

BEANTRAGUNG/ BEWILLIGUNG

- Wann wird die Förderrichtlinie voraussichtlich endgültig veröffentlicht? Und ist ab diesen Stichtag eine sofortige Antragsstellung möglich?
 - ➔ Der knapp Antrags- und Projektzeitraum ist unzureichend für Planungshorizont der Verlage.
- Wird es bei der BAFA personelle Kapazitäten geben, um eine angemessene Beratung und kompetente Unterstützung der Verlage bei der Antragsstellung und den Verwendungsnachweisen (!) sicherzustellen?
- Wie lange wird die Bearbeitungszeit eingegangener Anträge im BAFA in Anspruch nehmen?
- Wird es bereits vor der Veröffentlichung der Förderrichtlinie eine Anleitung zur Antragsstellung geben und ab wann wäre diese einsehbar?
 - ➔ So könnten Verlage schon mit den Vorbereitungen beginnen.
- Steht jedem Verlag nach Bewilligung ein Projektzeitraum von mindestens 6 Monaten zu, auch wenn sich dieser bis ins Jahr 2022 zieht? Oder müssen die Projekte in 2021 abgeschlossen werden?
 - ➔ Wenn erst mit Veröffentlichung der Förderrichtlinie an den Anträgen gearbeitet werden kann, werden diese vermutlich erst am Ende der Antragsfrist eingereicht werden können. Wenn der Projektzeitraum in 2021 abgeschlossen sein muss, bleiben den Verlagen dann womöglich nur noch 3 Monate oder weniger für die Umsetzung des Projektes inklusive Erfolgskontrolle. Das wäre nicht akzeptabel oder realistisch.
- Woran bemisst sich die Erfolgskontrolle? Wie überprüft das BMWi, dass Förderungen zurecht bewilligt wurde? Welche Nachweise müssen dann vorgelegt werden?
- Wie läuft die Beantragung für die verbleibenden 20 Mio. Förderung für 2022 ab? Werden auch diese Gelder nur in dem dreimonatigen Antragszeitraum nach Veröffentlichung der Förderrichtlinie beantragt werden können?
- Kann der Projektzeitraum bis ins Jahr 2022 verlängert werden, wenn Mittel aus dem Topf für das Jahr 2022 abgerufen werden?
- Ist die Anzahl der Einzelprojekte pro Verlag begrenzt?
- Können Gemeinschaftsprojekte zwischen verschiedenen Verlagen bzw. Medienhäusern über eine gemeinsame Antragsstellung abgewickelt und gefördert werden?

FÖRDERHÖHE UND VERGABE

- Bleibt die seit Oktober bekannte Verteilung zwischen den Gattungen (Tageszeitungen 59 Prozent; Abonnementzeitschriften 11 Prozent; Anzeigenblätter 30 Prozent) bestehen?
- Bleibt es beim Nachweis der Auflage von 2019 als Grundlage für die Verteilung?
 - ➔ Bei den Anzeigenblättern könnte sich aufgrund der coronabedingten (teils nur temporären!) Einstellungen eine stark verzerrte und schwer nachvollziehbare

Berechnungsgrundlage ergeben, wenn z.B. die Auflage von 2020 oder 2021 herangezogen wird.

- Bis zu welcher Maximalhöhe kann ein Verlag gefördert werden bzw. wie kann sich ein Verlag ausrechnen oder frühzeitig mitgeteilt bekommen, welche (auflagenbezogene) Förderhöhe ihm zum Abruf zur Verfügung steht?
 - ➔ Es ist notwendig, eine Modellrechnung zur Verfügung zu stellen, damit die Verlage ihre Projekte skalieren können.
- Was passiert mit Geldern, die nicht in dem knapp bemessenen Antragszeitraum abgerufen werden? Gehen Sie zurück in den Bundeshaushalt oder werden die Mittel für die übrigen Verlage erhöht?
 - ➔ Bei den Anzeigenblattverlagen mit rein werbefinanzierten Presseprodukten ist die Liquidität durch die Corona-Krise aufgebraucht. Investitionen in risikoreiche Projekte mit hohem Eigenanteil sind vermutlich bei den meisten Verlagen derzeit nicht möglich.

FÖRDERFÄHIGE KOSTEN

- Können Personalkosten oder Leistungen von verbundenen Unternehmen bezuschusst oder innerhalb des Eigenanteils von 55 Prozent der Investitionskosten angerechnet werden?
- Gibt es dabei einen Unterschied zwischen bestehendem Personal oder befristeter Einstellung im Rahmen des beantragten Projektes?
 - ➔ Ein Ausschluss von Personalkosten ist in zweifacher Hinsicht problematisch. Erstens sollte innerhalb der Verlage die notwendige Expertise geschaffen und gehalten werden können. Zweitens ist auch immer ein eigener Personaleinsatz notwendig, um Projekte zu begleiten, der Kosten verursacht.
 - ➔ Ebenso ist es nicht sinnvoll verbundene Unternehmen von der Förderung auszuschließen. Insbesondere größere Medienhäuser sollten ihre Digital-Units vor Ort einbeziehen können, da diese das Unternehmen am besten kennen und diese über den Projektzeitraum hinaus weiter betreuen.
- Falls Leistungen von verbundenen Unternehmen (oder Unternehmen zu denen Geschäftsbeziehungen bestehen) ausgeschlossen werden: Wie lautet hier die genaue Definition für den Ausschluss?
- Können die Mittel bei Medienhäusern mit Anzeigenblättern und Tageszeitungen für konzernübergreifende Projekte genutzt werden oder ist die Verwendung der auflagenbezogenen Mittel jeweils gattungsbezogen? Wäre es Verlagsgruppen z.B. möglich Projekte auf alle hauseigenen Zeitungen und Anzeigenblätter auszurollen?
- Wie sind die Rahmenbedingungen für die (anteilige?) Förderung von Marketingausgaben? Sind diese isoliert zu beantragen oder nur in Zusammenhängen mit anderen förderfähigen Projekten?
- Welche Qualifizierungsmaßnahmen / Schulungen von Mitarbeitern werden gefördert, bzw. sind explizit ausgeschlossen? Wie müssen diese Maßnahmen dokumentiert werden? Wie werden hierbei Beratungs- und Konzeptionskosten berücksichtigt?

BEIHILFERECHT

- Wird die Förderung in gewisse Beihilferahmen eingerechnet, die nicht überschritten werden dürfen, z.B. De-Minimis?
- Bestehen Kombinations-/Kumulationsmöglichkeiten mit anderen Förderprogrammen und wie sind diese genau definiert?
- Bezieht sich ein mögliches Kombinationsverbot nur in Bezug auf das eingereichte Projekt oder auf den Verlag als Unternehmen?