

Das Weißbuch

Der Verband Österreichischer Privatsender legt „Visionen“ für Medien-Reformen vor.

WIEN. Der Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) hat seine Forderungen für Reformen für den österreichischen Medienmarkt in einem Weißbuch unter dem Titel „Media Future Perspectives“ gebündelt. Dies betreffe Änderungen beim ORF wie auch bei der Medienförderung. Außerdem warnt der Verband vor den US-Giganten wie Facebook und Google.

Bei der Präsentation des Weißbuchs äußerte sich auch VÖP-Vorsitzender Ernst Swoboda. Für ihn stehe fest, dass es auch künftig öffentliche Mittel brauchen wird; lediglich das *Wie* müsse reformiert werden.

Zeitgemäße Finanzierung

Die Finanzierung des ORF soll nach VÖP-Vorstellung „zeitgemäß“ erfolgen. Gespeist aus einem „zentralen Medienbudget des Bundes“, soll sie alle zwei Jahre auf die „Erforderlichkeit“ einer Anpassung überprüft werden: Zwar auf Vorschlag des Generaldirektors, aber von einem „unabhängigem Expertengremium“ ähnlich dem System in Deutschland. Die Genehmigung einer allfälligen Erhöhung soll dann eine „Stelle mit politischer Verantwortung“ gewähren. Für private Medien brauche es eine „gattungsbezogene Basisförderung“ sowie „gattungsübergreifende“ Mittel für „Zukunftsbereiche“ wie Digitaljournalismus und den „strukturellen Wandel“.

Jede Menge Änderungsbedarf sieht der VÖP bei den Rahmenbedingungen für den ORF; dieser müsse „unverwechselbar“ werden – das ist er nämlich nach Ansicht des Verbands derzeit nicht, sondern „quasi ein kommerzieller, aber gebührenfinanzierter Medienanbieter“, so Swoboda. Der Public Value als „Kernauftrag“ müsse *konkreter* formuliert werden – etwa, indem jedes TV-Vollprogramm die



Weißbuch

Die Media Future Perspectives – eine Vision für den österreichischen Medienmarkt.

„gesetzlich definierten Inhaltskategorien“ (also zum Beispiel Information, Kultur, Sport, etc., Anm.) zu einem bestimmten Anteil – 20% schweben dem VÖP vor – beinhalten muss. Im Bereich Radio möchten die Privaten den ORF-Sendern einen Wortanteil von 20% verordnen; außerdem sollten zwei der vier bundesweiten Radioketten des ORF von UKW auf DAB+ übersiedeln.

20%

Radio

Einen Wortanteil von 20% möchten die Privaten den ORF-Sendern im Radio verordnen.

Verbot reiner Imagewerbung
Weiters brauche der ORF „weniger Kommerz“ und müsse seine „Werbeintensität reduzieren“. „Das nach der Quote Schielen ist Gift für öffentlich-rechtliche Programmierung“, so Swoboda. Reine Imagewerbung solle verboten werden, der Einkauf „teurer Premiumrechte“ beschränkt.

VÖP-Co-Vorsitzender Markus

Breitenecker wiederum sieht den nationalen und europäischen Gesetzgeber im „Medienkrieg mit amerikanischen US-Giganten“ gefordert – gemeint sind globale Player wie Google, Facebook oder Amazon. Europa müsse „attraktive Alternativen“ zu diesen Netzwerken entwickeln und dafür auch Geld – von einer Medienabgabe gespeist – in die Hand nehmen. Außerdem müssten die Plattformen rechtlich als *Medien* eingestuft werden, bekräftigte Breitenecker. Und es brauche eine steuerliche Gleichbehandlung.

Kommerzielle Interessen

Der ORF selbst reagierte unfreundlich auf die VÖP-Vorschläge. Wieder habe dieser „eine nachhaltige Schwächung des ORF“ im Sinn. „Publikumsfremde und bürokratische Programmierregeln“ oder Radio über einen „kaum empfangbaren digitalen Verbreitungsweg“ sei nicht im Sinne der Gebührenzahler. Eine Finanzierung aus dem Budget würde die Unabhängigkeit des ORF aushöhlen. „Es zeigt sich, dass der VÖP hauptsächlich die kommerziellen Interessen deutscher Medienkonzerne und ihrer TV-Werbefenster vertritt und nicht die des österreichischen Medienmarkts.“ (APA)

”

Es zeigt sich einmal mehr, dass der VÖP hauptsächlich die kommerziellen Interessen deutscher Medienkonzerne und ihrer TV-Werbefenster vertritt.

ORF

Reaktion auf das Weißbuch des VÖP

“