

## Antrags- und Bewertungsfragen zur Wiener Medieninitiative

### Förderprogramm Medienprojekt

gültig vom 01.11.2022-31.10.2025  
Stand November 2022

## Inhalt

Förderprogramm Medienprojekt	3
Antragsfragen	3
Bewertungsfragen	5

## Förderprogramm Medienprojekt

### Antragsfragen

#### Fragen für Unternehmen älter 1 Jahr

---

##### **Bisherige Entwicklung**

Beschreiben Sie ganz allgemein die wichtigsten 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-, Markt- und Konkurrenzsituation ein.

##### **Maßnahmen zur Qualitätssicherung**

Welche Maßnahmen und Strukturen zur journalistischen Qualitätssicherung sind in Ihrem Unternehmen vorhanden (Ethikregeln, Mitglied im Presserat, Redaktionsstatuten, etc.). Gehen Sie weiters auf Angebote zur journalistische Weiterbildung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein.

##### **Ausblick und Strategie**

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

#### Fragen für Gründerinnen und Gründer

---

##### **Gründungsteam und Vorkenntnisse**

Beschreiben Sie das Gründungsteam. Gehen Sie auf die für eine erfolgreiche Projektumsetzung relevanten Kenntnisse, Ausbildungen und Erfahrungen ein. Lebensläufe sind dem Reiter "Anhang" beizufügen.

##### **Geplante Unternehmensentwicklung**

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

### **Journalistisches Vorhaben**

Beschreiben Sie hier Ihr Vorhaben und stellen Sie Ihr journalistisches Konzept dar, das als inhaltliche Ausrichtung Ihrem Vorhaben zu Grunde liegt. Gehen Sie detailliert auf die journalistischen, gestalterischen und funktionalen Aspekte Ihres Vorhabens ein.

### **Projektumsetzung und Herausforderungen**

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

### **Weiterentwicklung**

Wie wirkt sich das Vorhaben auf das Unternehmen / auf das Umfeld des Unternehmens (Branche, Stadt Wien, etc.) aus? Welche Weiterentwicklungen und Veränderungen sind zu erwarten? Wie werden die Ergebnisse/Erkenntnisse des Projektes im Unternehmen nachhaltig implementiert?

### **Kundennutzen und Zielgruppe**

Wer ist Ihre Zielgruppe bzw. sind Ihre Zielgruppen? Welchen Nutzen haben Kundinnen/Kunden von Ihrem Medienangebot?

### **Vertriebs- und Marketingmodell**

Welche Marketingmaßnahmen werden gesetzt? Welche Vertriebsstrategie, -wege verfolgen Sie, um Ihre Kundinnen/Kunden/Zielgruppen zu erreichen?

### **Alleinstellungsmerkmal, Konkurrenz und Marktanalyse**

Erläutern Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal. Wie hebt sich Ihr Medienangebot von bereits am Markt bestehenden Entwicklungen ab? Beschreiben Sie Ihre Mitbewerberinnen/Mitbewerber und deren Angebote.

### **Preismodell und Umsatzerwartung**

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

### **Beschäftigungseffekte**

Werden durch das Projekt neue MitarbeiterInnen im Unternehmen angestellt? Sind insbesondere journalistische Arbeitsplätze geplant? Wenn ja, werden diese MitarbeiterInnen während des Projekts oder nach Projektabschluss angestellt? Handelt es sich dabei um Voll- oder Teilzeit-MitarbeiterInnen?

### **Querschnittsthema**

Hat das Projekt (positive) Auswirkungen in einem oder mehreren der folgenden Themengebiete: demokratischer Diskurs, Ökologie und Ressourceneffizienz, Chancengleichheit und Diversität, gesellschaftspolitische Relevanz?

## Bewertungsfragen

Die Projekte, die in der Wiener Medieninitiative im Förderprogramm Medienprojekt eingereicht werden, werden nach dem folgenden Indikatorensystem von der jeweiligen Fachjury bewertet.

Die Nichterreichung eines KO-Indikators führt zur Ablehnung des Antrags. 0-5 Indikatoren werden gemäß dem „umgekehrten Schulnotensystem“ bewertet, wobei 0 die schlechteste und 5 die beste Bewertung bedeutet.

## Indikatoren

Nr.	Indikator	Skala	Punkte	KO
1.	Planung	0 – 5	10	ja
2.	Medienunternehmen (in Gründung)	j/n	-	ja
3.	Medienprojekt	j/n	-	ja
4.	Journalistische Qualität	0 – 5	15	ja
5.	Innovationsgrad	0 – 5	15	ja
6.	Geschäftsmodell	0 – 5	10	ja
7.	Vertrieb- und Marketingmodell	0 – 5	10	ja
8.	Ressourcen	0 – 5	5	ja
9.	Finanzierung	j/n	-	ja
10.	Unternehmensinterne und strategische Bedeutung	0 – 5	15	ja
(10.)	Team und Kompetenzen*	(0 – 5)	(15)	(ja)
11.	Beschäftigungswirkung	0 – 5	5	nein
12.	Regionalwirtschaftliche Relevanz	0 – 5	5	nein
13.	Querschnittsthemen	0 – 5	10	nein

\* Die Frage (10.) „Team und Kompetenzen“ gilt nur für GründerInnen. Sie wird anstatt der Frage 10. „Betriebswirtschaftliche Relevanz“ (gilt für Unternehmen > 1 Jahr) verwendet.

Nr.	Indikator	Art	Punkte	KO
1.	Planung	0 – 5	10	ja
	<p>Inwieweit sind die Angaben im Antrag vollständig, schlüssig und plausibel?</p> <p>Spiegeln sich die Angaben im Antrag in den Arbeitspaketen wider? Sind die Arbeitspakete ausreichend beschrieben und dazu geeignet, die vorgesehenen journalistischen und wirtschaftlichen Ziele des Vorhabens zu erreichen?</p>			
2.	Medienunternehmen (in Gründung)	j/n	-	ja
	<p>Handelt es sich beim einreichenden Unternehmen um ein Medienunternehmen bzw. wird das zu gründende Unternehmen dieser Definition nach erfolgter Gründung unterliegen?</p> <p>Definition Medienunternehmen laut Mediengesetz: Medienunternehmen sind jene Unternehmen, in denen die inhaltliche Gestaltung des Mediums besorgt wird sowie</p> <p>a) seine Herstellung und Verbreitung oder b) seine Ausstrahlung oder Abrufbarkeit entweder besorgt oder veranlasst werden.</p>			
3.	Medienprojekt	j/n	-	ja
	<p>Handelt es sich beim eingereichten Vorhaben um die Entwicklung oder Verbesserung eines Medienangebotes und liegt diesem Angebot unabhängiger Journalismus zu Grunde?</p> <p>Medienangebote können, in Anlehnung an das Mediengesetz, alle Angebote zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichen Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild sein, die sich an einen größeren Personenkreis richten.</p> <p>Definition „Journalismus“ (Journalismus-Report): Journalismus ist die als Erwerbstätigkeit ausgeübte, regelmäßige Produktion und Verbreitung von Information, zum Zwecke der 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.</p>			
4.	Journalistische Qualität	0 – 5	15	ja
	<p>Wie hoch ist die journalistische Qualität des Vorhabens?</p> <p>Liegt dem Vorhaben ein Konzept zu Grunde, das auf ein journalistisch hochwertiges Angebot schließen lässt? Wie kann sich das Vorhaben gegenüber anderen journalistischen Angeboten positionieren? Lassen die Kompetenzen und Erfahrungen der handelnden Personen auf eine hohe Qualität schließen? Erfolgt die Projektumsetzung hauptsächlich durch qualifizierte Journalisten und Journalistinnen?</p> <p>Journalistische Qualität zeigt sich insbesondere durch folgender Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorhandensein einer Redaktion mit entsprechender personeller und finanzieller Ausstattung</li> <li>- Die Redaktion besteht aus qualifizierten Journalistinnen und Journalisten</li> <li>- Redaktioneller Inhalt dominiert im Verhältnis zu bezahltem Inhalt/Werbung</li> <li>- Richtigkeit und Nachvollziehbarkeit der Recherchen (Qualitätskontrolle, Mitglied im Presserat, Ethikregeln)</li> <li>- Sachlichkeit in der Berichterstattung und Quellenvielfalt</li> <li>- Relevanz der behandelnden Themen (Beitrag zum aktuellen Diskurs, Reichweite)</li> </ul>			

	- Achtung der Grundrechte und Menschenwürde			
	Innovationsgrad	0 – 5	15	ja
5.	<p>Wie hoch ist der Innovationsgrad des Vorhabens im Vergleich mit den bereits am angestrebten Zielmarkt existierenden Angeboten? Innovationen können im Bereich der journalistischen Produktion, der Medienorganisation, der Content-Distribution sowie im Bereich der Monetarisierung stattfinden.</p> <p>Ein hoher Innovationsgrad zeigt sich insbesondere durch folgender Kriterien:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es handelt sich beim Vorhaben um ein (für das Unternehmen) neues oder verbessertes mediales Angebot.</li> <li>- Journalistischer, gestalterischer und technischer Entwicklungsaufwand wird zu einem wesentlichen Teil im eigenen Unternehmen umgesetzt. Und die Projektumsetzung führt zu einem Know-how-Aufbau im Unternehmen.</li> <li>- Funktionalitäten sind am neuesten Stand der Technik und benutzerInnenfreundlich</li> <li>- Die Gestaltung (insbesondere die Aufbereitung von Daten) ist zeitgemäß</li> <li>- Inhalte werden crossmedial und/oder interaktiv aufbereitet</li> <li>- Das Vorhaben hebt sich wesentlich von bestehenden Medienangebot am (österreichischen) Markt ab.</li> </ul>			
	Geschäftsmodell	0 – 5	10	ja
6.	<p>Gibt es ein realistisches und nachhaltiges Geschäftsmodell?</p> <p>Zu bewerten ist das dargestellte Geschäftsmodell nach dessen Qualität und Erfolgsaussichten. Werden die Fragen zu Zielkunden, Nutzen für Kundinnen und Kunden, Art der Nutzenschaffung und Art der Umsatzgenerierung beantwortet? Lässt sich eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit erkennen oder handelt es sich um eine Einzelmaßnahme?</p>			
	Vertriebs- und Marketingmodell	0 – 5	10	ja
7.	<p>Gibt es eine plausible Markteintritts-, Marketing- und Vertriebsstrategie?</p> <p>Sind die dargestellten Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen geeignet für die Erreichung der Zielgruppe? Zu bewerten sind Qualität und Erfolgsaussichten des dargestellten Vertriebs- und Marketingmodells. Ist das Unternehmen in wirtschaftliche Netzwerke eingebunden bzw. wie wird das Unternehmen Teil dieser Netzwerke?</p>			
	Ressourcen	0 – 5	5	ja
8.	<p>In welchem Ausmaß sind die zur Umsetzung des Projekts notwendigen Ressourcen (Personal - journalistische, technische, unternehmerische Kompetenzen), Netzwerke und Kooperationen, Know-how, Materialien, Lizenzen, rechtliche Voraussetzungen etc.) vorhanden?</p>			
	Finanzierung	j/n	-	ja
9.	<p>Sind die zur Umsetzung des Projekts notwendigen finanziellen Mittel vorhanden und nachvollziehbar dargestellt?</p> <p>Wenn nein, kann mittels Finanzierungsaufgabe der Nachweis einer ausreichenden Finanzierung dargestellt werden?</p>			
10.	Unternehmensinterne und strategische Bedeutung	0 – 5	15	ja

	<p>Wie hoch ist die Bedeutung und Additionalität des Projekts für das Unternehmen (auch im Vergleich zur bisherigen Tätigkeit) einzuschätzen? Kann von einer Erhöhung der journalistischen Qualität und/oder Erhöhung des medialen Angebots ausgegangen werden?</p> <p>Stellt das Projekt für das einreichende Unternehmen ein Vorhaben dar, das über den laufenden Geschäftsbetrieb und die übliche journalistische Leistung dieses Unternehmens hinausgeht (= Mindestanspruch)?</p> <p>Handelt es sich darüber hinaus um ein großes Vorhaben oder um ein Projekt unter vielen? Es muss sich z.B. um die Entwicklung eines für das Unternehmen neuen, zusätzlichen (oder deutlich verbesserten) Angebotes handeln. Öffnet das Projekt für das Unternehmen einen neuen Markt, eine neue Zielgruppe, ein neues Geschäftsfeld?</p> <p>Hier wird nicht das Geschäftsmodell des Vorhabens „isoliert“ bewertet, sondern das Vorhaben in Relation zu den übrigen Aktivitäten/Geschäftsfeldern des Unternehmens und hinsichtlich der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung beurteilt.</p>			
	Team und Kompetenzen*	(0 – 5)	(15)	(ja)
(10.)	Wie ist die Qualifikation des Gründungsteams einzuschätzen? Lässt dieses eine positive Umsetzung und darauffolgenden Geschäftsverlauf erwarten?			
	Beschäftigungswirkung	0 – 5	5	nein
11.	<p>Wie ist die mittelfristige (positive) Beschäftigungswirkung des Projekts einzuschätzen?</p> <p>Ist das Vorhaben geeignet, während und v.a. über die Projektlaufzeit hinaus zusätzliche Beschäftigung im Unternehmen zu schaffen? Ist durch das Vorhaben zu erwarten, dass (auch) journalistische Arbeitsplätze gesichert und/oder geschaffen werden? Werden die (journalistischen) MitarbeiterInnen branchenüblich entlohnt?</p>			
	Regionalwirtschaftliche Relevanz	0 – 5	5	nein
12.	Wie hoch ist die Bedeutung des Projekts für den Standort Wien i.S.v. Medienvielfalt, Strahlkraft, Vorbildfunktion, Wertschöpfung, etc.? Gibt es eine positive Auswirkung auf den Wirtschafts- und Medienstandort Wien?			
	Querschnittsthemen	0 – 5	10	nein
13.	<p>Wie sind die (positiven) Auswirkungen des Projekts in einem oder mehreren der folgenden Themengebiete einzuschätzen: Ökologie und Ressourceneffizienz, Chancengleichheit und Diversität, andere gesellschaftspolitisch relevante Fragen?</p> <p>Trägt das Projekt zum demokratischen Diskurs bei? Dient das Projekt zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen? Werden auf Bedürfnisse unterschiedlicher Gruppen Rücksicht genommen, oder sind vom Projekt positive ökologische Effekte zu erwarten?</p>			

Summe 100