

Bericht zur Lage des

# Journalismus in Österreich

Ein Qualitäts-Monitoring

Erhebungsjahre 2002/2003

**Herausgeber**

Hans Heinz Fabris

Institut für  
Kommunikationswissenschaft der  
Universität Salzburg, Abteilung für  
Journalistik und Angewandte  
Kommunikationswissenschaft

# Inhalt

1. Zum vorliegenden Bericht .....	5
<i>Hans Heinz Fabris</i>	
2. Medienwirtschaft 2002-03: Krise prolongiert .....	11
<i>Hans Heinz Fabris, Elisabeth Rauchenzauner</i>	
3. Medien- und Kommunikationspolitik: Auf dem Weg zur (EU-)Normalität? .....	15
<i>Hans Heinz Fabris</i>	
4. Österreichs Weg in die Digitalisierung .....	19
<i>Ingrid Paus-Hasebrink</i>	
5. Der journalistische Arbeitsmarkt in der Krise? .....	22
<i>Tanja Petritsch</i>	
6. Freie haben´s (immer noch) schwer .....	25
<i>Sabine Gratt</i>	
7. Der ORF im Umfeld des Marktes .....	29
<i>Thomas Steinmaurer</i>	
8. „Wenn wir keine Kriterien haben, lassen wir bitte das Wort Qualität weg“ Mitglieder des Stiftungsrates und Mediensprecher zur ORF-Reform und zur Programmqualität .....	32
<i>Stefan Veigl</i>	
9. ATVplus – Österreichs erster Privatsender .....	41
<i>Julia Roth, Helene Wendlinger</i>	
10. Fünf Jahre Privatradios in Österreich. Leidet die Qualität der Lokal- berichterstattung bei den Privatradios unter dem Kampf der Quote? .....	44
<i>Johanna Egger, Birgit Weszelka</i>	
11. David gegen Goliath – Wer hält durch? .....	50
<i>Nicole Erl, Josefine Hollaus</i>	
12. Entwicklungen bei den Online Medien .....	53
<i>Anita Chwatal, Julia Wiltschko</i>	
13. Journalistinnen in Österreichs Medien – eine aktuelle Bestandsaufnahme .....	55
<i>Birgit Michelitsch</i>	
14. Medienberichterstattung und Selbstreflexion: Der Irakkrieg in österreichischen Medien .....	61
<i>Michael Roither, Daniel Schausberger, Richard Scheicher</i>	
15. Neue Angebote der journalistischen Aus- und Weiterbildung .....	68
<i>Susanne Holzmann, Elisabeth Rauchenzauner</i>	
16. Neues vom KfJ .....	72
<i>Meinrad Rahofer</i>	
17. Presserat: Kein Nachfolger in Sicht .....	74
<i>Florian Emminger, Franz Rest</i>	
18. Neues von der Qualitäts-Forschung .....	77
<i>Hans Heinz Fabris, Rudi Renger</i>	
19. Unterhaltungsmagazine von ORF und ATVplus: ein Qualitätsmonitoring .....	83
<i>Martina Alge</i>	
20. Neue Gesichter bei den Zeitungen .....	88
<i>Oliver Gaisbauer, Monika Klee, Marijke Wolfsgruber</i>	
21. Grenzüberschreitende Medienkonzerne – Ein Qualitätsgewinn? Über den Einstieg der Athesia bei der Moser Holding .....	92
<i>Lukas Benedikter, Nora Felderer</i>	
22. Zur Sportkommunikatorforschung im deutschsprachigem Raum. ....	95
<i>Minas Dimitriou, Mathias Mödl</i>	
23. Verkehrte Welt im Sport? Eine vergleichende Analyse der Sport- berichterstattung in „Der Standard“ und „Neue Kronen Zeitung“ .....	99
<i>Robert Allmer, Thomas Mayer</i>	
AutorInnen .....	102

Herausgeber, Verleger, Eigentümer:  
Hans Heinz Fabris

Redaktion:  
Robert Bichler  
Elisabeth Rauchenzauner  
Christian Wiesner

Satz:  
Barbara Hohenwallner (Cover)  
Fritz Neumüller (Satz)

Lektorat:  
Tanja Petritsch (Lektorat)  
Simone Wiltschko (Lektorat)

Bestellungen und Informationen:  
Institut für Kommunikationswissenschaft  
der Universität Salzburg, Abteilung für  
Journalistik und Angewandte  
Kommunikationswissenschaft,  
Rudolfskai 42, A-5020 Salzburg

Download:  
[www.kowi.sbg.ac.at/journalistik/vojournalistik/Journalismusbericht/Journalismusbericht.htm](http://www.kowi.sbg.ac.at/journalistik/vojournalistik/Journalismusbericht/Journalismusbericht.htm)

© 2004 bei den Herausgebern, Eigenverlag

# 1 *Zum vorliegenden Bericht*

► **Der letzte**, von der Abteilung für Journalistik und Angewandte Kommunikationswissenschaft des Instituts für Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg herausgegebene Journalismusbericht liegt nunmehr zwei Jahre zurück. Er war bereits der sechste in Jahresfolge publizierte Report. Nach seinem Erscheinen fassten wir den Entschluss – und daran hatte die Universitätskrise der letzten Jahre entscheidenden Anteil – auf einen Zwei-Jahres-Rhythmus umzusteigen.

Der vorliegende Bericht bezieht sich demnach auf die Jahre 2002 und 2003. An den Zielsetzungen hat sich jedoch wenig geändert. Wie schon in der ersten Ausgabe 1996 formuliert, beschäftigen wir uns in erster Linie „mit wichtigen infrastrukturellen Voraussetzungen für die Sicherung journalistischer Qualität. Es wird eine Jahresbilanz gezogen, die darüber Auskunft geben soll, in welchen Bereichen sich die Rahmenbedingungen für Qualität im Journalismus verbessert beziehungsweise verschlechtert haben.“

Zu den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen bzw. den wichtigen Infrastruktur-Einrichtungen im österreichischen Journalismus zählen (wieder) Medienökonomie, Medienpolitik, Medienjournalismus, journalistische Selbstkontrolle, Journalistenausbildung, Medien- und Journalismusforschung; hier mit dem Schwerpunkt Qualitätsforschung. Ausführlicher behandelt werden der „ORF neu“, Privatfernsehen und Privatradios sowie der journalistische Arbeitsmarkt. Weiters werden einige kleinere (Fall-)Studien wie ein Magazinvergleich zwischen ORF und ATV-plus oder ein Vergleich der Sportberichterstattung in Kronen Zeitung und Standard präsentiert. Erstellt wurde der Bericht in Kooperation mit einem Projekt-Seminar von wissenschaftlichen Mitarbeitern und Studierenden des Institutes.

Bevor nun einige Stichworte zu den Diskussionen und Entwicklungen der vergangenen Jahre aufgegriffen werden, soll kurz die Bilanz des Qualitäts-Monitorings referiert werden, wie sie für 2001 in der Einleitung im Februar 2002 formuliert worden ist:

„Die Verschlechterung der Wirtschaftslage und die Fortsetzung der ‚Politik mit dem Rotstift‘ hat eine Reihe von Qualitätsmedien in Schwierigkeiten gebracht. Dies trifft auf Qualitätszeitungen, zahlreiche kleinere Publikationen, aber auch auf den ORF – als Auswirkung des neuen Gesetzes – zu. Die Voraussetzungen für journalistische Qualität sind dadurch deutlich ungünstiger geworden. Die Medienpolitik hat sich in diesen Zusammenhängen – wie auch in den Vorjahren – stark ‚zurückgehalten‘. Durch die deutliche Abnahme der publizistischen Vielfalt auf der einen, die Zunahme der Konzentration (Privatradios, Magazinmarkt) auf der anderen Seite haben sich die Rahmenbedingungen für Qualitätssicherung gleichfalls verschlechtert.

Der Druck auf Medien und Journalisten hat auch 2001 nicht nachgelassen: Allein im Frühjahr 2001 gab es 140 Klagen gegen Medien und JournalistInnen. Dieser Druck wurde einerseits in Richtung der Bedrohung des Redaktionsgeheimnisses – und damit als Angriff auf einen der Eckpfeiler der Pressefreiheit, wie der VÖZ kürzlich in einer Anzeigenkampagne betont hat – andererseits durch die deutlich regierungsnahen Personalpolitik bei der Besetzung sowohl der KommAustria als auch des ORF-Stiftungsrates und der ORF-Spitze weiter ausgeweitet.

Als (kleine) positive Schritte in Richtung Qualitätsförderung wären der – freilich sehr allgemein formulierte – neue ‚Qualitätsauftrag‘ an den ORF (anspruchsvolles Programm), der Versuch einer besseren gesetzlichen Regelung für die so genannten ‚Sonderwerbformen‘

sowie die Politiker-Unvereinbarkeitsklausel im neuen Rundfunkgesetz zu nennen. Positiv erscheint auch die zunehmende Bereitschaft vieler JournalistInnen, sich mit dem Qualitäts-Thema auseinander zu setzen, wie dies auf einer Reihe von Tagungen zum Ausdruck gekommen ist. Die Gesamtbilanz für das Jahr 2001 fällt jedoch (wieder) negativ aus.“

Hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang auch darauf,

- dass selbstverständlich nicht alle Aspekte des Journalismus in Österreich Gegenstand des Berichts sein können, sondern das Thema Qualität im Journalismus erkenntnisleitend ist;
- dass die AutorInnen sich durchwegs von einem systemischen Verständnis von „Journalismus“ leiten lassen, welches die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ebenso einschließt wie die Ebene der Medienunternehmen, der Medienakteure oder des Medienpublikums;
- dass von Qualität im Journalismus im Sinne eines besonders hohen Standards – im Vergleich zu den Erwartungen von „außen“, etwa seitens des Gesetzgebers bzw. von „innen“ wie etwa im Ehrenkodex des österreichischen Journalismus – journalistischer Leistungen ausgegangen wird.

6

## 2002-2003: Die großen Trends Krise der Medien = Krise der Qualitätsmedien?

Bereits im Jahr 2001 hatte die wirtschaftliche Rezession in den meisten Industrieländern deutlich negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage der meisten Medien, nicht nur in Österreich. Diese schlechte wirtschaftliche Situation ist im Berichtszeitraum 2002-2003 im Wesentlichen unverändert geblieben.

Die Krise hat inzwischen auch die meisten Qualitätsmedien, in Österreich wie international, erfasst. Dies betrifft nicht so sehr die Verkaufsziffern und Reichweiten – hier gab es immer wieder auch ein Plus zu registrieren – sondern die Anzeigeneinnahmen.

Der Werbemarkt hat zum Teil massive Einbrüche verzeichnen müssen – zugegeben auf einem bis zum Jahr 2000 erreichten relativ hohen Niveau. Österreich ist dabei im Vergleich zu Deutschland noch relativ gut gefahren. Die Entwicklung hat bei „Flaggschiffen“ des Qualitätsjournalismus, der Frankfurter Allgemeine Zeitung, der Süddeutschen Zeitung, der Frankfurter Rundschau oder der Welt zu teilweise massivem Personalabbau – Stichwort „minus zehn Prozent“ – und einem programmatischen Rückzug vieler Verlage auf das so genannte „Kerngeschäft“ geführt. Beilagen und andere Zusatzleistungen wurden eingestellt, im Online-Sektor, der fast nirgendwo schwarze Ziffern erreichte, deutlich gespart. Die Auswirkungen der Krise auf die Qualität der journalistischen Produktion dürften erheblich sein. Personalkürzungen in den Redaktionen erhöhen etwa die Chancen für PR enorm. Pro Geschichte stehen in vielen deutschen Redaktionen zur Überprüfung einer PR-Mitteilung nicht mehr als höchstens 20 Minuten zur Verfügung.<sup>1</sup> In einer 2003 veröffentlichten Umfrage unter deutschen JournalistInnen stimmten 67 Prozent uneingeschränkt zu, dass der Einfluss der PR auf die Medien im Zuge redaktioneller Sparmaßnahmen gestiegen sei.<sup>2</sup>

Selbst die unbestrittene Nummer eins des internationalen Qualitätsjournalismus, die amerikanische Institution New York Times, ist zuletzt heftig ins Schlingern geraten. NYT-Verleger *Artur Sulzberger* im Interview mit Der österreichische Journalist<sup>3</sup> auf die Frage „Das Jahr 2003 war das Jahr der bisher größten Krise der New York Times, ausgelöst durch die Fälschungen des Reporters *Jayson Blair*. Letztlich musste ihr Chefredakteur *Howell Raines* gehen. Welche Konsequenzen haben Sie daraus gezogen?“ Sulzberger: „Meine Lehre aus der Affäre: Ich hätte bereits am ersten Tag einen (...) Krisen-Stab einsetzen sollen. Die ganze Sache hat Mängel in unserem Redaktions-Management gezeigt (...). Unsere Personalentwicklung ist nicht optimal genug auf Management-Fähigkeiten ausgerichtet“.

1 vgl. Rolke, Lothar (1999). Journalisten und PR-Manager. In: Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hg.). Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden. Opladen, 225.

2 Journalismusumfrage Sparkurs fördert PR-Chancen. In: Der Journalist 4/2003, 26.

3 Der Österreichische Journalist 11/2003, 30.

Newsweek hatte die Blamage auf dem Titelblatt und eine Coverstory, die nicht zuletzt dem Zusammenhang zwischen veränderten Rezipientenwünschen und Journalismus unter ökonomischem Druck nachging. *Sulzberger* dazu im Interview: „Natürlich müssen wir auch inhaltlich alles tun, um junge Zielgruppen anzuziehen. Ich warne aber, dafür den Qualitätsanspruch aufzugeben (...)“.

Dass es auch anders geht, hat etwa der erfolgreiche Relaunch der „Zeit“ gezeigt. In Österreich haben die Presse – mit einem Relaunch und einer dezidiert „antizyklischen“ Anti-Krisen-Strategie, deren Erfolg derzeit allerdings noch nicht genau eingeschätzt werden kann – der Standard, trotz erheblicher Sparmaßnahmen mit erstaunlichen Reichweiten-Werten, SN, Kurier, Kleine Zeitung, OÖN, OÖR so wie Ö1, Profil oder trend dagegen gesteuert.

Für den Journalismus insgesamt ist die Entwicklung speziell seit dem 11. September 2001 (eher) negativ zu bilanzieren. Dies betrifft die Welle des „Patriotischen Journalismus“ in den USA, die im „embedded journalism“ des Irak-Krieges einen unrühmlichen Höhepunkt erlebte, ebenso wie wachsende Schwierigkeiten für die Berichterstattung in immer größeren Teilen der Welt, von Tschetschenien über Russland bis zum Italien *Berlusconi*. Die „Death Watch“-Rubrik in „IPI Global Journalist“ und die entsprechenden Meldungen von „Reporter ohne Grenzen“ sprechen eine traurige Bilanz an. Der Neoliberalismus verbindet sich in immer mehr Ländern mit autoritären Tendenzen, die Politik versucht ihren Einfluss auf Medien und Journalisten fast überall massiv zu verstärken – auch hier wirkt sich die wirtschaftliche Krise negativ für die journalistische Unabhängigkeit aus. Für viele Medienunternehmen stellt sich demnach ganz konkret die Frage: Wie viel Qualität, wie viel Unabhängigkeit können (und wollen) wir uns noch leisten?

## Politik und Medien in Österreich: Normalisierung?

Im Jahr 2001 rangierte Österreich auf einer von „Reporter ohne Grenzen“ erstellten Länder-Liste hinsichtlich der realen Medienfreiheit auf Platz 26; die Kritik betraf hier vor allem den Druck seitens FPÖ-PolitikerInnen auf Medien und Journalisten. Ein Jahr später findet sich Österreich auf dem 16. Rang. Drückt sich darin mehr als ein Stimmungswandel im (angespannten) Verhältnis zwischen (zumindest einigen) Medien und JournalistInnen und der schwarz-blauen Bundesregierung aus?

Tatsächlich scheint sich die Beziehung zwischen Regierung und Medien nach den letzten Nationalratswahlen einigermaßen „entspannt“ zu haben; was mit der deutlichen Niederlage der FPÖ bei den Wahlen, aber auch mit dem Abgang einzelner Akteure wie *Peter Westenthaler* aus der Politik zusammen hängen mag. Inzwischen ist allerdings auch im ORF eine weitgehende Personalauswechslung im Sinne der Regierung vor sich gegangen. Die Flut an Klagen und Klagsandrohungen ist deutlich abgeebbt.

Auf der rechts- bzw. der medienpolitischen Ebene scheint gleichfalls „Normalität“ angesagt. Dies gilt für Rückzüge bei der Strafprozessordnung und eine angekündigte ASVG-Novelle mit erheblichen negativen Folgewirkungen für freie JournalistInnen, aber auch für die neue Presseförderung, die im Wesentlichen auf dem noch von der Regierung *Klima* in Aussicht genommenen Drei-Säulen-Modell beruht und etwa den Standard nicht mehr aus der „besonderen“ Förderung ausschließt.

Eine Reihe von Akteuren aus den Medien, vom VÖZ über die Krone, den News-Verlag, den ORF bis zur Journalistengewerkschaft, scheinen zudem mit eigenen Problemen so beschäftigt zu sein, dass Konflikte eher gescheut werden.

Dass trotz struktureller Abhängigkeiten vor allem des politischen Journalismus und einer massiven Regierungsnähe des ORF („Verkündigungsjournalismus“, so Ex-GI *Gerhard Weis* im Dezember 2003),

wie sie nicht nur in der Themen- und Akteure-Präsenz in den Nachrichtensendungen<sup>4</sup>, sondern auch in der Einladungs politik etwa zur „Pressestunde“ oder Diskussionen zum Ausdruck kommt, nicht durchgehend von Regierungspublizistik gesprochen werden kann und einige Medien (wieder) die Rolle einer Quasi-Opposition übernommen haben, lässt sich gleichfalls im Sinne einer „Normalisierung“ der Beziehungen zwischen Medien und Politik interpretieren.

### Österreichs Medien auf dem Weg zur EU-Mitte?

Von einer gewissen „Normalisierung“ kann auch in Beziehung auf die in den anderen EU-Mitgliedsländern herrschenden Verhältnisse gesprochen werden. Nach langen Jahren der Diskussion und Nicht-Entscheidungen hat mit dem Sendebeginn für „ATV-plus“ auch in Österreich das so genannte duale System einer Marktaufteilung zwischen öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen elektronischen Medien begonnen; wozu auch noch ein auf mehr als schwachen Beinen stehender und von der Regierungspolitik sichtlich nicht gewollter dritter, nicht-kommerzieller Sektor der „freien“ Radios kommt. Die fortgesetzte Tendenz zur Kommerzialisierung der Medien liegt ebenso im europäischen Trend wie die Bemühungen um eine Internationalisierung und weitere Konzentration in Multi-Media-Häusern, wie sie sich etwa im Zusammengehen zwischen „Dolomiten“ und „Tiroler Tageszeitung“, aber auch den Expansionsbestrebungen des Styria-Verlages im Südosten oder des „Rust-Imperiums“ äußern. Im Trend – allen voran die Beispiele *Silvio Berlusconi* in Italien oder *Tony Blairs* gegenüber der BBC in Großbritannien – dürfte auch der starke Druck von Regierungsseite liegen, in den Beziehungen zu den Medien wieder die Oberhand zu gewinnen.

Im Trend ist die Gründung einer Fachhochschule für Journalismus in Wien zu sehen, da in der EU eine Ausbildung (zumindest) auf Fachhochschul-Niveau (unausgesprochener) Standard geworden ist. Auch die Einbeziehung etwa des Europäischen Ge-

richtshofes als Adressat von Klagen bezüglich Wettbewerbsverzerrung u.a., Hinweise auf die Bemühungen auf EU-Ebene zu neuen Standards bezüglich der Medienkonzentration zu kommen u.a. demonstrieren direkte wie indirekte Einflüsse bzw. Auswirkungen der EU-Mitgliedschaft auf das österreichische Mediensystem im Sinne einer Anpassung an den „Mainstream“. Keine „EU-Normalität“ stellt allerdings das Ausmaß der Medien-Konzentration in Österreich dar. Die Konzentration im Magazinsektor („14 Magazine für 6 Millionen Leser“ – so die Werbung des News-Verlages) ist vollzogen, für dieses Jahr bereitet die Regierung durch die angesagte Novellierung des Privatradiogesetzes eine neue Konzentrationswelle im Hörfunk vor.

### Jubiläen, Innovationen, Varia

Im Berichtszeitraum wurden sowohl 300 Jahre Wiener Zeitung wie 5 Jahre Privatradios als Jubiläen begangen. Dass Österreich ein internationaler Medienstandort geworden ist, lässt sich auch daran ablesen, dass das International Press Institute seit nunmehr 10 Jahren seinen Sitz in Wien hat. Seit Jahren ist *Freimut Duve* mit Standort Wien im Auftrag der OSZE für die Medienfreiheit in Osteuropa engagiert. Die APA hat nach ihrem 55. Jahres-Jubiläum wieder zwei erfolgreiche Geschäftsjahre, nach der Divisionalisierung in verschiedene Tochterunternehmen, hinter sich; sie will ihre Berichterstattung nicht zuletzt in Richtung Mittel- und Osteuropa ausbauen, sich als „Mitteleuropa-Agentur“ positionieren<sup>5</sup>.

Zu den Innovationen wären neben den diversen Relaunches von Tages- und Wochenzeitungen „Ö1 im Netz“ (seit 24.11.03), „Zensur“-Hinweise bei der Irak-Kriegsberichterstattung von Kurier, Presse und Standard, die Korrekturspalte der Presse oder auch verschiedene interessante Cross-Over-Ansätze (z.B. Literaten über Sportthemen in der Presse) zu zählen. Ö1 hat zehn Jahre „Diagonal“ gefeiert, mit den Qualitätsjournalisten *Peter Huemer* und *Helmut Waldert* allerdings auch zwei prominente „Abgänge“ zu ver-

4 vgl. „media-watch“-Ergebnisse.

5 APA Online Journal 4/2003, 5.

schmerzen gehabt. „Abgänge“ waren ferner ROI, Volksstimme und Grazer Neue, die kurzlebige Nachfolgerin der Neuen Zeit.

### Widersprüchliche Entwicklungen beim Thema Qualität im Journalismus

Das Thema Qualität im Journalismus ist in den vergangenen Jahren nicht zuletzt durch die „Initiative Qualität im Journalismus“ – die sich 2003 nicht nur einen „neuen“ Titel gab, sondern auch eine Reihe von Impulsen (Stellungnahmen und Veranstaltungen bzw. Diskussionen u. a. zu den Themen Krieg im Irak und Presseratsreform, Tagung am 19.5.2003 „Wer ist Journalist?“ im Radiokulturhaus in Wien) zu setzen vermochte – im Bewusstsein der Branche wach gehalten worden. Dies wurde auch bewusst als Anti-Krisen-Strategie verstanden, da bei einer Vielzahl einschlägiger Diskussionen klar wurde, dass akute Gefahr bestand, die wirtschaftliche Krisensituation würde deutlich zulasten der journalistischen Qualität gehen.

Generell ist davon auszugehen, dass Personalentlassungen – wie etwa beim ORF oder Format – Frühpensionierungen, Nicht-Nachbesetzen frei gewordener Stellen, Kürzungen diverser Etats, Programmreduzierung usw. die Voraussetzungen für das Beibehalten journalistischer Standards nachhaltig verschlechtert haben. Die im internationalen Vergleich notorisch unterbesetzten österreichischen Redaktionen sind weiter ausgedünnt worden. Betrachtet man die Situation bei den so genannten Infrastruktur-Einrichtungen des österreichischen Journalismus, ist die faktische Auflösung des Presserates und die bisher nicht gelungene Einigung auf eine Nachfolge-Konstruktion besonders negativ zu werten. Ohne eine funktionierende Selbstkontrolle gerät der gesamte Berufsstand noch weiter in Verruf, andererseits sollte auch seitens der Politik die Versuchung einer gesetzlichen Regelung von außen zunehmen.

Auf den ersten Blick positiv erscheint dagegen die Verbesserung des Angebotes auf dem Ausbildungssektor, einerseits durch die verschiedene Neugrün-

dungen und Verbesserungen, andererseits durch die im Zug der Veränderung der Presseförderung in Aussicht gestellten Mittel zur Förderung der Journalistenausbildung, wodurch nun auch die verlagsinterne Aus- und Weiterbildung aufgewertet werden sollte. Wieweit diese Aufwertung im Ausbildungssektor allerdings mit der aktuellen Praxis vereinbar sein wird, hauptsächlich junge und billige Arbeitskräfte als „Freie“ aufzunehmen, erscheint im Augenblick als offene Frage. Hier geht es zum Teil sehr deutlich in Richtung Ent-Professionalisierung und damit verbundenem Qualitätsverlust.

Schwer abzuschätzen ist im Moment auch, wie sich die Praxis der Förderung aus dem „dritten Topf“ der Presseförderung entwickeln wird, ob hier tatsächlich Projekte zur Qualitätsverbesserung eingereicht und dann auch honoriert werden dürften. Noch offen, aber bisher mit wenig hoffnungsvoller Perspektive, erscheint ferner die Frage nach einer Qualitätsverbesserung der ORF-Programme, wie sie sich der Gesetzgeber durch das neue ORF-Gesetz erwartet hatte. Davon ist bisher nach allen vorliegenden Daten und Einschätzungen wenig bis nichts zu sehen – dies betrifft sowohl die ORF-Information wie das Unterhaltungsprogramm. Andererseits ist bisher auch nicht zu erkennen, dass mit ATVplus auf irgendeinem Programmsektor, etwa der Informations- oder Programmvielfalt, ein erkennbarer Qualitätsgewinn verbunden gewesen wäre. Ähnliches gilt im Übrigen auch für den Sektor der kommerziellen Privatradios; die nicht-kommerziellen Radios mussten aufgrund der Subventionsstreichungen durch die Regierung ihren Personalstand in der Regel halbieren.

Eine Abwärtsentwicklung ist beim Medienjournalismus zu registrieren, dem selbst Presse und Standard nur noch eine Nischenfunktion zugestehen. Beim ORF wurde zwar eine Nachfolgesendung für „Schwarz auf Weiss“ angekündigt, die Medienberichterstattung bleibt allerdings weiter ein „weißer Fleck“ im ORF-Programm.

Widersprüchlich war auch die Entwicklung der Berichterstattung über eines der „großen“ Themen

2003, den Krieg im Irak. Im Vorfeld dieser militärischen Intervention der USA gab es verhältnismäßig große Anstrengungen zu einer vielfältigen, auch die komplexen Zusammenhänge berücksichtigenden Berichterstattung. Dies änderte sich nach Kriegsbeginn jedenfalls bei den meisten Boulevardmedien. Neu waren die redaktionellen Hinweise mehrerer Blätter wie Kurier oder Standard auf die herrschenden Zensurbedingungen, aber auch Versuche in Richtung „Friedensjournalismus“, etwa durch die Aufmerksamkeit einer Reihe von Medien für Aktivitäten der neuen Friedensbewegung. Insgesamt haben dann aber wieder jene Muster eines „Katastrophenjournalismus“ die Oberhand gewonnen, wie er in den vergangenen Jahren bei den großen Naturkatastrophen – zuletzt 2002 beim „Jahrhundert-Hochwasser“ – entwickelt wurde.

Überwiegend negativ zu bilanzieren sind hingegen Entwicklungen in Richtung „Para-Journalismus“ und auch „Borderline-Journalismus“, wie sie schon in früheren Journalismus-Berichten analysiert wurden. Die Grenzen zwischen Information und Unterhaltung, zwischen Journalismus, PR und Werbung sind weiter im Fließen begriffen. Bisher getrennte Bereiche wachsen – Stichwort „Alles Content“ – unter dem Druck der fortschreitenden Kommerzialisierung weiter zusammen. Auch der „optische Journalismus“

scheint seinen Siegeszug noch lange nicht abgeschlossen zu haben. „Fiktive Realität“ wird vor allem vom Fernsehen, etwa über Doku-Soaps, als Format und zunehmend auch als Darstellungsform propagiert.

Erfreulich hingegen ist, dass das Thema Qualität sowohl im ORF – Qualitäts-Klausur des Stiftungsrates im Herbst 2003 – wie beim VÖZ<sup>6</sup> weiter auf der Tagesordnung stand.

Die Bilanz für 2002-2003 ist insgesamt wenig erfreulich aus der Perspektive der Qualitätsforschung – auch wenn es angesichts der äußeren Umstände viel schlimmer hätte kommen können. Ein Ende der Krise scheint in Sicht.

Allen Personen und Institutionen, die uns mit Informationen geholfen haben, möchte ich an dieser Stelle ausdrücklich danken. Kritik und Anregungen sind willkommen und an die Redaktionsadresse zu richten. Auch diese Ausgabe des Journalismus-Berichts wird unter der untenstehenden Adresse ins Netz gestellt.

*[www.kovi.sbg.ac.at/journalistik/vojournalistik/  
Journalismusbericht/Journalismusbericht.htm](http://www.kovi.sbg.ac.at/journalistik/vojournalistik/Journalismusbericht/Journalismusbericht.htm)*

*Hans Heinz Fabris  
Februar 2004*

---

<sup>6</sup> „Qualität trotz Sparzwang“, so Franz Ivan in „Presse 2003“, Wien 2004, 12ff.



# 2

## Medienwirtschaft 2002-03: Krise prolongiert

► Als „staatlich geförderte Medienkonzentration“ bezeichnete der Autor des Medienwirtschaftskapitels im letzten Journalismusbericht, *Manfred Knoche*, die Entwicklung im Jahr 2001. Wesentliche Marksteine dafür waren für ihn das Privat-TV-Gesetz, die Novelle zum Privatradiog-Gesetz, das Nicht-Handeln der Bundesregierung bei der Fusion der Verlagsgruppen NEWS und Kurier sowie die Streichung der Subventionen für den Postzeitungsdienst. Konzentrationsfördernd erschienen diese Maßnahmen deshalb, da sie bisher bestehende Grenzen etwa für Cross-Ownership aufhoben bzw. verschoben, im Magazinbereich zu einem Ausmaß an Konzentration führten, das ähnlich wie bei den Tageszeitungen in kaum einem anderen europäischen Land zu beobachten ist, und auf der anderen Seite die Titelvelfalt von Publikationen nicht zuletzt aus dem Bereich der Zivilgesellschaft nachhaltig reduzierten.

### Chronologie der Medienwirtschaft 2002-2003<sup>1</sup>

#### Printmedien

- Springer verkauft Anteile an Tiroler Tageszeitung.
- Neue Mutationen beim Kurier: Subregionalisierung des Chronik-Teils.
- Kooperationen: Vorarlberger Nachrichten, Tiroler Tageszeitung, Kleine Zeitung und Presse gründen Joint Venture (Anzeigenportal für Jobs, Immobilien und Autos).
- „Die Neue“ erscheint als Nachfolgerin der eingestellten „Neuen Zeit“ als Wochenzeitung.
- VÖZ-Präsident *Franz Ivan* zur Krisensituation der Medien in Österreich: 20 Prozent Steigerung bei Papierpreisen, 30 Prozent Steigerung bei Postzeitungstarifen, 5-6 Prozent Steigerung bei Kollektivvertraglöhnen, 3 Prozent allgemeine Kostensteigerung sowie auf der anderen Seite 20-40 Prozent Anzeigenrückgang.

- Fortgesetzter Konflikt bei der Kronen Zeitung zwischen *Hans Dichand* und WAZ über Nachfolgeregelung.
- Kürzung der besonderen Presseförderung: Statt 9,3 Mio. Euro nur noch 7,3 Mio. Euro.
- Urteil des Wiener Landesgerichts: Rechtsanspruch auf Publizistikförderung.
- Strohal-Druck wird privatisiert.
- Standard muss weiter sparen.
- NEWS-Verlag steigt bei Antenne Salzburg ein.
- Grazer „Die Neue“ in Konkurs.
- ÖAK sperrt NEWS-Gruppe aus.
- VÖZ sucht Paid-Content-Modell.
- Athesia-Einstieg bei Tiroler Tageszeitung wird vom Kartellgericht genehmigt.
- Im Dezember Presseförderung neu (3-Säulen-Modell).

#### ORF

- ORF und RTL verlängern ihren Rahmenvertrag zum gemeinsamen Programmeinkauf und für Koproduktionen bis 2006.
- Cross-Promotions im ORF-Programm werden vom Handelsgericht Wien untersagt, wenn es sich nicht um Informationen zu konkreten Programminhalten handelt.
- ORF-GD *Monika Lindner* fordert die Verbesserung der Werbemöglichkeiten und kündigt erstmals eine Gebührenerhöhung an. Der Stiftungsrat fordert zuvor Unternehmens-Einsparungen.
- Neuer Rekord an Rundfunk-Gebührenzählern (über 2,5 Mio. Haushalte).

<sup>1</sup> Die folgende Chronologie bezieht sich in erster Linie auf die Berichterstattung von APA-Medien und wurde von Christian Wass und Peter Riegersperger zusammengestellt. Die Auswahl erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern beinhaltet lediglich einige Highlights der letzten beiden Jahre.

- ORF-Quotenrückgang (vor allem 2003).
- Gebührenerhöhung von Politik und Stiftungsrat abgesegnet.
- ORF-Budget mit „schwarzer Null“.
- Reduktion des Personalstandes.

#### Privat-TV

- Ende Oktober 2002 startet der erste private Fernsehanbieter mit terrestrisch empfangbarem Programm: WKK (Weststeiermark).
- ORF und Salzburg TV einigen sich auf die gemeinsame Nutzung einer Fernsehfrequenz.
- Vergabe der TV-Lizenzen an ATV (bundesweit), Puls City TV (Wien), Salzburg TV, LT1 (Linz).
- PSK steigt aus dem Konsortium SAT1-Österreich aus.
- BKS gibt Start für Puls City TV frei.
- ATVplus feiert Einstand. Am ersten Tag bis zu 35.000 Zuseher. Als Problem erweist sich die Einstellung der Antennen in zahlreichen Haushalten.
- LT1 sendet terrestrisch.
- Premiere Austria baut Angebot aus.

#### Privat-Radios

- Eurocast (Springer-Verlag) trennt sich von der Beteiligung am Wiener Sender Radio Energy.
- Energy 104,2 und Kronehit prüfen Synergien.
- Kronehit darf weiter auf der Salzburger Frequenz 94,0 senden.
- 1. April: 5 Jahre Privatradios in Österreich.
- Radiotest zeigt für 2002 und 2003 ein relativ stabiles Bild des österreichischen Radiomarktes. Die Privaten kommen zuletzt auf ca. 22 Prozent.
- Radio dva, der Kärntner Volksgruppensender, stellt mit 11. Juli sein Programm ein.

#### Neue Medien

- Mehr Bereitschaft für Paid-Content.
- SMS.at in der Gewinnzone.
- Telekom Austria startet Internet-TV.
- Ö1 sendet auch via Internet.
- „Digitaler Graben“ beschäftigt u. a. UN-Weltgipfel in Genf.

#### Werbemarkt

- 2002 keine Erholung, sondern klares Minus am Werbemarkt. Auch der Wahlkampf (ca. 19 Mio. Euro) kann die Bilanz nicht wesentlich verbessern.
- EU untersagt Werbung für Tabakprodukte.
- VÖZ fordert zum wiederholten Male die Abschaffung der Werbesteuer.
- Erst 2003 allmähliche Erholung der Werbebranche. Nominelles Wachstum der Werbeausgaben um 2 Prozent. Für 2004 wird mit einem Wachstum von 3 bis 5 Prozent gerechnet, von dem alle Werbeträger-Gruppen profitieren sollen.

#### JournalistInnen

- Kostenfaktor JournalistIn: Einsparungen v. a. bei älteren JournalistInnen.
- Neuer Kollektivvertrag für Angestellte der Tages- und Wochenzeitungen.
- Diskussion über Vergabe der Presseausweise durch das Innenministerium.
- Diskussion über ASVG-Novelle (Selbstversicherungspflicht für Freie).
- Neuer ORF-KV für freie MitarbeiterInnen, Kündigungen.

#### Fazit

Für die heimischen Medienunternehmen waren die beiden letzten Jahre alles andere als einfach. Die Krise war dabei weniger am Publikumssektor, etwa bei den Reichweiten, sondern vor allem bei den Werbeausgaben, am Anzeigenmarkt spürbar. Das Ausmaß der Krise hielt sich allerdings, im Vergleich etwa zu Deutschland, in Grenzen. Einige Unternehmen haben die schlechte wirtschaftliche Lage zudem zu seit längerem überfälligen Entscheidungen, einige etwa zu Kooperationsprojekten und Innovationen, einige wenige sogar in Richtung antizyklischer Investitionen in „mehr Qualität“ zu nützen gesucht. Insgesamt waren die Entwicklungen in der Medienwirtschaft so vielfältig und schon aufgrund der Datenlage (etwa bei ATVplus) so unüberschaubar, dass eine detailliertere Analyse auf große Hindernisse stößt.

Im Folgenden sollen – mit dem distanzierten akademischen Blick von außen – einige Tendenzen schlagwortartig zusammengefasst werden.

### Krise der „Großen“

Bei zwei „Großen“ der Branche, beim ORF und der Kronen Zeitung, waren die vergangenen Jahre von erheblichen Problemen gekennzeichnet. Beim ORF wurden in der Folge des neuen Gesetzes die Leitungsgremien und ein großer Teil des Personals „erneuert“. Der Rückgang bei den Werbeeinnahmen, die erreichte Gebührenerhöhung, der neue Kollektivvertrag, interne Turbulenzen, nicht zuletzt um die ORF-Information, ein deutlicher Rückgang bei den Quoten und heftige Kontroversen um Sendungen wie den „Bachelor“ haben das Unternehmen immer wieder in die Schlagzeilen gebracht.

Ähnlich turbulent sind die letzten Jahre bei der Kronen Zeitung mit dem Abgang prominenter Alt-Stars, dem Dauer-Konflikt zwischen *Hans Dichand* und der WAZ-Leitung, nicht zuletzt um die Regelung der *Dichand*-Nachfolge, aber auch über die generelle redaktionelle Linie verlaufen.

„Größe“ bezüglich der Reichweiten oder des Umsatzes scheint jedenfalls nicht das allein selig machende Rezept für den immerwährenden Erfolg von Medienunternehmen zu sein.

### Dualisierung nur auf halbem Wege

Zwar ist mit dem Start von ATVplus und der Lizenzvergabe für das Ballungsraum-TV im Berichtszeitraum ein durchaus historischer Schritt in Richtung Dualisierung erfolgt, doch erscheint es zur Zeit als wenig wahrscheinlich, dass die diesbezüglich pessimistischen Prognosen zahlreicher Medienfachleute bezüglich der Chancen für Privatfernsehen in Österreich eines Besseren belehrt werden dürften. Dies gilt im Übrigen auch für die Privatrado-Szene, die im vergangenen Jahr zwar ihr fünfjähriges Jubiläum begangen hat, wo aber weder die erwarteten schwarzen Zahlen noch der seinerzeit in Aussicht gestellte publizistische Vielfalts-Gewinn zu sehen sind.

### Fortgesetzte staatliche geförderte Konzentration

Die Politik der Bundesregierung wurde auch unter teilweise neuer Besetzung der Regierung im Wesentlichen fortgeführt: Vorrang für Wirtschafts- und Industrieförderung, etwa bei der so genannten Digitalisierungsoffensive, die erst jetzt im Anlaufen ist, gegenüber Kulturförderung oder gar der Unterstützung von Medien-Initiativen aus der Zivilgesellschaft. Ganz im Gegenteil, wie die Streichung der Bundesförderung für die freien Radios demonstriert hat. Durch die Medienpolitik wurde und wird – eine neuerliche Novellierung des Privatradiogesetzes wurde für dieses Jahr in Aussicht gestellt – die Kettenbildung im Sektor der Privatradios deutlich gefördert. Die „Großen“ sollen in Richtung Multimedia-Unternehmen weiter unterstützt werden.

Inzwischen sind auch die Auswirkungen der Konzentrationswelle im Magazinsektor sichtbar geworden. Die meisten der nunmehr unter einem organisatorischen Dach vereinigten vierzehn Magazine werden einander immer ähnlicher, nicht zuletzt was die fließend gewordenen Grenzen zwischen redaktionellem Inhalt und Anzeigenteil betrifft.

### Neue Welle der „Internationalisierung“?

Während die Entwicklung seit den 80er-Jahren besonders vom massiven Engagement deutscher Medienkonzerne in Österreich geprägt wurde, scheinen sich deutsche Medienunternehmen, z. B. der Axel-Springer-Verlag, tendenziell aus Österreich zurückzuziehen; es sei denn, dass sich wie bei der Krone noch immer satte Gewinne machen lassen. Das Engagement der deutschen Unternehmen dürfte verstärkt in Richtung Osten gehen.

Kritisiert wurde an dieser Tendenz schon lange, dass die österreichischen Medien nur passiv durch Kapitalaufnahme auf die Internationalisierung bzw. Europäisierung der Medienlandschaft reagiert haben. Nunmehr scheint es auch Bewegung nach außen zu geben. Dazu gehören der prinzipielle Entschluss der ORF-Führung, Teile des Programms über den Satelliten zu schicken, aber auch das Engagement des Sty-

ria-Konzerns Richtung Südosten (Kroatien). Rechnet man die Bemühungen des Ruß-Verlages oder die langjährigen internationalen Erfahrungen der Mitarbeiter bei den „Passauern“ oder über das Osteuropa-Engagement der WAZ hinzu, ergibt dies in Summe gute Voraussetzungen, mit Blick auf die Ost-Erweiterung der EU den Standortvorteil für Österreichs Medienunternehmen in der Mitte des neuen Europas zu nutzen. Auch die APA – Stichwort „Mitteleuropa-Agentur“ – scheint diesen Weg als für die Zukunft Erfolg versprechend zu betrachten.

### **Wirtschaftskrise = Qualitätsminderung?**

Betrachtet man den journalistischen Arbeitsmarkt (vgl. die beiden Beiträge diesbezüglich in diesem Bericht), hat die Wirtschaftskrise auf der einen Seite zu verstärkten Sparmaßnahmen, nicht zuletzt auch im personellen Bereich, geführt. Die offene wie die verdeckte Arbeitslosigkeit hat ein seit langem nicht mehr gekanntes Ausmaß erreicht. Der Personalstand ist auch bei Qualitätsmedien abgebaut worden. Die Arbeitsbelastung hat sich verstärkt, Festanstellungen sind nur noch selten zu finden, ein Großteil des Nachwuchses arbeitet unter prekären Arbeitsbedingungen, einer ganzen Reihe älterer JournalistInnen ist der vorzeitige Ruhestand dringend „nahe gelegt“ worden.

Die ökonomische Krisensituation dürfte ferner die Konzentrationsschraube, etwa bei den Privatradios, weiter angezogen haben. Ein Ende dieser Entwicklung scheint noch nicht in Sicht. Auch beim Privatfernsehen wurde von vornherein mit ATVplus eine Art Privat-Monopol-Modell gewählt. Seit ATVplus auf dem Markt ist, gibt es allerdings auch die durchaus positiv einzuschätzende Möglichkeit für TV-JournalistInnen, im Konfliktfall einen anderen Arbeitgeber zu finden. Dass sich die Konkurrenz in der Weise ausgewirkt hätte, dass ORF und ATVplus mit Innovationen in diesem Programmsektor punkten, ist andererseits nicht zu erkennen.

Nicht förderlich war die Krise sichtlich auch für die Zusammenarbeit der Medien-Sozialpartner. Innerhalb der Interessensverbände sind die beiden vergangenen Jahre immer wieder von Spannungen und Konflikten geprägt gewesen. Dies hat sich nicht zuletzt beim Thema Neuorganisation des Presserates erwiesen.

Generell lässt sich zur Entwicklung der Medienwirtschaft nur hoffen, dass mit einer Verbesserung der Situation vor allem am Werbemarkt ein wirtschaftlicher Aufschwung für möglichst viele Medienunternehmen verbunden ist, der sich dann auch am journalistischen Arbeitsmarkt und für Qualitäts-Projekte positiv auswirken sollte.

*Hans Heinz Fabris  
Elisabeth Rauchenzauner*

# 3 Medien- und Kommunikationspolitik: Auf dem Weg zur (EU-)Normalität?

► **Schon über 2001** war im letzten Journalismus-Bericht zu lesen, dass es sich um ein Jahr handelte, in dem – nach einer langen vorangegangenen Phase der medienpolitischen Nicht-Entscheidungen – von „zumindest teilweise nachgeholten medienpolitischen Entscheidungen“ gesprochen werden konnte. Dies bezog sich vor allem auf das „Medienpaket“, das am 5. Juli 2001 das Parlament passierte und als dessen „Herzstück“ auf das neue ORF-Gesetz; das „teilweise“ bezog sich nicht zuletzt auf die wiederum ausgebliebene Neuordnung der Presseförderung. 2001 wurde aber auch als Jahr der „Politik mit dem Rotstift“ und des „Drucks auf den Journalismus“ (FPÖ-Klageflut) eingeschätzt.

Bei der Beschäftigung mit dem Zeitraum 2002-2003 sollen wiederum eine Themen- und Akteursanalyse, mit besonderer Aufmerksamkeit für die Rolle der Medienpolitik als Förderer bzw. Verhinderer von Qualität im Journalismus, im Vordergrund stehen. Der Zeitraum selbst zerfällt in zwei Abschnitte, vor und nach der Nationalratswahl. Durch deren Ausgang ist es auch in der Medienpolitik zu einigen Gewichtsverschiebungen, nicht nur bei den handelnden Personen (*Peter Westenthaler*), sondern auch innerhalb der Regierung gekommen. Dies lässt sich ansatzweise im Medienkapitel der Regierungserklärung nachlesen. Staatssekretär *Franz Morak*, auch in der neuen Regierung wieder für Medienpolitik zuständig, hat Ende 2003 bei der Generalversammlung des Verbandes Österreichischer Zeitungen in einer Bilanz zwei Punkte besonders hervorgehoben: Zum Einen die „europäische Normalität“, die er vor allem mit der Dualisierung des Rundfunksektors verbunden sieht, zum Anderen die Bemühungen in Richtung Digitalisierung, die Österreich zu einem „führenden Breit-

band-Land in Europa“ machen sollen. Ein Überblick über die wichtigsten medienpolitischen Themen 2002-2003 zeigt, dass die Dualisierung des Rundfunksektors (ORF-Gesetz, Privatfernseh-Gesetz, Einrichtung der KommAustria), besonders aber das Thema „ORF neu“ die medienpolitische Debatte tatsächlich nachhaltig bestimmt hat. Andere Themen wie die Urheberrechtsnovelle, die Kartellrechtsnovelle, der Schutz der Privatsphäre oder die Publizistikförderung haben jeweils nur eine enge Fachöffentlichkeit interessiert. Dies gilt auch für medienpolitische Forderungen der Oppositionsparteien wie die Aufnahme der Freiheit der Journalisten in die Verfassung (SPÖ- *Josef Cap*) oder eine (breiter angelegte) Medienförderung etwa auch für die freien Radios (Grüne).

Dauerbrenner waren daneben das Thema Werbeabgabe, deren Ende mit 2005 avisiert wurde, sowie die Neufassung der Presseförderung, die im Dezember im Parlament beschlossen wurde. In Hinblick auf das Qualitäts-Monitoring erscheint besonders der „dritte Topf“ – mit 1,81 Mio. Euro dotiert – von Interesse, da diese Mittel neben der Journalistenausbildung auch für Projekte zur Qualitätssicherung und Qualitätsverbesserung vorgesehen sind. Dass nach einigen Jahren der Standard neben der Presse wiederum in den Genuss der besonderen Presseförderung kommt, kann gleichfalls als positiv im Sinne von Qualitätsförderung betrachtet werden.

Die wichtigsten medienpolitischen Akteure waren 2002-2003 die Regierungsparteien beziehungsweise deren medienpolitische Sprecher, Staatssekretär *Franz Morak*, die KommAustria, vor allem mit den Lizenzentscheidungen für Privat-TV, Justizminister *Dieter Böhmendorfer* unter anderem mit zwei Enqueten zu den

Themen Persönlichkeitsschutz und Kartellrecht, der ORF und nicht zuletzt wieder die Höchstgerichte (Verfassungs- und Verwaltungsgerichtshof, aber auch Europäischer Gerichtshof und Gerichtshof für Menschenrechte).

Von den Interessenverbänden besonders aktiv waren der Verband Österreichischer Zeitungen – trotz interner Probleme – der sich bald nach der Regierungsbildung mit einem medienpolitischen Forderungskatalog meldete, aber auch eine Reihe medienwirtschaftlicher Interessengruppen nicht zuletzt aus der Wirtschaftskammer. Die Journalistengewerkschaft, nun in der Gewerkschaft Druck, Journalismus, Papier organisiert, hat sich zuletzt erfolgreich beim Thema Sozialversicherungsbeiträge für freie Journalisten zu Wort gemeldet, ansonst war von der Mediensozialpartnerschaft früherer Jahre wenig zu bemerken. Dies zeigte sich auch bei der Nichteinigung auf eine neue Form des Presserates; hier hat eine Chefredakteurs-Initiative bisher nur die Unterstützung seitens der Zeitungsherausgeber gefunden. Der Presserat war unter diesen Umständen als zentrale Instanz der journalistischen Selbstkontrolle so gut wie abgemeldet – was unter dem Gesichtspunkt der Qualitätssicherung zu bedauern ist.

In einer medienpolitischen Bilanz kann gesagt werden, dass im Berichtszeitraum ein deutliches Übergewicht der Regierung bzw. der Regierungsparteien gegenüber dem Parlament und vor allem auch gegenüber der Opposition zu konstatieren ist. Die (einstigen) Mediensozialpartner dürften gegenüber diversen Lobbys im Vergleich zu früher deutlich an Gewicht verloren haben.

### Kurze Chronologie der medienpolitischen Ereignisse<sup>1</sup>:

#### 2002

- Das neue ORF-Gesetz zeigt Folgen: *Monika Lindner* wird neue Generaldirektorin; neues Direktorium und neuer Stiftungsrat. Ab Herbst erste Phase der Programmreform.

- Die KommAustria erteilt ATVplus die Zulassung für terrestrisches Privat-TV.
- „Reporter ohne Grenzen“ sehen „besorgniserregende Zustände“ in Österreichs Medien (Konzentration!).
- Das neue Kartell- und Wettbewerbsrecht tritt in Kraft.
- Puls City TV (Wien), LT1 (Linz) und Salzburg TV erhalten die Zulassung für privates Ballungsraumfernsehen.
- Die „Digitale Plattform Austria“ konstituiert sich.
- Der VfGH weist den Antrag des ORF auf aufschiebende Wirkung bezüglich des Sendebetriebs von ATV ab.
- Weiter Warten auf die Reform der Presseförderung und eine Neuordnung des Presserates.

#### 2003

- Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) beschließt einen Forderungskatalog für die Medienpolitik der neuen Regierung.
- Volksgruppen initiieren eine „Popularbeschwerde“ beim Bundeskommunikationssenat gegen den ORF.
- Die Bundesregierung formuliert ihre neuen Vorhaben in der Medienpolitik.
- Novellierungen des KommAustria-Gesetzes und des Urheberrechts.
- Die Journalistengewerkschaft warnt vor schwierigen Verhältnissen am Arbeitsmarkt für Journalisten.
- Der ORF Stiftungsrat stimmt einer Gebührenerhöhung ab 2004 zu.
- Im Nationalrat wird das neue Post-Gesetz (Liberalisierung bei der Zustellung) beschlossen.
- Die ÖVP präsentiert ihre medienpolitischen Vorhaben; SPÖ und Grüne kritisieren den ORF als „Regierungsfunk“.
- Eine Neuordnung der Presseförderung wird vom Nationalrat beschlossen.

1 APA-Medien u. a.

## Fazit

Wie schon in der ersten blau-schwarzen Bundesregierung, erscheint auch im neuen Kabinett der Vorrang einer wirtschaftlich-technischen Sicht der Medien deutlich ausgeprägt. Privatisierung erfolgte unter dem Titel Privatrado- und Privatfernseh-Förderung; die Zukunft des ORF bleibt in diesem Zusammenhang (noch) offen, auch wenn vor allem seitens der FPÖ, aber auch einiger Printmedien immer wieder Vorstöße in Richtung Privatisierung des ersten ORF-TV-Programms zu vernehmen waren.

Kaum behandelt wurden dagegen Themen wie die Konzentrationsbekämpfung oder der Zusammenhang zwischen Medien- und Kulturpolitik. Der Rückzug des Staates folgt einer Linie, wie sie auch in anderen gesellschaftlichen Bereichen zu beobachten ist, wonach an die Stelle politischer Mandatäre Personen aus „Freundeskreisen“ treten. Dies lässt sich an vielen Personalentscheidungen der vergangenen Jahre, vom ORF (z.B. Stiftungsrat) bis zur KommAustria, ablesen. Ein „Fortschritt“ ist damit insofern verbunden, als meist auch die fachliche Kompetenz bei diesen Entscheidungen eine Rolle gespielt hat. Andererseits sind Transparenz und öffentliche Kontrolle geringer geworden. Am Beispiel der Privatradios oder des Privat-Fernseh-Angebotes ließe sich etwa vor allem unter Qualitäts-Gesichtspunkten darüber streiten, was dieses Mehr an Programmangebot tatsächlich gebracht hat: kaum ein Mehr an Vielfalt, viel eher „more of the same“.

„Normalität“ unter EU-Vorzeichen erscheint gegenwärtig auch insofern eine fragwürdige Messlatte, betrachtet man etwa die Verhältnisse in Italien, dem aktuellen EU-Vorsitz-Land, wo Politik und Medien in einem Nahverhältnis wie wohl in keinem anderen demokratisch verfassten Staat stehen. Normalisierung mag hierzulande insofern eingetreten sein, als sich die politischen Interventionen gegen JournalistInnen und Medien seit der neuen Bundesregierung verringert haben. Normalität etwa bei der Medienkonzentration befindet sich dagegen noch erheblich außer Reichweite.

Unter Qualitäts-Gesichtspunkten fällt die Bilanz für 02-03 dennoch freundlicher als zuvor aus:

- Mit dem neuen Rundfunk-Gesetz wurde eine Dualisierung eingeleitet, die dem ORF den Lebensnerv nicht abgeschnitten hat, wenngleich sich die strukturellen Voraussetzungen für journalistische Qualität verschlechtert haben. Auch die Versuche den öffentlich-rechtlichen Auftrag genauer zu formulieren und die Werbebestimmungen strenger zu fassen, verdienen unter Qualitäts-Gesichtspunkten Zustimmung. Ein Qualitäts-Zuwachs durch ATV-plus ist jedoch nicht zu sehen.
- Die neue Form der Presseförderung stellt eine Chance für die Medienunternehmen dar, qualitätsverbessernde Investitionen als förderungswürdig einzureichen. Hier wird allerdings erst die Praxis der kommenden Jahre zeigen, was davon umgesetzt werden kann.
- Der Druck auf den Journalismus hat zuletzt, jedenfalls in Form der direkten Drohungen und Interventionen, nachgelassen. Österreich, das nach einem Ranking von „Reporter ohne Grenzen“ bezüglich der Medienfreiheit 2001 nur auf Platz 26 rangierte, ist inzwischen auch schon um zehn Plätze nach vorne gerückt. Ob der Druck nachgelassen hat, weil die wichtigsten personalpolitischen Entscheidungen zugunsten der Regierung bereits stattgefunden haben, ob der Widerstand der Journalisten und Journalistinnen erfolgreich war oder ob vor allem beim kleineren Regierungspartner FPÖ ein gewisser Gesinnungswandel stattgefunden hat, bleibt allerdings offen.
- Insgesamt positiv sind auch – als Verbesserung medienpolitischer Strukturen und einer gewissen Ent(partei)politisierung – die Einrichtung der KommAustria, freilich mit dem Schönheitsfehler eine weisungsgebundene Behörde zu sein sowie die Zielsetzung einer breiten Förderung der Digitalisierung – mit zeitlicher Verzögerung – zu sehen.

Negativ ist unter Qualitäts-Gesichtspunkten zu werten,

- dass die publizistische Vielfalt auch weiterhin unter der Politik leidet, nicht-kommerzielle Medien und publizistische Aktivitäten aus der Zivilgesellschaft von staatlicher Förderung weitgehend abzuschneiden, vor allem dann, wenn es sich um nicht regierungsnahe Meinungen handelt, die dort veröffentlicht werden könnten. Ganz generell bedeutet der Vorrang für die Sicht von Medien primär als Wirtschaftsgüter, dass Minderheiten – jedenfalls nicht zahlungskräftige Minoritäten – durch den Markt tendenziell ausgeschaltet werden. Dies gilt im übrigen auch für weite Gebiete von Kunst und Kultur. Die Praxis staatlicher Förderung demonstriert leider, dass regierungsfreundliche Medien deutlich bevorzugt, regierungskritische Medien hingegen benachteiligt werden.
- Negativ ist ferner zu werten, dass es weit und breit an (mutigen) Politikern mangelt, die sich an eine Entflechtung der großen Medien-Zusammenschlüsse wagen würden. In der medienpolitischen

Praxis – Beispiel etwa die geplante Novellierung des Privatradiogesetzes, wonach bundesweite Zusammenschlüsse erlaubt werden sollen – wird dagegen Konzentration weiter gefördert.

Zu fordern wären in diesem Zusammenhang u.a.

- eine Evaluierung der Programmqualität der Privatradios und des Privat-Fernsehens;
- Weisungsfreiheit für die KommAustria (und deren bessere Ausstattung);
- Förderung von Medien als Kulturgüter, besonders von nicht-kommerziellen und Minderheiten-Medien;
- Druck auf die Medien-Verbände zur Wiedereinrichtung einer funktionierenden Selbstkontrolle;
- Verbreiterung der Presseförderung in Richtung Medienförderung, unter Einbeziehung vor allem von Kultur- und Qualitätsangeboten;
- Verschärfung des Medien-Kartellrechtes.

*Hans Heinz Fabris*



# 4 Österreichs Weg in die Digitalisierung

## DVB-T als Schwerpunkt des österreichischen Digitalisierungskonzepts

► **Am 28. November 2003** fiel der Startschuss für digitales terrestrisches Fernsehen in Österreich. Die „Digitale Plattform Austria“, die im Jänner 2002 vom Bundeskanzler eingerichtet wurde, um die Regulierungsbehörde bei der Erarbeitung eines Digitalisierungskonzepts, der so genannten „Road Map“, zu unterstützen, und die aus rund 300 Experten aus den Bereichen der Rundfunkveranstalter, Diensteanbieter, Netzbetreiber, Industrie, Handel, Wissenschaft und Verbraucherverbänden besteht, stimmte auf ihrer Vollversammlung in Wien mit großer Mehrheit dem Konzept der KommAustria zu, wonach die Einführung des digitalen terrestrischen Fernsehens gemäß Privatfernsehgesetz (§ 21 Abs. 1) als das „vordringlichste Ziel“ im Rahmen der Digitalisierung in Österreich formuliert wurde. Ab April 2004 soll bereits mit dem Beginn des Testbetriebs für DVB-T (digitales terrestrisches Fernsehen) in Graz, woran 150 Haushalte teilnehmen, die Konzeptphase verlassen und mit der Umsetzung begonnen werden.<sup>1</sup>

Österreich befindet sich damit – wie auch andere europäische Länder – auf dem Weg in die vollständige Digitalisierung, die dem Aktionsplan „Europe 2005“ des Europäischen Rates von Barcelona folgend, das Ziel formuliert hat, „die Europäische Gemeinschaft bis zum Jahr 2010 zum wettbewerbsfähigsten und dynamischsten wissensgestützten Wirtschaftsraum der Welt mit mehr Arbeitsplätzen und stärkerem sozialen Zusammenhalt zu machen“ (Digitalisierungskonzept der KommAustria, Dezember 2003).<sup>2</sup>

Als weitere zentrale Ziele werden im Digitalisierungskonzept die Weiterentwicklung einer wissensbasierten Informationsgesellschaft mit offenem Zugang für alle Konsumenten und diskriminierungsfreiem Zugang zu Datenübertragungsdiensten auf Anbieterseite sowie die Vermeidung eines „digital divide“ genannt, um die Entstehung einer „Info-Elite“ zu verhindern und vielmehr mit Hilfe einer entsprechenden Infrastruktur allen Konsumenten die Chance auf freien Zugang zu Diensten und Inhalten der Kommunikationslandschaft Österreich zu bieten (ebd.).

Österreichs Weg in die Digitalisierung soll im Rahmen der europäischen Digitalisierung forciert werden, um die vergleichsweise kleine Volkswirtschaft des Landes als Medien- und Kommunikationsstandort zu stärken. Daneben soll die Medienvielfalt ebenso gesichert werden wie die kulturelle und wirtschaftliche Identität. Im Vergleich zu Deutschland, der Schweiz oder Belgien, wo der Versorgungsgrad durch Kabelnetze weitaus höher liegt, spielt bei der Digitalisierung in Österreich DVB-T eine besondere Rolle: In Österreich beziehen ca. 604.000 Haushalte (18,9 Prozent) ihre Fernsehprogramme ausschließlich über die Terrestrik. Darüber hinaus sind nahezu alle der mehr als 1,4 Millionen Satelliten-Haushalte (44,7) beim Empfang der österreichischen Programme (ORF 1+2,<sup>3</sup> ATVplus und Ballungsraumsender) von der Terrestrik abhängig. Hinzu kommen 995.000 Haushalte (30,3 Prozent) mit einem Zweitgerät bzw. 410.000 Haushalte (12,5 Prozent) mit einem dritten Fernsehgerät, die ebenfalls die Terrestrik benötigen. Insgesamt 63,3 Prozent aller TV-Haushalte, das sind knapp mehr als zwei Millionen Haushalte, empfangen also

1 Der dreimonatige Testbetrieb wird ca. neunehalb Millionen Euro kosten. Neben staatlicher Förderung durch den neu eingerichteten Digitalisierungsfond beteiligt sich die Steiermark mit einer Summe von 1,5 Millionen Euro am Testbetrieb; siehe dazu APA vom 5. November 2003; siehe auch Fußnote 5.

2 Genaue Bezeichnung: KommAustria: Digitalisierungskonzept zur Einführung von digitalem terrestrischem Fernsehen gemäß § 21 Abs. 5 PrTV-G. Strategie für die Einführung des digitalen terrestrischen Rundfunks, Dezember 2003, KOA 4.000/03-08.

3 Lediglich 150.000 Haushalte (4,7 Prozent) beziehen bereits über den TV-Satelliten ASTRA, verschlüsselt, ORF digital (Stand Jahresende 2002; siehe dazu den Digitalisierungsbericht 2003, Seite 14 (genaue Bezeichnung: KommAustria: Digitalisierungsbericht 2003. Bericht über die Digitalisierung der Rundfunkübertragung in Österreich gemäß § 21 Abs. 6 Privatfernsehgesetz, Wien im Mai 2003).

– insbesondere die österreichischen Programme – auf terrestrischem Weg. Da zudem die Kanalpenetration an Grenzen stößt (zwar beziehen in Wien 59 Prozent aller TV-Haushalte ihr Programm über einen Kabelanschluss, auch in Städten mit einer Einwohnerzahl zwischen 500.000 und einer Million Einwohnern, also in den Landeshauptstädten, sind noch etwa 41,3 Prozent der Fernsehteilnehmer an ein Kabelnetz angeschlossen, doch in Kleingemeinden mit bis zu 2.000 Einwohnern werden lediglich noch 14,2 Prozent der Haushalte über Kabel versorgt)<sup>4</sup>, genießt nach dem Privatfernsehgesetz vom 1. August 2001 der Ausbau der Terrestrik als dritte, und, wie es im Digitalisierungsbericht 2003 von Mai 2003 heißt, „unverzichtbare Verbreitungsplattform“, oberste Priorität. Alle Akteure, also die Regulierungsbehörde KommAustria, ihre Geschäftsstelle, die Rundfunk- und Telekomregulierungs-GmbH (RTR) und die Mitglieder der „Digitale Plattform Austria“, betrachten jedoch die digitale Terrestrik nur als eine Trägertechnologie (ebd.). Schließlich wurde in den Rundfunkgesetzen aus dem Jahre 2001 die Digitalisierung sämtlicher Verbreitungswege als notwendiges Ziel der österreichischen Medienpolitik erklärt.

Die so genannte „Grundversorgung neu“, womit eine Neudefinition des „Versorgungsauftrags“ vor dem Hintergrund der technischen und rundfunkpolitischen Entwicklungen der letzten beiden Jahrzehnte zu verstehen ist (s. Digitalisierungsbericht von Mai 2003, S. 5), soll mehr Fernsehprogramme als heute (geplant ist eine deutliche Steigerung auf bis zu 16 Fernsehprogrammen) und zusätzliche Dienste zur Verfügung stellen. Der „Versorgungsauftrag“ zielt zudem darauf ab, eine Vielzahl von „mobilen“ TV-Anwendungen wie etwa portable indoor (womit eine freie Beweglichkeit des Fernsehgeräts, unabhängig von Antennensteckdosen gemeint ist), Fernsehempfang im Straßenverkehr (Auto, LKW, öffentliche Verkehrsmittel) sowie die Nutzung mobiler, multifunktionaler Fernsehgeräte zu ermöglichen. Besonders in Österreich wird laut Digitalisierungsbericht 2003 (S. 6) eine wesentliche marktrelevante Programmpalette in der Bereitstellung von „Free-TV-Programmen“ liegen.

## Vier-Stufen-Plan zur Einführung von DVB-T

Die Realisierung der Digitalisierung wird, wie die Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ auf ihrer Vollversammlung am 14. Jänner 2003 beschlossen hat, in einem Vier-Stufen-Plan vollzogen. Die derzeit andauernde Stufe 1 (bis Ende 2005) umfasst weitere Planungstätigkeiten, die Vorbereitung und Durchführung von internationalen Konferenzen zur Sicherung der digitalen Übertragungskapazitäten, die Umsetzung legislativer Adaptierungen, die Vorbereitung des inselweisen „Simulcast-Betriebes“ (eine parallele Ausstrahlung in analoger und digitaler Form) in Wien und im Bereich der Landeshauptstädte sowie die Vorbereitung der Ausschreibung für den Multiplex- und Regelbetrieb. Im Digitalisierungskonzept von Dezember 2003 ist mittlerweile eine einzige Multiplex-Plattform mit zwei Bedeckungen vorgesehen, wobei die Programme von ORF 1, ORF 2 sowie ATV+ in ein und derselben Multiplex-Bedeckung verbreitet werden sollen.

Eine Ausschreibung und Vergabe weiterer Multiplex-Plattformen findet erst nach dem Abschluss der „Simulcast-Phase“ statt, die ihrerseits in Stufe 2 (Ende 2005 bis Ende 2006) noch „sanft“, dann jedoch in Stufe 3 (2007 bis 2010) „forciert“ erfolgen soll und mit dem schrittweise Region für Region zu vollziehenden „Analog-Turn-Off“ (ATO) endet. In der letzten und vierten Stufe (ab 2010), der Zeit nach dem ATO, soll schließlich ein Versorgungsgrad mit einer Multiplex-Bedeckung von mehr als 90 Prozent (stationär) und zwei bis drei Bedeckungen mit 70 Prozent stationär und 40 Prozent portable indoor, bei dem das österreichische Digitalisierungskonzept einen gewichtigen Schwerpunkt setzt, gewährleistet sein. Über weitere Bedeckungen gemäß dem Digitalisierungskonzept entscheidet letztendlich die wirtschaftliche Leistbarkeit.

Ob und in welcher Weise der neue Verbreitungsweg mit seinen neuen Nutzungsoptionen Erfolg haben wird, bestimmen nicht zuletzt die KonsumentInnen, die FernschnutzerInnen. Ohne erhebliche Kosten ist jedoch die Digitalisierung weder auf Seiten

<sup>4</sup> Die Daten, die auf Untersuchungen von GfK-Fessel im Rahmen der Media-Analyse aus dem Jahre 2001 beruhen, sind dem Thesenkatalog zur Einführung von „Digital Video Broadcasting“ in Österreich – Schwerpunkt terrestrische Verbreitung“ (Thesenkatalog um eine Vorlage anlässlich der Vollversammlung der Arbeitsgemeinschaft „Digitale Plattform Austria“ am 14. Jänner 2003 in der Wirtschaftskammer Österreich) sowie dem Digitalisierungsbericht von Mai 2003 entnommen.

der Anbieter noch auf Seiten der NutzerInnen (Erwerb einer Set-Top-Box oder eines digitalisierten Endgerätes) zu realisieren. Die Kosten sollen denn auch mit Hilfe eines „Digitalisierungsfonds“ (Einsatz von Mitteln aus der Rundfunkgebühr ohne, wie es im Digitalisierungsbericht von Mai 2003 heißt, Schmälerung der ORF-Programmmittel im Sinne eines „public-private-partnership“-Modells)<sup>5</sup> abgemildert werden. Auf diese Weise will man sowohl die Kofinanzierung konkreter Projekte als auch die Bereitstellung entsprechender Anreize sicherstellen.

### Digitaler Hörfunk

Im Vergleich zur Implementierung etwa von DVB-T, aber auch der Digitalisierung via Kabel und Satellit – besonders im Satelliten-Bereich geht die Digitalisierung zügig voran (bereits 30 Prozent aller Haushalte mit Satellitenempfang waren Ende 2003 digitalisiert, der Verkauf digitaler Satelliten-Receiver hat sich im Vergleich zu 2002 in den Monaten Juli bis August 2003 verdreifacht) – befindet sich die Entwicklung von digitalem terrestrischen Hörfunk auf Basis des europäischen DAB-Standards (Digital Audio Broadcasting) in einer „kritischen Phase“ (Digitalisierungsbericht von Mai 2003, S. 9). Die praktische Übertragung von digitalem Hörfunk mittels DAB-Standard hat bisher in Österreich außer im Rahmen limitierter Testversuchsstellen des ORF (T-DAB-Testbetriebe bestehen in Wien und im Inntal in Tirol) für die Nutzer noch keinerlei Relevanz.

Zwar wurden 2002 auf einer Planungskonferenz in Maastricht weitere 43 Multiplexe für einen oder mehrere politische Bezirke bzw. Ballungsräume anvisiert, die eine flächendeckende DAB-Versorgung für Österreich ergeben; so stehen, wie im Digitalisierungskonzept von Dezember 2003 zum Thema „Hörfunk“ dokumentiert wird, insgesamt drei bundesweite Bedeckungen für die Implementierung von T-DAB (Terrestrial Digital Audio Broadcasting) zur Verfügung (S. 19). Eine tatsächliche flächendeckende Versorgung mit digital verbreitetem Hörfunk erscheint jedoch noch in weiter Ferne. Im Digitalisi-

erungskonzept heißt es dazu als Begründung, dass derzeit kaum attraktive digitale Radioempfänger, womit kleine und handliche Geräte gemeint sind, zu „vernünftigen Preisen und in ansprechendem Design“ (S. 20) angeboten werden bzw. auch auf Seiten der Programmanbieter fehlendes Interesse zu verzeichnen ist (Digitalisierungsbericht von Mai 2003, S. 9). Die „Digitale Plattform Austria“ sowie die Regulierungsbehörde empfehlen daher – auch in Anbetracht der in Deutschland wie auch in anderen Ländern deutlichen Kritik und Skepsis an der öffentlichen Förderung zur Einführung von T-DAB – die weitere Entwicklung abzuwarten und auch alternative Entwicklungen mit zu beobachten.

### Fazit: Unabhängige wissenschaftliche Begleitforschung tut Not

Wenn sich auch Österreich seit Ende 2003 auf dem keinesfalls ganz freiwilligen Weg<sup>6</sup> in die Digitalisierung befindet (der Druck innerhalb Europas erfordert vielmehr ein konsequentes Voran) – ohne Stolpersteine und Hürden wird dieser Weg sicher nicht zu absolvieren sein. Eine unabhängige wissenschaftliche Begleitung erscheint daher neben einer anwendungsbezogenen Marktforschung, wie sie von GfK-Fessel zur Implementierung von DVB-T durchgeführt wird, unter anderem auch im Hinblick auf die Perspektiven der Nutzer und Nutzerinnen, auf ihre Vorstellungen und Wünsche an die neue, Portabilität, Mobilität und Interaktivität versprechende Verbreitungstechnik sowie eine sorgfältige Beobachtung der Konsequenzen auch für die Entwicklung von Programmen und Dienstangeboten dringend geboten. Möglichst exakte und umfassende Kenntnisse sind um so relevanter als sich zeigen muss, ob die in die Digitalisierung fließenden öffentlichen Mittel wirklich als erfolgreiche Investitionen gewertet werden dürfen, also als eine am Public Service orientierte kommunikationspolitische Aufgabe, und nicht ausschließlich als eine industriepolitische Maßnahme.

*Ingrid Paus-Hasebrink*

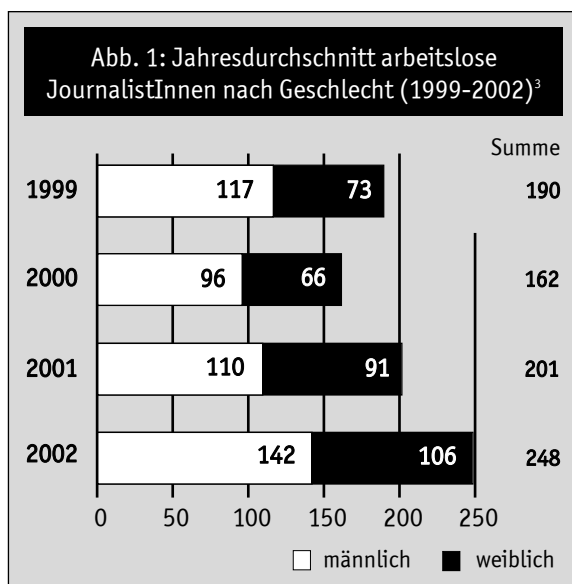
<sup>5</sup> Der Digitalisierungsfond verfügt über 7,5 Millionen Euro; 60 Prozent davon fließen in den DVB-T-Testbetrieb in Graz; siehe dazu APA vom 5. November 2003; siehe auch Fußnote 1.

<sup>6</sup> So heißt es etwa im Digitalisierungsbericht von Mai 2003: „Die Digitalisierung findet statt – mit oder ohne uns“ bzw. wenig später: „Auch Österreich kann und darf sich dieser technologischen Entwicklung nicht entziehen“, 10.

# 5

## Der journalistische Arbeitsmarkt in der Krise?

► **1993 diagnostizierte Wolfgang Chmelir** in einer Studie über den journalistischen Arbeitsmarkt eine umfassende Krisenstimmung.<sup>1</sup> Liest man diese Aussage heute, rund zehn Jahre später, muss man feststellen: Die Krise hat sich keineswegs entspannt. Denn ein Blick auf die Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im Journalismus zeigt ein ernüchterndes Bild: Waren es im Oktober 2002 241 JournalistInnen, RedakteurInnen und ReporterInnen, die auf Arbeitssuche waren, so kam es im Oktober 2003 mit knapp 300 arbeitslosen JournalistInnen, RedakteurInnen und ReporterInnen zu einem neuerlichen Höhepunkt.<sup>2</sup> Allerdings dürfte die Dunkelziffer noch weit höher liegen, da JournalistInnen, die in einem freien Dienstverhältnis stehen, nicht arbeitslosenversichert sind und daher in den Statistiken des Arbeitsmarktservice nicht aufscheinen. Vergleicht man die Zahl der Arbeitslosen im Jahresdurchschnitt seit 1999, zeigt sich deutlich die immer schlechter werdende Arbeitsmarktsituation:



1 vgl. Chmelir, Wolfgang (1993). Stagnation im Journalismus? Versuch einer Prognose zukünftiger Entwicklungen am journalistischen Arbeitsmarkt im oberösterreichischen Zentralraum unter Berücksichtigung neuerer arbeitsmarkttheoretischer Konzepte. Diplomarbeit, Salzburg, 32.

2 AMS Österreich, Arbeitsmarktbeobachtung und Statistik, Sonderauswertung vom 16. Dezember 2003.

3 ebd.

4 Kriterien für den Erhalt eines Presseausweises: Hauptberufliche Ausübung einer journalistischen Tätigkeit (Bestätigung durch Einkommensnachweis – bei fix angestellten JournalistInnen durch einen Gehaltszettel des Arbeitgebers, freie JournalistInnen müssen den Nachweis erbringen, dass sie im Durchschnitt 962 Euro/Monat über ein halbes Jahr hinweg verdienen.) Darüber hinaus dienen Beispiele der journalistischen Tätigkeit als Nachweis.

Kam es im Jahr 2000 mit 162 arbeitslosen JournalistInnen, RedakteurInnen und ReporterInnen zu einer kurzfristigen Entspannung, so stieg die Zahl bis zum Jahr 2002 auf 248 Arbeitslose an. Die Zahlen für das abgelaufene Jahr liegen noch nicht vor. Doch man rechnet allgemein mit einem weiteren Anstieg der Arbeitslosenzahlen unter den JournalistInnen. Und dieser Trend wird sich wohl auch im Jahr 2004 fortsetzen – nicht zuletzt aufgrund der für Jahresbeginn angekündigten Entlassungen.

Nachvollziehbar wird diese Entwicklung, indem die oben dargestellten Arbeitslosenzahlen in Relation zur Gesamtzahl der JournalistInnen in Österreich gesetzt werden. Allerdings ist diese Berufsgruppe in ihrer Grundgesamtheit nicht genau erfasst, weshalb an dieser Stelle auf verschiedene Einzelwerte zurückgegriffen werden muss: So waren mit Stand Juli 2003 in der Sektion Journalisten der Gewerkschaft Druck, Journalismus, Papier 3.132 JournalistInnen Mitglied, in der Gewerkschaft Kunst, Medien, Sport und freie Berufe rund 700 JournalistInnen organisiert. Dabei sind Doppelmitgliedschaften in den beiden Gewerkschaften nicht ausgeschlossen.

Laut Kuratorium für Presseausweise sank die Anzahl der Presseausweise von 6.524 im Jahr 2000 auf 5.879 im Jahr 2002. Auch hier liegt die Zahl für 2003 noch nicht vor. Es wird aber vermutet, dass sich auch diese noch verringern wird – nicht zuletzt deshalb, weil man jetzt, zusätzlich zu den anderen zu erfüllenden Kriterien<sup>4</sup>, nur mehr gegen Vorlage eines Strafregisterauszugs einen Presseausweis erhält. Auf der einen Seite werden also von Jahr zu Jahr weniger Presseausweise ausgegeben, während auf der anderen Seite stetig steigende Arbeitslosenzahlen stehen.

Betrachtet man den österreichischen Medienmarkt eingehender, findet sich eine mögliche Erklärung für die steigenden Arbeitslosenzahlen: Wesentliche Kennzeichen des österreichischen Medienmarktes sind seine Kleinheit sowie der außerordentlich hohe Konzentrationsgrad vor allem im Print-Bereich. Bedingt durch das Fehlen von „echten“ Jobalternativen beschränkt sich die berufliche Mobilität von JournalistInnen zum großen Teil auf Unternehmen innerhalb eines Konzerns, wodurch auch die Aufstiegsmöglichkeiten massiv eingeschränkt werden. Es kommt zum Phänomen des „Konzern-Journalismus“<sup>5</sup>. Um ihren Arbeitsplatz nicht zu verlieren, passen sich JournalistInnen an die jeweilige Blatt- bzw. Redaktionslinie an. Verliert ein/e JournalistIn dennoch ihren/seinen Job, ist es schwer, eine adäquate Stelle zu finden. Hat man einmal bei einem bestimmten Konzern gearbeitet, endet eine Bewerbung bei einem Konkurrenz-Konzern schnell in einer Sackgasse. Es bleibt JournalistInnen oft nur mehr der Weg in die Selbständigkeit – oder in vielen Fällen in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Zu den Themen journalistischer Arbeitsmarkt und Problematik des „Konzern-Journalismus“ wurden im Herbst 2003 sechs ExpertInnen befragt, die aus ihrer beruflichen Tätigkeit heraus (z.B. bei journalistischen Verbänden oder Interessenvertretungen) eine Einschätzung der aktuellen Lage des österreichischen Journalismus treffen konnten.<sup>6</sup>

Generell stellen die ExpertInnen der Arbeitsmarktsituation für JournalistInnen in Österreich ein negatives Zeugnis aus: Mit Attributen von „eher schlecht“ (Hummel) über „sehr schlecht“ (Rahofer) bis hin zu „schlechter als je zuvor“ (Zimmermann) zeichnen sie ein kritisches Bild: hohe Arbeitslosenzahlen, das Fehlen von „echten“ journalistischen Jobs sowie permanenter Personalabbau und Gehaltskürzungen würden in allen journalistischen Bereichen auf der Tagesordnung stehen.

Auch um die Aufstiegschancen von JournalistInnen ist es nach ExpertInnen-Meinung schlecht bestellt: Vor allem 35- bis 40-jährige hätten heute reelle Aufstiegschancen, da sie vielfach ältere und damit teurere Mitarbeiter verdrängen würden. Ein Experte bringt die Situation auf den Punkt: „Der Generationswechsel ist voll im Laufen. Wer es jetzt nicht schafft, wird auf die Herzinfarkte seiner Führungskräfte warten müssen“ (Oberauer).

Nichts desto trotz: Folgende Faktoren erachten die ExpertInnen für eine journalistische Karriere für unerlässlich: 1.) praktische journalistische Erfahrung, 2.) ressortspezifische/s Ausbildung/Wissen (z.B. Universitäts-Abschluss), 3.) Zusatzqualifikationen (z.B. großes Allgemeinwissen, BWL-Kenntnisse, Managementqualitäten bzw. Organisationstalent, Führungsqualifikationen).

Was die berufliche Mobilität angeht, sind sich die ExpertInnen einig: Sie sei eindeutig kein Kennzeichen des österreichischen Journalismus, was aber „nichts mit der fehlenden Flexibilität, sondern mit den fehlenden Möglichkeiten“ (Oberauer) zu tun habe. Ein „großes Ost-West-Gefälle“ (Zimmermann) – spricht: viele Medien in Wien, wenige Medien in den übrigen Bundesländern – mache einen Arbeitsplatzwechsel außerhalb der Bundeshauptstadt unattraktiv, wenn nicht gar unmöglich. Nur am Beginn einer JournalistInnen-Laufbahn würde es noch zu häufigeren Arbeitsplatzwechseln kommen. So schätzen die ExpertInnen, dass im Verlauf einer Karriere zwischen drei und fünf Wechsel üblich seien bzw. ein bis zwei Wechsel nach der fixen Anstellung in einem Unternehmen. Die Grundstimmung unter österreichischen JournalistInnen sei zurzeit die, dass „wer einmal einen guten Job bei einem Medium hat, nur noch wechselt, wenn das Angebot besser ist“ (Rahofer). Also anders gesagt: Wenn das Gehalt höher und die Position besser wären, wenn man auf der Suche nach neuen Herausforderungen sei oder – gewissermaßen präventiv – wenn der Verlust des Arbeitsplatzes drohen würde.

<sup>5</sup> vgl. dazu auch Fabris, Hans Heinz (2000). Einleitung: Expansion und Konvergenz. In: Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi/Rest, Franz (Hg.). Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Erhebungsjahr 1999. Salzburg, 7.

<sup>6</sup> Befragt wurden Roman Hummel (Gastprofessor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, Sekretär der Gewerkschaftlichen Arbeitsgemeinschaft Publizistik und Medien im ÖGB), Michael Kress (Präsident der Sektion Kommunikation und Publizistik in der Gewerkschaft Kunst, Medien, Sport, freie Berufe); Johann Oberauer (Herausgeber der Zeitschrift „Der Österreichische Journalist“); Meinrad Rahofer (Geschäftsführer des Kuratoriums für Journalistenausbildung, im Vorstand der Europäischen Vereinigung für Journalistenausbildung); Fred Turnheim (Präsident und Geschäftsführer des Österreichischen Journalisten Clubs, Redakteur im Aktuellen Dienst des ORF); Astrid Zimmermann (ehemalige Vorsitzende der Sektion Journalisten in der Gewerkschaft Druck, Journalismus, Papier, Journalistin bei der Tageszeitung „Der Standard“).

Grundsätzlich – so die Einschätzung der ExpertInnen – sei die Bereitschaft zu intermedialen Wechslen in den letzten Jahren gesunken. Besonders der Wechsel zwischen verschiedenen Medientypen komme so gut wie nicht mehr vor. Wenn intermediale Wechsel, so würden sie sich auf den Printbereich beschränken. Vor allem aufgrund der immer kleiner werdenden Zahl an journalistischen Arbeitsplätzen hätte es in jüngster Zeit eine „bemerkenswerte ‚Mobilität‘ von JournalistInnen in Richtung PR“ (Zimmermann) bzw. hin zu Pressestellen gegeben. Vor allem JournalistInnen, die „die drei Kriterien Berufserfahrung, Kontakte und fortgeschrittenes Alter erfüllen“ (Kress), würden besonders häufig in einen Job als Pressesprecher wechseln. Gründe dafür: die bessere Entlohnung, der geringere Stress und die größere Sicherheit, den Arbeitsplatz langfristig behalten zu können.

Drei der Befragten meinten, dass es in Österreich keinen „Konzern-Journalismus“ gebe. Ein Experte begründet seine Einschätzung mit dem Argument, dass für das Entstehen von „Konzern-Journalismus“ Konzerne nötig wären und von der Existenz solcher könne in Österreich nicht die Rede sein. Die übrigen ExpertInnen erachten das Phänomen des „Konzern-Journalismus“ in Österreich als durchaus existent. Für in einem Konzern tätige JournalistInnen würden sich „starke Abhängigkeiten vom Arbeitgeber“ (Turnheim) ergeben, denn „fällt man in solch einem Konzern in Ungnade, dann fällt als Arbeitsplatz nicht nur ein einziges Medium aus, sondern ebenso viele, wie der Konzern hat“ (Kress). Die wenig erfreuliche Alternative: „Job wechseln oder auswandern“ (Kress). Außerdem könne JournalistInnen durch die Arbeit bei einem bestimmten Konzern ein gewisser „Stallgeruch“ (Rabofer) anhaften, der eine journalistische Karriere erschweren oder sogar zum Erliegen bringen könne. Darüber hinaus gebe es „innerhalb der Konzerne so genannte Abwerbungsverbote“ (Rabofer), die einen „Jobwechsel oft sogar im eigenen Unternehmen unmöglich“ (Zimmermann) machen würden.

Durchaus von Vorteil sei es dagegen, in einer ohnehin schwierigen Beschäftigungslage „auf andere Medien ausweichen zu können, ohne den Arbeitgeber wechseln zu müssen“ (Rabofer). Doch die Kehrseite der Medaille: Würde man innerhalb eines Konzerns wechseln, gehe meist die Möglichkeit verloren, „sein Einkommen durch einen Wechsel zu verbessern“ (Zimmermann). Das heißt, eines der wichtigsten Motive für den Arbeitsplatzwechsel von JournalistInnen würde so abhanden kommen. Besonders problematisch sei die Situation auf dem Magazin-Sektor: Würden JournalistInnen einmal bei einem Magazin gekündigt, würden sie bei keinem anderen mehr angestellt werden, „da es nur mehr einen großen Magazinverlag“ (Zimmermann) gebe. Ein weiteres Beispiel: die Situation der JournalistInnen in Vorarlberg, „wo zwei Tageszeitungen, eine Gratis-Wochenzeitung, das größte Online-Medium und Privatradio in der Hand eines Mannes (Eugen Ruß; Anm. d. Vf.) sind – wohin bitte sollen die wechseln?“ (Zimmermann).

Tanja Petritsch

# 6

## Freie haben's (immer noch) schwer

► **In letzter Zeit** ist die Diskussion um die ständigen freien Mitarbeiter wieder neu entbrannt. Zwei Themen sorgten dabei für besonders heftige Diskussionen sowohl unter den Betroffenen als auch ihren Interessensvertretern. Zum einen wären freie Dienstverträge beinahe überhaupt abgeschafft worden, zum anderen bescherte ein neuer ORF-Kollektivvertrag 1.247 bisherigen ständigen freien Mitarbeitern ein fixes Dienstverhältnis.

Nachdem bereits Ende März im Sozialministerium darüber nachgedacht worden war rund 28.000 freie Dienstverträge abzuschaffen, dieses Vorhaben aber aufgrund heftiger Proteste nicht umgesetzt worden war, hat diese Diskussion Ende November erneut eingesetzt. Hätte die Änderung damals noch alle Berufsgruppen betroffen, so sollten im Rahmen des 2. Sozialversicherungsänderungsgesetzes 2003 „nur“ die freien Dienstverträge für Journalisten abgeschafft werden. Rund 2.000 MedienmitarbeiterInnen hätten danach entweder als klassische Dienstnehmer angestellt werden oder sich in Hinkunft selbst versichern müssen. Da die erstere Variante aufgrund der prekären Arbeitslage im Mediensektor als eher unwahrscheinlich gilt, hätten sich die Arbeits- und Lebensbedingungen für die ständigen freien Mitarbeiter drastisch verschlechtert. Die Sozialversicherungsbeiträge wären durch die geplante Einstufung der „Freien“ als Selbstständige nämlich von 13,2 Prozent auf 23,9 Prozent angestiegen.

Derzeit zahlen freie Dienstnehmer 13,5 Prozent ihres Bruttohonorars an ASVG-Beiträge, die Auftraggeber 17,2 Prozent, die sie sich durch diese Novellierung hätten sparen können. Für freie Mitarbeiter hätte dies Einbußen von rund zehn Prozent be-

deutet, wie die Gewerkschaft Druck, Journalismus und Papier in einer Presseaussendung vorrechnete.

Ausgelöst wurde die neuerliche Diskussion rund um die Abschaffung der freien Dienstverträge von Journalisten angeblich auf Wunsch des News-Verlages, wie die Vorsitzende der Gewerkschaft Druck, Journalismus und Papier – Sektion Journalisten, *Astrid Zimmermann*, bestätigte.<sup>1</sup> Dass es doch nicht zu den geplanten Änderungen im Sozialversicherungsgesetz kam, konnte in einem Gespräch zwischen den Mediensozialpartnern (auch der VÖZ trat gegen diese Novellierung ein) und Sozialminister *Herbert Haupt* erreicht werden. „Der Sozialminister hat uns zugesagt, dass der Absatz aus der ASVG-Novelle herausgenommen wird“, so *Astrid Zimmermann* einen Tag vor den Verhandlungen. Sozialminister *Haupt* hat sein Versprechen gehalten, doch die Situation von Österreichs „Freien“ ist weiterhin angespannt.

Dies sieht auch *Franz C. Bauer*, Vorsitzender der Journalistengewerkschaft<sup>2</sup>, ähnlich: „Die Gefahr, im Zuge einer von der News-Gruppe gewünschten Gesetzesnovelle aus dem ASVG hinausgeworfen und in die schlechtere gewerbliche Sozialversicherung gezwungen zu werden, hat sowohl Ärger als auch Problembewusstsein der Betroffenen weiter zugespitzt“, so der Gewerkschaftsvorsitzende. „Die Gewerkschaft wird daher in Zukunft verstärkt auf die Nachteile eines freien Dienstverhältnisses gegenüber der Anstellung hinweisen und rechtliche Konsequenzen vorbereiten“, erklärte er. Handlungsbedarf sieht auch *Astrid Zimmermann*, wenngleich sie ebenfalls gegen die geplante ASVG-Novelle eintritt. Denn für sie üben ständige freie Mitarbeiter, die immer für dasselbe Medium arbeiten, alles andere als eine selbstständige Tätigkeit aus. Sie seien sehr wohl von ihrem

<sup>1</sup> Telefoninterview mit Astrid Zimmermann, Vorsitzende der Gewerkschaft Druck, Journalismus und Papier – Sektion Journalisten, am 4. Dezember 2003.

<sup>2</sup> E-Mail von Franz C. Bauer, Vorsitzender der Journalistengewerkschaft, am 28. Dezember 2003.

Arbeitgeber abhängig. Viele Medien würden dieses Dienstverhältnis nur dazu benützen, so *Zimmermann*, um ihre Mitarbeiter nicht anstellen zu müssen. Aus Angst, in der Medienbranche keinen Job mehr zu bekommen, würden die meisten von der Möglichkeit einer Klage Abstand nehmen. „Daher sind auch wir von der Gewerkschaft pragmatisch und sagen uns, lieber ist jemand als freier Mitarbeiter beschäftigt, als gar nicht – obwohl einige eigentlich angestellt gehörten.“

Einen ersten Versuch in die richtige Richtung – nämlich die Anstellung sämtlicher ständiger freier Mitarbeiter – hat Ende des Jahres 2003 der ORF mit einem neuen Kollektivvertrag unternommen. Durch den neuen Kollektivvertrag, der für alle, die ab 1. Jänner 2004 einen Arbeitsvertrag mit dem ORF abschließen sowie für die bisherigen freien Mitarbeiter des ORF gilt, wurden insgesamt 1.247 bisherige freie ORF-Mitarbeiter angestellt, 996 davon unbefristet, 251 befristet. Weitere 376 freie Mitarbeiter wurden in Konzernbetriebe des ORF ausgelagert oder bei Fremdfirmen angestellt. Mit 139 freien Mitarbeitern wurde das Dienstverhältnis beendet, einige von ihnen sind jedoch in einem geringeren Stundenausmaß weiterhin im ORF tätig (siehe „50-Tage-Regelung“). Zusätzlich wurden 89 ORF-Mitarbeiter darauf aufmerksam gemacht, dass ihr Dienstverhältnis nicht mehr verlängert werde (alle Zahlenangaben laut Stiftungsratsbeschluss).

„Über ein solches arbeitsrechtliches Paket wurde beim ORF vermutlich schon seit dem Jahr der Rundfunkgesetznovelle 1982 nachgedacht“, so *Gerhard Moser*, Betriebsratsvorsitzender der ORF-Hörfunkdirektion und langjähriger Journalistengewerkschafter.<sup>3</sup> „Dadurch entstand auf sozialpartnerschaftlichem Wege der Absatz 5 des §17 RFG (nunmehr §32). Dieser sieht unter Einhaltung eines monatlichen Arbeitszeitlimits von 137 Stunden eine unbeschränkte Aneinanderreihung von Kettenarbeitsverträgen für journalistische und programmgestaltende Mitarbeiter vor. Das ist im österreichischen Arbeitsrecht einma-

lig und auch im EU-Recht selbstverständlich nicht erlaubt.“ So entstand im ORF im Laufe der Zeit eine „Zweiklassengesellschaft“. Auf der einen Seite gab es die arbeits- und sozialrechtlich geschützten Angestellten, auf der anderen Seite die mehr oder minder „Vogelfreien“, insbesondere was Vertragssicherheit und Kündigungsschutz anbelangte.

Außerdem habe sich die Situation in letzter Zeit aufgrund von Sparmaßnahmen des ORF weiter verschärft. Dazu meint *Gerhard Moser*. „Durch diesen Sparkurs ist die frühere Perspektive von der freien Mitarbeit in ein Anstellungsverhältnis überzuwechseln schlicht zur Utopie geworden. Das hat im Gesamtunternehmen ORF auch dazu geführt, dass in den letzten Jahren beinahe eine Parität zwischen Angestellten und sogenannten ständigen freien Mitarbeitern entstanden ist. In einzelnen Programmbereichen war der klassische Angestellte überhaupt schon in der absoluten Minderzahl.“ Der entscheidende Punkt für den Betriebsrat liegt allerdings darin, dass von wirklich „freier Mitarbeit“ schon lange keine Rede mehr sein konnte. In Wirklichkeit hätten die so genannten „Freien“ die Tätigkeiten von Angestellten verrichtet. Als Beispiel nennt er die sogenannten Strukturdienste und auch den „Chef vom Dienst“.

Laut *Gerhard Moser* wurden die Anstellung der 1.247 bisherigen freien MitarbeiterInnen und die damit einhergehende Verbesserung der arbeitsrechtlichen Situation vor allem aus zwei Gründen möglich. Zum einen sei der Druck durch die Betroffenen immer stärker geworden, zum anderen durch den Organisationsgrad: „Das hat sich in der Tätigkeit der zuständigen Journalistengewerkschaft (damals „Fachgruppe Freie, ORF“) zugleich aber auch in einer stetig wachsenden Zahl von ORF-Betriebsräten, die selbst „Freie“ waren, geäußert.“ Dadurch konnten auch die Einflussmöglichkeiten auf den ORF-Zentralbetriebsrat verstärkt werden. Dies zeigte sich vor allem daran, dass diesem Gremium ab dem Jahre 2000 zwei „Freie“ angehörten, von denen einer seinen Sitz auch im ORF-Kuratorium hatte. Als zweiten Grund für die positive Entwicklung nannte der

<sup>3</sup> Telefoninterview mit und E-Mail von Gerhard Moser, Betriebsratsvorsitzender der ORF-Hörfunkdirektion und langjähriger Journalistengewerkschafter, am 12. Jänner 2004.



Betriebsratsvorsitzende der ORF-Hörfunkdirektion ein Rechtsgutachten, welches die gängige „Freie-Mitarbeiter-Praxis“ nicht nur in Zweifel zog, sondern sogar als rechtswidrig bezeichnete: „Zumindest ab diesem Zeitpunkt hat in der ORF-Geschäftsführung ein Umdenkprozess eingesetzt. Sowohl der frühere Generalintendant als auch die jetzige Generaldirektorin erklärten die so bezeichnete Sanierung der Freien-Mitabreiter-Frage zu ihren Hauptzielen.“

Nach zahlreichen mühsamen Verhandlungen zwischen dem ORF-Zentralbetriebsrat und der Geschäftsführung konnte Ende des Jahres 2003 schließlich der „Kollektivvertrag 2003“ präsentiert und in neue Stellenpläne umgewandelt werden. Für den Journalistengewerkschafter überwiegen die positiven Auswirkungen, wenngleich die Kündigungen und Auslagerungen schmerzten. Dringenden Handlungsbedarf sehe er allerdings noch in den Fragen der Befristung von Dienstverhältnissen, der Verwendungsgruppenwahrheit (korrekte Arbeitsbilder) und der Einkommensverluste, resultierend aus einem beträchtlichen Übermaß an Teilzeitarbeit. Zu wirklichen Problemfällen könnten laut *Moser* auch jene Arbeitsverhältnisse führen, die der so genannten „50-Tage-Regelung“ unterliegen. „Hier ist eine Tätigkeit von 50 Tagen pro Jahr je Landesstudio bzw. Hauptabteilung vorgesehen. Was hier nach geringfügiger Beschäftigung aussieht, lädt angesichts bislang nicht vorhandener Praxis auch gerne zu Missbräuchen ein.“ Nicht im Zuge des neuen Kollektivvertrages, aber zur gleichen Zeit, ist im ORF außerdem eine Regelung zur „Flexibilisierung der Arbeitszeit“ in Kraft getreten. Mit komplizierten Zeitausgleichsverfahren sollen Überstunden abgebaut werden, „was die Situation nicht gerade leichter macht.“

Alles in allem zeigt sich *Gerhard Moser* jedoch mit dem „KV-Neu“ zufrieden. Die Mühen und Tücken, so der Betriebsrat, würden allerdings in den Umsetzungen liegen. Dabei gelte es vor allem auf die konkrete Einhaltung des Vertragswerkes zu achten und Nachbes-

serungen im Sinne der Mitarbeiter vorzunehmen. Auch die Vertreter der Gewerkschaft Druck, Journalismus und Papier befürworteten den neuen Kollektivvertrag und den damit einhergehenden neuen Stellenplan, wie *Astrid Zimmermann* bestätigte: „Grundsätzlich ist der neue Stellenplan für die Gewerkschaft begrüßenswert.“ Auch *Franz C. Bauer* kann dem neuen Vertrag einiges abgewinnen. „Auch wenn einige dafür auf ein höheres Einkommen verzichten müssen, ist eine Anstellung für beide Seiten die bessere und vor allem sicherere Lösung. Denn grundsätzlich stellen freie Dienstverträge immer ein Problem dar, weil sie für die Betroffenen in punkto sozialer Sicherheit und finanzieller Leistungen in der überwiegenden Mehrheit aller Fälle eine dramatische Schlechterstellung gegenüber Angestellten bedeuten. Als einzige Möglichkeit bleibt die Anstellung. Eine rasche Anpassung unter den aktuellen Bedingungen würde einige Unternehmen in der Übergangsphase aber vor große Probleme stellen.“

Nicht ganz so positiv sehen einige bisherige freie Mitarbeiter die neuen arbeitsrechtlichen Bedingungen, wenngleich alle betonen, dass der neue Kollektivvertrag erst seit kurzer Zeit gültig ist und daher viele Entwicklungen noch nicht wirklich absehbar seien. „Viele Mitarbeiter, die bis zum vergangenen Jahr als freie Mitarbeiter beschäftigt waren und nun seit dem 1. Jänner 2004 fix angestellt sind, zeigen sich unzufrieden und missmutig. Allgemein ist die Situation derzeit undurchsichtig und sehr chaotisch“, beschreibt eine Betroffene<sup>4</sup> die derzeitige Lage. Bisher habe sie nur negative Veränderungen bemerkt, aber noch keine positiven. „So gesehen wäre ich lieber freie Mitarbeiterin geblieben, aber wir hatten ja schließlich keine Wahl. Das einzige was sich besser anfühlt ist, dass die Anstellung nun sicherer ist – aber das könnte durchaus nur ein Scheingefühl sein.“ Als wesentliche Veränderungen nennt die ehemalige „Freie“, dass die Arbeitszeit nun strukturierter und weniger flexibel sei. Dienstausschuss sei nun unmöglich und verdienen würde sie unter dem Strich jetzt auch weniger. An der Arbeitsweise habe sich eigentlich

4 Name der Redaktion bekannt.

nichts geändert, die Weiterbildungs- und Aufstiegschancen schätzt sie nun viel schwieriger ein. Auch viele betroffene Kollegen beklagen eine geringere Abwechslung und den strengeren Dienstplan als markanteste bisherige Auswirkung des „KV 2003“. Allerdings gibt es auch einige, die sich über eine Fix-Anstellung freuen und die damit verbundenen Umstellungsprobleme nicht so drastisch sehen: „Ich bin froh angestellt zu sein, das ist wie eine Ehre. Mit 53 Jahren hat man das „Von-der-Hand-in-den-Mund“-Leben etwas satt. Für mich hat sich so gut wie nichts verändert, nur dass ich jetzt Dienststundenblätter schreiben muss und vielleicht ein wenig mehr Regelmäßigkeit eingekehrt ist“, so eine Filmemacherin<sup>5</sup>, die nun zu 50 Prozent angestellt wurde. „Ich versuche täglich vier Stunden im ORF zu arbeiten, was sich natürlich nicht ausgeht. Denn drehen und schneiden muss ich 8,5 Stunden täglich. Wenn ich also zwei Wochen drehe und drei Wochen schneide, kann ich dann fünf Wochen zu Hause bleiben. Das würde ich eigentlich recht positiv sehen, wie das allerdings in der Realität aussieht, kann ich noch nicht beurteilen“, beschreibt sie die Situation. Insgesamt gesehen, so auch diese Betroffene, würde derzeit noch vieles unklar sein – vor allem auch deshalb, weil sehr viele aufgrund finanzieller Einbußen durch die Fix-Anstellung Einspruch erhoben hätten.

Trotz des begrüßenswerten Versuchs des ORF für mehr Klarheit am journalistischen Arbeitsmarkt zu sorgen, kann die derzeitige Situation der nach wie vor großen Anzahl an freien Mitarbeitern am österreichischen Mediensektor nach wie vor als „katastrophal“ bezeichnet werden, wie es *Franz C. Bauer* ausdrückt. „Die Situation ist durch schlechte materielle Rahmenbedingungen und den Wettkampf mit anderen Freien um eine fixe Anstellung gekennzeichnet.“ *Astrid Zimmermann* kritisiert vor allem die Tatsache, dass mehr und mehr freie Mitarbeiter in Wirklichkeit nicht mehr frei seien, denn es werde von ihnen eine gewisse Anwesenheit im Unternehmen erwartet. „Wir von der Gewerkschaft sehen realistisch, dass es

in der Medienbranche Angestellte und Freie gibt. Daran wird sich auch weiterhin nichts ändern – im Gegenteil: In Zukunft wird es noch mehr a-typische Beschäftigungsverhältnisse geben“, so *Zimmermann*. Dies sei insofern bedenklich, als unter dem hohen Konkurrenzdruck zwischen den „Freien“ natürlich auch die Qualität der journalistischen Beiträge leidet. Freie Mitarbeiter werden nur bezahlt, nachdem sie ein Werk abgeliefert haben. Sie stehen dadurch mehr unter Druck als fix angestellte Journalisten, die jeden Monat ihr Gehalt überwiesen bekommen. „Je mehr freie Mitarbeiter, desto weniger können es sich leisten, kritisch zu sein. Oft wird häufig Auftragsjournalismus betrieben, wodurch eine strikte Trennung zwischen Werbung und redaktionellem Teil verloren geht. Viele müssen schreiben, um genügend Geld zum Überleben zu haben. Sie sind deshalb aber noch lange keine schlechten Journalisten“, bringt *Astrid Zimmermann* die Lage auf den Punkt.

Journalismus ist ohne freie Mitarbeiter nicht denkbar. Daher, so ORF-Betriebsrat *Moser*, werde es echte freie Mitarbeit - wie zum Beispiel Autorenarbeit - im auch ORF weiterhin geben. Wie aber auch anhand des ORF ersichtlich geworden ist, laden freie Dienstverträge nicht nur zu Missverständnissen, sondern auch zu Missbrauch ein. Freie Mitarbeit sei gerade dann zur Qualitätssicherung wünschenswert, so *Gerhard Moser*, wenn es sich um tatsächliche freie Mitarbeit und nicht um verdeckte Angestelltentätigkeit handle. Letzteres diene nur „der Profitmaximierung durch Ausbeutung“. „Wenn sogenannte freie Mitarbeit – wie meist in solchen Fällen - mit wirtschaftlicher Abhängigkeit der Betroffenen verbunden ist, wird auch die Qualität und Unabhängigkeit der Berichterstattung leiden. Denn arbeits- und sozialrechtlich kaum geschützte Journalisten, die permanentem Leistungs- und Kündigungsdruck unterliegen, werden den Begriff der ‚Freiheit der journalistischen Berufsausübung‘ zwar zu schätzen, aber kaum zu leben wissen.“

*Sabine Gratt*

5 Name der Redaktion bekannt.

# 7

## Der ORF im Umfeld des Marktes

► **Seit der Implementierung** der neuen Rundfunkgesetze im Jahr 2001, über die im letzten Journalismusbericht referiert wurde, können wir in Österreich eine, wenn auch langsam anlaufende Etablierungsphase eines dualen Rundfunkmarktes beobachten. Die im europäischen Vergleich mit großer Verspätung vollzogene Marktöffnung führte im Ergebnis zu einer immer noch mehr als deutlichen Dominanz des öffentlich-rechtlichen Anbieters. Ähnlich wie bereits im Zusammenhang mit der Öffnung des Hörfunks für Privatradios, bestätigen sich nun auch im Bereich des Fernsehens jene Einschätzungen, die von nur geringen Spielräumen für innerösterreichische Anbieter ausgingen. Dieser Umstand ist jedoch nicht primär auf den Marktleader ORF selbst, sondern vielmehr auf den Gesetzgeber zurückzuführen, der zu lange an der Alleinstellung des öffentlich-rechtlichen Anbieters festhielt. Schon seit vielen Jahren ist der ORF in mittlerweile über 84 Prozent der heimischen Kabel- oder Satellitenhaushalte einer großen Konkurrenz mit durchschnittlich bis zu 36 überwiegend deutschsprachigen Programmen ausgesetzt. Und es ist vor allem dieser Marktsektor, in dem sich der ORF gegen die Konkurrenzprogramme aus Deutschland mit zum Teil deutlich massenattraktiven Angeboten und Formaten zu positionieren und durchzusetzen versucht. Für den genuin innerösterreichischen Fernsehmarkt bleiben vor diesem Hintergrund tatsächlich nur geringe Erfolgchancen auf Reichweiten und damit auch auf Werbeeinnahmen.

### Das Rennen um Quoten und Marktanteile

In den letzten beiden Jahren gelang es insbesondere den Radioprogrammen des ORF trotz wachsender

Konkurrenz ihren Marktanteil auf einem hohen Niveau zu halten und ihre Position gegenüber den inländischen Privatradios zu behaupten. In der Altersgruppe ab 10 Jahren erreichten die ORF-Sender 82 Prozent, in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen 79 Prozent der Marktanteile, die Privatradios zusammen 16 bzw. 19 Prozent. Insgesamt scheint damit der Radiomarkt die Grenzen des Wachstums erreicht zu haben, verläuft doch die Entwicklung der Reichweiten im Wesentlichen stabil. Zugewinne sind allenfalls im Nischenbereich, nicht jedoch im Mainstream-Sektor zu verzeichnen.<sup>1</sup>

Im Bereich des Fernsehens begegnete der ORF der steigenden Marktdichte, insbesondere in den Kabel- und Satellitenhaushalten, mit einer klar polar ausgerichteten Formatierung der beiden Kanäle, wobei ORF 1 vorwiegend mit publikumsattraktiven Programmanteilen auf junge Zusehergruppen ausgerichtet ist, ORF 2 hingegen deutlicher auf öffentlich-rechtliche Programmformate setzt. Die verstärkt laut gewordene Kritik an dieser Programmierung richtete sich zuletzt u.a. gegen die Ausstrahlung der mit RTL durchgeführten Koproduktion „The Bachelor“, ein Format, das von vielen als nicht mit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag vereinbar erachtet wurde. Gleichzeitig wurde – u.a. auch vom Publikumsrat – bemängelt, dass eine durchaus kritische Dokumentation über die „Neue Kronen-Zeitung“, die von der belgischen Filmemacherin *Nathalie Borgers* gedreht wurde, von der Rundfunkanstalt bislang immer noch nicht ausgestrahlt wurde.<sup>2</sup>

Trotz einer immer deutlicheren Positionierung des Programms auf ein verstärkt sich entwickelndes Konkurrenzumfeld mussten 2003 Einbußen bei den

<sup>1</sup> vgl. Krebs, Christian (2004). Grenzen des Wachstums. In: medianet, 23. Jänner 2004, 2.

<sup>2</sup> Wolfgang R. Langenbacher sprach in diesem Zusammenhang etwa von einer „verdammten Pflicht“ des ORF, diese Dokumentation auszustrahlen. (Langenbacher zit. in APA Journal Medien, 26. November 2003, 8.)

Marktanteilen hingenommen werden. Die im letzten Jahr verzeichneten Rückgänge in den Marktanteilen von national 54 auf 52 Prozent, bzw. von 48 auf 46 Prozent in den Kabel- und Satellitenhaushalten sind dabei vor allem zu Lasten von ORF 2 ausgefallen. Eine nicht unwesentliche Konkurrenz auf dem Werbemarkt erwuchs dem ORF in den letzten Jahren durch die Werbefenster deutscher Privatfernsehveranstalter. Mit zum Teil eigenproduzierten Programmanteilen im Nachrichtenbereich als neue Angebotsform konnten sie in den Kabelhaushalten bzw. jenen mit digital versorgten Satellitenanbindungen im Jahr 2002 immerhin rund fünf Prozent des TV-Werbekuchens auf sich verbuchen.

### Die Frage der Finanzierung

Die in den letzten Jahren anhaltende Konjunkturschwäche und nicht zuletzt die durch das neue ORF-Gesetz verminderten Einnahmemöglichkeiten über die Werbung führten zu einem Rückgang der Werbeeinnahmen von 365,2 (2000) auf 324,8 Mio. Euro im Jahr 2002. Dem gegenüber führten die Anstrengungen bei der Gebühreneinhebungen, die über die 100 Prozent-Tochter GIS durchgeführt wird, zu einer deutlichen Steigerung der Einnahmen in diesem Bereich von 369,7 auf 388,7 Mio. Euro im Vergleichszeitraum. 2002 machten demnach die über Gebühren eingenommen Mittel 45,7 Prozent (im Konzern 44,6 Prozent) und über die Werbung lukrierten Gelder 38,2 Prozent (im Konzern 37,3 Prozent) aus. Insgesamt sind die Umsatzerlöse laut Geschäftsbericht gegenüber dem Vorjahr um 6,2 Mio. Euro auf 826,3 Mio. Euro (im Konzern 844,4 Mio. Euro) gesunken. Das „Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT)“ wies ein Minus von 42,5 Mio. Euro bzw. im ganzen Konzern ein Minus von 39,6 Mio. Euro aus.<sup>3</sup> Für das Jahr 2004 wird bei konsequenter Fortsetzung des strikten Sparkurses<sup>4</sup> mit einem knapp positiven Ergebnis gerechnet, zumal durch eine vom ORF festgesetzte Erhöhung der Gebühren um rund acht Prozent ab 2004 Mehreinnahmen

von über 30 Mio. Euro zu erwarten sind. Teile dieser Mittel könnten auch für den Plan des ORF verwendet werden, das Programm ORF 2 ab Herbst 2004 europaweit und unverschlüsselt über Satelliten auszustrahlen.<sup>5</sup>

Generell wurde in den letzten Jahren v. a. auf europäischer Ebene die Frage nach den Einnahmen von öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aus der Werbung als eine mögliche ungerechtfertigte staatliche Subventionierung diskutiert, eine Frage, die v. a. seitens der privaten Fernsehveranstalter auf die Tagesordnung gesetzt wurde. Diese bislang im Kontext des EU-Wettbewerbsrechts geführte Auseinandersetzung machte jedoch weitgehend vor den nationalstaatlichen Rundfunkregulierungen halt, da es laut europarechtlichen Bestimmungen den jeweiligen Staaten überlassen bleibt, den Gestaltungsspielraum für die Rundfunkregelung eigenständig zu regeln. Dennoch steigt in der Europäischen Union im Rahmen der geforderten „Transparenzrichtlinie“ der Druck auf die öffentlich-rechtlichen Anbieter, mit einer getrennten Buchführung ihr Stammgeschäft von ihren kommerziellen Töchtern stärker voneinander abzugrenzen.

### Eingeschränkte Dualisierung

Eine weiterhin seitens der privaten Anbieter gegen die öffentlich-rechtlichen Anstalten vorgebrachte Kritik bezieht sich auf deren Möglichkeiten, auf dem Werbemarkt entsprechende Einnahmen zu erzielen. Im Vergleich zu öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten anderer europäischer Länder ist der ORF jedoch vor dem Hintergrund seines umfangreichen Programmauftrags darauf angewiesen, einen verhältnismäßig hohen Anteil aus Werbeeinnahmen aufzubringen. Seit dem letzten ORF-Gesetz um einige Möglichkeiten der Werbefinanzierung reduziert, sieht sich der nationale Broadcaster mit den Argumenten der neu hinzugekommen innerösterreichischen Mitbewerber auf dem Publikums- und Werbemarkt kon-

3 vgl. ORF (2002). Geschäftsbericht. Wien.

4 Die Einsparungen wurden in den letzten Jahren nicht zuletzt durch eine konstante Verringerung des Personalstands von 2898 angestellten Mitarbeitern im Jahr 1996 auf 2555 im Jahr 2003 erreicht, wobei sich diese Zahl durch die zuletzt erfolgte Aufnahme eines guten Teils der freien Mitarbeiter um 1200 Stellen erhöhen wird. Insgesamt werde aber der Gesamtaufwand für Personal damit beinahe unverändert bleiben (vgl. APA Journal Medien, 17. Dezember 2003, 3).

5 Die Realisierung dessen kann jedoch nur gelingen, wenn über diesem Weg überwiegend Eigenproduktionen gesendet werden, da für den ORF die Lizenzrechte für die europaweite Ausstrahlung nicht finanzierbar sind. Die verschlüsselt über digitalen Satelliten ausgestrahlten ORF-Programme erreichen in Österreich mittlerweile rd. 200.000 Haushalte.

frontiert, welche die Einnahmemöglichkeiten des ORF v. a. im Sponsoringbereich beschränkt sehen möchte. Damit in Verbindung steht die Frage nach dem bislang erreichten Grad der Dualisierung des Rundfunkmarktes in Österreich, die auf dem Hörfunksektor zumindest auf regionaler Ebene nunmehr realisiert wurde, und bezogen auf das Fernsehen seit vielen Jahren in den Kabel- und Satellitenhaushalten Platz gegriffen hat. Innerhalb Österreichs befindet sich der duale Markt im Bereich des terrestrischen Fernsehens mit dem am 1. Juni 2003 gestarteten nationalen Privat-TV-Programm ATVplus und den Ballungsraumsendern, von denen noch nicht alle auf Sendung gegangen sind, allerdings erst in einer Etablierungsphase.<sup>6</sup> So erkannte etwa auch der Verfassungsgerichtshof im Rahmen eines Urteils zum Thema Cross-Promotion, dass „der ORF in Österreich sowohl beim terrestrischen Fernsehen als auch beim Hörfunk eine marktbeherrschende Stellung innehat, die mit einem massiven Vorteil im Wettbewerb mit privaten Rundfunkveranstaltern verbunden ist“.<sup>7</sup>

Auch der ehemalige Generalintendant *Gerhard Weis* sprach in einem Interview von einem „gesättigten Fernsehmarkt“, der es zusätzlichen Programmen immer schwerer mache, sich zu positionieren. „Es gibt ein paar Nischen, aber nicht für bundesweite Vollprogramme. Die Wahrheit ist, dass dieser ORF für ein kleines Land wie Österreich viel zu groß gegründet worden ist.“ Mögliche Programmleistungen einzusparen wird allerdings als schwer realisierbar angesehen, denn „so wie das Gesamtsystem dasteht, ist keine verzichtbar“.<sup>8/9</sup>

Offen bleibt in Österreich nach wie vor die Frage nach einer nationalen Hörfunkkette für einen privaten Anbieter, deren Ausschreibung aus Gründen frequenztechnischer Engpässe bislang nicht erfolgen konnte. Eine geplante Novellierung des Privatradiogesetzes könnte diese Umsetzung etwa durch eine Zusammenlegung bisheriger regionaler Privatradiofrequenzen erreichen.

Ein weiteres wichtiges Thema für die zukünftige Ausgestaltung des österreichischen Rundfunksystems ist im Aufbau des digitalen terrestrischen Fernsehens zu sehen, das am 1. April 2004 im Rahmen der Digitalen Plattform Österreich in einem dreimonatigen Testbetrieb in 150 Testhaushalten in Graz erprobt wird. Das Digitalisierungskonzept, das von der Medienbehörde „KommAustria“ mit einem Vierstufenplan ausgearbeitet wurde, sieht im Endausbau die Abschaltung der analogen Sender für das Jahr 2010 vor. Neben diesem Entwicklungsfeld wird aber weiterhin die Diskussion über Quoten vs. Qualität und über jene Gestaltungsspielräume zu führen sein, die im Rahmen eines dualen Marktes das Nebeneinander von Vielfalt und Qualität abzusichern und zu fördern in der Lage sind.

*Thomas Steinmaurer*

<sup>6</sup> Der als einziger bislang nicht gestartete Wiener Ballungsraumsender „Puls City TV“ wird voraussichtlich im Frühjahr 2004 auf Sendung gehen.

<sup>7</sup> APA Journal Medien, 19. November 2003, 4.

<sup>8</sup> Weis zit. in APA Journal Medien, 07. Jänner 2004, 5.

<sup>9</sup> Zu Einsparungen führte bereits das neue ORF-Gesetz, das nicht nur Sonderwerbformen wie die Möglichkeit von Cross-Promotion und die Radio-Ringwerbung untersagt, sondern in letzter Konsequenz auch die eigenständige Programmleistung auf „Radio Österreich International“ durch die Ausstrahlung des Programms Ö1 in diesem Bereich ersetzt. Davor wurde dieser Auslandsdienst auf Kurzwelle im Auftrag und auf Rechnung des Bundes betrieben.

## 8 „Wenn wir keine Kriterien haben, lassen wir bitte das Wort Qualität weg“<sup>1</sup>

► **Anknüpfend an den Artikel** von *Christian Wiesner*<sup>2</sup> im letzten Journalismusbericht ist die Aufgabenstellung dieses Beitrags, einerseits die Programmqualität des ORF der Jahre 2002 und 2003 zu untersuchen und andererseits die Arbeit des neuen Stiftungsrates kritisch zu beleuchten. Neben dem Studium einschlägiger Fachliteratur und der Einbeziehung der Medienberichterstattung waren hier auch empirische Daten gefragt: Längere Interviews mit vier Mitgliedern des Stiftungsrates<sup>3</sup> und ein per E-Mail versandter Fragebogen an die Mediensprecher der vier Parlamentsparteien bildeten die Grundlage für die folgende Analyse.

Zuerst zu den Interviews mit den Stiftungsräten; sie umfassten folgende drei Themenkreise:

- Die Gremialstruktur des ORF als neue „Stiftung öffentlichen Rechts“
- Die Qualität des Programms
- Erfüllung des Programmauftrags und die Frage nach den ORF-Gebühren

Der Schwerpunkt wurde aber eindeutig auf die Frage der Programmqualität gelegt. Abgefragt werden sollte vor allem die persönliche Meinung der Stiftungsräte.

Die erste Frage berührte das Thema **Stiftungsrat**, insbesondere seiner Besetzung: Hier wollte ich zunächst wissen, ob durch das neue ORF-Gesetz eine **Entpolitisierung bzw. Entparteilichung** stattgefunden habe.

Stiftungsrätin *Brigitte Kulovits-Rupp* meinte lapidar, von Entpolitisierung könne nicht die Rede sein. Auch

*Wolfgang Zinggl* übte herbe Kritik am Besetzungsmodus dieses Gremiums, seiner Meinung nach war das Ziel der Entparteilichung eine Illusion, denn „die ÖVP hat beim Bestellungsmodus ihre maximale Macht in den ORF übertragen, obwohl sie damals die Partei mit den nur drittmeisten Stimmen war“. Derzeit gäbe es seiner Ansicht nach „einen parteipolitischen ORF mit absoluter ÖVP-Mehrheit.“ Verbesserungsvorschläge seinerseits gehen in Richtung eines pluraleren Modells, bei dem zum Beispiel Vertreter von Non-Profit-Organisationen, Interessensorganisationen und unabhängige Fachleute, deren Partei-Nähe geringer ist, in diesem Gremium sitzen sollten. In der Praxis hätte es „wiederholt den Fall gegeben, dass sich Stiftungsräte in den Debatten eindeutig geäußert haben, dann aber unterschiedlich abgestimmt haben. Da wird das parteipolitische Interesse über die tatsächliche Argumentation gehoben.“

Für *Helga Rabl-Stadler* ist der Besetzungsmodus so in Ordnung, ihr einziger Änderungsvorschlag wäre eine Verkleinerung des Gremiums auf zirka zwanzig Leute, damit man dort besser diskutieren könne. Aus ihrer Sicht ist eine „angenehme Entparteilichung“ passiert und ihrer Meinung nach merkt man, dass bei den zu treffenden Entscheidungen „die Leute wirklich nach ihrem Gewissen und ihrer Kompetenz unterscheiden.“ *Rabl-Stadler* behauptet von sich selbst, nicht an den Vorbesprechungen der so genannten „**Freundeskreise**“ teilzunehmen, bestätigt dadurch aber indirekt deren Existenz. *Zinggl* meinte zu seinem **Amtsverständnis**, dass er sicherlich keine Weisungen seines Bundessprechers, sollte es sie jemals geben, Folge leisten würde.

1 Interview mit Wolfgang Zinggl, Stiftungsrat des ORF, am 28. November 2003.

2 vgl. Wiesner, Christian (2002). ORF-Qualitätsmonitoring. In: Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi/Rest, Franz (Hg.). Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Erhebungsjahr 2001. Salzburg, 67-71.

3 Interview mit Wolfgang Zinggl, von der Bundesregierung auf Vorschlag der Grünen gem. § 20 (1), lit. 1 nominiertes Mitglied des Stiftungsrates), Kulturmanager, am 28. November 2003 in Wien; Interview mit Helga Rabl-Stadler, von der Bundesregierung gem. § 20 (1), lit. 3 bestelltes Mitglied des Stiftungsrates, Präsidentin der Salzburger Festspiele, am 11. Dezember 2003 in Salzburg; Telefoninterview mit Karl Krammer, von der Bundesregierung auf Vorschlag der SPÖ gem. § 20 (1), lit. 1 nominiertes Mitglied des Stiftungsrates, Consulting-Unternehmer, am 16. Jänner 2004; E-Mail von Brigitte Kulovits-Rupp, vom Land Burgenland gem. § 20 (1), lit. 2 nominiertes Mitglied des Stiftungsrates und Vorsitzende des Programmausschusses, Angestellte der AK-Burgenland, am 19. Jänner 2003.

Karl Krammer äußerte sich im Interview sehr differenziert zum Thema **Entparteiopolitisation in den Aufsichtskremien**: Seiner Meinung nach sei das ein „Scheinproblem“, er glaube nicht, dass deswegen der ORF mehr oder weniger politisch sei als vorher; der ORF sei prinzipiell wegen seiner Marktmacht ein politischer Faktor. Den konkreten Ausschluss von Politikern aus dieser Funktion kommentierte er folgendermaßen: „Ich glaube, dass hier nur eine zusätzliche Ebene eingezogen wurde [...] es ist damit nur eine Stufe entfernter vom politischen Entscheidungsprozess geworden [...] Die Entparteiopolitisation, wie sie hier gemacht wird [...] bringt dem Unternehmen nichts.“ In manchen Fällen sei seiner Meinung nach eine kürzere Entscheidungskette aber besser. Sein Hauptkritikpunkt an der Stiftungsrats-Konstruktion ist aber die Größe des Gremiums, da kein Unternehmen einen Aufsichtsrat mit 35 Mitgliedern habe. Auch das seiner Meinung nach „zwanghafte“ neun-zu-neun-Verhältnis zwischen Bund und Ländern sei nicht zeitgemäß. Aber auch Krammer wollte ad hoc kein konkretes Alternativmodell vorschlagen. Sein **Amtsverständnis** sei jenes eines Aufsichtsrates; und zum heiklen Punkt „**Freundeskreise**“ führte er zunächst eine kreative Erklärung aus: „Ich weiß von keinem Freundeskreis. Ich stehe aber jedem, der meine Ratschläge [...] will, gerne zur Verfügung. Es gibt Leute, die dieser Einladung Folge leisten, und andere nicht. Jetzt entscheiden Sie, ob das ein Freundeskreis ist.“ Auf eine konkrete Nachfrage diesbezüglich legitimierte er dieses System und stellte es als logische Konsequenz aus der Größe des Organs dar: „Wenn sie 35 Leute haben, wird der Vorsitzende wahnsinnig, wenn es nicht da ein paar Whips (Anmerkung des Autors: englischer Ausdruck für Mehrheitsführer im Parlament) gibt, die sich um andere kümmern.“

Unisono übten Rabl-Stadler und Zinggl heftige Kritik am **Besetzungsmodus des Publikumsrates** und an der – so die Einschätzung – verunglückten **Fax-Wahl**. Zinggl meinte dazu wörtlich, dass diesem Gremium „nicht nur die Hände, sondern auch noch die Füße“

gebunden seien und dass man ihn in dieser Zusammensetzung auch gleich auflösen könne. Rabl-Stadler wollte sich zu den „lieben Kollegen“ vom Publikumsrat erst gar nicht äußern, sie findet aber den Besetzungsmodus ebenso schlecht wie jenen des Vorgängergremiums, der Hörer- und Sehervertretung. Sie erachtet ein solches Organ für prinzipiell nötig, konnte aber auch keine für sie zufrieden stellende Alternative in punkto Besetzung dieses Gremiums benennen.

Das Statement von Kulovits-Rupp zu dieser Frage geht in eine ähnliche Richtung: „Auch mit diesem Besetzungsmodus sind parteipolitischer Einflussnahme Tür und Tor geöffnet.“ Die Fax-Wahl sieht sie ebenfalls kritisch, da der Aufwand in keinem Verhältnis zum Ergebnis stehe.

Krammer, der schon früher in seiner Zeit als Pressesprecher von SPÖ-Bundeskanzler Franz Vranitzky Mitglied des ORF-Kuratoriums war, sieht den Publikumsrat in seiner derzeitigen Zusammensetzung eher positiv: „Wenn man so ein Organ haben will, das die vielen gesellschaftlichen Realitäten in diesem Land reflektiert [...] dann wird man dazu stehen müssen“, auch wenn er einräumt, dass man über die konkrete Verteilung der Anspruchsgruppen endlos diskutieren könne. Er kritisiert vielmehr ebenso wie Kulovits-Rupp, dass die Fax-Wahl von sechs Mitgliedern des Publikumsrates von Gesetzes wegen nur sehr geringe Auswirkung auf die Besetzung des Stiftungsrates habe, da der Kanzler nur drei der direkt gewählten Publikumsrats-Mitglieder in den Stiftungsrat entsenden muss. Dieses Auswahlrecht des Bundeskanzlers sei eine sehr starke Einschränkung dieser scheinbaren Öffnung in Richtung verstärkter Partizipation durch die Fax-Wahl, so Krammer.

Das neu eingeführte **Weisungsrecht der Generalintendantin** befürworteten alle vier Befragten, allerdings aus unterschiedlichen Gründen: Zinggl sieht dieses Thema sehr differenziert und ist dafür, dass die Generaldirektorin die ihr zukommende politische Ver-

antwortung nach außen auch übernimmt; er hält die derzeitige Variante für die ehrlichere. Trotzdem wäre er a la longue für eine Autonomie der Generaldirektion.

*Krammer* akzeptiert das Weisungsrecht und meint zum Thema Interventionen generell, dass sich diese Dinge nicht aufgrund einer unterschiedlichen Gesetzeslage ändern würden, sondern nur aufgrund der Personen, die diese Funktionen erfüllten. Am Ende des Interviews wurde er aber dann konkreter: „Natürlich ist das System eines ‚zentralen Chefredakteurs‘ in der Information anfälliger für Interventionen. Das hat man sich wohl auch überlegt bei der Schaffung dieser Konstruktion, dass man dann nur einen anrufen muss – das läuft ja oft sehr einfach – als wenn ich sieben Leute anrufen muss und sage: ‚Das hätten wir gerne.‘ So hat man halt gedacht, so richtet man sich das besser her. Natürlich ist das abzulehnen.“

34

Auch *Kulovits-Rupp* ist derselben Meinung: „Ich bezweifle, dass bei Interventionen das ‚Tagesgeschäft‘ über die GD läuft. Den straffen Durchgriff garantiert eher ein zentraler Chefredakteur in Verbindung mit der Abschaffung der Redaktionssitzungen.“

*Rabl-Stadler* ist hier ähnlicher Ansicht: „Ich bin sehr froh um dieses Weisungsrecht, denn ich halte es für absurd, wenn der Generaldirektor eines Unternehmens nicht den Kurs bestimmt. Wenn jetzt die Frau Generaldirektorin Lindner gerade im Fall des ‚Bachelors‘ gesagt hat, sie will sich nicht ins Programm einmischen, dann finde ich das falsch. Sie ist dazu da, sich einzumischen.“

Zurück zum angesprochenen **Bachelor**: Dieser scheint insbesondere *Rabl-Stadler* ein echter Dorn im Auge zu sein, denn konkret darauf angesprochen meinte sie: „Verheerend! [...] Also, Sachen wie der ‚Bachelor‘ dürfen einfach überhaupt nicht passieren. Es muss ganz klar im Haus sein, dass man so ein Programm nicht einkauft. Mich interessiert das nicht,

nachher Diskussionen zu haben mit Gelehrten, Feminismus-Forschern und so weiter, was das ist. Das muss klar sein. Das heißt, nicht immer dieses ex-post sanieren und kritisieren, sondern ex-ante wissen, was ein öffentlich-rechtlicher (Sender, Anm.) macht.“ Im Endeffekt versucht sie aber auch, der Sache etwas Gutes abzugewinnen, indem sie meint: „Ich glaube, der ‚Bachelor‘ war jetzt genau die Übertreibung, an der jeder versteht: Das kann aus Qualitätsgründen nicht im öffentlich-rechtlichen ORF gesendet werden.“

Auch *Zinggl* ist strikt dagegen, Sendungen wie „Bachelor“ und „Dismissed“ im ORF auszustrahlen; seiner Meinung nach sei die Argumentation von Generaldirektorin *Lindner* in Bezug auf das dort präsentierte Frauenbild einfach „zynisch bis dort hinaus.“

*Krammer* sieht sich im Fall des Bachelors sogar in seiner Ehre als Mann verletzt und meinte generell: „Da hat man offensichtlich zu wenig nachgedacht darüber, vorher.“

*Kulovits-Rupp* meinte nur lapidar, der Bachelor sei „Schwachsinn“. Aber ihr Wunsch, dass diese Sendung mangels Quotenerfolg vom ORF nicht mehr fortgesetzt werde, habe sich erfüllt. Generell plädiert sie für eine Untersuchung des ORF-Programmangebots in Hinblick auf die transportierten Rollenbilder und deren Anspruch, zeitgemäß zu sein.

Einen längeren Fragenblock umfasste der **Begriff der Qualität des ORF-Programms**, den **Programmauftrag** und seine Auslegung: Fast alle Interviewpartner sahen zwar Verbesserungen dadurch, dass der gesetzliche Auftrag des ORF („Versorgungsauftrag“ und „Programmauftrag“) erstmals auch definiert ist, allerdings sei der vorhandene Gesetzestext für die Praxis immer noch zu wenig, O-Ton *Rabl-Stadler*: „Wir haben gesehen, dass die vielen unscharfen Gesetzesbegriffe uns große Probleme machen.“ *Zinggl* ist überhaupt der Meinung, dass „der gesetzliche Auftrag



nicht erfüllt“ wird. *Krammer* meinte zur Erfüllung des Programmauftrags: „Im Ganzen: Ja – aber das heißt nicht, dass nicht im Einzelnen die Ansichten auseinander gehen können.“ Trotzdem ist für ihn aber der gesetzliche Auftrag ausreichend, auch wenn er zugab, dass die Messung desselben problematisch sei. *Kulovits-Rupp* vertrat die Position, dass die Frage nach der Erfüllung des Programmauftrags mangels Definition des Gesetzgebers schlicht gar nicht zu beantworten sei.

In Bezug auf das ORF-interne, an das *Feszl+GfK*-Institut vergebene **Qualitätsmonitoring** (vgl. Beitrag von *Wiesner* im Journalismusbericht 2001), sehen *Zinggl* und *Rabl-Stadler* große Defizite, da nicht klar sei, was gemessen würde und außerdem die Analyse nur eines Bereichs (Unterhaltung, Information, Kultur, etc.) pro Jahr zu wenig sei. *Zinggl* formuliert das sehr zugespitzt: „Wenn wir keine Kriterien haben, lassen wir bitte das Wort Qualität weg“, außerdem geht er von einer gewissen Loyalität des *Feszl*-Chefs *Brettschneider* zur ORF-Geschäftsführung aus; und auch der finanziell sicherlich lukrative ORF-Prüfungsauftrag sei wohl schon genug Motivation, um ein „gefälliges“ Ergebnis zu liefern, so *Zinggl*.

*Krammer* vertrat hier eine etwas differenziertere Position: Er überraschte zunächst mit seiner Antwort, dass Qualität seiner Meinung nach nicht eindeutig messbar sei und dass es sehr schwer wäre, Kriterien dafür aufzustellen. Man müsse sich bemühen, sich „asymptotisch anzunähern.“ *Krammer* im O-Ton: „Ich vergleiche die Qualität immer mit der Neutralität. [...] Die Neutralität war dann sehr stark, als sich alle zu ihr bekannt haben – und es ist nirgendwo gestanden, was sie eigentlich ist. [...] Es ist wie ein Konsens. Er wird nur dann schlagend, wenn er verletzt wird – wie beim Bachelor.“

Einzig die Vorsitzende des Programmausschusses des Stiftungsrates, *Kulovits-Rupp*, scheint mit der derzeitigen Qualitätsmessungs-Praxis zufrieden zu sein:

„Der Aufbau eines Qualitätssicherungssystems ist zumindest ein Versuch. Mir erscheinen die Kriterien plausibel. Anhand des ersten Berichtsjahres soll evaluiert werden.“ In punkto möglicher Alternativen hat sie aber eine klare Vorstellung: „Ich denke, dass man im ORF an einem „Qualitätsklima“ arbeiten müsste. Ich verstehe darunter einen Prozess der Diskussion, Reflexion usw., in den vor allem auch die Programmschaffenden einbezogen werden. Wie das Beispiel der ZiB-Redakteure zeigt – Stichwort: „Aufstand der Redakteure“ im Zusammenhang mit Quotenverlust – ist das Sensorium für Programmqualität vorhanden. Es muss nur genutzt werden.“

Alle vier interviewten Stiftungsräte sprachen sich vehement gegen eine **Privatisierung von ORF 1** aus und kritisieren zum Teil die **Vorstellungen der ORF-Führung zum Thema „Qualität des Programms“** recht heftig. *Rabl-Stadler* meinte, dass der ORF sich klar sein müsse: Nur wenn er sich wirklich vom kommerziellen Fernsehen abgrenze, könne er seine Gebühren und damit seine Existenz rechtfertigen. Ansonsten sei eine Teil-Privatisierung unvermeidlich. Wörtlich meinte sie: „So einfach, dass die sagen: ‚Öffentlich-rechtliche Qualität: Das ist das, was wir senden!‘, werden wir es ihnen nicht machen! Das heißt, wir müssen Mindeststandards festsetzen. [...] Ich halte es für ganz falsch, dass man einen Sender zum Junk-Food-Sender macht, und beim anderen versucht, so halbwegs dem Anspruchvollen und der Qualität gerecht zu werden. [...] Eine anspruchsvolle Sendung gehört zu einer Zeit wo man auch sagen kann, hier schaut jemand zu – und nicht dieses ‚Verräumen‘ der Kultur auf 23:30 Uhr!“

Auch die zunehmende **Kooperation mit RTL** stieß bei den Interviewpartnern nicht unbedingt auf Gegenliebe. *Rabl-Stadler* meinte zwar, sie habe nichts gegen Kooperationen mit bestimmten Sendern, aber sie habe etwas gegen Kooperationen, die vom Qualitätsniveau her bei uns nichts zu suchen hätten. Konkret formuliert hörte sich das dann so an: „Es wird ja ab-

sichtlich so der Eindruck erweckt, als wäre öffentlich-rechtlich das fade ‚Ich-schau-mir-den-Untersberg-im-Fernsehen-an‘ und krieg dazu eine Erklärung. Das stimmt nicht! Die hervorragenden Polt-Krimis: Das kann ich öffentlich-rechtlich von der Qualität her argumentieren!“

*Krammer* sieht die Kooperationen an sich weniger kritisch, schwierig werde es nur, wenn der ORF als kleinerer Co-Produzent zu wenig mitbestimmen könne. Prinzipiell ist er dafür, dass sich der ORF für beliebte Formate, wie etwa die „Container-Shows“, auch Anleihen bei anderen Sendern holt – allerdings müssten diese Formate entsprechend für österreichische Verhältnisse angepasst werden, wofür er auch gleich ein positives Beispiel nennt: „Taxi Orange war eine akzeptable Geschichte – auch für einen öffentlich-rechtlichen Sender.“

Auch *Kulovits-Rupp* sieht die RTL-Kooperation nicht unbedingt kritisch: „Im Gegensatz zu anderen Öffentlich-Rechtlichen muss sich der ORF zu 50 Prozent über Werbeeinnahmen finanzieren. In diesem Zusammenhang erachte ich eine Kooperation mit dem erfolgreichsten Privatsender des deutschsprachigen Raumes durchaus für sinnvoll.“ Der ORF habe bewiesen, dass er in der Lage sei, gängige Formate erfolgreich zu adaptieren.

Zur **Abschaffung der „Großen Redaktionskonferenzen“** wollte sich *Rabl-Stadler* gar nicht äußern, das sei „operatives Geschäft“, sie lasse die Journalisten ihre Arbeit machen und interessiere sich nur für den Output des ORF. Eine doch sehr interessante Position, immerhin ist ja der Stiftungsrat dazu berufen, auch über die Qualität des Programms zu wachen. Weiter meint sie: „Zu Strukturen im ORF nehme ich nicht Stellung. Ich habe mich nicht damit beschäftigt, ich könnte mir vorstellen, dass es genauso gut einen Vorteil hat, wenn nicht jeder in seiner eigenen Häkelstube sitzt.“

Der von den Grünen nominierte Stiftungsrat *Zingel* führt in seinem Statement ganz genau aus, warum er gegen diese Maßnahme ist: „Da geht immens viel an Vielfalt und damit an Qualität verloren, verschiedene Sendungen haben ja auch verschiedenen Charakter. Wenn es nur mehr eine große Gesamtedaktion gibt, bleibt einiges auf der Strecke.“ Die Kritik an Chefredakteur *Werner Mück* ist für ihn sehr wohl nachvollziehbar, *Rabl-Stadler* wollte sich dazu nicht äußern.

Auch *Krammer* kritisiert diese Maßnahme und das „System *Mück*“ scharf: „Durch die Sendungsverantwortlichen erreichen Sie eine viel höhere Attraktivität, weil sich dann die aktuellen Informationsformate beginnen, voneinander deutlicher abzuheben. [...] Plus, und das ist der persönliche Vorwurf: Wir haben jetzt im Moment einen Verkündigungsjournalismus, der ist unerträglich. [...] Wir haben im Moment in den aktuellen Informationssendungen einen Stil, von dem ich geglaubt habe, dass der eigentlich seit den späten Siebziger- oder frühen Achtzigerjahren weg ist. [...] Ich würde auch bei einer roten Mehrheit im Stiftungsrat das System eines zentralen Chefredakteurs nicht für gut halten.“

*Kulovits-Rupp* argumentiert ebenfalls gegen einen zentralen Chefredakteur, da diese Maßnahme ihrer Meinung nach eine „Gleichschaltung“ der politischen Berichterstattung hervorrufe; viel journalistisches Potential bleibe ungenutzt.

Eine persönliche Einschätzung verlangte die Frage: Wo sollte sich der ORF im **Spannungsfeld „Massen-Geschmack“** – (z.B. Rosamunde Pilcher-Verfilmungen bzw. Formel 1) **versus „Sparten-Geschmack“** (z.B. Opern-Übertragungen bzw. Volleyball) Ihrer Meinung nach positionieren; wo liegt hier ihrer Meinung nach das richtige Maß für einen öffentlich-rechtlichen, gebührenfinanzierten Sender? *Krammer* zeigte sich mit dem Status quo ganz zufrieden.

Festspiel-Präsidentin *Rabl-Stadler* wich einer direkten Antwort zunächst etwas aus, meinte aber, dass der ORF auch so etwas wie eine „Erziehungsfunktion“ habe und spricht von einem „teuflischen Kreislauf“: „Weil es nur Junk-Food gibt, wollen die Leute nur Junk-Food. Man kann schon ein bisschen den Anspruch heben. Ich glaube der ORF darf sehr wohl Massen-Sendungen machen, ich bin zum Beispiel ein großer Befürworter des Sports im ORF; ich finde das wichtig, dass es die ‚Champions League‘ gibt, auch wenn ich das selber nie schauen würde. Es muss jeden Tag die Möglichkeit geben, dass ich auch eine anspruchsvolle Sendung sehe, und ich muss am gesamten Habitus merken, dass da ein Sender ist, auf den ich mich verlassen kann. [...] bei dem es [...] um die Klarlegung gesellschaftspolitischer Hintergründe geht.“

Für *Zinggl* liegt insbesondere in der Kultur- und Sport-Berichterstattung einiges im Argen: „Wie der ORF Kultur bringt [...] da ist eine Grenze überschritten! [...] Wenn Österreich einen Tischtennis-Weltmeister hat, interessiert das beim ORF kein Schwein!“

Insbesondere bei *Rabl-Stadler* lag aber wegen ihrer herben Kritik an der ORF-Führung die Frage nahe, warum sich der Stiftungsrat bzw. sie persönlich mit ihren Qualitätsansprüchen nicht gegen die Generaldirektion durchsetze. Die Antwort auf diese Frage kam erst am Ende des Gesprächs zutage: Sinngemäß meinte sie, dass das Abstimmungsverhalten einer gewissen Gruppendynamik unterliege, der auch sie immer wieder zum Opfer falle. Sie glaube dann doch immer wieder den prinzipiell guten Intentionen der Geschäftsführung und stimme dann am Ende meistens doch zu.

*Kulovits-Rupp* definierte das von mir angesprochene „richtige Maß“ so: „Der Fülle von Ansprüchen, Aufträgen und Erwartungen an das Programm nahe zu kommen, das ist der Knackpunkt. Patentrezept gibt

es dafür keines. Für Schwarz-Weiß-Diskussionen ist mir meine Zeit zu schade. Ich möchte weder provinzielles Programm noch Sendungen, die alle 10 Minuten durch einen 7-Minuten-Werbeblock unterbrochen werden. Der ORF ist weder der Volksbildner der Nation, noch muss er auf jeder Format-Welle mitreiten.“

Die vier interviewten Stiftungsräte plädierten alle für eine Ausstrahlung der „Krone-Doku“ von *Nathalie Borigers*, auch deswegen, weil ja aufgrund eines Antrags von *Zinggl* der Stiftungsrat sich mehrheitlich dafür ausgesprochen hat. *Rabl-Stadler* ist aber der Meinung, dass diese Dokumentation auf „nicht auf sehr hohem journalistischem Niveau“ angesiedelt sei.

Nun zur Bitte um Stellungnahme zu den beiden „Generalfragen“ des Interviews: **„Hält das ORF-Gesetz in der Praxis, was es versprochen hat** (Entpolitisierung, Verbesserung beim Programm, Marktstellung beibehalten, ...)?“ und: „Haben sich durch die **ORF-Reform 2001/02** die Bedingungen, **qualitätsvolles Fernsehen und journalistisch hochwertige TV-Information** zu bieten, eher verbessert oder verschlechtert?“

*Rabl-Stadler* ist hier skeptisch, *Zinggl* beantwortet beide Fragen ablehnend. *Krammer* beantwortet beide Fragen nicht mit Ja oder Nein, sondern definiert aus seiner Sicht zwei Hauptprobleme, die die Qualität des Programms beeinträchtigen: Das schlechte und nicht zu Ende gedachte ORF-Gesetz, das eine ökonomische Schwächung des Senders zur Folge habe und der schlechte Umgang der Bundesregierung mit dem ORF. Die Debatte um die Entpolitisierung sieht er nach wie vor nur als „Scheindebatte“. *Kulovits-Rupp* geht es ähnlich: „Ich halte das ORF-Gesetz in vielerlei Hinsicht für keinen großen Wurf. Wenn damit bezweckt wurde, den ORF in einen finanziellen Würgegriff zu nehmen, um den regierungsparteipolitischen Einfluss zu stärken, dann ist diese Ansage gelungen.“ Und zu den Bedingungen für Qualitätsfernsehen: „Allein was die finanziellen Voraussetzungen betrifft: Eindeutig verschlechtert.“

## Die Mediensprecher der Parlamentsparteien

Zur ORF-Reform wurden die Mediensprecher der vier Parlamentsparteien per E-Mail über ihre Meinung zur ORF-Reform befragt. Interessant erschienen hier vor allem die Fragen hinsichtlich der Rechts- und Finanzsituation des ORF, Stichwort: Programmauftrag, Unabhängigkeit, Gebührenhöhe und Sparmaßnahmen; aber auch Meinungen bezüglich der Qualität des ORF-Programms.

Antworten wurden von Klubobmann *Wilhelm Molterer*<sup>4</sup> (ÖVP), EU-Parlamentarier *Hans Kronberger*<sup>5</sup> (FPÖ) und Bundesrat *Stefan Schennach*<sup>6</sup> (Grüne) erhalten. Vom Büro des im SPÖ-Parlamentsklub für Medienpolitik zuständigen geschäftsführenden Klubvorsitzenden *Josef Cap* wurde an Stiftungsrat *Karl Krammer*<sup>7</sup> weiterverwiesen, weswegen seine Antworten für diese vergleichende Analyse als Ersatz für eine SPÖ-Parteiopposition herangezogen werden.

Die erste Frage bezog sich auf die versprochene **Entparteipolitisierung des Stiftungsrates**, es galt herauszufinden, ob diese stattgefunden habe – oder nicht?

Klubobmann *Molterer* ist sich sicher, dass durch das neue ORF-Gesetz alle Personen, die Parteiämter bekleiden bzw. im Naheverhältnis zu politischen Parteien stehen, von Funktionen im ORF ausgeschlossen sind. Damit sei sichergestellt, dass der Stiftungsrat nicht mehr wie früher das Kuratorium ein Organ aller Parteisekretäre sein könne.

*Kronberger* ist hier völlig anderer Meinung: „Die Situation ist annähernd unverändert.“

*Krammer* betont, dass die Entparteipolitisierung, wie sie hier gemacht würde, dem Unternehmen ORF nichts bringe, wörtlich meinte er sogar, die statuierte „Unparteilichkeit“ sei „daneben“ und ein „Scheinproblem“, da beispielsweise er jetzt auch wieder Stiftungsrats-Mitglied sein dürfe, obwohl er noch bis vor wenigen Jahren als Pressesprecher des damaligen Kanzlers tätig war. *Schennach* sieht den ORF noch nie

so politisch von einer Partei, nämlich der ÖVP, dominiert wie heute und hält die Entparteipolitisierung des ORF für eine „glatte Schimäre“.

Zur Frage nach der **ausreichenden Messung der Qualität des ORF-Programmangebots und den dazu verwendeten Kriterien** gingen die Meinungen, insbesondere jene der beiden Vertreter der Regierungsparteien, diametral auseinander:

Während *Molterer* von einer Messung „in ausreichendem Maß“ spricht, meint *Kronberger*: „Es fehlen verbindliche Qualitätskriterien und ein verlässliches Qualitätsmonitoring.“ *Krammer* überraschte, wie schon im vorigen Artikel angesprochen, mit der Ansicht, dass, bezogen auf das ORF-Programm, „Qualität nicht eindeutig messbar ist“ und man deswegen auch gar keine objektiv passenden Kriterien aufstellen könne. *Schennach* gibt, ähnlich wie *Kronberger*, der Kritik, wonach es keine ordentlichen und verbindlichen Kriterien für die Messung der Programmqualität gibt, Recht.

Die nächste Frage bezog sich auf die **Erfüllung des gesetzlichen Programmauftrages**, der ja garantieren soll, dass, Zitat aus dem **ORF-Gesetz**: „in der Regel anspruchsvolles Programm“ gesendet wird.

Auch hier zeigte sich ein unterschiedliches Meinungsbild: Während *Molterer*, als Vertreter der größeren Regierungspartei eindeutig der Meinung ist, dass der ORF in der Regel anspruchsvolles Programm bietet, meint sein freiheitliches Pendant als Mediensprecher, *Hans Kronberger*: „Der öffentlich-rechtliche Auftrag wird derzeit vom ORF nicht in vollem Ausmaß erfüllt.“ *Karl Krammer* ist der Meinung, dass der Programmauftrag grosso modo erfüllt werde, während der Grüne *Schennach* mit seiner Antwort ebenfalls überrascht: Seiner Meinung nach sei es nicht notwendig, dass der ORF „in der Regel anspruchsvolles Programm“ bringe. Zitat *Schennach*: „Der ORF steht in Konkurrenz mit über 30 Sendern. Hier muss nie-

4 E-Mail von „wilhelm.molterer@oevpklub.at“ am 8. Jänner 2004.

5 E-Mail von „hans.kronberger@fpoe.at“ am 14. Jänner 2004.

6 E-Mail von „stefan.schennach@gruene.at“ am 26. Dezember 2004.

7 Telefoninterview mit Karl Krammer, Stiftungsrat, am 16. Jänner 2004.

mand im Büßerhemd herumgehen. Es ist auch nicht notwendig, ständig sozialpädagogisch und gesellschaftspolitisch abgeklärte Sendungen zu bringen. Aber mehr Qualität und mehr anspruchsvolle Nischen wären dringend notwendig.“

Auf die Frage „Wo ist für Sie beim **Programmangebot die Grenze zwischen öffentlich-rechtlichem und Privat-TV zu ziehen?**“ die Antworten deswegen jeweils im O-Ton:

*Molterer:* „Den Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichem und Privatrundfunk machen nicht gerade einzelne Sendungen aus, sondern das komplette Programmangebot, insbesondere aber auch die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrages durch den ORF.“

*Kronberger:* „Wo wirtschaftliche Überlegungen mit Qualität und Wertevermittlung nicht mehr vereinbar sind, wird die Grenze des öffentlich-rechtlichen Programms überschritten.“

*Krammer:* „Es gibt ein Beispiel: Die Gerichtsshow. Der ORF bzw. die Geschäftsführung sagt: „Solche Shows machen wir nicht.“ [...] Das unterstützte ich. [...] Nicht, dass das Format nicht interessant wäre. Aber: Dort wo nicht klar ist: Ist das Fiktion oder ist das Wirklichkeit? [...] das wäre so ein Punkt: Da wird geschummelt! Und das geht beim öffentlich-rechtlichen nicht!“

*Schennach:* „Das öffentlich-rechtliche Fernsehen hat neben der Pflicht zur Unterhaltung eine Bildungsaufgabe zu erfüllen, der Informationspflicht nachzukommen, viele gesellschaftliche Bereiche nicht zu vernachlässigen (Minderheiten, Behinderte, usw.), hat einen Kultur- und Informationsauftrag und soll in all seinen Erzeugnissen Niveau halten – trotz des Wettbewerbs mit den Privaten. Doch der Wettbewerb ist Realität, deshalb gehen Shows wie Taxi Orange oder Starmania in Ordnung.“

Der nächste Fragenblock bezog sich auf die Änderungen im Bereich der Informations-Direktion im ORF. Zunächst wollte ich wissen, ob für die Mediensprecher **die Kritik am neuen zentralen Chefredakteur, Werner Mück, nachvollziehbar** sei.

*Molterer* kann diese Kritik nicht teilen, da Mück seiner Meinung nach die Informations-Abteilung „objektiv, unparteiisch und seriös“ leite. *Kronberger* und auch *Krammer* teilen die Kritik, die sie beide auch medial vorgebracht haben. *Schennach* geht es ähnlich, auch wenn er seine Kritik etwas abschwächt: „*Mück* ist ein mächtiger Mann. Noch nie gab es so einen starken Chefredakteur. [...] Ich persönlich habe die Aufteilung des *Mück*-Zuständigkeitsbereiches auf zwei Personen gefordert: Eine Person für die aktuelle Informationen, die zweite Person für die Magazine und Journale.“

Eine Frage bezog sich auf mögliche Veränderungen durch einen dualen Fernsehmarkt: **„Was erwarten Sie sich in Bezug auf die Programm-Qualität von einem dualen Fernsehmarkt? Mehr Qualität?“**

*Molterer* ist der Ansicht, dass mehr Mitbewerber auch positiv für die Erzielung von mehr Qualität seien.

*Kronberger* ist da skeptisch, da seiner Meinung nach die Privatsender es derzeit nicht schaffen, brauchbares Programm zu gestalten.

*Krammer* erwartet sich eindeutig Verbesserungen: „Mehr Abwechslung und Auswahl – ob das mehr Qualität ist, müssen andere entscheiden. Ich erwarte mir mehr Initiativen, mehr Kreativität.“

*Schennach* sieht in einem dualen System auch Vorteile: „Zumindest mehr Arbeitgeber für JournalistInnen, Kameraleute, Regisseure, usw. Auch die Pluralität der Arbeitgeber ist wichtig. Aber der Riese ORF braucht die privaten Österreicher nicht zu fürchten. Bei den deutschen Privatsendern ist das eine andere Frage.“

Die nächste Frage richtete sich auf die Zukunft des österreichischen Rundfunkmarktes: „Haben ATV-plus und andere künftig entstehende **Privatsender** neben dem „Platzhirsch“ ORF tatsächlich eine **realistische Chance, finanziell zu überleben?**“

*Molterer* spielt die Verantwortung an die Betroffenen zurück: „Es wird [...] an ATV-plus und an anderen Privatsendern liegen, durch Nischen bzw. Kreation von neuen Sendeformaten ihre Chance zu finden.“ *Kronberger* ist hier kompromisslos: „Die derzeitige Programmgestaltung von ATV ist eher Hausfriedensbruch als Fernsehprogramm; solange sich hier nichts zum Besseren wendet, lautet die Antwort nein.“ *Krammer* sieht die Privatsender in einer vergleichbaren Situation wie den ORF, denn der tatsächliche Markt sei nicht nur Österreich, sondern durch die Zunahme von Kabel und SAT sei das mittlerweile der gesamte deutschsprachige Raum, das sei auch das eigentliche Problem. Deswegen rät er ATV: „Die sollten nicht so sehr wie das Kaninchen auf die Schlange ORF und die Politik schauen, sondern alle gemeinsam auf den Gesamtmarkt.“ *Schennach* ist der Meinung, dass Privatsender keine Chancen gegen den ORF hätten.

Nun zu den beiden Abschlussfragen:

### **1. Hält das ORF-Gesetz in der Praxis, was es versprochen hat (Entpolitisierung, Verbesserung beim Programm, Marktstellung beibehalten, ...)?**

*Molterer* ist hier durchaus optimistisch, nach seiner Einschätzung sei das neue ORF-Gesetz durchaus in der Lage, den ORF als unabhängige öffentlich-rechtliche und für Österreich unverwechselbare Fernsehanstalt für die Zukunft zu positionieren: „Mit der Entparteiopolitisierung haben wir den ORF dem Parteienstreit entzogen und mit der genaueren Definition des öffentlich-rechtlichen Auftrages sowie der besonderen Aufträge auch eine genauere und unverwechselbarere Kontur als öffentlich-rechtlichen Sender gegeben.“

*Kronberger* ist anderer Ansicht: „Nein. In einigen Punkten müsste das ORF-Gesetz novelliert werden.“

Auch *Krammer* geht mit dem ORF-Gesetz hart ins Gericht, er hält es für ein nicht sonderlich gutes Gesetz. Außerdem ist er der Meinung, dass die gemachten Versprechungen falsch und leer seien, denn das ORF-Gesetz sei „eine Schwächung des ORF im ökonomischen Bereich, eine sinnlose, meines Erachtens.“

*Schennach* ist ebenfalls der Meinung, dass das ORF-Gesetz nicht hält, was es verspricht.

### **2. Haben sich, Ihrer Meinung nach, durch die ORF-Reform 2001/02 die Bedingungen, qualitativ hochwertiges Fernsehen und journalistisch hochwertige TV-Information zu bieten, eher verbessert oder verschlechtert?**

Klubobmann *Molterers* Aussage dazu ist geradezu pathetisch: „Ich kann mit Fug und Recht sagen, dass das neue ORF-Gesetz die Bedingungen für qualitativ hochwertiges Fernsehen und journalistisch hochwertige TV-Information in Österreich klar verbessert hat.“

*Kronberger* meint dazu knapp: „Grundsätzlich verbessert.“ – was seine durch die bisherigen Antworten eher kritische Haltung zum ORF etwas relativiert.

*Krammer* beantwortet die Frage zunächst nicht direkt: „Das liegt nicht an der ORF-Reform, sondern daran, wie die derzeit herrschende Politik mit dem ORF umgeht. [...] Nämlich absolut schlecht. Hauptsächlich im Informationsbereich. [...] Das wäre auch mit dem alten ORF-Gesetz nicht anders gewesen. [...] Eines ist klar: Damit tut man dem ORF als Ganzes nichts Gutes. Weil je unattraktiver er wird, desto weniger wird er vom Markt akzeptiert.“

*Schennach* bestätigt mit seinem Urteil die bisherigen Antworten. Er meint, die Bedingungen für qualitativ hochwertiges Fernsehen und hochwertige TV-Information hätten sich „eher verschlechtert.“

*Stefan Veigl*

# 9

## ATVplus – Österreichs erster Privatsender

► **Am 1. Juni 2003** ging Österreichs erster Privatfernsehsender auf Sendung. Unter dem Motto „Neues Fernsehen für Österreich“<sup>1</sup> hat es sich ATVplus zur Aufgabe gemacht „jung, innovativ, sexy und ausgesprochen österreichisch“<sup>2</sup> zu senden. Das dritte österreichische Fernsehprogramm kann seit dem Sommer von 6,6 Millionen Menschen empfangen werden.

### Zur Fallstudie

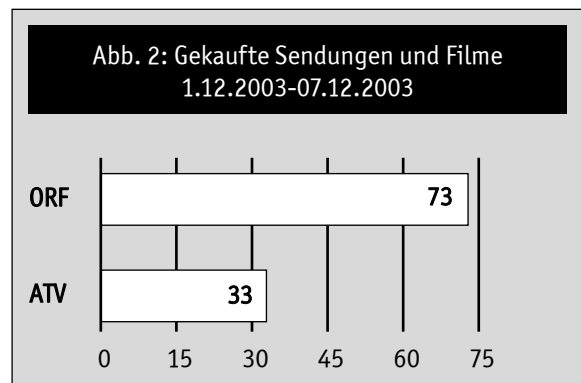
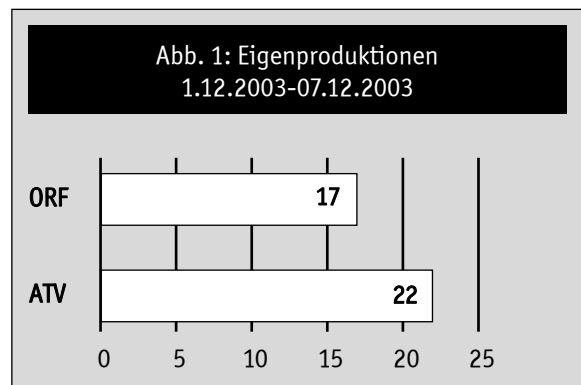
Was ist neu an ATVplus? Handelt es sich ausschließlich um Boulevardfernsehen? Um diese Fragen beantworten zu können, wurde nicht nur das Programm von ATVplus vom 1. bis zum 7. Dezember 2003 eine Woche lang analysiert, sondern auch überprüft, ob ATVplus seinem Anspruch auf „jung, sexy und ausgesprochen österreichische Unterhaltung“ gerecht wird. Dazu wurde auch der Anteil an Eigenproduktionen von ATVplus und ORF 1 verglichen.

### ATVplus-Eigenproduktionen

ATVplus weist in der Untersuchungswoche einen deutlich höheren Anteil an Eigenproduktionen auf als sein öffentlich-rechtlicher Konkurrent ORF1. Die Comedy-Shows befassen sich zum größten Teil mit österreichischen Themen, in den Boulevardmagazinen wird hauptsächlich über Themen mit Österreichbezug berichtet und auch die High Society aus Österreich findet täglich Eingang in die Berichterstattung. Teilweise überwiegen sogar die Eigenproduktionen, wie zum Beispiel am Freitag der Analysewoche.

1 [www.atvplus.at/Content](http://www.atvplus.at/Content)

2 ebd.



Doch inwieweit stellen diese Eigenproduktionen eine Bereicherung der heimischen Fernsehlandschaft dar? Gibt es etwas Neues für das Fernsehpublikum?

### Programmanalyse ATVplus

In unserer Analyse verwendeten wir die Format-Kategorien: Serie, Film, Werbefernsehen, Doku-Soap, Boulevard, Comedy-Show und Wiederholungen. Unterschieden wurde weiters in vier verschiedene Tageszonen: das Morgen- und das Nachmittagsprogramm, die Prime Time und das Spätabendprogramm.

Vergleichsweise „exklusiv“ erscheint das Magazin „Popcorn“. Diese Sendung informiert über die neuesten DVD- und Kinotrends. Informationen darüber findet man in ORF1 nicht in Form einer eigenen Sendung, dort sind Kino und DVD-News in andere Magazine und in die allgemeine Kulturberichterstattung der Nachrichten integriert.

Auch in einem anderen Bereich findet man auf ATVplus Informationen, die es so auf ORF1 nicht gibt: Fashion TV unterrichtet über die neuesten Trends bei Mode und Beauty – diese Bereiche haben auf ORF 1 ebenfalls keinen speziellen Sendeplatz. Einen großen Anteil am Programm von ATVplus haben Comedy-Shows. Mit gleich vier österreichischen Comedy-Show-Formaten („Unkürrekt“, „Das Letzte der Woche“, „Vor Gebrauch Schüttken“ und „Knusprige Ente (scharf)“) wird das internationale, aber auch österreichische Geschehen in Fernsehen, Politik und Gesellschaft aufs Korn genommen. Dabei schreckt man auch nicht vor Kritik an der Regierung, der Opposition und anderen Medien zurück.

Im Gegenteil zum ORF1 gibt es zwei „Beratungssendungen“. Die Psychologin *Tanja Guserl* und „Vertrauensarzt Dr. med. *Michael Ehbrenberger*“ „ordinieren“ täglich unter der Woche, und beraten in gestellten Fällen ihre Patienten nach dem Vorbild der deutschen Privatsender. Hierbei muss man allerdings kritisieren, dass es sich nicht um „Infotainment“ der herkömmlichen Art und Weise, sondern um „erfundene Fälle“ handelt. Laienschauspieler erörtern ihre Probleme, das Publikum wird allerdings nirgendwo darauf hingewiesen, dass es sich dabei nicht um echte Fälle handelt. Hier werden offensichtlich die Grenzen zwischen Fiktion und Realität vermischt, eine Art „fiktionale Realität“ entsteht.

Die Nachrichtensendung „ATVplus aktuell“ wird täglich um 19:15 Uhr eine Viertelstunde lang ausgestrahlt. Sie kann als klassisches „Infotainment-Format“ bezeichnet werden. Zwar gibt es Informationen aus aller Welt, stark emotionalisierte und personalisierte Berichte nehmen jedoch einen großen Teil der Berichterstattung ein. Allerdings kommt bei diesem

Format wieder der Österreichbezug zum Vorschein, es wird sehr viel auf österreichische Themen eingegangen.

„Xpress.tv“ ist der Titel des Jugendmagazins auf ATVplus, das mit dem ORF Jugendmagazin „25“ verglichen werden kann. „Xpress.tv“ wird mit der Jugendzeitschrift mit dem gleichem Titel (früherer „Rennbahnexpress“) produziert. Nach deutschem Vorbild (z.B. das Magazin „Stern“ und die Sendung „Stern TV“) wurde hier ein Fernsehbeitrag einer Zeitschrift produziert.

Einen großen Anteil am ATVplus-Programm nehmen sowohl eingekaufte Filme als auch Serien ein. Besonders zur Prime Time versucht man oft die junge Zielgruppe mit quotenbringenden „Blockbustern“ zu erreichen. Dafür wird auch intensiv Werbung gemacht, zum Beispiel in Print-Medien wie der Zeitschrift „News“. Generell startete ATVplus eine große Werbeoffensive, so wurden zum Beispiel in den größeren Städten Handzettel verteilt, die auf neue Formate auf ATVplus hinweisen.

### Das Morgenprogramm

Der Großteil des ATVplus-Morgenprogramms besteht aus Wiederholungen von Serien und Eigenproduktionen. In den frühen Morgenstunden dominieren Wiederholungen (jeweils vom vorigen Wochentag) von gekauften Zeichentricksendungen. Um 8:50 Uhr geht es weiter mit der Psychologin *Tanja Guserl*, gefolgt vom „Vertrauensarzt Dr. med. *Michael Ehbrenberger*“, danach wird die Wiederholung von „Echt – Die Redaktion“ gesendet. Es folgen bis Mittag weitere Wiederholungen von Zeichentrickserien.

### Das Nachmittagsprogramm

Nachmittags laufen wieder eingekaufte Serien („Knight Rider“, „Auf schlimmer und ewig“, aber auch Zeichentrick-Sendungen). Ab 16:30 Uhr haben dann die beiden ATVplus-Experten nach deutschem Vorbild ihren Einsatz. Kritik gibt es an diesen beiden



Formaten. Sowohl bei „Tanja Guserl“ als auch bei „Vertrauensarzt Dr. med. Michael Ehbrenberger“ handelt es sich um fiktive Fälle, die von Laienschauspielern dargestellt werden. Dem Publikum werden diese Fälle aber als real verkauft, eine fiktionale Realität entsteht. Es folgen drei ATVplus-Eigenproduktionen: die Boulevardmagazine „Echt – die Redaktion“, „Hi Society“ und die Infotainment-Produktion „ATVplus aktuell“. Im Anschluss wird die US-Comedy-Serie „King of Queens“ und erneut das Boulevard-Magazin „Hi Society“ gezeigt.

### Prime Time

In der Prime Time folgt nach den Nachrichten in der Regel um 19.30 Uhr eine (US-)Serie, dann „Hi Society“, der Hauptabend-Film bzw. eine Doku-Soap; abschließend eine Serie, ein (Phettberg-)Talk oder ein weiterer Film. Nebenstehend finden sich die Sendungen und Filme, die in unserer Analysewoche auf ATVplus in der Prime Time gezeigt wurden:

### Spätabendprogramm

Im Spätabendprogramm findet man erneut nur Wiederholungen von Eigenproduktionen, Filmen und Serien, die an den vorigen Tagen und Abenden gesendet wurden.

### Das Wochenendprogramm

Am Samstag werden wieder zuerst Wiederholungen von gekauften Zeichentrickserien ausgestrahlt, anschließend berät der „Vertrauensarzt Dr. med. Michael Ehbrenberger“ seine Gäste. Es folgt „Echt – Die Redaktion“, im Anschluss werden gekaufte Serien gezeigt, die nur am Wochenende gesendet werden, wie „Earth 2“, „Andromeda“, „Relic Hunter – Die Schatzjägerin“ und „Adventure Inc.“. Danach kommen erneut die Eigenproduktionen „Echt – Das Wochenende“, „Popcorn“ und „ATVplus Aktuell“. Anschließend hat dann die Wiederholung des Jugend-

Abb. 3 : Analysewoche ATVplus – Sendungen und Filme in der Prime Time

#### 1. Dezember 2003

- 19:30 „King Of Queens“ (Serie)
- 20:00 „Hi Society“ (Boulevardmagazin)
- 20:15 „Lebe lieber ungewöhnlich“ (Hollywood Blockbuster)
- 22:00 „Stargate“ (US-Serie)

#### 2. Dezember 2003

- 19:30 „King of Queens“ (Serie)
- 20:15 „Tausche Familie“ (Doku-Soap)
- 21:15 „Die Häuslbauer“ (Doku-Soap)
- 22:15 „Betrogen – ich hab`s geahnt“ (Doku-Soap)

#### 3. Dezember 2003

- 19:30 „King Of Queens“ (Serie)
- 20:15 „Flodder Forever“ (Blockbuster)
- 22:30 „Schrei, denn ich werde dich töten“ (Thriller, USA)

#### 4. Dezember 2003

- 19:30 „King Of Queens“ (Serie)
- 20:00 „Hi Society“ (Boulevardmagazin)
- 20:15 „Traumpaare – Über Nacht zum Star“ (Film)
- 22:10 „Die Cleveren“ (Serie, Deutschland)

#### 5. Dezember 2003

- 19:30 „King Of Queens“ (Serie)
- 20:00 „Hi Society“ (Boulevardmagazin)
- 20:15 „Österreich sucht den Comedystar“ (Doku-Soap)
- 21:15 „Beichtphater Phettberg“ (Talk)
- 22:15 „Österreich sucht den Comedystar“ (Doku-Soap)

magazins „Xpress.tv“ ihren Sendeplatz, gefolgt vom Mode- und Trend-Magazin „Fashion TV“.

Am Sonntag werden bis 13:10 Uhr ausschließlich gekaufte Zeichentrickserien und Actionserien gesendet. Danach folgt die Comedy-Show „Unkürrekt“. Im Anschluss daran werden die Doku-Soaps „Die Häuslbauer“ und „Tausche Familie“ gezeigt. In der Prime Time laufen zwei Ausstrahlungen der Action-Serie „Der Clown“, um 0:55 Uhr lädt „Beichtphater Phettberg“ seine Gäste zur Beichte.

## Fazit

Viel Neues im Programm des ATVplus im Gegensatz zur österreichischen Konkurrenz ORF1 gibt es im Grunde nicht. Dem Vorsatz, „jung, innovativ, sexy und ausgesprochen österreichisch“ zu senden, wird ATVplus eher gerecht. Die Programmanalyse hat auch ergeben, dass ATVplus mehr Eigenproduktionen vorzuweisen hat als der öffentlich-rechtliche ORF1. Dazu tragen auch die vier österreichisch angelegten Comedy-Shows bei. „Jung und sexy“ trifft auf das Programm des Privatsenders auch zu – besonders das tägliche Wetter wird von attraktiven Damen präsentiert. Hier hat es, wie beim Großteil des Programmes, jedoch den Anschein, als ginge es mehr um Unterhaltung als um Information.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass ATVplus keine Bereicherung des österreichischen Fernsehens in Bezug auf Programmqualität darstellt. Wohl aber hebt sich der Sender in Konzeption und Darstellung von seinem Hauptkonkurrenten ORF 1 ab. Ebenfalls positiv zu vermerken wäre, dass nun nicht mehr der ORF der einzige Arbeitgeber für Fernsehjournalisten in Österreich ist, durch ATVplus wurde dieses Monopol aufgehoben. Der hohe Anteil an Eigenproduktionen ist ebenfalls positiv zu bewerten.

Bleibt noch festzustellen, dass es sich beim Programm von ATV ganz deutlich um billig produziertes Fernsehen handelt. Unsere Einschätzung lautet, dass es durch diese Art von Programm nicht zu einer Qualitätssteigerung in der österreichischen Fernsehlandschaft kommt.

*Julia Roth, Helene Wendlinger*

# 10

*Leidet die Qualität der Lokalberichterstattung unter dem Kampf der Quoten?*

## Fünf Jahre Privatradios in Österreich

### Programmgrundsätze laut Privatradiogesetz 2001

► **Im Jahr 2003** feierte das Privatradio in Österreich sein fünfjähriges Bestehen. Bevor wir auf die jüngsten Entwicklungen und auf einzelne Privatradios näher eingehen, muss definiert werden über welche Programmgrundsätze sich Privatradios definieren. Im §16 Absatz 1 des Privatradiogesetzes (PRG) aus dem Jahre 2001 heißt es wie folgt: „Die aufgrund dieses Bundesgesetzes veranstalteten Programme haben den Grundsätzen der Objektivität und Meinungsvielfalt zu entsprechen.“

Sowie weiter in Absatz 2: „Die Veranstalter haben in ihren Programmen in angemessener Weise insbesondere das öffentliche, kulturelle und wirtschaftliche Leben im Versorgungsgebiet darzustellen. Dabei ist den im Versorgungsgebiet wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen nach Maßgabe

redaktioneller Möglichkeiten Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen zu geben.“

### Sendestart der Privatradios im Jahr 1998

Im März 1995 reichten unberücksichtigte Lizenzbewerber beim österreichischen Verfassungsgerichtshof (VfGH) Klagen gegen die Lizenzvergaben und den Frequenznutzungsplan ein, was eine Aufhebung der Sendeberechtigung zur Folge hatte. Lediglich die Antenne Steiermark (22. September 1995) sowie Radio Melody (17. Oktober 1995) konnten als erste österreichische Privatradios auf Sendung gehen. Am 20. März 1997 wurde daraufhin vom Nationalrat ein novelliertes Regionalradiogesetz beschlossen, das die Lizenzvergabe an die anderen acht regionalen Privatradios sowie an 42 private Lokalradios (inklusive fünf freier nichtkommerzieller Radios) ermöglichte.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> vgl. Knoche u. a. (2001). In: Endbericht zum Forschungsprojekt. Entstehung und Entwicklung freier nichtkommerzieller Radios in Österreich. Salzburg, 33ff.

Zum frühestmöglichen Sendestarttermin am 1. April 1998 gingen 15 kommerzielle sowie vier freie Privatradios „on air“. Im Jahr 2003 waren 50 kommerzielle, terrestrische Privatradios in Österreich auf Sendung, wovon 48 im Radiotest erhoben wurden. Der Radiotest hat von Beginn an die Privatradios in die Erhebung aufgenommen, um den Gesamtmarkt Radio abbilden zu können. So kann man die Entwicklung der Leistungsdaten auch für Privatradios sehr gut zurückverfolgen.

### Radiotest der Jahre 2002 und 2003, Reichweiten und RMS Daten

Seit Anfang 2002 kann die RMS (Radio Marketing Service) als einziger Privatradiovermarkter alle österreichischen Privatradios unter dem Dach der RMS Top Kombi anbieten. Das hat allen Beteiligten neue Möglichkeiten eröffnet, da eine Bündelung aller Privatsender eine deutliche Verbesserung im Wettbewerb mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk gebracht hat.

Ebenso wie das Jahr 2002 war auch das 1. Halbjahr des Jahres 2003 für die RMS sowie für die Privatradios ein erfolgreiches Jahr. Die aktuellen Ergebnisse des Radiotests im 1. Halbjahr 2003 zeigen, dass über 21 Prozent der Bevölkerung ab zehn Jahren täglich zumindest einen Sender der RMS Top Kombi hören, bei der Kernzielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sind es sogar über 27 Prozent. In acht von neun Bundesländern erzielt die RMS, wie im Jahr 2002, eine Reichweite von über 20 Prozent, in sieben Bundesländern liegt sie bei über 25 Prozent und in Wien sind es sogar mehr als 33 Prozent (2002: 38 Prozent). Das Halbjahr 2003 zeigte also für die RMS Top Kombi stabile Reichweiten.

Im ersten Quartal gab es bei den Reichweiten zwar einen Rückgang, der jedoch im zweiten Quartal wieder aufgeholt werden konnte. Die Rückgänge am Anfang des Jahres sind einerseits auf die Ereignisse wie den Irak-Krieg zurückzuführen und andererseits bei den Privaten selbst zu suchen. So erfolgte zum Beispiel der Relaunch von KroneHit erst im April, so dass der Erfolg erst im nächsten Halbjahr zu erwarten ist.

Weiters geht aus dem Radiotest hervor, dass Radio Energy 104,2 mit einer Reichweite von 11 Prozent wie im vergangenen Jahr deutlich die Nase vorn hat, während sich 88,6 Supermix und Radio Arabella 92,9 ein Kopf-an-Kopf-Rennen mit je 9 Prozent liefern. Positiv haben sich auch die Lokalradios in ihren jeweiligen Verbreitungsgebieten entwickelt: Welle 1 Salzburg, Arabella Tirol und Radio Osttirol konnten ihre Hörerzahlen deutlich steigern. Weiterhin an der Reichweiten-Spitze sind die Antenne Steiermark mit 23 Prozent (2002: 24 Prozent), gefolgt von Antenne Vorarlberg mit 19 Prozent (2002: 19 Prozent) sowie Life Radio mit 17 Prozent (2002: 22 Prozent). Die meisten Hörer insgesamt erreicht KroneHit.<sup>2</sup> Der aktuelle Radiotest für das Halbjahr 2003 bestätigt auch die hervorragende Leistung der ORF-Radios. Insgesamt erreichten diese im ersten Halbjahr 2003 wieder knapp 5,4 Millionen Hörer. Die heimischen Privatradios wurden von 1,5 Millionen Österreichern gehört. ORF-Spitzenreiter ist mit rund drei Millionen Hörern neuerlich Ö3.<sup>3</sup>

Die starke Position der ORF-Sender sollte sich bis Ende des Jahres 2003 nicht dramatisch verändern. Allerdings hat Ö3 sein Potenzial ausgeschöpft und wird in Zukunft eher verlieren, als noch weiter dazugewinnen. Privatradios könnten hingegen in den nächsten Jahren an Marktanteilen gewinnen – die Kräfteverhältnisse werden sich aber nur langsam ändern.<sup>4</sup>

### Freier Rundfunk

Im Radiotest nicht miteinbezogen sind die freien nichtkommerziellen Radios in Österreich. Freie Radios sind per Selbstdefinition unabhängige, gemeinnützige, nichtkommerzielle, nicht auf Profit ausgerichtete Organisationen, die einen allgemeinen und freien Zugang zu Sende Flächen für Rundfunkveranstaltungen garantieren und bereitstellen um die freie Meinungsäußerung zu fördern. Im Sommer 1998 gingen die ersten Freien Radios in Österreich auf Sendung. Trotz der finanziellen Einschränkungen und mangelnden politischen Unterstützung senden derzeit 13 freie Radios in Österreich, Tendenz steigend.

<sup>2</sup> vgl. Focus Radioaktiv 7-8/2003.

<sup>3</sup> vgl. APA-Journal Medien 7/2003.

<sup>4</sup> vgl. Schriftreihe „Fünf Jahre Privatradios in Österreich“.

## Was ist Lokalberichterstattung?

Aufgrund fehlender Definition in Fachliteratur wurde für diese Untersuchung Lokalberichterstattung wie folgt definiert: Lokalberichterstattung ist das Recherchieren, Selektieren, Redigieren sowie Publizieren von Nachrichten aus und relevanten Informationen für ein eingegrenztes Gebiet (z.B. kleinere und mittlere Städte wie Salzburg oder Linz oder Stadtbezirke einer Großstadt wie Wien). Sie umfasst folgende Themenbereiche: Aktuelle Nachrichten aus der Umgebung, Lokalpolitik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft, Wissenschaft und Bildung, Sport, Veranstaltungstipps, Verkehr und Wetter.

## Welchen Stellenwert nimmt Lokalberichterstattung bei österreichischen Privatradios ein?

Hierbei wurde am Beispiel der Privatradios in der Stadt Salzburg (Krone Hit, Antenne Salzburg, Welle 1 sowie Radiofabrik) und in Linz (LIFE Radio, Krone Hit, Radio FRO) im Zeitraum vom 4. bis 29. Dezember 2003 untersucht, ob Privatradios mit großer Reichweite viel oder wenig Lokalberichterstattung bringen. Dabei wurden Dauer, Sendeplatz, Art und Inhalt (z.B. Politik, Kultur, Veranstaltungstipps, Verkehr oder Wetter) der Lokalberichterstattung in o.g. Privatradios berücksichtigt. (Die Reichweitenangaben in Folge sind auf die zu untersuchenden Städte Salzburg und Linz bezogen.)

### Beispiel 1: KroneHit Salzburg

**Frequenz:** 94,0

**Technische Reichweite:** 400.000

**Hörerzahl:** 15.000 pro Tag

**Zielgruppe:** KroneHit spricht eher weibliche Hörer an, die zwischen 20 und 40 Jahre alt sind und in urbanen Ballungsräumen wohnen.

**Lokalberichterstattung:** Alle KroneHit-Radios sind bundesweit konzipiert, weshalb es kaum Lokalberichterstattung gibt. Lediglich jene lokalen Themen, die besonders brisant sind (z.B. Penissskulptur in Salz-

burg im Sommer 2003), werden gleich nachdem sie passieren von Wien aus österreichweit gesendet. Diese Berichte stammen am häufigsten aus folgenden Themenbereichen: Aktuelles, Wirtschaft, Gesellschaft, Wissenschaft, Veranstaltungstipps, Verkehr und Wetter sowie gegebenenfalls Sport. Die durchschnittliche Sendezeit beträgt in den Nachrichten 30 Sekunden und in der Fläche drei Minuten.

Regionales Splitting gibt es nur bei Wetter, Verkehr und Veranstaltungstipps, weil diese Nachrichtenthemen einerseits kostengünstig zu produzieren sind und außerdem ein dahingehendes Zielgruppenbedürfnis besteht. Zwischen 5 und 9 Uhr sowie zwischen 15 und 18 Uhr werden die Veranstaltungstipps insgesamt viermal zu je 30 Sekunden sowie Verkehr und Wetter insgesamt sechsmal zu je 20 Sekunden gesendet.<sup>5</sup>

### Beispiel 2: Radiofabrik (Salzburg)

**Frequenz:** 107,5

**Technische Reichweite:** 140.000

**Hörerzahl:** unbekannt

**Zielgruppe:** Die Radiofabrik ist ein freies Radio und spricht mit ihrem Programm Kinder und Jugendliche, Migranten, Senioren, Künstler und Kulturschaffende an.

**Lokalberichterstattung:** Die Nachrichten können aus folgenden Themenbereichen stammen: Aktuelles, Lokalpolitik, Kultur, Gesellschaft, Bildung, Sport oder Veranstaltungstipps.

Die Themenauswahl erfolgt nach Aktualität, wobei bei Politik, Kultur und zivilgesellschaftliche Themen am häufigsten vorkommen. Zwei bis drei lokale Themen werden einmal täglich zwischen 18 und 19 Uhr im „Radiofabrikmagazin“ gebracht, wobei die jeweilige Beitragslänge im Schnitt zwei Minuten beträgt. Die Veranstaltungstipps werden zweimal täglich zwischen 13 und 14 Uhr sowie zwischen 18 und 19 Uhr gesendet. Kulturbeiträge werden von Künstlern, Kulturschaffenden und Mitarbeitern der Salzburger Kulturstätten selbst gestaltet und bekommen zweimal im Monat jeweils eine Stunde Sendezeit.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Telefoninterview mit Willi Ortmaier, Station Manager Studio Salzburg, am 4. Dezember 2003.

<sup>6</sup> Telefoninterview mit Georg Wimmer, Redaktionsleiter und Programmkoordinator, am 5. Dezember 2003.

**Beispiel 3: Antenne Salzburg****Frequenz:** 101,8**Technische Reichweite:** 1 Million**Hörerzahl:** täglich durchschnittlich 80.000**Zielgruppe:** HörerInnen zwischen 25 und 50: Angesprochen werden hauptsächlich HörerInnen, die berufstätig sind und bereits eine Familie haben und somit besonderen Bedarf an alltäglichen, lokalen und regionalen Nachrichten haben.**Lokalberichterstattung:** Sowohl lokale als auch regionale Nachrichten werden je nach Aktualität gesendet, wobei der Fokus aber auf der Stadt Salzburg liegt. So können die Nachrichten aus den folgenden Themenbereichen stammen: Aktuelles, Lokalpolitik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft, Bildung, Wissenschaft, Sport, Veranstaltungstipps, Verkehr und Wetter. Die o.g. Themenbereiche werden im Rahmen der „Salzburg News“ um 6.30h, 7.30h, 8.30h, 12.30h, 17.30h (Dauer: 2,5 min.) und als ca. 45 Sekunden dauernder „Salzburg-Ticker“ jeweils vor den Weltnachrichten zu jeder vollen Stunde gesendet. Zusätzlich gibt es den eineinhalbminütigen Salzburg-Beitrag, in dem ein spezielles Sonderthema behandelt wird. Ein solches Thema wird im Laufe des Tages mindestens zweimal gebracht und am Wochenende einmal ohne festen Sendeplatz in der Fläche wiederholt. Die Veranstaltungstipps werden zweimal täglich um 10.45h und 17.45h ausgestrahlt, Verkehr und Wetter zu jeder halben Stunde.<sup>7</sup>**Beispiel 4: Welle 1 (Salzburg)****Frequenz:** 106,2**Technische Reichweite:** 550.000**Hörerzahl:** pro Tag 37.000**Zielgruppe:** HörerInnen zwischen 10-35/40, das Durchschnittsalter liegt bei 24 Jahren. Angesprochen werden die „jungen Wilden“ (Bernhard Robotka). Das Publikum soll mit dem Sender auf- bzw. mitwachsen.**Lokalberichterstattung:** Kommt vor, wobei die Themenauswahl auf das jugendliche Publikum zugeschnitten ist. So können die Nachrichten aus den fol-genden Themenbereichen stammen: Aktuelles, Lokalpolitik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft, Bildung, Wissenschaft, Sport, Veranstaltungstipps, Wetter und Verkehr. Sport wird zweimal täglich um 8.10 Uhr und um 12.10 Uhr sowie je nach Aktualität im Programm gesendet, Veranstaltungstipps mehrmals täglich, Verkehr und Wetter jeweils nach den Weltnachrichten zur vollen Stunde, nach den zu jeder halben Stunde stattfindenden Nachrichten sowie nach Bedarf in der Fläche. Lokale wie regionale Nachrichten bekommen in der Fläche jeweils 1,5 bis 2,5 min. Sendezeit und werden mindestens dreimal täglich gesendet. Welle 1 wählt den Themenbereich dabei nach Aktualität aus, wobei Nachrichten aus dem Großraum Salzburg bevorzugt gesendet werden. Vor den Weltnachrichten sowie zu jeder halben Stunde außer mittags werden lokale und regionale Nachrichten, die im Umfang variieren können, ausgestrahlt.<sup>8</sup>**Beispiel 5: Radio FRO (Linz)****Frequenz:** 105,0**Technische Reichweite:** 300.000**Hörerzahl:** unbekannt**Zielgruppe:** Bedient als freies Radio besonders Frauen, Senioren und MigrantInnen.**Lokalberichterstattung:** Bei Radio FRO werden Informationen aus folgenden Themenbereichen gesendet: Aktuelles, Lokalpolitik, Kultur, Gesellschaft, Bildung, Wissenschaft, Veranstaltungstipps. Der Schwerpunkt liegt dabei generell bei den Themen MigrantInnen, Frauen- und Kulturpolitik sowie Medienpolitik. Die genannten Themenbereiche werden im Infomagazine „FROzine“ zweimal täglich zwischen 18 und 19 Uhr sowie als Wiederholung vom Vortag zwischen 13 und 14 Uhr ausgestrahlt. Dabei gibt es lediglich für die Veranstaltungstipps, die täglich kurz vor 19 Uhr gesendet werden, einen festen Programmplatz. Alle Beiträge, sowohl jene im Infomagazin als auch jene in der Fläche, werden von autonom arbeitenden Privatpersonen gestaltet und haben lokalen Bezug. Sie sind aber nicht aufeinander abgestimmt und es gibt keine Nachrichtensendungen.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Telefoninterview mit Bernhard Feichter, stellvertretender Programmkoordinator, am 5. Dezember 2003.

<sup>8</sup> Telefoninterview mit Bernhard Robotka, Chefredakteur, am 29. Dezember 2003.

<sup>9</sup> Telefoninterview mit Veronika Leiner, Programmverantwortliche, vom 5. Dezember 2003.

### Beispiel 6: Life Radio (Linz)

**Frequenz:** 100,5

**Technische Reichweite:** 1,3 Millionen

**Hörerzahl:** 180.000 bis 200.000 täglich

**Zielgruppe:** Das regional konzipierte Life Radio spricht mit seinem Programm HörerInnen zwischen 14 und 49 Jahren an.

**Lokalberichterstattung:** Bei Life Radio kommen lokale und regionale Berichte aus folgenden Themenbereichen vor: Aktuelles, Lokalpolitik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft, Bildung, Wissenschaft, Sport, Veranstaltungstipps, Verkehr und Wetter.

Täglich wechselnd werden für die Städte Linz, Wels, Freistadt und Steyr jeweils um 10.25 Uhr in einem eineinhalbminütigen Beitrag lokale Nachrichten gesendet. Außerdem werden fünfmal täglich je fünf Minuten vor der vollen sowie vor der halben Stunde lokale und regionale Nachrichten aus Oberösterreich gebracht. Die Dauer dieser Beiträge beträgt 30 Sekunden. Alle Themenbereiche können je nach Aktualität auch in der Fläche untergebracht werden, wo sie ein- bis zehnmal in einem eineinhalbminütigen Beitrag gesendet werden. Veranstaltungstipps werden zweimal täglich um 10.35 Uhr und um 14.35 Uhr ausgestrahlt, Verkehr zu jeder vollen und halben Stunde nach den Nachrichten und das Wetter zu jeder vollen Stunde nach den Nachrichten.<sup>10</sup>

### Beispiel 7: KroneHit Linz

**Frequenz:** 92,6

**Technische Reichweite:** ca. 600.000

**Hörerzahl:** 110.000 (weitester Hörerkreis 10+ Jahre)

**Lokalberichterstattung:** Wie KroneHit Salzburg ist auch KroneHit Linz bundesweit konzipiert. Deshalb ist auch hier die Berichterstattung aktualitäts- bzw. themenabhängig. Es können folgende Themenbereiche vorkommen: Aktuelles, Wirtschaft, Gesellschaft, Wissenschaft, Veranstaltungstipps, Verkehr und Wetter sowie gegebenenfalls Sport. Wie bei KroneHit Salzburg gibt es auch hier ein regionales Splitting in

den Themenbereichen Wetter, Verkehr und Veranstaltungstipps, die zu den selben Zeiten wie bei KroneHit Salzburg gesendet werden.<sup>11</sup>

### Expertenkommentar *Erich Holfeld* (Station Manager/Chefredakteur bei Antenne Salzburg)

Privatradios sind ein ernst zu nehmender journalistischer Zweig sowie wirtschaftlicher Faktor. Die Lokalberichterstattung ist für lokale und regionale Radios ein konstituierender Bestandteil. Eine ordentliche Lokalberichterstattung nützt den Privatradios auch in wirtschaftlicher Hinsicht: Durch den Lokalbezug des Programms und der Berichterstattung wird es auch für die werbetreibende Wirtschaft interessant, in Privatradios Initiativen zu setzen. Da Privatradios lokale und regionale Zielgruppen versorgt, eröffnet sich auch ein spezifischer Markt für nationale, regionale und lokale Unternehmen.

Die Zukunft der Privatradios ist positiv zu sehen, jedoch wird es noch einige Jahre dauern, bis sich gewisse Fixgrößen am Radiomarkt etabliert haben werden. Der Markt ist immer noch in Bewegung und es gibt nach wie vor Unstimmigkeiten und Probleme. Doch mit ein wenig Geduld, wird der Radiomarkt zu seinem Gleichgewicht finden.<sup>12</sup>

### Expertenkommentar *Sepp Brugger* (Jurist und Berater der Grünen in Medienangelegenheiten)

Freie und nichtkommerzielle Radios sind „das Salz in der Suppe der Radiolandschaft Österreichs“. *Sepp Brugger* bezeichnet Lokalradios als „Artikulationsmedium zur Erhaltung der kleinräumigen kulturellen Identität“ und führt speziell zu den freien und nichtkommerziellen Hörfunkveranstalter aus, „dass sie in Sachen Professionalität und Medienkompetenz den meisten kommerziellen RadioveranstalterInnen um nichts nachstehen“. Eine gesetzliche Verankerung sollte die „längst überfällige Anerkennung der Freien Radios“ bringen.<sup>13</sup>

<sup>10</sup> Telefoninterview mit Ulli Jelinek, Programmchef, am 9. Dezember 2003.

<sup>11</sup> Telefoninterview mit und E-Mail von Werner Christl, Stadiolleiter, am 10. Dezember 2003.

<sup>12</sup> Interview mit Erich Holfeld, Station Manager/Chefredakteur bei Antenne Salzburg, am 10. Dezember 2003.

<sup>13</sup> vgl. RTR-GmbH (Hg.) Schriftreihe „Fünf Jahre Privatradios in Österreich“ (2003). Wien, 9.

### Expertenkommentar *Alfred Grinschgl* (GF des Fachbereiches Rundfunk der RTR-GmbH)

Lokalberichterstattung spielt sowohl bei privaten als auch bei öffentlich-rechtlichen Radios eine enorme Rolle. Bei vielen Rundfunkveranstaltern ist die Lokalberichterstattung jedoch aus Kostengründen in den Hintergrund gerückt, woraus wiederum geringe Reichweiten und sinkende Einnahmen resultieren. Der Hörer sowie der Werbekunde würden es hingegen honorieren, wenn hin und wieder mehr Mut für den regionalen Content, für Nachrichten und eine Beitragsredaktion gezeigt werden würde.<sup>14</sup>

#### Die Untersuchung hat ergeben – Fazit:

- Wenn es Lokalberichterstattung gibt, so muss sie sich den Sendeplatz mit Regionalnachrichten teilen.
- Bei KroneHit Linz und Salzburg kommt Lokalberichterstattung nur dann vor, wenn genügend Sensationswert enthalten ist.
- Einziges Positivbeispiel ist die Antenne Salzburg, die einen sehr hohen Anteil an Lokal- und Regionalberichterstattung aufweist und diesen sogar noch auszubauen versucht (zB.: Der neu eingeführte Salzburg-Ticker vor den Weltnachrichten).
- Die freien Radios bringen zwar keine Nachrichtensendungen, allerdings muss hierbei berücksichtigt werden, dass das Programm von Einheimischen für Einheimische gemacht wird. Dadurch hat es zwangsläufig einen lokalen Bezug und stellt lokale Informationen bereit, allerdings besteht zuweilen die Gefahr einer mangelnden Objektivität (zum Beispiel wenn Kultureinrichtungen selbst das jeweilige Kulturprogramm gestalten).
- Wie in §16 Absatz 2 PRG festgelegt, ist „den im Versorgungsgebiet wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen nach Maßgabe redaktioneller Möglichkeiten Gelegenheit zur Darstellung ihrer Meinungen zu geben“. Diesen Anspruch erfüllen die freien Radios ausreichend, die kommerziellen Privatradios jedoch so gut wie gar nicht.

#### Als Gründe für den Rückgang der Lokalberichterstattung werden von den befragten Radiomachern genannt:

- Lokalberichterstattung ist zeit-, personal und kostenaufwändig
- Die Orientierung am überwiegend jungen, am Mainstream interessierten Publikum schließt die Notwendigkeit von Lokalberichterstattung aus.
- Durch die Bildung von Sendeketten wie beispielsweise KroneHit fällt die Orientierung an lokalen und regionalen Themen weg, da ein nationales Publikum bedient wird.

#### Somit besteht die Gefahr, dass:

- der Qualitätsverlust in der Nachrichtenvermittlung generell durch das Schwinden der Lokalberichterstattung vorangetrieben wird. Da die meisten der untersuchten kommerziellen Privatradios den Bereich der Lokalberichterstattung weitestgehend aussparen, kann behauptet werden, dass diese Radiostationen dem Auftrag des Mediengesetzes für Privatradios nur ungenügend nachkommen. Die Intention, die Meinungsvielfalt als Kompensation zum ehemaligen ORF-Monopolisten zu erhöhen, wird so weder durch das Vorhandensein verschiedener Rundfunkveranstalter noch innerhalb des Programms eines Rundfunkveranstalters erfüllt.
- die Qualität der Lokalberichterstattung im Speziellen unter dem Rückgang der Quantität an Lokalberichterstattung leidet. Je weniger Raum für Lokalberichterstattung vorgesehen ist, desto weniger wird auf Themenpluralismus und journalistische Sorgfaltspflicht geachtet.
- gut ausgebildete und gut bezahlte Journalisten zunehmend abgebaut oder durch Volontäre und Praktikanten ersetzt werden, woraus sich wiederum eine Verschlechterung der Qualität in der Nachrichtenvermittlung ergeben.

*Johanna Egger  
Birgit Weszelka*

<sup>14</sup> E-Mail von Alfred Grinschgl, Geschäftsführer des Fachbereiches Rundfunk der RTR-GmbH, am 7. Jänner 2004.

► „Es gibt bei allen Freien Radios den festen Entschluss diese Regierung zu überleben.“ Helmut Peissl, Verbandsobmann der Freien Radios Österreich (VFRÖ) bringt die Situation der Freien Radios seit dem Regierungswechsel 2000 auf den Punkt.<sup>1</sup> Die Angelobung der ÖVP-FPÖ Regierung brachte massive medienpolitische Veränderungen mit sich. Neben der Streichung der Post-Zeitungstarife wurden auch im Hörfunksektor Kürzungen unternommen. Anders als bei den Printmedien traf es hier ausschließlich die nichtkommerziellen Freien Radios.

Die Bundessubventionen, Ende der 90er von der SPÖ-ÖVP Regierung beschlossen, kürzte die neue Regierung im Jahr 2000 auf ein Drittel der ursprünglichen Höhe. Im Jahr 2001 wurden sie ersatzlos gestrichen. Hart traf dies jene Sender, die diese Basisförderung für das Jahr 2000 bereits verplant hatten. So hatte etwa der Freie Rundfunk Oberösterreich (FRO) am Jahresende einen Schuldenberg, der ziemlich genau den Kürzungen durch Bundesregierung entsprach. Um diese Rückstände minimieren zu können, mussten 50 Prozent der Angestellten entlassen werden.<sup>2</sup>

„Am stärksten getroffen hat es die mehrsprachigen Radios AGORA (Kärnten Anm.d.Vf.) und MORA (Burgenland Anm.d.Vf.). Diese haben sehr hohe Volksgruppenförderung bekommen (5 Mio Schilling pro Jahr Anm.d.Vf.), die dann auch komplett weggefallen ist. Ein Großteil der Finanzierung dieser zwei Radios lief über die Volksgruppenförderung des Bundeskanzleramtes. MORA hat inzwischen den Betrieb eingestellt (im Jahr 2001 Anm.d.Vf.), weil es die finanzielle Belastung nicht tragen konnte. AGORA ist jetzt in Verhandlungen mit dem ORF<sup>3</sup>,“ so Wolfgang

Hirner, Pressesprecher des VFRÖ.<sup>4</sup> AGORA und MORA sind die einzigen nichtkommerziellen Sender, die speziell für autochthone Volksgruppen Programm machen bzw. machten. Der Verlust der Bundesförderung bedeutete für AGORA ein Minus von mehr als 80 Prozent des Gesamtbudgets. Mit der ORF-Gesetzes-Novelle 2001 wurde die Verantwortung des Staatsvertrages Artikel 7, der besagt, dass autochthone Volksgruppen ein Recht auf eigene Presse haben, dem ORF übertragen. Der ORF muss demnach angemessenes Programm für autochthone Volksgruppen senden. Laut Bundesregierung sei es daher nicht mehr notwendig AGORA und MORA aus dem Volksgruppenförderungstopf zu unterstützen.<sup>5</sup>

### Die Grundsätze der Freien Radios

Die Wichtigkeit einer stabilen Basisförderung für Freie Radios ergibt sich aus ihren Grundprinzipien. Diese beinhalten neben dem offenen Zugang, die Gemeinnützigkeit und Nicht-Kommerzialität, d. h. die Tätigkeit ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und verfolgt den Grundsatz eines werbefreien Radios ohne kommerzielle Produktwerbung. Durch den bewussten Verzicht auf Werbung entfällt der „Geldgeber Wirtschaft“. Subventionen werden unerlässlich, um eine Minimalfinanzierung und somit die dritte Säule des Hörfunks zu sichern. Freie Radios als Sprachrohr der Zivilgesellschaft sorgen für Meinungsvielfalt und sichern somit die Demokratie in der österreichischen Medienlandschaft.<sup>6</sup> Die Subventionspolitik der ÖVP-FPÖ Regierung bremse diese Entwicklung.<sup>7</sup> Dass Freie Radios aus der österreichischen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken sind, lässt sich an dem star-

1 Telefoninterview mit Helmut Peissl, Verbandsobmann der Freien Radios Österreich, am 4. November 2003.

2 vgl. FRO (2003). Nach Förderungsstopp 2000: Radio FRO als einziges unabhängiges Lokalradio saniert. In: Presseunterlagen von Pressekonferenz am 15. Mai 2003.

3 Diese Verhandlungen sind auch zu Redaktionsschluss noch nicht abgeschlossen.

4 Interview mit Wolfgang Hirner, Pressesprecher des Verbands Freier Radios Österreich und Geschäftsführer der Radiofabrik Salzburg, am 3. Dezember 2003.

5 Telefoninterview mit Angelika Hödl, Geschäftsführerin von Radio AGORA Kärnten, am 16. April 2003.

6 vgl. Charta der Freien Radios Österreich (1998). Graz.

7 Trotz mehrmaligen Anfragen im Pressebüro des Kunst- und Medienstaatssekretärs Franz Morak konnten die Verfasserinnen keine Stellungnahme zur Thematik „Freie, nichtkommerzielle Radios“ bekommen.



ken Expansionskurs erkennen.<sup>8</sup> Trotz der finanziellen Einschränkungen senden derzeit 14 Freie Radios in Österreich, Tendenz steigend. Verantwortlich für diesen Erfolg sind hauptsächlich die rund 1.400 ehrenamtlichen ProgrammiererInnen, die einen Großteil der Sendezeit gestalten.<sup>9</sup>

### Auszeichnungen sprechen für Qualität

Für die Qualität der Produktionen Freier Radios sprechen die vermehrten Gewinne von Radio- und Kulturpreisen. So waren beim Radiopreis der Erwachsenenbildung im November 2003 13 Ö1-Produktionen, vier Sendungen Freier Radios und zwei kommerzieller Anbieter nominiert. VFRÖ Obmann *Helmut Peissl* findet es bemerkenswert, dass weder Sendungen von FM4 noch von den Landesstudios des ORF vertreten waren. „Ein Indiz dafür, dass der ORF seinen öffentlich rechtlichen Auftrag immer weniger wahrnimmt und die Freien Radios gerade im lokalen Bereich immer mehr einen quasi „öffentlich rechtlichen“ Auftrag übernehmen,“ so *Peissl*.<sup>10</sup> Auf Grund dieser Entwicklung fordert der VFRÖ eine Basisfinanzierung mittels Gebührensplitting.<sup>11</sup>

### Gebührensplitting – ein Modell

Angelehnt an Deutsche und Schweizer Modelle hat der VFRÖ im Jahr 2002 ein detailliertes Förderpapier ausgearbeitet, welches die Basisfinanzierung der 14 Freien Radios aus den Rundfunkgebühren gewährleisten soll.<sup>12</sup> Der ORF war von dieser Forderung nicht betroffen, denn er erhält nur 66,7 Prozent der eingenommenen Rundfunkgebühren. Die restlichen 33,3 Prozent flossen bisher ohne Zweckwidmung direkt ins Budget der Bundesregierung. Laut einer Presseinformation des VFRÖ sollten „die 33,3 Prozent, die momentan am ORF vorbei fließen dafür eingesetzt werden die Medienvielfalt in Österreich zu si-

chern und Programme zu fördern, die als öffentlicher Auftrag definiert werden, egal ob sie vom ORF oder von Freien Radios produziert werden.“<sup>13</sup> Diese Forderung des VFRÖ wurde von Regierungsseite umgesetzt. Ein Digitalisierungs- und ein Fernsehfilmförderungsfonds werden ab 2004 aus diesen 33,3 Prozent gespeist. Die ÖVP-FPÖ Regierung übernahm zwar die Idee der Freien Radios – berücksichtigte diese dabei aber nicht.<sup>14</sup>

### David gegen Goliath

Laut *Wolfgang Hirner* würde es unter jeder anderen Regierungskonstellation Gebührensplitting geben. „Da haben wir inzwischen schon so viel Lobbying gemacht, dass ich überzeugt davon bin, dass wir bei jeder anderen Variante aus der Rundfunkgebühr Geld bekommen.“ Er sieht die Zukunft der Freien Radios einzig durch dieses Modell gesichert.<sup>15</sup>

Trotz der restriktiven Medien- und Subventionspolitik lassen sich die Akteure der nichtkommerziellen Freien Radios nicht den Mund verbieten.

Im Gegenteil, „es ist eine ziemliche Herausforderung innerhalb so einer katastrophalen Mediensituation wie in Österreich die Rolle als Informationsalternative sehr ernst zu nehmen. Die freien Radios haben eine große Verantwortung. Es gibt kaum einen anderen Medienbereich, der irgendwie auch nur eine geringe Chance hat hier zumindest auch nur ein kleines Gegengewicht zu bilden“, meint *Helmut Peissl*.<sup>16</sup>

Die Freien Radios sind zwar in einem Verband organisiert, jedoch ist jedes Mitglied für sich und seine Finanzierung selbst verantwortlich. Von Sender zu Sender ergeben sich dadurch verschiedene Budgetsituationen. Die Radiofabrik in Salzburg sowie Radio FRO beziehen Subventionen vom Land. Weitere Einnahmequellen sind Projekte, Abos, Sponsoring sowie Sendezeitverkäufe. Ein Überleben der beiden Sender ist mittels dieser Finanzierung möglich. Ein völlig an-

8 vgl. Knoche, Manfred/Hirner, Wolfgang/Wagner, Ulrike (2000). Freie Radios in Österreich: Auf dem Weg zum trialen Rundfunksystem.

In: Fabris, Hans Heinz/Renger, Rudi/Rest, Franz (Hg). Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich. Erhebungsjahr 1999. Salzburg, 67-71.

9 Diskussionsbeitrag von Wolfgang Hirner, Pressesprecher des Verbands Freier Radios Österreich und Geschäftsführer der Radiofabrik Salzburg, bei der VFRÖ Medientagung 2003 in Graz, Offene Medien für eine offene Gesellschaft. Mehrsprachigkeit und Partizipation in Radio, TV und Internet, am 16. Mai 2003.

10 Presseinformation Verband der Freien Radios Österreich (2003). Radiopreis der Erwachsenenbildung: 13-mal Ö1, 4 Freie Radios und 2 kommerzielle Radios nominiert. Wien.

11 vgl. VFRÖ (2002). Förderungsmodell zur Entwicklung und Sicherung einer pluralistischen Radiolandschaft in Österreich.

12 ebd.

13 Presseinformation Verband der Freien Radios Österreich (2003). Die Freien Radios fordern von der neuen Bundesregierung die Gewährleistung einer pluralistischen Radiolandschaft. Wien.

14 Interview mit Wolfgang Hirner, Pressesprecher des Verbands Freier Radios Österreich und Geschäftsführer der Radiofabrik Salzburg, am 3. Dezember 2003.

15 ebd.

16 Telefoninterview mit Helmut Peissl, Verbandsobmann der Freien Radios Österreich, am 4. November 2003.

deres Bild zeichnet sich in Kärnten für Radio AGORA ab. Diese Radiostation erhält weder Förderungen vom Land noch von der Stadt Klagenfurt. Die Projekteinnahmen sind minimal, seitdem die Bundessubvention gestrichen wurde. So meinte *Angelika Hödl*, Geschäftsführerin von AGORA, dass es sehr schwer sei ein EU Projekt genehmigt zu bekommen, wenn es auf nationaler Ebene keine gesicherte Basisfinanzierung gibt. Eine weitere Konsequenz aus dem Wegfall der Bundessubventionen war die Entlassung aller Angestellten. Um Fixkosten wie Miete und Strom decken zu können, wurde 2003 eine Benefiz CD produziert und eine Spendenaktion ins Leben gerufen. Finanzielle Unterstützung kam von den slowenischen Volksgruppen.<sup>17</sup> Die Regierung zu überleben sei ein fester Vorsatz auch für Radio AGORA.

*Nicole Erl  
Josefine Hollaus*

---

<sup>17</sup> Telefoninterview mit Angelika Hödl, Geschäftsführerin von Radio AGORA Kärnten, am 21. November 2003.

# 12

## Entwicklungen bei den Online Medien

► **Um auf dem Markt noch bestehen zu können**, ist in den letzten Jahren ein Onlineauftritt für die heimischen Zeitungen unumgänglich geworden. Einige haben eigene Onlineredaktionen eingeführt, um die Qualität der Nachrichten und Berichte zu verbessern. Dennoch ist es bei vielen Zeitungen noch gang und gebe die Beiträge ihrer Printausgabe 1:1 ins Netz zu übernehmen, da eigene Onlineredakteure mit erhöhtem Geldaufwand verbunden sind.

In den letzten Jahren hat sich die Möglichkeit entwickelt eine eigene Firma zu beschäftigen, die die Organisation des Onlineauftritts übernimmt. Dies spart Personal und Kosten. Dieses Angebot nehmen zum Beispiel die Oberösterreichischen Nachrichten in Anspruch. Sie haben eine Tochterfirma gegründet, die für den Internetauftritt der Oberösterreichischen Nachrichten verantwortlich ist. Die Bereiche Online-Werbung und WebTV sind die Hauptfinanzierungsquellen der Firma.

Zusätzlich haben die Oberösterreichischen Nachrichten eine eigene Online-Redaktion, die seit 1995 besteht. Damals wollte man mit der Gründung einer Online-Redaktion vor allem erreichen, dass das gute Image der Oberösterreichischen Nachrichten weiterhin bewahrt wird. Die Berichte für die Online-Ausgabe werden von den PrintredakteurInnen übernommen. Für die Bearbeitung der Online-Texte selbst sind 13 Mitarbeiter angestellt.

Der Kampf um die Zielgruppen wird immer härter. Daher müssen Zeitungen neue Möglichkeiten, Formen und Angebote finden, um den anspruchsvollen Kunden zufrieden zustellen und ihn auf sich aufmerksam zu machen. Mit Hilfe von Online-Ticketcentern, Gewinnspielen, Archiven, Downloads sowie

vielen weiteren attraktiven online Angeboten wird dies versucht. Um den Kunden verschiedene Möglichkeiten der Nutzung zu bieten haben die Vorarlberger Nachrichten etwas überlegt zwei Formen der Online Ausgabe entwickelt:

Mit „NewsStand“ ist eine offline-Version der eVN ab drei Uhr morgens verfügbar. Wobei zu erwähnen ist, dass eVN nicht dasselbe ist wie Vorarlberg-Online, sondern eine „elektronische Kopie“ der Vorarlberger Nachrichten Zeitungsausgabe darstellt. Da eine eVN-Ausgabe etwa 5-10 Megabyte groß ist, lohnt sich das Angebot nur für jene Internet-BenutzerInnen, die über eine schnellere Internetverbindung verfügen. Die VN ist eine Textausgabe die für UserInnen mit Analog Modems optimiert ist. „NewsStand“ ist ein virtueller Zeitungskiosk, bei dem der Benutzer eine offline-Version der eVN abonnieren kann. Ebenfalls stehen Einzelausgaben zur Verfügung.

Die Vorarlberger Nachrichten haben eine eigene Onlineredaktion, die seit 1995 in Betrieb ist. Die Berichte im Netz werden hauptsächlich von der Printredaktion übernommen. Fünf Mitarbeiter im Online Sektor sind verantwortlich, dass dort alles reibungslos abläuft. Die Vorarlberger Nachrichten finanzieren sich durch Werbung und eine kostenpflichtige Online-Ausgabe. Um die mit einer Online Ausgabe damit verbundenen hohen Kosten decken zu können, ist die Werbung zur Haupteinnahmequelle der Onlineausgaben der Zeitungen geworden.

Auffallend ist, dass mittlerweile nicht nur mehr für die eigenen Produkte, sondern vermehrt auch für andere Medien oder Unternehmen geworben wird. Diese Form wird crossmediale Werbung genannt und stellt ebenfalls eine wichtige Einnahmequellen der Onlineausgaben dar.

In Österreich haben alle großen Tageszeitungen Onlineauftritte – Der Standard, Die Presse, Die Kleine Zeitung, Die Krone, die Oberösterreichischen Nachrichten, die Salzburger Nachrichten, die Tiroler Tageszeitung, die Vorarlberger Nachrichten, die Niederösterreichischen Nachrichten; sie alle sind im Netz vertreten.

Vor allem drei Erscheinungsformen haben sich in den letzten Jahren bei den Onlineausgaben etabliert. Zuerst sind hier einmal jene Verlage zu erwähnen, die ihre Tageszeitung 1:1 ins Netz stellen. Dies stellt sicherlich den wenigsten organisatorischen Aufwand dar. Weiters gibt es Verlage, die ihre gedruckte Ausgabe nur zum Teil übernehmen und zusätzliche Hintergrundinformationen anbieten. Die dritte Variante ist jene, in denen Verlage ein Komplett-Angebot machen, das von der Content-, Access- und Service-Provider-Funktion bis hin zu Sonderleistungen wie Archivrecherche, Sonderprojekten zu bestimmten Events reicht.

54

Große Veränderungen zeichnen sich in den letzten zwei Jahren nicht mehr ab. *Robert Rosin*<sup>1</sup>, Online-Redakteur bei den Salzburger Nachrichten meint, dass der große Hype vorübergehend vorbei ist. In den letzten zwei Jahren hat sich etwa bei *salzburg.com* nichts Wesentliches verändert. Die Mitarbeiterzahl blieb genauso unverändert wie die Art der Finanzierung der Onlineausgabe.

Einzig die Werbeerlöse konnten einen Höhenflug verzeichnen, da die Werbewirtschaft vermehrt beginnt das Internet für ihre Zwecke zu nutzen. Die User-Zahlen bei den Salzburger Nachrichten haben sich seit dem Jahr 2000 verzehnfacht.

Um User-Zahlen und ähnliches zu erhalten gibt es die Webanalyse. Die **Österreichische Web-Analyse/ÖWA** ist ein auf freiwilliger Mitgliedschaft beruhender Zusammenschluss von Online-Anbietern und Werbeagenturen. Dieser wurde 1998 als Kontrolleinrichtung für Online-Medien unter dem Dach des Vereins

Österreichische Auflagenkontrolle/ÖAK ins Leben gerufen. Mit der Österreichischen Webanalyse/ÖWA wird eine Methodik, Software und ein Kontrollverfahren zur Verfügung gestellt, welche Online-Anbietern eine verlässliche Methode zur Bewertung und Zählung der Besucher ihrer Internet-Seiten bieten soll. Mit 1. April 2003 hat die ÖWA die Umstellung auf ein neues, technologisch hoch entwickeltes Messverfahren vorgenommen. Das neue Verfahren heißt „Skalierbare Zentrale Messverfahren – kurz SZM“. Die SZM-Messergebnisse für den April, die am 12. Mai veröffentlicht wurden, beinhalten erstmals auch die Kenngröße „Unique Client“. Der Nachteil ist, dass für den Besucher auf der Website der Webanalyse nur mehr die Daten des letzten halben Jahres sichtbar sind. Dies erschwert den Vergleich mit früheren Zahlen.

Auf die Qualität hat diese Veränderung keine Auswirkung. Der Begriff Qualität im Online-Journalismus ist immer schwerer zu definieren. Wenn man das Informationsangebot gesondert betrachtet, kann man einen Anstieg der Qualität beobachten. Durch die Einführung der Onlineredaktionen ist ein genaueres und schnelleres Recherchieren für die Online Ausgaben möglich. Eigene Redakteure werden eingesetzt. Somit fällt die doppelte Belastung für die Redakteure der Print-Ausgabe weg. Betrachtet man jedoch die Gesamtqualität der Onlineausgaben, fällt das Urteil anders aus. Es ist zu beobachten, dass die Onlineangebote der Zeitungen sich in den letzten zwei Jahren vermehrt vom Informations- zum Infotainment-Medium verwandelt haben.

Der Schwerpunkt liegt bei vielen Online Ausgaben nicht mehr bei der Information, sondern bei den zusätzlichen Entertainment-Angeboten. Der User soll mit immer lustigeren Spielen oder verheißungsvollen Gewinnspielen gelockt werden. Der Gedanke der Vermittlung an Information wird immer mehr in den Hintergrund geschoben.

*Anita Chwatal  
Julia Wiltscho*

---

<sup>1</sup> Telefoninterview mit Robert Rosin, Online Redakteur bei den Salzburger Nachrichten, am 5. Jänner 2004 und E-Mail vom 7. Jänner 2004.

# 13 Journalistinnen in Österreichs Medien – eine aktuelle Bestandsaufnahme

► **Geht man der Frage nach**, wie es um Frauen als Medienakteure in Österreich steht, ist die Ausbeute an Daten relativ gering. Aussagen wie: „Der typische österreichische Journalist ist männlich und knapp 40 Jahre alt, er hat eine fixe Anstellung als Redakteur, hat sein Studium abgebrochen und arbeitet für ein überregionales Medium, das seiner Einschätzung nach ein Qualitätsmedium ist“<sup>1</sup>, sagen sehr wenig über die tatsächliche Situation der Frauen aus. Die letzte große Studie, die zum Thema Frauen in Österreichs Medienwelt erschienen ist, liegt bereits acht Jahre zurück und wurde im Auftrag des damaligen Bundesministeriums für Frauenangelegenheiten von *Marie-Luise Angerer* durchgeführt.<sup>2</sup>

Nimmt man die Zahlen der Österreichischen Journalistengewerkschaft als Richtlinie, so ist deren Mitgliederzahl von Ende 2001 bis Juni 2003 um 3,2 Prozent gesunken. Dramatisch ist dabei die Entwicklung des Frauenanteils von 35,5 Prozent im Jahr 2001 auf 30,9 Prozent im Jahr 2003, was einer Negativentwicklung von 13,1 Prozent entspricht. Keine rosigen Aussichten für das weibliche Geschlecht.<sup>3</sup>

Aus diesem Grund soll dieser Artikel mehr Licht in dieses vernachlässigte Forschungsfeld bringen. Eine quantitative Untersuchung ausgewählter überregionaler Sendeformate des ORF (TV und Hörfunk) sowie von Printmedien (Wochen- und Monatsmagazine, sowie Tageszeitungen) soll Aufschluss über die aktuelle Lage der Frauen in Österreichs Berichterstattung bringen. Es wurden bewusst keine Special Interest Produkte (wie z.B. Frauen- oder Männerzeitschriften) ausgewählt, sondern nur jene Medien, die ein breites geschlechtsunabhängiges Zielpublikum ansprechen.

## Frauen im ORF

Der ORF als größter österreichischer Arbeitgeber in der Medienindustrie nimmt als öffentlich-rechtlicher Sender eine Sonderstellung ein. In den letzten beiden Jahren gab es eine Vielzahl an Veränderungen, welche die personelle Struktur des ORF bis hin zur Programmgestaltung betrafen.

In Bezug auf das Thema Frauen ist an erster Stelle die Berufung von *Monika Lindner* zur Generaldirektorin per 1. Jänner 2002 und damit zur mächtigsten Frau im ORF zu nennen. Sie folgt – seit 1947 – sechs männlichen Vorgängern und ist somit seit Bestehen des ORF die erste Frau in dieser Führungsposition. Vor ihr schaffte es nur *Karin Zechner* in eine Spitzenposition des ORF vorzudringen. Zechner wurde 1994 zur TV-Programm-Indendantin bestellt, hat allerdings in der Zwischenzeit den ORF wieder verlassen.<sup>4</sup>

Betrachtet man den gesamten Anteil der weiblichen Führungskräfte im ORF, so liegt dieser lt. Aussage von *Monika Wittmann*<sup>5</sup> bei 24 Prozent. In einigen Bereichen ist er höher – in der Hörfunkdirektion liegt er bei 34 Prozent, in der Fernsehprogrammdirektion bei 47 Prozent und in der Tochterfirma ORF-Enterprise bei 66 Prozent. Das Gesamtergebnis wird vor allem vom Bereich Technische Direktion mit einem Anteil von drei Prozent stark beeinträchtigt. Vergleichsdaten gibt es aus dem Jahr 1998, als der gesamte Anteil noch bei 15,3 Prozent lag. Trotz dieses positiven Trends der letzten 5 Jahre ist unübersehbar, dass Frauen in den Führungsetagen immer noch als „exotische“ Wesen gelten. Sieht man von der Generaldirektorin ab und wirft einen Blick auf die oberste ORF-Führungsetage, ändert sich das Bild der Ge-

1 Weber zit. in Neissl, Julia (2002). *Der Journalismus. Geschlechterperspektiven in den Medien*. Innsbruck: Studienverlag GesmbH, 7.

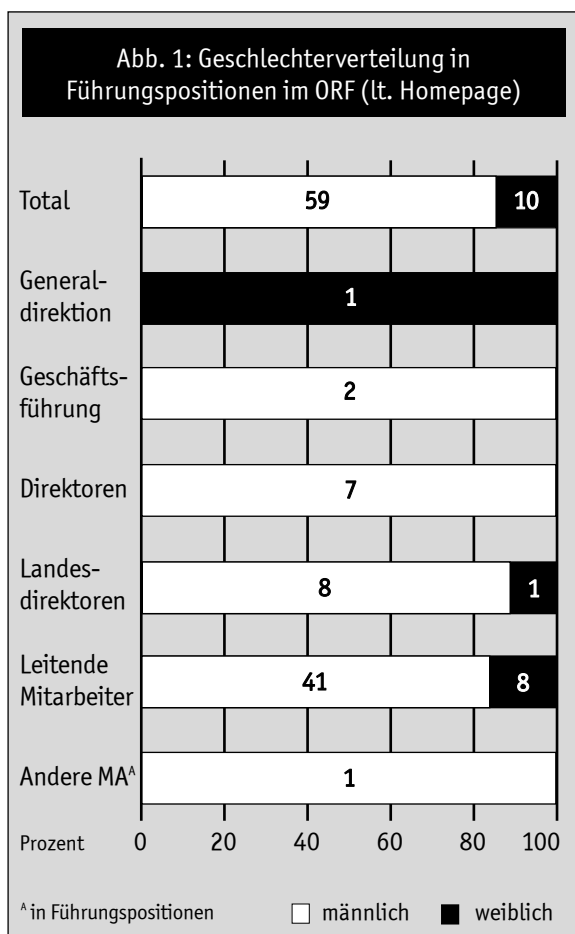
2 Angerer, Marie-Luise (1995). *Frauen in der österreichischen Medien- und Kulturindustrie. Zur Beschäftigungslage von Frauen als Medien- und Kulturproduzentinnen und –vermittlerinnen in der audiovisuellen Produktion*. Wien: Bundesministerium für Frauenangelegenheiten.

3 Daten der ÖJG; Stand Dezember 2001, sowie von Juni 2003, recherchiert im Dezember 2003.

4 Angerer, Marie-Luise (1995). *Frauen in der österreichischen Medien- und Kulturindustrie. Zur Beschäftigungslage von Frauen als Medien- und Kulturproduzentinnen und –vermittlerinnen in der audiovisuellen Produktion*. Wien: Bundesministerium für Frauenangelegenheiten, 9ff.

5 Telefoninterview mit Monika Wittmann am 12. Dezember 2003.

schlechterverteilung dramatisch. Unter den sieben genannten Direktoren befindet sich keine einzige Frau. Und unter den Managern (Abteilungsleitern) auf der ORF Website<sup>6</sup> findet man nur zehn Frauen, was einem Prozentanteil von 14,5 Prozent entspricht. Die nachfolgende Grafik visualisiert diese Tatsachen:<sup>7</sup>



Positiv ist hier zu erwähnen, dass der ORF im September dieses Jahres die neue ORF-Gleichbehandlungs-Kommission konstituiert hat. Vorsitzende dieser Kommission ist *Monika Wittmann*. Der ORF beschreibt die Aufgaben dieser neu gegründeten Kommission auf seiner Website so: „Zu den wichtigsten Aufgaben der Kommission gehört die Einholung eines jährlichen Berichts über die Personalstruktur des ORF, der die Grundlage für den Gleichstellungs-

förderplan darstellt, die Bestellung eines Gleichstellungsbeauftragten sowie die Überprüfung der Einhaltung des Gleichbehandlungsgebots.“<sup>8</sup>

Laut *Wittmann* ist das Ziel des Gleichstellungsförderplans, der 2004 erarbeitet wird, Bedacht zu nehmen auf die gezielte berufliche Förderung von Frauen zur Erreichung von Gleichstellung, auf Chancengleichheit bei der Berufswahl und der Beförderung sowie die Berücksichtigung von Sorgepflichten in der Personalpolitik. Der jährliche Bericht über die Personalstruktur des ORF soll das Geschlechterverhältnis insbesondere in Bezug auf Entlohnungskriterien, Arbeitszeit und Vertragsdauer darstellen.<sup>9</sup>

Die ersten Datenerfassungen werden also Anfang 2004 erfolgen und man darf darauf gespannt sein. Es ist zu hoffen, dass der ORF diese Daten auch veröffentlicht, bzw. für wissenschaftliches Arbeiten und Forschen zugänglich macht. Interessant wird die Frage sein, inwieweit diese Kommission Aktivitäten und Aktionen setzt, um derzeitigen Benachteiligungen der Frauen entgegenzuwirken. Zur selben Zeit wird es beim ORF eine dramatische Änderung des Mitarbeiterstandes bzw. –status geben, der die Aussagekraft der oben genannten Erhebungsdaten noch erhöhen dürfte. Laut *Wittmann* ist zu erwarten, dass sich auf Grund dieser Umstrukturierung, was die Anstellung von 1.250 langjähriger so genannter freier Mitarbeiter ab dem 1. Jänner 2004 bedeutet, der Frauenanteil im ORF dadurch erhöht.<sup>10</sup>

Was den Frauenanteil bei der ORF Programmgestaltung betrifft, wurde eine Untersuchung ausgesuchter Sendungen von ORF 2 und Ö1 durchgeführt. Untersuchungszeitraum war der 11. November bis zum 10. Dezember 2003.

### ORF 2 - Folgende Sendungen wurden analysiert:

- Modern Times
- Offen gesagt
- Treffpunkt Kultur
- Am Schauplatz
- €CO
- Weltjournal
- Kreuz und Quer
- Pressestunde
- Philosophicum
- Thema
- Report

6 vgl. ORF-Management, in: [www.orf.kundendienst.at](http://www.orf.kundendienst.at), am 21. Dezember 2003.

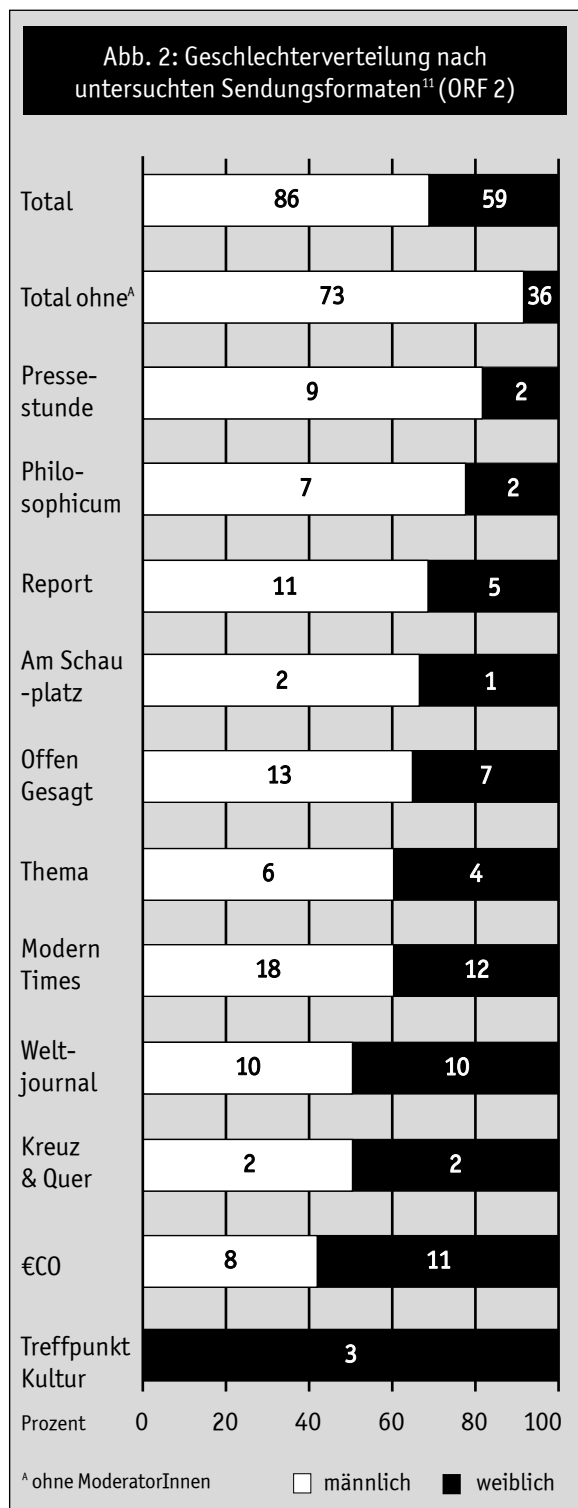
7 ebd.

8 <http://kundendienst.orf.at/fakten/derorfstelltstichvor/gleichbehandlungskomm.html>, am 21. Dezember 2003.

9 E-Mail von Monika Wittmann am 23. Jänner 2004.

10 ebd.

Dabei ergab sich folgendes Bild:



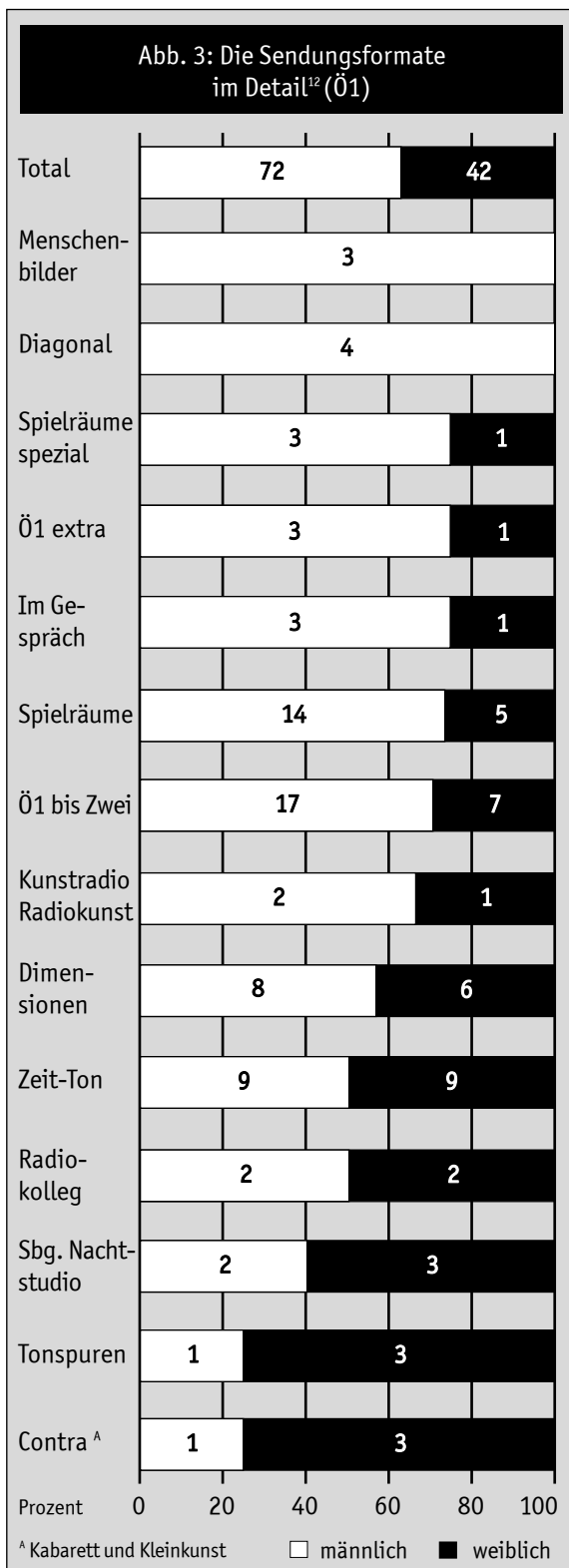
<sup>11</sup> Erhoben wurden die Daten mit Hilfe der ORF-Website und über Berichte in verschiedenen Print-Medien.

Einzig die Kulturberichterstattung ist weiblich dominiert, alle anderen Bereiche zeigen die für die gesamte österreichische Medienlandschaft typische Männer-Prävalenz, was sich in einem 59,3-prozentigen Männeranteil und einem 40,7-prozentigen Frauenanteil ausdrückt. Rechnet man die Sendungs-Moderation heraus, verschiebt sich der Anteil weiter zu Gunsten der Männer, nämlich auf 67 Prozent gegenüber 33 Prozent der Frauen. D. h. dass Frauen als Moderatorinnen besser vertreten sind als in der Beitragsgestaltung selbst. Weiters konnte beobachtet werden, dass gerade bei Diskussionsrunden die Leitung und die Teilnahme noch stärker von Männern dominiert wird. Untersucht wurden insgesamt 161 Beiträge in elf verschiedenen Sendungsformaten. Ein kleiner Anteil von insgesamt zehn Beiträgen war nicht namentlich gekennzeichnet bzw. wurden sechs Beiträge von Frauen und Männern gemeinsam gestaltet.

#### Ö1 - Folgende Sendungen wurden analysiert:

- Am Schaulplatz
- Contra – Kabarett u. Kleinkunst
- Diagonal
- Dimensionen
- Im Gespräch
- Kunstradio – Radiokunst
- Menschenbilder
- Ö1 bis Zwei
- Ö1 extra
- Pressestunde
- Radiokolleg
- Salzburger Nachtstudio
- Spielräume
- Spielräume spezial
- Tonspuren
- Zeitton

Die Erhebung umfasste 116 Beiträge im Zeitraum vom 11. November bis 10. Dezember 2003. Auch hier wurde eine Dominanz der Männer von 57,1 Prozent gegenüber 33,3 Prozent der Frauen festgestellt.

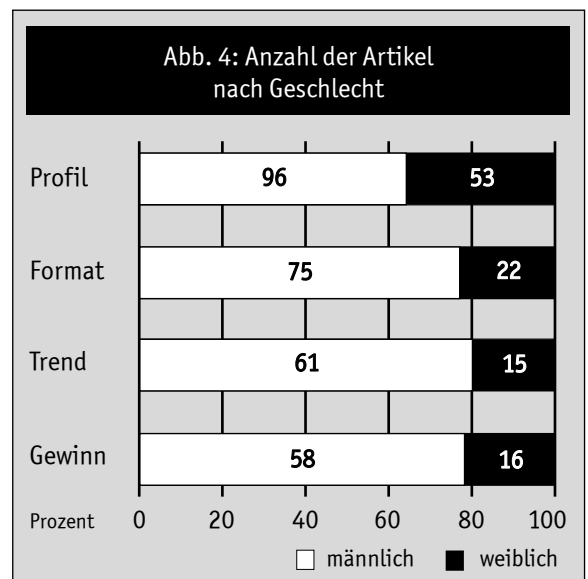


### Frauen in Österreichs Print-Magazinen

#### Untersuchte Wochen- und Monatsmagazine:

- profil
- Gewinn
- Format
- Trend

Aufgenommen wurden jene Beiträge (Seiten mit Kurz-News und Überblicken wurden ausgeklammert), die auch namentlich einer/einem JournalistIn zugeordnet werden konnten. Bei den Monatsmagazinen wurden die Ausgaben 11 und 12 der Monate November und Dezember 2003 erhoben, bei den Wochenmagazinen jeweils die Ausgaben Nr. 45 bis 48 der gleichen Monate. Des Weiteren wurde in der jeweils letzten Ausgabe auch das Impressum auf Männer- und Frauenanteil untersucht. Hier die Details:



Profil zeigte den verhältnismäßig größten Anteil an von Frauen gestalteten Beiträgen. Dieser Trend wurde auch bei der Auswertung des Impressums bestätigt. Profil hebt sich positiv gegenüber den gesamten Print-Medien ab, denn es ist das einzige Magazin mit gleich vier Frauen in Führungspositionen: Mit *Liselotte Palme* als stellvertretende Chefredakteurin, mit *Nicole Schmidt* als Chefin vom Dienst und mit zwei Frauen als leitende Redakteurinnen: *Hanna Kordik* leitet

<sup>12</sup> Die Untersuchung wurde mit Hilfe des Ö1 Clubmagazines durchgeführt.



das Wirtschaftsressorts und *Angelika Hager* den Gesellschaftsbereich. Profil erreicht somit mit 35,8 Prozent den höchsten Frauenanteil lt. Impressum, der sich auch im höchsten Anteil in der Beitragsgestaltung mit 35,6 Prozent Anteil widerspiegelt. Bei den anderen Magazinen ist keine Frau in den obersten Führungsetagen zu finden. Einzig der den drei Magazinen profil, Format und Trend übergeordnete News Verlag verzeichnet in der Geschäftsführung einen 50-prozentigen Frauenanteil.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass außer beim Magazin profil alle Magazine im Impressum einen höheren Frauenanteil auswiesen, als in der Beitragsgestaltung festgestellt werden konnte. Hier kommt es zu relativ großen Abweichungen zugunsten der Männer. Nach wie vor ist das Sekretariat zu 100 Prozent von Frauen besetzt, demgegenüber stehen die Bereiche Herausgeber, Geschäftsführung und Chefredaktion, die bis auf die oben erwähnten Ausnahmen fast zur Gänze von Männern dominiert sind.

#### Untersuchte Tageszeitungen:

- Der Standard
- Salzburger Nachrichten
- Die Presse
- Oberösterreichische Nachrichten

Bei der Erhebung der erfassten Artikel wurde auf eine Arbeit aus dem Frühjahr 2003<sup>13</sup> zurückgegriffen. Diese Arbeit umfasste alle oben genannten Tageszeitungen (inkl. Krone, die hier als Boulevardmagazin nicht in die Erhebung mit aufgenommen wurde und deren Männeranteil der höchste von den untersuchten Medien war) und folgende Ressorts (insgesamt 2.140 Artikel):

- Außenpolitik
- Divers Ausland
- Sport
- Innenpolitik
- Wirtschaft
- Kultur

Erfasst wurden ausschließlich namentlich gekennzeichnete (bzw. nach-recherchierten) Beiträge. Dabei wurde eine ähnliche Lage der Geschlechterverteilung festgestellt wie bei den Magazinen. Frauen schneiden in der Beitragsgestaltung beim Standard mit einem Anteil von 36,1 Prozent am Besten ab. Hier ist darauf hinzuweisen, dass sich (lt. Angaben von *Astrid Zimmermann*) die Situation der Frauen beim Standard in den Führungspositionen nicht von anderen Print-Medien unterscheidet.

Laut Impressum der Tageszeitungen befindet sich in keinem der genannten Medien eine Frau in den Führungsetagen (Herausgeber, Geschäftsführung, Chefredaktion). *Anneliese Rohrer* ist eine der wenigen Ausnahmen, die eine leitende Funktion bei einer Tageszeitung einnimmt: Als leitende Redakteurin für die Auslandsberichterstattung der Presse. Auch bei den Salzburger Nachrichten gibt es eine Frau in leitender Position: *Veronika Canaval* ist für das Wirtschaftsressort zuständig<sup>14</sup>, eine Tatsache, die jedoch nicht im Impressum des Mediums aufscheint. Die Oberösterreichischen Nachrichten verzeichnen eine traurige „Spitzenposition“ mit dem geringsten Frauenanteil von nur 16,4 Prozent. Die Salzburger Nachrichten und Die Presse bleiben mit ihrem Frauenanteil deutlich unter der 30 Prozent Marke.

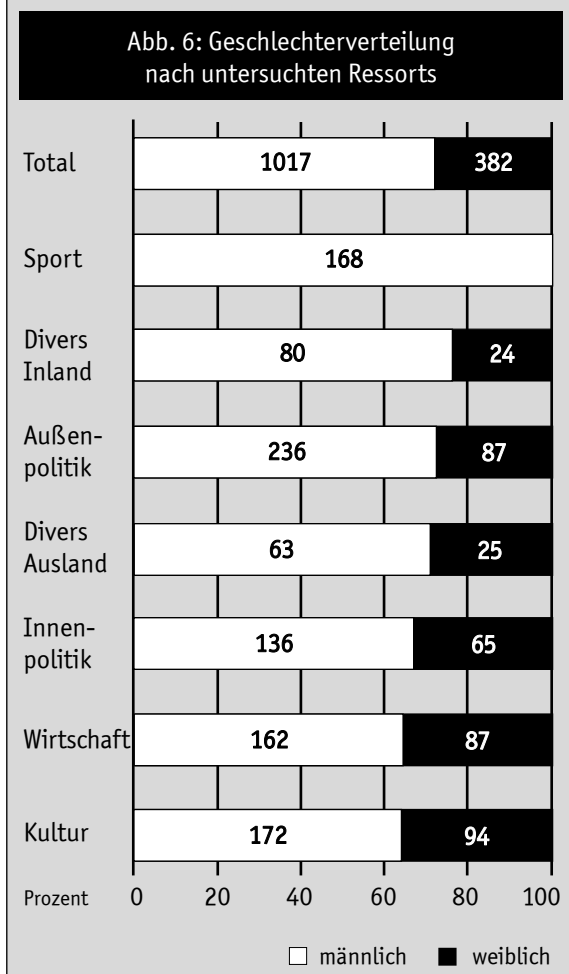
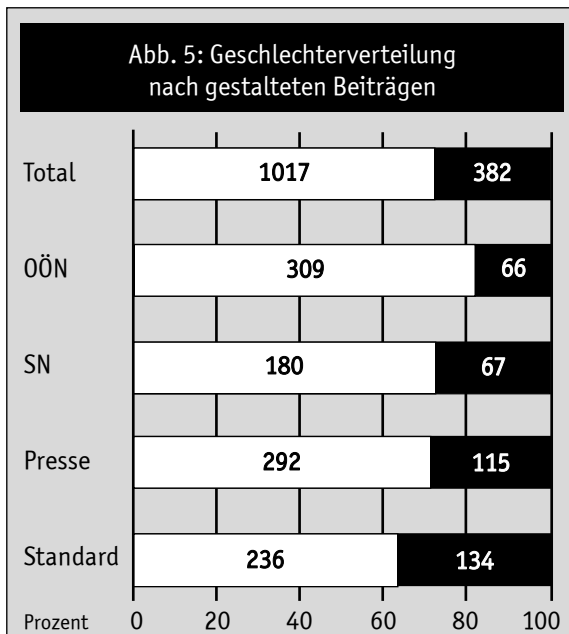
Interessant ist auch der Blick auf die Berichterstattung in den verschiedenen Ressorts. Das Ressort Sport ist in allen Medien eine zu 100 Prozent von Männern dominierte Sparte. Die Bereiche Kultur und Wirtschaft weisen den größten Anteil an Frauenberichterstattung auf. (Siehe dazu die beiden Grafiken auf der Folgeseite).

#### Fazit

Aufgrund der recherchierten Daten muss festgestellt werden, dass sich Frauen als Akteure in Österreichs Medienlandschaft in den vergangenen Jahren – mit einigen Ausnahmen – im Gesamten nicht über die magische Grenze von einem Drittel hinaus bewegen konnten. Der große Vorwärtsdrang der Frauen aus

13 Projektarbeit Universität Salzburg LV Methoden II bei Mag. Kirstin Eckstein im Sommersemester 2003, durchgeführt von Maria Hutter, Maria Eschlböck, Tanja Reitmeier, Bettina Fasthuber und Birgit Micheltisch.

14 Dokumentation Österreichischer Journalistinnenkongress 2003 unter [www.medienfrauen.net/dokumente/Dokumentation2003.pdf](http://www.medienfrauen.net/dokumente/Dokumentation2003.pdf)



den 70er Jahren von damals zehn Prozent auf 31 Prozent Ende der 90er Jahre<sup>15</sup> konnte in den letzten Jahren nicht fortgeführt werden. Die Marke rund um 30 Prozent scheint sich in den letzten Jahren eingependelt und nicht wahrnehmbar bewegt zu haben. Der ORF verzeichnet von den untersuchten Medien noch den höchsten Frauenanteil. Doch nach wie vor gilt für alle untersuchten Medien: Je höher die Führungsposition (und damit auch die Bezahlung), desto geringer ist der Anteil der Frauen. Es gibt also noch viel zu tun für das weibliche Geschlecht.

Hoffnung auf eine Verbesserung der Situation geben neu gegründete Netzwerke und Institutionen wie das von *Astrid Zimmermann* ins Leben gerufene „Frauenetzwerk Medien“<sup>16</sup> oder das Online-Netzwerk [www.medienfrauen.net](http://www.medienfrauen.net), auf deren Seite es auch Verweise auf Veranstaltungen wie den „Österreichischen Journalistinnenkongress“ oder eine Expertinnendatenbank gibt. Sie alle setzen sich im Besonderen für die Gleichbehandlung von Frauen in Österreichs Medien ein. Nicht zuletzt wird es interessant sein, die Tätigkeit der neu gegründeten Gleichbehandlungskommission des ORF zu beobachten.

*Birgit Michelitsch*

<sup>15</sup> vgl. Zimmermann, Astrid (2002). In: Neissl, Julia (2002). *Der Journalismus. Geschlechterperspektiven in den Medien*. Innsbruck: Studienverlag GesmbH, 183ff.  
<sup>16</sup> ebd.

# 14 Medienberichterstattung und Selbstreflexion: Der Irakkrieg in österreichischen Medien

► **Der Irakkrieg jährt sich.** Ebenso die Berichterstattung über den einzigen Krieg der letzten Jahrzehnte, der ein trauriges „Revival“ mit fast denselben Protagonisten erlebte. Die Angst, als Teil dieser Neuaufgabe ähnlich perfekt vorgeführt zu werden wie die Medienlandschaft 1991, saß bei vielen Medienverantwortlichen und JournalistInnen daher verständlicherweise tief. Artikelbegleitend war beispielsweise auf vielen Seiten des Standard ein blaues Kästchen zu finden: „Wesentliche Informationen über aktuelle militärische Aktionen unterliegen einer Zensur. Eine unabhängige Überprüfung solcher Angaben ist der Redaktion oft nicht möglich.“ Und tatsächlich: im Direktvergleich reagierten viele internationale Print- wie TV-Medien weitaus vorsichtiger und reflexiver bezüglich ihrer Berichterstattung und begannen bereits vor Kriegsbeginn mit ausgiebiger Medienberichterstattung.

Dass andererseits auch der Kontroll- und Zensurplan von Seiten der Streitkräfte noch ausgefeilter sein würde, lag auf der Hand. So analysierte etwa News-Kriegsberichtersteller *Thomas Seifert* wohl wissend, was kommen würde, bereits vor dem Kriegseinsatz: „Welches Medium einen Korrespondenten wohin schicken darf, entscheiden die Presseleute im Pentagon“ und vermutete eine Strategie des Krieges „als Reality-Soap und GI-Starmania“<sup>41</sup>. Eine Prognose, die sich durch TV-Sender wie Fox und CNN zumindest teilweise bestätigen sollte.

Standard-Außenressortchefin *Gudrun Harrer* gibt sich wenige Tage vor Kriegsbeginn ebenfalls keinen Illusionen hin: „Kurz zusammengefasst und mit etwas Zynismus könnte man sagen: Bei Berichterstattung und Kommentierung des Irak sind die Regeln des guten Journalismus teilweise außer Kraft gesetzt.“<sup>42</sup>

Der Blick dieses Beitrages führt nun in die Medienberichterstattung der Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen Österreichs und damit zur Frage: Wie ging man in heimischen Printmedien mit der Irakberichterstattung um? Aus dem Medienpool wurden Die Presse, profil und Der Standard im Zeitraum von Kriegsbeginn (20. März 2003) bis Kriegsende (16. April 2003) repräsentativ herausgegriffen. Die Wahl fiel nicht unbegründet auf diese Medien: die Bereitschaft, die Reflexivität hinsichtlich der eigenen wie fremden journalistischen Arbeit im eigenen Medium ausreichend zu thematisieren, wird gemeinhin Qualitätsmedien zugesprochen – zu denen obige zweifellos zählen.<sup>3</sup>

Nach einer kurzen Einführung zu den Daten und Fakten der Medienberichterstattung wird auf die gewählten journalistischen Darstellungsformen, Themen und Akteure eingegangen. Dieser Überblick bildet die Grundlage für die genauere Betrachtung der einzelnen Medien im Hinblick auf Machart und Tendenz der Medienberichterstattung, wagemutige Positionen und sprachliche Spitzen sind garantiert. Eine chronologische Abfolge ausgewählter Medienberichte in den einzelnen Medien bietet einen Querschnitt über mediale Tops und Flops der Berichterstattung.

**Die Fakten.** Die Artikelanzahl ist in allen Medien, gemessen am Periodikum und Zeitraum, relativ groß. Insgesamt 1.016 Artikel veröffentlichten Die Presse, profil und Der Standard insgesamt während eines knappen Monats, 81 davon fallen teilweise oder ganz in den Bereich der Medienberichterstattung. Erwartungsgemäß dominiert das wöchentlich erscheinende profil hier mit einem zwölfprozentigen Anteil an der Gesamtberichterstattung, etwas überraschend niedrig fällt mit 5,7 Prozent die Quote bei der Presse aus.

1 Der Österreichische Journalist, Februar/März 2003.

2 Der Standard, 15. März 2003.

3 vgl. u. a. 1.) Choi, Kyung-Jin (1999). Medien-Selbstberichterstattung als Medienjournalismus. Selbstreferentielle Themen der Medienseiten in überregionalen Tages- und Wochenzeitungen. Münster: Lit.-Verlag; 2.) Krüger, Udo Michael (1999). Medienjournalismus. Strukturen, Themen, Spannungsfelder. Opladen: Westdeutscher Verlag; 3.) Neissl, Julia/Renger, Rudi/Siegert, Gabriele (Hg.) (2001). Cash und Content. Populärer Journalismus und mediale Selbstthematisierung eines ökonomisierten Mediensystems. Eine Standortbestimmung am Beispiel ausgewählter österreichischer Medien. München: Fischer.

Abb. 1: Untersuchungseinheiten der Sendungsanalyse ORF und ATVplus

Artikel	Die Presse	profil	Der Standard	Gesamt
... gesamt zum Irakkrieg	474	125	417	1.016
... mit „reiner“ Medienberichterstattung	19	11	31	61
... mit Medienbezug	8	4	8	20
Prozentsatz der Medienberichterstattung an der Gesamtberichterstattung	5,7%	12,0%	9,4%	8,0%

Unterm Strich bleiben acht Prozent Medienberichterstattung. Eine Besonderheit der medienjournalistischen Artikel ist jenes Viertel, das nur einen Medienbezug aufweist, sich aber nicht zur Gänze mit diesem Thema befasst. Auf Basis früherer Analysen hatte es sich als vorteilhaft erwiesen, sämtliche Artikel zum Thema Irakkrieg auf Medienbezüge zu untersuchen.

Das Ergebnis: nicht nur die „reine“ Medienberichterstattung rutscht in den meisten Fällen ans Ende des Mediums – auch kleinere Medienbezüge landen oftmals am Ende von Artikeln, beispielsweise in jenen zu Kampfhandlungen. Die Trennschärfe zwischen Bericht und Kommentar wird dabei im Übrigen nur sehr selten verletzt.

Innerhalb der Medienberichterstattung teilen sich die Genres frappierend klar auf: knapp die Hälfte aller Artikel sind kommentierend, oftmals wird auch Information auf diese Art und Weise verpackt. Die Kommentare sind dabei sehr vielfältig in der Art und Weise der medialen Umsetzung: Die Presse setzt den größten Teil der Medienberichte in Kommentaren um. Der Standard greift oft auf den „Kommentar der Anderen“ und das „TV-Tagebuch“ zurück und geht ansonsten recht bissig ans Werk, die Kommentierung findet im profil vor allem in Kolumnen und Leserbriefen statt. Der generell recht zahlreiche Abdruck letzterer überrascht nicht, im Gegensatz zu sich anbietenden Textgattungen wie Interview oder Reportage, die nur in vier der 81 Artikel gewählt wurden.

Abb. 2: Untersuchungseinheiten der Sendungsanalyse ORF und ATVplus

Journalistische Formen	Die Presse	profil	Der Standard	Gesamt
1 Kommentare/Glossen	14	4	20	38
2 Berichte	6	1	16	23
3 Leserbriefe	2	6	2	10
4 Meldungen	4	-	1	5
5 Interview	-	2	-	2
6 Reportage	-	2	-	2
7 Portraits	1	-	-	1

Die Themen der Medienberichterstattung weisen im Querschnitt aller Medien zwei klare Spitzenreiter auf: Die Diskussion um die „Macht der Bilder“ liegt knapp vor der allgemeinen TV-Kritik. Zur Macht der Bilder: Hier gibt es diverse Ansätze, wie an der Fernsehberichterstattung Kritik geübt wird. Ein Dauerbrenner ist das Zeigen von US-Gefangenen in den westlichen Medien: die politischen Folgen, vor allem aber die Demoralisierung der Truppen, ist der zentrale Diskussionspunkt. *Christoph Winder* kommentiert im *Standard* vom 25. März 2003 etwas flapsig: „Gegen die Macht demoralisierender TV-Bilder ist kein Kraut gewachsen.“ Die Frage der Realitätsabbildung durch TV-Kameras ist innerhalb der TV-Kritik Themenschwerpunkt Nummer zwei.

Vor allem *Der Standard* lässt immer wieder Experten zu Wort kommen, die das Ges(ch)ehene recht unterschiedlich bewerten. Die allgemein unkontrollierbare Bilderflut beschäftigt die ausgewählten Medien während des ganzen Konfliktes.

*Gudrun Harrers* Statement zum Status Quo soll hier stellvertretend für alle stehen: „Wir wissen nichts, gar nichts. [...] Wir hören Meldungen und wir wissen nicht, ob sie stimmen, und selbst wenn wir es wüssten, könnten wir sie nicht in einen größeren Kontext einordnen.“ *Christoph Prantner* ergänzt an anderer Stelle: „Zwischen hechelnder Frontberichterstattung und ratlosem Etappenjournalismus geht die Orientierung verloren.“ Es gäbe einfach „zu viele Sendeplätze für zuwenig Information“.<sup>4</sup>

Abb. 3: Untersuchungseinheiten der Sendungsanalyse ORF und ATVplus

Themen <sup>5</sup>	Die Presse	profil	Der Standard	Gesamt
1 Macht der Bilder	5	5	12	22
2 TV-Kritik	6	3	12	21
3 Print-Kritik	3	4	4	11
4 Propaganda/Manipulation	3	2	6	11
5 Journalistische Arbeitsbedingungen	4	1	4	9
6 Embedding	4	2	2	8
7 Medienpolitik	4	1	1	6
8 Zensur	4	1	1	6
9 Quellentransparenz	4	1	-	5
10 Kriegsrhetorik	2	-	2	4
11 Quoten-/ Werbeflaute	-	-	4	4
12 Selbstreflexive Kritik	-	2	1	3

Die „TV-Kritik“ ist naturgemäß meist verwoben mit der „Macht der Bilder“, jedoch nicht gleichzusetzen: Für die untersuchten Print-Produkte ist das Fernsehen Hauptangriffsziel und Lieblingsfeind. Selten nüchtern deskriptiv, häufiger polemisch und zynisch nähert man sich dem Fernsehen. Im Blickpunkt stehen vor allem Medieninszenierungen, leere Worthüllen, kaum zuordenbare Live-Bilder, fehlende Transparenz der Inhalte und die Einseitigkeit gezeigter Bilder: die irakische Seite bleibt meist außen vor.

Im restlichen Feld sind kriegsübliche Themen wie Propaganda, Zensur oder das thematisch relativ neue „Embedding“ anzutreffen. Interessant ist die Verwebung der Medienkritik: während das Fernsehen am meisten beäugt wird, sind andere Printmedien nur halb so stark betroffen. Die Selbstreflexion ist hierbei aber nicht eingerechnet, sie liegt bei allen Medien am unteren Rand der Themen und am letzten Platz des Gesamtspektrums.

<sup>4</sup> *Der Standard*, 24. März 2003.

<sup>5</sup> Mehrfachnennungen innerhalb eines Artikels möglich.

Abb. 4: Untersuchungseinheiten der Sendungsanalyse ORF und ATVplus

Akteure	Die Presse	profil	Der Standard	Gesamt
1 Medien	13	6	17	36
2 JournalistInnen	9	4	13	26
3 PolitikerInnen/Staaten	4	2	6	12
4 ExpertInnen	1	3	3	7

Die Akteure der Medienberichterstattung lassen sich in vier Gruppen einteilen, mit einer gleichmäßigen Häufigkeit in dieser Reihenfolge: Medien, JournalistInnen, PolitikerInnen/Staaten und ExpertInnen. Als Unternehmen mit Berichterstattungsverantwortung sind Medien oft der Mittelpunkt von Artikeln. Wie hat sich dieses und jenes Medium verhalten, wohin hat es KorrespondentInnen entsendet, wer ist „embedded“, wer berichtet wie, von wo, warum in welcher Qualität. Einzelne JournalistInnen sind etwas weniger relevant: nur bei besonderen Ereignissen, meist tragischer Natur oder bei ungewöhnlichem Gebaren einiger sind sie das Zentrum. Der NBC-Rauswurf *Peter Arnetts*, das Umkommen nicht „embeddeder“ JournalistInnen, der Wagemut einiger weniger ReporterInnen, in Bagdad die Stellung zu halten.

PolitikerInnen bzw. Staaten spielen vor allem im Medienpolitischen eine Rolle: Zensur, Propaganda und „Embedding“ sind hier die wichtigsten Hintergrundthemen. Der allgemein zaghafte Einsatz von ExpertInnen ist andererseits überraschend. Nur selten durften AutorInnen, Philosophen und SzenekennerInnen außerhalb des Journalismus zu Wort kommen.

### „Das Grauen der Wahrheit“ – Die Presse

- „Zwei Sender, zwei Welten, der gleiche Krieg“; *Karim El-Ganbary* analysiert am 26. März 2003 die Bilder der Kriegsberichterstattung von CNN und Al-Jazeera. Beide Seiten, die westlichen und die ara-

bischen Medien würden instrumentalisiert. „Die einen versuchen die Schrecken des Krieges im Interesse der US-Kriegspartei durch bunte Computeranimationen zu einem PC-Game herunterzuspielen. Al Jazeera zeigt Bilder ohne Moral, die beweisen sollen, dass die unbesiegbare US-Armee so unbesiegbar nicht ist.“

- „Plötzlich war *Robbie Williams* nicht mehr wichtig.“ Die Presse übt Kritik am ZDF-Kinderkanal KI.KA, der für Kinder vom Krieg im Irak berichtet. Dieser berichte in einer Gratwanderung zwischen der notwendigen Ernsthaftigkeit und der beruhigenden Normalität, dass das Leben in Europa trotzdem normal weiter gehe.
- *Wolfgang Langenbacher* vergleicht am 1. April 2003 die Kriegsberichterstattung von Vietnam- und Irakkrieg. Vietnam habe demnach die volle Grausamkeit des Krieges gezeigt, die Irakbilder seien hingegen blass und nicht erschreckend genug. Die Genfer Konvention sei hier fehl am Platz und die USA sollten ihre Zensur zurückschrauben.
- „America’s Bravest und Europe’s Best.“ *Andreas Unterberger* macht einen Streifzug durch die weltweite Kriegsberichterstattung der TV-Nachrichtensender: Desinformationen gebe es keine, westliche Medien würden die Fakten zwar durch eine patriotische, ideologische Brille sehen, jedoch erfände keiner welche oder lasse sie weg.
- „Das Grauen der Wahrheit – die ZIB auf neuem Blutkurs.“ *Andreas Unterberger* bezeichnet am 8. April 2003 das ZIB-Redaktionsteam als „hem-

munglose Sonntagsmannschaft, die den Weg für eine neue Spendenaktion“ im Visier hätte. Mit der Ausstrahlung der Bilder von verstümmelten und entstellten Kindern zeige der ORF zwar die Wahrheit und Realität des Krieges, es hätte jedoch eine Sendezeit abseits des Vorabends sein sollen.

- ZIB-Chefredakteur *Werner Mück* sieht sich am 10. April 2003 als Antwort auf obigen Artikel zu einem Leserbrief veranlasst: er dementiert obige Unterstellung. Zum Vorwurf nicht jugendfreier Bilder am Vorabend erklärt er: „Die Diskussion welche Kriegsbilder in der Zeit im Bild auch einem jugendlichem Publikum noch zumutbar sind, [...] führen wir in der Redaktion täglich.“

### „Wie im Pornokino“ – profil

- In *Reinhard Tramontanas* „profan“ vom 7. April 2003 wundert sich *Hans Mahr*, Informationschef von RTL, über den Unmut der Seher ob des medialen Aufwands im Irakkrieg; noch nie zuvor sei das Publikum „so direkt informiert worden“. Für *Tramontana* ist das Publikum eher „over-newsed, aber under-informed“.
- „Beide Momente – Bilderflut und Echtzeit – verdichten sich in der zentralen Figur dieser Kriegsinszenierung: dem ‚embedded journalist‘.“ *Isolde Charmin* setzt sich am 31. März 2003 mit den Eigenheiten der Irakberichterstattung 2003 auseinander und schlägt die Brücke zum Konflikt 1991: damals hätten die Bilder verschwommen gewirkt, es sei eine Distanz gewahrt worden, um die Zuseher nicht emotional zu involvieren. 2003 sei alles ‚live‘ – rund um die Uhr.
- „Al-Jazeera hat, so wird geschätzt, 45 Millionen arabischsprachige Seher, ein Publikum also, das nicht unbedingt mit *Saddam Hussein* sympathisiert, aber ganz gewiss in seiner überwältigenden Mehrheit mit dem ‚angegriffenen irakischen Volk‘ (O-Ton Al-Jazeera).“ *Georg Hoffmann-Ostenhof* blickt am 31. März 2003 nüchtern auf die CNN-Konkurrenz.

- Interviewpartner und Medientheoretiker *Boris Groys* fühlt sich bei der Irakberichterstattung im TV „wie im Pornokino“. Livebilder würden Echtheit und Glaubwürdigkeit demonstrieren, obwohl die Berichterstattung eher ein inszeniertes Kunstwerk sei: schockierend und ohne moralische Grenzen.
- In der Ausgabe vom 7. April 2003 schwenkt *Peter-Michael Lingens* in seinem Anti-Kriegs-Kurs um: „Viele Menschen können sich rühmen, diesen Krieg grundsätzlich abgelehnt zu haben, ich habe ihn nur „eher“ und wegen des beschriebenen Risikos abgelehnt.“
- Eine Woche danach geht *Lingens* selbstkritisch noch weiter: Die USA hätten recht gehabt, er sich bezüglich des Kriegseinsatzes getäuscht. „Die Bevölkerung von Bagdad jubelt, statt im Blut zu erstickten.“ Der Krieg habe weniger Unheil angerichtet als beseitigt.

### „Sorry, ORF-Guys“ – Der Standard

- *Gudrun Harrer* konstatiert am 15. März 2003, dass zwei Mechanismen besondere Fallen für die JournalistInnen im Irak bereithalten: Erstens, dass dem Irak aufgrund jahrelanger Propaganda und Falschinformation wirklich nicht zu glauben ist, zweitens, dass falsche Details nichts an der Einschätzung des Ganzen ändern. Nicht nur Kommentare seien nicht davor gefeit, aus „könnte haben“ ein „hat“ zu machen.
- *Harald Fidler* kritisiert schon am ersten Tag des Krieges den schlechten „Ton“, die Kriegsrhetorik der Berichterstattung. „Die Begrüßung des Tages lieferte *Dan Rather* von CBS: ‚Good Morning, Bagdad‘ zum Bombardement im Morgengrauen. Den Radiospruch kennt man aus Vietnam.“
- Am ersten Kriegstag widmet auch *Günter Traxler* seinen „Blattsalat“ der Berichterstattung über den Kriegsbeginn, allerdings mit nur einem Protagonisten: Der Presse. Kein „Medienspiegel“, sondern eine recht polemische Abfuhr an die Konkurrenz

war das Resultat. Die „Titel-Uhr“, die die Presse zur „originellen“ Metapher für *Saddam Husseins* abgelaufene Zeit bemühte, war dabei sein Lieblingsziel, stets mit Seitenhieben zur neuen Presse-Linie: Die Uhr würde denn vor allem dabei helfen, „dass jene Leser, die schon den Relaunch des Blattes nicht verstanden haben, wenigstens bei dem der Supermacht auf ihre Rechnung kämen.“ Gelungenermaßen, wie *Traxler* findet.

- Ein besonderes Schmankerl bot *Der Standard* ab Kriegsbeginn: das tägliche „TV-Tagebuch“, eine teils tragikomische Kommentarfläche. Gleich am Tag eins reflektierte *Gudrun Harrer* ihre Gedanken zum Spektakel Golfkrieg: Warum sie als Ressortchefin auch mal interviewt werden möchte, dass sie – „sorry, ORF-Guys“ – CNN aufgedreht hätte und ihr trotz stundenlangem Medienkonsum niemand sagen konnte, ob der Krieg nun begonnen hat oder nicht. Finales Urteil: Ihre Freunde in Bagdad wüssten auch nicht mehr. „Sie sehen CNN.“
- Das „TV-Tagebuch“ vom 22. März attestiert der Kriegsberichterstattung die mäßige Verbindung von „Krieg und Geist“: das Dilemma, dass öffentlich-rechtliche Anstalten fehlende Überprüfbarkeit vermeintlicher Kriegs-Fakten mit sinnlosen Lageeinschätzungen à la „Wie ist die Lage in Amman? – Äh, ruhig.“ überbrücken müssten.
- Oftmals würde die Zensur aber auch gar nicht gebraucht. Das US-Fernsehen, v.a. CNN und Fox seien mit Ansagen wie „Junge, die Iraker sollten besser einsehen, dass dies eine gewaltige Militärmacht ist!“ aus dem Munde von journalistisch arbeitenden Ex-Militärs wenig subtil in ihrer Meinungsmache. Im Mittelpunkt stünde nicht das Leid, sondern Politik und Taktik.
- TV-Tagebuch, 25. März: Die Tatsache, dass die Fronten – im Gegensatz zum 11. September 2001 – nicht mehr einheitlich geschlossen sind, erlaube nun auch „Medienkritik außerhalb der *Harald-Schmidt*-Show [...] Es scheint fast so, als entwickle der Info-War einen zarten, neuen Hang zur Differenzierung.“

- „Die Berichterstattung [...] ist gekennzeichnet von der Solidarität mit der kämpfenden Truppe, vom Aphrodisiakum der Gefahr, von der Faszination des Krieges [...]“ analysiert Gast-Autor *Michael Mayer* am 27. März 2003.
- „Ob man es nun ‚raw journalism‘ oder echtes Reality-TV nennt“, CNN hätte jedenfalls mit seiner umfassenden Berichterstattung Geschichte geschrieben. CNN-Präsident *Chris Cramer* spricht am 31. März 2003 vom Traum jedes/r JournalistenIn, das Publikum an den Schauplatz zu bringen, getötete CNN-ReporterInnen seien dabei eben in einem risikoreichen Gebiet gewesen. Embedding-Gegner seien Zyniker, während die Pragmatiker, wie auch CNN, eine Chance zur besseren Berichterstattung sahen, was auch passiert sei. Man könne stolz auf sich sein.

## Fazit

Die Medien haben ihre Feuertaufe bei der Begegnung mit der angloamerikanischen Zensur- und Propaganda-Maschinerie bestanden. Zumindest oberflächlich, möchte man hinzufügen. Ja, echte, kritische Reflexion der Berichterstattung hat eingesetzt, Quellen werden argwöhnischer betrachtet, journalistische Arbeitsbedingungen verstärkt durchleuchtet. Aber, ein Jahr nach dem (Medien-)Ereignis darf die Frage gestellt werden: Gab es dadurch eine bessere, transparentere Berichterstattung? Ja und nein. Ja, in Form klarerer Darstellung von Herkunft und Mechanismen der Nachrichtenproduktion. Nein, denn die JournalistInnen waren gegenüber strategisch geplanter Nachrichtenpolitik inklusive geschickter PR, nichtsagenden TV-Bildern und Kontrollmodellen wie dem „Embedding“ abermals machtlos.

Einziger Lichtblick erscheint das hierbei entstandene Bewusstsein für die Ohnmächtigkeit gegenüber dem Pentagon, das viele Medien davon abhielt, sich an Pools zu beteiligen, sondern lieber weniger, aber dafür zuverlässigere Information aus erster Hand zu erhalten. Ein Beispiel dafür waren jene JournalistInnen, die meist auf eigene Faust in Bagdad blieben.



Bezüglich der Selbstreflexion ist den Medien andererseits immer noch wenig Gehaltvolles zu entnehmen. Es scheint eine künstliche Distanz zur eigenen Berichterstattung zu geben, Relativierungen und Fremdkritik dominieren über weite Strecken. Da die untersuchten Medien selbst keine direkten Korrespondenten im Irak hatten, fiel dies leicht.

Abgesehen davon befindet sich der Medienjournalismus in Presse, profil und Standard in Bezug auf Umfang und Qualität auf einem hohen Niveau. Der Rhythmus der Berichterstattung ist in allen Medien ähnlich, in den Details unterscheidet man sich nur marginal. Die Reflexion ist also da, mit einem weiteren Konflikt könnte sie weiter verbessert werden. Im Kontext der parallel dazu stattfindenden Perfektion der „Nachrichtenlenkung“ seitens Militär, Politik und wirtschaftlicher TV-Vermarktung drängt sich andererseits die Frage auf, ob als Vision ein „reflektiertes Nichtwissen“ die Zukunft der Medien in Kriegszeiten sein könnte: Viel journalistische Selbst- und Fremdrelexion zu wenigen vertrauenswürdigen Fakten. Damit würden Medien einen Teil ihrer Aufgabe besser erfüllen – und einen anderen zwangsweise vernachlässigen: Die LeserInnen, HörerInnen und SeherInnen wären wieder so uninformiert wie im Vormärz der Massenmedien.

*Michael Roither, Daniel Schausberger, Richard Scheicher*

#### Zitate

„Es ist eine der bedauerlichsten Spätfolgen der Terroranschläge des 11. 9. 2001, dass diese Kultur der radikalen Offenheit durch den Zwang zum patriotischen Konsens heftig unter Druck geraten ist.“ Christoph Winder (Der Standard, 22. März) über den Großteil der US-Medien.

„Es kracht, brennt, scheppert, zischt – von der Front wird diesmal live berichtet. [...] Unabhängige Information und Orientierung vor allem der Seher und Hörer bleiben auf der Strecke.“ Christoph Prantner (Der Standard, 24. März)

„Wir wollen die Wirklichkeit des Kriegsverlaufs nicht verschleiern und nicht beschönigen. Wir haben bei weitem nicht alles gezeigt, was möglich gewesen wäre.“ ORF-Chefredakteur Werner Mück (zitiert nach: Der Standard, 25. März)

„Nirgendwo aber läuten die medialen Kriegsglocken heller als auf George W. Bushs Haussender, dem Fox-Kabelkanal des konservativen Medien-Tycoons Rupert Murdoch. Da kommt Kritik am Präsidenten glatter Blasphemie gleich.“ Martin Kilian & Robert Treichler (profil, 31. März)

„Wann auch immer man einschaltet, bekommt man das Gleiche zu sehen. Wie im Pornokino. Man verpasst nichts, egal, wann man ein- oder aussteigt.“ Boris Groys (zitiert nach: profil, 31. März)

„Informations-Skeptizismus ist modisch, aber un begründet. Selbst Hitlers Propagandamaschinerie, die das Hören von Feindbildern unter abschreckend strenge Strafen stellte, hat etwa Stalingrad in keiner Weise verheimlichen können. Umso weniger ist dies im jetzigen Krieg möglich.“ Andreas Unterberger (Die Presse, 1. April)

„Im Krieg gelten andere Regeln, wie bereits alle wissen, die das Kriegsgeschehen medial verfolgen. Wozu also diese Erregung.“ Anneliese Rohrer (Die Presse, 2. April)

„Endlich sind wir näher drauf und dran, wenn andere draufgehen – aber muss sich das so endlos hinziehen?“ Reinhard Tramontana (profil, 7. April)

„Nie zuvor in vierzig Jahren, die ich Kommentare schreibe, habe ich mich derart über meinen dramatischen Irrtum gefreut.“ Peter-Michael Lingens (profil, 14. April) widerruft seine erste Einschätzung über die Ungerechtigkeit des Irakkrieges.

„Öfter daneben ist auch konsequent.“ Günter Traxler (Der Standard, 15. April) über zwei seiner Journalistenkollegen.

# 15 *Neue Angebote der journalistischen Aus- und Weiterbildung*

► **In den vergangenen beiden Jahren** hat das journalistische Aus- und Weiterbildungsangebot einen weiteren Schub erfahren. Zu den bereits bestehenden Institutionen gesellten sich im Herbst 2002 die FH Joanneum in Graz mit einem neuen Studiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ und im Oktober dieses Jahres der Studiengang „Journalismus“ im Rahmen der Fachhochschul-Studiengänge der Wiener Wirtschaft. Zu erwähnen sind auch die Europäische Journalismusakademie (EJA), die im Jahr 2002 einem Relaunch unterzogen wurde und seitdem einen dreisemestrigen postgradualen Lehrgang anbietet, sowie das Vorarlberger Medienhaus, das ebenfalls seit 2002 Redaktions-Trainees aufnimmt, die in einem zwölfmonatigen Programm ausgebildet werden sollen. Veränderungen gab es auch im Universitätsbereich. Nachdem in Salzburg bereits im Oktober 2001 das sechssemestrige Bakkalaureatsstudium Kommunikationswissenschaft eingeführt wurde, folgte im Herbst 2003 die Universität Wien nach.

Mittlerweile zeichnet sich in Österreich immer mehr die Tendenz zu einem flächendeckenden Angebot ab, die Entwicklung der beiden letzten Jahre verstärkt diesen Trend. War die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses lange Zeit nur einigen wenigen Institutionen vorbehalten, gibt es mittlerweile in so gut wie jedem Bundesland Ausbildungsmöglichkeiten.

## **Fachhochschule der Wiener Wirtschaft: Studiengang „Journalismus“**

Mit dem Start des Studiengangs „Journalismus“ an der FH der Wiener Wirtschaft im September 2003 drängten 427 Bewerber auf einen der insgesamt 55 Studienplätze. Für Studiengangsleiter *Reinhard Christl*<sup>1</sup> ist dies ein Zeichen, dass er mit seinem Angebot auf

dem richtigen Weg ist. Der neue Lehrgang gilt als „der best gebuchte Österreichs“. Die Studiendauer an der Fachhochschule beträgt acht Semester und kostet, ausgerichtet nach den Studiengebühren der Universitäten, 363,36 Euro je Semester. Nach der Vermittlung der Grundkenntnisse im journalistischen sowie im kaufmännischen Bereich stehen die StudentInnen im dritten Semester vor der Wahl eines Schwerpunktes. Die Spezialisierung erfolgt entweder im Bereich journalistischer Arbeit oder auf Tätigkeiten im Managementbereich (Management von Tageszeitungen, Magazinen, Radio- und TV-Sendern, für Arbeit als MedienberaterIn, etc.).

Zentrales Thema während der gesamten Studienzzeit ist die Verbindung der Praxis mit Wissenschaft und Theorie. Dies erfolgt einerseits durch die LektorInnen (mindestens 50 Prozent kommen aus der Praxis – darunter *Birgit Fenderl, Nora Frey, Armin Thurnher* und *Paul Kraker*), durch das Pflichtpraktikum mit einer Dauer von 15 Wochen im siebten Semester und durch die Forschung, welche sich an der Praxis orientiert.

## **FH Joanneum Graz: Studiengang „Journalismus und Unternehmenskommunikation“**

Eine fundierte und praxisnahe Ausbildung für die Berufsfelder Journalismus, Unternehmenskommunikation und Medienwirtschaft wird seit Herbst 2002 an der FH Joanneum in Graz angeboten. In einem achtsemestrigen Vollstudium sollen praxisnahe journalistische Kompetenzen sowie umfassende Fachkenntnisse für Kommunikationsberufe auf dem Sektor Public Relations oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vermittelt werden. Die Studierenden – mit Start des zweiten Studiengangs im Herbst 2003 sind es insgesamt 56 – erhalten für diese Berufsfelder eine geisteswissenschaftliche Grundausbildung, die

<sup>1</sup> E-Mail von Reinhard Christl, Leiter des Studiengangs „Journalismus“, am 10. Dezember 2003.

insbesondere die Bereiche Kommunikationstheorie, Mediengeschichte, Medienanalyse und Medienkritik abdeckt. Neben wirtschaftlichen und strategischen Kompetenzen sollen auch zwei Fremdsprachen vermittelt werden.<sup>2</sup> Zu den Lehrbeauftragten zählen u. a. *Dieter Bornemann* (ORF), *Frido Hütter* (Kulturchef der Kleinen Zeitung) und *Wibke Weber* (Hochschule der Medien/Stuttgart).

Der Studiengang in Graz ist einer der wenigen im deutschsprachigen Raum, der jungen Menschen die Möglichkeit gibt, de facto bei Null zu beginnen. „Studenten aufzunehmen, die unmittelbar nach der Matura zu uns kommen, stellt für uns natürlich ein Wagnis dar“, erklärt Studiengangleiter *Heinz M. Fischer*<sup>3</sup>.

Um aus einer Zahl von jährlich 200 bis 300 BewerberInnen den oder die „Richtige“ auszuwählen, wurde ein vierstufiges Aufnahmeverfahren entwickelt, das von standardisierten Tests über eine Kreativklausur bis hin zu einem persönlichen Gespräch reicht. Für die Lehre nach dem dualen Prinzip „Journalismus und Unternehmenskommunikation“ hat sich die FH nicht zuletzt deshalb entschieden, um die Chancen der künftigen AbsolventInnen am Arbeitsmarkt zu erhöhen. „Würden wir nur im Bereich Journalismus ausbilden, könnte unser Konzept wahrscheinlich nicht aufgehen“, so *Fischer*. Ein besonderes Charakteristikum des Studiengangs ist auch hier die Praxisorientierung. Pro Semester stehen acht Wochenstunden für Projektarbeiten zur Verfügung, hinzu kommen ein Kurzpraktikum im vierten Semester sowie ein Praktikum während des siebten Semesters.

### Donau-Universität Krems

Veränderungen im Rahmen der Ausbildung gab es an der Donau-Universität Krems. Das Masterprogramm „Qualitätsjournalismus“ wird seit Herbst 2003 berufs begleitend angeboten. In drei Semestern absolvieren die TeilnehmerInnen 17 dreitägige und vier einwöchige Module. Print-, Radio- und Fernsehjournalismus werden dabei gelehrt. Zielgruppe sind diejenigen, die sich dem Journalismus zuwenden wollen oder bereits dort tätig sind und ihr Können vervollständigen wollen. Der Kurzlehrgang „Science Com-

municator“ dauert zehn Unterrichtstage und ist auf drei Blöcke aufgeteilt. In intensiven Workshops, Vorlesungen und Diskussionsrunden mit Fachleuten aus wissenschaftlichen Organisationen und Dienstleistungsunternehmen sowie Medien wird informiert, wie Wissenschaft im deutschen Sprachraum und den wichtigsten Industriestaaten organisiert ist.

Die Ausbildung richtet sich an WissenschaftsjournalistInnen, WissenschaftskommunikatorInnen und WissenschaftlerInnen. (Kosten der Ausbildung: 1.190 Euro) Der viermonatige Vollzeit-Universitätslehrgang „Fernseh-Journalismus“ geht im März 2004 in die vierte Runde. Die Studierenden lernen dabei in intensiven Workshops, Vorlesungen und eigenständigen Trainingsphasen das Agieren vor und hinter der Kamera. Die Ausbildung (3.200 Euro) ist nicht nur für JournalistInnen, sondern für alle, die mit audiovisuellen Medien professionell umgehen wollen, geeignet.

### Europäische Journalismus Akademie (EJA)

Zwei Jahre dauerten die Vorbereitungen zum Relaunch der Europäischen Journalismus Akademie (EJA), der im April 2002 abgeschlossen wurde. Das Konzept der EJA ist kein neues, am dreifachen Anspruch an Journalismus – Sachkompetenz, Vermittlungsfähigkeit und ethisches Reflexionsvermögen – wurde weiterhin festgehalten. Der Relaunch wurde jedoch notwendig, da die EJA von der Donau Universität Krems nach Wien übersiedelt war und das Lehrangebot auf drei Semester (2.950 Euro/Semester) verkürzt wurde. Wissenschaftlich ausgewiesene Hochschullehrer und Experten aus der Medien- und Wirtschaftspraxis sollen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Theorie und Praxis in der Ausbildung gewährleisten. Im Curriculum ist auch die Bildung von Studienschwerpunkten - unter anderem in den Bereichen Europäische Kultur- und Geistesgeschichte, Europapolitik, Zeitgeschichte, Wirtschaft, Ökologie und Wissenschaft - vorgesehen.

Das Konzept der EJA ist als Masterprogramm auf Universitäts-, Hochschul- oder Fachhochschul-Absolventen aller Studienrichtungen aus ganz Europa ausgerichtet und umfasst rund 1.100 Stunden.

<sup>2</sup> Aufgrund der geographischen Lage und im Zuge der EU-Osterweiterung ist für die Studierenden u. a. auch der slowenische Arbeitsmarkt von großer Bedeutung. Die Fremdsprache „Slowenisch“ ist deshalb auch Pflichtfach.

<sup>3</sup> Telefoninterview mit Heinz M. Fischer, Leiter des Studiengangs „Journalismus und Unternehmenskommunikation“, am 28. November 2003.

Maximilian Gottschlich<sup>4</sup>, Gründer/Leiter der EJA: „Ich halte eine postgraduale Journalistenausbildung als den Königsweg in den Journalismus. Auf das Fundament einer wissenschaftlichen universitären Grundausbildung wird die journalistische Vermittlungskompetenz aufgebaut und werden die Fragen der Methoden der journalistischen Vermittlung mit den inhaltlichen Fragen der Vermittlungsinhalte verknüpft.“

### Veränderungen im Universitätsbereich

Bereits im Wintersemester 2001/02 hat das Bakkalaureatsstudium Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg das bisherige – mit einem Nebenfach kombinationspflichtige – Diplomstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft abgelöst. In sechs Semestern mit insgesamt 88 Semesterstunden (davon 36 aus freien Wahlfächern) soll den Studierenden eine wissenschaftliche Berufsvorbildung vermittelt werden und sie für berufliche Tätigkeiten qualifizieren, welche die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden erfordern.

Wer sich im Rahmen des Studiums für den Schwerpunkt Journalistik entscheidet, hat eine Reihe von Pflichtlehrveranstaltungen aus der Journalistik zu absolvieren und muss außerdem den Nachweis einer facheinschlägigen Praxis im Ausmaß von mindestens acht Wochen erbringen. Zwei Bakkalaureatsarbeiten sind einzureichen, wobei eine der Arbeiten ein Thema aus dem Schwerpunkt Journalistik betreffen muss. Das Magisterstudium im Anschluss nimmt noch einmal drei Semester mit insgesamt 24 Semesterstunden (davon 10 aus den freien Wahlfächern) in Anspruch und dient der Vertiefung und Ergänzung der wissenschaftlichen Berufsvorbildung auf der Grundlage des Bakkalaureatsstudiums. Mit Beginn des Wintersemesters 2003/04 gibt es an der Universität bereits 91 Bakkalaureats-Abschlüsse.<sup>5</sup> Darunter fallen auch viele, die bisher als StudienabbrecherInnen galten und aufgrund des Berufseintritts das Studium nicht abschließen konnten. Mit der Einführung des Bakkalaureats-/Magisterstudiums ist nun auch für sie die Möglichkeit eines Abschlusses gegeben.

Im Vergleich zur Universität Salzburg wird das Bakkalaureats- und Magisterstudium „Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ in Wien erst seit Herbst 2003 angeboten. Schwerpunktfächer gibt es keine, die Spezialisierung erfolgt durch Wahlfachkombinationen. Ein wesentlicher Unterschied zu Salzburg liegt auch darin, dass das Magisterstudium in Wien vier Semester mit insgesamt 32 Semesterstunden beträgt. Da der Studienplan erst seit kurzem eingeführt wurde, bleibt die weitere Entwicklung in Wien abzuwarten. Institutsvorstand *Wolfgang R. Langenbacher*<sup>6</sup> gibt sich jedoch optimistisch, dass das Angebot großen Anklang finden wird.

„Am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft in Klagenfurt wird derzeit überlegt, ob bei einer (beabsichtigten) Studienplanänderung ein Bakkalaureats- und Magisterstudium eingerichtet werden soll“, so *Günther Stotz*<sup>7</sup>, Vorsitzender der Studienkommission „Publizistik und Kommunikationswissenschaft“ in Klagenfurt<sup>8</sup>. Eine Entscheidung dafür oder dagegen ist aufgrund unterschiedlicher Positionen diesbezüglich ausständig.

### Universitätslehrgang „Sportjournalismus“

Seit dem Wintersemester 2001/02 wird in Zusammenarbeit zwischen dem Institut für Sportwissenschaften und dem Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg der Universitätslehrgang „Sportjournalismus“ angeboten. Kosten der Ausbildung: 872,10 Euro/Semester. Mittlerweile gibt es die ersten AbsolventInnen, denen bei einer Dauer von vier Semestern (38 Semesterstunden bzw. 570 Unterrichtseinheiten) die journalistischen und sportwissenschaftlichen Grundlagen vermittelt wurden. Die Lehrveranstaltungen werden in geblockter Form abgehalten. Dadurch ist eine berufsbegleitende Ausbildung ermöglicht.

Maximal 40 TeilnehmerInnen haben zu Beginn des Wintersemesters die Möglichkeit, am Lehrgang teilzunehmen. Lehrgangsleiter *Erich Müller*<sup>9</sup> kann nach zweijährigem Bestehen des Universitätslehrgangs „Sportjournalismus“ und nach den ersten Abschlüs-

4 E-Mail von Maximilian Gottschlich, Gründer und Leiter der EJA, am 2. Dezember 2003.

5 Diese Abschlüsse betreffen Umsteiger vom alten Studienplan und alle Abteilungen des Instituts für Kommunikationswissenschaft. Die ersten offiziellen Bakkalaureats-Studierenden, also jene, die nicht umgestiegen sind, konnten im WS 2003/04 abschließen.

6 E-Mail von Wolfgang R. Langenbacher, Institutsvorstand Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, 1. Dezember 2003.

7 E-Mail von Günther Stotz, Vorsitzender der Studienkommission „Publizistik und Kommunikationswissenschaft“ in Klagenfurt, am 10. Dezember 2003.

sen ein positives Resümee ziehen. „Der Studienlehrgang hat sich sehr bewährt. Die große Nachfrage lässt darauf schließen, dass eine Marktlücke gefunden wurde. Schließlich gibt es in Österreich keine derartige fundierte Fachausbildung und im gesamten deutschsprachigen Raum nur wenig Ausbildung in Bezug auf Sportjournalismus“, so Müller.

## Status quo und Ausblick

Wie in den vergangenen Journalismusberichten bereits erwähnt wurde, sind der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) und die Journalistengewerkschaft im Jahr 1999 zu einer wichtigen Vereinbarung bezüglich der journalistischen Ausbildung gekommen. Als „Redakteur“ dürfen sich nur jene Personen bezeichnen, die das Journalistenkolleg des Kuratorium für Journalistenausbildung oder eine gleichwertige Ausbildung absolviert haben. Wie ist der Status quo dieser Vereinbarung im Jahr 2004? „Im Prinzip hat sich die Vereinbarung bewährt“, erklärt Hannes Schopf<sup>8</sup>, Sprecher des VÖZ.

Die Sozialpartner sind sich einig, dass die kollektivvertragliche Vereinbarung nicht nur auf dem Papier besteht. „Das ist eine sinnvolle und praxisnahe Geschichte und wird von den Verlagshäusern im Großen und Ganzen auch eingehalten“, so auch Franz C. Bauer<sup>11</sup>, Präsident der Österreichischen Journalistengewerkschaft. Dennoch wird darauf hingewiesen, dass diese Vereinbarung nur als Empfehlung und nicht als Zwang angesehen werden sollte, da es schließlich keine geregelte Ausbildungsverpflichtung gibt. „Die Übereinkunft ist vielmehr als moralische Verpflichtung zu werten“, so Schopf. Auch Meinrad Rahofer<sup>12</sup>, Geschäftsführer des Kuratoriums für Journalistenbildung, kann diesbezüglich eine positive Bilanz ziehen. „Einige Verlagshäuser nehmen diese Vereinbarung sehr genau. Viele kommen zu uns und sagen, sie müssen die Ausbildung bei uns machen, weil es vom Dienstgeber verlangt wird.“

In den vergangenen beiden Jahren ist das journalistische Aus- und Weiterbildungsangebot größer geworden. Angesichts der derzeit wenig rosigen Arbeitsmarktsituation für JournalistInnen stellt sich je-

doch die Frage, ob neue Ausbildungsstätten überhaupt notwendig sind. Das Verhältnis von „Aus- und Weiterbildungsangebot“ zu „Berufsaussichten“ scheint unausgewogen zu sein. Franz C. Bauer beurteilt die aktuelle Situation der JournalistInnenausbildung und den Bedarf am Arbeitsmarkt folgendermaßen: „Wenn man Studentinnen und Studenten gezielt in der Redaktion sieht und dahingehend ausgebildet, aber andere Richtungen wie die Ausbildung in den Bereichen Human Resources, Public Relations oder auch den Bereich der NGOs nicht berücksichtigt, dann muss man klar feststellen, dass hier eine Überproduktion an Studentinnen und Studenten erfolgt.“ Auf dem (rein) journalistischen Arbeitsmarkt sieht Bauer momentan die allergrößten Probleme. „Auch eine absehbare Trendwende der wirtschaftlichen Situation setzt sich nicht automatisch in zusätzliche Redaktionsjobs um“, so Bauer.

Glaubt man den Zukunftsprognosen für den journalistischen Arbeitsmarkt, so soll jedoch in den nächsten Jahren eine Besserung eintreten. Ob die in Hinblick auf den Arbeitsmarkt derzeit „antizyklische“ Produktion von Ausbildungsstätten in absehbarer Zeit Früchte tragen wird, bleibt abzuwarten. Bei den Institutionen gibt man sich jedenfalls optimistisch, die künftigen AbsolventInnen würden keine Probleme am Arbeitsmarkt haben, so der Tenor unter den Interviewpartnern. Neben einer Steigerung des Ausbildungsangebots zeichnet sich mit der Reform der Presseförderung, die Anfang Dezember 2003 im Nationalrat mit den Stimmen von ÖVP und FPÖ beschlossen wurde, ein weiterer Schub im Bereich der unternehmensinternen Ausbildung ab. Für das Jahr 2004 sollen immerhin 1,81 Mio. Euro in Form einer dritten Säule (neben allgemeiner und besonderer Förderung) dem Bereich „Zukunftssicherung“ zufließen. Konkret bedeutet dies finanzielle Unterstützung für Ausbildungsinstitutionen – mit Ausnahme der Universitäten – sowie Geld für Tages- und Wochenzeitschriften, sofern eigene Projekte für JournalistInnenausbildung, Ausbildungsförderung, Leseförderung oder Forschungsprojekte damit finanziert werden.

Susanne Holzmann, Elisabeth Rauchenzauer

8 Die Studienkommission wurde mit 31. Dezember 2003 im Zuge der Universitätsreform aufgelöst.

9 Interview mit Erich Müller, Leiter des Universitätslehrgangs „Sportjournalismus“, am 10. Dezember 2003.

10 Telefoninterview mit Hannes Schopf, Sprecher des Verband Österreichischer Zeitungen, am 21. Jänner 2004.

11 Telefoninterview mit Franz C. Bauer, Präsident der Österreichischen Journalistengewerkschaft, am 11. Dezember 2003 und am 21. Jänner 2004.

12 Telefoninterview mit Meinrad Rahofer, Geschäftsführer des Kuratorium für Journalistenbildung, am 15. Jänner 2004.

# 16

## Neues vom KfJ

► **Vor genau 30 Jahren**, 1974, begann in Österreich eine neue Ära im Journalismus: Ausbildungskurse für JournalistInnen. Dann dauerte es noch bis 1978, bis daraus eine eigenständige Struktur wurde: Das Kuratorium für Journalistenausbildung (KfJ). Seither wurde aus den Grundkursen das Österreichische Journalisten-Kolleg und anstelle der etwa fünf Kurse jährlich gibt es heute in der Österreichischen Medien Akademie über 40 Angebote pro Jahr.

Die Finanzierung der Aus- und Weiterbildung für Österreichs JournalistInnen erfolgte seit Beginn in erster Linie aus Mitteln der Bundespresseförderung, wenn auch in sehr unterschiedlicher Höhe. So wurde die Förderung in den vergangenen Jahren regelmäßig gekürzt, eine Aufrechterhaltung des Vollbetriebes schien bereits gefährdet. 2003 wurde nun nach jahrelangen Diskussionen und zahllosen Modellen die Bundespresseförderung insgesamt auf neue Beine gestellt und damit auch die Förderung der Aus- und Weiterbildung.

Während bisher nur institutionelle Einrichtungen gefördert wurden, können nun auch Redaktionen direkt Förderungen erhalten. Geändert wurde auch die Stelle, die die Mittel vergibt: Anstelle des Bundeskanzleramtes wird nun die KommAustria über die Subventionen entscheiden. Wie viel Geld die einzelnen Institutionen und damit auch das KfJ tatsächlich nach der neuen Regelung erhalten werden, ist noch unklar.

Das Gesetz sieht ja keine Summen vor, sondern teilt das Geld nur in Quoten den unterschiedlichen Töpfen zu. So erhält die JournalistInnenausbildung aus dem Topf „Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“ 39 Prozent. Diese 39 Prozent werden dann

auf die unterschiedlichen Institutionen und Einrichtungen aufgeteilt, wobei die einzelnen Tages- und Wochenzeitungen einen Zuschuss zu den Ausbildungskosten nur jeweils bis zu höchstens 20.000 Euro erhalten. Außerdem werden für die Verlage nur je ein Drittel der nachgewiesenen Ausbildungskosten gefördert.

Das KfJ soll laut Aussage der ExpertInnen zum ersten Mal seit Jahren wieder eine Steigerung der Förderung erleben. Damit wären neben der Durchführung und Sicherung der Seminare auch wieder neue Impulse und völlig neue Felder der Weiterbildung möglich, etwa ein Ausbau der Weiterbildungsangebote für die elektronischen Medien.

Der Trend zu hausinterner Weiterbildung, dem auch das neue Presseförderungsgesetz Rechnung trägt, zeigt sich seit einigen Jahren auch im Angebot des KfJ: Inhouse-Veranstaltungen machen bereits einen großen Teil des Angebotes aus. Der typische Weg ist, dass ein Chefredakteur anruft: „Ich möchte, dass meine Leute besser schreiben!“, oder „Wir stellen die Redaktion um, was können wir tun?“ Das KfJ entwickelt dann maßgeschneiderte Seminare für die einzelne Redaktion.

Neben Schreibwerkstätten sind Fotoworkshops, Interviewtraining oder Kommentarseminare häufig gebucht. Zunehmend suchen auch kleinere Redaktionen, etwa von Stadtmagazinen oder Gratiszeitungen, nach einem Weiterbildungsangebot für ihre MitarbeiterInnen. Hier wird oft ein mehrteiliges Programm entwickelt, das vom Recherchieren und Schreiben über Interview und Reportage bis zu Zeitmanagement, Blattkritik oder Gesamtkonzeption des Produktes reichen kann.

Eine zweite Möglichkeit der Inhouse-Ausbildung ist die Unterstützung des KfJ für Struktur und Durchführung einer hauseigenen Akademie. So ist das KfJ seit Gründung der NÖN-Akademie in St. Pölten eingebunden. Schon vor der Gründung der NÖN-Akademie gab es einen Gedankenaustausch, Konzepte wurden abgestimmt und Programmelemente vom KfJ entwickelt und angeboten. Seit der Gründung wird neben den Schreibwerkstätten hier vor allem der Zugang zu renommierten internationalen Referenten wie *Peter Linden*, *Michael Haller* oder *Guido Krizikowski* vom KfJ durchgeführt.

Diese Entwicklung in der Weiterbildung in den Verlagen und Redaktionen hat vor einigen Jahren eingesetzt. Nach einzelnen Veranstaltungen in den 90er Jahren, war im Jahr 2003 bereits der Großteil der über 40 KfJ-Veranstaltungen inhouse.

Eine völlig neue Ausbildungsschiene war im Jahr 2003 ein Lehrgang für behinderte Menschen, den das KfJ gemeinsam mit dem ORF und der Integration Österreich durchführte. Blinde, Rollstuhlfahrer und Gehörlose nahmen an diesem von der Universität Wien begleiteten Lehrgang teil. Die Ausbildung in den klassischen journalistischen Tätigkeiten wurde ergänzt durch Wissensblöcke wie Recht oder Ethik und vor allem abgerundet durch Praktika in österreichischen Medien. Bei der feierlichen Abschlussveranstaltung in Wien wurde vor allem eines klar: Die TeilnehmerInnen hatten viel gelernt, einen interessanten Einblick in die Medien und ihre Arbeitsweise erhalten und vor allem war eines entstanden: Ein Verständnis füreinander. Lehrende, JournalistInnen und MedienmacherInnen auf der einen Seite und die behinderten Menschen auf der anderen Seite hatten Vorurteile bemerkt und abgebaut.

Gefestigt und deutlich weiterentwickelt hat sich im Jahr 2003 auch die Internationalisierung der österreichischen Journalistenaus- und -weiterbildung. Neben den schon traditionellen grenzüberschreitenden Seminaren wie Management, in Zusammenarbeit mit

dem Medienausbildungszentrum in der Schweiz, oder einzelnen Angeboten mit deutschen oder dänischen Institutionen soll nun verstärkt auch auf Austausch von Wissen und Menschen gesetzt werden. Der Auslöser dafür war die Wahl des Geschäftsführers des KfJ im Frühjahr 2003 in den Vorstand der European Journalism Training Association und im September zum Vizepräsidenten dieser Vereinigung, in der über 50 Aus- und Weiterbildungsinstitutionen in über 20 Ländern zusammengeschlossen sind.

Trotz der schwierigen finanziellen Situation der Verlage in den vergangenen Jahren gab es in Österreich nicht nur keinen Rückgang in der Weiterbildung für JournalistInnen, sondern sogar eine Steigerung der Zahl der Seminare und der Zahl der TeilnehmerInnen. Im Gegensatz zu anderen Ländern, wo Aus- und Weiterbildungsinstitutionen in echte Existenzprobleme schlitterten, zeigten die Verlage in Österreich, dass sie den Wert der Aus- und Weiterbildung auch in finanziell schwierigen Zeiten richtig einschätzen und weiterhin auf eine Verbesserung der Qualität setzen.

*Meinrad Rabofer*

► **Mehr als zwei Jahre ist es nun her**, dass der österreichische Presserat durch die Austritts-Ankündigung des Verbandes Österreichischer Zeitungen (VÖZ) in seiner bisherigen Form zu existieren aufgehört hat. Trotz zahlreicher Bemühungen und Initiativen ist noch immer keine Nachfolgeeinrichtung in Sicht. Der im Jahre 1961 eingerichtete Presserat war allerdings auch in den vergangenen beiden Jahren weiterhin aktiv. Zwar traten die für die Entscheidung über Beschwerden vorgesehenen beiden Senate nicht zusammen, die eingehenden „Anrufungen“ an den Presserat wurden aber weiterhin vom Presserats-Ombudsmann bearbeitet. Ombudsmann *Peter Klar* konnte nach eigener Aussage in allen diesen Fällen im Vermittlungsweg Lösungen zwischen den Beschwerdeführern und den betroffenen Medienunternehmen bzw. Journalisten erzielen.<sup>1</sup>

Das Medienjahr 2002 beginnt für den österreichischen Presserat, wie das vergangene geendet hatte. Nachdem der VÖZ (Verband der österreichischen Zeitungen) kurz vor Jahreswechsel seinen Austritt bekannt gibt, ist die weitere Vorgehensweise zu Jahresbeginn nach wie vor offen. Die Gewerkschaft DJP (Druck, Journalisten und Papier) und der VÖZ hatten sich bei Gesprächen im Vorfeld darauf geeinigt, den Rat bis 31. März des Jahres in der bestehenden Form weiterzuführen. Parallel dazu sollte, unter Einbindung aller Trägerorganisationen, eine gemeinsame Lösung gefunden werden, die ab 1. April in Kraft tritt. Diese Frist wird schließlich in der Generalversammlung des Presserates am 21. Jänner 2002 bis zur Jahresmitte prolongiert. Der bisherige Vorsitzende *Paul Tvaroch* – ein Vertreter des VÖZ – tritt zurück, der Vorsitz sollte Turnus gemäß ab Jänner 2002 auf einen Vertreter der Gewerkschaft über gehen. Den

Vorsitz üben nun die Stellvertreter *Paul Vecsei*, *Christa Karas* (beide für die Journalistengewerkschaft) sowie *Katharina Kravagna-Pfeifer* (für den VÖZ) aus.

Mitte Februar treffen die Trägerverbände auf Einladung des Presseclubs Concordia zusammen. Der VÖZ betont die Bereitschaft zu konstruktiven Gesprächen, die Journalistengewerkschaft sieht allerdings eine „gestörte Gesprächsbasis.“ Dass der Austritt des VÖZ im Dezember als „öffentliche Scheidung“ geschehen sei, sieht Vorsitzender *Franz C. Bauer* nach wie vor als „Affront gegenüber dem Sozialpartner.“ *Bauer* stößt sich außerdem an einem Entwurf für die Neugestaltung des Rates, in dem die Gewerkschaft nicht als Trägerorganisation genannt wird.<sup>2</sup>

### Ehrenrat und Ethikrat

Anfang April meldet sich auch die Politik zu Wort. Die beiden Regierungsparteien ÖVP und FPÖ sprechen sich für einen journalistischen „Ehrenrat“ aus. Nationalratspräsident *Heinz Fischer* möchte eine Instanz, die eine „moralische und informelle“ Autorität darstellen soll.<sup>3</sup>

Wenige Tage später fordert *Peter Westenthaler* die Abschaffung des Presserats. An dessen Stelle solle ein „Ethikrat“ treten, meint er. Derzeit sei das Gremium „im Wesentlichen bedeutungslos, weil Leute, die nicht wirklich die Kompetenz und Befugnis haben, die Entscheidungen treffen“. Der Ethikrat solle auch die Möglichkeit erhalten, Sanktionen zu verhängen und „etwa Empfehlungen für gerichtliche Vorgangsweisen zu treffen“. Es gelte, Tendenzen der US-amerikanischen und britischen Boulevardpresse in Österreich zu verhindern. „Ich habe mich seit Jahren mit

1 Interview mit Peter Klar am 26. November 2003. In einem Fall sei die Vermittlung noch nicht erfolgt, da sich der Beschwerdeführer seit Monaten nicht mehr gemeldet habe.

2 APA 0321 2002-02-14/12:27

3 APA 0608 2002-04-10/16:36



journalistischer Ethik beschäftigt“, so *Westenthaler*. In Österreich sei es noch längst nicht so schlimm, obwohl die FPÖ in der Vergangenheit „zu 90 Prozent das Opfer“ gewesen sei.<sup>4</sup>

*Franz C. Bauer* bezeichnet *Westenthalers* Vorstoß als „weiteren Versuch, die Medien an die Kandare zu nehmen“ und erinnert an den „Sager“ des früheren FP-Chefs *Jörg Haider* von „Ordnung in den Redaktionsstuben“. Der Angriff auf den Presserat sei ein „Skandal“, so *Bauer*, der sich wundert, „warum die ÖVP dazu schweigt“.<sup>5</sup>

*Paul Vecsei* empfiehlt *Westenthaler* in seiner Reaktion, „in einem Lexikon nachzulesen, was Selbstkontrolle heißt“. Der FP-Klubobmann solle sich nicht „als die Gouvernante in Ethikfragen aufspielen. Der Herr *Westenthaler* ist nicht die moralische Instanz für journalistische Ethik.“ Die Medien bräuchten für „ihre Selbstregulierung niemandes Rat von außen und schon gar nicht aus der Politik“, betont *Vecsei* und fordert „mehr Sachlichkeit und Informiertheit“ statt „Schaumschlägerei“. *Westenthalers* „Diskreditierung“ der Presseratsmitglieder entgegnet er mit dem Hinweis, in dem Gremium sei „die erste Garnitur des österreichischen Journalismus“ vertreten.<sup>6</sup>

VÖZ-Präsident *Franz Ivan* steht *Westenthalers* Vorschlag „höchst skeptisch“ gegenüber. „Freiwillige Selbstkontrolle wurde seit Jahrzehnten vom Presserat wahrgenommen, und das soll auch weiter so sein – ungeachtet der derzeitigen Verhandlungen“, meint er. Der angedachte Ethikrat „geht an der Idee einer Selbstkontrolle total vorbei. Dies kann nur durch ein Organ erfolgen, das auch in die Medienbranche involviert ist. Ein Ehrenrat, wie er der Koalition offensichtlich vorschwebt, der nicht aus Journalisten oder Verlegern besteht, kann daher diese Funktion keinesfalls erfüllen“, betonte der VÖZ-Präsident.<sup>7</sup>

### Verlegermodell für „Presserat neu“

Anfang Juni scheitert eine weitere Verhandlungsrunde zwischen VÖZ und Journalistengewerkschaft. Das vom VÖZ vorgelegte Modell, nach dem neben den

Gründungsmitgliedern auch die Verlagshäuser mit je zwei Stimmen Mitglieder werden können, ist für die Gewerkschaft nicht akzeptabel.

*Bauer* kritisiert an diesem Vorschlag, dass die Mitgliedschaft für jeweils ein Druckwerk erworben werden könnte. Verlage mit vielen Titeln hätten dadurch mehr Stimmen. Die Gewerkschaft gibt zu bedenken, dass die Entsendung der Redakteure von einzelnen Redaktionen „faktische Abhängigkeiten“ schaffe. Das VÖZ-Modell stelle einen „Verlegerdisziplinarrat“ dar. Dazu *Ivan*: „Diesen Vorwurf kann ich nicht nachvollziehen, weil der Verband ja genauso in den Hintergrund tritt wie die Gewerkschaft. Die Selbstkontrolle soll von den Zeitungen wahrgenommen werden.“ Selbstkontrolle sei Sache von Journalisten und nicht von Verlagen, meint dagegen *Bauer*.<sup>8</sup>

Das Modell der Gewerkschaft, wonach ein Verein gegründet werden soll, in den VÖZ und Gewerkschaft je zehn und Concordia und Zeitschriftenverband je zwei Mitglieder entsenden, geht *Ivan* nicht weit genug: „Das würde nur ändern, dass diese Konstruktion rechtlich auf Vereinsebene gestellt wird.“<sup>9</sup>

Wenige Tage später gelten die Verhandlungen als endgültig gescheitert, nachdem die Gewerkschaft das Verlegermodell als „unpraktikabel“ ablehnt. „Bei dem Modell war doch von Reform keine Rede. Das einzig neue war, dass die Gewerkschaft hinaus soll“, so *Bauer*. Er betont, dass man weiter bemüht sei, „keine presseratslose Zeit“ entstehen zu lassen: „Unser Ziel ist es, weiterzuarbeiten“. Der VÖZ erklärt hingegen, dass seiner Ansicht nach „eine weitere Tätigkeit unter dem Titel Österreichischer Presserat weder legal noch legitim“ sei. „Das ist nicht unsere Rechtsmeinung“, sagt dazu *Bauer*. Rein formal seien die Ratsmitglieder bis Jahresende bestellt und weisungsfrei, ergänzt Präsidiumsmitglied *Paul Vecsei*.<sup>10</sup>

Am 28. Juni tritt der Presserat zu seiner letzten Sitzung in der bisherigen Konstruktion zusammen. Der VÖZ empfiehlt seinen Mitgliedern, den Presserat nach dem 30. Juni nicht mehr anzuerkennen.

Anfang August zeigt sich *Andreas Kohl* (ÖVP) besorgt darüber, dass sich der Presserat seit Monaten in

4 APA 0400 2002-04-11/13:54

5 APA 0400 2002-04-11/13:54

6 APA 0400 2002-04-11/13:54

7 APA 0601 2002-04-11/16:13

8 APA 0591 2002-06-06/16:05

9 APA 0591 2002-06-06/16:05

10 APA 0475 2002-05-24/15:20

vertragslosem Zustand befindet. Sollte bis Jahresende keine Lösung gefunden sein, will er eine parlamentarische Enquete initiieren.

Im Oktober sorgt eine Aussendung der Journalistengewerkschaft für Aufregung, in der eine „schärfere Gangart“ und „Informationsveranstaltungen“ angekündigt werden.<sup>11</sup> Verhandlungen der Trägervereine werden abgesagt, die Lage entspannt sich ein paar Tage später aber wieder.

### Weiteres Moratorium

So ist das Jahr 2003 vorerst von weiteren Einigungs-bemühungen in der Debatte um die Neugestaltung des Presserates gekennzeichnet. Die Chefredakteure *Harald Knabl* (NÖN) und *Claus Reitan* (TT) erhalten vom VÖZ das Mandat, mit den Gewerkschaftsvertreterinnen *Astrid Zimmermann* und *Roman Hummel* Gespräche über eine einvernehmliche Lösung zu führen und es werden in der Folge entsprechende Verhandlungen aufgenommen. In einer Punktation vom 19. März 2003 wird von dieser Vierer-Arbeitsgruppe festgehalten, dass eine grundsätzliche Einigkeit darüber bestehe, dass es einen Presserat geben solle und ein „Presserat neu“ bis zum Juni 2003 vorliegen solle.<sup>12</sup>

Die grundsätzlichen Auffassungsunterschiede über die rechtliche Basis sowie die Sanktionsmöglichkeiten dieses „neuen“ Presserates führten jedoch zu einem abermaligen Scheitern der Einigungsversuche. „Heute ist der Presserat tot, scheinot oder untot, je nach Sichtweise. Gerade jetzt wird wieder untersucht, ob durch den Gruftdeckel Klopfsignale dringen“<sup>13</sup>, schreibt *Engelbert Washietl*, Präsident der „Initiative Qualität“, im September. Auch der kurzzeitig lancierte Vorschlag, die Agenden des Presserates bei der KOM Austria anzusiedeln, wird als absurd verworfen.

### Chefredakteursmodell „Presse- und Leseranwaltschaft“

Ende Oktober wird ein so genanntes Chefredakteurs-Modell vorgestellt. Als „Presse- und Leseranwalt-

schaft“ bezeichnet *Claus Reitan*, Chefredakteur der Tiroler Tageszeitung das neue Modell. Nach Verhandlungen mit der Journalistengewerkschaft sei man zum Schluss gekommen, dass „ein Rückzug der Sozialpartner sinnvoll ist.“<sup>14</sup>

Nach dem Modell der Chefredakteure sollen VÖZ und Journalistengewerkschaft nicht aktiv involviert sein, sondern laut VÖZ-Generalsekretär *Walter Schaffelbofer* in einem Beirat vertreten sein. Allerdings sehe der Vorschlag vor allem „die Erweiterung des bisherigen Presse-Ombudsmanns“ vor. Gedacht ist demnach an eine Anlauf- und Vermittlungsstelle zwischen Bürgern und Medien. Schiedssprüche wie beim „alten“ Presserat gäbe es aber nicht. Der VÖZ begrüßt die Initiative als „guten Schritt“ um das „Vakuum“ zu füllen, das der alte Presserat hinterlassen habe.<sup>15</sup>

Bei einer Diskussionsveranstaltung der „Initiative Qualität im Journalismus“ (IQ) am 26. November in Wien zeigen sich die Gewerkschaftsvertreter ablehnend, als *Claus Reitan*, Chefredakteur der Tiroler Tageszeitung das von ihm und dem NÖN-Chefredakteur *Harald Knabl* erarbeitete und zwei Wochen vorher mit einer Gruppe von „zwölf bis fünfzehn“ Chefredakteuren akkordierte Modell der „Presse- und Leseranwaltschaft“ darlegt. Dazu soll ein Verein gegründet werden, dem Chefredakteure heimischer Tages- und Wochenzeitungen sowie der APA angehören. Die Vereinsmitglieder bestellen dann drei bis fünf renommierte Journalisten, welche in Beschwerdefällen zwischen Redaktionen und Lesern vermitteln. Maßgeblich für die Beurteilung wäre der Ehrenkodex der österreichischen Presse. Darüber hinaus schwebt den Chefredakteuren ein Beirat vor, dem neben den bisherigen Trägervereinen auch Vertreter der Initiative Qualität sowie des Kuratoriums für Journalistenausbildung (Kfj) und möglicher weiterer Initiativen angehören sollen.

Die Gewerkschaftsvertreterinnen lehnen das Modell der Chefredakteure als nicht demokratisch ab. Sie bevorzugen eine Reform des „alten“ Presserates nach Vorbild des deutschen Presserates<sup>16</sup> und sehen im

11 APA 0316 2002-10-22/12:47

12 Claus Reitan, Informationsabend „Presserat und Ehrenkodex“. Veranstaltet von der „Initiative Qualität im Journalismus“, 26. November 2003 in Wien.

13 Der Österreichische Journalist 2003, Heft 8+9, 27.

14 APA 0443 2003-10-27/15:05

15 APA 0407 2003-10-27/14:35

16 APA 0221 2003-11-27/10:58

Konzept der Chefredakteure eine Vorgangsweise, „als würden Esso, BP und Texaco die Einhaltung des Kyoto-Protokolls überwachen“.<sup>17</sup>

### Betriebsratsinitiative

Der jüngste Beitrag in der Debatte kommt seitens der Betriebsräte österreichischer Zeitungen. Diese gründen Mitte Dezember eine Plattform, in der eine „inhaltliche Diskussion“ geführt werden soll, wie Proponentin *Astrid Zimmermann* sagt. Von den Plänen der

Chefredakteure hält man nichts. Schließlich gehe es beim Presserat um Selbstkontrolle, betont sie. Da sei es nicht zu begrüßen, „wenn Chefredakteure, die ohnehin schon in den Redaktionen kontrollieren, ein weiteres Kontrollorgan bestimmen“<sup>18</sup>. Als ersten Schritt will sich die Plattform mit den Presserats-Modellen in Deutschland und der Schweiz auseinandersetzen.

*Florian Emminger*  
*Franz Rest*

# 18 Neues von der Qualitäts-Forschung

► **Wie schon in den vergangenen Jahren** sind auch im Berichtszeitraum 2002/2003 im Rahmen des internen Forschungs-Schwerpunktes „Qualität im Journalismus“ der Abteilung für Journalistik und Angewandte Kommunikationswissenschaft in Salzburg eine Reihe von Abschluss-(Diplom-)Arbeiten (Betreuer: Prof. *Hans Heinz Fabris* und Prof. *Rudi Renger*) entstanden, die im Folgenden kurz vorgestellt werden sollen:

### **Alge, Martina (2002): Qualität im Boulevardfernsehen? Eine vergleichende Analyse von „Explosiv“ (RTL) und „Brisant“ (ARD).**

In dieser Arbeit, deren Autorin zur Zeit an einer Dissertation mit dem Thema „Information in Unterhaltungssendungen“ arbeitet, ist zum einen die einschlägige Fachliteratur untersucht, zum anderen ein Vergleich von zwei deutschen Boulevard-TV-Magazinen durchgeführt worden. In einer detaillierten Fallstudie wurde die Berichterstattung über den Amoklauf vom 26. April 2002 in Erfurt nach Kriterien der Aktualität, Verständlichkeit, Objektivität, Transpa-

renz, Vielfalt, Ausgewogenheit, Menge, Richtigkeit und Relevanz überprüft. Die Ergebnisse sprechen deutlich für das ARD-Magazin, das mehr oder weniger alle Qualitätskriterien erfüllte, während dies für „Explosiv“ von RTL nur in zwei Fällen zutraf.

Damit erwies sich nach Meinung der Autorin, dass in erster Linie nicht das (Boulevard-)Format, sondern der Sender-Kontext für das (Nicht-)Erfüllen von Qualitätsansprüchen hauptverantwortlich erscheint. Das Ergebnis demonstriert aber auch, dass Boulevard-TV-Magazine sehr wohl Qualitätsansprüchen gerecht werden können, der vielzitierte „Spagat“ zwischen Qualität und Quote möglich ist.

### **Holzbauer, Daniel (2002): „Qualität“ als Thema der Journalistenausbildung – ein österreichisch-bayrischer Vergleich.**

Untersucht wurden hier unternehmensexterne Einrichtungen der Journalistenausbildung in Bayern und Österreich. Erhebungsmethode war eine schriftliche Befragung mittels standardisiertem Fragebogen.

<sup>17</sup> Diskussionsbeitrag Franz C. Bauer beim Informationsabend „Presserat und Ehrenkodex“. Veranstaltet von der „Initiative Qualität im Journalismus“,

26. November 2003 in Wien.

<sup>18</sup> APA 0415 2003-12-22/14:14

Aus den Ergebnissen zieht der Autor den Schluss, dass es mit dem Thema Qualität im Journalismus in der Aus- und Weiterbildung nicht gerade zum Besten steht. Dies gilt selbst für Einrichtungen, die Qualitätsjournalismus sozusagen zu ihrer Marke gemacht haben. Vor allem zeigte sich, dass die meisten Ausbildungseinrichtungen noch relativ weit von einem systemischen Verständnis von Journalismus entfernt sind. Beim Thema Qualität dominiert in erster Linie die Produkt-Ebene, während Wechselwirkungen zwischen dem Journalismus und wirtschaftlichen, (medien)politischen, kulturellen usw. Rahmenbedingungen weitgehend ausgespart werden.

**Schuller, Sandra (2002): Agenturjournalismus. Nachrichtenagenturen in Deutschland und Österreich. Ein Literaturbericht.**

Diese Arbeit muss hier insofern erwähnt werden, als der Bereich „Agenturjournalismus“ im Gesamtzusammenhang der Journalismusforschung seit jeher ein Stiefkind ist. Das feststellbare Journalismuswissenschaftliche Defizit äußert sich v. a. darin, dass die vorhandene Literatur weitgehend veraltet ist und längst mit den aktuellen Gegebenheiten am Nachrichtenmarkt nicht mehr übereinstimmt. Ziel der Verfasserin war es deshalb, auf der Basis einer Literaturanalyse eine „systematische Aufarbeitung und Akkumulation der vielfach weit verstreuten Forschungsergebnisse“ (S. 4) zum Thema Agenturjournalismus zu erstellen. Mit Hilfe eines meta-analytischen Ansatzes strebte *Sandra Schuller* die kritische Aufarbeitung der genannten Forschungslücke an, nämlich eine systematische Zusammenfassung theoretischer Ergebnisse zum Thema, „um den Stand in diesem Bereich auf einer höheren Ebene generalisieren zu können“ (S. 4).

Auf die Qualität im Agenturjournalismus geht die Autorin anhand der journalistischen Sprache und der – insbesondere von Nachrichtenagenturen – erwarteten Objektivität ein (Kapitel „Die Ware Nachricht“). Darüber hinaus liefert sie einen spannenden

Überblick zur Entstehung von Nachrichtenagenturen und eine Bestandsaufnahme der Agenturlandschaft in Deutschland und Österreich. Eine Darstellung der Instrumente im Agenturjournalismus soll klären, wie Nachrichtenagenturen arbeiten. Schließlich werden die vorhandenen Berufsbilder aufgezeigt, mögliche Ausbildungswege dargestellt und unterschiedliche Arten agenturjournalistischer Tätigkeiten und Berufsbilder in Agentur-Redaktionen diskutiert. Die Studie ist mittlerweile auch in Buchform erschienen.

**Schulz, Christoph (2002): Katastrophen- Kriegs- oder Friedensberichterstattung. Eine Analyse der Berichterstattung ausgewählter österreichischer Printmedien nach den Ereignissen des 11. September 2001 und dem darauf folgenden Gegenschlag.**

„9/11“ war *das* Medienerreignis des Jahres 2001. Gerade aber in solchen Krisensituationen lassen sich auch deutlich die Grenzen der Möglichkeiten der Informationsmedien und des Journalismus nachzeichnen. *Christoph Schulz* untersucht in seiner Diplomarbeit den journalistischen Output ausgewählter österreichischer Printmedien nach dem 11. September sowie nach dem 7. Oktober 2001 – dem Beginn des US-amerikanischen Gegenschlags in Afghanistan.

Er fragt danach, ob von österreichischen JournalistInnen etwa versucht worden sei, der Kriegsrhetorik sprachlich Paroli zu bieten, inwieweit die heimischen Medien Stellung bezogen hätten, welche Meinung aus den Berichten zu formulieren sei, welche Hauptakteure und Quellen zu benennen seien und was der Inhalt der vermittelten Pressebilder sei. Die daraus entwickelten Hypothesen kreisen v.a. darum, dass sich zum einen in Krisenzeiten die Informationsmedien durch die intensive Nutzung offizieller Quellen inhaltlich kaum unterscheiden würden (Einheitsjournalismus) und zum anderen bereits wenige Stunden nach den Anschlägen massiv Kriegsberichterstattung betrieben worden sei.

Die wichtigsten Ergebnisse der Arbeit deuten darauf hin, dass die journalistische Information un-

mittelbar nach den Ereignissen (zumindest der untersuchten österreichischen Medien) relativ klar als *Kriegsberichterstattung* einzuordnen sei. „Einige entscheidende Merkmale einer *Katastrophenberichterstattung* fehlen völlig, andere sind nur rudimentär vorhanden“, so der Autor (S. 106f). Auch eine *Friedensberichterstattung* (im Sinne *J. Gallungs*) sei im Untersuchungszeitraum nicht zu finden gewesen.

Eine Liste von „zehn Geboten“ des Krisenjournalismus wird von *Christoph Schulz* anhand seiner Untersuchungsergebnisse überprüft. Abschließend wird festgestellt, dass im Fall der 9/11-Berichterstattung „grundlegende Faktoren eines qualitativ hochwertigen Journalismus außer Acht gelassen“ worden seien (S. 113).

#### **Wetzelaier, Silke (2002): ARTE – Qualitäts-TV? Untersuchung der Programmqualität anhand der Kriterien Vielfalt und Originalität.**

„Arte“, das im Jahr 2002 sein zehnjähriges Bestehen feierte, erscheint trotz finanzieller Probleme und relativ niedriger Reichweite in mehrfacher Hinsicht interessant für Qualitätsanalysen. Dies gilt für das Konzept eines länderübergreifenden, europäischen Senders, den erweiterten Kulturbegriff, aber auch für das originelle grafische Konzept. Für viele Beobachter ist „Arte“ längst zu einer „Oase“ in der derzeitigen „Fernseh-Wüste“ avanciert.

Im Programm dominieren nach den Ergebnissen dieser Studie zwar Frankreich und Deutschland die Berichterstattung recht deutlich, doch ist das Gesamtspektrum der Nachrichtengeographie ebenso vielfältig wie das thematische. Eine Spezialität von „Arte“ sind ferner die Themenabende, die es ermöglichen, sich mit einzelnen Phänomenen gründlich und aus verschiedensten Blickwinkeln auseinander zu setzen. Die Autorin fasst ihre Überlegungen so zusammen: „Inhaltliche Qualität bzw. anspruchsvolles Fernsehen mag nicht für hohe Einschaltquoten sorgen, dennoch ist Arte erfolgreich, da es nicht die Masse anspricht, sondern sich an Menschen wendet, die gezielt Qualität im Fernsehprogramm suchen.“<sup>1</sup>

#### **Gothartsleitner, Manuela (2003): Qualität oder doch nur Quantität. Nachrichtensendungen im dualen Fernsehsystem der Bundesrepublik Deutschland.**

Die Autorin thematisiert in dieser recht ambitionierten Studie einmal mehr die sog. „Konvergenz-Hypothese“ und ihre unterschiedlichen Weiterentwicklungen und untersucht sekundäranalytisch die wichtigsten einschlägigen Arbeiten zum dualen Rundfunkmarkt in Deutschland. Im Kern geht es dabei um folgendes: „Gaben [... v.a. ARD und ZDF] Prinzipien und Qualitätsmaßstäbe auf, nur um die Publikumsgunst neben kommerziellen Anbietern erhalten zu können? Gibt es seitdem eine Vermehrung, eine größere Vielfalt und Breite, mehr Fülle an Informationen? Oder handelt es sich nur um eine Vervielfältigung von immer denselben (qualitativ schlechten) Nachrichteninhalten?“ (S. 7)

*Manuela Gothartsleitner* kann schließlich kein einheitliches Fazit ziehen, denn die Fernsehpraxis weiche durchaus von den Resultaten der einzelnen Studien ab. Es mangle insgesamt an einheitlichen Kriterien, Messinstrumenten und Maßstäben zur Dateninterpretation.

Darüber hinaus weist die Autorin kritisch auf die mangelhafte Einordnung neuerer TV-Formate hin. So werden etwa Talkshows zum einen als Informationsformat, zum anderen aber auch als Unterhaltungsformat kategorisiert. „Echte Konvergenz“ sei kaum feststellbar, wenngleich sich die jeweiligen „Nachrichtenformate beider Systeme einander annähert“ (S. 135) hätten. In den meisten Fällen lasse sich jedoch eine „gerichtete Konvergenz“, allerdings umgekehrt Richtung öffentlich-rechtlicher Anbieter nachweisen.

#### **Haslinger, Kristina (2003): Qualität im Nachrichtenjournalismus. Am Beispiel von „Oberösterreich heute“ und „Tirol heute“.**

Mittels Literatur- und Produktanalyse sowie Experteninterviews hat sich die Autorin mit der Frage be-

<sup>1</sup> Wetzelaier, Silke (2002). ARTE – Qualitäts-TV? Untersuchung der Programmqualität anhand der Kriterien Vielfalt und Originalität, 110.

schäftigt, inwieweit auch die Regionalnachrichten des ORF-TV Qualitätskriterien entsprechen. Ihr Interesse galt besonders den journalistischen Darstellungsformen, der Themenvielfalt, Verständlichkeit, Objektivität und (Quellen-)Transparenz.

Die Untersuchungsergebnisse bestätigen eine Reihe ähnlicher Studien, wonach die ORF-Information im Großen und Ganzen professionelle Standards erfüllt. In der analysierten Untersuchungswoche ließen sich einerseits ein relativ breites Themenspektrum, die Dominanz von Meldungs- und Berichts-Formen, ein deutlicher regionaler Bezug, Neutralität und Sachlichkeit, sowie Verständlichkeit, andererseits aber auch ein relativ hoher Anteil von Beiträgen ohne erkennbare Quellenangabe registrieren. Beide Bundesländer-Sendungen waren sich relativ ähnlich, Unterschiede ergaben sich bei den Top-Themen.

In ihrem Resümee meint die Autorin, dass die ORF-TV-Regionalnachrichten zwar nicht an die ZiB 1 heran kommen, trotz einiger Mängel aber doch als Qualitätssendungen bezeichnet werden können.<sup>2</sup>

80

### **Kaschnig, Hannes (2003): Zeitungsdesign – Entwicklungen und Tendenzen printmedialer Gestaltung.**

Zeitungsdesign ist eine vergleichsweise junge Disziplin. Hier wird der Versuch unternommen, die Entwicklungen und Tendenzen auf dem Gebiet der printmedialen Gestaltung wissenschaftlich zu erfassen und eine Gesamtdarstellung zur Thematik des Zeitungsdesigns und damit des sog. „optischen Journalismus“ zu geben. Die Tatsache, dass es im deutschsprachigen Raum dazu kaum wissenschaftliche Literatur gibt, war eine zusätzliche Motivation für Hannes Kaschnig seine Studie rund um die drei Bereiche (a) moderne Designkriterien, (b) Designentwicklung sowie (c) Designtendenzen aufzubauen. Dabei werden immer wieder auch Fragen zur Gestaltungsqualität aufgeworfen bzw. wichtige Hintergrundinformationen geliefert.

Veränderte Lesegewohnheiten, verbesserte Produktionstechniken, verstärkte Konkurrenz durch an-

dere Medien (Internet, Fernsehen, Radio etc.) – dies sind nur einige Gründe, die dafür sprechen, dass wir in Zukunft mit Relaunches und verbesserten Zeitungsdesigns in immer kürzer werdenden Abständen zu rechnen haben dürften. Zumindest stellt dies den gemeinsamen Nenner der hier ausgewerteten Experteninterviews dar. Als klar, übersichtlich, spannend, gut gewichtet und lesefreundlich werden die modernen *Designkriterien* beschrieben, die *Designentwicklung* spiegelt den Stellenwert der printmedialen Gestaltung als funktionales Transportmittel für die Zeitungsinhalte wider, als allgemeine *Designtendenzen* werden ein Bemühen gegen den „Einheitsbrei“ genannt, indem Vereinfachung, unverwechselbares Marken-Branding und zentrale Betonung des Wesentlichen in den Vordergrund gerückt werden. Alles in allem wichtige Qualitätsmerkmale für einen modernen, „optischen“ Journalismus.

### **Kohl, Alexander (2003): Die Inszenierung der Dritten Welt. Berichterstattung über Entwicklungsländer in der westeuropäischen Tagespresse.**

In dieser Arbeit wird die Medienpräsenz von Entwicklungsländern hinsichtlich ihrer Qualität und Quantität untersucht. Die Stichprobe der vergleichenden Inhaltsanalyse umfasste zehn große europäische, davon zwei österreichische Tageszeitungen, wobei der Autor in erster Linie der Frage nachging, auf welchem Qualitätsniveau sich die Berichterstattung über Entwicklungsländer in der westeuropäischen Tagespresse bewegt.

Aufgrund der hohen Frequenz von einschlägigen Medienberichten im Untersuchungszeitraum des Frühjahres 2003 – nicht zuletzt auch im Zusammenhang mit dem Krieg im Irak – kann nicht (wie üblich) von einer journalistischen Marginalisierung der Dritten Welt gesprochen werden. Weitere Defizite wie die Fixierung auf negative und krisenbehaftete Themen, die stereotype Darstellung und die wertende übergeordnete Perspektive in den Artikeln fanden hingegen auch in dieser Analyse vielfache Bestätigung: Die so

<sup>2</sup> vgl. Haslinger, Kristina (2003). Qualität im Nachrichtenjournalismus. Am Beispiel von „Oberösterreich heute“ und „Tirol heute“, 140.

genannten „K-Themen“ – Kriege, Krankheiten, Katastrophen, Kriminalität etc. – standen stets im Vordergrund und prägen nachhaltig, konflikt- und krisenreich unser Bild von der Dritten Welt. Im Großteil der untersuchten 1.043 Artikel spielen die westlichen Länder selbst eine zentrale Rolle. Ohne inhaltlichen Bezug zu einer Industrienation ist die Nachrichtenbarriere für ein Ereignis in der Dritten Welt offenbar zu hoch um thematisiert zu werden.

Im Vergleich zwischen Qualitäts- und Boulevardmedien zeigte sich, dass auch Qualitätszeitungen das ungenaue, themenarme, negativ behaftete und defizitäre Bild der Dritten Welt verstärken. So dürften Entwicklungs- und Schwellenländer auch im Zeitalter wachsender globaler Informations- und Kommunikationsnetze im Bewusstsein der modernen westlichen Gesellschaften weitgehend „terrae incognitae“ bleiben. Die Medien, die als informierende und aufklärende Instanz einspringen könnten, verfestigen diesen Zustand meist nur ohne Abhilfe zu schaffen.

**Preundler, Johann (2003): „Wahnsinns“-Nachrichten im ORF-Fernsehen. Analyse der BSE-Berichterstattung in der „Zeit im Bild“ 2000/2001.**

Wie brisant die Auswirkungen der Berichterstattung sein können, ließ und lässt sich am Beispiel von BSE gut studieren. Verantwortungsvollem Journalismus kommt in diesem Zusammenhang besondere Bedeutung zu. In seiner Arbeit hat sich der Autor zunächst allgemein mit dem Thema „Risikokommunikation“ als einem der wichtigsten Phänomene in unseren Gesellschaften, mit dem Stand der BSE-Forschung und dem Nachrichtengenre auseinandergesetzt. Im Anschluss daran wurde die gesamte ZiB 1-Berichterstattung in zwei Zeiträumen im Jahr 2001 untersucht.

Der ORF-Information wird insgesamt ein gutes Zeugnis ausgestellt. Das Konsumentenrisiko wurde hier, anders als in einigen Printprodukten, vergleichsweise realistisch eingeschätzt bzw. dargestellt. Auch der erste heimische BSE-Fall erfuhr keine be-

sondere Dramatisierung. In Hinblick auf verschiedene Qualitätskriterien wurden Mängel bezüglich der Verwendung von Archivmaterial aus Großbritannien, aber auch bezüglich der Perspektiven-Vielfalt (wenige Experten, viele Politiker) festgestellt. Die Gesamttendenz der Beiträge war eher sachlich.

Der Autor formuliert eine Reihe von Vorschlägen für die Verbesserung der Information in Hinblick auf künftige ähnliche Fälle der Risikokommunikation. Er gelangt zum Fazit, dass den ORF-Nachrichten allenfalls ein geringer Anteil an der massiven Verunsicherung der Fleisch-Konsumenten angelastet werden könne und die Berichterstattung größtenteils von „guter Qualität“ gewesen sei.

**Winkler, Thomas (2003): Qualitätskriterien für den Printjournalismus.**

Diese Arbeit hat sich das Ziel gesetzt, einen umfassenden Katalog allgemeingültiger Qualitätskriterien für Printprodukte zu erstellen und auf seine Praxistauglichkeit hin zu bewerten. Der Autor stützte sich dabei auf eine gründliche Literaturanalyse sowie Experten-Interviews. Es geht ihm dabei nach eigener Aussage nicht darum, „das verlangte Kochrezept zu liefern [...], da jeder journalistische Text ein individuelles Produkt ist, das nicht als Modell vorgezeichnet werden kann. Der in dieser Arbeit zusammengestellte Katalog könnte aber sozusagen als Aufstellung der Zutaten dienen, die einen qualitativ hochwertigen journalistischen Text ausmachen“.<sup>3</sup>

Untersucht wurden die Kriterien Informationsmenge, Relevanz, Richtigkeit, Transparenz, Sachlichkeit, Ausgewogenheit, Vielfalt, Verständlichkeit, Ethik und Verantwortung, Unterhaltung, Interaktivität und Orientierung. Auf diese Weise entstand eine Qualitäts-Checkliste mit 15 Kriterien, die als mehr oder weniger allgemeingültig für den Printjournalismus anzusehen sind. Eine Operationalisierung für die Praxis erscheint bei den meisten dieser Kriterien durchaus möglich, auch wenn es im Einzelfall immer wieder zu Interpretationsproblemen kommen mag.

<sup>3</sup> Winkler, Thomas (2003). Qualitätskriterien für den Printjournalismus, 7.

**Zentner, Michael (2003): Qualität als Anspruch. Eine Analyse der unternehmensintern gestellten Qualitätsanforderungen an das ORF-TV.**

Hier handelt es sich im Wesentlichen um eine Bestandsaufnahme der ORF-internen Qualitätsansprüche vor allem an die Adresse der MitarbeiterInnen. Dazu zählen u.a. das Redakteursstatut, die Programmrichtlinien (Informationsstatut), die Werberichtlinien, der Infratest, die interne Aus- und Weiterbildung, das Qualitätsmonitoring sowie diverse Mitteilungen, mit deren Hilfe etwa Inhalt und Auswirkungen des neuen ORF-Gesetzes mit seinen vom Gesetzgeber quasi von „außen“ formulierten Qualitätsanforderungen erläutert wurden.

Die Arbeit konzentriert sich auf den TV-Sektor, im Mittelpunkt stehen eine Literaturanalyse inklusive dem Vergleich mit qualitätssichernden Maßnahmen

bei anderen öffentlich-rechtlichen Rundfunkorganisationen (BBC, SRG, WDR, SWR, HR) sowie die Auseinandersetzung mit den einschlägigen Texten.

In seinem Resümee kommt der Autor zum Schluss, dass es im ORF eine ganze Reihe interner Vorkehrungen zur Qualitätssicherung – in der Regel freilich ohne besonderen Qualitäts-Hinweis – gibt, die eine Umsetzung der extern gestellten Ansprüche im Unternehmen sichern sollen. Dennoch bleiben einige Punkte offen. Beim Qualitätsmonitoring gibt es keinen nachvollziehbaren Soll-Ist-Vergleich, der wichtigste Programmsektor, die Unterhaltung, blieb bisher weitgehend unberücksichtigt. Von einer Realisierung des Qualitäts-Managements könne nur in Ansätzen gesprochen werden.

*Hans Heinz Fabris  
Rudi Renger*



# 19 *Unterhaltungsmagazine von ORF und ATVplus: ein Qualitätsmonitoring*

► **Die ORF-Geschäftsführung** lässt seit dem Jahr 1997 von der Marktforschungsfirma Fessel + GfK regelmäßig ein Qualitätsmonitoring durchführen, um eine objektive Darstellung über die Erfüllung des öffentlich-rechtlichen Auftrags vorzunehmen. Diese Programmevaluierung ist hauptsächlich auf den Bereich Nachrichten und Information aus Politik, Kultur, Sport und Wissenschaft beschränkt, wobei Instrumente der Inhaltsanalyse und der Publikumsforschung zur Evaluierung der Sendungsqualität herangezogen werden.<sup>1</sup> Unterhaltungssendungen fanden bislang im Rahmen des Qualitätsmonitorings keine Beachtung, obwohl das Nutzungsverhalten der Fernsehzuschauer sehr deutlich zeigt, dass es sich beim Fernsehen vor allem um ein Unterhaltungsmedium handelt.<sup>2</sup> Deshalb erscheint es notwendig, dass auch non-fiktionale (Talkshows) und fiktionale (Serien, Spielfilme) Unterhaltungsangebote einem Qualitätsmonitoring unterzogen werden.

Aus diesem Grunde soll die vorliegende Analyse anhand der ORF-Magazine „Vera“, „Thema“, „25 – das Magazin“ und des ATVplus-Magazins „Echt – die Redaktion“ klären, ob es sich bei Unterhaltungsformaten überhaupt um qualitativ wertvolle Genres handelt.

## **Interne Qualitätssicherung**

Die öffentlich-rechtliche Schweizer Radio- und Fernsehgesellschaft SRG bildete in ihrem deutschsprachigen Schweizer Fernsehen DRS die Vorreiterrolle für ein Modell zur Bewertung des Sendererfolgs. Dieses Modell wurde in angepasster Form von mehreren ARD-Rundfunkanstalten sowie vom ZDF übernommen, wobei die wichtigsten Zielkriterien des ZDF Kosten, Sehbeteiligung und Qualität sind.<sup>3</sup>

Da es beim ORF selbst, wie auch bei ATVplus, bisher noch keine interne Controllingstelle zur Qualitätssicherung gibt, ähnelt das ORF-Qualitätsmonitoring einer reinen Ergebnis- und Outputevaluation, die sich hauptsächlich auf die Sendungsanalyse und auf die Publikumsforschung bezieht.

## **Sendungsanalyse**

In Anlehnung an die Qualitätskriterien von *Schatz* und *Schulz, Ruß-Mohl* und *Hagen* wurde ein Kriterienkatalog zur Messung der Qualität von ausgewählten Unterhaltungssendungen des ORF und bei ATVplus erstellt. Für die Sendungsanalyse sind die Kriterien Aktualität (Anteil an aktuellen Inhalten zu dem Ereignis), Komplexitätsreduktion (syntaktische und grammatikalische Gestaltung von Sätzen), Themenvielfalt (Anzahl verschiedener Themen), Quellentransparenz (Angabe der Herkunft direkter und indirekter Quellen) sowie Relevanz (Vollständigkeit der Beiträge bezüglich Auslassungen, Über- oder Unterbetonungen von wichtigen Fakten und fehlender Erläuterungen) von Bedeutung. All diese Kriterien können für eine Analyse von einzelnen Sendungen angewandt werden. Als Untersuchungsobjekte wurden die Unterhaltungssendungen des ORF „Thema“, „Vera“, „25 – das Magazin“ und das ATVplus-Magazin „Echt – die Redaktion“ gewählt.

Der Analysezeitraum beschränkt sich auf drei vollständig zusammenhängende Wochen, wobei der Montag, 1. Dezember 2003, den Beginn und der Sonntag, 21. Dezember 2003, das Ende der Sendungsanalyse bildet. Während dieser Zeit wurden alle Sendungen aufgezeichnet und anhand der fünf ausgewählten Qualitätskriterien analysiert.

1 vgl. Bretschneider R./ Hawlik J.(2001). Programm und Auftrag – Zwischen Qualität und Quote. ORF: Wien, 44f.

2 vgl. Breunig, C. (1999). Programmqualität im Fernsehen. In: Media Perspektiven 3/1999, 98.

3 vgl. Bosshammer, Sibylle (2001). Quantität statt Qualität. Fernsehnachrichten im dualen Mediensystem unter besonderer Berücksichtigung von Qualitätskriterien. Universität Frankfurt am Main: Diplomarbeit, 182ff.; Breunig, C. (1999). Programmqualität im Fernsehen. In: Media Perspektiven 3/1999, 94ff.

**Abb. 3 : Analysewoche ATVplus –  
Sendungen und Filme in der Prime Time**

**Untersuchte Sendungen:<sup>A</sup>**

„Thema“ (ORF 2):	2 Sendungen
„Vera“ (ORF 2):	3 Sendungen
„25 – das Magazin“ (ORF 1):	12 Sendungen
„Echt – die Redaktion“ (ATVplus):	17 Sendungen

**Codierter Zeitraum pro Tag:**

Mo:	21.05-22.00 Uhr (Thema)
Do:	21.05-22.00 Uhr (Vera)
Mo-Fr:	18.30-19.00 Uhr (25 – das Magazin) <sup>B</sup>
Mo-Sa:	18.30-19.00 Uhr (Echt – die Redaktion) <sup>C</sup>

**Untersuchungszeitraum:** 1.12.-22.12.2003

**Insgesamt codierte Tage:** 19 Tage

**Insgesamt codierte Minuten:**

„Thema“:	90 Minuten
„Vera“:	105 Minuten
„25 – das Magazin“:	300 Minuten
„Echt – die Redaktion“:	510 Minuten

Summe (in drei Wochen): **1.005 Minuten**

**Insgesamt codierte Sendungen:** 33 Sendungen

**Insgesamt codierte Beiträge:**

„Thema“:	8 Beiträge
„Vera“:	19 Beiträge
„25 – das Magazin“:	89 Beiträge
(7-8 Beiträge pro Sendung)	
„Echt – die Redaktion“:	78 Beiträge
(5 Beiträge pro Sendung; Sa: 6 Beiträge)	

Summe aller codierten Beiträge: **194 Beiträge**

Auf Basis der täglichen Berichterstattung der beiden Boulevardmagazine und der wöchentlichen Ausstrahlung der Unterhaltungsmagazine war es möglich, die Sendungen im Zeitverlauf ohne inhaltliche Konzessionen nachzuvollziehen. Insgesamt wurden 33 Unterhaltungssendungen untersucht, welche die Analyseeinheiten der Untersuchung bilden (siehe dazu die nebenstehende Tabelle).

**Legende**

- A Am Montag, 8. Dezember 2003, entfielen wegen dem Feiertag die Sendungen „25 – das Magazin“; „Echt – die Redaktion“ sowie „Thema“. Da „Thema“ auch am 15. Dezember 2003 entfiel, wurde die Sendung vom 22. Dezember 2003 (außerhalb des festgelegten Untersuchungszeitraums) zusätzlich für die Analyse herangezogen. Die „Vera“-Sendung vom 4. Dezember 2003 entfiel aufgrund der Gala-Sendung für den 100. Geburtstag von Johannes Heesters. Daher wurde die folgende Sendung vom 11. Dezember 2003 (Jahressendung, Dauer 1¾h, entspricht zwei „Vera“-Sendungen) herangezogen. Bei „25 – das Magazin“ entfielen folgende Sendungen wegen Sportübertragungen: am Fr, 5. Dezember 2003, (Fußball-WM) und am Mo, 15. Dezember 2003 (Ski Alpin Übertragung).
- B „25 – das Magazin“: keine Wochenendausgabe
- C „Echt – die Redaktion“: Wochenendausgabe: Sa, 18.15-18.45 Uhr (Wiederholung der Beiträge von Mo-Fr)

## Analyseergebnisse:

### Aktualität der Berichterstattung

Das Kriterium der Aktualität wird von allen vier Magazinen erfüllt, wobei jedoch das ORF 2-Magazin „Thema“ besonders durch seine tagesaktuelle Berichterstattung auffiel, da es ausschließlich die Themenspektren der momentanen Probleme in Gesellschaft, Krankheit und der Gewaltproblematik bei Kindern behandelt wurden.

Auch das Magazin „Vera“ weist eine hohe Aktualität in seiner Berichterstattung auf, wobei fast alle gesendeten Beiträge als aktuell einzustufen waren (von 19 Beiträgen waren 14 aktuell, lediglich 5 waren als pseudoaktuell einzustufen), genau wie das Boulevardmagazin „25-das Magazin“ (von 71 untersuchten Beiträgen entsprachen 68 dem Aktualitätskriterium; lediglich drei Beiträge waren nicht wirklich aktuell).<sup>4</sup>

Das ATVplus-Magazin „Echt – die Redaktion“ ist von allen vier untersuchten Magazinen jenes, welches durch eine erhöhte Anzahl an Pseudoaktualität bestricht. Im Ganzen jedoch ergab die Analyse, dass auch dieses Magazin als aktuell einzustufen ist, da die Mehrzahl der Beiträge tagesaktuell waren (von insgesamt 60 untersuchten Beiträgen waren 47 aktuell und 13 nicht aktuell).

### Themenvielfalt

Die Vielfalt der Themen in den Beiträgen ist besonders stark beim ORF1-Boulevardmagazin „25 – das Magazin“ ausgeprägt. Während der drei Untersuchungswochen wurden bei diesem Magazin insgesamt 21 verschiedene Themenrubriken gezeigt, wobei besonders die Themen „Prominenz“ (tägliche Rubrik „Star-News“ mit drei bis fünf Neuigkeiten aus der Welt der Reichen und Schönen), „Musik“ (Konzerte), „Winter/Weihnachten“ (tägliches Adventkalender mit Geschenk-Tipps als Anregung für die Zuschauer, Test über „Boarderwear“, wöchentliche „Pistenchecks“, Jagd auf den Weihnachtsmann, Snow-

boarderparty in Seefeld, Spendensammlungen vor Weihnachten), „Quiz“ (tägliches „Wissens-Check“ mit Gewinnchance) und „Starmania“ (aktuelle Entwicklung über die Finalisten) vorherrschend waren.

Das ATVplus-Boulevardmagazin „Echt – die Redaktion“ wies insgesamt 14 unterschiedliche Themenrubriken auf, wobei die Themen „Tiere“ (meistens pseudoaktuelle Berichte über ausgebrochene wilde Tiere, Tierschmuggel u.ä.), „Wochenserie“ (jede Woche wird von Montag bis Freitag eine neue Serie ausgestrahlt), spezielle „Weihnachtsbeiträge“ (Kalorienbomben auf den Weihnachtsmärkten, Aufbau der Eiskrippe in Graz, Krampus, Weihnachtsdeko zum Selberbasteln, Weihnachtslieder-Test, last-minute-Weihnachtsgeschenke), „Sex/Erotik“ (Aktmaler malt nackte Engel, Stripteaseparty im Wiener Stadtschulrat, Weihnachtskarten mit Nackedeis, knappe Outfits für Rotlicht-Damen) und „Skurriles“ (Kontakt mit Elvis im Jenseits, stärkster Mann Österreichs, Gebrauchtwagenhändler hat eigene Radarfalle, Fahrschule mit Ferrari und Porsche, High-Tech-Grab) überwiegen.

Das ORF 2-Magazin „Thema“ wies im Untersuchungszeitraum insgesamt sieben verschiedene Themenrubriken auf, wobei keine Schwerpunktsetzung zu erkennen war, da alle Rubriken gleich oft ausgestrahlt wurden (Bsp: Prominente, Tod, Krankheit, Kriminalität, Soziales, u.a.). Es lässt sich jedoch eine leichte Tendenz zu Beiträgen über besondere Krankheitsfälle in unserer Gesellschaft erkennen.

Beim ORF 2-Magazin „Vera“ lässt sich von insgesamt zehn verschiedenen Themenrubriken eine starke Tendenz hin zu „Musik“-Beiträgen (immer verbunden mit dem Auftritt des jeweiligen Künstlers im Studio) und zu „sozialen Themen“ (freiwillige Helfer im Irak-Krieg, Stiftungsgründung, Patenschaft für ein chilenisches Mädchen) erkennen.

### Komplexitätsreduktion

Die Untersuchung der vier Magazine hinsichtlich ihrer Verständlichkeit und Faktentreue zeigte, dass vor

<sup>4</sup> Ausgenommen vom Aktualitätskriterium wurden die Rubriken Quiz, Lovecorner und neuer Look, da es sich hierbei um Serviceleistungen handelt, die nicht durch journalistische Qualität zu messen sind.

allein die beiden Boulevardmagazine „25 – das Magazin“ und „Echt – die Redaktion“ eine Sprache verwenden, die hauptsächlich auf ein junges Zielpublikum ausgerichtet ist. Dies ist nicht nur durch die jugendliche (Mode-)Sprache (in, hip, trendy, megacool) und durch eine Vielzahl an Anglizismen (Lifestyle, neuer Look, Wissens-Check, Star-News, Love-Reporter, Lovecorner, Boarderwear, Pistencheck, Movie-time, Future-Guide, Shooting-Star, Hot-Spots) zu erkennen, sondern auch durch die direkte Adressierung der Zuschauer („daran seht *ibr*; soviel von *euch* haben beim Gewinnspiel teilgenommen; wenn *ibr euch* als Single der Woche bewerben wollt; die Tierschützer *unter euch*; viele Zuschauer *unter euch* wollen nach dem gestrigen Beitrag Willy helfen).

Die beiden ORF 2-Magazine „Thema“ und „Vera“ wirken in ihrer Sprachwahl hingegen weitaus gewählter und seriöser, da sie scheinbar auf ein Publikum von der mittleren Altersklasse aufwärts ausgerichtet sind. Zudem weisen diese beiden Magazine eine ungleich größere Faktentreue auf, was vor allem bei Beiträgen über die Themenbereiche Krankheit, Medizin, Gewalt/Missbrauch, Tod und Kriminalität festzustellen war. So sind bei „Vera“ immer wieder Ärzte eingeladen, um über das aktuelle diskutierte Krankheitsbild zu sprechen, wie auch bereits erfolgreich geheilte (ehemalige) Patienten. Bei „Thema“ werden die behandelnden Ärzte des jeweiligen Krankenhauses, in welchem der Patient untergebracht war, sowie Eltern und Verwandte des Patienten interviewt, die detaillierte Auskünfte über den bisherigen bzw. momentanen Gesundheitszustand des Patienten geben und medizinische Fachausdrücke genau erläutern. Weiters werden Vorstände von Gesundheitseinrichtungen (GKK, Kinder-Krebs-Hilfe), Psychotherapeuten, Heimleiter und zu Kriminalfällen die Staatsanwaltschaft, Polizei und die behandelten Notärzte interviewt.

Diese Faktentreue ist bei den Boulevardmagazinen „25 – das Magazin“ und „Echt – die Redaktion“ nur in sehr geringem Ausmaß festzustellen. Experten werden nur selten und sehr kurz zu ihrem Standpunkt befragt. Da bei „25 – das Magazin“ der Themen-

schwerpunkt auf Starmania, Promis und Show-Business liegt, sind Expertenmeinungen bei diesen Themenbereichen ohnehin hinfällig.

## Relevanz

Weder bei „Thema“, noch bei „Vera“ oder bei „25 – das Magazin“ waren Auslassungen von wichtigen Fakten, eine Überbetonung oder Unterbetonung derselben, noch fehlende Erläuterungen zu erkennen.

Lediglich das ATVplus-Magazin „Echt – die Redaktion“ wies teilweise Auslassungen oder Überbetonungen von unnötigen Fakten, wie auch fehlende Erläuterungen auf. So wurden beispielsweise die wenigen Fakten bei Beiträgen über Skurrilitäten, Sex/Erotik, speziellen Tests, Wochenserien, Weihnachtsgeschenke-Kauf-Tipps sehr oft wiederholt und gingen unnötigerweise zu sehr ins Detail (Beiträge über Krankheiten wurden zu stark aus der Opferperspektive beleuchtet, Expertenaussagen waren mangelhaft).

Bei der Samstagsausgabe des Magazins „Echt – die Redaktion“ waren alle sechs Beiträge eine 1:1 Wiederholung (ohne Änderungen) von Beiträgen, die bereits unter der Woche gesendet wurden. Diese unnötigen Wiederholungen und der Mangel an verschiedenen Blickwinkeln haben eine einseitige Berichterstattung zur Folge.

Alle Magazine wiesen eine starke Tendenz zu einer jahreszeitlichen Berichterstattung auf: so lag der Schwerpunkt bei fast allen Themen rund um das Thema Winter, Weihnachten und Geschenke-Kauf.

## Quellentransparenz

Die Angabe direkter Quellen überwiegt ausnahmslos in allen Magazinen, welche hauptsächlich durch Ärzte, Therapeuten, Sozialbedienstete, Krankenschwestern und die Patienten selbst in direkten Aussagen gedeckt sind. Vor allem bei „Thema“ und „Vera“ überwiegen die direkten Quellenangaben. Bei „25 – das Magazin“ und bei „Echt – die Redaktion“ sind zwar auch direkte Quellenangaben zu erkennen, jedoch ist hier die Anzahl deutlich geringer.

Bei allen Magazinen ist eine sehr geringe Angabe indirekter Quellen zu erkennen, da die Betroffenen meistens selbst zu Wort kommen und kaum Statements durch Dritte abgegeben werden. Am häufigsten waren diese bei „Thema“, gefolgt von „Vera“, „25 – das Magazin“ und „Echt – die Redaktion“ zu finden.

### **Fazit: Qualität in Unterhaltungssendungen durchaus vorhanden**

Die Analyse der vier Unterhaltungssendungen des ORF und von ATVplus ergab, dass alle vier Magazine als relativ qualitativ voll wertvoll einzustufen sind. Besonders das ORF2-Magazin „Thema“ besticht durch hochqualitative journalistische Berichterstattung, da es als einziges Magazin alle untersuchten Kriterien ausnahmslos erfüllen konnte.

Auch das ORF2-Magazin „Vera“ kann als ein qualitatives Unterhaltungsmagazin eingestuft werden, da es alle geforderten Kriterien einhalten konnte, wenn auch teilweise leichte Abweichungen zu erkennen waren (Schwerpunkt auf Musikbeiträge und soziale Themen).

Bei den beiden Boulevardmagazinen ließ sich zwar eine verstärkte Tendenz hin zu einer unterhaltungsorientierten Berichterstattung erkennen, trotzdem konnte das ORF1-Magazin „25 – das Magazin“ die Kriterien Aktualität in der Berichterstattung, Themenvielfalt (dieses Magazin wies von allen die größte Themenvielfalt auf) und Relevanz ausnahmslos einhalten. Lediglich beim Kriterium der Komplexitätsreduktion wies das Magazin eine starke Tendenz zu einer sehr „trendigen“ Sprache auf und die wurde Faktentreue nicht so ernst genommen. Dennoch konnte dieses Kriterium erfüllt werden. Angesichts der verlagerten Themenschwerpunkte bei diesem Magazin ist es nicht verwunderlich, dass die Quellentransparenz geringer ausfiel als beispielsweise bei „Thema“, doch das Magazin wird auch diesem Kriterium gerecht.

Das ATVplus-Magazin „Echt – die Redaktion“ wies als einziges der untersuchten Magazine einige

Mängel in der qualitativen Berichterstattung auf. Die Themenschwerpunkte waren stark jahreszeitlich (Weihnachten, Winter) ausgerichtet und es konnte eine deutliche Dominanz nicht-tagesaktueller Themenbereiche, wie Sex/Erotik, Tiere und Serie festgemacht werden.

Im Bereich der Komplexitätsreduktion wies das Magazin eine sehr einfache und leicht verständliche Umgangssprache auf, die teilweise sehr auf die Jugend zugeschnitten war.

Das Kriterium der Relevanz konnte „Echt – die Redaktion“ als einziges Magazin nicht ausreichend erfüllen, da es stark zu Überbetonungen von unwichtigen Fakten und zu Wiederholungen tendiert und teilweise wichtige Fakten, die für den Zuschauer nicht uninteressant gewesen wären, auslässt. Ebenso kam das Kriterium der Quellentransparenz bei „Echt – die Redaktion“ zu kurz, da das Magazin kaum direkte und indirekte Quellenangaben machte. Somit kann festgehalten werden, dass das ATVplus-Magazin von den fünf untersuchten Qualitätskriterien bloß drei ausreichend erfüllen konnte und es daher als mäßig qualitativ einzustufen ist.

Dieses Analyse-Ergebnis illustriert einen deutlichen Unterschied zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Unterhaltungsmagazinen: so bedeutet öffentlich-rechtlich auch heute noch, dass sich der jeweilige Sender an die journalistischen Regeln genauer hält, als dies bei Privatsendern der Fall ist. Letztere sind primär auf die Unterhaltung ihrer Zuschauer ausgerichtet, wobei die journalistische Qualität in der Berichterstattung leider (oftmals) zu kurz kommt.

Auch wenn es sich bei den vier analysierten Sendungen um Unterhaltungsformate handelte, wird dennoch deutlich, dass der ORF seinem Status als öffentlich-rechtliche Sendeanstalt in diesem Fall gerecht wird. Qualität ist ja nicht nur im Informationssektor entscheidend, sie sollte bei allen TV-Formaten unerlässlich sein, auch wenn diese mehr der Unterhaltung als der Informationsvermittlung dienen.

*Martina Alge*

# 20 *Neue Gesichter bei den Zeitungen*

► **Zeitungshäuser müssen mit der Zeit gehen** – diese Erkenntnis ist mittlerweile Allgemeingut in den Verlagen. Denn mittel- und langfristig hat nur der eine Chance, der sein Produkt so nahe als möglich am Leser macht. Der LeserInnengeschmack und das LeserInneninteresse müssen im Vordergrund jeder Blattplanung stehen, egal ob grafisch oder inhaltlich. Vor diesem Hintergrund hat es im Jahr 2003 eine Reihe sehr unterschiedlicher Relaunches in der österreichischen Zeitungslandschaft gegeben.

Die Tageszeitung Die Presse hat Layout und inhaltliches Konzept stark verändert. Sie will damit in jüngere Leserschichten eindringen und hier dem Standard Konkurrenz machen.

Die Oberösterreichischen Nachrichten nutzen seit Herbst die Großinvestition in eine neue Druckerei in Pasching bei Linz und haben das Layout den neuen Möglichkeiten angepasst. Zudem soll die Regionalberichterstattung in den mutierten hinteren Büchern ausgebaut werden.

Damit will man in die Domäne der Oberösterreichischen Rundschau eindringen, die ebenfalls einen kleinen Relaunch hinter sich hat. Der Oberösterreich-Teil wurde aufgewertet, eine „Best of“-Seite mit den besten Geschichten aus den Regionalausgaben eingeführt, grafisch jedoch nichts verändert.

Ein „Facelifting“ haben im Berichtszeitraum ferner Format (von einem politischen zu einem Wirtschaftsmagazin), die Kleine Zeitung, das Neue Volksblatt und der Rennbahn-Express vorgenommen.

Im Folgenden wird auf drei Beispiele näher eingegangen.

## **Die Presse**

Im Februar 2003 fand der Relaunch der Presse statt. Bei diesem wurden neben zahlreichen optischen auch inhaltliche Änderungen vorgenommen. „Durch die komplette Neugestaltung der Zeitung sollen neue Leser gewonnen werden, auch jene die uns ideologisch nicht so nahe stehen, aber ein Upgrading möchten.“<sup>1</sup>

Diese Zielformulierung war der Ausgangspunkt für ein Team, bestehend aus *Robert Lockwood*, amerikanischer Zeitungsdesigner, *Helge Schalk*, Pressedesigner, *Michael Fleischhacker*, stellvertretender Chefredakteur und *Andreas Unterberger*, Chefredakteur der Presse, um ein Konzept zu erstellen. Nach einer längeren Planungsphase entstand das „neue“ Produkt. „Diese Version hat aber noch immer nicht Anspruch auf Endgültigkeit, da immer wieder kleine Änderungen nötig sein werden“, so *Michael Fleischhacker*. In nächster Zeit wird die Kopfzeile des Titelblattes wieder verändert werden, da dies bei Leserumfragen immer wieder negativ erwähnt wurde.

Die Kosten des Relaunchs beliefen sich auf rund zwei Millionen Euro, wobei aber die Anschaffung neuer Druckmaschinen, die 12,5 Millionen Euro kosteten, nicht eingerechnet ist. Neben den sichtbaren Aktualisierungen wurde auch die Produktion verändert, so dass die Presse nun um eine Stunde aktueller ist. Die LeserInnen erhielten jeden Tag mindestens vier Seiten mehr und auch die Vernetzung der Printausgabe mit der Onlineausgabe wurde verbessert.

## **Inhaltliche Veränderungen**

Die Anzahl der Bücher, die täglich in der Zeitung zu finden sind, wurde von vier auf sechs erweitert. Jetzt sind neben Politik, Chronik, Programmbuch und

<sup>1</sup> Interview mit Michael Fleischhacker am 17. November 2003.

Wirtschaft auch Finanzen und Feuilleton vertreten. Die Samstagsausgabe wurde um den Bereich Wellness und High-Tech erweitert und der Stellenmarkt überarbeitet.

Ein ausführliches Programmbuch mit Freizeitaktivitäten für Niederösterreich wird ebenfalls angeboten. Der Regionalbezug wurde durch einen gemeinsamen Regionalteil für Wien und Niederösterreich verstärkt und durch eine eigene Redaktion in der Steiermark ausgebaut.<sup>2</sup>

Eine weitere Neuerung waren die vielen Meinungselemente, die neu eingeführt wurden. Kommentare zu allen Themen werden nun auch durch grafische Hinweise gut gekennzeichnet. Alle Kommentatoren sind über ihre Email-Adresse, die unter den Artikel zu finden ist, direkt erreichbar.

### Formale Veränderungen

Die Zeitung präsentiert sich jetzt durchgehend vierfärbig, in ihrem Layout ist mehr Weißraum zu finden. Das Logo auf der Seite eins ist nach links gerückt, auch dort sind viele leere Flächen zu finden. Auf der Seite eins ist zur besseren Übersicht ein Inhaltskasten zu finden, der die Navigation erleichtern soll. Der gewohnte Nachrichtenüberblick folgt erst auf der zweiten Seite.

Die verschiedenen Ressorts werden durch Labels angekündigt, um die Übersicht zu erleichtern. Das Feder-Piktogramm unterstreicht den Unterschied zwischen Kommentar und Bericht und dient zur besseren Orientierung. Die Betonung der Kommentare wird auch durch einen asymmetrischen fünfspaltigen Umbruch auf der Buchseite verstärkt. Die Innenseiten sind im Gegensatz dazu symmetrisch vier- oder fünfspaltig angelegt. Bei den Artikeln wird den Bildern viel Platz eingeräumt.

Auch die Größe der Zeitung hat sich verändert. Das Format ist einige Zentimeter kleiner geworden. „Diese Verkleinerung der Zeitung wurde durch die Anschaffung neuer Druckmaschinen notwendig und hat nichts mit einer Einsparung zu tun.“<sup>3</sup>

### Reaktionen der LeserInnen

Nach dem Relaunch wurde eine Leserbefragung durchgeführt, die aber eher negative Rückmeldungen brachte. Die meisten LeserInnen störten sich am vielen Weißraum. Auch sonst stießen die formalen Neuerungen nicht auf viel Zuspruch. Die Neuerungen im Bereich der Regionalisierung wurden hingegen von den meisten LeserInnen als gut gelungen empfunden. Diese Reaktionen seien nicht wirklich schockierend gewesen, da der Relaunch schon bei der Planung als längerfristige Investition gesehen wurde, so *Michael Fleischhacker*.

### Resümee

Die Presse hat mit ihrem Relaunch ein gewagtes Unternehmen gestartet. Die Erweiterung der Ressorts kann als Bemühen um Qualitätssteigerung eingeschätzt werden. Ob der Relaunch insgesamt ein Erfolg wird, muss erst die Zukunft zeigen.

### Die Oberösterreichische Rundschau

Im März 2003 hat die Oberösterreichische Rundschau einen Relaunch vollzogen. Wie Marketingleiter *Wolfgang Chmelir*<sup>4</sup> betont, war dies „nur ein sehr sanfter Relaunch“. Grafische Elemente wurden dabei nicht verändert. Lediglich die Anordnung einzelner Seiten wurde auf redaktioneller Ebene neu strukturiert.

### Neuer Themenschwerpunkt

Eine maßgebliche Änderung war, neben der Lokalberichterstattung, die nach wie vor sehr stark ist und das Markenzeichen der Oberösterreichischen Rundschau bleibt, die überregionale Berichterstattung zu forcieren. Dies war eines der neu definierten Ziele der Rundschau: überregional verstärkt zu berichten. Informiert werden soll über Themen, die nicht auf regional- oder landespolitischer Ebene, sondern auf Bundes- bzw. EU-Ebene entschieden werden. Grundhaltung war dabei, dass diese nicht primär regionalen Themen Auswirkungen auf die Menschen der jewei-

<sup>2</sup> vgl. Der Österreichische Journalist, 2+3/2003, 66.

<sup>3</sup> Interview mit Michael Fleischhacker am 17. November 2003.

<sup>4</sup> Interview mit Wolfgang Chmelir, Marketingleiter der OÖ. Rundschau, am 9. Dezember 2003.

ligen Region haben werden und deshalb besondere Bedeutung erlangen (beispielsweise hat die EU-Ost-Erweiterung bestimmte Auswirkungen auf Gewerbetreibende oder Bauern in Oberösterreich). Diese überregionalen Themen wurden ausgeprägter in die Rundschau eingebracht. Darin begründet sich auch die Umbenennung der Titelleiste des zweiten Buches von „Oberösterreich“ in „Oberösterreich und die Welt“.

Im Zuge dessen ist die „Landespolitik“, die vorher auf Seite zwei des Politikbuches zu finden war, stärker gewichtet worden. Der Landespolitikteil findet nun auf Seite zwei des ersten Buches seinen Platz. Eine weitere inhaltliche Änderung sind die so genannten „Best Of“ Geschichten. Die wichtigsten Meldungen aus Oberösterreich, die in der Zentralredaktion in Linz gesammelt werden, finden ihren Platz nun zentraler am Anfang, besser gesagt auf der Titelseite des zweiten Buches aller 13 Mutationen. Dieser Zentralteil ist im Februar 2003 reformiert worden, er wurde von zwölf auf 16 Seiten erweitert. Die Bereiche Politik, Wirtschaft, Gesundheit, Leben und Karikatur haben sich sowohl was Layout als auch Inhalte betrifft, erneuert.<sup>5</sup>

### Sonntagsausgabe findet Positionierung

Die Sonntags-Rundschau hat nach dem Relaunch ihre Positionierung als Tageszeitung gefunden. Die Funktion der am Sonntag gratis an alle oberösterreichischen Haushalte zugestellten Rundschau ist nach Meinung von *Wolfgang Chmelir* vergleichbar mit der Krone oder dem Kurier, den einzigen in Oberösterreich am Sonntag erscheinenden Tageszeitungen. Der Anspruch, den die Gratiszeitung verfolgt, ist tagesaktuelle Themen aufzugreifen. Im Gegensatz dazu ist die Funktion der Mittwochs- bzw. Donnerstagsausgabe der Rundschau Informationen aus der Region, wöchentlich und zusammengefasst, zu publizieren.

Ausgeprägt ist dieses Konzept einer Tageszeitung ebenfalls seit dem Frühjahr 2003. Die Sonntagsausgabe besteht aus drei Büchern. Im ersten Buch befinden sich eine breit gefächerte Themenauswahl mit Außenpolitik, Innenpolitik, einem großen Seite-Drei-Interview, Landespolitik, Leserbrief, Chronik, Ge-

sundheit, Lebensfragen und Sport. Hier steht die Regionalität erst an zweiter Stelle, rückt buchstäblich in den Hintergrund. Anders als bei der wöchentlichen Ausgabe befinden sich erst im zweiten Buch regionale Themen, ganz kurz auf zwei Seiten zusammengefasst. Diese zwei Seiten erscheinen in mutierter Form, wiederum mit tagesaktuellen Veranstaltungstipps für die jeweilige Region, wie z.B. Konzerttipps, Ausstellungen, Messen oder Kinoprogramm.

Beim Relaunch der Rundschau im vergangenen März sind keine grafischen Elemente verändert worden. Dies wird laut *Chmelir* erst im nächsten Jahr folgen, wenn die Oberösterreichische Rundschau sich grafisch stärker in Richtung Zeitungsdesign verändern wird.

Nicht verändert haben sich Stil und Sprache. Auch gibt es keine weiteren neuen Rubriken, außer der oben genannten Umbenennung in „Oberösterreich & die Welt“ oder Zusatzbeilagen. Einzig die Kinder Rundschau ist im Dezember 2003 zum ersten Mal erschienen ist. Dieser kleinformatige Hochglanz mit 32 Seiten Umfang wird ab sofort fünfmal jährlich erscheinen. Die angesprochene Zielgruppe sind alle jungen OberöreicherInnen bis 14 Jahre.

Für die optische Veränderung der Rundschau hat vor allem die Technik eine sehr große Rolle im Hintergrund gespielt. Mit einer neuen Druckmaschine konnte ab März die Zeitung durchgängig vierfarbig bedruckt werden, was vorher nur im 4:2 Modus möglich war.

### Resümee

Die Rundschau hat keinen Relaunch im eigentlichen Sinn vollzogen. Es sind lediglich geringfügige Änderungen der Platzstruktur vorgenommen worden. Die neuen technischen Möglichkeiten haben dazu beigetragen, die Ziele der Oberösterreichischen Rundschau zu verwirklichen. Diese erreichten Ziele brachten eine qualitative Aufwertung. Überregionale Themen werden in die Region getragen, die Menschen werden dadurch umfassender informiert, die Positionierung einzelner Themen auf sinnvolleren Plätzen und eine Strukturierung des Layouts sind vorgenommen worden.

<sup>5</sup> vgl. Der Österreichische Journalist, 2+3/2003, 54.



## Die Oberösterreichischen Nachrichten

„Wir wollen geschmackiger werden“, brachte *Gerald Mandlbauer*<sup>6</sup>, neuer Chefredakteur der Oberösterreichischen Nachrichten, die Absichten des Relaunch 2003 auf den Punkt. Seit 10. Oktober letzten Jahres dürfen sich die Abonnenten der OÖN über eine neu konzipierte und layoutierte Tageszeitung freuen. Hauptziel: Einfacher konsumierbar, noch unterhaltsamer! Inwieweit damit aber auch ein Verlust an journalistischer Qualität in Kauf genommen wurde, darf hinterfragt werden.

Die Ziele jedenfalls sind klar gesteckt. Mit mehr Nähe zum Leser und einem moderneren, leichter erfassbaren Layout sollen deutlich mehr OberösterreicherInnen angesprochen werden als bisher, der Marktanteil von knapp über 30 Prozent auf 40 Prozent hinaufgeschraubt werden. Dabei fischt man nicht nur im in Oberösterreich überdurchschnittlich großen Becken der Nichtzeitungsleser, das Hauptaugenmerk gilt vor allem der Leserschaft von Hauptkonkurrent und Marktführer Neue Kronen Zeitung. Beim Relaunch der Oberösterreichischen Nachrichten wurde versucht, den sehr schwer zu realisierenden Bogen zwischen Massenattraktivität und Qualität zu spannen.

Optisch präsentieren sich die OÖN nun leichter konsumierbar und farbiger denn je, das neue Druckzentrum in Pasching ermöglicht eine durchgehend vierfärbig gestaltete Zeitung.

Das fürs Auge attraktive neue Layout (größere Schrift, mehr und größere Bilder) mag zwar die Lesefreudigkeit unterstützen, verschlingt aber auch viel Platz und hat eine nicht unerhebliche Reduktion der Textanteile um bis zu sieben Prozent zur Folge.

Eine einerseits nachvollziehbare Reaktion auf das Leseverhalten der Konsumenten, welche immer weniger bereit sind, lange Artikel zu konsumieren. Andererseits bringt weniger Text aber auch weniger Hintergründe und ein Minus an Qualität mit sich, was Mandlbauer bestreitet: „Man kann sehr wohl einfach und plakativ, aber trotzdem gescheit schreiben“. Die Qualität einer Zeitung definiert sich für ihn hauptsächlich durch die Inhalte und nicht durch das Äu-

ßere des Blattes: „Ein modernes Layout ist heutzutage unabhkömmlich, große und farbige Bilder finden sie auch bei internationalen Qualitätszeitungen. Das Leben ist einfach bunt!“

Inhaltlich wollen die OÖN mittels Regionalisierung vor allem im ländlichen Raum punkten und noch mehr auf die Leserschaft eingehen. Eine Verlagerung der Redakteure von Linz nach außen soll dabei helfen, noch „oberösterreichischer“ zu werden.

Insofern also ein klarer Pluspunkt und Qualitätsgewinn für den Leser, der vermehrt über die Geschehnisse vor seiner Haustüre informiert wird. Dafür sorgen sechs verschiedene Ausgaben des Lokalteiles im ganzen Bundesland.

Dass die Funktion als „Sprachrohr“ der Oberösterreicher aber auch anderweitig ausgeübt zu werden droht, ließ sich am Beispiel der Berichterstattung über die VOEST- Zerschlagung erahnen. Die Umgangsweise mit dem gerade für die Oberösterreicher sehr brisanten Thematik erinnert an den von der Neuen Kronen Zeitung praktizierten Kampagnenjournalismus.

Ein Verlust an Kompetenz und journalistischer Qualität droht den OÖN aufgrund von Personalveränderungen. Die durch den Abgang einiger renommierter Journalisten entstandenen Lücken sollen junge Redakteure füllen. Entlassungen hatte der Relaunch jedoch keine zur Folge.

Nach dem ersten Vierteljahr „OÖN Neu“ zeigt sich *Mandlbauer* jedenfalls sehr zufrieden: „Die Reaktionen sind mehr als hervorragend, von 500 Leserbriefen war nicht einmal ein Zehntel negativ!“ Kritisiert werden dabei das zu bunt ausgefallene Layout, verhältnismäßig weniger Text sowie das vermeintliche Untergehen des Kulturteils, welcher nun hinter dem Sport Platz findet. Darf man jedoch ersten (nicht repräsentativen) Zahlen der Media-Analyse Glauben schenken, so war der Relaunch der Oberösterreichischen Nachrichten durchaus von Erfolg gekrönt.

*Oliver Gaisbauer*  
*Monika Klee*  
*Marijke Wolfsgruber*

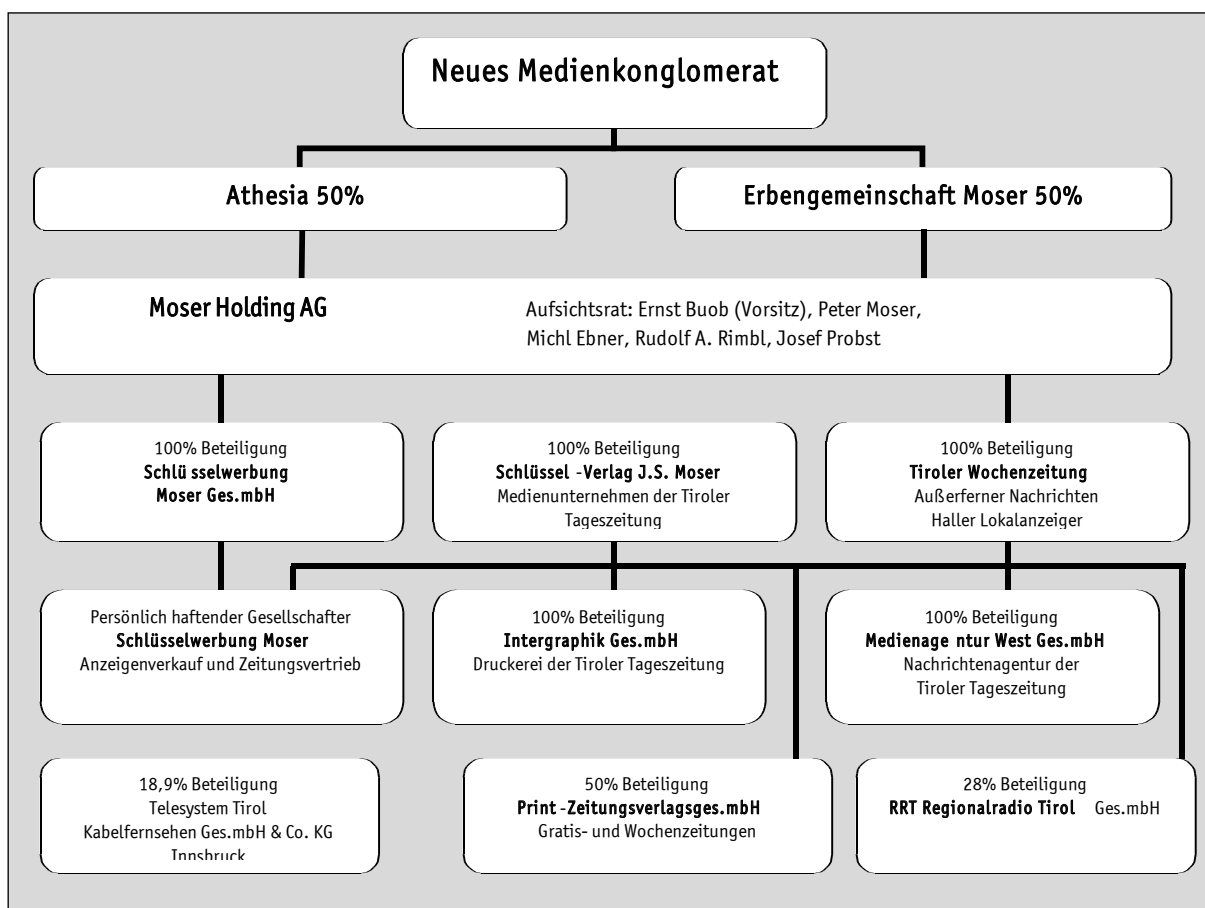
<sup>6</sup> Interview mit Gerald Mandlbauer am 5. Februar 2004.

# 21 Grenzüberschreitende Medienkonzerne – Ein Qualitätsgewinn?

► **Im Dezember 2002 zog sich** der zu 50 Prozent an der Moser Holding beteiligte Axel-Springer-Verlag aus Österreich zurück. Die Moser Holding, Herausgeberin der Tiroler Tageszeitung (TT), sah sich daraufhin gezwungen, sich nach einem neuen Partner umzusehen. Dieser wurde im Südtiroler Medienhaus Athesia, das unter anderem die Dolomiten, die reichweitenstärkste Tageszeitung in Südtirol verlegt, gefunden. Eine Partnerschaft, die beiden Seiten gelegen

kam: Die Athesia war auf der Suche nach neuen Betätigungsfeldern im Ausland, und die Moser Holding benötigte nach dem Springer-Ausstieg einen finanzkräftigen Investor. Am 29. September 2003 wurde die grenzüberschreitende Aktion in einer gemeinsamen Pressemitteilung offiziell bestätigt.

Somit entstand ein Medienkonglomerat, das die folgende Struktur aufweist:<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Organigramm aus: ff Nr. 40, 2. Oktober 2003, 41.

„Die Grundlagen dieser neuen Partnerschaft sind die historischen Verbindungen zwischen Nord-, Ost- und Südtirol sowie die traditionell guten Kontakte zwischen den Herausgebern, Verlegern und Eigentümern beiderseits des Brenners“<sup>2</sup>, betonten damals beide Seiten in einer Pressemitteilung.

*Michl Ebner*, Athesia-Direktor und neues Mitglied im Aufsichtsrat der Moser Holding, nennt ebenfalls die „geografische Nähe zum Betrieb“<sup>3</sup> als ausschlaggebenden Grund für die Beteiligung. Damit rücken zwei Zeitungen zusammen, die in ihrem jeweiligen Einzugsgebiet eine dominante Rolle spielen: Die Dolomiten erreichen laut einer Apollis-Umfrage 66 Prozent der Südtiroler Leser, die Tiroler Tageszeitung kommt in Tirol laut Media-Analyse auf 64,5 Prozent Reichweite.<sup>4</sup> Angesichts dieser Zahlen betitelte die *ff* einen Artikel über die Beteiligung mit „Berlusconien“<sup>5</sup>, in Anspielung auf den italienischen Medienzar *Silvio Berlusconi*.

## Medienökonomische Grundlagen

Die Beteiligung der Athesia an der Moser Holding ist ein Beispiel für die Internationalisierungsbestrebungen moderner Medienhäuser. Der europäische Binnenmarkt hat die Voraussetzungen für solche grenzüberschreitende Aktivitäten verbessert und damit die Tendenz zur Pressekonzentration gefördert.<sup>6</sup>

Aus ökonomischer Perspektive handelt es sich bei der in diesem Beitrag untersuchten Beteiligung um einen horizontalen Konzentrationsprozess<sup>7</sup>, weil sowohl Athesia als auch Moser Holding in denselben Wirtschaftsbereichen tätig sind.

Wie die Folgen einer solchen Beteiligung für den Wettbewerb aussehen, ist in der medienökonomischen Theorie nicht eindeutig geklärt: Die Wettbewerbsbedingungen können sich durch Konzentration verbessern, unverändert bleiben oder sich verschlechtern.<sup>8</sup> Auch wenn Ökonomen die Folgen der Internationalisierung im Medienbereich nicht zwin-

gend negativ beurteilen, werden sie von der Journalismustheorie großteils als Gefahr wahrgenommen, beispielsweise vom bekannten Systemtheoretiker *Siegfried Weischenberg*<sup>9</sup>: Er erachtet einerseits die Akkumulation von zuviel Macht auf wenige Verlagshäuser<sup>10</sup> für bedenklich und befürchtet andererseits negative Auswirkungen auf „Medienvielfalt, Sozialverantwortung der Medien und Unabhängigkeit der Redaktionen“<sup>11</sup>.

## Synergieeffekte

Es kann angenommen werden, dass sich infolge von Verlagspartnerschaften Synergieeffekte in Produktion, Distribution, Marketing usw. einstellen. Im Falle der Beteiligung der Athesia an der Moser Holding trifft dies bisher nicht zu. So gibt es bis jetzt im redaktionellen Bereich keinerlei Formen der Zusammenarbeit und auch keine personellen Veränderungen in den beiden Redaktionen, wie *Claus Reitan*, Chefredakteur der Tiroler Tageszeitung, im Interview bestätigte. Auch sind noch keine länderübergreifenden Printprodukte geplant.

Athesia-Direktor *Ebner* nannte als ausschlaggebenden Grund für das Fehlen von Synergien die Tatsache, dass „das Kartellverfahren noch nicht abgeschlossen wurde“<sup>12</sup>. Solange die kartellrechtliche Genehmigung nicht erteilt wird, können Beschlüsse in Fragen der Zusammenarbeit der Redaktionen und der Markteinführung neuer Produkte nicht gefasst werden. Wie *Ebner* in einem Interview mit dem Standard betont, waren Synergien auch „nicht Gegenstand bisheriger Verhandlungen“<sup>13</sup>. Dennoch bestätigt er, dass sich die Athesia auf längere Sicht Synergieeffekte als Vorteil der Beteiligung erwarde.<sup>14</sup>

## Auswirkungen auf die Quantität der Berichterstattung

Die TT hat im Laufe der Jahre immer ausgiebiger über Südtirol berichtet. „Ein Grund dafür liegt“, so Chefredakteur *Reitan*, „vor allem in einer großartigen

2 Tiroler Tageszeitung, 30. September 2003, 2.

3 E-Mail von Michl Ebner am 9. Dezember 2003.

4 vgl. Südtirol 24h, 30. September 2003, 3.

5 ff Nr. 40, 2. Oktober 2003, 40f.

6 vgl. Bruderer, Herbert (1990). Redaktionelle Zusammenarbeit von Tageszeitungen. Möglichkeiten und Grenzen. Rohrschach: Bodenseeverlag Bruderer, 7.

7 vgl. Heinrich, Jürgen (1994). Medienökonomie. Bd.1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Opladen: Westdeutscher Verlag, 47.

8 vgl. ebd., 49.

9 vgl. Weischenberg, Siegfried (1992). Journalistik.

Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1. Opladen: Westdeutscher Verlag.

10 vgl. ebd., 270.

11 ebd., 275.

12 E-Mail von Michl Ebner am 9. Dezember 2003.

13 Der Standard, 30. September 2003, Online-Ausgabe.

14 E-Mail von Michl Ebner am 9. Dezember 2003.

politischen Entwicklung in Europa, spricht: Die Brennergrenze ist weitestgehend gefallen.<sup>15</sup> Daraus ergeben sich für beide Landesteile neue Möglichkeiten der wirtschaftlichen Entfaltung und der individuellen Mobilität. Das Interesse der beiden Landesteile aneinander ist dementsprechend gestiegen.

Die wirtschaftliche Beteiligung selbst hat, laut *Reitan*, aber keine Auswirkungen auf die Südtirol-Berichterstattung der TT: „Die Berichterstattung der TT über Südtirol ist keine Frage der Eigentümerstruktur, sondern ist eine Frage dessen, was für die Leser der Tiroler Tageszeitung von Belang ist.“<sup>16</sup>

Auch Athesia-Direktor *Ebner* kann die Frage nach einer quantitativen Erweiterung der Berichterstattung über Nordtiroler Themen in den Dolomiten aufgrund der fehlenden kartellrechtlichen Genehmigung noch nicht beantworten. Er ist allerdings sehr wohl der Auffassung, dass bei den Südtiroler Lesern großes Interesse an Nordtirol vorhanden sei.<sup>17</sup>

### Auswirkungen auf die publizistische Vielfalt

Da es bisher noch keine Form der redaktionellen Zusammenarbeit gibt, kann an den Produkten Dolomiten und TT auch keine damit verbundene Veränderung der Qualität festgestellt werden. Aus diesem Grund lassen wir produktbezogene Qualitätskriterien an dieser Stelle außer Acht und konzentrieren uns auf das Kriterium der publizistischen Vielfalt, das der Ebene der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen zuzuordnen ist, d.h. der Umwelt des Systems Journalismus. Publizistische Vielfalt als Qualitätskriterium erscheint uns in diesem Kontext relevant, da eine solche grenzüberschreitende Beteiligung Konsequenzen sowohl für die äußere als auch die innere Vielfalt hat.

*Günther Rager* und *Bernd Weber*<sup>18</sup> definieren äußere publizistische Vielfalt als „ein Angebot, das in unterschiedlichen Marktsegmenten der Massenmedien

größtmögliche Vielzahl und Unterschiedlichkeit von Information und Meinungen repräsentiert.“ Innere Vielfalt bedeutet Inhaltsvielfalt, dass also in einem Medium möglichst viele verschiedene Meinungen und Sichtweisen dargestellt werden.<sup>19</sup>

Die TT begreift sich laut Blattlinie als liberale und pluralistische Zeitung. Für Chefredakteur *Reitan* ist publizistische Vielfalt nach innen und nach außen sehr wichtig und deshalb grundsätzlich zu begrüßen.<sup>20</sup> Auch für die Dolomiten hat publizistische Vielfalt „einen sehr hohen Stellenwert“<sup>21</sup>. Beide Seiten sehen sich aber außer Stande abzuschätzen, welche Auswirkungen sich konkret auf die publizistische Vielfalt in Süd- und Nordtirol ergeben werden.

### Fazit

Dass die Beteiligung des Athesia-Medienhauses an der Moser Holding bislang so gut wie keine Konsequenzen hat, liegt daran, dass der Deal erst vor relativ kurzer Zeit (Ende September 2003) besiegelt worden ist. Zum Zeitpunkt unserer Recherchen in der ersten Dezemberhälfte war, wie bereits erwähnt, die kartellrechtliche Genehmigung noch ausständig.

Somit kann auch die zentrale Frage nach den Auswirkungen der Beteiligung auf Qualität in jeder Hinsicht (noch) nicht beantwortet werden. Athesia-Chef *Ebner* bejaht zwar die Frage danach, ob diese neue Verbindung auch zu Qualitätssteigerung führe, definiert diese aber nicht näher.<sup>22</sup>

*Lukas Benedikter*  
*Nora Felderer*

15 Interview mit Claus Reitan am 1. Dezember 2003 in der Redaktion in Innsbruck. Er betonte im Interview, dass er nur für die Redaktion sprechen kann, nicht aber für den Verlag.

16 ebd.

17 E-Mail von Michl Ebner am 9. Dezember 2003.

18 Rager, Günther/Weber, Bernd (1992). Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. In: Media Perspektiven 6/1992, 357-366, hier 358.

19 vgl. Knoche, Manfred (1980). Die Messbarkeit publizistischer Vielfalt. In: Klaua, Siegfried/Knoche, Manfred/Zerdick, Axel (Hg.). Probleme der Pressekonzentrationsforschung. Ein Experten-Colloquium der Freien Universität Berlin. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft, 127-138.

20 Interview mit Claus Reitan am 1. Dezember 2003 in der Redaktion in Innsbruck.

21 E-Mail von Michl Ebner am 9. Dezember 2003.

22 ebd.

# 22 Zur Sportkommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum

► **Während im letzten Jahrzehnt** in den Bereichen der Kommunikator- und Journalismusforschung neue Themenkomplexe wie Qualität und Qualitätssicherung, redaktionelles Marketing und journalistische Ethik Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen waren<sup>1</sup>, zeichnete sich im Bezug auf die Erforschung des Berufsfeldes Sportjournalismus in Österreich eine Stagnation ab. Denn die seit den 70er Jahren rege Forschungsaktivität hinsichtlich der Aufgaben und des Einflusses der SportjournalistInnen in Deutschland<sup>2</sup> fand leider in Österreich keine Nachahmung. Ziel dieses Beitrages ist es, einerseits einen Überblick zur Sportkommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum zu geben. Andererseits sollen die Befunde diverser Forschungsarbeiten aus Deutschland mit aktuellen Untersuchungsergebnissen aus Österreich verglichen und analysiert werden.

## Berufsprofil in Deutschland

Bereits 1973 führte *Harald Mertes* eine schriftliche Befragung (185 auswertbare Bögen) zum Berufsprofil von SportjournalistInnen durch. Dabei wurde unter anderem festgestellt, dass auch damals der Anteil an Funk- und TV-SportjournalistInnen deutlich höher als der Teil der PressesportjournalistInnen war.

Hinsichtlich des redaktionellen Status verfügten die SportjournalistInnen über ein schlechtes Image. Sie hatten gegenüber anderen JournalistInnen ein geringes Ansehen. Trotz dieser Tatsache waren sie zufrieden mit ihrem Beruf<sup>3</sup>. Anhand von mündlichen Intensivinterviews (1973 bis 1974) untersuchte die Studie von *Weischenberg* die These „Sportjournalisten sind Außenseiter der Redaktion“. Die wichtigsten Be-

funde dieser Untersuchung lassen sich wie folgt zusammenfassen<sup>4</sup>: SportjournalistInnen rekrutieren sich zumeist aus der (leistungs-)sportlichen Praxis, d.h. es besteht eine enge Verbindung zwischen Berichtendem und Gegenstand.

Ihr Sportverständnis ist nach wie vor sehr eng, denn es bezieht sich überwiegend auf die Leistung. Folglich wird die Berufsrolle der SportjournalistInnen über den Sport und nicht über sie selbst definiert. SportjournalistInnen betrachten sich als Randfiguren der Redaktion mit einem geringeren sozialen Prestige als KollegInnen anderer „klassischer“ Ressorts. Deshalb fristen sie ein Gruppen-Dasein, in dem sich ein ausgeprägtes „Wir“-Gefühl herausgebildet hat (Sport als die „wichtigste Nebensache der Welt“). Einerseits äußerten die SportjournalistInnen eine hohe Berufszufriedenheit, andererseits vermieden sie den Gebrauch der konkreten Berufsbezeichnung „SportjournalistIn“.

Eine ähnliche Untersuchung führte *Peter Egger* durch: Er befasste sich mit dem „Sportjournalisten in der deutschsprachigen Schweiz“. Seine Ausführungen bestätigten die Befunde von *Weischenberg* in vielen Teilen. *Egger* befragte aber auch (schriftlich) über das Verhältnis zum Sport.

Dabei gaben fast alle SportjournalistInnen an, dass sie aus der sportlichen Praxis kommen und die meisten Breiten- und Gesundheitssport für wichtig halten, dennoch vorwiegend über den Spitzensport berichten. Als ihr berufliches Selbstverständnis geben die SportjournalistInnen zuerst die Aufgabe der Information an. Dem folgen die Propagierung und Kritik des Sports. Die Hälfte der Befragten sieht sich bereits als Unterhalter.<sup>5</sup>

1 vgl. Pürer, Heinz (2003). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch, Konstanz, 138-148.

2 vgl. Hackforth, Josef (1994). Sportjournalismus in Deutschland: Die Kölner Studie. In: Hackforth, J./Fischer C.: ABC des Sportjournalismus. München, 13-49.

3 vgl. Mertes, Harald (1974). Der Sportjournalist. Ein Beitrag zur Kommunikatorforschung. Unveröffentlichte Magisterarbeit, Mainz.

4 vgl. 1.) Weischenberg, Siegfried (1978). Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus: Theorie und Analyse im Rahmen eines allgemeinen Konzepts komplexer Kommunikatorforschung, Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 9, 2. Aufl., Bochum; 2.) Weischenberg, Siegfried (1983). Beruf und Rolle des Sportjournalisten. In: Digel, Helmut (Hg.). Sport und Berichterstattung, Reinbek bei Hamburg, 125-131; 3.) Weischenberg, Siegfried (1988). Sportjournalismus zwischen Mode und Methode. In: Hoffmann-Riem, W. (Hg.). Neue Medienstrukturen – neue Sportberichterstattung, Reinbek bei Hamburg, 66-89.

5 vgl. Egger, Peter (1979). Der Sportjournalist in der deutschsprachigen Schweiz. Unveröffentlichte Lizentiatsarbeit, Zürich.

In den 80er Jahren erschienen lediglich zwei empirische Arbeiten, die aussagefähig zum Thema „Die Rolle des/der SportjournalistenIn“ waren. Dazu gehörte die Studie von *Martina Nause*, welche anhand von Intensivinterviews an 30 SportjournalistInnen aus dem Gebiet der Print-, TV- und Hörfunkmedien durchgeführt wurde.

Zu ihren Ergebnissen zählte sie den Befund, dass sich Bildungsniveau und Bildungsstand deutlich besserten. Das Außenseiterbewusstsein nahm bereits tendenziell ab, das Selbstbewusstsein stieg und die Diskrepanz zwischen Fremd- und Selbstbild war sehr gering. Als zentrale Aufgabe blieb – wie schon in den 70er Jahren – das Informieren. Von der Unterhaltungsfunktion der SportjournalistInnen war erneut die Rede. Die hohe Berufszufriedenheit kennzeichnete auch die 80er Jahre. Hervorzuheben war, dass die Sportjournalistinnen eine zunehmende Kommerzialisierung weiterhin missbilligten, aber die Abhängigkeit des Sports von der Wirtschaft akzeptierten.<sup>6</sup>

*Gerhard Lerch* bestätigte anhand einer postalischen Befragung von 212 SportjournalistInnen (1987 und 1988) das abnehmende Außenseiterbewusstsein, die Tendenz zur Professionalisierung durch den Anstieg des Ausbildungsniveaus war eindeutig. Die Sportberichterstattung der Privatsender wurde meist negativ eingeschätzt, dennoch ging der Trend weiterhin in Richtung Unterhaltung. Sponsor- oder Schleichwerbung bei der Berichterstattung wurden nur noch von wenigen Journalistinnen abgelehnt.<sup>7</sup>

Weitere Untersuchungen führte *Weischenberg* in den 90er Jahren im Bereich des Berufsprofils bei 104 SportjournalistInnen aus Funk, TV und Presse durch. Er kam zum Resultat, dass der Frauenanteil unter den SportjournalistInnen bei 7 Prozent lag, dass die Mehrheit, nämlich 82 Prozent, im Printbereich arbeitet und jünger als 35 Jahre ist. Die Ausbildung wurde nun noch positiver beurteilt, da sie auch besser war. Ein Volontariat sah man als Königsweg der Ausbildung an. Es gaben weiterhin 67 Prozent der Befragten an, mit ihrem Beruf zufrieden zu sein. Die

Unterhaltungsfunktion gewann mehr und mehr an Relevanz, Sport wurde von allen anderen Ressorts eher akzeptiert als früher. *Weischenberg* sprach nun von der Reduzierung der Außenseiterstellung, wobei ein Generationswechsel sowie ein Funktionswandel im Sportjournalismus sichtbar waren.<sup>8</sup>

Die in der gleichen Zeit von *Hackforth* und seinen MitarbeiterInnen durchgeführte „Kölner Studie“ zählt aufgrund des hohen Rücklaufs zu einer der ersten repräsentativen Studien in Deutschland hinsichtlich der Berufsgruppe der SportjournalistInnen.<sup>9</sup> Die Frage „Was sind ihrer Meinung nach die Aufgaben des Sportjournalisten“ beantworteten diese folgendermaßen: 99,2 Prozent kreuzten das Informieren an. Die Hauptaufgabe hat sich demnach in den untersuchten Jahren nicht verändert. Danach folgten Missstände, wie Kritisieren (83 Prozent), Unterhalten (71,1 Prozent), Vermitteln (66,1 Prozent), Sport in Facetten darstellen (65,3 Prozent) sowie Trends aufzeigen mit 49 Prozent. Über ein Drittel der befragten SportjournalistInnen können ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorweisen, wenige verfügen sogar über einen Dokortitel. Mit der ihnen zugestandenen Ausbildung sind zwei Drittel der SportjournalistInnen zufrieden bis sehr zufrieden, nur ein Drittel zeigt sich weniger zufrieden. Außerdem betont *Hackforth* aufgrund seiner Ergebnisse, dass „das Selbstbewusstsein und das Selbstverständnis der Sportjournalist(innen) sicher gestiegen sind, wobei besonders deren Unterhaltungsfunktion immer stärker anerkannt wird“.<sup>10</sup>

## Entwicklungstendenzen in Österreich

Erst in den letzten Jahren wurde in Österreich der Versuch unternommen, die Berufsgruppe der SportjournalistInnen systematisch zu erfassen und sie wissenschaftlich zu analysieren. Im Jahr 2000 führte *Joachim Reder* eine standardisierte Befragung durch, wobei seine Stichprobe aus 132 österreichischen SportjournalistInnen aus den Bereichen Fernsehen, Hörfunk und Printmedien bestand. Die wichtigsten Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:<sup>11</sup>

6 vgl. Nause, Martina (1987). Der Sportjournalist – mit neuem Selbstbewusstsein? In: Hackforth, Josef (Hg). Sportmedien und Mediensport. Wirkungen – Nutzung – Inhalte der Sportberichterstattung. Berlin, 227-248.

7 vgl. Lerch, Gerhard (1989). Der Sportjournalist aus der Sicht von Sportjournalisten, Mainz.

8 vgl. Weischenberg, Siegfried (1994). Annäherung an die „Außenseiter“. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. In: Publizistik 4/1994, 428-452.

9 vgl. Hackforth, Josef (1994). Sportjournalismus in Deutschland: Die Kölner Studie. In: Hackforth, J./Fischer C.: ABC des Sportjournalismus. München, 13-49.

10 vgl. ebd., 33.

11 vgl. Reder, Joachim (2000). Qualität und Qualitätssicherung im Sportjournalismus. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Salzburg, 203-235.

1. Der/die österreichische SportjournalistIn ist in fachlichen Belangen und journalistischen Arbeitsmethoden kompetent und verfügt über gute Kontakte zu FunktionärInnen und SportlerInnen.
2. Die SportjournalistInnen messen einer fundierten innerredaktionellen Ausbildung sowie einem innerredaktionellen Meinungsaustausch in Form von Kritik am journalistischen Beitrag besondere Bedeutung bei der Sicherung und Steigerung der journalistischen Qualität bei.
3. Die österreichischen SportjournalistInnen akzeptieren am ehesten das Urteil ihres Publikums als Methode der Qualitätsbewertung. Einer Beurteilung ihres journalistischen Produkts durch eine Jury, die sich aus VertreterInnen der Praxis und der Wissenschaft zusammensetzt, stehen sie eher kritisch gegenüber.
4. 75 Prozent der befragten SportjournalistInnen haben die Matura absolviert, 25 Prozent verfügen über ein abgeschlossenes Hochschulstudium, 32 Prozent haben ihr Studium abgebrochen.
5. 90 Prozent der Untersuchungspersonen halten einen Universitätsabschluss für weniger wichtig.
6. Zwei Drittel der befragten SportjournalistInnen haben Weiterbildungsprogramme besucht.
7. 42 Prozent der Untersuchungspersonen haben eine Ausbildung als RedakteursaspirantIn erhalten.
8. 35,6 Prozent der befragten SportjournalistInnen empfinden die Ausbildung als RedakteursaspirantIn als nicht wichtig.
9. Die österreichischen SportjournalistInnen betrachten ihre Kommunikatorfunktion als außerordentlich wirkungsvoll und glauben, einen wesentlichen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung über den Sport zu leisten.
10. Die Spitzenposition innerhalb der verschiedenen Ressorts hat die Politik inne, gefolgt vom Lokal-Ressort. Den dritten Rang nimmt laut Einschätzung der SportjournalistInnen bereits das Sport-Ressort ein, während Wirtschaft, Kultur und Vermischtes auf den weiteren Plätzen folgen.
11. Der Sportjournalismus ist eine Männerbastion. Nur 11 von 132 JournalistInnen waren weiblich.

Wenig später befasste sich auch *Martina Stix* anhand einer schriftlichen, standardisierten Befragung mit dem gleichen Themenkomplex, wobei sie nur SportjournalistInnen (n=27) aus ausgewählten österreichischen Printmedien befragte. Aus den Ergebnissen der erwähnten Studie lassen sich folgende Aspekte hervorheben:<sup>12</sup>

1. Der Stellenwert des/der SportjournalistenIn hat sich aufgrund des Bedeutungszuwachses des Sports in der Gesellschaft verbessert. Dies trifft nicht nur für SportkommunikatorInnen in Deutschland, sondern auch für deren BerufskollegInnen in Österreich zu.
2. Die formale Ausbildung der SportjournalistInnen in Österreich ist gut, die journalistische Berufsausbildung weist Defizite auf.
3. SportjournalistInnen in Österreich fühlen sich nicht als Außenseiter der Redaktion und werden auch von den Kollegen aus den Ressorts Politik, Wirtschaft, Kultur und Lokales nicht als solche empfunden.
4. Das Selbstbild der SportjournalistInnen in Österreich ist positiv.
5. SportjournalistInnen und auch JournalistInnen aus anderen Ressorts beurteilen ihre Zukunft in Österreich trotz der allgemein schlechten Lage im JournalistInnenberuf als positiv.
6. Die Eigenschaftszuordnung bezüglich des/der SportjournalistenIn weist kaum Unterschiede im Auto- und Hetero-Stereotyp auf.
7. SportjournalistInnen und JournalistInnen aus den anderen klassischen Ressorts empfinden Unterschiede zwischen den Hauptaufgaben des/der SportjournalistenIn sowie des/der JournalistenIn allgemein.

Bei den aufgeführten Aspekten handelt es sich um die verifizierten Hypothesen von *Stix*. Im Folgenden wird die Ergebnisliste noch mit interessanten Fakten erweitert.

<sup>12</sup> vgl. Stix, Martina (2003). Gleiche Höhe oder doch Abseits? Eine empirische Untersuchung des Auto- und Hetero-Stereotyps von Sportjournalisten im österreichischen Tageszeitungsbereich unter Miteinbeziehung von 30 Jahren deutschsprachiger Sportkommunikatorforschung. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Wien, 299-377.

1. Bei österreichischen Tageszeitungen arbeitet keine Frau als Sportjournalistin.
2. 16 Prozent der befragten SportjournalistInnen weisen ein abgeschlossenes Studium auf, 13 Prozent haben ihr Studium abgebrochen.
3. Keine(r) der von *Stix* befragten SportjournalistInnen hat eine Ausbildung als RedakteursaspirantIn durchlaufen. 44 Prozent geben als Ausbildung „Learning by doing“ an.
4. 30 Prozent der befragten SportjournalistInnen halten ihre journalistische Ausbildung für nicht ausreichend.
5. Die Richtigkeit der Berufswahl und die Arbeitsbedingungen werden uneingeschränkt positiv dargestellt.
6. Die Hauptaufgaben eines/r SportjournalistenIn sind erstens Informieren, zweitens kritisch Kommentieren und drittens Unterhalten.
7. Das Sportressort belegt gemeinsam mit dem Wirtschaftsteil den dritten Platz in der Ressorthierarchie. Politik steht vor dem Ressort Lokales unangefochten an Platz eins.
8. 63 Prozent der befragten SportjournalistInnen fühlen sich nicht als Außenseiter der Redaktion.
9. 60 Prozent der befragten SportjournalistInnen räumen ihrem Beruf gute Zukunftschancen ein.

6. Die formale Ausbildung der SportjournalistInnen in Österreich ist gut. Universitätsabschluss und Volontariat haben jedoch keinen großen Stellenwert unter den SportjournalistInnen.

Vergleicht man die erwähnten Befunde mit der Ergebnissen der „Kölner Studie“, stellt man fest, dass abgesehen von der Gewichtung des Volontariats beim Einstieg ins Berufsleben eine breite Übereinstimmung ersichtlich ist. Diese Entwicklung hängt unter anderem mit der Tatsache zusammen, dass in Österreich selten Volontariatsplätze angeboten werden; den Berufszugang ermöglicht oft die Übergangsphase des freien Mitarbeitens.

*Minas Dimitriou, Mathias Mödl*

## Fazit

Die Ergebnisse der zwei Untersuchungen lassen sich auf folgenden Nenner bringen:

1. Die österreichischen SportjournalistInnen fühlen sich nicht als Außenseiter in der Redaktion.
2. Im österreichischen Sportjournalismus gibt es praktisch keine Sportjournalistinnen.
3. In der Ressorthierarchie ist das Politik-Ressort die Nummer eins. Das Sport- Ressort ist zwischen den Plätzen drei und vier anzusiedeln.
4. Das Selbstbild der SportjournalistInnen in Österreich ist positiv.
5. Die SportjournalistInnen in Österreich betrachten die Zukunftschancen ihres Berufsstandes optimistisch.



► **Der Sport stellt in den Medien** einen immer wichtigeren, wenn nicht sogar unverzichtbaren Bestandteil dar. Der ständige Wettlauf um Sportübertragungsrechte und die hohen Summen, die dafür ausgegeben werden, bestätigen den Eindruck, dass der Sport inzwischen für die Medienanbieter, in erster Linie für das Fernsehen, einen überragenden Stellenwert hat.

Eine zunehmende Bedeutung erfährt der Sport aber auch ganz deutlich im Printjournalismus, insbesondere in Boulevardmedien.

So trägt die Sportberichterstattung in der Neuen Kronen Zeitung („Krone“) und ihrem deutschen Gegenstück, der Bild Zeitung, nicht unwesentlich zur Kaufentscheidung dieser beiden Boulevardzeitungen bei. Dem Sportressort wird sowohl in personeller, finanzieller als auch in technischer Hinsicht große Aufmerksamkeit gewidmet.

In Qualitätsmedien, wie etwa in Der Standard („Standard“), wird dem Sportressort gegenüber anderen Ressorts eine untergeordnete Bedeutung zugemessen.

Aus diesen Überlegungen, ob nun die Sportberichterstattung in der Neuen Kronen Zeitung qualitätsvoller ist als im „Standard“, weil das Sportressort beim „Standard“ „im Abseits“ steht und sich somit eine eventuelle Vernachlässigung der Qualitätsmerkmale einstellen könnte, leiteten wir unsere zentrale Forschungsfrage ab:

**Ist die Sportberichterstattung im Boulevardmedium „Krone“ qualitativ hochwertiger als im Qualitätsmedium „Standard“?**

### Methode

Als Untersuchungsmethode verwendeten wir die quantitative Inhaltsanalyse. Sie ist eine durchaus gebräuchliche Vorgehensweise, auch für die Untersuchung von journalistischen Qualitätskriterien in Medien. In der Woche vom 7. bis zum 13. April 2003 wurde eine Vollerhebung der Sportberichterstattung vorgenommen. Dieser Untersuchungszeitraum erwies sich als relativ repräsentativ für eine Sportberichterstattungswoche, zumal keine Weltmeisterschaften oder ähnliche Großereignisse stattfanden.

Für unsere Untersuchungskriterien zogen wir eine Mischung aus Kriterien, wie sie Stephan Ruß-Mohl in seinem „magischen Vieleck“ beschreibt, und den Ergebnissen einer Sportjournalisten-Befragung, wie sie Joachim Reder im Rahmen seiner Diplomarbeit durchführte, heran.<sup>1</sup> Zusätzliche Kriterien entwickelten wir nach eigenen Qualitätsvorstellungen.

Folgende Untersuchungskriterien zogen wir demnach **in Betracht**: Umfang (je umfangreicher, desto qualitätsvoller), journalistische Gestaltungsformen (je vielfältiger, desto qualitätsvoller), Personalisierungsgrad (je geringer, desto qualitätsvoller), W-Fragen (Beantwortung als Qualitätskriterium), Stereotype (Vermeidung als Qualitätsmerkmal), Nationalismus (je internationaler, desto qualitätsvoller), Trennung von Fakten- und Meinungswiedergabe (klare Wiedergabe als Qualitätsmaßstab), Fachjargon (je weniger, desto qualitätsvoller), Aktualität (je aktueller, desto qualitätsvoller) und Sportarten (große Vielfalt als Qualitätskriterium).

<sup>1</sup> vgl. Ruß-Mohl, Stephan (1994). Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus – Modell für Europa? Osnabrück: Fromm.  
vgl. Reder, Joachim (2000). Qualität und Qualitätssicherung im Sportjournalismus. Diplomarbeit. Salzburg, 204.

## Vergleichende Datenanalyse

### Umfang

Erwartungsgemäß umfangreicher war die Sportberichterstattung der „Krone“. In der „Krone“ wurden insgesamt 183 Artikel mit einer Summe von knapp 29.000 Wörtern codiert. Das entspricht einem Durchschnittswert von 150 Wörtern – bei einer Sportberichterstattung von 76 A4 Seiten.

Beim „Standard“ wurden 60 Artikel mit einer Summe von etwa 11.000 Wörtern gezählt. Das entspricht einem Durchschnittswert von 184 Wörtern – bei einer Sportberichterstattung von 20 A4 Seiten.

Die Sportberichterstattung in der „Krone“ war also knapp drei Mal so umfangreich wie jene im „Standard“. Der „Standard“ hatte zwar in einigen Teilaspekten der Kategorie „Umfang in Wörtern“ die Nase vorne, so sind zum Beispiel im „Standard“ zahlreiche Artikel mit einer Länge von über 400 und 500 Wörtern zu finden, aber insgesamt war der „Krone“-Sport deutlich umfangreicher.

### Gestaltungsform

In beiden Tageszeitungen dominierten ganz klar die Gestaltungsformen Nachricht und Bericht. Sowohl in der „Krone“ als auch im „Standard“ erreichten diese beiden journalistischen Gestaltungsformen zusammengezählt einen Anteil von über 90 Prozent.

Gestaltungsformen wie die Reportage, das Interview und der Kommentar führten in der „Krone“ wie auch im „Standard“ ein Exotendasein. Im „Standard“ waren nur ein Kommentar und zwei Reportagen zu verzeichnen. In der „Krone“ ist zu neun Kommentaren und fünf Reportagen noch ein Interview hinzugekommen.

### Personalisierung

Überraschenderweise gab es im „Standard“ wie auch in der „Krone“ einen sehr geringen Personalisierungsgrad, wobei dieser im „Standard“ noch um einiges geringer war als in der „Krone“. Demgemäß

waren im „Standard“ nur 15 Prozent aller 60 untersuchten Artikel personalisiert. In der „Krone“ liegt dieser Anteil bei einem Drittel.

### W-Fragen

Diesem Qualitätskriterium scheint man offensichtlich nicht allzu viel Aufmerksamkeit zu schenken, denn in beiden Tageszeitungen wurden zu einem sehr hohen Prozentteil die W-Fragen nicht beantwortet. Beim „Standard“ erfolgte in einem Drittel der Artikel die Beantwortung der W-Fragen nicht. In der „Krone“ wurden gar in weit über der Hälfte aller Artikel die W-Fragen nicht beantwortet. In (fast) allen Fällen betraf das die Nichtbeantwortung der „Wann-Frage“.

### Nationalismus

Während im „Standard“ nur etwas mehr als die Hälfte aller Artikel (56,7 Prozent) einen Österreich-Bezug aufwiesen, galt dies in der „Krone“ für über drei Viertel (77 Prozent) aller Artikel.

### Trennung von Fakten

Im „Standard“ wurde in fast 30 Prozent aller Artikel (28,3 Prozent) keine Trennung von Meinung und Fakten vorgenommen. Erstaunlich gut ist hier der Wert der „Krone“, in ihr war nur in jedem 20sten Artikel die Trennung von Meinung und Fakten nicht erfolgt (6 Prozent).

### Fachjargon

Die „Krone“ verwendete in über drei Viertel ihrer Artikel (76,5 Prozent) keine allgemein unverständlichen Fachtermini. Beim „Standard“ hingegen kam in 30 Prozent aller Artikel zumindest ein Begriff aus dem Fachjargon vor.

### Aktualität

Die „Krone“ bot ihren Lesern aktuellere Informationen als dies der „Standard“ tat. Demnach waren in der „Krone“ 56,8 Prozent der Artikel tagesaktuell, im „Standard“ hingegen nur die Hälfte. Der Anteil von zweitesaktuellen Artikeln war im „Standard“ (26,7 Prozent) höher als in der „Krone“ (9,3 Prozent).

Aktualität scheint in beiden Redaktionen einen relativ hohen Nachrichtenwertfaktor darzustellen, denn wochenaktuelle Artikel spielten in beiden Medien eine untergeordnete Rolle („Standard“: 1,7 Prozent; „Krone“: 2,7 Prozent).

Rund jeder fünfte Artikel musste sowohl in der „Krone“ als auch im „Standard“ als „nicht festzustellen“ codiert werden, da die Zeitfrage bei der Berichterstattung nicht berücksichtigt wurde.

### Sportarten

Vergleicht man die Präsenz verschiedener Sportarten in den beiden untersuchten Zeitungen, kommt man zu erstaunlich ähnlichen Ergebnissen. Neben einem sehr starken Übergewicht des Fußballs in der jeweiligen Sportberichterstattung (jeweils circa 40 Prozent Artikelanteil), ließen sich in beiden Zeitungen auch ähnlich viele Sportarten finden.

### Bewertung der Qualitätskriterien

Das Qualitätskriterium „Umfang in Worten“ erfüllte die „Krone“ deutlich besser als der „Standard“, immerhin war die Sportberichterstattung in der „Krone“ dreimal so lang – **1:0** für die Krone.

Die „Krone“ bot ihren Lesern bei der Präsentation der einzelnen Sportereignisse vielfältigere Gestaltungsformen als der „Standard“ – **2:0** für die „Krone“.

Der Personalisierungsgrad war beim „Standard“ deutlich geringer. Daher schafft der „Standard“ den Anschluss – **2:1**.

Auch das Kriterium „Beantwortung der W-Fragen“ erfüllte der „Standard“ zu einem höheren Prozentsatz als die „Krone“ – Ausgleich zum **2:2**.

Trotz der weitgehenden Vermeidung von Stereotypen in beiden Medien, hatte auch hier der „Standard“ die Nase vorne – **3:2** für den „Standard“.

Die Sportberichterstattung im „Standard“ war deutlich internationaler ausgerichtet als in der „Krone“ – **4:2** für den „Standard“.

Die Trennung von Fakten und Meinung wurde in der „Krone“ klarer vorgenommen – nur noch **4:3** für den „Standard“.

Da die „Krone“ weniger Fachjargon verwendet hat, ist sie nach unserem Kriterium als verständlicher zu bewerten – **4:4**.

Die Sportberichterstattung der „Krone“ war aktueller als die des „Standard“ – die „Krone“ geht erneut in Führung – **5:4**.

Obwohl die Werte bezüglich des Kriteriums „Anzahl der Sportarten“ absolut ident sind, schneidet der „Standard“ mit seiner relativ höheren Sportartenvielfalt besser ab – Ausgleich des „Standard“ in der Schlussphase zum **5:5**.

Unseren Ergebnissen zufolge endete „das Duell“ mit einem Gleichstand. Die zentrale Forschungsfrage war daher nicht eindeutig zu beantworten, da wir weder eine „verkehrte Welt“ im Sport noch einen Qualitätsvorsprung der Qualitätszeitung „Standard“ feststellen konnten. Dieses Ergebnis muss allerdings als relativ angesehen werden, da andere Interpretationen ebenso legitim wären. Einerseits hätte man zum Beispiel einzelne Kriterien anders bewerten können (Personalisierung; nationale vs. internationale Berichterstattung). Andererseits hätte man die Kriterien gegeneinander gewichten können. So hätte man zum Beispiel den Umfang als gewichtigeres Kriterium bewerten können als die Vielfalt der Gestaltungsformen. Des Weiteren konnten etliche „Qualitätskriterien“ im Rahmen unserer Untersuchung nicht erfasst werden, die von Praktikern und Wissenschaftlern als Qualitätsmerkmale angeführt werden (Recherche; Übersichtlichkeit eines Beitrages).

*Robert Allmer, Thomas Mayer*

# AutorInnen

## **Das Redaktionsteam:**

Hans Heinz Fabris, Robert Bichler, Elisabeth Rauchenzauner, Christian Wiesner, Barbara Hohenwallner (Cover), Fritz Neumüller (Satz), Tanja Petritsch (Lektorat), Simone Wiltschko (Lektorat)

## **Beiträge von:**

- ▶ **Alge Martina, Mag.**  
Doktorandin am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Almer Robert**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Benedikter Lukas**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Dimitriou Minas, Dr.**  
Geschäftsführer des Universitätslehrgangs Sportjournalismus, Salzburg
- ▶ **Emminger Florian**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Fabris Hans Heinz, O.Univ.Prof. Dr.**  
Universitätsprofessor am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg,  
Leiter der Abteilung für Journalistik und Angewandte Kommunikationswissenschaft
- ▶ **Felderer Nora**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Egger Johanna**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Erl Nicole**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Gaisbauer Oliver**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Gratt Sabine**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Hollaus Josefine**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Holzmann Susanne**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Klee Monika**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Mayer Thomas**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Michelitsch Birgit**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg

- ▶ **Mödl Mathias, Mag.**  
Sportredakteur, Kronen Zeitung Wien
- ▶ **Paus-Hasebrink Ingrid, Univ.Prof. Dr.**  
Universitätsprofessorin am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg,  
Leiterin der Abteilung Audiovision und digital-elektronische Kommunikation
- ▶ **Petritsch Tanja**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Rahofer Meinrad, Dr.**  
Geschäftsführer des Kuratoriums für Journalistenausbildung, Salzburg
- ▶ **Rauchenzauner Elisabeth, Mag.**  
Doktorandin am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Renger Rudi, Ao.Univ.Prof. Dr.**  
Universitätsprofessor am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg,  
Abteilung für Journalistik und Angewandte Kommunikationswissenschaft
- ▶ **Rest Franz, Dr.**  
Universitätsassistent am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg, Abteilung für  
Interkulturelle und Internationale Kommunikation und Abteilung für Multimediale Gestaltung und neue  
Kommunikationstechnologien, Leiter des Print-Labors
- ▶ **Roither Michael, Mag.**  
Doktorand am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Roth Julia**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Schausberger Daniel**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Scheicher Richard**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Steinmaurer Thomas, Ass.Prof. Dr.**  
Universitätsassistent am Institut für Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg,  
Abteilung für Allgemeine Publizistik und Kommunikationsgeschichte
- ▶ **Veigl Stefan**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Wendlinger Helene**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Weszelka Birgit**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg
- ▶ **Wolfsgruber Marijke**  
Studium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg