

AGENDA 2050: Nationaler Schulterschluss der Digitalmedien und ihrer Vermarkter für zukunftsrelevanten Medienstandort – BILD/ VIDEO

ID: LCG25285 | 01.10.2025 | Kunde: AGENDA 2050 | Ressort: Medien Österreich | Medieninformation

Digitalmedien und -vermarkter führender Medienunternehmen starten am österreichischen Tag der Pressefreiheit, am 1. Oktober 2025, neue strategische Initiative zur Stärkung, Sicherung und Entwicklung des Medienstandorts.

Positionspapier der AGENDA 2050 und Bilder zur Meldung in der **Mediendatenbank** : © leisure communications/ Christian Jobst

Video zur Meldung auf **Youtube** und in der **Mediendatenbank**

Wien (LCG) – Vor 27 Jahren ist Google gestartet, vor 21 Jahren gründete **Mark Zuckerberg** Facebook. Damit wurde ein gleichsam rasanter wie auch dramatischer Wandel in der Medienlandschaft mit globalen Monopolstellungen eingeleitet, der das Ende zahlreicher etablierter Medienmarken mit sich brachte. Man denke in Österreich an Titel wie „Wirtschaftsblatt“, „City“, „Oberösterreichisches Volksblatt“ oder „Täglich Alles“, die allesamt der Vergangenheit angehören und sich in einer digitalisierten Medienwelt nicht behaupten konnten. Das Rückgrat des heimischen Medienmarkts bilden journalistisch hochwertige und vertrauenswürdige Digitalmedien, die ihre Inhalte Großteils frei zugänglich machen und damit eine wesentliche Säule des demokratischen Systems sind. Sie stehen in einem unregulierten und unfairen Wettbewerb mit Big-Tech-Firmen, zu denen im letzten Jahr 2,6 Milliarden Euro an Werbegeldern aus Österreich flossen – mehr als zu allen etablierten Medien zusammen. Aktuell kommt es quer durch alle Mediengattungen zu drastischen Sparmaßnahmen und teilweise auch Personalkürzungen, die das journalistische Produkt unter Druck bringen. Vor dem Hintergrund zunehmend international zentralisierter Budgets und der wachsenden Übermacht sowie der

Handlungsschwäche der Europäische Union führen sie einen täglichen Überlebenskampf.

„Mehr als zwei Jahrzehnte nach dem Aufkommen der übermächtigen Digitalgiganten muss der digitale Medienmarkt mit Weitblick als Säule der Demokratie, Wertschöpfungsfaktor, Treiber für Forschung und Entwicklung sowie freier Zugang zu journalistischer Information zukunftsfit und überlebensfähig gestaltet werden“, erklären **Eugen Schmidt** (AboutMedia) und **Pierre Greber** (COPE Content Performance Group) anlässlich der Gründung der AGENDA 2050. „Der österreichische Medienmarkt braucht eine klare digitale Vision und vereinte Kräfte, um seiner Rolle auch künftig gerecht werden zu können. Das freie Internet, die Medienvielfalt und der Zugang zu journalistischer Information müssen auch in 25 Jahren noch selbstverständlicher Alltag für die Österreicherinnen und Österreicher sein!“

In der AGENDA 2050 bündeln die Digitalmedien und -vermarkter renommierter Medienhäuser wie AboutMedia, Azerion Austria, COPE Content Performance Group, Der Standard, Kronen Zeitung, ORF-Enterprise, ProSiebenSat.1 PULS 4, Purpur Media und RTL AdAlliance als Gründungsmitglieder ihre Kräfte, um einen souveränen, verlässlichen und zukunftsorientierten Digitalmarkt zu gestalten, der für vorausliegende Herausforderungen gewappnet ist und unabhängige Medien als hohes demokratisches Gut sichert.

„Die Notwendigkeit der AGENDA 2050 gründet nicht nur auf dem Abfluss von Werbegeldern an globale Digitalgiganten, sondern aus der Sorge um die Medienvielfalt und die Zukunft der Demokratie“, erklären Greber und Schmidt.

Hoher Leidensdruck in ganz Europa: Kulturlandschaft in Gefahr

Während sich in Deutschland bereits seit einigen Monaten Initiativen wie das „Projekt Zuversicht“ oder die „Initiative 18“ formieren, zeigen aktuelle Entwicklungen im Vereinigten Königreich, wie hoch der Druck auf etablierte Medienmarken – darunter global anerkannte Häuser wie die BBC – mittlerweile geworden ist. Erst kürzlich schlossen sich BBC, ITV, Channel 4 und Channel 5 zusammen, um auf die Regierung Großbritanniens einzuwirken, zumal alternative Videoplattformen wie Amazon oder Youtube zehn Milliarden Britische Pfund (rund 11,5 Milliarden Euro) vom Markt abziehen. In ihrer gemeinsamen Erklärung unterstreichen die Broadcaster ihre unersetzliche Rolle im Dienst für die Bevölkerung und Gesellschaft und fordern mutige Schritte von der britischen Regierung. Sie warnen vor der Dominanz der Kulturlandschaft durch rein gewinnorientierte Unternehmen, die sehr geringen Regulierungsstandards unterliegen.

Offen für die gemeinsame Arbeit für einen souveränen Medienstandort

Die AGENDA 2050 tritt als starke und geeinte österreichische Kraft an, um die Interessen der Digitalmedien – unbeeinflusst von internationalen Interessen – nachhaltig zu vertreten und sich gezielt für den Medienstandort Österreich einzusetzen. Die als Verein neu gegründete Interessenvertretung öffnet sich von Beginn an bewusst anderen Initiativen, die ähnliche Ziele verfolgen. Als beeindruckende, marktübergreifende Lösung wird beispielsweise die Zusammenarbeit des öffentlich-rechtlichen ORF mit dem Verband Österreichischer Privatsender (VÖP) und Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) mit der gemeinsamen Kampagne „Made in Austria – Made For Austria“ gesehen.

„Alle Initiativen, die sich mit der Zukunft der heimischen Medienlandschaft beschäftigen sind wichtig und bedeutsam. Die AGENDA 2050 wird als starke Stimme führender Medienunternehmen dem digitalen Aspekt mehr Gewicht verleihen und sich für seine Bedeutung im Mediengefüge einsetzen“, betont Schmidt.

„Der Wandel im Medienkonsum ist unaufhaltbar und sämtliche Mediengattungen – von Tageszeitung bis Außenwerbung und Fernsehen – werden digitaler. Digitalmedien sind das Herzstück eines Medienangebots, das auch 2050 noch souverän, unabhängig, verlässlich und qualitativ ist. Dafür braucht es politisch und wirtschaftlich die richtige Stoßrichtung und Rahmenbedingungen, in denen ein Überleben möglich ist“, unterstreicht Greber.

Positionen für die Gestaltung der österreichischen Medienlandschaft

Medienpluralität und -qualität für die Menschen und die Wirtschaft

Ein wahrheitsverpflichteter, faktenbasierter und vielfältiger Journalismus ist eine tragende Säule einer funktionierenden demokratischen Gesellschaft und die Basis für Meinungspluralismus. Die „Walled Gardens“ und Algorithmen der Big-Tech-Firmen wirken Meinungsvielfalt und offenem Diskurs aus monetären Interessen gezielt entgegen. Sie schränken den Zugang zu geprüften und unabhängigen Informationen ein. Daraus entsteht ein Umfeld, auf das Werbetreibende nicht mehr vertrauen können und in dem sie die Reputation ihrer Marken – und damit in letzter Konsequenz ihr Geschäftsmodell – gefährden. Ungleiche Wettbewerbsbedingungen und das lasche Handeln der europäischen Politik gefährden die wirtschaftliche Substanz redaktionell arbeitender Medien, dünnen die Redaktionen aus und minimieren das frei zugängliche redaktionelle Angebot zugunsten der Verbreitung von Fake News oder diskriminierenden Inhalten. Künstliche Intelligenz beschleunigt diese Entwicklung, vereinfacht die Gestaltung und gezielte Verbreitung von Fake News und drängt publizistische Inhalte bei der Online-Suche in den Hintergrund.

Die AGENDA 2050 wird sich gemeinsam mit der Politik dafür einsetzen, bestehendes (europäisches) Recht vollumfänglich im Interesse des nationalen Medienmarktes umzusetzen und künftige

Rahmenbedingungen mit dem Augenmerk auf die wirtschaftliche und demokratiepolitische Bedeutung digitaler Medien zu gestalten.

Demokratie und Diskurs

Freie, unabhängige und qualitätsvolle Medien schaffen durch transparenten und kritischen Journalismus den Rahmen, in dem Vertrauen zwischen Bürgern und Verwaltung wächst. Gleichzeitig ist es auch das vertrauenswürdige und sichere Umfeld, von dem Marken in der Kommunikation mit ihren Konsumenten profitieren. Der Erhalt qualitativer Medienvielfalt ist nicht nur demokratiepolitisch unabdingbar, sondern für die heimische Wirtschaft essenziell bis überlebenswichtig. Nach mehreren Rezensionsjahren und einer fundamentalen Inflations- und Wirtschaftskrise sind Unternehmen auf ein Medienumfeld angewiesen, in dem sie wirksam Kaufanreize setzen und auf die Transparenz der Medienanbieter vertrauen können. Gleichzeitig braucht die Politik Orte des Diskurses, die nicht gezielt extremistische und/ oder populistische Positionen fördern und damit zu einer weiteren Spaltung der Gesellschaft beitragen.

Die AGENDA 2050 wird auf die Gefahren durch die Big-Tech-Firmen aufmerksam machen und gemeinsam mit Medien- und Wirtschaftstreibenden an der Attraktivierung und Wahrnehmung des österreichischen Medienangebots arbeiten. Gleichzeitig möchte die AGENDA 2050 alle politischen Akteure zu einer Vorreiterrolle ermutigen und das Investitionsvolumen der öffentlichen Hand in Digitalgiganten zugunsten heimischer Medien reduzieren.

Bewahrung des freien Internets

Die Entwicklung des Medienkonsums forciert das Internet als zentralen Raum für Information, Kommunikation, Unterhaltung und Wirtschaft. Die Big-Tech-Firmen definieren zunehmend, welche Inhalte für User sichtbar sind und welche Nachrichten die Weltöffentlichkeit erreichen. In nahezu allen Bereichen der Digitalwirtschaft kam es in den letzten zwei Jahrzehnten zu Monopolbildungen, die in letzter Instanz auch über die

Geschäftsfähigkeit nationaler Medienangebote entscheiden. Der Bereich der Online-Suche ist in der festen Hand der Alphabet-Tochter Google, die mit Chrome auch den Browser-Markt dominiert und der wesentliche Player im Bereich der Werbetechnologie (Ad Tech) ist. Soziale Medien wie Instagram und Facebook sind unter dem Dach von Meta angesiedelt und haben lediglich mit Tiktok von Bytedance einen – ebenfalls global agierenden – Mitbewerber. Mit Whatsapp dominiert Meta auch den Markt für Kurznachrichtendienste. Mit Youtube regiert ein weiteres Alphabet-Unternehmen das Angebot für Video-on-Demand-Angebote. Amazon muss im Shopping-Segment lediglich asiatische Plattformen als Mitbewerber fürchten.

Konzerne wie Meta oder Alphabet entwickeln durch ihre Marktmacht geschlossene, nicht mehr zu kontrollierende Ökosysteme, die einen freien und fairen Wettbewerb ausschließen und im Content-Bereich Züge der Zensur aufweisen. Sowohl Medienanbieter als auch Werbe- und Wirtschaftstreibende sind diesen übermächtigen Systemen ausgeliefert, die Regeln beliebig gestalten und abändern. Das freie Internet ist bereits heute in Gefahr.

Die AGENDA 2050 wird einen stringenten Kurs der österreichischen Politik im europäischen Kontext fördern, um Wettbewerbsgerechtigkeit herzustellen und monopolistische Strukturen zu zerschlagen.

Zukunftsorientierte Förderstruktur

Die aktuelle Förderstruktur geht an der Realität der Entwicklung des digitalen Medienkonsums und -marktes vorbei. Die digitale Transformationsförderung ist auf 20 Millionen Euro gedeckelt, wobei die Einnahmen aus der Digitalsteuer sich auf 124 Millionen Euro belaufen.

Digitalmedien haben ihr Angebot – sowohl für User als auch die werbetreibende Wirtschaft – in den letzten Jahren signifikant ausgebaut und sind zu einer zentralen, vertrauenswürdigen und verlässlichen Informationsquelle für die Bevölkerung geworden. Die künftige Förderstruktur muss vordergründig darauf abzielen,

Medien entlang des Medienkonsums in der weiteren Entfaltung zu unterstützen. Förderungen dürfen nicht vor Vermarktern Halt machen, zumal sie der Treiber technologischer Innovation sind, Forschung und Entwicklung auslösen und die wirtschaftliche Basis für journalistische Arbeit schaffen. Vermarkter schlagen die Brücke zwischen der werbetreibenden Wirtschaft und dem Medienangebot. Damit kommt ihnen eine bedeutende Rolle zu, österreichische Werbegelder im Inland zu halten und die nationale Wertschöpfung zu fördern.

Die AGENDA 2050 unterstützt die Zusammenarbeit zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Medien und ist ein klarer Befürworter aller Synergien, die sich am heimischen Medienmarkt abbilden lassen. Die AGENDA 2050 wird sich im Dialog mit der Politik für ein zukunftsorientiertes Fördersystem einsetzen, bei dem sämtliche Einnahmen aus der Digitalsteuer zweckgebunden, transparent und auf klaren Kriterien basierend in die Evolution des digitalen Medienangebots investiert werden. Die AGENDA 2050 wird sich als Dialogpartner für eine Förderlandschaft einbringen, die Arbeitsplätze und Wertschöpfung schafft sowie die Wettbewerbsfähigkeit heimischer Medien und deren Vermarkter stärkt.

Selbstbewusstes Vorgehen gegen Monopole

Einzelne Player, wie beispielsweise Alphabet, besetzen die gesamte Wertschöpfungskette der digitalen Werbung und schaden damit einem freien, fairen Wettbewerb. Google besitzt sowohl das Werbeinventar, die Plattformen für den Werbeeinkauf als auch die technische Infrastruktur. Nicht zuletzt ist Google mit dem Chrome-Browser auch in diesem Segment marktführend. Trotz mehrfacher Urteile der Europäischen Union bevorzugt Google seine eigenen Angebote zum Nachteil konkurrierender Marktteilnehmer konsequent.

Die AGENDA 2050 wird sich für eine breite Angebotsvielfalt einsetzen, um sowohl den Wettbewerb als auch technologische Entwicklungen zu fördern. Durch ihre inhaltliche Expertise wird

die AGENDA 2050 neue Monopolisierungstendenzen aufzeigen und alternative Strategien und Lösungen präsentieren, die politischen Entscheidungsträgern Möglichkeiten im Aufbruch der Monopolisierung signalisieren.

Breite Stakeholder-Basis

Nicht nur in Brüssel geben sich Lobbyisten der Big-Tech-Firmen die Türklinnen der politischen Büros in die Hand. Auch in Österreich ist der Einfluss der Digitalgiganten auf nationale Entscheidungsträger verstärkt wahrnehmbar.

Die AGENDA 2050 wird sich gemeinsam mit anderen Initiativen nachhaltig für den Medienstandort einsetzen und österreichischen Interessen auf nationaler Ebene Gehör verschaffen. Die AGENDA 2050 verfolgt dabei das dezidierte Ziel, den Dialog mit österreichischen Entscheidungsträgern auf eine solide Basis zu stellen, um den Fokus auf standortpolitische Interessen zu schärfen und auch in der europäischen Diskussion durchzusetzen.

Weitere Informationen auf agenda2050.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

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

