



## iab.austria zum Regierungsprogramm: „Stärkung des Standorts ist essenziell“ BILD

ID: LCG25057 | 04.03.2025 | Kunde: iab.austria -interactive  
advertising bureau | Ressort: Innenpolitik | Medieninformation

### **Größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft ruft neue Bundesregierung auf, klare Maßnahmen zur Sicherung und Entwicklung des Standorts umzusetzen.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : ©Katharina Schiffel

Wien (LCG) – Das iab.austria begrüßt weite Teile des  
Regierungsprogramms von Volkspartei, Sozialdemokratie und NEOS.  
Die knapp gehaltenen Überschriften müssen nun rasch mit Leben  
erfüllt werden, um klare Akzente für den Medien- und  
Digitalstandort sowie faire Wettbewerbsbedingungen zu setzen.  
Ein Schwerpunkt muss dabei auf der Stärkung von Digitalmedien und  
deren Vermarktern liegen, um den Standort zukunftsfit zu machen  
und die Medienvielfalt zu fördern.

„Die Schlagzeilen des Regierungsprogramms müssen in  
engem Austausch mit dem Markt und Expertinnen und  
Experten aus der Praxis mit Leben erfüllt werden. Die  
grundsätzliche Planung der neuen Bundesregierung klingt  
vielversprechend. Die Qualität wird sich jedoch bei der  
Umsetzung im Detail zeigen, für die es einen intensiven  
Dialog zwischen Politik, Wirtschaft und Medien brauchen  
wird“, betonen iab.austria-Präsidentin **Rut Morawetz** und  
Vizepräsident **André Eckert** (Audienzz).

### **Medienförderung für zukunftsorientierte Medienangebote**

Bei der Medienförderung sollen die Bedeutung von Digitalmedien und  
das aktuelle Nutzerverhalten berücksichtigt werden. Das iab

austria setzt sich seit geraumer Zeit dafür ein, dass reine Digitalmedien und digitale Neugründungen gleichwertig wie traditionelle Medien behandelt werden. Ein resilienter Medienstandort kann nur gewährleistet werden, wenn zukunftsorientierte und -fähige Modelle gefördert werden und Rahmenbedingungen geschaffen werden, die künftiges Wachstum ermöglichen. Die im Regierungsprogramm angekündigte Förderung von Innovationen und Medien-Start-ups wird entscheidend sein, um neue Medienprodukte auf den Markt zu bringen, die Nutzer finden und der werbetreibenden Wirtschaft einen Zugang zur Zielgruppe geben. Die Stärkung von Synergien zwischen Medienhäusern im nichtredaktionellen Bereich durch Anpassungen im Kartellrecht ist begrüßenswert, um österreichischen Vermarktern größere Möglichkeiten zur Schaffung von Innovation, Wertschöpfung und Arbeitsplätzen zu bieten.

## **Komplette Zweckwidmung der Einnahmen aus der Digitalsteuer als Basis einer neuen Medienförderung**

Der Prüfung einer Zweckwidmung von Mitteln aus der Digitalabgabe für Medienförderung müssen Taten folgen. Die Einnahmen aus der Digitalsteuer beliefen sich 2024 auf 124,1 Millionen Euro und erreichten einen neuen Höchstwert. Die Zweckwidmung der Digitalsteuer ermöglicht eine umfassende staatliche Investition in die nachhaltige Entwicklung des Digital- und Medienstandorts ohne zusätzliche Belastungen für den Steuerzahler.

## **Digital Services Act als Chance**

Ein wesentliches Vorhaben der neuen Bundesregierung ist die verstärkte Regulierung und Kontrolle über digitale Plattformen. Die Weiterentwicklung von Digital Services Act (DSA) und Digital Markets Acts (DMA) auf europäischer Ebene sind Eckpfeiler, um faire Wettbewerbsbedingungen mit globalen Plattformen zu schaffen. Die Möglichkeiten vorhandener Gesetze sollen in vollem Umfang ausgeschöpft werden; insbesondere für die Bekämpfung von Desinformation, Deep Fakes und anderen Aktivitäten, die die Grundprinzipien der Demokratie gefährden.

Das iab austria empfiehlt die Einsetzung einer Experten-Taskforce, um die effektive und für den Standort förderliche Implementierung des DSA in Österreich sicherzustellen.

## Standortbekenntnis bei Informationskampagnen

Die Reduktion der Budgetansätze für Informationstätigkeiten um zehn Prozent im Vergleich zu den Vorjahresausgaben ist im Sinne eines verantwortungsvollen Umgangs mit Steuergeldern begrüßenswert. Bei einer gänzlichen Widmung der Einnahmen aus der Digitalsteuer führt dieser Schritt zur Entlastung der Steuerzahler.

Die Verpflichtung der Bundesministerien, ihre Ausgaben für Informationstätigkeiten transparent in einem eigenen Detailbudget zu führen, ist nicht ausreichend. iab-austria-Vizepräsident Eckert regt eine Selbstverpflichtung der Bundesregierung an, mindestens 80 Prozent der Ausgaben für Informationskampagnen in österreichische Medien zu investieren. Das wäre ein relevanter Beitrag, um Qualitätsjournalismus und Wertschöpfung zu fördern.

„Dieses Standortbekenntnis stärkt die Position österreichischer Medien im internationalen Wettbewerb und entspricht dem nachhaltigen Umgang mit Steuergeldern. Die verbleibenden 20 Prozent würden für Social-Media-Kampagnen auf den globalen Plattformen ausreichen“, so Eckert abschließend.

## Über das iab austria

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen

Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf [iab-austria.at](http://iab-austria.at)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at)

(Schluss)

