Einführung

Die österreichische Medienlandschaft weist in vielen Bereichen Charakteristika auf, die in anderen europäischen Ländern so nicht existent sind. Mit den kritischen Worten Harald Fidlers lässt sie sich wie folgt beschreiben:

„Dieses kleine Land der Riesen, überschattet von einer überdimensionierten Fernseh- und Radioanstalt, überschattet von einer Großfamilie, die Zeitungs- wie Zeitschriftenszene beherrscht. Daran ist nichts normal: Österreichs Medien sind so hoch konzentriert wie kaum welche in Europa, wie wenige in der Welt.“ (Fidler 2004, 9)

Nicht nur die hohe Pressekonzentration und die marktbeherrschende Stellung der *Kronen Zeitung* als überregionales Boulevardblatt prägen die Situation, auch die im internationalen Vergleich verspätete Einführung eines dualen Rundfunksystems und die daraus resultierende – nach wie vor bestehende – Dominanz des öffentlich-rechtlichen *Österreichischen Rundfunks (ORF)* sind mitverantwortlich für die spezifische Ausgestaltung des österreichischen Medienmarktes. Gleichwohl ist auch das österreichische Mediensystem von weitreichenden globalen, strukturellen Umgestaltungen – oft mit Schlagworten wie Internationalisierung, Konvergenz, Kommerzialisierung und Digitalisierung gekennzeichnet – betroffen. Quantität und Dynamik der Entwicklung führen in allen Mediengattungen zu nachhaltigen Veränderungsprozessen. Insbesondere die Digitalisierung, die zunehmende Verbreitung des Internets und das veränderte Mediennutzungsverhalten konfrontieren die beteiligten Marktakteure wie auch die Medienpolitik mit spezifischen Herausforderungen.

Angesichts der vielfältigen Umbrüche ist es erstaunlich, dass trotz mancher Einzelstudien bislang keine aktuelle übergreifende Zusammenschau von Forschungsergebnissen für Österreich vorliegt. Bis zu den 1990er Jahren hatte das Institut für Publizistik und Kommunikationsforschung der Universität Salzburg in seinen insgesamt vier Medienberichten in regelmäßigen Abständen Bestandsaufnahmen des österreichischen Medienmarktes geliefert. Der Berichtszeitraum des vierten und letzten Berichts endet jedoch mit dem Berichtsjahr 1992 (vgl. Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg 1993). Seither wurde kein Versuch unternommen, die massiven Veränderungen, die sich in den vergangenen 15 Jahren im

österreichischen Mediensystem vollzogen haben, in einer Gesamtschau zu erfassen und einer Analyse zu unterziehen.

Diese Lücke will der vorliegende Sammelband schließen. Um aktuelle Entwicklungen des Medienstandortes ‚Österreich‘ herausarbeiten zu können, gilt es insbesondere das Spannungsverhältnis zwischen historisch gewachsenen Strukturen des Landes und globalen Veränderungen der Medienlandschaft zu beschreiben. Voraussetzung dafür sind der Blick aus verschiedenen Perspektiven auf die Umbrüche seit Mitte der 1990er Jahre und die Analyse aktueller Entwicklungen, so dass im Ländervergleich die Spezifika Österreichs und in zeitlicher Hinsicht die Strukturen des Wandels sichtbar werden.

Vorzugsweise Autoren/innen aus Österreich, aber auch aus Deutschland, Spanien, den Niederlanden und der Schweiz beleuchten die Veränderungsprozesse in den einzelnen Mediengattungen. Die Auswahl der Beiträge erfolgte mit Hilfe eines anonymen Peer-Review-Verfahrens, durch das die eingereichten *extended abstracts* bewertet wurden und an dem sowohl die Mitglieder des Editorial Board der Relation als auch weitere internationale Experten beteiligt waren.

Die ersten vier Beiträge des Sammelbandes beschäftigen sich mit Entwicklungen und Veränderungen der Presselandschaft. Zu Beginn untersuchen Linards Udrys und Jens Lucht auf der Makro-Ebene die tiefgreifenden Transformationsprozesse der Medienstrukturen Österreichs, Deutschlands und der Schweiz zwischen 1960 und 2005. Dazu zählen die ‚Entbettung‘ der Presse von ihren früheren politischen und sozialen Trägergruppen sowie fortschreitende Konzentrationsprozesse auf dem Tageszeitungsmarkt – Entwicklungen, die sich in den kleinen Untersuchungsländern später, dafür aber rascher vollzogen als in Deutschland. Das Angebot an auflagenstarken Boulevardzeitungen war in Deutschland schon in den 1960er Jahren vergleichsweise groß, während in Österreich und der Schweiz der Siegeszug dieser Zeitungsgattung erst in den 1970er und 1980er Jahren, dafür aber umso heftiger einsetzte. Vor dem Hintergrund zunehmend kommerzialisierter Mediensysteme plädieren die Autoren für ein Forschungsdesign, das mediale Strukturen und Inhalte verknüpft, und stellen erste Ergebnisse einer Inhaltsanalyse vor.

Im Mittelpunkt des Beitrages von Birgit Stark und Melanie Magin steht die viel diskutierte neue Tageszeitung *Österreich*. Seit September 2006 versucht sich Wolfgang Fellner mit einem innovativen Produkt im umkämpften österreichischen Zeitungsmarkt zu positionieren. Angekündigt war das Blatt als eine Mischung aus Tageszeitung und Magazin, das dennoch den Ansprüchen einer Qualitätszeitung genügen sollte. Neue Zielgruppen und auch junge Leser

wollte der Verleger insbesondere durch den Onlineauftritt und die enge crossmediale Verquickung zwischen Print- und Onlineausgabe gewinnen. Erstmals zieht der Beitrag auf Basis zweier vergleichender inhaltsanalytischer Untersuchungen eine Zwischenbilanz, ob es den Machern der Zeitung gelungen ist, den anvisierten Ansprüchen gerecht zu werden. Obwohl die geweckten Erwartungen inhaltlich nicht erfüllt werden konnten, zeigen sich nach rund zwei Jahren am Lesermarkt beachtliche Erfolge, die insbesondere die Konkurrenzsituation für den *Kurier* verschärfen.

Piet Bakker und Josef Seethaler gehen in ihrem Beitrag der Entwicklung einer jener Formen am Printsektor nach, die sowohl von wissenschaftlicher als auch von verlegerischer Seite sehr ambivalent beurteilt werden: der Gratistageszeitung. Im europäischen Vergleich zeigt sich, dass Österreich zu jenen (mittlerweile zahlreichen) Ländern gehört, in denen der Gratistageszeitungsmarkt auf einem relativ hohen Niveau stagniert. Damit besteht die Möglichkeit, die österreichische Situation beispielhaft für saturierte Märkte zu analysieren. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, unter welchen strukturellen Voraussetzungen es zur Gründung von Gratistageszeitungen kommt, welche verlegerischen Motive dahinter stehen und welche Auswirkungen für den Gesamtzeitungsmarkt sowohl in ökonomischer als auch publizistischer Sicht damit verbunden sind.

Angela Fritz und Johanna Grüblbauer beschäftigen sich mit dem bislang wenig beachteten österreichischen Wochenzeitungsmarkt und schließen damit eine Forschungslücke. Ziel ihrer Studie ist es, Erfolgsfaktoren zu bestimmen, die dem aktuellen und zukünftigen Erfolg der Wochenzeitungen zugrunde liegen. Sie präsentieren Ausschnitte aus einer breit angelegten Untersuchung, die theoretisch den industrieökonomischen und ressourcenbasierten Ansatz verknüpft. Die Verbindung zu publizistischen Ansätzen erfolgt mit Hilfe von sekundäranalytisch ausgewerteten Nutzungsdaten und einer vergleichenden Inhaltsanalyse. Das eigens entwickelte Marktmodell identifiziert insbesondere das Contentmanagement als zentralen Erfolgsfaktor. Dabei beschränkt sich die verlegerische Leistung nicht nur auf den redaktionellen Content, sondern zeigt sich im Zusammenspiel mehrerer Einflussfaktoren.

Auch der Rundfunkbereich wird in vier Beiträgen aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. Den Anfang macht Patrick Segalla, der die Entwicklung der österreichischen Rundfunkgesetzgebung in den letzten fünfzehn Jahren seit Beginn der Liberalisierung nachzeichnet. Er dokumentiert damit die entscheidenden rechtlichen Schritte zur Beseitigung des Rundfunkmonopols und den im Vergleich zu Deutschland verspäteten Aufbau einer dualen

Rundfunklandschaft in Österreich. Das Land befand sich bis Anfang der 1990er in einer Sondersituation, da der *ORF* über ein umfassendes rechtliches Monopol im Fernseh- und Radiomarkt verfügte. Impulsgeber für die Dualisierung waren letztlich der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte und der Verfassungsgerichtshof. Der Autor beschreibt in Grundzügen die aktuelle rechtliche Ausgestaltung der dualen Rundfunklandschaft und geht abschließend auch auf zukünftige Herausforderungen ein; insbesondere die Entwicklung des Rechtsrahmens für öffentlich-rechtlichen Rundfunk auf europäischer Ebene ist dafür von Bedeutung.

Christina Ortner, Ingrid Paus-Hasebrink und Alois Pluschkowitz beschreiben die veränderten Rahmenbedingungen für den *ORF* im Zuge der Digitalisierung der Fernsehübertragung. Ihr Fokus liegt einerseits in der Darstellung des Digitalisierungsprozesses seit den Anfängen in den 1990er Jahren (u. a. Umstiegsstrategien und medienpolitische Vorgaben), andererseits beleuchten sie aber auch die veränderte Konkurrenzsituation am Zuschauer- und Werbemarkt. Aus medienrechtlicher Sicht erfährt der *ORF* durch die Digitalisierung zwar tendenziell eine Stärkung, allerdings dokumentiert die Entwicklung am Zuschauer- und Werbemarkt eine Schwächung des *ORF*. Obwohl er nach wie vor seine Marktdominanz behaupten kann, gerät er mehr als andere öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter zunehmend unter Druck. Verstärkt Konkurrenz machen dem *ORF* sowohl deutsche und schweizerische öffentlich-rechtliche Sender als auch private Vollprogramme und Spartensender. Die mittlerweile intensivierte Ausrichtung auf stärker publikumszentrierte Angebote bringt den öffentlich-rechtlichen Anbieter wiederum bei der Wettbewerbsbehörde der Europäischen Kommission unter Rechtfertigungsdruck.

Diese Diskussion wird von Thomas Steinmaurer weitergeführt. Die missbräuchliche Verwendung von Gebühren und wettbewerbswidriges Verhalten öffentlich-rechtlicher Anbieter wird derzeit sowohl in Deutschland als auch in Österreich intensiv diskutiert, insbesondere die Zeitungsverleger und Privatrundfunkanbieter beziehen Stellung gegen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Neben der Darstellung der wettbewerbsrechtlichen Rahmenbedingungen und einer vergleichenden Analyse der Entwicklung in Deutschland und Österreich erörtert der Autor abschließend die Frage, wie das Verhältnis zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk ausgestaltet sein sollte, um den gesellschaftlich erwünschten Zielen ‚Medienvielfalt‘ und ‚Pluralität‘ gerecht werden zu können.

Julia Wippersberg beschäftigt sich mit einer anderen aktuellen Herausforderung am Fernsehmarkt, dem mobilen Fernsehen. Mit der raschen Einführung

von DVB-H ist Österreich führend in Europa. Anders als in Deutschland konnten sich die beteiligten Akteure rasch auf den Übertragungsstandard Digital Video Broadcasting-Handheld (DVB-H) einigen, so dass 2008 – im Kontext der Fußball-Europameisterschaft – die Markteinführung im Regelbetrieb starten konnte. Neben der medienpolitischen Entwicklung stellt der Beitrag die beteiligten Akteure und das inhaltliche Angebot in Österreich vor. Empirische Befunde aus der Nutzerperspektive zeigen zudem, dass durchaus Potenzial vorhanden ist: Grundsätzlich zeigt sich zwar eine eher abwartende, zugleich aber vorsichtig positive Haltung gegenüber dem Handy-Fernsehen.

Nicht nur die Einführung des Handy-TV verlief in Österreich sehr reibungslos, auch das Internet konnte sich relativ rasch verbreiten und hat sich als dritte Säule des Medienkonsums etablieren können. Birgit Stark und Uta Rußmann beleuchten die Entwicklung der Internetnutzung in Österreich in einer Langzeitperspektive. Mit Hilfe von Media-Analyse-Daten wird der Fragestellung nachgegangen, ob sich in Österreich empirische Evidenzen finden lassen, die auf einen Digital Divide hinweisen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Nichtnutzung des Internet in hohem Ausmaß durch sozio-ökonomische Variablen bestimmt wird. Digitale Klüfte zeigen sich demnach bezüglich des Internetzugangs als auch in der Art und Weise der inhaltlichen Nutzung, und dies sowohl regional als auch statusabhängig.

Nachdem die Veränderungen und Entwicklungen im Bereich der einzelnen Mediengattungen nachgezeichnet wurden, geht es im folgenden Abschnitt aus unterschiedlichen Perspektiven um diejenigen, die hinter der Produktion der Medieninhalte stehen: Die österreichischen Journalisten. Wie sich deren soziodemografische Zusammensetzung und Strukturen von 1946 bis 2008 entwickelt haben, untersuchen Roman Hummel und Susanne Kassel in einer Strukturdatenanalyse, die auf den Mitgliederdaten der österreichischen Journalistengewerkschaft sowie auf der Zahl der vom dafür zuständigen Kuratorium ausgegebenen Presseausweise basiert. Eine vergleichende Gesamtauswertung der Entwicklung über mehr als 60 Jahre hinweg wird in diesem Beitrag erstmalig durchgeführt. Im Zeitverlauf zeigt sich, dass die Mehrheit der österreichischen Journalisten durchgängig bei Printmedien tätig war und ist. Zahlreiche Veränderungen zeigen sich vor allem in den letzten zehn Jahren, etwa ein sinkender Organisationsgrad der Journalisten in der Gewerkschaft, eine Zunahme freiberuflicher Tätigkeit, gestiegene Qualifikationsanforderungen und ein steigender Frauenanteil unter den Journalisten.

Daniela Kraus präsentiert Ergebnisse der ersten repräsentativen Journalistenbefragung in Österreich im Vergleich zu entsprechenden Ergebnissen aus

Deutschland und den USA. Während es in anderen Ländern seit langem regelmäßig wiederholte Journalistenbefragungen gibt, fehlten entsprechende Forschungen für Österreich bisher. Die vorgestellte Studie trägt zur Schließung dieser Forschungslücke bei und ermöglicht internationale Vergleiche sowie künftige Längsschnittvergleiche. Ausgehend von der Prämisse, dass journalistisches Handeln von Strukturen ebenso wie von individuellen Entscheidungen innerhalb dieser Strukturen bestimmt wird, werden einerseits die Arbeitsbedingungen der 500 befragten Journalistinnen und Journalisten, andererseits Einstellungen und Rollenselbstverständnisse, von denen ihre Entscheidungen im redaktionellen Alltag beeinflusst sind, betrachtet. Auffällig ist, dass österreichische Journalisten deutlich öfter als ihre deutschen Kollegen ein subjektiv-gestaltendes und aktives Rollenbild an den Tag legen, was durch Mängel der Profession Journalismus in Österreich zu erklären ist, im Arbeitsalltag der Betroffenen aber zu Dysfunktionalitäten führen dürfte.

Mit ganz aktuellen Veränderungen journalistischen Arbeitens im Zeitalter der Konvergenz befassen sich schließlich Andy Kaltenbrunner, Klaus Meier, José Garcia Aviles, Daniela Kraus und Miguel Carvajal. Sie stellen aus einer komparativen Perspektive Konvergenz-Prozesse in Tageszeitungsredaktionen vor. Verschiedene Modelle der Newsroom-Konvergenz in Österreich, Spanien und Deutschland werden analysiert. Im Mittelpunkt der Untersuchung stehen dabei die einzelnen Konvergenzschritte in den ausgewählten Redaktionen sowie die Einflüsse der Organisation des Newsrooms auf den redaktionellen Workflow und die Berufszufriedenheit der Journalisten. Eine Matrix von über 30 Konvergenz-Deskriptoren bündelt die vielfältigen Ergebnisse der Beobachtungen bzw. Interviews und ermöglicht einen systematischen Vergleich. Die drei auf Grundlage der untersuchten Case-Studies entwickelten Konvergenz-Modelle existieren jedoch nicht in ihrer puren Form in der Zeitungsrealität. Keines der betrachteten Unternehmen hat sich gänzlich entweder dem Modell der vollständigen Integration, jenem von Cross Media oder dem Modell der Koordination von eigenständigen Plattformen zugewandt.

Der letzte Teil des Sammelbandes befasst sich mit verschiedenen Maßnahmen der österreichischen Medienpolitik, deren Rolle vielfach als zu schwach und zu wenig aktiv, sondern vielmehr als reaktiv gilt. Paul Murschetz betrachtet die Bundespressförderung als wichtiges Instrument der österreichischen Medienpolitik im Vergleich mit den Presseförderungsmodellen Norwegens, Schwedens und Frankreichs und stellt die Frage, ob direkte Zahlungen des Staates an Tageszeitungen geeignet sind, um Fehlentwicklungen am Zeitungsmarkt entgegenzuwirken. Dazu überträgt er ein allgemeines Modell der

britischen Wettbewerbsbehörde (Office of Fair Trading) zu den ökonomischen Auswirkungen staatlicher Subventionen am Markt auf das Beispiel der Presseförderung in den untersuchten Ländern als besondere Form staatlicher Unterstützung. Betrachtet werden unter anderem die Förderungsmodelle der Vergleichsländer, die Auswirkungen auf die davon profitierenden Zeitungsunternehmen und ihre Konkurrenten und mögliche Gründe für den Misserfolg von Presseförderung. Der Vergleich mit den Presseförderungsmodellen anderer Länder zeigt, dass das österreichische Modell zu Recht kritisiert wird, weil es Fehlentwicklungen des Pressemarktes nicht verhindern konnte.

Matthias Karmasin und Franzisca Weder thematisieren eine andere dringliche Fragestellung, die nicht nur in Österreich in der aktuellen medienpolitische Diskussion ein zentrales Thema ist: Die gesellschaftliche Verantwortung von Medienunternehmen und deren (Selbst-)Kontrolle. Sie gehen dabei der Frage nach, inwieweit Corporate-Social-Responsibility-Managementsysteme den Herausforderungen einer heutigen Medienlandschaft gerecht werden können und in welchem Zusammenhang diese mit medienethischen Prinzipien bzw. entsprechenden Instrumenten der Selbstregulierung stehen. Ihre Annahme, dass Medienunternehmen erst durch Selbstregulierung kommunikative Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahrnehmen können, prüfen sie mit Hilfe der Ergebnisse einer empirischen Studie zu Medienethik und CSR in den zehn größten österreichischen und europäischen Medienunternehmen. Das entwickelte Modell der Co-Regulierung der Medien gibt einen Ausblick auf mögliche Konzepte der Verantwortungswahrnehmung.

Alles in allem reflektieren die ausgewählten Beiträge die spezifischen Medienstrukturen Österreichs im Kontext globaler Umbrüche. Sie liefern eine umfassende Bestandsaufnahme der gegenwärtigen Situation auf dem österreichischen Medienmarkt. Wie die Entwicklungen weitergehen und welche Veränderungen darüber hinaus zu erwarten sind, wird die Zukunft weisen. Diese Prozesse weiter zu verfolgen und in einigen Jahren einer erneuten Bestandsaufnahme zu unterziehen, erscheint als lohnenswertes und wichtiges Forschungsvorhaben.

Zuletzt ist es uns als Herausgeberinnen ein großes Anliegen, Dank zu sagen. Wir danken den Mitgliedern des Editorial Boards und den externen Gutachtern – Prof. Dr. Hannes Haas, Prof. Dr. Susanne Kinnebrock, DDr. Gabriele Melischek, Prof. Dr. Christian Steininger und Prof. Dr. Josef Trappel –, die durch ihre Expertise im Peer-Review-Verfahren die Auswahl der qualitativ besten Beiträge ermöglicht haben. Weiterhin danken wir Dr. Josef Seethaler für seine fachliche Unterstützung, Mag. Wolfgang Plaschg für die Erstellung

der Druckvorlage dieses Sammelbandes sowie Conor Mulrooney (MBS, BBS) für die englischsprachige Redaktion. Für die finanzielle Unterstützung geht unser Dank an das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung. Vor allem aber gilt unser Dank allen beteiligten Autorinnen und Autoren, ohne deren Kompetenz, Engagement und Kooperationsbereitschaft dieser Band nicht hätte entstehen können.

Wien, Februar 2009

Birgit Stark und Melanie Magin

Literatur

- Fidler, Harald. 2004. *Im Vorhof der Schlacht. Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege*. Wien: Falter Verlag.
- Institut für Publizistik und Kommunikationstheorie der Universität Salzburg, Hg. 1993. *Massenmedien in Österreich. Medienbericht 4. Berichtszeitraum 1986 bis 1992*. Wien: Buchkultur.