stadt Wien – MA 53 Presse- und Informationsdienst
 Lichtenfelsgasse 2, Stiege 3,
 Hochparterre, 1010 Wien
vorteilsclub.wien.at

memo – magazine of european medical oncology
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.com

Metall
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.metallzeitung.at

Mini-Spatzenpost
„Jungösterreich“ Zeitschriftenverlag
GmbH & Co KG
 Sillgasse 8, 6020 Innsbruck
www.lehrerservice.at

Miss
MissMEDIA GmbH
 Haidingergasse 2, 1030 Wien
www.miss.at

MM MaschinenMarkt
TECHNIK & MEDIEN Verlagsges.m.b.H.
 Traviatagasse 21-29/8/2, 1230 Wien
www.technik-medien.at

MOTOR Freizeit & Trends
MOTOR Freizeit & Trends PressegesellschaftmbH
 Im Plattner 17, 6833 Klaus
www.motor-freizeit-trends.at

Neuropsychiatrie
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springer.com/journal/40211

Oase des Friedens
 Zeleborgasse 22 /4, 1120 Wien
oasesdesfriedens.at

ÖAZ – Österreichische Apotheker-Zeitung
Österreichische Apotheker-
Verlagsgesellschaft m.b.H.
 Spitalgasse 31, 1090 Wien
www.oeaz.at

ÖBI – Österreichische Blätter für gewerblichen
Rechtsschutz und Urheberrecht
Österreichische Vereinigung für gewerblichen
Rechtsschutz und Urheberrecht
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/oebli

ÖGZ – Österreichische Gastronomie- & Hotel-Zeitung
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.gast.at

ÖJZ Österreichische Juristen-Zeitung
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.oejz.at

ÖMZ – Österreichische Militärische Zeitschrift
Republik Österreich/ Bundesministerium
für Landesverteidigung, BMLV
 Roßauer Lände 1, 1090 Wien
www.oemz-online.at

ÖNZ Österreichische Notariatszeitung
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/nz

OÖ Wirtschaft – Die Zeitung für
Oberösterreichs Unternehmen
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
news.wko.at

Österreichische Ärztezeitung
Verlagshaus der Ärzte – Gesellschaft
für Medienproduktion
und Kommunikationsberatung GmbH
 Nibelungengasse 13, 1010 Wien
www.aerztezeitung.at

Österreichische Bäcker & Konditor Zeitung
Verlag Almer, Fachverlag + Kommunikation
Johann Almer
 Lenaugasse 5/11, 1080 Wien
www.baeckerzeitung.at

Österreichische Bauernzeitung
Agrar Media Verlagsgesellschaft mbH
 Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.bauernzeitung.at

Österreichische Bauzeitung
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.bauforum.at

ÖSTERREICHISCHE TEXTILZEITUNG
Manstein Zeitschriftenverlagsges.m.b.H
 Kranichberggasse 4, EURO PLAZA 5, 1120 Wien
www.textilzeitung.at

Österreichische Trafikanten-Zeitung
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
 Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.trafikantenzeitung.at

Österreichische Wasser- und Abfallwirtschaft
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.oewav.at

Österreichische Zeitschrift für Pflegerecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.oezpr.manz.at

Österreichisches Anwaltsblatt
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at

Österreichs Journalist:in
Verlag Johann Oberauer GmbH
 Fliederweg 4, 5301 Salzburg-Eugendorf
www.journalist.at

ÖTZ Österreichische Taxizeitung
Fachliste der gewerblichen Wirtschaft
 Straße der Wiener Wirtschaft 3, 1020 Wien
taxizeitung.at

Pädiatrie und Pädologie
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.com

parnass
PARNASS Verlag Ges.m.b.H.
 Locquaiplatz 12, 1060 Wien
www.parnass.at

pbs-Magazin/ Spiel & Creativ
Heymann & Jahn, Druck- und VerlagsgesmbH.
 Lindengasse 31-33/4/4, 1070 Wien
www.pbsmagazin.at

Pferderevue
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
 Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.pferderevue.at

Pharmatime
Pharma-Time Verlags GmbH
 Pezlgasse 18-20/20, 1170 Wien
www.pharmatime.at

pkajournal
Pharma-Time Verlags GmbH
 Pezlgasse 18-20/20, 1170 Wien
www.pka-journal.at

Pro Care
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.com

Prost
amedien Werbe- & Verlags GmbH
 Adlerstraße 2, Top 1, 4600 Wels
www.prost-magazin.at

PSR Die Privatstiftung
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
psr.manz.at

Psychopraxis. Neuropraxis
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.com

Raiffeisenblatt
Fachverband der Raiffeisenbanken
 Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Platz 1, 1020 Wien
www.raiffeisen.at/raiffeisenblatt

Raiffeisenzeitung
Raiffeisen Media GmbH
 Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Platz 1, 1020 Wien
www.raiffeisenzeitung.at

ratgebergeld
e-Finanzmedien Achim Mautz GmbH
 Muttendorf 2, 8143 Dobl
ratgebergeld.at/premium/ratgebergeld/

RIDethebull
e-Finanzmedien Achim Mautz GmbH
 Muttendorf 2, 8143 Dobl
ratgebergeld.at/premium/ridethebull-premium/

RdM Recht der Medizin
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/rdm

RdU Recht der Umwelt
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/rdu

Reader's Digest Österreich
Verlag Das Beste Ges.m.b.H.
 Landstraßer Hauptstraße 71/2, 1030 Wien
readersdigest.de/at

REGAL
REGAL Verlagsgesellschaft m.b.H.
 Florido Tower, Floridsdorfer Hauptstraße 1,
 1210 Wien
www.regal.at

REISE-aktuell
CB-Verlags GesmbH
 Haydngasse 6, 1060 Wien
www.reiseaktuell.at

REISEN
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
 Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.magazin-reisen.at

Reisetipps
Profi Reisen Verlagsgesellschaft m.b.H.
 Seidlgasse 22, 1030 Wien
www.reisetipps.cc

RFG Recht und Finanzen für Gemeinden
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/rfg

SAAT

Evangelischer Presseverband in Österreich
Ungargasse 9/10, 1030 Wien
evang.at

SBS-Journal

Verein SBS-Plattform -
Werbegemeinschaft für die Einkaufsorte
St. Johann, Bischofshofen, Schwarzach
Leo-Neumayer-Platz 1, 5600 St. Johann/Pongau
www.sbsshopping.at/sbs-journal

Schafe und Ziegen aktuell

Landwirt Agrarmedien GmbH
Hofgasse 5, 8010 Graz
www.schafeundziegen.com

Schweiß- & Prüftechnik

Österreichische Gesellschaft für Schweißtechnik
Döblinger Hauptstraße 17/4/1, 1190 Wien
oegs.org

Scientia Pharmaceutica

Österreichische Pharmazeutische Gesellschaft
Althanstrasse 14, 1090 Wien
www.scipharm.at

Shopping intern

Verlag Hannes Fenz
SCS Bürocenter, B1/9, 2334 Vösendorf-Süd
https://www.shoppingintern.at/

SI – Seilbahnen International

Seilbahnen International Verlag GmbH
Pebering-Sträß 21, 5301 Eugendorf
www.simagazin.com

**Sichere Arbeit – Internationales Fachmagazin
für Prävention in der Arbeitswelt**

Allgemeine Unfallversicherungsanstalt (AUVA)
Vienna Twin Towers
1100 Wien, Wienerbergstraße 11
www.sicherearbeit.at

Sortimenter-Brief

Verlagsbüro Karl Schwarzer Ges.m.b.H.
Dionysius-Andrassy-Str. 1/Top 2, 1190 Wien
www.schwarzer.at

Spatzenpost

„Jungösterreich“ Zeitschriftenverlag GmbH. & Co. KG
Sillgasse 8, 6020 Innsbruck
www.lehrerservice.at

Spektrum der Augenheilkunde

Springer-Verlag GmbH
Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.com

springerin – Hefte für Gegenwartskunst

Verein „Springerin“
Quartier 21/MQ, Museumsplatz 1, 1070 Wien
www.springerin.at

Stadt Wien INTERN

Presse- und Informationsdienst der Stadt
Wien, MA 53
Lichtenfelsgasse 2 Stiege 3, Hochparterre,
1010 Wien
www.wien.gv.at/medien/print/aktuell/

TAI

T.A.I. Tourist Austria International
Fachzeitungsverlag GmbH.
Weyrgasse 8/9, 1030 Wien
www.tai.at

taxlex Zeitschrift für Steuer und Beratung

MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannessgasse 23, 1010 Wien
www.taxlex.at

TGA – Technische Gebäude Ausrüstung

WEKA Industrie Medien GmbH
Dresdner Straße 43, 1200 Wien
tga.at

tip – travel industry professional

Profi Reisen Verlagsgesellschaft m.b.H.
Seidlgasse 22, 1030 Wien
www.tip-online.at

Tischler Journal

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
Lassallestraße 7a, Unit 5, Top 101-1, A-1020 Wien
www.bauforum.at/tischler-journal

tma – travel management austria
Profi Reisen Verlagsgesellschaft m.b.H.
 Seidlgasse 22, 1030 Wien
www.tma-online.at

Traktuell
WEKA Industrie Medien GmbH
 Dresdner Straße 43, 1200 Wien
www.traktuell.at

TRUPPENDIENST
Bundesministerium für Landesverteidigung
 Rossauer Lände 1, 1090 Wien
www.truppendienst.com

VALID Magazin
VALID Verlag GmbH
 Reithlegasse 4, 1190 Wien
www.validmagazin.com

VbR Zeitschrift für Verbraucherrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
 Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/vbr

VERKEHR – Internationale Fachzeitung für Logistik
Verlag Holzhausen GmbH
 Traungasse 14-16, 1030 Wien
www.verkehr.co.at

vernissage
Brod Media GmbH
 Rainergasse 35/1/1, 1050 Wien
www.art-navi.at

Verordnungsblatt des BMBWF
Österreichischer Bundesverlag Schulbuch
GmbH & Co. KG
 Lassallestraße 9b, 1020 Wien

VETMED – Das Magazin
Veterinärmedizinische Universität Wien und
Gesellschaft der Freunde der Veterinärmedizinischen
Universität Wien
 Veterinärplatz 1, 1210 Wien
www.vetmeduni.ac.at

VINARIA
LW Werbe- und Verlags GmbH
 Ringstraße 44/1. Stock, 3500 Krems
www.vinaria.at

Wien Leben
Stadt Wien – MA 53 Presse- und Informationsdienst
 Lichtenfelsgasse 2, Stiege 3, Hochparterre,
 1010 Wien
vorteilsclub.wien.at

Wien Magazin
Heymann & Jahn, Druck- und VerlagsgesmbH.
 Lindengasse 31-33/4/4, 1070 Wien
www.wienmagazin.at

Wiener klinische Wochenschrift
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.at

Wiener klinisches Magazin
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.at

Wiener Medizinische Wochenschrift – Skriptum
Springer-Verlag GmbH
 Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.at

Wiener Wirtschaft
Wirtschaftskammer Wien /
Redaktion Wiener Wirtschaft
 Straße der Wiener Wirtschaft 1, 1020 Wien
www.wienerwirtschaft.info

WIR – Die Kinderfreunde
Österreichische Kinderfreunde -
Bundesorganisation
 Rauhensteingasse 5, 1010 Wien
www.kinderfreunde.at

Wirtschaftsnachrichten Donauraum
WEKA Industrie Medien GmbH
 Dresdner Straße 43, 1200 Wien
industriemagazin.at/wirtschaftsnachrichten

Wirtschaftsnachrichten Süd
WEKA Industrie Medien GmbH
 Dresdner Straße 43, 1200 Wien
industriemagazin.at/wirtschaftsnachrichten

Wirtschaftsnachrichten West
WEKA Industrie Medien GmbH
 Dresdner Straße 43, 1200 Wien
industriemagazin.at/wirtschaftsnachrichten

wmw – Wiener Medizinische Wochenschrift
Springer-Verlag GmbH
Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springer.com

Yachtrevue
VGN Medien Holding GmbH
Taborstraße 1-3, 1020 Wien
www.yachtrevue.at

Zahn Arzt
Springer-Verlag GmbH
Prinz-Eugen-Straße 8-10, 1040 Wien
www.springermedizin.at

ZAS Zeitschrift für Arbeits- und Sozialrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/zas

Zeit für Genuss
Österreichischer Agrarverlag
Druck- und Verlags GmbH. Nfg. KG
Sturzgasse 1a, 1140 Wien
www.genuss-magazin.eu

Zek Zukunftsenergie + Kommunaltechnik
zek-VERLAG, Mag. Roland Gruber e.U.
Brunnenstraße 1, 5450 Werfen
www.zek.at

ZfRV Zeitschrift für Europarecht, Internationales
Privatrecht und Rechtsvergleichung
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/zfrv

ZLB Österreichische Zeitschrift für
Liegenschaftsbewertung
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/zlb

ZVB Zeitschrift für Vergaberecht und
Bauvertragsrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/zvb

ZVR Zeitschrift für Verkehrsrecht
MANZ'sche Verlags- und
Universitätsbuchhandlung GmbH
Johannesgasse 23, 1010 Wien
www.manz.at/zvr

MITGLIEDERBEWEGUNGEN

Im Berichtszeitraum 2023/2024 sind 13 Titel aus dem Österreichischen Zeitschriften- und Fachmedienverband ausgeschieden und 2 Titel beigetreten.

Der ÖZV zählt 201 Titel zu seinen Mitgliedern.

Mitgliedsbeiträge

Für die erste Publikation beläuft sich der Mitgliedsbeitrag pro Halbjahr auf 240 Euro. Hinzu kommt eine einmalige Aufnahmegebühr von 80 Euro.

Für jedes weitere Verlagsobjekt kommen halbjährliche Kosten in der Höhe von 110 Euro dazu.

Beitritte:

- Ratgebargeld, e-Finanzmedien Achim Mautz GmbH
- RIDethebull, e-Finanzmedien Achim Mautz GmbH

Ausgeschiedene Mitglieder:

- ADLER Zeitschrift für Genealogie und Heraldik, Heraldisch-Genealogische Gesellschaft „Adler“
- Architekturjournal Wettbewerbe, Verlag Holzhausen GmbH
- best banking, bestbanking medien
- Der Reitwagen, Der Reitwagen ZeitschriftenverlagsgesmbH
- die wirtschaft, Österreichische Wirtschaftsverlag GmbH
- Dispo, WEKA Industrie Medien GmbH
- elektronik report, WEKA Industrie Medien GmbH
- E-Media, VGN Medien Holding GmbH
- Freiheit, Wiener Pressverein
- ÖIZ Österreichische Immobilien Zeitung, Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
- Packaging Austria, EMGroup GmbH
- pbs-Magazin Spiel & Creativ, Heymann + Jahn Druck
- Wohnwelt – Magazin für Raiffelsen Wohnbausparer, VGN Medien Holding GmbH

FINANZERGEBNIS 2023

| Einnahmen | | Ausgaben | |
|--------------------------------------|----------------|----------------------------------|----------------|
| Mitgliedsbeiträge | 65.620 | Service- & Infrastruktur | 48.000 |
| Presseausweise | 4.261 | Verwaltungsaufwand | 944 |
| Erträge aus der Reprografievergütung | 46.391 | Vereinstätigkeit, Werbung | 26.079 |
| Sonstige Erträge | 625 | Mitgliedsbeiträge | 14.994 |
| | | Rechts- und Prüfungskosten | 7.460 |
| | | Sonstige Aufwendungen | 13.967 |
| | | Steuern vom Einkommen und Ertrag | 1.400 |
| Gesamt | 116.897 | Gesamt | 112.844 |
| | | Jahresergebnis | 4.053 |

IMPRESSUM

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger:

Österreichischer Zeitschriften- und Fachmedienverband ÖZV

Schottenring 12/5

1010 Wien

E-Mail: office@oezv.or.at

Tel: +43 (1) 319 70 01

Gestaltung und Produktion:

Madame Grafix Lilo Werbach

Druck:

Print Alliance HAV Produktions GmbH

Lektorat:

Dr. Gertrud Kainz

Agentur für Werbung und Kommunikation

Fotos:

Coverfoto: Christof Kopfer / erstellt mit der KI Midjourney; S. 4: René Prohaska;
S. 6: ÖZV / Franz Helmreich; S. 17, S. 18: shutterstock.com / metamorworks;
S. 20: shutterstock.com / Alexandros Michailidis; S. 25: shutterstock.com / Peshkova;
S. 26: shutterstock.com / qvist; S. 32-35: Medienakademie; S. 36: Claudia Gigler;
S. 37: ÖZV; S. 43: ÖZV / Franz Helmreich; S. 46-48: Johannes Brunnbauer;
S. 50: Katharina Schiffli; S. 57: René Prohaska, Petra Spiola, Barbara Nidetzky,
Bettina Futter, LW Werbe- und Verlags GmbH, Kommunal-Verlag, Sabine Klimpt,
Der Standard, Stephan Huger, WEKA Industrie Medien GmbH, Herbert Lehmann,
Agrarverlag; beige stellt

Stand: Mai 2024

Satz- und Druckfehler vorbehalten

