

Antrags- und Bewertungskriterien*

Förderprogramm Medienprojekt 2026

gültig vom 01.03.2026-31.07.2026
Stand März 2026

Antragsfragen

Fragen für Unternehmen

Bisherige Entwicklung

Beschreiben Sie die wichtigsten bisherigen Entwicklungsschritte Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation.

Ist-Situation

Wie ist die momentane Situation Ihres Unternehmens bzw. Ihrer Organisation? Welche Medienangebote sind veröffentlicht bzw. welche Entwicklungen werden derzeit vorgenommen? Gehen Sie auch auf die Kunden*innen-, Markt- und Konkurrenzsituation ein.

Maßnahmen zur Qualitätssicherung

Beschreiben Sie hier die Maßnahmen und Strukturen zur journalistischen Qualitätssicherung, die im Unternehmen vorhanden sind bzw. erarbeitet werden (Ethikregeln, Mitglied im Presserat, Redaktionsstatuten, etc.). Nehmen Sie Bezug auf den Einsatz von KI-Anwendungen und beschreiben Sie die Auswirkungen auf die journalistische Qualität. Gehen Sie weiters auf Maßnahmen zur journalistischen Weiterbildung ein. Das Redaktionsstatut ist unter „Anhänge“ verpflichtend hochzuladen.

Ausblick und Strategie

Wie sieht die Strategie für die nächsten Jahre aus? Sollen (neben dem eingereichten Projekt) neue Medienangebote entwickelt oder neue Zielgruppen erschlossen werden?

Fragen zum Projekt

Projektkurzbeschreibung (Presstext)

Beschreiben Sie in wenigen Sätzen Ihr Projekt. Dieser Text kann im Falle einer Förderung zur Veröffentlichung genutzt werden.

Welches Format ordnen Sie Ihrem eingereichten Medienangebot am ehesten zu?

Audio / Online / Print / Video / Social Media / Sonstiges

In welche Innovationskategorie ordnen Sie Ihr eingereichtes Medienangebot ein?

Angebot (z.B. neuer Titel) / Genre (z.B. neue Erzählform) / Distribution (z.B. neue Kanäle) / Positionierung (z.B. neue Zielgruppen) / Digitalisierung / Sonstiges

Geplantes Vorhaben

Beschreiben Sie hier Ihr Vorhaben und stellen Sie Ihr journalistisches Konzept dar. Nehmen Sie Bezug auf die innovativen Merkmale des geplanten Angebots. Gehen Sie detailliert auf die journalistischen, gestalterischen und funktionalen/technischen Aspekte und Prozesse ein.

Projektumsetzung und Herausforderungen

Welches sind die größten Herausforderungen (inhaltliche, technologische, marktstrategische, etc.), denen Sie bei der Projektumsetzung gegenüberstehen? Die Angaben zur Projektumsetzung müssen sich in den Arbeitspaketen widerspiegeln.

Alleinstellungsmerkmal, Konkurrenz und Marktanalyse

Wie hebt sich Ihr Vorhaben von bereits bestehenden Medienangeboten ab und was sind spezifische Alleinstellungsmerkmale? Beschreiben Sie Ihren Wettbewerb und deren Angebote. Gehen Sie auf den potenziellen Gesamtmarkt und auf die zukünftige Marktentwicklung ein.

Kund*innennutzen und Zielgruppe

Wer ist Ihre Zielgruppe bzw. sind Ihre Zielgruppen? Begründen Sie die Auswahl Ihrer Zielgruppen. Welchen Nutzen und Mehrwert hat diese von Ihrem Vorhaben?

Vertriebs- und Marketingstrategie

Welche Marketingmaßnahmen werden gesetzt? Welche Vertriebsstrategie verfolgen Sie, um Ihre Zielgruppen zu erreichen? Welche Netzwerke können dafür mobilisiert werden?

Preismodell und Umsatzerwartung

Welche Preisstrategie verfolgen Sie? Wie setzt sich Ihr Plan-Umsatz zusammen? Beschreiben Sie im Detail Ihre Annahmen und Kalkulationen.

Weiterentwicklung

Wie wirkt sich das Vorhaben auf das Unternehmen aus? Welche Auswirkungen auf den Medienstandort Wien sind zu erwarten? Wie werden die Ergebnisse/Erkenntnisse des Projektes im Unternehmen nachhaltig implementiert?

Beschäftigungseffekte

Werden durch das Projekt neue journalistische Mitarbeiter*innen im Unternehmen angestellt? Wenn ja, werden diese Mitarbeiter*innen während des Projekts oder nach Projektabschluss angestellt? Beschreiben Sie das geplante Arbeitsverhältnis. Sehen Sie mit dem Projektvorhaben ein nachhaltiges Beschäftigungswachstum bzw. die Sicherung des Beschäftigungsstandes von journalistischen Mitarbeiter*innen vor?

Digitalisierung

Werden im Rahmen des Projekts innovative digitale Lösungen in den redaktionellen Arbeitsalltag integriert und welche Auswirkungen haben diese gegebenenfalls auf die Arbeitsplatzstruktur im Unternehmen?

Umwelt (Schwerpunkt Klimaschutz)

Welche Auswirkungen hat das eingereichte Projekt auf das Klima? Bitte beschreiben Sie positive und negative Auswirkungen (und quantifizieren Sie diese, wenn möglich). Denken Sie an:

- Emissionen, Energieverbrauch, Wasserverbrauch, Ressourcenverbrauch und ähnliches vor und nach dem Projekt
- Umgang mit Abfällen, Recycling, Verwertbarkeit im Sinne der Kreislaufwirtschaft
- Umweltverschmutzung und Einfluss auf die Biodiversität
- Möglichkeiten für klimafreundlichere Lösungen, Infrastruktur und Arbeitsmittel, Auswahl Ihrer Partner*innen und Lieferant*innen

Gehen Sie auch darauf ein, wie sich die angestrebten Ergebnisse des Projekts im Vergleich zu Ihrer bestehenden Situation und/oder dem aktuellen Stand der Technik verhalten bzw. welche Verbesserungen angestrebt werden.

Diversität auf Projektebene

Welche positiven wie auch negativen Auswirkungen können bzw. werden die Projektergebnisse auf die unterschiedlichsten Ziel- bzw. Nutzer*innengruppen haben? Gehen Sie näher drauf ein und beschreiben Sie, wie und in welchen Aspekten Sie bereits im Rahmen der Projektumsetzung Diversitätsaspekte berücksichtigen werden. Sollte das Projekt keine Diversitätsaspekte beinhalten, dann ist dies ebenfalls zu begründen. Ist die Zusammensetzung des Projektteams ausgewogen im Sinne von Diversität? Werden branchenübliche Verhältnisse verbessert?

Bewertungskriterien

Übersicht

Nr.	Indikator	Skala	KO bei:
1.	Programmspezifische Anforderungen	Punkte *	≤ 0
2.	Ressourcen	ja/nein	nein
3.	Finanzierung	ja/nein	nein
4.	Umsetzbarkeit/Risiko	ja/nein	nein
5.	Kund*innennutzen	Punkte	≤ 0
6.	Wirtschaftliche Effekte im Unternehmen	Punkte	≤ 0
7.	Beschäftigungseffekte im Unternehmen	Punkte	≤ -1 **
8.	Digitalisierung	Punkte	≤ -1 **
9.	Klimaschutz/Umweltziele	Punkte	-2 **
10.	Diversität	Punkte	-2 **
11.	Standorteffekte	Punkte	≤ 0

* Die Punkteskala umfasst den Wertebereich von minus 2 bis plus 3 Punkten (im Indikator „Programmspezifische Anforderungen“ ist der Wertebereich 0 bis plus 3 Punkte). Werden in einem Kriterium negative Effekte erwartet, werden negative Punkte vergeben, eine Bewertung mit Null bedeutet, dass in diesem Kriterium keine Effekte erwartet werden; werden positive Effekte erwartet, werden plus 1 bis plus 3 Punkte vergeben. Minus 2 Punkte werden bei signifikant negativen Effekten vergeben, plus 3 Punkte sind hohen erwarteten Effekten im jeweiligen Kriterium vorbehalten.

** Wird dieses Bewertungskriterium in den Zielen der Förderausschreibung als Fokusthema genannt und dort als „Muss Kriterium“ adressiert, muss das Projekt einen positiven Effekt erwarten lassen, andernfalls wird automatisch ein KO vergeben. Wird es als Fokusthema genannt und dort als „Soll Kriterium“ adressiert, führt erst eine Bewertung mit minus 1 automatisch zu einem KO. Handelt es sich hierbei nicht um ein Fokusthema, führt erst eine Bewertung mit minus 2 (= signifikant negativer Effekt) zu einem sofortigen KO.

Bewertungskriterien im Einzelnen

Nr.	Indikator	Art	Maximale Punkte	KO bei
1.	Programmspezifische Anforderungen In diesem Kriterium wird bewertet, wie gut das eingereichte Vorhaben den Programmzielen entspricht und ob darüber hinaus die Förderung dazu beitragen kann, dass das Projekt schneller oder umfangreicher umgesetzt werden kann. In diesem Punkt wird auch bewertet, ob es sich bei dem einreichenden Unternehmen, um ein bestehendes Medienunternehmen¹ handelt. Bei dem eingereichten Vorhaben muss es sich um die Entwicklung eines innovativen Medienangebotes² oder der Entwicklung einer innovativen, arbeitserleichternden digitalen Lösung handeln. Dem Vorhaben muss ein klares Konzept zugrunde liegen. Es sollte sich durch die inhaltliche journalistischen Qualität und/oder einer digitalen Innovation positionieren. Die Kompetenzen und Erfahrungen der handelnden Personen sollen für eine hohe Qualität sprechen, zumal die Projektumsetzung überwiegend bzw. in Begleitung von qualifizierten Journalist*innen erfolgen muss. Journalistische Qualität zeigt sich insbesondere durch folgende Kriterien: • Vorhandensein einer Redaktion mit entsprechender personeller und finanzieller Ausstattung • Redaktion besteht aus qualifizierten Journalist*innen • Redaktioneller Inhalt dominiert im Verhältnis zu bezahltem Inhalt/Werbung sowie nachvollziehbare Trennung von Redaktion und Vertrieb • Richtigkeit und Nachvollziehbarkeit der Recherchen (Qualitätskontrolle, Mitglied im Presserat, Ethikregeln) • Der Einsatz von KI-Anwendungen erfolgt unter journalistischer Sorgfaltspflicht und ersetzt nicht die redaktionelle Arbeit an sich • Sachlichkeit in der Berichterstattung und Quellenvielfalt • Relevanz der behandelnden Themen (Beitrag zum aktuellen Diskurs, Reichweite) • Achtung der Grundrechte und Menschenwürde Definition „Journalismus“ (Journalismus-Report): Journalismus ist die als Erwerbstätigkeit ausgeübte, regelmäßige Produktion und Verbreitung von Information, zum Zwecke der	Punkte	3	≤ 0

¹ Definition Medienunternehmen laut Mediengesetz §1 Punkt 6.

Medienunternehmen sind jene Unternehmen, in denen die inhaltliche Gestaltung des Mediums besorgt wird sowie

a) seine Herstellung und Verbreitung oder

b) seine Ausstrahlung oder Abrufbarkeit entweder besorgt oder veranlasst werden.

² Medienangebote können, in Anlehnung an das Mediengesetz, alle Angebote zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild sein, die sich an einen größeren Personenkreis richten.

	Orientierungshilfe für die Öffentlichkeit, in einem journalistischem Medium, das sich der Sicherung und Förderung der Demokratie verpflichtet hat und zur Gewährleistung dieses Anspruchs die journalistischen Prinzipien – wie Unabhängigkeit, Überparteilichkeit, Aktualität, Relevanz, Richtigkeit, Kontrolle, Allgemeinverständlichkeit – anwendet. ³			
	Ressourcen	Ja/Nein	-	Nein
2.	Sind ausreichend Ressourcen beim Unternehmen, allenfalls seinen Partner*innen oder Dienstleister*innen quantitativ und/oder qualitativ vorhanden, um das geplante Vorhaben zu realisieren? Das umfasst neben der technischen Ausstattung, der Infrastruktur und den organisatorischen Vorkehrungen in hohem Maße auch die Zusammensetzung des an der Umsetzung des Vorhabens arbeitenden Teams. Die Kompetenzen und Erfahrungen der handelnden Personen sollen für eine hohe Qualität sprechen, zumal die Projektumsetzung überwiegend bzw. in Begleitung von qualifizierten Journalist*innen erfolgen muss.			
	Finanzierung	Ja/Nein	-	Nein
3.	Ist die dargestellte Finanzierung des Vorhabens nachvollziehbar? Sind Finanzierungen aus zukünftig erwarteten Einnahmen realistisch (erhoffte Kapitalerhöhungen, künftiger Cash-Flow, noch nicht zugesagte Beihilfen, ...)			
	Umsetzbarkeit/Risiko	Ja/Nein	-	Nein
4.	Neben den oben bewerteten technischen, personellen und finanziellen Ressourcen werden an dieser Stelle andere erfolgskritische Faktoren bewertet, die aus Sicht einer Gesamteinschätzung im konkreten Einzelfall für eine erfolgreiche Umsetzung relevant sein können. Die Angaben im Antrag müssen weitgehend vollständig, schlüssig und plausibel dargestellt sein. Sie spiegeln sich nachvollziehbar in den beschriebenen Arbeitspaketen wider. Die Arbeitspakete sowie die Sachkosten sind ausreichend konkret dargestellt und erscheinen geeignet, die vorgesehenen journalistischen, technischen und wirtschaftlichen Ziele des Vorhabens zu erreichen.			
	Kund*innennutzen	Punkte	3	≤ 0
5.	In diesem Kriterium wird bewertet, inwieweit durch das Vorhaben bestehende reale Bedürfnisse gedeckt werden sollen bzw. wie dringlich eine Lösung für diese Bedürfnisse ist. Als Kund*innen in diesem Zusammenhang sind sowohl Endkund*innen als auch Unternehmen zu sehen. Bei Projekten, die Prozessverbesserungen zum Gegenstand haben, kann sich ein solcher Nutzen auch indirekt einstellen. Bewertet wird der Kund*innennutzen, der aus der Bearbeitung eines bislang nicht gestillten Bedürfnisses und der daraus entstehenden Innovation im Vergleich zu bestehenden Marktangeboten resultiert. Innovationen können im Bereich der journalistischen Produktion, der Medienorganisation, der Zielgruppe, der Content-Distribution, der digitalen Transformation sowie im Bereich der Monetarisierung stattfinden.			

³ Siehe: A. Kaltenbrunner, S. Luef, R. Lugschitz, M. Karmasin, D. Kraus (Hg.) Journalismus-Report VII. Lokaljournalismus und Innovation, 2022.

	Ein hoher journalistischer Innovationsgrad zeigt sich insbesondere durch folgende Kriterien: • Es handelt sich beim Vorhaben um ein (für das Medienunternehmen) neues oder deutlich verbessertes mediales Angebot. • Auf Veränderungen am Medienmarkt wird mit progressiven Fähigkeiten reagiert. • Journalistischer, gestalterischer und technischer Entwicklungsaufwand wird zu einem wesentlichen Teil im eigenen Unternehmen umgesetzt. • Die Projektumsetzung führt zu einem auf künftige Projekte anwendbaren Know-how-Aufbau im Unternehmen. • Funktionalitäten sind am neuesten Stand der Technik und benutzer*innenfreundlich • Die Gestaltung (insbesondere die Aufbereitung von Daten) ist zeitgemäß • Inhalte werden crossmedial und/oder interaktiv aufbereitet • Durch das neue Medienprodukt wird ein Mehrwert für das Publikum generiert.			
	Wirtschaftliche Effekte im Unternehmen	Punkte	3	≤ 0
6.	Hier wird bewertet, wie sich das Vorhaben direkt oder indirekt auf die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens auswirken wird. Dazu können gleichermaßen kurzfristige, unmittelbar am Markt realisierbare Effekte als auch längerfristige, insbesondere strukturelle Effekte eines Vorhabens herangezogen werden. Das Vorhaben muss über ein realistisches und nachhaltig angelegtes Geschäftsmodell mit klar definierten Zielgruppen, nachvollziehbarem Kund*innennutzen und plausibler Umsatzgenerierung verfügen. Eine schlüssige (Markteintritts-), Marketing- und Vertriebsstrategie mit geeigneten Kommunikationsmaßnahmen ist dargestellt, ebenso die Einbindung in relevante wirtschaftliche Netzwerke. Das Projekt weist eine hohe Additionalität auf, geht über den laufenden Geschäftsbetrieb hinaus und lässt eine Erhöhung der journalistischen Qualität bzw. die Erschließung neuer Zielgruppen erwarten.			
	Beschäftigungseffekte im Unternehmen	Punkte	3	≤ -1
7.	In diesem Indikator sind die erwarteten Effekte des Vorhabens auf kurz- und längerfristige Beschäftigungsveränderungen zu bewerten. Hier kann auch ein Alternativszenario als Bewertungsbasis herangezogen werden (Entwicklung mit gegenüber ohne das Vorhaben). In die Beurteilung miteinzubeziehen sind auch allfällige Informationen hinsichtlich der Wahrnehmung sozialer Verantwortung (Einhaltung sozialer Standards, Transparenz, ...) durch das Unternehmen bzw. ob das Projekt geeignet erscheint, diesbezüglich positiv zu wirken. Das Unternehmen muss Beschäftigungswachstum oder zumindest die Sicherung des bestehenden Beschäftigungsstandes von journalistischen Mitarbeiter*innen vorsehen. Die branchenübliche Entlohnung der der journalistischen Mitarbeiter*innen muss gewährleistet sein.			
	Digitalisierung	Punkte	3	≤ -1
8.	In diesem Indikator ist das digitale Vorhaben zu beurteilen. Trägt dieses zur Prozessoptimierung und Qualitätssicherung bei? Ergibt sich durch die Implementierung digitaler Tools eine Arbeitserleichterung im Unternehmen? Steht eine digitale Transformation im Vordergrund, die durch redaktionelle Begleitung erfolgreich umgesetzt werden kann?			
9.	Klimaschutz/Umweltziele	Punkte	3	-2

	Wie weit werden Klimaschutz- und Umweltziele im Vorhaben berücksichtigt? Welche Effekte und in welcher Höhe sind diese zu erwarten? Wie maßgeblich ist das Vorhaben für die Entwicklung des Unternehmens hin zu einem ökologisch „nachhaltigen Unternehmen“?			
10.	Diversität	Punkte	3	-2
	An dieser Stelle wird in der Beurteilung berücksichtigt, inwieweit Diversitätsaspekte in die Umsetzung des Vorhabens miteinbezogen worden sind beziehungsweise inwieweit die projektierten Produkte oder Dienstleistungen Diversitätsaspekte beinhalten.			
11.	Standorteffekte	Punkte	3	≤ 0
	In diesem Indikator wird bewertet, inwieweit das Projekt eine positive Wirkung auf den Medienstandort Wien hat (im Sinne von Medienvielfalt, Strahlkraft des Projekts, positive Auswirkungen auf andere Wiener Medienunternehmen), aber auch inwieweit ein gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Mehrwert auf andere Unternehmen durch das Projekt entsteht.			