



ONLINE-  
VERMARKTER  
KREIS

**DIGITAL.STANDORT.MEDIEN**  
POSITIONEN ÖSTERREICHISCHER  
DIGITAL-MEDIEN UND ONLINE-VERMARKTER

# ONLINE-WERBUNG ENABLER FÜR MEDIENPLURALISMUS & DIGITALE QUALITÄTSMEDIEN

Die Bedeutung österreichischer Online-Vermarkter und Digitalmedien liegt nicht nur in ihrer Fähigkeit, Unternehmen Zugang zu einer wachsenden Online-Zielgruppe zu verschaffen, sondern auch in ihrer Kompetenz, gezielt auf spezifische Zielgruppen zugeschnittene Werbung und Inhalte anzubieten. Darüber hinaus bieten sie Nutzern eine Vielfalt an Informationsquellen und Unterhaltungsmöglichkeiten, die weit über traditionelle Medien hinausgehen.

Österreichische Online-Vermarkter und Digitalmedien spielen eine wichtige Rolle bei der Gestaltung der digitalen Landschaft Österreichs und bei der Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklung des Landes durch die Schaffung neuer Möglichkeiten für Unternehmen und Nutzer.

Insbesondere darf der unverzichtbare Beitrag von Online-Vermarktern für den Erhalt und den Ausbau des Medien-

pluralismus und Qualitätsjournalismus in Österreich nicht unterschätzt werden. Die meisten großen österreichischen Online-Portale sind für die Bürger frei zugänglich. Sie liefern hochqualitativen Journalismus und Österreich-spezifischen Content. Daneben bestehen viele kleinere Websites und Content-Portale, die wichtigen regionalen oder Interessens-spezifischen Content liefern. Für zahlreiche dieser Digital-medien stellt Onlinewerbung die wichtigste Finanzierungs-quelle dar, ohne welche sie nicht wirtschaftlich überlebens-fähig sind. **Online-Vermarkter tragen so wesentlich dazu bei, dass den 9 Millionen ÖsterreicherInnen ein vielfältiges und qualitatives Medienangebot niederschwellig (und kostenlos) zugänglich ist.**

Viele der wichtigsten Online-Player sind aktiv im OVK engagiert: ORF, Krone.at, COPE, YOC, Purpur Media, DerStandard.at, AboutMedia, Pro7Sat1Puls4, ....

## DER ONLINE-VERMARKTERKREIS DIE STARKE STIMME DER ONLINEBRANCHE

Der OVK ist ein Zusammenschluss der österreichischen Digital-Medien und Online-Vermarkter, der sich auf die Förderung der digitalen Werbewirtschaft in Österreich konzentriert. Die Organisation agiert im Rahmen des iab austria und innerhalb eines internationalen Netzwerkes und vertritt mehrere Hundert Websites und Medien. Dem OVK kommt dabei eine wichtige Rolle zu: Er agiert in der Praxis als branchenübergreifende Interessenvertretung und Stimme der österreichischen digitalen Kommunikations- und Werbewirtschaft. Diese steht in Österreich für einen Umsatz von über EUR 2 Milliarden.

Vorrangiges Ziel des OVK ist die nachhaltige Entwicklung des digitalen Werbemarkts in Österreich. Dazu zählen 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 Online-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 und initiiert Basis-Marktstudien und Werbewirkungsforschung. Im OVK sind u.a. Mitglieder von IAB, ÖWA und dem VÖZ aktiv.

# HEBEL FÜR EINEN ZUKUNFTSFITTEN DIGITAL- UND MEDIENSTANDORT ÖSTERREICH

Als größte heimische Interessenvertretung der Digital-Medien und Online-Vermarkter ist es dem OVK ein zentrales Anliegen, zu aktuellen politischen Entwicklungen Stellung zu beziehen und politischen Entscheidern einen wichtigen Einblick in die Herausforderungen der Branche zur Verfügung zu stellen.

Zur langfristigen und nachhaltigen Stärkung des heimischen Digital- und Medienstandortes sind aus unserer Sicht folgende politische Hebel von zentraler Bedeutung:

## INNOVATIVE UND PRAXISTAUGLICHE FÖRDERLANDSCHAFT IN ÖSTERREICH

Mit der Einführung der Digitalsteuer im Jahr 2020 hebt Österreich eine 5%-ige Steuer auf Onlinewerbeleistungen ein. Das Bundesministerium rechnete zu Beginn mit jährlichen Einnahmen von rund EUR 20 Millionen, welche durch eine Zweckwidmung (Digitale Transformationsförderung) an heimische Medien zurückfließen. Im ersten Jahr wurden EUR 43 Millionen eingenommen, 2021 waren es EUR 80 Millionen und 2022 insgesamt EUR 96 Millionen. Die zweckgewidmeten Mittel, mit welchen Medien gefördert werden, stagnieren indes bei EUR 20 Millionen.

Digitale Medien haben sich in den vergangenen Jahren als besonders zuverlässige, schnelle und resiliente Informationsquellen für die Bevölkerung – und damit auch wichtiger Partner der Bundesregierung – bewiesen. Diese Medien nahmen bereits vor der CoVid19-Krise eine Vor-

reiterrolle in der Digitalisierung ein und haben über Jahre hinweg durch stetige Innovation und Investition Ihr Digitalangebot für ihre Kunden ausgebaut.

Die digitale Transformationsförderung schließt jedoch genau diese für die Bevölkerung wichtigen Medien weiterhin aus und richtet sich ausschließlich an traditionelle Medien, um diese in ihren Transformationsbestrebungen zu unterstützen. Es ist grundsätzlich begrüßenswert und ohne Zweifel wichtig für den Medienstandort Österreich, Medien in ihrem digitalen Transformationsprozess zu unterstützen. Dabei darf jedoch das berechnete Interesse von bereits digitalisierten Medien und Vermarktern weiter in innovative Digital-Angebote, hochwertige Arbeitsplätze und die ständige Verbesserung hoher journalistischer Qualität zu investieren, nicht vernachlässigt werden.

### FORDERUNGEN

#### **ANPASSUNG DER FÖRDERSUMMEN-DECKELUNG AUS DER DIGITALSTEUER**

*Die Deckelung der jährlichen Förderungssumme mit 20 Mio € muss an die tatsächlichen Einnahmen aus der Digitalsteuer angepasst werden. Eine Zweckwidmung sämtlicher Steuereinkünfte aus der Digitalsteuer zur Förderung des heimischen Medienstandortes ist anzustreben.*

#### **ZUGANG ZUR FÖRDERUNG AUCH FÜR DIGITALMEDIEN UND NEUGRÜNDUNGEN**

*Der Ausschluss von etablierten Digitalmedien und Neugründungen aus der aktuellen Förderung ist nicht nachvollziehbar. Es muss auch Online-Publishern und Medien-Start-Ups möglich sein, Förderungen für Digitalisierungsprojekte zu erhalten.*

#### **AUFNAHME VON ONLINE-VERMARKTERN IN FÖRDERMODELLE**

*Vermarkter spielen eine unverzichtbare Rolle bei der Finanzierung von Online-Medien und tragen somit zum Erhalt und weiteren Ausbau des österreichischen Medienpluralismus bei. Zusätzlich schaffen Sie wertvolle und hochqualitative Arbeitsplätze, tragen zur digitalen Bildung bei und schaffen wichtige Wertschöpfung am Standort. Die Aufnahme von Online-Vermarktern in Fördermodelle ist deshalb unbedingt zu forcieren.*

# DIGITAL SKILLS UND FACHKRÄFTEOFFENSIVE

Online-Vermarkter und Onlinemedien sind eine wichtige Stütze für den österreichischen Arbeitsmarkt. Der Sektor beschäftigt **tausende top-ausgebildete ArbeitnehmerInnen** in unterschiedlichsten Positionen. Von Redakteuren und Journalisten bis hin zu IT-Spezialisten und Social Media-Experten. Die Branche ist ein wichtiger Eckpfeiler für den Wirtschaftsstandort und trägt neben einer hohen Wertschöpfung am Standort auch zur Schaffung von Arbeitsplätzen in Österreich bei.

Aktuellen Erhebungen zufolge geben gut zwei Drittel der heimischen Unternehmen an, einen Mangel an Fachkräften zu haben. 40 Prozent nennen fehlende IT-Mitarbeiter

und 33 Prozent fehlende IT-Qualifikationen von bestehenden Mitarbeitern als größte Digitalisierungshürden. Dieser Fachkräftemangel betrifft auch die Online-Vermarkter und Digitalmedien.

Der Jobabbau bei Digitalriesen bietet auch Chancen, bestens qualifizierte Digital- und IT-Experten anzulocken. Insbesondere für ein Land wie Österreich, das neben landschaftlicher Schönheit durch Sicherheit, hohe Lebensqualität, leistbare Immobilienpreise und guter Infrastruktur im internationalen Vergleich überzeugt.

## **SCHAFFUNG NEUER AUSBILDUNGSANGEBOTE UND AUSWEITUNG VON FÖRDERUNGEN FÜR WEITERBILDUNG**

*Die Regierung sollte Anreize schaffen, um mehr junge Menschen für eine Karriere in der IT- und Kommunikations-Branche zu gewinnen. Dazu sollten Schulen und Universitäten stärker auf die Bedürfnisse der Branche ausgerichtet und insbesondere in ländlichen Regionen vermehrt Ausbildungsmöglichkeiten angeboten werden. Neue Lehrberufe z.B. in den Bereichen Datenmanagement oder Data-Compliance sind dafür anzudenken. Zudem sollten Arbeitnehmer regelmäßig Fortbildungen erhalten, um mit den neuesten Entwicklungen in der Branche Schritt zu halten. Arbeitnehmer und Unternehmen sollten dabei durch gezielte Anreize, wie z.B. Förderungen darin unterstützt werden in den heimischen digitalen Medienmarkt zu investieren.*

## **STANDORTBEWERBUNG UND ERLEICHTERUNG DES ZUZUGES AUS DEM AUSLAND FÜR FACHKRÄFTE**

*Um dem akuten Fachkräftemangel entgegenzuwirken, sollten verstärkt Fachkräfte im Ausland angeworben werden. Dazu sollten gezielte Programme erarbeitet werden, die die Vorteile von Österreich als Lebens- und Arbeitsstandort am internationalen Arbeitsmarkt hervorheben. Für arbeitswillige Fachkräfte aus dem Ausland muss zudem eine unbürokratische und schnelle Eingliederung in heimische Unternehmen möglich sein.*

**FORDERUNGEN**

# AUSWEITUNG FÖRDERUNG FÜR HEIMISCHE DIGITAL-MEDIEN UND ONLINE-VERMARKTER

Die öffentliche Hand fördert heimische Medien auch durch die Vergabe von Inseraten, Werbeschaltungen von Ministerien und weiteren öffentlichen Organisationen. Dafür nimmt Österreich auch hohe Geldbeträge in die Hand. Eine breite und transparente Information der österreichischen Bevölkerung durch die gezielte Schaltung von Inseraten ist richtig und wichtig.

Wir beobachten dabei in den vergangenen Jahren neben der Konsolidierung von Inseraten in einigen wenigen Ver-

lagshäusern eine für den Standort schädliche Tendenz:

Die zunehmende Abwanderung österreichischer Budgets aus öffentlichen Töpfen zu ausländischen (meist amerikanischen) Großkonzernen, die weder einen wesentlichen Wertschöpfungsbeitrag in Österreich ausweisen noch Arbeitsplätze schaffen. Dabei bieten heimische Anbieter vergleichbare Angebote mit großer Reichweite und besserer Wirkung an.

## FORDERUNGEN

### **STÄRKERE BERÜCKSICHTIGUNG ÖSTERREICHISCHER DIGITAL-MEDIEN UND ONLINE-VERMARKTER BEI ÖFFENTLICHEN WERBESCHALTUNGEN**

*Bei der Vergabe von Inseraten und Schaltung von Werbung durch die öffentliche Hand, müssen österreichische Angebote stärker berücksichtigt werden. Diese erzielen nicht nur eine bessere Werbewirkung im Vergleich zu ausländischen Angeboten,*

*sondern erreichen auch genau definierte Zielgruppen. Die verstärkte Nutzung heimischer Angebote stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Online-Medien- und Vermarktungsbranche und schafft nachhaltige und langfristige Wertschöpfung am Standort sowie zahlreiche hochqualifizierte neue Arbeitsplätze. Darüber hinaus bieten diese ein sichereres und qualitativ hochwertigeres Umfeld und begünstigen einen positiven Image-Transfer vom Medium zur Aktion/Kampagne.*



# ENGE EINBINDUNG ALLER STAKEHOLDER IN WICHTIGE STRATEGIEPROZESSE

Wir sind der Überzeugung, dass nur durch einen engen Dialog mit allen relevanten Partnern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft eine robuste langfristige Strategie für den Digitalstandort Österreich entwickelt werden kann. Eine Notwendigkeit, um einem wichtigen Sektor wie der digitalen Kommunikations- und Werbewirtschaft eine klare politische Richtung zu geben.

Gute Ansätze wie Dialoge unter Einbeziehung einer breiten Stakeholdergruppe und einem klar strukturierten

Prozess (z.B. Digitaler Aktionsplan der Bundesregierung), werden zunehmend auf kleine Teilnehmerkreise beschränkt. Durch die geringe Einbeziehung ganzer Branchen wie z.B. Digital-Medien und Online-Vermarkter, fehlt es politischen Entscheidern oft an relevanter Expertise sowie einem gesamtheitlichen Blick auf neue Regulierungs- und Fördersysteme. Diese fatale Entwicklung schwächt heimische Unternehmen zunehmend gegenüber ausländischen „Big Playern“ mit starken Lobbys und schadet damit dauerhaft dem Standort.

## **VERBREITERUNG VON STAKEHOLDERGRUPPEN IN DER ERARBEITUNG POLITISCHER STRATEGIEN**

*Wie bereits erwähnt, sind Digital-Medien und Online-Vermarkter ein hochrelevanter Wirtschaftsfaktor und tragen erheblich zum Wohlstand des Standortes bei. Deren Interessen werden jedoch von gesetzlichen Interessenvertretungen (Sozialpartner) oft zu wenig gehört und dringen auch nicht bis zu politischen Top-Entscheidern durch. Diesen für den Standort Österreich hoch-*

*relevanten Unternehmen muss mehr Gehör verschafft werden. Politischen Entscheidungsprozessen im Digitalbereich muss in Zukunft eine breite Diskussion unter enger Einbeziehung von heimischen Digital-Medien und Online-Vermarkter vorgelagert werden. Diese wichtige Interaktion muss durch einen klaren Prozess und regelmäßigen Austausch durch gesetzliche Interessenvertretungen, politische Spitzenentscheider und deren Dienststellen gemanagt werden.*

**FORDERUNGEN**

DER **OVK** STEHT  
ALLEN POLITISCHEN  
ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN,  
SPITZENBEAMTEN UND  
ÖFFENTLICHEN INSTITUTIONEN  
ALS ANSPRECHPARTNER UND  
EXPERTENORGANISATION DER  
ÖSTERREICHISCHEN **DIGITALEN**  
**KOMMUNIKATIONS- UND**  
**WERBEWIRTSCHAFT**  
ZUR VERFÜGUNG.

#### KONTAKT

**Online-Vermarkterkreis im iab austria**

Eugen Schmidt

Leitung OVK

[OVK@iab-austria.at](mailto:OVK@iab-austria.at)

0043 664 88 606 780

[www.iab-austria.at/iab-austria/arbeitsgruppen/ovk/](http://www.iab-austria.at/iab-austria/arbeitsgruppen/ovk/)