



„t fÄ¼r den Medienstandort â€“ BILD

5 | 23.05.2024 | Kunde: Online-Vermarkterkreis |
O V Knenpolitik | Medieninformation

Nur mehr 17,7 Prozent der digitalen Werbeausgaben verbleiben heuer in Österreich. Damit sind qualitativer Journalismus und Medienvielfalt kaum mehr zu finanzieren.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Laut der soeben erschienenen „[MOMENTUM Spendingstudie 2023 und Prognose 2024](#)“ werden die digitalen Werbeausgaben in Österreich in diesem Jahr um 8,2 Prozent auf 2,75 Milliarden Euro steigen. Davon profitieren ausschließlich global agierende Digitalriesen wie Meta (Facebook, Instagram, Whatsapp), Alphabet (Google, Youtube), Amazon oder Bytedance (Tiktok). Sie sind damit bereits seit Jahren die umsatzstärkste Mediengattung in Österreich.

Prozentuell sinkt der Umsatzanteil österreichischer Publisher und Vermarkter von zuletzt 18 Prozent im Jahr 2023 auf nur mehr 17,7 Prozent. Obwohl sie das Fundament einer pluralistischen und qualitativ hochwertigen Medienlandschaft in Österreich darstellen, werden sie im laufenden Jahr nur mehr Werbeerlöse in der Höhe von 486 Millionen Euro erzielen.

Werbegeld für Demokratiefeindlichkeit

Die Schattenseiten der globalen Plattformen zeichnen sich durch die Verbreitung von Hassrede, Diskriminierung, Gewalt und manipulierten Inhalten seit Jahren ab. Zuletzt zeigte sich das Resultat der durch globale Plattform polarisierten Gesellschaft im Anschlag auf den slowakischen Ministerpräsidenten **Robert Fico** sowie mehreren Attacken auf Politiker in Deutschland, wo im letzten Jahr beängstigende 2.790 Angriffe registriert wurden.

Im Super-Wahljahr 2024 werden sie durch Deep Fakes und Fake News noch stärker ihre gesellschafts- und demokratiegefährdende Rolle zeigen, um Reichweiten zu generieren. Bereits jetzt werden sie von Ländern wie Russland und dem Iran genutzt, um demokratiefeindliche Propaganda zu betreiben und dabei in der Europäischen Union noch regulatorisch bevorzugt, wie **Markus Breitenecker** (ProSiebenSat.1 Media) am **4GAMECHANGERS Festival** eindrucksvoll ausführte. Bedrohlich erscheinen auch die Ergebnisse des aktuellen **Jugend Trend Monitors** von DocLX und Marketagent, in dem mehr als die Hälfte der 14-bis 49-Jährigen angibt, sich über das politische Geschehen überwiegend auf den globalen Plattformen beziehungsweise in sozialen Medien zu informieren. Sechs von zehn jungen Österreichern halten Deep Fakes und Fake News für eine Gefahr für Demokratie, Gesellschaft und Frieden. 70 Prozent der jungen Menschen fordern politische Maßnahmen gegen die Verbreitung von Fake News und Deep Fakes sowie eine Regulierung der Plattformen.

„Unter den (jungen) Menschen gibt es einen breiten Konsens und klare Forderungen an die österreichische und europäische Politik. Das unterstreicht die deutlichen Forderungen des Online-Vermarkterkreises, dass es endlich faire Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen und wohl überlegte Schutzmaßnahmen für den österreichischen Medienstandort braucht. Verantwortungsvolle Politik ist zukunftsorientierte und standortsichernde Medienpolitik!“, unterstreicht **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises.

Maßnahmen zum Erhalt der Medien als demokratische Infrastruktur

Seit Jahren fordert der Online-Vermarkterkreis die gesamten Einnahmen aus der Digitalsteuer in das nationale Medien-Ökosystem zu investieren, um das Überleben der österreichischen Medien sicherzustellen. Sowohl die Deckelung des Fonds zur Förderung der digitalen Transformation muss abgeschafft werden als auch die

Einschränkung der Förderung auf tradierte Medienmarken, die trotz hoher Förderungen zweistellige Mitarbeiterzahlen vor die Türe setzen. Die Einnahmen aus der Digitalsteuer müssen auch in Neugründungen, reine Digitalmedien und Vermarkter fließen, damit diese überhaupt eine Chance haben, sich im globalen Wettbewerb zu behaupten und qualitativen Journalismus sowie Wertschöpfung in Österreich zu erbringen. Letztlich sind auch Werbetreibende – allen voran die Politik selbst und öffentliche Institutionen – aufgerufen, ihre Investitionen in die globalen Plattformen zu überdenken, solange diese als Gift für die Demokratie agieren.

„Während sich Brüssel den Kopf zerbricht, wie man Künstliche Intelligenz überregulieren und erneut einen Wettbewerbsnachteil herstellen kann, braucht es jetzt Lösungen für das nationale und europäische Mediensystem. Vor dem Hintergrund eines Super-Wahljahres und der immensen Bedeutung der Medien für die Partizipation an demokratiepolitischen Prozessen braucht es mehr Geschwindigkeit und Mut in der politischen Entscheidungsfindung. Ohne Rahmenbedingungen und Wettbewerbsfähigkeit ist das wirtschaftliche Überleben der Medien infrage gestellt, womit sie Gefahr laufen, das Vertrauen der Menschen zu verlieren“, so Schmidt abschließend.

Über den Online-Vermarkterkreis

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die Interessenvertretung der österreichischen Digitalvermarkter und -Publisher im Rahmen des iab austria. Sein Zweck ist die nachhaltige und wirtschaftliche Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für

Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab Austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Elisabeth Frank** (IP Österreich), **Pierre Greber** (COPE Content Performance), **Martin Kaindel** (Manstein Zeitschriftenverlag), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Michael Prüwasser** (Der Standard), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf iab-austria.at/ovk

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)

