

... Von Dinko Fejzuli

**W**ie jede größere Krise trifft auch diese vor allem die Medien hart. Die Rückgänge bei den Buchungen schwanken zwischen 30% bis mitunter 70%. **medianet** bat VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger zum Interview über die aktuelle Lage.

**medianet:** Herr Grünberger, die Bundesregierung hat aufgrund der derzeitigen Krisensituation ein nachgebessertes Medienpaket präsentiert; ein Digitalpaket steht noch nicht. Wie beurteilen Sie die Gesamtsituation bzw. die Kritik, die an den Maßnahmen geäußert wurden?

**Gerald Grünberger:** Man muss in dieser etwas aufgeregten Situation mehrere Dinge auseinanderhalten und die verschiedenen Bausteine betrachten, die ein Gesamtbild ergeben. Zum einen sind alle Medienbetriebe aufgrund der Coronakrise massiv bedroht, wie man anhand der rückläufigen Werbeerlöse sieht. Das ist einerseits in den Focus-Daten ablesbar, und andererseits führen wir laufend eigene Erhebungen unter unseren Mitgliedern durch, die allesamt dramatisch ausgefallen sind. Im März waren wir, was Anzeigen-Storni betrifft, bei knapp 50% jetzt sind wir bereits bei 70%. Auflagenstärkere Medien, mit einem höheren Werbepreis, sind da natürlich summenmäßig stärker betroffen, aber es trifft alle Medien verlegerischer Herkunft gleich hart.

**medianet:** Wie stehen Sie zum Hilfspaket der Regierung?

**Grünberger:** Die Maßnahmen, die die Bundesregierung gesetzt hat, sind grundsätzlich zu begrüßen, wie etwa das 30 Mio. Euro-Paket, das 15 Mio. für Print und 15 Mio. für elektronische Medien beinhaltet. Selbstverständlich

”

*Es wurde seitens der Bundesregierung erkannt, dass redaktionelle Medien zur kritischen Infrastruktur einer Demokratie gehören.*

“

# Hart getroffen: das Trägermedium Print

VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger über die aktuelle Lage, das Medien-Hilfspaket und die Aussicht nach Corona.

gibt es auch Kritik an der Fördermaßnahme, wie zum Beispiel am Verteilungsmechanismus. Bei der Verteilung des erwähnten Pakets gebe ich weiters zu bedenken, dass die Reichweiten zwischen Printmedien und elektronischen Medien sehr unterschiedlich sind; daher ist auch die Aufteilung zwischen den Gattungen zu hinterfragen. Aber – und dies ist positiv – es wurde seitens der Bundesregierung erkannt, dass redaktionelle Me-

dien zur *kritischen* Infrastruktur einer Demokratie gehören. Das ist auch in allen Nutzungsdaten der letzten Wochen erkennbar: Die *Onlineangebote* der Zeitungen und Magazine verzeichneten erhebliche Zugriffszahlen – teilweise mit einem Plus zwischen 300 und 400 Prozent.

**medianet:** Nur monetarisieren kann man es derzeit nicht ...

**Grünberger:** Das ist leider richtig, besonders betroffen ist das

Trägermedium Print, aber auch Online kann aufgrund des Werbeumfelds ‚Coronakrise‘ nur bedingt performen.

**medianet:** Konkret nochmals zur Kritik an der neuen Förderung, wie etwa, dass der Boulevard übermäßig gefördert werde; und wenn man sich die Zahlen ansieht, fällt auf, dass bei Wochenzeitungen vor allem partei- oder kirchennahe Titel profitieren; dafür war Digital



© VÖZ/Franz Helmreich Fotografie