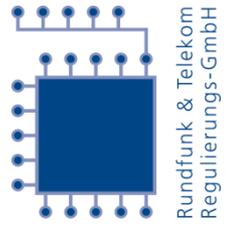


Wir stehen für **Wettbewerb** und **Medienvielfalt**.



RTR

10 Jahre Medienentwicklung in Österreich im Rückblick

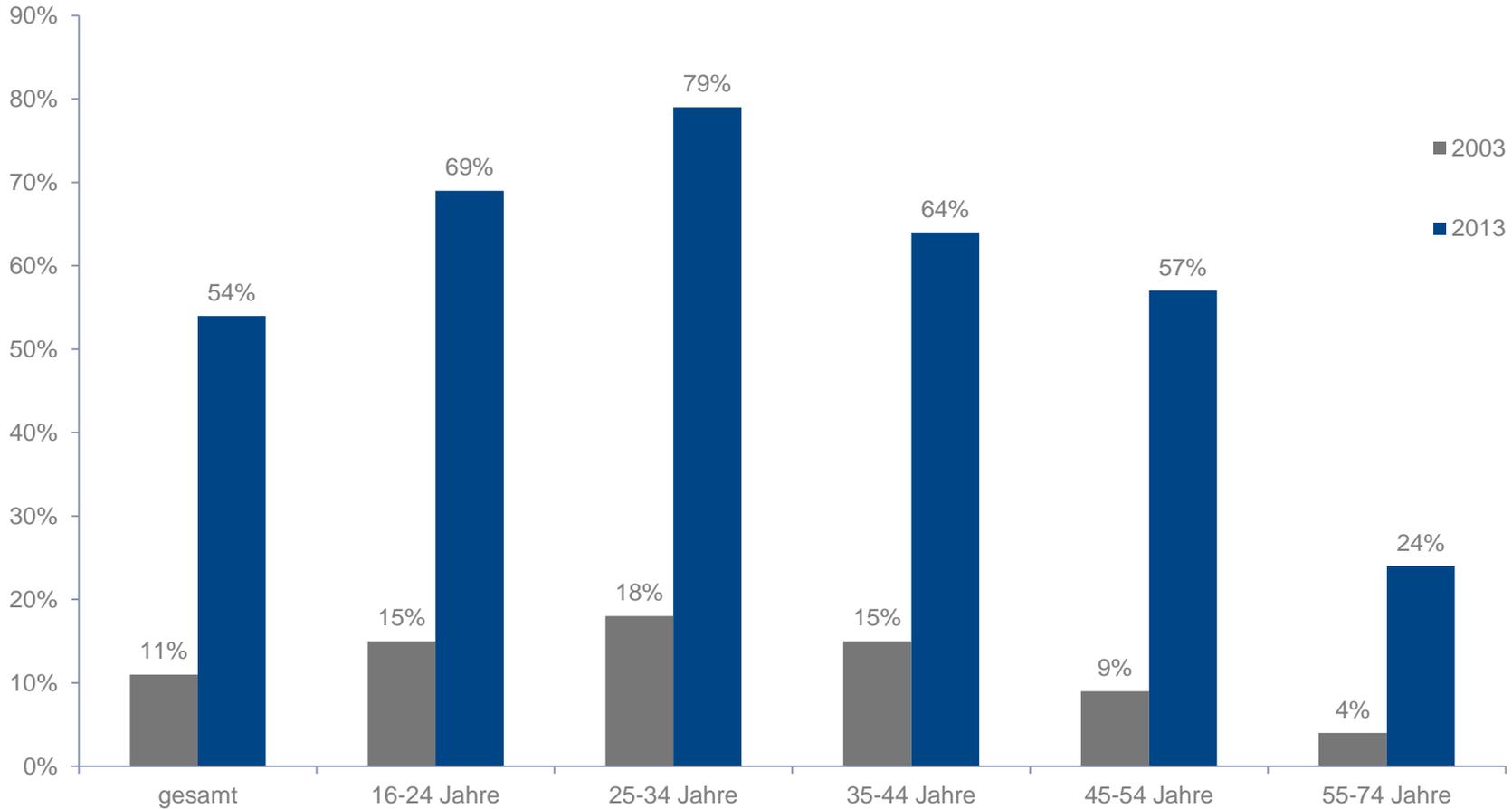
Dr. Alfred Grinschgl

RTR-GmbH

Geschäftsführer Medien



Mehr als jeder zweite Österreicher shopped online – von den 25- bis 34-jährigen bereits rund 80%



Quelle: Statistik Austria, 21.10.2013



Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)

Das Unternehmen

- Gründung der RTR-GmbH am 1. April 2001 per Gesetz
 - KommAustria-Gesetz (KOG), Abschnitt 2
- Zwei Fachbereiche mit zwei Geschäftsführern
 - Medien, Dr. Alfred Grinschgl
 - Telekommunikation/Post, Dr. Georg Serentschy
- Geschäftsstelle für drei Behörden
 - Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)
 - Telekom-Control-Kommission (TKK)
 - Post-Control-Kommission (PCK)
- Zu 100% im Besitz des Bundes (BKA/BMVIT)



Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)

Aufgaben des Fachbereichs Medien

- Experten der RTR-GmbH/Fachbereich Medien bereiten Entscheidungen der KommAustria in folgenden Bereichen auf:
 - Recht
 - Frequenzmanagement
 - Förderungen (Publizistik- und Presseförderung)
 - Medientransparenzgesetz
- Kompetenzzentrum (Publikationen, Fachveranstaltungen, DiPIA)
- Förderungen in Eigenverantwortung
 - Fernsehfonds Austria
 - Digitalisierungsfonds
 - Rundfunkförderung (für nicht kommerzielle und private RfV)



Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Weisungsfrei und unabhängig

- Regulierungsbehörde für elektronische Audiomedien und elektronische audiovisuelle Medien
- Gegründet 2001 auf Grundlage KommAustria-Gesetz (KOG)
 - Zunächst nur zuständig für privaten Rundfunk
 - ab 2004 ORF-Werbebeobachtung
- Seit Novelle 2010 weisungsfreie und unabhängige Kollegialbehörde
 - Nun auch Kontrolle des ORF (nach EU-Beihilfeverfahren)
 - 5 hauptberufl. Mitglieder (Vorsitzender, stv. Vorsitzender, 3 Mitgl.)
 - Bundeskanzler ohne Weisungsrecht, aber mit Auskunftsbefugnis
- Gegen Bescheide kann Berufung beim Bundeskommunikations-senat (BKS) erhoben werden, weiter beim VfGH bzw. VfGH



Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Aufgaben (u.a.)

- Zuordnungs- und Zulassungsverfahren für Privatrado und Privatfernsehen
- Bewilligung neuer Angebote des ORF (ORF III, TV-thek etc.)
- Rechtsaufsicht über private RF-Veranstalter
- Rechtsaufsicht über den ORF und seine Tochtergesellschaften (angemessene Verbreitung von Information, Unterhaltung, Sport und Kultur)
- Werbebeobachtung Private und ORF
- Digitalisierungskonzept
- Verwaltung und Vergabe der Mittel für
 - Presse- und Publizistikförderung (PresseFG 2004, BGBl I Nr. 136/2003 und Abschnitt II des PubFG, BGBl. Nr. 369/2004)
 - Selbstkontrolle bei der kommerziellen Kommunikation (§ 33 KOG)



Die Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)

Ziele

- Marktzutritt fördern
- Meinungsvielfalt und Qualität sichern bzw. fördern
- Konzeptentwicklung für dualen RF-Markt in Österreich
- Sicherstellung der Einhaltung EU-relevanter Mindeststandards (Jugend- und Konsumentenschutz)
- Optimierung der Nutzung der RF-Frequenzen/Digitalisierung
- Know-How-Träger für Konvergenz von AV-Medien und Telekommunikation
- Moderne Kommunikationsinfrastruktur zur Förderung der Standortqualität



Direkte Aufgaben der RTR-GmbH, Fachbereich Medien

Meinungsvielfalt, Medienvielfalt und Wettbewerb im dualen Rundfunkmarkt

Die Instrumente:

- Mit verschiedenen Fördermaßnahmen unterstützt der Fachbereich Medien der RTR-GmbH die Entwicklung des Medienstandortes Österreich, seiner Unternehmen sowie technologische Innovationen
- Vier Fonds stehen dem Fachbereich Medien zur Verfügung:
 - FERNSEHFONDS AUSTRIA
 - Privatrundfunkfonds
 - Nichtkommerzieller Rundfunkfonds
 - Digitalisierungsfonds
- Als Kompetenzzentrum werden Studien und Schriftenreihen beauftragt, die Marktentwicklungen und allfälligen Korrekturbedarf aufzeigen



Der FERNSEHFONDS AUSTRIA der RTR-GmbH

13,5 Millionen Euro p.a. für die Filmwirtschaft

- etabliert von der Bundesregierung, verwaltet von der RTR-GmbH
- genehmigt durch die Europäische Kommission
- fördert TV-Filme, -Serien und -Dokumentationen
- Ein Fachbeirat gibt Empfehlungen ab (Vorsitz: Mag. Andreas Hruza)
- Die Ziele:
 - Stärkung des Medienstandortes Österreich
 - Steigerung der Leistungsfähigkeit und der Unabhängigkeit der österreichischen Filmwirtschaft
 - Hebung der Qualität der Fernsehproduktionen
 - Stärkung internationaler Koproduktionen (ORF, ARD, ZDF, BR, RBB, RAI, SAT 1 ...)



Nichtkommerzieller und Privat-Rundfunkfonds der RTR-GmbH

Förderung des dualen Rundfunkmarktes

- Mittel PRRF: 15 Mio. Euro ab 2013
- Mittel NKRF: 3 Mio. Euro ab 2013
- Förderung eines vielfältigen und hochwertigen Programmangebots
- Beitrag zur Förderung der österreichischen Kultur
- Stärkung des österreichischen und europäischen Bewusstseins
- Ausbau von Information und Bildung der Bevölkerung
- Mittel für Ausbildung der Mitarbeiter und Marktforschung
- Ein Fachbeirat gibt Empfehlungen ab
 - Vorsitz: Univ. Prof. Dr. Michael Holoubek
- Entscheidung durch den GF Medien der RTR-GmbH

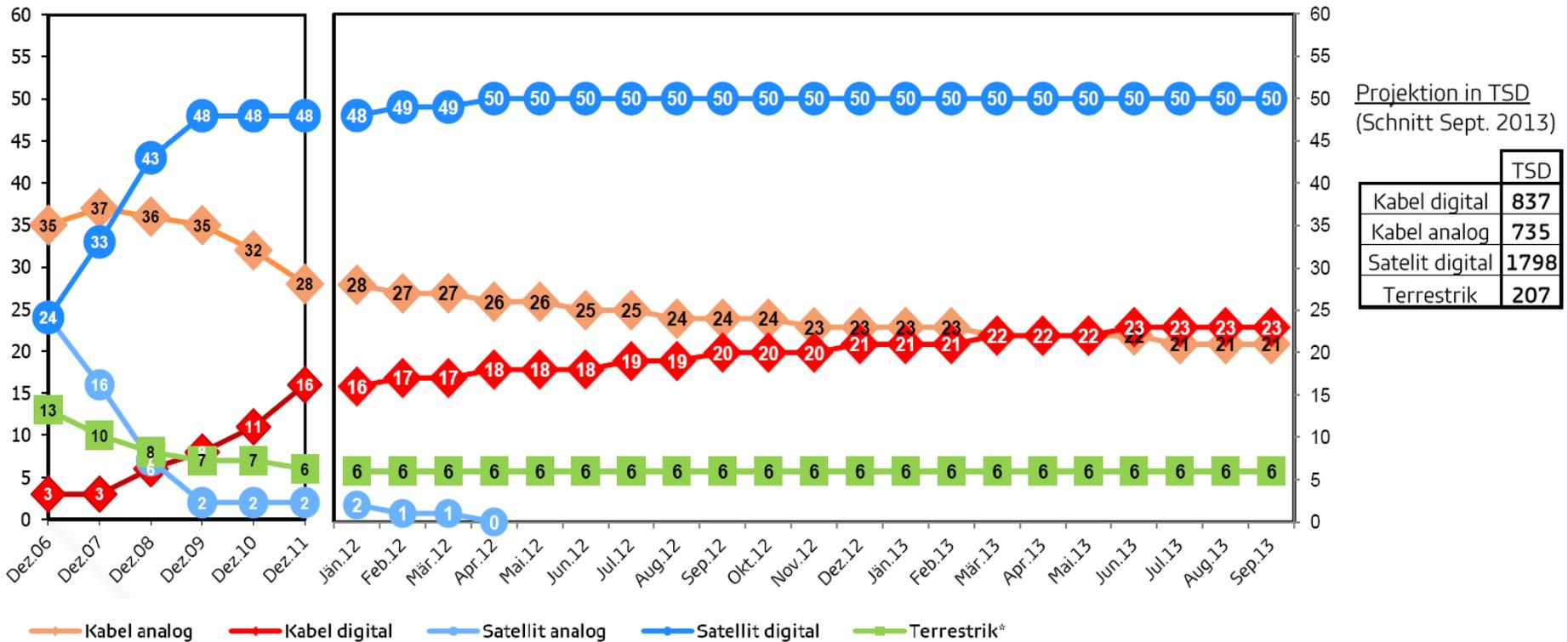


Der Digitalisierungsfonds der RTR-GmbH

Förderung der Digitalisierung für Markt und Konsumenten

- Etabliert von der Bundesregierung, verwaltet von der RTR-GmbH
- 2004 bis 2008: 6,75 Mio. € p.A., seit 2009: 500.000 € p.A.
- 2005 genehmigt durch EU-Kommission: „erlaubte staatliche Beihilfe“
- Plattformneutral, maximal 50% der Projektkosten
- Förderungen für:
 - Pilot- und Entwicklungsprojekte
 - Simulcast der RF-Veranstalter
 - Aufbau regionaler oder lokaler Multiplexe (de minimis)
 - Beschaffung digitaler Empfangsgeräte (Konsumentenförderung)
 - Zukunft: Förderung von DAB+

Empfangsebenenverteilung – Dezember 2006 bis September 2013



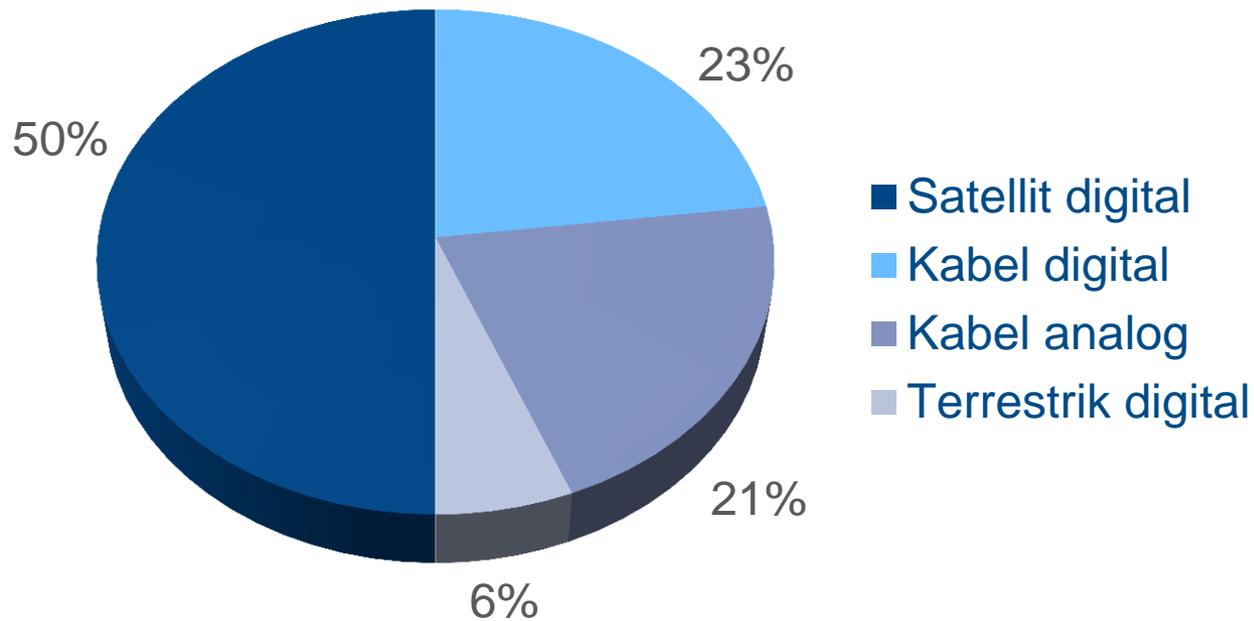
* Terrestrik umfasst DVB-T, analoge Terrestrik (bis Juni 2011) sowie kabelgrundversorgte Haushalte, die österreichische terrestrische Sender empfangen.

Quelle: AGTT/GfK: TELETTEST, Basis: Haushalte, Werte gerundet



Empfangsebenenverteilung Österreich – Status Quo zum 30. September 2013

3,58 Millionen TV-Haushalte



Quelle: AGTT/GfK: TELETTEST, Evogenius



Start von digitalem Hörfunk in Österreich ist jederzeit möglich – Rechtliche und technische Voraussetzungen sind gegeben

Weichenstellung durch RTR-GmbH, KommAustria und Gesetzgeber

- Die RTR-GmbH hat bis zu sieben bundesweite Bedeckungen für die Einführung von digitalem Hörfunk reserviert
- 2009 Gründung der “Arbeitsgemeinschaft Digitaler Rundfunk” durch KommAustria und RTR-GmbH
 - Ergebnisse flossen in Novelle des Privatradiogesetzes 2010 ein
 - Festlegung auf den Standard DAB+ im Digitalisierungskonzept 2011
 - Bedarfserhebung der KOA im Juni 2012 mit ernüchterndem Ausgang
- Seit 2010 Fortsetzung der “AG” als “IG Digitaler Hörfunk”
 - Mitglieder sind ORF, VÖP, VFRÖ, FEEI, AK, RTR, KommAustria.
 - Beobachtung der Entwicklung in Nachbarstaaten, um Erfahrungen zu sammeln und ggf. geeigneten Zeitpunkt zum Start von DAB+ zu erkennen.



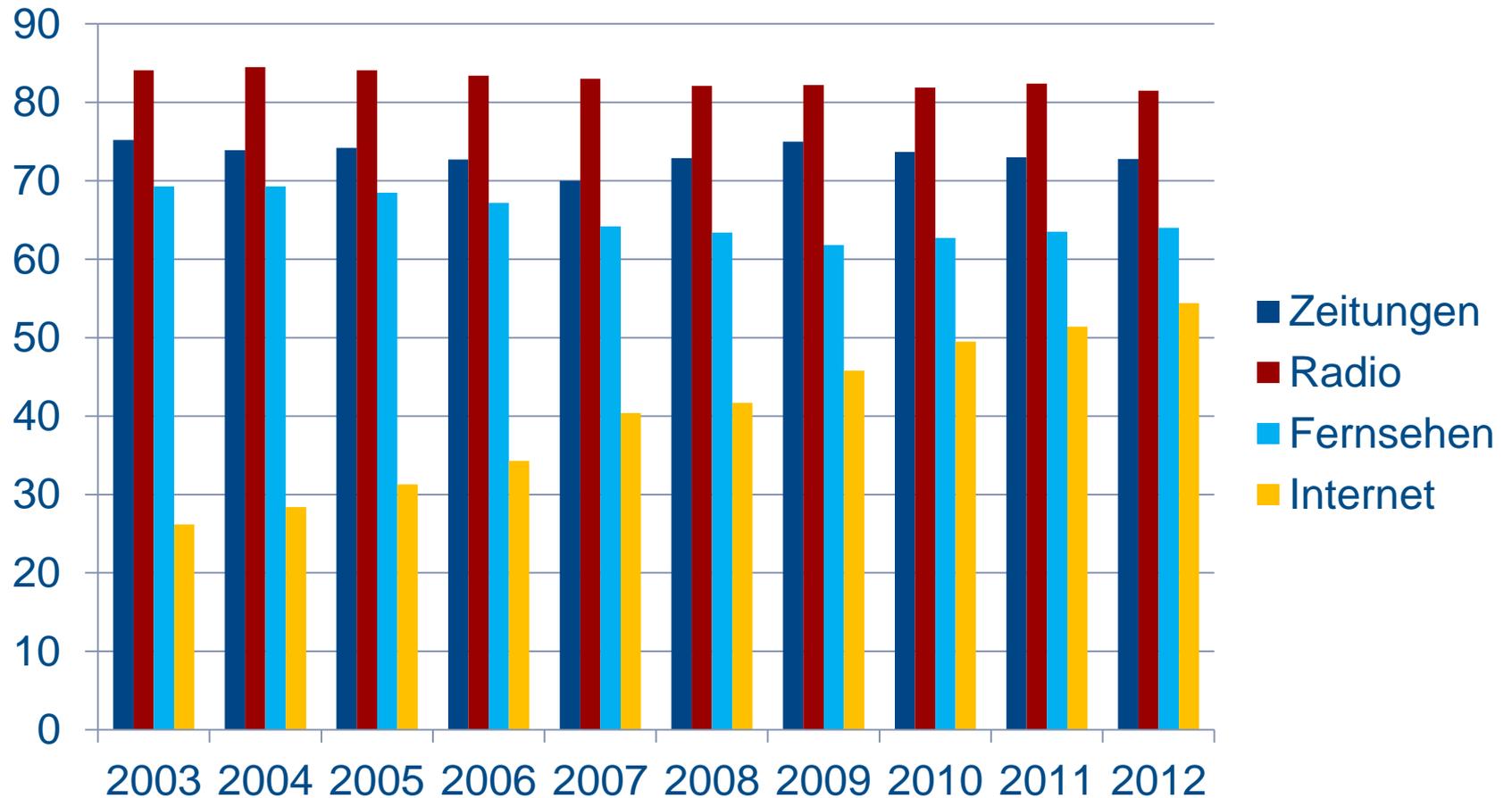
Digitaler Hörfunk ist seit rund 20 Jahren ein Thema in Europa – bisher aber keine echte Erfolgsstory

DAB und DAB+ in Europa – die Pioniere heute

- **Deutschland: DAB startete 1999 – Neustart mit DAB+ August 2011**
 - Multiplexe: 1 x national, 16 x regional
 - Juni 2013: 2,7 Mio. Geräte verkauft, 4,8% nutzen DAB+, 0,5% nutzen es bevorzugt (Digi-Bericht!!)
- **Großbritannien: Start von DAB 1995 – gilt als erfolgreichster Markt**
 - Heute: 20% aller gehörten Radiostunden entfallen auf DAB, 11% auf das Internet
 - 43% der Haushalte haben einen DAB-Empfänger
- **Dänemark: startete 2002 mit DAB**
 - Heute 10% “of all radio listening” via DAB (plus 4% Internet)
 - 40% der Haushalte besitzen einen DAB-Empfänger
- **Finnland: schaltete DAB 2005 nach acht Jahren ab**
 - Digitalradio über DVB-H, seit 2011 Umstieg auf DVB-T2 Lite.
- **Schweiz: DAB seit 1999, seit Mitte 2012 Umstellung auf DAB+**
 - 33% der Haushalte verfügen über ein DAB/DAB+ Gerät.



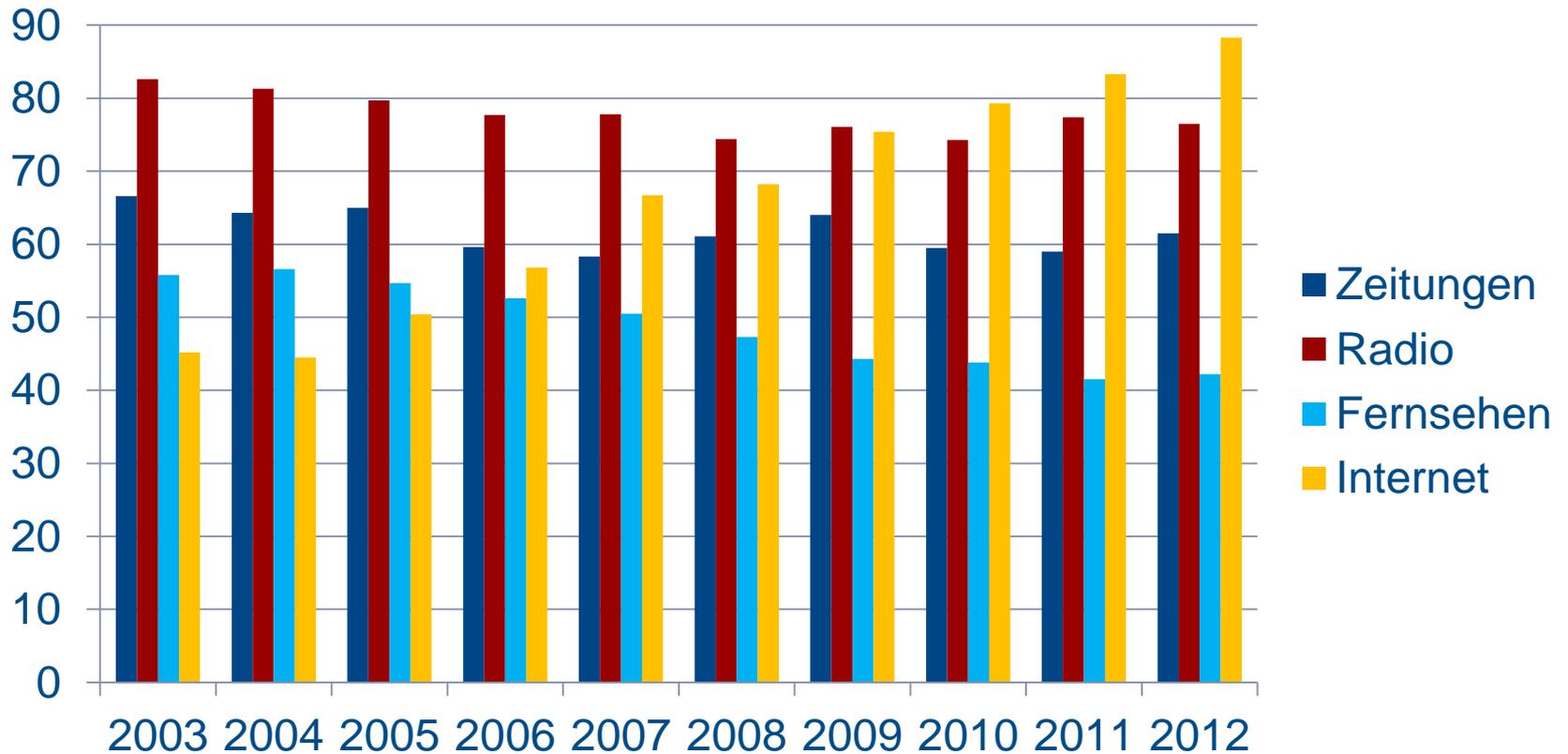
Entwicklung der Tagesreichweiten seit 2003 – die Aufholjagd des Internets als ergänzendes Medium



Quelle: Mediaanalyse/Teletest, Tagesreichweiten in Prozent, Personen ab 14 Jahren



Bei 14- bis 19-jährigen ist das Internet längst wichtigstes Medium – hauptsächlich zu Lasten des Fernsehens



Aber: 77% der 14- bis 19-jährigen nutzen das Internet für Videoinhalte

Quelle: Mediaanalyse/Teletest, Tagesreichweiten in Prozent, Personen 14 bis 19 Jahre



Reichweite Tageszeitungen – inklusive Gratismedien

	2003 RW %	2012.13 RW %	Veränderung in %
Der Standard	5,8	5,3	-8,6
Die Presse	5,1	3,8	-25,5
Heute	-	14,6	+14,6
Kronen Zeitung	43,8	36,2	-17,4
Kurier	11,2	8,3	-25,9
Österreich	-	9,8	+9,8
Wirtschaftsblatt	1,2	-	<u>k.A.</u>
Kleine Zeitung gesamt	12,4	11,3	-8,9
KTZ Kärntner Tageszeitung	1,2	-	<u>k.A.</u>
OÖN Oberösterreichische Nachrichten	5,6	4,8	-14,3
Salzburger Nachrichten	4,6	3,6	-21,7
Tiroler Tageszeitung	5,3	3,8	-28,3
Neue Vorarlberger Tageszeitung	1,0	0,6	-40
VN Vorarlberger Nachrichten	3,3	2,3	-30,3

Quelle: Vortrag H. Haas



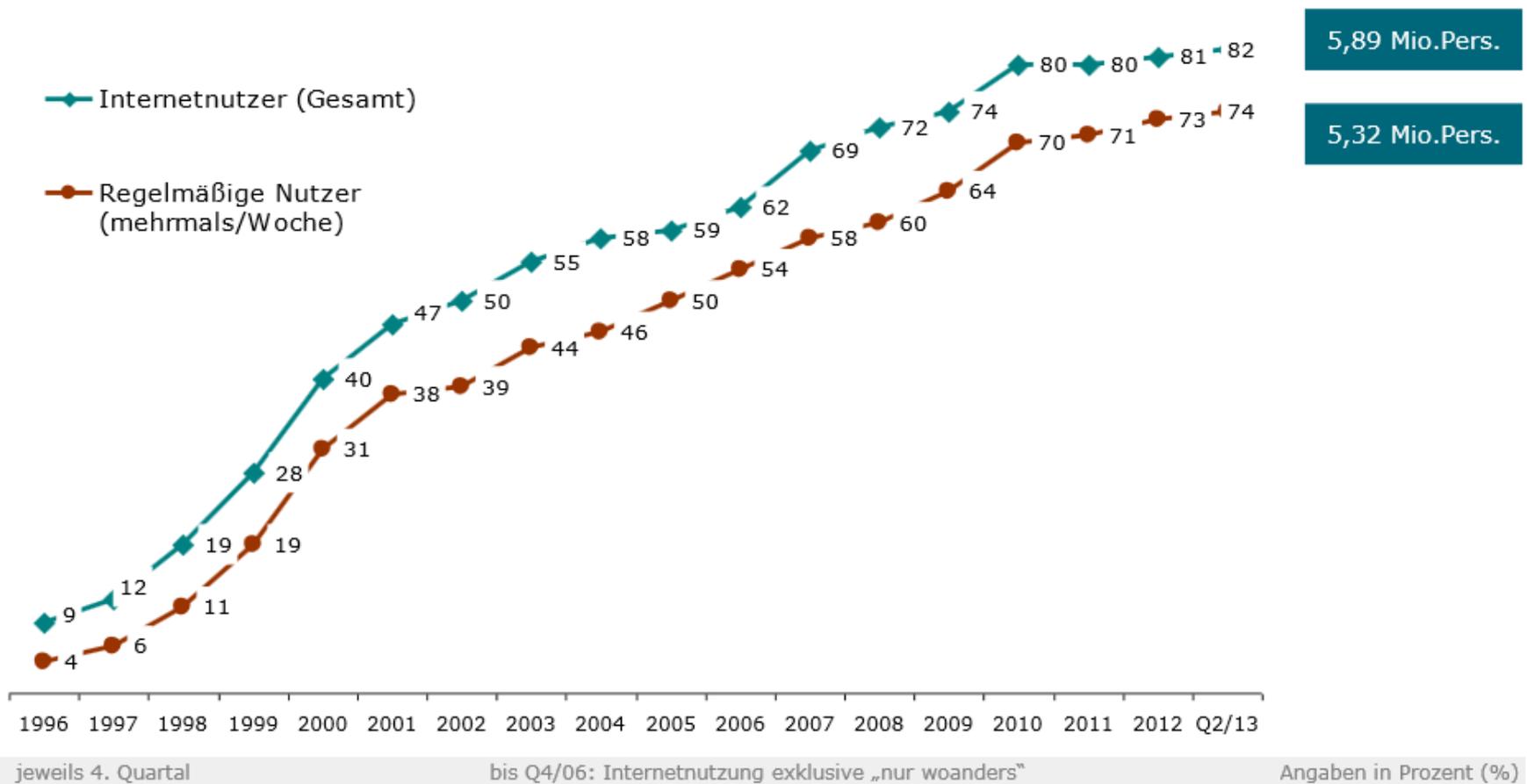
Neuordnung der Bundes-Presseförderung?

Vorschlag von Univ.Prof. Dr. Hannes Haas

- Deutliche Erhöhung auf 15 bis 20 Millionen Euro
- Weiterreichende Reform: Online-Förderung für Produkte, die über das Internet verbreitet werden
- Media-Fit (offensive Strukturförderung):
3 bis 4 Jahre 20 bis 30 Millionen Euro zusätzlich



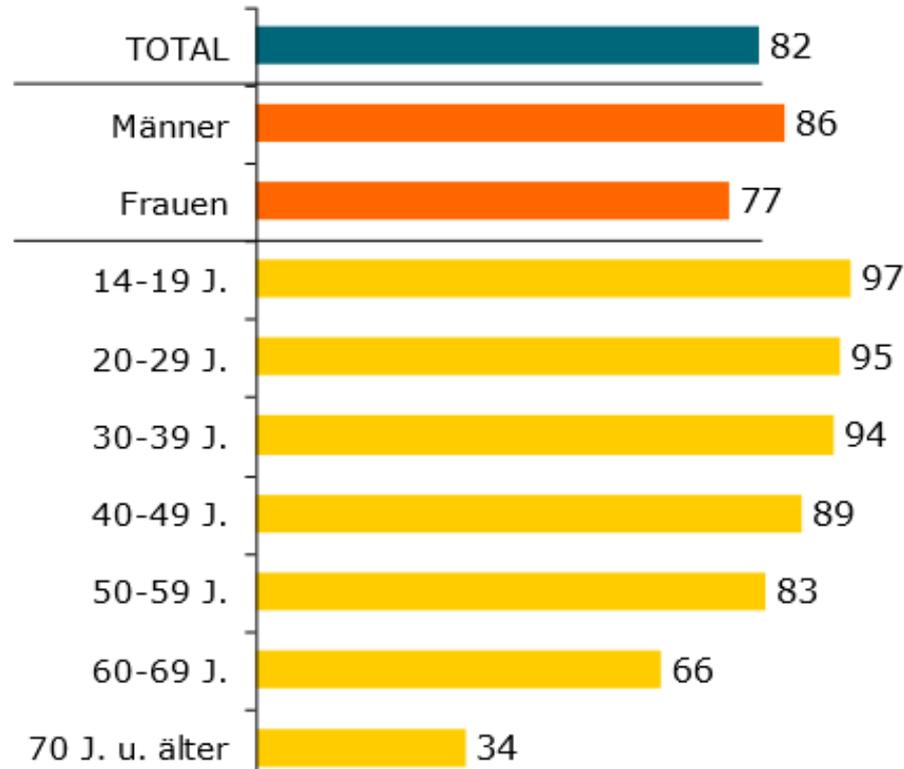
82% der Österreicher nutzen das Internet – 74% regelmäßig



Quelle: INTEGRAL, AIM-Austrian Internet Monitor, rep. Österr. ab 14 Jahren, April bis Juni 2013, n=2.500 Interviews



2013 ist Internet-Nutzung immer weniger eine Altersfrage – die „silver surfer“ holen überproportional auf

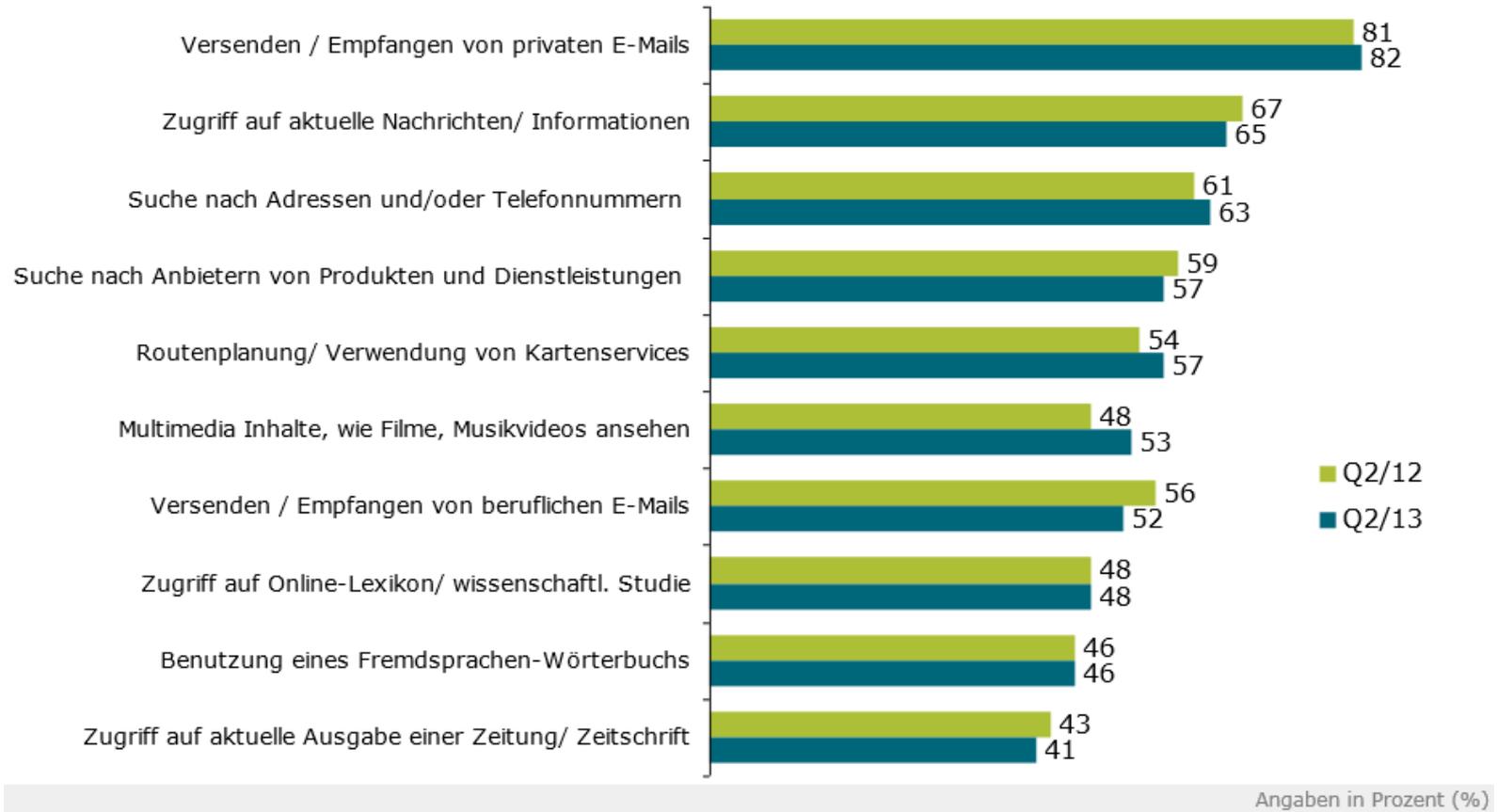


- Vgl. 2003: nur 13% der Altersgruppe ab 60 Jahre nutzten das Internet
- Vgl. 2008: schon 44% der Gruppe 60-69 J. und 18% der Gruppe 70+ J.

Quelle: INTEGRAL, AIM-Austrian Internet Monitor, rep. Österr. ab 14 Jahren, April bis Juni 2013, n=2.500 Interviews



Verwendung des Internets: Top 10

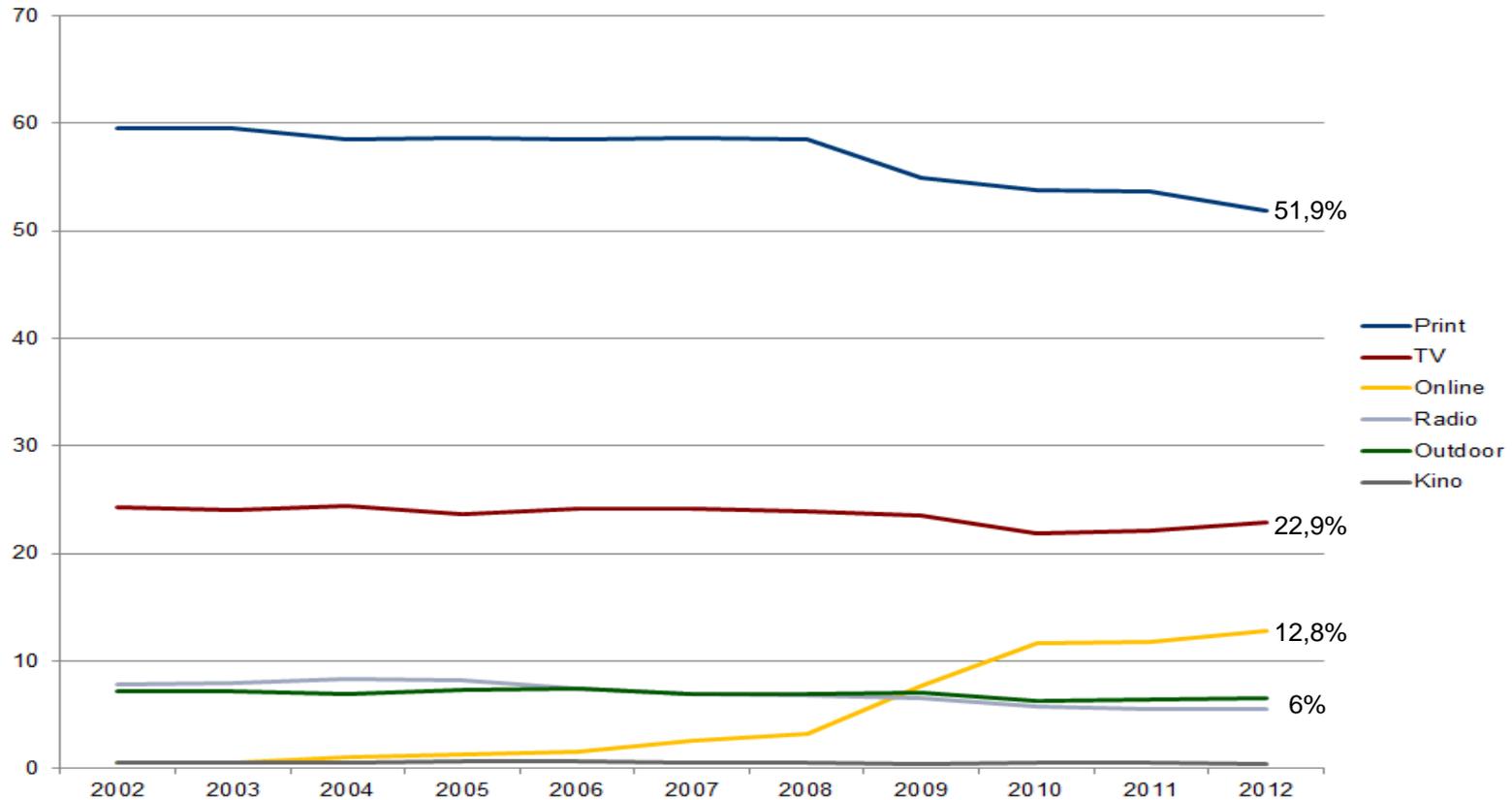


Quelle: INTEGRAL, AIM-Austrian Internet Monitor, rep. Österr. ab 14 Jahren, April bis Juni 2013, n=2.500 Interviews



In den letzten 10 Jahren ist der Online-Anteil am Werbemarkt massiv gewachsen.

Anteile der Werbeträger in Österreich am Brutto-Werbemarkt in % (Gesamtmarkt 2012: rund 3,4 Mrd. €)



Quelle: Focus Media Research

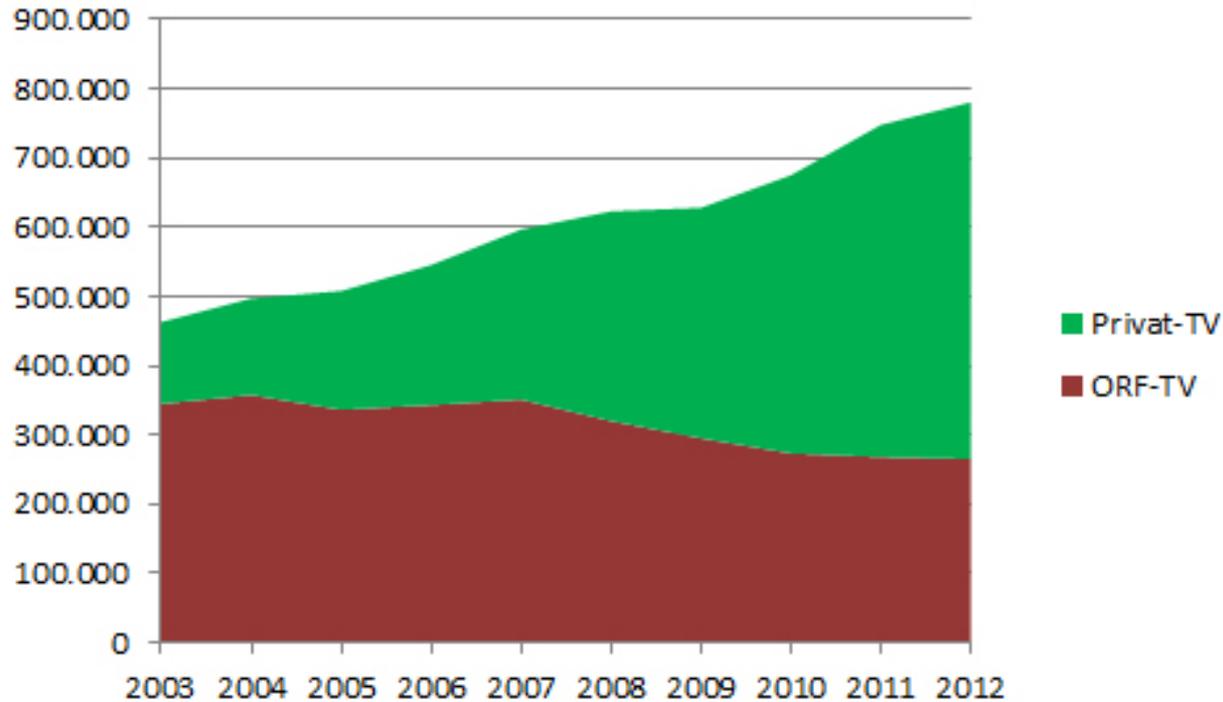
*) exkl. Prospekt, Gelbe Seiten, Direkt Werbung und Digital

***) Digital: Quelle ab 2009: www.werbeplanung.at



Der Anteil der Brutto-Werbeumsätze der privaten TV-Anbieter (insbes. Sat-Werbefenster) stieg von 2003 bis 2012 kontinuierlich.

Entwicklung der Brutto-Umsätze Privat-TV vs. ORF-TV von 2003 bis 2012 (in €)



Quelle: Focus Media Research

Der Online-Werbemarkt weist hohe Wachstumsraten auf.



- hohe Wachstumsraten (Prognose für 2013: 11%)
- mehr als 50% der Online-Werbeumsätze werden mit klassischer Online-Werbung generiert
- Markttreiber sind Bewegtbild-Werbung und Werbung auf mobilen Endgeräten

	Bruttowerbewert	Anteil
Klassische Online-Werbung	250.123.000 €	51,6%
Suchwortvermarktung	135.029.000 €	27,8%
Classifieds/Rubrikenmärkte/Verzeichnisse	99.734.000 €	20,6%
Total	484.886.000 €	100,0%

google???

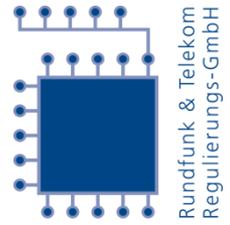
youtube???

facebook???

twitter???

Quelle: werbeplanung.at

Wir stehen für **Wettbewerb** und **Medienvielfalt**.



RTR

10 Jahre Medienentwicklung in Österreich im Rückblick

Dr. Alfred Grinschgl

RTR-GmbH

Geschäftsführer Medien