

ANDY KALTENBRUNNER, MATTHIAS KARMASIN,
DANIELA KRAUS (HG.)

Der Journalisten-Report III Politikjournalismus in Österreich



ANDY KALTENBRUNNER, MATTHIAS KARMASIN,
DANIELA KRAUS (HG.)

Der Journalisten-Report III

Politikjournalismus in Österreich

Mitarbeit: Klaus Bichler, Judith Seinfeld-Leitner

Ein Forschungsprojekt von

medienhaus  wien

Ermöglicht durch Förderung vom

BUNDESPRESSEDIENST  ÖSTERREICH

Unterstützt von

B.M.W.F^a

Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet unter
<http://d-nb.de> abrufbar.

© 2010 Facultas Verlags- und Buchhandels AG
facultas.wuv, Berggasse 5, 1090 Wien
Alle Rechte vorbehalten

Gestaltung & Satz: MEDIA-N.at
Druck: Facultas
Printed in Austria

ISBN 978-3-7089-0581-5

INHALT

Vorwort..... 5

Teil 1: Einstellungen und Selbstverständnis

Matthias Karmasin

Vierte Gewalt oder Hofberichterstatler?

Rollenbilder im Politikjournalismus 11

Kommentar: Eva Weissenberger

Hey, add mich als friend! 27

Marcelo Jenny, Wolfgang C. Müller und Nikolaus Eder

Wie „europäisch“ sind Österreichs Journalisten und Journalistinnen?

Ein Vergleich mit Opinion-Leadern aus Wirtschaft und Politik 33

Teil 2: Recherche und Arbeitsweisen

Daniela Kraus

Total digital? Onlinerecherche im Politikjournalismus 49

Kommentar: Robert Wiesner

Handwerk zwischen Kostendruck und Technik 79

Emmerich Tálos und Andy Kaltenbrunner

Wikipedia als Wegweiser..... 87

Teil 3: Medien und Politik

Andy Kaltenbrunner

Was bin ich? Leitmotive und Leitmedien im Politikjournalismus 109

Kommentar: Herbert Lackner

Macht, Übermacht, Ohnmacht

Wie schräg Journalisten manchmal ihre eigene Branche sehen 135

Josef Seethaler und Gabriele Melischek

Journalismus und Politik in den österreichischen

Nationalratswahlkämpfen 1999–2008 139

Anhang

Anmerkungen zur Studie „Politikjournalismus in Österreich“	161
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	167
Autoren und Autorinnen	169

VORWORT

„Journalism is in trouble“, lässt Phil Meyer, Doyen der US-Journalismusforschung, gleich mit seinen ersten Worten keinen Zweifel aufkommen, als er im Frühjahr 2010 in Wien die Konferenz „Journalism 2020“ einleitet.¹ Der emeritierte Professor aus North Carolina erzählt, was er von Paul Lazarsfeld gelernt hat, genauso gegenwärtig, wie er über seine Erfahrungen mit *Facebook* und *Twitter* reflektiert. Meyer selbst hat mit einem Reporter-Team der *Detroit Free Press* schon in den 1960er-Jahren einen Pulitzerpreis gewonnen und zuletzt 2004 mit seinem Buch „The Vanishing Newspaper“² Furore gemacht. Wenn Journalismus schlechthin in Schwierigkeiten sei, warnt er, dann bedeute das auch: „Democracy is in trouble.“

Jetzt wird „gleich noch die Auflage der Zeitungen mit dem Überleben der Demokratie gleichgesetzt. Das ist doch Unfug“, sagt dagegen der Chefredakteur der *Washington Post* Marcus Brauchli.³ Man mag mit ihm hoffen und Standards der politischen Kultur längst von der Gutenberg-Galaxie entkoppelt sehen. Man sollte wohl. Schließlich hat auch die renommierte *Washington Post* alleine zwischen 2009 und 2010 ein Viertel ihrer Verkaufsaufgabe verloren. Und um Geld zu verdienen, organisierte sie auch Abendessen, wo Lobbyisten für viel Geld mit Politikern und Topjournalisten zusammentreffen konnten. So viel käufliche Nähe von Politik und Journalismus sei ein Fehler gewesen, sagt nun auch Chefredakteur Brauchli.

Aber wohin geht die Reise?

Die schnelle strukturelle Veränderung der Medienbranche, nehmen wir nur Digitalisierung und Globalisierung als Schlagworte, und ein Einbruch durch eine veritable Weltwirtschaftskrise lassen selbst die internationalen Leuchttürme des (politischen) Journalismus irrlatern.

Auch in Österreich flackern da Diskussionen über die Rolle des Politikjournalismus immer wieder heftig auf, in der Branche selbst herrscht allemal Irritation.

1 Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela (2010): Es gab nie eine bessere Zeit für Journalismus. Gastkommentar. In: Die Presse vom 31. 03. 2010.

2 Meyer, Philip (2004): The Vanishing Newspaper. Saving Journalism in the Information Age. University of Missouri Press. Missouri.

3 Brauchli, Marcus (2010): Staatshilfe ist keine Lösung. Interview. In: Der Spiegel 19/2010.

Hier nur einige Schlaglichter auf aktuelle Debatten:

Mitte 2010 wurde nach langem Krampf und Kampf ein neues *ORF*-Gesetz beschlossen, das mehr unabhängige Kontrolle durch eine weisungsfreie Medienbehörde bringen soll. Doch in den Monaten davor war der notorisch begehrlche Zugriff von Parteipolitik auf den *ORF*-Stiftungsrat und auf Führungspositionen in der Anstalt gerade wieder besonders deutlich geworden. Welche Perspektive hat öffentlich-rechtlicher Rundfunk?

Der Streit um Nachfolge, faktische Führung und Eigentümerschaft der *Kronen Zeitung* nach dem Tod des Herausgebers und Hälfte-Eigentümers Hans Dichand, einer Ein-Mann-Partei mit drei Millionen Sympathisanten, beschäftigt die gesamte Branche und Politiker aller Couleurs. Wer stößt mit wessen Mitteln in die Lücke?

Die ökonomischen Befunde sind für die gesamte Branche zudem mäßig erfreulich. Wohl gibt es kein Zeitungssterben wie in den USA, aber auch keine Jubelmeldungen wie beim deutschen *Springer-Verlag*, der Anfang 2010 überraschend ein tolles Gewinn-Quartal meldet. Österreichs Medien und Journalisten tauchen irgendwie durch. Hurra, wir leben noch. Aber wie viel autonomer Spielraum bleibt für selbstbewusste Publizistik?

Politikjournalismus traditionellen Zuschnitts steht raschen Veränderungen oft recht ratlos gegenüber: Wie ist mit einem Markt und einem Publikum umzugehen, das in ganz neuen Kanälen Information sucht, die den Routiniers des politischen Journalismus zum Teil selbst noch fremd sind? Was kann und will neue, digitale Konkurrenz, die keine nationalen Grenzen kennt, aber auch keine berufsethischen oder qualitativen Standards definiert? Wie soll sich Journalismus gegenüber einer Realpolitik positionieren, von der mehr Hilfe durch sinnvolle medienpolitische Regulierung einerseits erwartet, tödliche Umarmung aber strikt abgelehnt wird?

Jene Fragen an Österreichs Politikjournalistinnen und Politikjournalisten⁴, die im Zentrum des vorliegenden Journalisten-Reports III stehen, werden also in einer Zeit des Umbruchs gestellt. Rund ein Drittel aller in Österreich hauptberuflich im Politikjournalismus Tätigen, repräsentativ ausgewählt auf Basis der Daten der soziodemographischen Studien für die ersten beiden Editionen des Journalisten-Reports⁵, hat

4 In der Diskussion um gendergerechte Formulierung haben wir die Entscheidung den Autoren und Autorinnen der einzelnen Beiträge überlassen. Wenn nur eine Form verwendet wird, geschieht dies im Sinne der leichteren Lesbarkeit.

5 Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2007): Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. facultas.wuv. Wien; Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. facultas.wuv. Wien.

Auskunft gegeben. Die Ergebnisse dieser Untersuchung⁶ zu Selbstbildern, Arbeitsweisen und Einstellungen werden in den Beiträgen der Herausgeber vorgestellt. In manchem, so zeigen die Ergebnisse, unterscheiden sich Österreichs Politikjournalisten und -journalistinnen deutlich von ihren internationalen Kollegen. Etwa in ihrem besonders ausgeprägten Selbstverständnis als Kontrolloren und Kritiker des politischen Systems. Ein Selbstverständnis, das manchmal – im Fall der größten Zeitung des Landes immer öfter – sogar Grundlage eigener politischer (Wahl-)Kampagnen von Medien werden kann. Bei anderem sind die österreichischen Berichterstatter und Kommentatoren von Politik in weltweit bester Gesellschaft: In einem noch recht frühen Stadium befinden sich die Versuche des Politikjournalismus, mit neuen Medien und Kommunikationsformen im „Social Web“ vernetzt zu arbeiten.

Welche Schwächen gerade diese so spannenden digitalen Recherchegrundlagen als Quellen politischer Information haben können, illustriert in seinem Beitrag Emmerich Tálos am Beispiel von *Wikipedia*. Der aktuellen und spannenden Forschungsfrage, mit welchem Zugang EU-Politik beobachtet und kommentiert wird, widmen sich die Autoren Marcelo Jenny, Wolfgang C. Müller und Nikolaus Eder in ihrem Beitrag. Sie recherchierten EU-Positionen und EU-Perspektiven jener österreichischen Journalisten, deren Arbeitsthema eben diese Europäische Union ist. Gerade in Zeiten, da Euroskepsis und -sklerose zentrale Themen sind, kann die persönliche Haltung der medialen Multiplikatoren besonders interessieren.

Generell, so stellen Gabriele Melischek und Josef Seethaler in ihrem Beitrag zur vergleichenden Analyse von Nationalratswahlkämpfen im Zeitverlauf fest, hat der Politikjournalismus an Autonomie gegenüber dem System Politik gewonnen. In der Mediendemokratie setzen alsbald die Medien selbst verstärkt die politischen Themen und beziehen sich aufeinander.

Als Novität im Journalisten-Report III werden die ausgewählten Ergebnisse von drei Objekten der Forscherneugierde selbst kommentiert. Eva Weissenberger, Robert Wiesner und Herbert Lackner, tätig für Tageszeitung, TV und Wochenmagazin, interpretieren Ergebnisse und Befunde aus Sicht von renommierten Routiniers des Politikjournalismus. Berufliches Selbstverständnis, veränderte Recherchestrategien und politische Leitmotive und Leitmedien stehen zur Diskussion.

⁶ Die Untersuchung ist Teil des Projekts „Politikjournalismus in Österreich“, das aus Mitteln des Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank (Projektnummer 13324) sowie mit Unterstützung des Österreichischen Bundespressedienstes/BKA finanziert wurde. Anmerkungen zur Studie finden sich im Anhang.

Diese Praxisperspektive ist ein Gegenschnitt, der das Verhältnis der Systeme Politik und Medien, per Stand 2010, generell deutlicher machen kann. Diese Beziehung ist ja seit jeher eine spezielle. Politik war neben Staatskunst immer schon auch öffentliche Inszenierung und wurde über Personen und öffentliche Räume gleichermaßen symbolisch dargestellt. Ritualisierte und inszenierte Politik ist so alt wie Politik als Organisation der Res publica selbst.⁷ In demokratisch verfassten Staaten sind die Medien jedoch nicht der Funktionslogik des politischen Feldes unterworfen, sondern sie bestimmen die Art der Berichterstattung, die Gewichtung von Themen und Fakten und vor allem die Kontextualisierung und Kommentierung (weitgehend) selbst. Mediendemokratie, so schlussfolgert Bolz⁸, heißt Mediendarwinismus, denn ein Politiker oder eine Politikerin, die sich nicht an die Sachlogik der Medien anpasst, wird scheitern.

Öffentlichkeit ist aber nicht einfach Antipode der Macht: Sie ist Instanz der Machtkontrolle und eine Variable der jeweiligen Formation von Macht. Da die Medien diese Öffentlichkeit wesentlich konstituieren und konstruieren, sind sie nicht nur Subjekt im Sinne eines intermediären Systems, das zwischen politischen Akteuren, Institutionen und dem Publikum (den Bürgern und Bürgerinnen) vermittelt, sondern sie sind selbst eine politische Institution, die als Korrektiv, als „Vierte Gewalt“, und als Ressource zur Meinungs- und Willensbildung dient. Politik muss damit nicht nur für die Medien gemacht werden (etwa im Sinne von Ordnungspolitik, Medienpolitik, Medienrecht, der Garantie für Meinungs- und Medienfreiheit etc.), sondern Politik wird auch für die Medien inszeniert und als symbolische Politik medial ins Bild gerückt. Politikjournalismus steht im Zentrum dieses sensiblen Verhältnisses von Macht und Kontrolle, von Res publica und Öffentlichkeit. Die Politikressorts sind ganz wesentlich, wohl noch mehr als alle anderen, an der Erfüllung der Rolle der Medien als „Vierte Gewalt“ beteiligt. Politikjournalisten und -journalistinnen haben also auch besondere Macht und damit besondere Verantwortung. Wie sie damit umgehen, ist mit den nun vorliegenden Daten und Kommentierungen des Journalisten-Reports III vielleicht besser verständlich.

Weitere Interpretation, Diskussion, aber auch vertiefende Forschungsarbeit kann damit hoffentlich angeregt werden. Unser Dank gilt zuerst den Autorinnen und Autoren sowie den Dutzenden Journalistinnen und

⁷ Für die Antike etwa siehe Flaig, Egon (2003): Ritualisierte Politik. Zeichen, Gesten und Herrschaft im Alten Rom. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen.

⁸ Bolz, Norbert (2005): Blindflug mit Zuschauer. Wilhelm Fink Verlag. München. S. 80.

Journalisten, die sich für Interviews Zeit genommen haben, um valide Daten als Grundlage für inhaltlichen Diskurs anbieten zu können. Ohne ihre Kooperationsbereitschaft wäre dieses Buch nicht zustande gekommen. Ebenso wenig ohne die wichtigen Inputs der Mitgesellschafter von *Medienhaus Wien* Astrid Zimmermann und Alfred Noll sowie des Teams von *Medienhaus Wien*, besonders die wissenschaftliche Mitarbeit von Judith Seinfeld-Leitner und Klaus Bichler, die mit vielen Stunden akribischer Recherchen und Auswertungen, mit Anregungen und Geduld zum Entstehen dieses Bandes beigetragen haben. Danke an Renée Lugschitz, deren Überarbeitungen und Feedback wieder zur besseren Verständlichkeit der Texte beitrugen. Die Befragungen wurden in gewohnter Perfektion von einem Team des *Österreichischen Gallup-Instituts/Karmasin Marktforschung* durchgeführt, Sabine Kruse, Magdalena Burghardt und Norbert Novak haben uns bei *facultas.wuv* wie immer umsichtig betreut. Danke.

Besonders hervorheben möchten wir die Unterstützung durch die Fördergeber, insbesondere den österreichischen Bundespressedienst und dessen Leiter Samo Kobenter. Ohne den Freiraum, der dadurch ermöglicht wurde, wäre dieser dritte Journalisten-Report nicht zustande gekommen.

Sehr viele haben also zum Gelingen dieses Buches beigetragen. Sie mögen ähnlich motiviert gewesen sein wie Professor emeritus Phil Meyer. Der macht ja trotz krisengeschüttelter Medienbranche keineswegs nur einen Abgesang auf den Journalismus. Der zweite, seltener zitierte Titel seines Buches über das Verschwinden der Zeitungen postuliert das zentrale wissenschaftliche, publizistische und gesellschaftspolitische Anliegen: „Die Rettung des Journalismus im Informationszeitalter“. Dafür spricht auch in Österreich manches. Hier zum Nachlesen.

Andy Kaltenbrunner

Matthias Karmasin

Daniela Kraus

TEIL 1: EINSTELLUNGEN UND SELBSTVERSTÄNDNIS

Matthias Karmasin

Vierte Gewalt oder Hofberichterstatter?

Rollenbilder im Politikjournalismus

Die Frage nach dem beruflichen Selbstverständnis zählt zu den aufschlussreichsten, aber auch empirisch problematischsten Bereichen der angewandten Journalismusforschung. Wie wir schon bei anderen Gelegenheiten angemerkt haben (etwa Karmasin/Kraus 2010), wäre es naiv, von Zustimmungen zu idealisierten Berufszielen direkt auf das journalistische Handeln zu schließen (siehe hierzu Scholl/Weischenberg 1998: 157ff.), weil Berufsrollenselbstbilder immer auch soziale Erwünschtheit und damit sozialen Konsens reflektieren. Das politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Klima und die gelebten Kulturen des Journalismus, wie sie sich in Berufsidealen, primärer und sekundärer Sozialisation, redaktionellen Usancen ausdrücken, haben nachhaltigen Einfluss auf die Berufsrollenselbstbilder. Dass nicht nur die individuellen Prädispositionen der Aktanten, sondern auch die sozialen Strukturen (Redaktionskulturen) und die kulturellen Umfeldler, in die sie eingebettet sind, über die journalistische Berufsauffassung entscheiden, ist in der Kommunikatorforschung Common Knowledge (Donsbach 2008; Meier 2007; Marr/Wyss/Blum/Bonfadelli 2001; Weischenberg/Malik/Scholl 2006). Damit reflektieren die Einstellungen eben nicht nur die subjektiven Prädispositionen, sondern auch sozialen und kulturellen Konsens. Dies macht sie nicht weniger aufschlussreich. So geben die Einschätzungen der Befragten Aufschluss über ihr Erleben und auch über ihre normativen Konzepte und damit über ihre Grundhaltung zu ihrem unmittelbaren beruflichen Wirken.

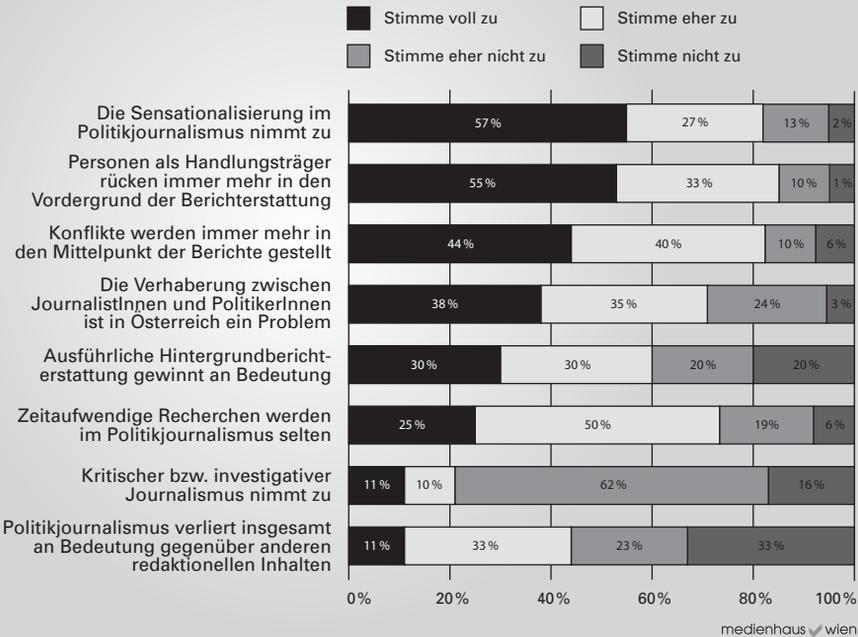
1. Was PolitikjournalistInnen über ihren Beruf denken¹

In der Debatte über Politik und Medien werden regelmäßig verschiedene Trends wie Sensationalisierung, Personalisierung, Eventisierung usf. thematisiert. Wir wollten wissen, wie PolitikjournalistInnen selbst über diese Befunde denken. Denn die Befindlichkeit von JournalistInnen

¹ Methodenbeschreibung zur Studie siehe Anhang.

drückt sich etwa in den Berufsrollenelbstbildern und der Zufriedenheit mit der beruflichen Situation (hinsichtlich Bezahlung, Zeitdruck etc.) aus und auch in Auffassungen über die Rolle, die Relevanz und die Entwicklung ihres Berufsfeldes insgesamt.²

Abb. 1: Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zum Politikjournalismus in Österreich vor. Bitte sagen Sie mir, wie Sie diese Aussagen beurteilen. (n = 100)



Wie schätzen die Befragten nun die Relevanz ihres Berufes ein: Wird politischer Journalismus wichtiger – oder nimmt seine Bedeutung eher ab? Die Meinungen dazu sind gespalten: Der Aussage „Politikjournalismus verliert insgesamt an Bedeutung gegenüber anderen redaktionellen Inhalten“ stimmen 11 % voll, 33 % eher zu – aber 23 % stimmen eher nicht zu, und 33 % lehnen diese Aussage ab. Auch wenn (wie bei 100 Befragten erwartbar) die Subgruppen nicht groß sind, so lassen sich zumindest der Tendenz nach Gründe für diese Spaltung angeben: Im TV-Bereich wird der Bedeutungsverlust stärker erlebt als im Printbereich, im Ressort der Regionalpolitik wird ein besonders starker Bedeutungsver-

² Im Kontext der Journalismusforschung vgl. hierzu Hohlfeld 2003.

lust konstatiert – im Ressort der Europapolitik ein besonders geringer. Ob diese Einschätzung der Befragten einer inhaltsanalytischen Überprüfung standhält, sei vor allem angesichts von Befunden, die in Österreich eine generelle Abnahme der Relevanz von Tageszeitungen feststellen (vgl. etwa Stark/Karmasin 2009), dahingestellt, wäre aber jedenfalls eine lohnende Fragestellung für weiterführende empirische Analysen.

Ähnlich gespalten sind die Befragten hinsichtlich des Stellenwertes der Hintergrundberichterstattung. Vor allem wird für Tageszeitungen analytische und in die Tiefe gehende Berichterstattung vermehrt als Alleinstellungsmerkmal gegenüber konkurrierenden Internetangeboten angeführt. Von den PolitikjournalistInnen glauben immerhin 60 %, dass Hintergrundberichterstattung auch tatsächlich an Bedeutung gewinnt, aber 40 % stimmen dem (eher) nicht zu. Vor allem Politikjournalisten meinen (im Gegensatz zu Politikjournalistinnen), dass Hintergrundberichterstattung wichtiger werde. Die mit EU-Politik befassten KollegInnen nehmen das seltener an. Es kommt also, kurz gesagt, auf den Standpunkt bzw. auf das Feld an, in dem man journalistisch tätig ist: Für die einen ist keinerlei Krise der Politikberichterstattung erlebbar, für die anderen ist in der subjektiven Wahrnehmung der Bedeutungsverlust der Politikberichterstattung Alltag. Relativ einig sind sich die Befragten in einem anderen Punkt: Nur 21 % stimmen (eher) zu, dass der Stellenwert des kritischen bzw. investigativen Journalismus zunimmt. Dies ist – angesichts der Relevanz, die die Befragten Kontrolle und Kritik beimessen (siehe unten) – ein strukturelles Problem des heimischen Politikjournalismus. Begründbar ist dies aus Sicht der PolitikjournalistInnen durch die Tendenzen der Sensationalisierung und Personalisierung, ebenso wie durch Ressourcenmangel und steigenden Zeitdruck in den Redaktionen. Dass die Sensationalisierung im Politikjournalismus zunimmt, wird von 84 % (eher) bejaht, dem Umstand, dass Personen als Handlungsträger in den Vordergrund der Berichterstattung rücken, stimmen 88 % (eher) zu, und ebenso viele PolitikjournalistInnen sehen zum ganzen oder überwiegenden Teil eine immer stärkere Konfliktorientierung in der Berichterstattung. Dass zusätzlich zeitaufwendige Recherchen im Politikjournalismus selten werden (dem stimmen drei Viertel der PolitikjournalistInnen vollständig oder zumindest eher zu), lässt vermuten, dass kritische Distanz zu diesen Entwicklungen erschwert wird.

Tendenzen, wie in anderen Ländern und anderen Forschungskontexten unter Begriffen wie Entideologisierung, Personalisierung, Trivialisierung der Kampagnenkommunikation, Negative Campaigning, Eventisierung³

³ Schneider 2004, Donsbach/Jandura 2003, Brettschneider 2002, Jarren/Donges 2002, Bolz 2005.

beschrieben, haben auch im österreichischen Politikjournalismus ihren Niederschlag gefunden. Strategien der Persuasion, der Inszenierung und der Personalisierung sind seit jeher inhärenter Bestandteil politischer Kommunikation (vgl. etwa Arnold/Fuhrmeister/Schiller 1998), dies ist nichts Neues. In der Mediendemokratie oder „Postdemokratie“ (Crouch 2009) jedoch führt die Professionalisierung der Kampagnenkommunikation (mit Crouch 2009) dazu, dass es nur mehr um die Konkurrenz von PR-ExpertInnen geht und dass sich die öffentliche Debatte nur mehr um bestimmte (von ExpertInnen zuvor ausgewählte) Probleme dreht.

Die Diskussion um Verantwortung der Medien im Allgemeinen und jene des Journalismus im Speziellen für diese Entwicklungen kann hier in aller Breite nicht geführt werden, dennoch wird deutlich, dass auch der Politikjournalismus einen Anteil an diesen Entwicklungen hat. Denn Politikjournalismus transportiert diese Inszenierungen und gestaltet sie (etwa in Form von Kampagnen) auch mit. Dies aber nicht nur aus politischem Interesse. Medien sind auch erfolgrational orientierte Unternehmen, die unter den Rahmenbedingungen der Kommerzialisierung, Individualisierung, Konvergenz, Globalisierung und Konzentration operieren. Die Notwendigkeit, angemessene Refinanzierungsstrategien zu realisieren, betrifft mittlerweile auch öffentlich-rechtliche Anstalten, und so kann der Schluss gezogen werden, dass für den Erfolg und das Misslingen politischer Kommunikation auch die mögliche Attraktivität für Publikum und Werbewirtschaft ausschlaggebend sein kann. Information, Motivation zur Partizipation, Förderung des Demokratieverständnisses, Grundwertesicherung, politische Sozialisation und Legitimation von Herrschaft sind dabei zwar Desiderate politischer Kommunikation⁴, aber für Medienunternehmen nur, soweit sie sich vor dem Hintergrund einer kommerzialisierten Medienlandschaft auch marktfähig machen lassen. Nicht mehr das Mill'sche Ideal der „government by discussion“, sondern Orientierung in der Multioptionsgesellschaft scheint das Primat des Handelns zu sein (Vogt 2002). Medieninterne Selektionsmuster (Aktualität, Personalisierung, Möglichkeiten zur Refinanzierung, professionelle Standards und standesethische Normen) entscheiden damit über die Art, die Quantität und die Qualität der Darstellung von Politik. Dies hat Folgen: für die Politik selbst, für ihre öffentlichen Darstellungen, aber auch für die demokratische Leistungsfähigkeit der Medien.

Der Politikjournalismus kann an den grundlegenden Strategien der Inszenierung von Politik in der Mediendemokratie wenig ändern, aber er kann ebendiese Strategien sichtbar und der öffentlichen Kritik zugäng-

⁴ Das Politikbild und die politische Urteilsfähigkeit der Staatsbürger sind mit Plasser (2004: 21ff.) von der Qualität und der Dichte der massenmedialen Informationsangebote abhängig.

lich machen. Aber nur dann, wenn es Strukturen in den Medienunternehmen gibt, die dies (auch gegen kommerzielles Kalkül) möglich machen. Und nur dann, wenn es Strukturen und ethische Regulative gibt, die der „Vierten Gewalt“ den Rücken stärken und ihre Funktion auch gegen politische Partikulärinteressen vertreten. Dass die Rahmenbedingungen dafür in Österreich nicht gerade günstig sind, bedarf hier wohl keiner weiteren Erläuterung.

Darüber hinaus sind auch persönliche Beziehungen zwischen PolitikjournalistInnen und PolitikerInnen ein Element, das kritische Distanz erschwert. Die „Verhaberung“ (der in Österreich gebräuchliche Begriff bedeutet laut Duden *„das Sichverbünden; Verbrüderung, gegenseitige Begünstigung“*) zwischen JournalistInnen und PolitikerInnen ist für die große Mehrheit der österreichischen PolitikjournalistInnen ein Problem (73 % stimmen voll bzw. eher zu). Dass eine gute persönliche Beziehung die Recherche erleichtert, Zugänge öffnet und auch die Chance auf exklusive Informationen steigert, steht außer Zweifel, dass häufige Kontakte auch eine gewisse Nähe produzieren, ebenso. Blum meint (2008: 244), dass politische JournalistInnen in allen Ländern die paradoxe Kunst beherrschen müssten, „bissige Schoßhunde zu sein, nämlich die politische Macht gleichzeitig zu kritisieren und zu hofieren“. Kepplinger und Maurer (2008: 168) sprechen in diesem Kontext von Rollenkonflikten (etwa jenem zwischen der Rolle als Freund und als Journalist), die dazu führen können, dass die Kontrollfunktion nicht angemessen wahrgenommen wird oder dass JournalistInnen die Art ihrer Beziehungen zu PolitikerInnen nicht offenlegen und damit verhindern, dass die Berichterstattung angemessen eingeschätzt werden kann. Auch wenn dies angesichts der Kleinheit des Landes und der hohen Konzentration im Mediensektor strukturell schwer änderbar scheint, so muss eine enge persönliche Beziehung zwischen Berichterstattern und Objekten der Berichterstattung noch nicht per se unkritischen Transport von (vermeintlichen) Insiderinformationen und distanzlose Übernahme von politischer PR bedeuten. Wenn es angemessene Rahmenbedingungen gibt, die die Entscheidung für eine korrekte Distanz und für die Vermeidung von Rollenkonflikten nicht dem/der Einzelnen überlassen.⁵ Es zeigt sich: Selbstkontrolle und Selbstregulation sind unverzichtbare Elemente der demokratischen Leistungsfähigkeit der Medien. Auch und gerade in einer Mediendemokratie.

⁵ Was wir im Journalismus stärker denn je benötigen, sagt Donsbach (2008: 161), sind „Firewalls“, welche die Medieninhalte vor ungebetenen Eindringlingen in das System bewahren, solchen der subjektiven Interessensverfolgung und solchen der ausschließlichen wirtschaftlichen Erwägungen.

2. Zufriedenheit trotz Überlastung

Auch wenn es angesichts der obigen Befunde überraschen mag: Österreichs PolitikjournalistInnen sind mit ihrem Beruf zufrieden.

Abb. 2: Als Nächstes nenne ich Ihnen einige Faktoren, die Ihre Arbeit als JournalistIn beeinflussen können. Bitte sagen Sie mir zu jedem Faktor, wie zufrieden oder unzufrieden Sie damit sind. Bewertung nach dem Schulnotensystem. Wie zufrieden sind Sie mit ... Darstellung der Top-Box-Werte (sehr und eher zufrieden)



Grosso modo unterscheiden sich PolitikjournalistInnen hinsichtlich der Zufriedenheit mit den beruflichen Bedingungen nicht wesentlich von ihren KollegInnen aus anderen Ressorts. Die Möglichkeiten zur Weiterbildung werden nur von wenigen (15%) als sehr zufriedenstellend angesehen (von weiteren 33% als eher zufriedenstellend), ähnlich verhält es sich mit der täglichen Arbeitsbelastung (10% sehr zufrieden, 34% eher zufrieden) und der offensichtlich ungenügenden Zeit für Recherche: Mit dieser sind nur 10% sehr zufrieden, weitere 18% eher zufrieden. Dies deckt sich mit internationalen Untersuchungen (Hanitzsch 2009), die zeitlichen Druck und Mangel an Ressourcen für die Berichterstattung (auch

als Folge von Kostendruck und Kommerzialisierung) als wesentliche Einflüsse auf die prozedurale Qualität des Journalismus ausmachen. Dass zeitaufwendige Recherchen im Politikjournalismus selten werden, haben wir schon oben diskutiert, und diese generelle Einschätzung der Mehrheit der Befragten spiegelt sich auch in der Unzufriedenheit mit der Arbeitsbelastung und mit unzureichender Zeit für Recherche wider. Deutliche Unterschiede ergeben sich bei der Zufriedenheit mit der Bezahlung: Hier sind 68 % der PolitikjournalistInnen sehr oder eher zufrieden (gegenüber 49 % in der Gruppe der JournalistInnen aus anderen Ressorts). Dies mag einerseits mit der objektiv besseren Bezahlung der PolitikjournalistInnen, die sich auf ein höheres Alter (42,1 im Vergleich zu durchschnittlich 40,2) rückführen lässt, begründbar sein, andererseits auf einem subjektiv zufriedenstellenderen „Preis-Leistungs-Verhältnis“ gründen. Auffällig ist, dass Politikjournalistinnen mit der Bezahlung deutlich zufriedener sind als ihre männlichen Kollegen (sehr zufrieden mit der Höhe der Bezahlung sind nur 15 % der Männer, aber 33 % der Frauen). Besonders auffällig ist die Zufriedenheit der PolitikjournalistInnen mit der politischen/weltanschaulichen Linie des Betriebes: Hier sind 41 % sehr zufrieden, weitere 31 % eher zufrieden. Bei den JournalistInnen aller Ressorts sind mit der Weltanschauung des Betriebs deutlich weniger, nur 27 %, sehr zufrieden, weitere 36 % eher zufrieden. Dies mag daran liegen, dass gerade im politischen Journalismus eine ideologische Distanz zur grundlegenden Blattlinie schwerer in der Alltagsarbeit realisierbar ist als etwa in „unpolitischen“ Ressorts wie Sport oder Gesellschaft. Anders formuliert: Auf Dauer gegen den Konsens der RedaktionskollegInnen zu verstoßen, auf Dauer gegen eine konsensuale Grundhaltung zu opponieren, scheint in diesem Ressort schwer durchhaltbar. Gerade PolitikjournalistInnen scheinen in Bezug auf die politische/weltanschauliche Linie des Betriebes starken Selbstselektionsprozessen zu folgen, sodass eine längere berufliche Tätigkeit nur im Rahmen einer ähnlichen Grundhaltung vorstellbar scheint. Auch wenn – wie im Beitrag von Andy Kaltenbrunner in diesem Band gezeigt – die PolitikjournalistInnen sich für deutlich kritischer halten als das Medium, für das sie arbeiten, so scheint eine Distanz, die quer über das politische Spektrum läuft, doch eher die Ausnahme als die Regel zu sein. Konkret: PolitikjournalistInnen, die sich in der Selbsteinschätzung für eher rechts halten, arbeiten auch eher bei Medien, die sie für rechts halten; PolitikjournalistInnen, die sich in der Selbsteinschätzung für links halten, arbeiten eher für Medien, die sie für links halten. Daneben lassen sich auch Sozialisationseffekte vermuten, die eine Anpassung an die Blattlinie und die redaktionellen Usancen plausibel erscheinen lassen.

3. L'Éclat c'est moi⁶ – zum Rollenselbstbild der Politikjournalisten

Die Vermessung des beruflichen Selbstverständnisses lässt Schlüsse auf die kulturellen Umfeldler und die Berufsideale zu, auch wenn ein direkter Konnex zum konkreten beruflichen Handeln (zur Umsetzung dieser Normen) schwer hergestellt werden kann. Dass damit auch – wie eingangs erwähnt – sozialer Konsens und soziale Erwünschtheit reflektiert werden, liegt bei normativen Vorstellungen über die Kernaufgaben des Berufsfeldes in der Natur der Sache. Dennoch zeigt das Ausmaß der Zustimmung zu Aussagen zum beruflichen Selbstverständnis Differenzen, sowohl zwischen JournalistInnen innerhalb einer Nationalkultur als auch – und noch viel deutlicher – zwischen JournalistInnen aus verschiedenen Ländern (hierzu Karmasin/Kraus 2010).

Befragt wurden österreichische PolitikjournalistInnen, worum es ihnen ganz persönlich in ihrem Beruf gehe. Zu 15 verschiedenen Aussagen zum journalistischen Selbstverständnis konnte auf einer fünfteiligen Skala Zustimmung von „voll und ganz“ bis „überhaupt nicht“ gegeben werden. Um Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurde bei der Formulierung dieser Fragen auf die Items von Weischenberg/Malik/Scholl (2006) aus deren Journalistenbefragung zurückgegriffen. Die Items wurden auch bei der Repräsentativerhebung des Journalisten-Report II (Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008) verwendet. Dabei bezog sich ein erster Fragenblock auf die Zustimmung zum Berufsrollenbild des objektiven, präzisen und schnellen Informationsjournalismus; der zweite Schwerpunkt lag auf journalistischer Service-, Orientierungs- und Unterhaltungsfokussierung; der dritte auf dem Selbstverständnis als Kritiker, Kontrollor und Anwalt.

Dabei zeigt sich: Österreichische PolitikjournalistInnen fühlen sich dem Ideal des neutralen, präzisen und objektiven Informationsjournalisten verpflichtet. Gleichzeitig aber verstehen sie sich in auffallend hohem Maße als Kritiker und als Kontrollinstanz für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Service, Orientierung und Unterhaltung stehen tendenziell im Hintergrund.

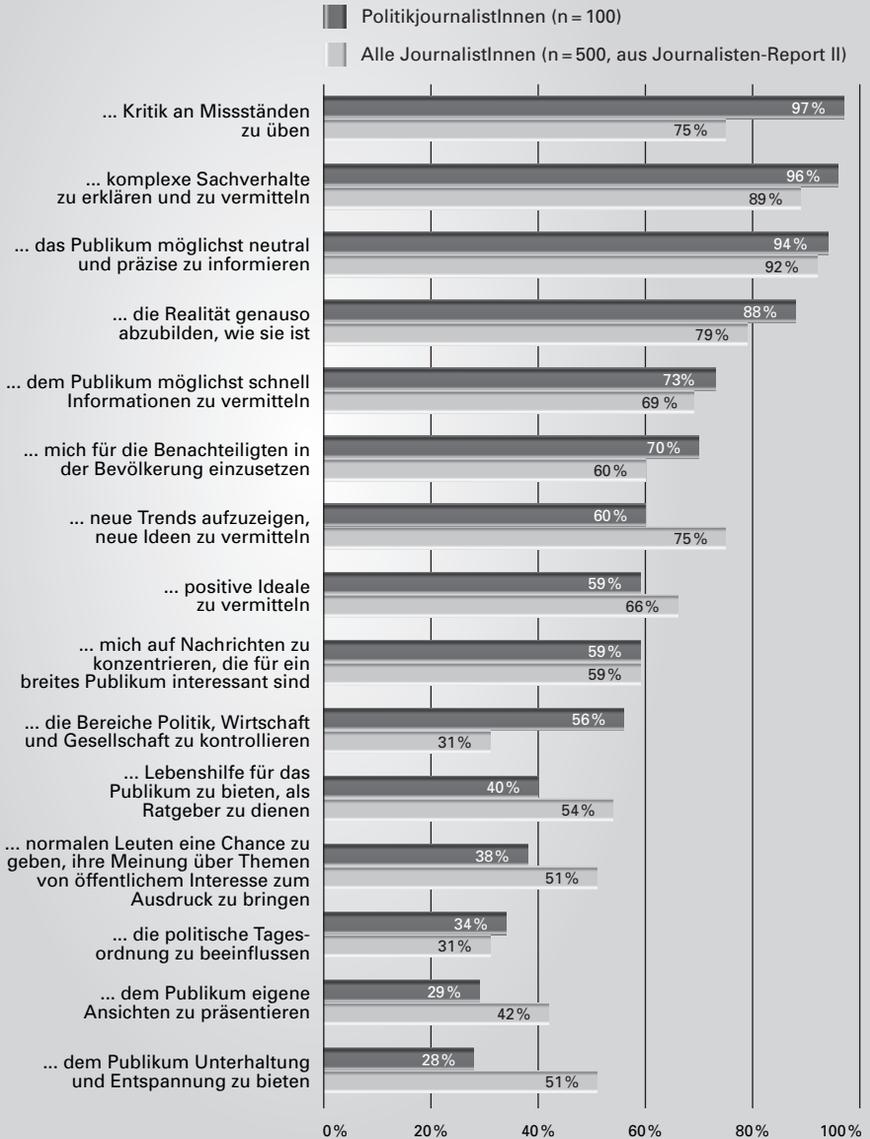
Der Anspruch, komplexe Sachverhalte zu transportieren, ist im Berufsrollenbild der österreichischen PolitikjournalistInnen ganz wesentlich. Fast alle Befragten (96 %) halten dies für ein zentrales Moment ihres Berufes, Politikjournalistinnen dabei in noch deutlich höherem Ausmaß als ihre männlichen Kollegen. Das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren, halten 94 % für eine wesentliche Aufgabe; dass die Realität genauso abzubilden sei, „wie sie ist“, findet ebenfalls ge-

⁶ Wie sich ein Sammelband von Helmut Moser (1989) zum Thema Weltnachrichten schön betitelt.

Abb. 3: Nun lese ich Ihnen einige Aussagen über das journalistische Selbstverständnis vor. Bitte bewerten Sie nach dem Schulnotensystem.

In meinem Beruf geht es mir persönlich darum, ...

Darstellung der Top-Box-Werte (Stimme voll und ganz zu/Stimme überwiegend zu)



schlechterübergreifend Zustimmung (88 %). Auch geht es darum, dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln (73 % stimmen voll und ganz oder überwiegend zu).

Dies mag mit dem spezifischen Feld und dem spezifischen Objektbereich zusammenhängen. Auch wenn die Selektionsmuster der Medien sich nach internen Kriterien wie journalistischer Sorgfalt, Werbemarktakzeptanz, Zeitdruck, Formaterfordernissen, Redaktionskultur, Blattlinie etc. richten, so spielen jedenfalls auch Verständlichkeit und die Konzentration auf Nachrichten, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind, eine Rolle.

Die wesentliche Komponente dabei scheint die Reduktion von Komplexität zu sein, denn Serviceorientierung und Unterhaltung spielen im Politikjournalismus eine vergleichsweise sekundäre Rolle. Dass die Unterhaltung des Publikums im Politikjournalismus eine weniger große Rolle spielt als in anderen Ressorts, liegt wohl in der Natur der Sache (nur 28 % stimmen ganz oder überwiegend zu).

Trotz des Anspruches der österreichischen PolitikjournalistInnen, das Publikum neutral, präzise und rasch zu informieren, trotz des Ideals der angemessenen Komplexitätsreduktion spielt die Selbstdefinition als „Vierte Gewalt“ die zentrale Rolle im Berufsrollenelbstbild: 97 % halten die Kritik an Missständen für ein wesentliches Element der journalistischen Tätigkeit (und damit deutlich mehr als der Durchschnitt österreichischer JournalistInnen), 56 % wollen die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren (gegenüber 31 % im Durchschnitt der österreichischen JournalistInnen), 34 % wollen die politische Tagesordnung mehr oder minder stark beeinflussen, und 70 % wollen sich für Benachteiligte in der Bevölkerung einsetzen. Damit erfahren jene Items, die sich mit Kontrolle und Kritik beschäftigen, über die Alters- und Geschlechtergrenzen hinweg große Zustimmung. Obwohl das Bild des objektiven, neutralen Beobachters, der sich eigener Meinungen enthält, in hohem Maß konsensual scheint, wird die Rolle der „Vierten Gewalt“ (als Kritiker und Kontrollor) also durchaus für relevant gehalten. Die starke Betonung der Kontroll- und Kritikfunktion lässt trotz aller Skepsis der Befragten vor dem Hintergrund von Politikverdrossenheit und Inszenierung, wie wir ihn oben andiskutiert haben, auf einen hohen Anspruch auf Autonomie schließen.

Politikjournalismus versteht sich als Altera Pars der Politik, und auch wenn der traditionelle Rückgriff auf Metaphern und Legitimationsfiguren wie jene der „Vierten Gewalt“ in Zeiten von Medienkonzentration und Werbekrise ein bisschen überhöht zu sein scheint, so lässt sich doch eine hohe Zustimmung der professionellen Akteure zu diesem

Ideal feststellen. Der langsam zunehmenden Professionalisierung des Berufsfeldes Journalismus im Allgemeinen und des politischen Journalismus im Speziellen steht eine zunehmende Professionalisierung der Kommunikationsbemühungen der politischen Akteure entgegen. PR-Stäbe, Spin-Meister und Agenturen produzieren Skripts für politische Kampagnen, wollen eine Atmosphäre des „Feel Good“ und des „Politainment“ schaffen und versuchen, tagesaktuelle Umfragedaten unmittelbar in kommunikative Strategien und in Handlungsoptionen für die politischen Akteure umzusetzen. Kritischer Politikjournalismus kann ebendies wiederum thematisieren und damit jene Öffentlichkeit schaffen, die in der Lage ist, Kontrolle auszuüben und die Kritik an Missständen zum Gegenstand politischer Diskurse zu machen. Kurz gesagt: Ein wesentlicher Teil der beruflichen Identität der heimischen Politik-

Abb. 4: Journalistisches Selbstverständnis

In meinem Beruf geht es mir darum, ... Bewertung der Faktoren auf einer fünfteiligen Skala von „Stimme voll und ganz zu“ bis „Stimme gar nicht zu“, Vergleich der Top-Box-Werte (Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu)	Österreichische PolitikjournalistInnen (n=100)	Deutsche PolitikjournalistInnen (n=277)	Österreichische JournalistInnen (n=500)	Deutsche JournalistInnen (n=1.536)
... Kritik an Missständen zu üben	97 %	60 %	75 %	58 %
... komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln	96 %	87 %	89 %	79 %
... das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren	94 %	93 %	92 %	89 %
... die Realität genauso abzubilden, wie sie ist	88 %	76 %	79 %	74 %
... dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln	73 %	86 %	69 %	74 %
... mich für die Benachteiligten in der Bevölkerung einzusetzen	70 %	25 %	60 %	29 %
... neue Trends aufzuzeigen, neue Ideen zu vermitteln	60 %	36 %	75 %	44 %
...positive Ideale zu vermitteln	59 %	33 %	66 %	40 %
... mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind	59 %	72 %	59 %	60 %
... die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren	56 %	32 %	31 %	24 %
... Lebenshilfe für das Publikum zu bieten, als Ratgeber zu dienen	40 %	28 %	54 %	44 %
... normalen Leuten eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen	38 %	27 %	51 %	34 %
... die politische Tagesordnung zu beeinflussen	34 %	19 %	31 %	14 %
... dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren	29 %	13 %	42 %	19 %
... dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten	28 %	24 %	51 %	37 %

journalistInnen ist es, Vorbehalte gegenüber der politischen Praxis zu artikulieren. Auch Österreichs PolitikjournalistInnen sind in der Schere von „Machtkritik und Machtverliebtheit“ (Blum 2008: 236) gefangen. Mit der Kritik von Macht geht aber – wie Blum nachhaltig argumentiert – auch die Möglichkeit einher, Macht auszuüben. Im Rollenselbstbild ist dieses Motiv zentral – man hat Macht (um Agenda-Setting und Kritik zu betreiben) und nutzt diese, um Kritik im Sinne der „Vierten Gewalt“ zu üben, aber auch, um sich für Benachteiligte einzusetzen. Die Kriterien dafür sind aber höchst subjektiv und mit dem Anspruch des neutralen Vermittlers von Fakten schwer in Einklang zu bringen, hier scheint sich also ein Widerspruch zum eingangs geschilderten Ideal, „das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren“, aufzutun. Mit diesem eher inkonsistenten Einstellungsmuster befinden sich die österreichischen PolitikjournalistInnen aber in guter Gesellschaft: Auch die Mehrheit ihrer KollegInnen aus anderen Ressorts fühlt sich nicht ausschließlich einem einzigen Rollenbild verpflichtet.

Wie ist es nun zu erklären, dass das Berufsrollenbild scheinbar widersprüchliche Inhalte hat: auf der einen Seite die hohe Zustimmung zur Rolle des neutralen Vermittlers, auf der anderen Seite die Auffassung des Berufes als Instanz von Kritik, als Vermittler positiver Ideale und die Orientierung an den Interessen und Bedürfnislagen des Publikums? Vor allem im internationalen Vergleich wird deutlich, dass es sich bei diesen Einstellungen um ein *Specificum Austriacum* handelt (Karmasin/Kraus 2010). Die Einstellungen der österreichischen PolitikjournalistInnen unterscheiden sich zwar von jenen ihrer KollegInnen aus anderen Ressorts, sie alle unterscheiden sich aber deutlich von ihren deutschen KollegInnen (siehe Abb. 4, Daten aus Weischenberg/Malik/Scholl 2006).

Wie in anderen journalistischen Kontexten auch, scheint die Tradition der Gesinnungspublizistik auch im österreichischen Politikjournalismus noch recht lebendig zu sein. Zieht man einerseits Befunde zur Kampagnisierung (Melischek/Rußmann/Seethaler 2009 und Melischek/Seethaler in diesem Band) ins Kalkül, die inhaltsanalytisch nachweisen, dass alle Medien in Österreich eine gewisse Tendenz in die eine oder andere Richtung aufweisen, und betrachtet man andererseits die hohe Zufriedenheit mit der politischen Ausrichtung des Mediums, so wird deutlich, dass die Tradition der Gesinnungspublizistik nicht als Bürde, sondern als Auftrag erlebt wird. Dem Sog der spezifisch österreichischen Medienkultur können sich JournalistInnen auch dann nicht entziehen, wenn sie sich dem Ideal der „Vierten Gewalt“ und der rationalen Kontrolle und Kritik verpflichtet fühlen. Dies zeigt Wirkungen: auch im Politikjournalismus. Wie Seethaler und Melischek resümieren,

prägte der historische Parallelismus zwischen Presse und Parteien die journalistische Kultur als Ganzes: „Zweifelloos verstärkte er das Rollenbild eines ‚Publizisten‘ und gesellschaftlichen ‚Anwalts‘, der im Interesse des Gemeinwohls bestimmte weltanschauliche Vorstellungen vertritt“ (Seethaler/Melischek 2006: 349).

Journalismus, der unter Verweis auf die hehre Rolle der „Vierten Gewalt“ durchaus „parteiische“ Standpunkte vertritt, hat in Österreich also Tradition. Nach dem Bruch von 1933–1938–1945 prägt diese Kultur das journalistische Selbstverständnis sowohl der politischen Presse als auch der kommerziellen Medien in Österreich – wenn auch bei Letzteren die politischen Positionen am vermuteten Publikumsgeschmack ausgerichtet werden. Geringe Quellentransparenz und Vermischung von Nachricht und Meinung (Renger 2002: 229) sind die Regel – während in Deutschland gelegentlich sogar vor einer Überbewertung des Trennungsgrundsatzes gewarnt wird (Pöttker 2005: 132–137). Die beispiellose Dominanz der *Kronen Zeitung*, ihre Tendenz zum Kampagnenjournalismus⁷ inklusive, und vor allem ihre realpolitische Relevanz⁸, die auch von den befragten PolitikjournalistInnen erkannt wird (siehe Beitrag von Andy Kaltenbrunner in diesem Band), verdeutlichen und verstärken diesen Effekt. Ein aktueller Sammelband von Plasser (2009) unterstreicht beide Aspekte: sowohl die Tendenz zur Kampagnisierung als auch die Rolle der *Kronen Zeitung* als politisches Leitmedium.

Das spezifisch österreichische Verständnis der Rolle als „Vierte Gewalt“ verdeutlicht eine Bemerkung von *Krone*-Kommentator Michael Jeannée: „Wir sind eine unabhängige Zeitung, die ihre Macht vom Volk bekommt.“⁹

Dass die Dominanz des Gesinnungsjournalismus in Österreich – anders als in Deutschland – ungebrochen herrscht, hat seine Ursache auch darin, dass die wesentliche Sozialisationsinstanz für österreichische JournalistInnen nach wie vor das Medienunternehmen ist. Einschlägige Aus- und Weiterbildungen werden in Österreich kaum angeboten, die Akademisierung des Berufes ist gering (Ö: 34 %, D: 69 %). Darüber hinaus fehlt von 2002 bis 2010 eine institutionelle Selbstkontrolle (in Form

7 Siehe dazu grundsätzlich Weber (1995); am Beispiel der EU-Berichterstattung: Pesendorfer (2007); mit zahlreichen Beispielen Fidler (2004: 32ff.).

8 Siehe als aktuelles Beispiel den Anti-EU-Kurs der *Kronen Zeitung*, der im österreichischen Wahlkampf 2008 zu einem Kniefall der Sozialdemokratischen Partei (SPÖ) vor *Krone*-Herausgeber Dichand führte, als der regierende Kanzler Gusenbauer und der künftige Kanzler Faymann in einem Brief – exklusiv an die *Kronen Zeitung* – die Änderung ihres politischen Kurses zum EU-Reformvertrag ankündigten. Was, wie sich im EU-Wahlkampf 2009 zeigte, für die SPÖ durchaus nicht lohnend war. Der Brief im Wortlaut: http://www.krone.at/krone/S25/object_id__105493/hxcms/index.html, abgerufen am 18. 08. 2009.

9 Michael Jeannée in der ZiB2 vom 08. 06. 2009.

eines Presserates), der zumindest als öffentliche Diskursplattform über Normen und berufliches Selbstverständnis dienen könnte (Gottwald/Kaltenbrunner/Karmasin 2006), der Medienjournalismus ist im Vergleich zu Deutschland schwach entwickelt. Auch wenn es veraltet und pathetisch sein mag: Wie es der Hutchins Commission Report formuliert hat, ist „the primary purpose of socially responsible journalism to empower democracy“ (The Commission on Freedom of the Press 1947). Es lohnt sich – so meinen wir –, sich dieses klassische Ziel hin und wieder vor Augen zu führen, und es würde sich lohnen, dieses Ziel als Ideal für Aus- und Weiterbildung, als Maßstab einer funktionierenden Qualitätskontrolle und Selbstregulation und als Norm medienpolitischen Handelns zu reflektieren. Gerade vor dem Hintergrund der eben diskutierten Befunde.

Literatur

- Arnold, Sabine/Fuhrmeister, Christian/Schiller, Dietmar (Hg.) (1998): Politische Inszenierung im 20. Jahrhundert: Zur Sinnlichkeit der Macht. Böhlau Verlag. Wien/Köln/Weimar.
- Blum, Roger (2008): Die bissigen Schoßhunde. Politischer Journalismus zwischen Machtkritik und Machtverliebtheit. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 235–247.
- Bolz, Norbert (2005): Blindflug mit Zuschauer. Fink Verlag. München.
- Brettschneider, Frank (2002): Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung – Kompetenz – Parteien. Ein internationaler Vergleich. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.
- The Commission on Freedom of the Press (1947): A free and responsible press. A general report on mass communication: newspapers, radio, motion pictures, magazines and books. University of Chicago and Illinois. Chicago.
- Crouch, Collin (2009): Postdemokratie. Suhrkamp Verlag. Frankfurt a. M.
- Donsbach, Wolfgang/Jandura, Olaf (Hg.) (2003): Chancen und Gefahren der Mediendemokratie. UVK Verlag. Konstanz.
- Donsbach, Wolfgang (2008): Im Bermuda-Dreieck. Paradoxien im journalistischen Selbstverständnis. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 147–165.
- Fidler, Harald (2004): Im Vorhof der Schlacht. Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege. Falter Verlag. Wien.
- Gottwald, Franziska/Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias (2006): Mediensebstregulierung zwischen Ökonomie und Ethik. Erfolgsfaktoren für ein österreichisches Modell. LIT Verlag. Wien.

- Hanitzsch, Thomas (2009): Zur Wahrnehmung von Einflüssen im Journalismus. Komparative Befunde aus 17 Ländern. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 2/2009. S. 153–174.
- Hohlfeld, Ralf (2003): Journalismus und Medienforschung. UVK Verlag. Konstanz.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2002): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Band 1: Verständnis, Rahmen, Strukturen. Band 2: Akteure, Prozesse, Inhalte. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden.
- Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. facultas.wuv. Wien.
- Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela (2010): Culture's Consequences: Journalismuskulturen in Österreich und Deutschland im Spiegel der Berufsrollenselbstbilder. In: Hepp, Andreas/Höhn, Marco/Wimmer, Jeffrey (Hg.): Medienkulturen im Wandel. UVK Verlag. Konstanz.
- Kepplinger, Hans Mathias/Maurer, Marcus (2008): Das fragmentierte Selbst. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 165–183.
- Marr, Mirko/Wyss, Vinzenz/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz (2001): Journalisten in der Schweiz. UVK Verlag. Konstanz.
- Meier, Klaus (2007): Journalistik. UVK Verlag. Konstanz.
- Melischek, Gabriele/Rußmann, Uta/Seethaler, Josef (2009): Agenda-Building in österreichischen Nationalratswahlkämpfen, 1970–2008. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. facultas.wuv. Wien. S. 101–143.
- Moser, Helmut (Hg.) (1989): L'Éclat c'est moi. Deutscher Studien Verlag. Weinheim.
- Pesendorfer, Nicole (2007): Der EU-Diskurs in der Kronen-Zeitung. Untersuchung anhand der Beispiele Osterweiterung 2004, EU-Verfassung und österreichische Ratspräsidentschaft 2006. Diplomarbeit. Universität Wien.
- Plasser, Fritz (2004): Politische Kommunikation in medienzentrierten Demokratien: Einleitung. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. facultas.wuv. Wien.
- Plasser, Fritz (Hg.) (2009): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. facultas.wuv. Wien.
- Pöttker, Horst (2005): Ende des Millenniums – Ende des Journalismus? Wider die Dogmatisierung der professionellen Trennungssätze. In: Behmer, Markus/Blöbaum, Bernd/Scholl, Armin/Stöber, Rudolf (Hg.): Journalismus im Wandel. Analysedimensionen, Kon-

- zepte, Fallstudien. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 123–141.
- Renger, Rudi (2002): Politikentwürfe im Boulevard. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. LIT Verlag. Münster. S. 223–232.
- Schneider, Helmut (2004): Marken in der Politik. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Westdeutscher Verlag. Opladen.
- Seethaler, Josef/Melischek, Gabriele (2006): Die Pressekonzentration in Österreich im europäischen Vergleich. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 4/2006. S. 337–360.
- Stark, Birgit/Karmasin, Matthias (2009): Österreich – Land der Zeitungsleser auch im Zeitalter des Internets? Eine empirische Analyse zum Verhältnis von Print und Online. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 3/2009. S. 353–374.
- Vogt, Ludgera (2002): Wählen in der Multioptionsgesellschaft. In: Dörner, Andreas/Vogt, Ludgera (Hg.): Wahl-Kämpfe. Suhrkamp Verlag. Frankfurt a. M.
- Weber, Stefan (1995): Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der Kronen Zeitung. Passagen Verlag. Wien.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. UVK Verlag. Konstanz.

Eva Weissenberger **Hey, add mich als friend!**

Abendessen, Exklusivgeschichten, Reisen – wo hört Netzwerken auf, wo fängt Verhaberung an? Und gibt es gar keine Hoffnung auf Besserung? Vielleicht doch: Transparenz ist die neue Objektivität.

„ich weiß ja offiziell nicht, ob du deine finger dabei im spiel gehabt hast.... aber ich danke dir jedenfalls für deine bisherige unterstützung.“ Als Richard Grasl 2003 diese Zeilen an Ernst Strasser mailte, hatte er die Grenze vom respektvollen Umgang miteinander zur Freunderlwirtschaft hinter sich gelassen. Zumal er Innenpolitikredakteur beim Republikssender am Sprung zum Chefredakteur war und der Adressat schwarzer Innenminister mit Hang zur Medienpolitik.

Ist das die Regel oder die Ausnahme?

Offenbar Ersteres: „Verhaberung zwischen Journalisten und Politikern ist in Österreich ein Problem.“ 73 %, also drei von vier Politikjournalisten und -journalistinnen können diesem Satz in der Studie, die dem Beitrag von Matthias Karmasin zugrunde liegt, einiges abgewinnen. Ist das nicht absurd? Wenn alle, die das Problem als solches erkennen, wenn also drei von vier nicht mitspielten, dann gäbe es das Problem ja gar nicht.

Über die Verhaberung, das österreichische Geflecht aus Macht und Medien, wurde hundertfach geklagt, dutzendfach geschrieben. Überschaubare Teams, die für sehr wenige Vereine spielen, auf einem Feld, das nicht einmal drei Quadratkilometer groß ist. Die dubiose Symbiose im Regierungsviertel, der Wiener Innenstadt, hat Anita Staudacher 1997 allein mit dem Titel ihrer Dissertation zum Thema trefflich auf den Punkt gebracht: „Geh, samma per Du!“¹

Heute drückt man Distanzlosigkeit so aus: „Hey, add mich als friend auf Facebook!“

Netzwerken war Teil des journalistischen Handwerks, sehr lange bevor das Wort erfunden war und die Tat zur Tugend jedes Karrieristen ausgerufen wurde. Wo hört das Knüpfen von Netzen auf, wo beginnt das Verhabern? Vor allem, wenn man bedenkt, dass Glaubwürdigkeit das Kapital der Journalisten ist. Alexander Wrabetz, Generaldirektor des *ORF*, kündigte im März 2007 an, er werde „Unvereinbarkeitsregeln“ für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erlassen, die ebenso für sei-

¹ Staudacher, Anita (1997): Geh, samma per Du! Die Symbiose zwischen Journalist und Politiker in Österreich. Gesamtdarstellung eines komplexen Beziehungsgeflechtes. Dissertation. Universität Wien.

ne Direktorenkollegen und ihn selbst gelten sollten, ja, sogar für den Aufsichtsrat. Müssen Stiftungsrätinnen nun Beratungsaufträge von Parteien, politiknahen Institutionen oder der Anstalt selbst ablehnen? Dürfen Moderatoren nicht mehr mit Parteisekretärinnen flirten? Haben die Wirtschaftsredakteure alle Aktien verkauft? Aber wo! Niemand hat die Grenzen je offiziell festgelegt, weder im *ORF* noch in einem anderen Medienkonzern in Österreich. Aber jeder und jede, der oder die seit ein paar Jahren gut im Geschäft ist, wir alle haben uns schon schuldig gemacht. Denn beim Du-Wort und der Kontaktaufnahme via Social Networks fängt das Dilemma erst an.

Geschenke, Reisen, Aufträge

Mögliche Verfehlungen – oder sind es doch Harmlosigkeiten? – gibt es viele. Im Folgenden eine rein subjektiv zusammengestellte Liste, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, die Reihung drückt keine Gewichtung aus:

- mit dem Bundespräsidenten und einer Wirtschaftsdelegation nach Tel Aviv reisen, mit dem Kanzler nach New York, mit einem Minister im Privatjet nach Amsterdam fliegen;
- mit einem Landesrat Ski fahren, mit einem Interessenvertreter wallfahren, mit Mandataren Eisstock schießen;
- die Geburtstagsparty oder Hochzeit eines Politikers besuchen – womöglich ein Geschenk mitbringen;
- einen Informanten zu einer Abendgesellschaft zu sich nach Hause einladen;
- gegen Bezahlung Podiumsdiskussionen oder Galas moderieren, die von Parteien, Vereinen oder Firmen veranstaltet werden;
- sich auf einen Kaffee einladen lassen;
- beim Parteiheurigen das Buffet plündern;
- zwei Flaschen Wein oder eine Thermoskanne als Weihnachtsgeschenk annehmen;
- Persönlichkeiten für TV-Auftritte coachen, die man selbst (oder die Kollegen) eines Tages zum Interview bitten könnte;
- mit einem Politiker trinken, tarockieren, tanzen, über andere (Politiker und Journalisten) lachen und lästern;
- eine positive Geschichte über einen potenziellen Informanten aufblasen, allzu freundlich über ihn schreiben oder Bilder von ihm mit wohlmeinendem Auge auswählen;
- ein Parteibuch besitzen;
- vor der journalistischen Laufbahn in einem Kabinett oder für eine Partei gearbeitet haben;

- mit einem Politiker ausgehen – verliebt, verlobt, verheiratet;
- speziell für Mitarbeiter von staatlich kontrollierten Medien: bei einem Politiker dezent anfragen, ob er beim Streben nach dem einen Job oder der anderen Gehaltserhöhung behilflich sein könnte.

Wer hat sich noch nie bei Derartigem erwischen lassen?

Ersetzt man den Politiker durch Pressesprecher/Sekretär/Mitarbeiter – ändert das etwas? Macht ein Eisstockschießen im Jänner mit Vertretern einer Couleur das Punschtrinken mit Anhängern der Komplementärfarbe vom Dezember wett? Jeder redet sich darauf aus, dass die kleinen Bestechlichkeiten des Alltags keinen Einfluss auf das eigene Urteilsvermögen hätten, dass man, wenn es darauf ankäme, genauso hart, aber sachlich mit dem jeweiligen Hawara umspringen würde. Immerhin geht es 56 % der österreichischen Politikjournalisten laut der Studie darum, „die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren“, gar 97 % wollen „Kritik an Missständen üben“. Anspruch und Alltag. Verhabert – das sind immer nur die anderen.

Hocken, saufen, rauchen

Elmar Oberhauser, als Interviewer Vorbild für mindestens zwei Generationen von Journalisten, hat seine Einstellung dazu in einem *Falter*-Interview, anlässlich seines Aufstiegs zum *ORF*-Informationsdirektor, bekräftigt: „Ich lasse mir von niemandem vorschreiben, mit wem ich hock‘, mit wem ich sauf‘, mit wem ich Rauch‘. Die Grenze ist überschritten, wenn man sich missbrauchen lässt.“ Von Robert Hochner, nicht weniger Vorbild als Oberhauser und diesem, seinem Chef bei der *ZiB2*, seinerzeit in leidenschaftlicher Feindschaft verbunden, ist das Bonmot überliefert: „Die Innenpolitik ist ein einziger Heuriger, unterbrochen durch Pressekonferenzen.“ Er konnte es sich leisten, Grinzing fernzubleiben, musste er als Moderator doch keine Geschichten aufstellen.

Das Dilemma der Printjournalisten: Sie müssen gut, im besten Fall als Erste informiert sein. Zitiert die *Austria Presse Agentur* die Exklusivgeschichte oder das pointierte Interview eines Journalisten, steigt sein Ansehen in der Redaktion, *APA*-Meldungen gelten am Jobmarkt als harte Währung. Oft muss derselbe Journalist seine Geschichte dann aber auch kommentieren, im Zweifelsfall kurz und beleidigend. Die Informanten werden sich bedanken, indem sie sich das nächste Mal an einen anderen, weniger bissigen Redakteur, an eine pflegeleichtere Redakteurin wenden. Weine, Flüge, Abendessen – egal. Nichts korrumpiert Journalisten mehr als ein guter Zund.

In Österreich ist das Berufsleben abwechslungsreicher, dafür leiden Journalisten im angelsächsischen Raum nicht unter dieser Zerrissenheit. Sie arbeiten entweder als Reporter oder Redakteure oder Kommentatoren. Und trauen sich nicht einmal, sich miteinander zu verhalten, ja, überhaupt Kontakt zu pflegen. Eine Reporterin der *Washington Post*, zuständig für die Waffenindustrie, erzählt, dass sie nur selten mit dem *Washington-Post*-Kommentator der Militärpolitik plaudere. Man wolle einander nicht beeinflussen. Bei Pressekonferenzen im Pentagon trinkt sie nicht aus dem Wasserspender, sondern bringt ein Wasserfläschchen mit. Man will sich nicht bestechen lassen. Bücher, die sie rezensieren möchte, werden selbstverständlich gekauft.

In Großbritannien wird die Arbeit in den Redaktionen zwar ähnlich aufgeteilt, sonst sieht man die Dinge aber selbst bei Weltblättern nicht ganz so eng: Freundschaften zwischen Politikern und Journalisten sind üblich. Von der Politik zu einer Zeitung zu wechseln – und retour – ist sogar leichter als in Österreich. Der Unterschied liegt darin, dass ehemalige Mandatare oder Sekretäre in britischen Zeitungen keine Berichte, sondern Kolumnen verfassen. Sie geben nicht vor, plötzlich unparteiisch zu agieren. Jede Zeitung kann man links oder rechts einordnen, sie deklarieren sich immer wieder für die eine oder die andere Partei. Beim Fernsehen schaut es aber anders aus, im Land der *BBC* sind sogar Privat-TV-Sender per Gesetz zur Objektivität verpflichtet.

Und die Franzosen? Die Beziehungen des früheren französischen Präsidenten Jacques Chirac zu wechselnden Journalistinnen waren so eng, dass seine Gattin regelmäßig bei den Sicherheitsmännern nachfragte: „Machen wir es kurz: Wo ist mein Mann heute Nacht?“ Hawara gibt es also auch anderswo, aber nur die Wiener haben ein so schönes Wort für die unschöne Sache.

In Österreich hat in den letzten Jahren eine andere Verbindung für Diskussionen gesorgt. Angelika Feigl, die Pressesprecherin von Bundeskanzler Werner Faymann, heiratete den *Krone*-Innenpolitiker Claus Pandi. Unethisch? Wenn ja, von wem? Und wer mag darüber richten? Politiker sagen hinter vorgehaltener Hand, das sei ein Problem des Journalismus, das sei der mangelnden Selbstkontrolle der Branche geschuldet. Dabei ist es allenfalls ein Problem der Politik: Fühlen sich andere Politiker von diesem Journalisten fair und professionell behandelt, sollen sie weiter mit ihm zusammenarbeiten. Wenn nicht, dann eben nicht. Zugegeben, das ist angesichts der Macht und Machart der *Kronen Zeitung* naiv formuliert, aber vom Prinzip her gilt es.

Inserate, Kooperationen, Umfeld

Nicht die private Beziehung der beiden Mitarbeiter gefährdet den Journalismus, sondern die geschäftliche Beziehung ihrer Chefs: Inserate gegen Wohlwollen – freundliche Kommentare gegen Geld. Parteien, Ministerien, Institutionen und Unternehmen, die auf sich halten, bestehen nicht – nur – einfache Redakteure. Sie versuchen, sich gleich in das ganze Medium einzukaufen. Sie buchen Inseratenflächen und Werbezeiten. Aber nur, wenn das „redaktionelle Umfeld“ ebenfalls nach ihren Wünschen gestaltet wird. Wer zahlt, schafft an. Und zu viele Medien in Österreich gehen anschaffen.

Sich am wenigsten dagegen wehren, nette Umfeldler collagieren zu müssen, können junge Journalisten. Es ist paradox: Sie sind besser ausgebildet denn je eine Generation vor ihnen, kommen mit einem Wissensvorsprung in die Redaktionen. Ohne Abschluss von einer der Journalistenschulen, die seit ein paar Jahren endlich ausreichend Ausbildungsplätze anbieten, zumindest ohne akademischen Titel dürfen sie nicht einmal auf ein Praktikum hoffen. Dennoch werden sie jahrelang als Zeilenschreiber oder „50-Tage-Freie“ (so heißt das im *ORF*-Jargon) ausgebeutet. Anstellung: Fehlanzeige. So manche Nachwuchshoffnung im Wirtschaftsressort gibt dann auch zu: Das Handy, die kleine Aufmerksamkeit vom Mobilfunkbetreiber, rein zu Testzwecken zugesandt, versteht sich, sehe man als Teil des Lohns. Die jungen Innenpolitikjournalisten haben meist noch höhere Moralvorstellungen – wie lange noch? Wer zu Beginn seiner Karriere vorgelebt und eingebläut bekommt, dass man nur gebückt vorwärtskommt, wird sich später schwertun, aufrecht zu gehen.

Dafür sind die meisten Anfänger Nullgruppler, fühlen sich keiner Partei zugehörig, schon gar nicht verpflichtet. Welch ein Fortschritt! Die Journalisten, die heute in ihren Fünfzigern oder älter sind, wuchsen noch mit Parteizeitungen auf, mussten sich deklarieren, so oder so. Die meisten berichteten dann ausgerechnet über jenes Lager, dem sie selbst angehörten. Da brauchte man sich nicht mehr mühsam zu verhasern, da kannte man sich ohnehin von der *Sozialistischen Jugend*, dem *VSStÖ* respektive der Studentenverbindung oder der *Katholischen Hochschuljugend*. Matthias Karmasin schreibt in seinem Beitrag, dass der Gesinnungsjournalismus in Österreich ungebrochen dominiere. Nicht mehr lange. Das wird der Branche so lange guttun, solange die Verweigerung der privaten Parteipolitik nicht dazu führt, dass die politischen Journalisten gänzlich unpolitisch werden. Jeden Tag die Welt verbessern zu wollen, macht noch keinen guten Journalisten aus. Gar nichts zu wollen aber erst recht nicht. Keine Marken in ein Parteibuch

zu kleben, darf man nicht damit verwechseln, keine Haltung zu haben. Anita Staudacher, die Verfasserin der oben erwähnten Dissertation „Geh, samma per Du!“, arbeitet heute als Wirtschaftsredakteurin beim *Kurier*. Wie sieht sie die Sache mit weit mehr Praxiserfahrung? Hat sich in den letzten 13 Jahren etwas verändert? „Wenig“, sagt sie: „Es ist jedenfalls nicht besser geworden. Vor allem die derzeitige Bundesregierung, das Kabinett Faymann/Pröll, setzt wieder sehr stark auf persönliche Beziehungen – zum Schaden der Demokratie.“

Dass sich nichts verbessert und dass sich alle mitschuldig machen, soll nichts beschönigen oder gar entschuldigen. Was also tun? Der klassische Journalismus könnte sich in dieser Frage wirklich einmal etwas von den Citizen-Journalists abschauen. In der Blogosphäre gilt: Transparenz ist die neue Objektivität. Da sich die meisten Blogger noch weniger langfristige, aufwendige Recherchen leisten können, verkünden sie lieber ihre Meinung. Daneben weisen sie aber aus, welche Aktien sie besitzen, wer ihnen welche Information gesteckt hat, wer sie sponsert, wo sie Mitglied sind, wo sie sich engagieren, wofür sie kämpfen. Was sie lesen und wo sie abschreiben. Die Leser machen sich ihr eigenes Bild – was freilich mündige Mediennutzer voraussetzt.

Das verfängliche E-Mail, das für diesen Text als Einstiegsgag herhalten musste, wurde übrigens vom grünen Nationalratsabgeordneten Peter Pilz ans Licht der Öffentlichkeit gebracht – Anfang 2010, nachdem Grasl vom Chefredakteur des Landesstudios Niederösterreich zum *ORF*-Finanzdirektor aufgestiegen war. Auch mit Pilz haben viele Journalisten schon gesoffen, Zigarren geraucht und sind nächtelang in Lokalen gehockt. Dafür versorgt er sie immer wieder mit guten Geschichten, was als Oppositionspolitiker ein wichtiger Teil seines Jobs ist. Und wenn diese Journalisten eines Tages etwas Negatives über Pilz berichten müssten, würden sie es dann genauso hart, aber sachlich formulieren wie bei jedem anderen Politiker? Und würden sie ihre Leser, Seher und Hörer über ihr gutes Verhältnis informieren?

Der Vollständigkeit und Transparenz halber: Die Autorin dieses Textes isst und trinkt nicht regelmäßig mit Peter Pilz. Mit anderen Politikern aber durchaus, immer wieder. Auch auf deren Kosten. Auf Kosten ihrer eigenen Glaubwürdigkeit?

Marcelo Jenny, Wolfgang C. Müller, Nikolaus Eder **Wie „europäisch“ sind Österreichs Journalisten** **und Journalistinnen?** **Ein Vergleich mit Opinion-Leadern aus Wirtschaft und Politik**

1. Einleitung

Österreich gehört zu den Mitgliedstaaten der Europäischen Union, in denen die EU-Skepsis der Bürgerinnen und Bürger am stärksten ausgeprägt ist. Im Juni/Juli 2009, als auch die Interviews, die dieser Studie zugrunde liegen, durchgeführt wurden, war das Meinungsklima – gemessen an der klassischen Frage, ob die EU-Mitgliedschaft des Landes eine „gute Sache“ sei – nur in drei der 27 Mitgliedstaaten EU-kritischer als in Österreich. Diese Frage wurde von 41 % bejaht (19 % „schlechte Sache“, 38 % „weder noch“). Nur im notorisch EU-kritischen Großbritannien, in Ungarn und in Lettland gab es weniger EU-Zustimmung. Gleichzeitig wurde die EU mehr mit Zunahme der Kriminalität (46 %), Geldvergeudung (39 %), Bürokratie (37 %), unzureichenden Grenzkontrollen (34 %) und Arbeitslosigkeit (31 %) assoziiert als mit Frieden (30 %), Demokratie (27 %), einer stärkeren Stimme in der Welt (25 %) und Wohlstand (19 %) (Europäische Kommission 2009a). Diese Momentaufnahme fügt sich nahtlos in die Zeitreihe der letzten Jahre ein, die sich auch mit der Befragungswelle vom Oktober/November 2009 kaum verändert fortsetzt (42 % „gute Sache“, 18 % „schlechte Sache“, 38 % „weder noch“) (Europäische Kommission 2009b).

Wir können die relative EU-Skepsis der Österreicherinnen und Österreicher also durch eine Reihe von Befragungen gut dokumentieren, längerfristige Trends und aktuelle Entwicklungen identifizieren. Eine wissenschaftliche Analyse verlangt aber, nicht bei der Beschreibung eines materiell interessanten Phänomens stehenzubleiben, sondern auch nach möglichen Ursachen zu suchen. In diesem Beitrag sollen daher einige mögliche Ursachen der gemessenen Einstellungen diskutiert und mit Daten konfrontiert werden. Die Frage nach dem „Warum“ ist freilich komplex. Eine befriedigende sozialwissenschaftliche Erklärung für die Position Österreichs würde u. a. internationale und intertemporale Vergleiche, die Modellierung von Meinungsbildungsprozessen sowie den Einsatz multivariater statistischer Verfahren erforderlich machen. Der vorliegende Beitrag hat bescheidenere Ziele. Wir sprechen einige mögliche Erklärungsfaktoren für die EU-Einstellungen der österreichischen Bürgerschaft an und konfrontieren diese mit aktuellen – 2009 erhobenen – Daten. Dabei handelt es sich um die Ergebnisse der Befragung von drei Elitengruppen: Journalisten der Politikredaktionen, Politiker und Arbeitnehmervertreter.

Diese drei Gruppen können als politische Meinungsführer – „Opinion-Leader“ – betrachtet werden. Sie haben großen Einfluss auf die öffentliche Debatte und das Meinungsklima bei den Themen europäische Integration und EU: durch eigene Beiträge zum politischen Diskurs, durch Berichterstattung und Kommentierung in den Massenmedien und durch die Herstellung von Bezügen zwischen politischen und wirtschaftlichen Makroprozessen und deren Auswirkungen auf Berufsleben und Erwerbschancen der Einzelnen. Die Untersuchung von Bruter (2005) zeigt, dass Empfänger von positiven oder negativen Nachrichten über die EU in hoch signifikanter Weise positiv oder negativ in der Ausbildung europäischer Identitäten und der Bewertung der europäischen Integration beeinflusst werden. Im vorliegenden Beitrag untersuchen wir aber weder den Meinungsbildungsprozess der Bürgerinnen und Bürger noch die konkreten Inputs der drei Elitengruppen in relevante Kommunikationsprozesse und die dabei wirksam werdenden Effekte wie „Agenda-Setting“ (das Lenken der Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen) und „Framing“ (die Deutung von Themen durch ihre Kontextualisierung) direkt.¹ Vielmehr zeigen wir, wie die Meinungsführer selbst über „Europa“ denken und an welche europäischen Informationsströme sie angeschlossen sind. Neben diesen europäischen Informationskanälen beeinflussen die Einbindungen der Meinungsführer in politische Parteien, Interessenorganisationen oder Redaktionen ihre Meinungsbildung. Die institutionellen Einbindungen der Meinungsführer prägen aber auch die von ihnen ausgehenden Kommunikationsinhalte, z. B. in Form von festgelegten Parteilinien, denen diszipliniert gefolgt werden soll, oder von professionellen Standards, die das Ausmaß der Berichterstattung und das „Framing“ von Nachrichten betreffen (z. B. das journalistische Credo der getreuen „Spiegelung“ der politischen Debatte oder das auf den Nachrichtenwert einer Information gemünzte Diktum „Only bad news are good news“).²

Unsere Grundannahme ist also, dass die von uns erfassten persönlichen Merkmale der Meinungsführer einen heuristischen „Abschneider“ („Shortcut“) zu den relevanten Kommunikationsströmen zwischen Elite und Bürgerschaft darstellen. Ein heuristischer „Abschneider“ sollte jedenfalls die Richtung von Einflussfaktoren zweifelsfrei identifizieren und Anhaltspunkte über ihre Größenordnung liefern. Solche „Shortcuts“ können aber die zumeist viel aufwendigere direkte Messung von

1 Siehe z. B. McCombs (1982) und Chong/Druckman (2007).

2 Zum journalistischen Rollenverständnis, den Kriterien der Berichterstattung etc. österreichischer Journalisten und Journalistinnen siehe u. a. Plasser/Lengauer (2010). Zum EU-bezogenen Rollenverständnis europäischer Journalisten siehe Statham (2008).

Kommunikationsinhalten³, deren Rezeption und Wirkung nicht gleichwertig ersetzen.

Wir präsentieren erste, deskriptive Ergebnisse aus den Erhebungen des österreichischen Forschungsteams im EU-Forschungsprojekt *Integrated and united? A quest for citizenship in an ever closer Europe*“ (IntUne).⁴ Im Rahmen dieses Projekts wurden in zwei Befragungswellen (2007 und 2009) strukturierte Interviews mit Arbeitnehmervertretern, Managern, Politikern, Journalisten und Bürgern in 18 Mitgliedstaaten der Europäischen Union geführt. Das Projekt basiert auf der Zusammenarbeit von 30 Partnerinstitutionen in ganz Europa und ist eines der zentralen integrierten Projekte des 6. Rahmenprogramms der EU. Konkret stützen wir uns auf die Eliten-Erhebung der zweiten Welle in Österreich. Im Zeitraum von März bis August 2009 wurden 119 Befragungen, zumeist als Face-to-Face-Interviews, mit Abgeordneten zum Nationalrat (51), Journalisten und Journalistinnen (37) sowie Arbeitnehmervertreterinnen und -vertreter (31) durchgeführt. Die Medienerhebung wurde dabei in Kooperation mit und gestützt auf die Expertise von *Medienhaus Wien* durchgeführt.⁵ Die Bereitschaft zur Teilnahme an dieser Studie war sehr hoch, wie den Angaben in Tabelle 1 zu entnehmen ist.

Tab. 1: Die drei Eliten-Erhebungen des IntUne-Projekts (Zweite Welle, 2009)

	Potenzielle Kontakte	Aufgenommene Kontakte	Durchgeführte Interviews	Antwort-rate*	Durchführungszeitraum
Politikerinnen und Politiker	183	98	51	52,0 %	20. Mai–15. Juli 2009
Journalistinnen und Journalisten	70	43	37	86,0 %	06. April–03. Juni 2009
Arbeitnehmervertreterinnen und -vertreter	125	47	31	66,0 %	31. März–27. August 2009
Gesamt	351	188	119	63,3 %	März–August 2009

* Antwortrate: Anteil der durchgeführten Interviews an den aufgenommenen Kontakten

Die drei Universen (potenzielle Kontakte) für unsere Untersuchung wurden durch die Positionsmethode ermittelt. Bei den Politikern sind es alle Abgeordneten zum Nationalrat. Unsere Arbeitnehmervertreter sind eine Stichprobe aus den Angehörigen der Präsidien der Arbeiterkammer, der Einzelgewerkschaften und des ÖGB-Bundesvorstandes sowie der leitenden Angestellten (in der Regel Direktor, Leitender Sekretär) dieser Orga-

3 Siehe z.B. Semetko/Valkenburg (2000), de Vreese (2005, 2007), Koopmans/Pfetsch (2006), Pfetsch/Adam/Eschner (2008).

4 Priority 7, Citizens and Governance in a Knowledge Based Society (CIT3-CT-2005-513421).

5 Unser Dank gilt vor allem Andy Kaltenbrunner und Daniela Kraus.

nisationen. Im Medienbereich wurde eine Liste aller Redaktionen erstellt, die aufgrund von Reichweite und Berichterstattung politische Relevanz beanspruchen können und die jeweils durch eine Person in Leitungsfunktion repräsentiert sein sollten. Diese Auswahl erfolgte gestützt auf die Expertise von *Medienhaus Wien*. Zusätzlich wurde eine Liste einflussreicher Kommentatoren erstellt. Unsere Interviewpartner im Medienbereich sind also allesamt führende politische Journalisten, d.h. in Leitungsfunktion tätig oder „Stars“ (z.B. als Kolumnisten) im Bereich der politischen Berichterstattung (in jedem Fall gehören EU-Angelegenheiten zu den Agenden unserer Gesprächspartner). 22 arbeiten für Printmedien (davon 17 für Tageszeitungen), neun für Radio oder Fernsehen und sechs für andere Medien (Agentur, Online, ...). Die kumulierte Reichweite der von unseren Interviewpartnern repräsentierten Medien beträgt über 500 Prozent bzw. ca. 190 Prozent, wenn wir jedes Medium nur einmal rechnen.

Für den vorliegenden Beitrag haben wir die Daten für die Gruppen der Abgeordneten nach der parteipolitischen Zusammensetzung des Nationalrats im Frühjahr 2009 gewichtet. Die Daten für die Medienvertreter präsentieren wir in zwei Versionen, einer ungewichteten und einer gewichteten. Mit Ersterer stellen wir „Medienpersönlichkeiten“ in den Mittelpunkt unserer Darstellung. Diese haben direkten und indirekten Einfluss auf das Meinungsklima: direkt durch die in den jeweils eigenen Medien gedruckten oder gesendeten Berichte und durch Gastauftritte in anderen Medien, indirekt durch ihren Einfluss auf Politiker und andere Meinungsführer. In den Tabellen ist diese Spalte mit „Journalistinnen und Journalisten“ bezeichnet. Andererseits präsentieren wir eine mit „Medien“ bezeichnete Spalte. Hier haben wir die Antworten der Journalisten mit der Reichweite ihrer Medien gewichtet. Bei jenen Medien, bei denen wir mehr als einen Interviewpartner⁶ hatten, haben wir den Mittelwert der Antworten verwendet. Dadurch ergeben sich rechnerisch oft Werte, die zwischen den vorgegebenen Antwortkategorien liegen. Um die Ökonomie und Übersichtlichkeit der Darstellung zu wahren, haben wir diese Werte den beiden jeweils benachbarten Antwortkategorien proportional zu ihrer Nähe zugerechnet. Mit den so errechneten „Medien“-Werten zielen wir auf die Repräsentativität der Daten für die gesamte Medienlandschaft Österreichs – ohne indirekte Effekte – ab.⁷

⁶ Wir behandeln dabei die Onlineausgabe und einzelne TV- und Radio-Programme des ORF jeweils als eigenes Medium. Insgesamt haben wir so 24 verschiedene Medien.

⁷ Die Grundlage der Gewichtung liefern die in der Media-Analyse 2008/09, der österreichischen Webanalyse des zweiten Quartals 2009 sowie von RegioPrint 2009 ermittelten Reichweiten ihrer Medien oder Medienteile (z.B. orf.at). Einige Tageszeitungen, allen voran Der Standard, haben eine sehr erfolgreiche Internetpräsenz mit einer Reichweite, die über der Reichweite der Printausgabe liegt. Wir haben stets die größere der beiden

In den beiden folgenden Abschnitten dieses Beitrags zeigen wir, wie „europäisiert“ die drei Elitengruppen sind. Wir fragen zunächst nach Informationsverhalten und Kontakten und gehen dann auf die klassische Frage der Identität ein. In den beiden folgenden Abschnitten zeigen wir, wie die Angehörigen der drei Elitengruppen die EU bewerten und welche Reformperspektiven sie unterstützen. In einem kurzen Schluss ziehen wir erste und vorläufige Schlussfolgerungen über die Beeinflussung des österreichischen Meinungsklimas bezüglich der EU durch die drei Elitengruppen.

2. Medienrezeption und Kontakte

Meinungsführer sind auch selbst Empfänger und Verarbeiter von Information. Wir haben bereits auf ihre Einbindung in Organisationen – mit den jeweiligen Binnenkommunikationsströmen – und ihre Verpflichtung auf die Organisationsziele hingewiesen. In diesem Abschnitt zeigen wir zunächst, an welche internationalen Informationskanäle unsere Meinungsführer angeschlossen sind. Informationsverhalten ist natürlich zum Teil funktional bestimmt, d. h. durch die beruflichen Aufgaben bedingt. Wir sollten uns daher davor hüten, relativ geringen Konsum ausländischer Medien primär als individuellen Parochialismus und relativ großen Konsum dieser Medien als persönliche Weltoffenheit zu verstehen.

Tab. 2: Lektüre ausländischer Medien durch österreichische Meinungsführer

Frage: Wie oft benutzen Sie ausländische Medien, um sich zu informieren?	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Jeden Tag	84	91	22	16
Mindestens einmal pro Woche	16	9	35	42
Von Zeit zu Zeit	–	–	43	42
Niemals	–	–	–	–
Anzahl	(37)	(24)	(51)	(31)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

Tabelle 2 zeigt, dass Journalisten weit mehr ausländische Medien zu ihrer Information heranziehen als Abgeordnete und Arbeitnehmervertreter. Wir vermuten, dass diese „mediale Binnenorientierung“ unmittelbare Nutzeneffekte für die Journalisten hat. Und sie hilft mit, Informationen

Reichweitenangaben aus der Media-Analyse und der Webanalyse verwendet. In drei Fällen haben wir improvisiert. Für die Wochenzeitung Die Furche wurde die letzte ermittelte Reichweite aus der Media-Analyse 2002 herangezogen. Aktuellere Werte liegen nicht vor. Bei der Wiener Zeitung, die nicht an der Media-Analyse teilnimmt, haben wir die Reichweite auf Basis ihrer Druckauflage auf ein Prozent geschätzt. Für die Nachrichtenagentur APA, die alle relevanten Medien in Österreich direkt oder indirekt mit Inhalten beliefert, haben wir eine Reichweite von 100 Prozent angenommen (d. h. jeder österreichische Leser und jede Leserin kommt mit APA-Meldungen in Kontakt).

und Interpretationsmuster zu transportieren und international zu homogenisieren. Die beiden anderen Gruppen haben wesentlich schwächere Anreize in diese Richtung. Man könnte auch vermuten, dass Politiker und Interessenvertreter privilegierten Zugang zu anderen, nicht öffentlichen Informationen haben und weniger darauf angewiesen sind, die internationalen Medienberichte zu studieren. Die folgenden Tabellen 3 und 4 über europäische Kontakte legen allerdings nahe, dass dies mehr auf nationale als auf internationale Informationsschienen zutrifft.

Mehrere Stränge der sozialwissenschaftlichen Theorieentwicklung legen nahe, dass Kontakte wichtig für die Meinungsbildung sind. Die auf Gordon Allport zurückgehende Kontakt-Hypothese der Sozialpsychologie zeigt, dass Kontakte mit fremden Gruppen – wenn sie bestimmte Bedingungen erfüllen – zur Reduktion von Feindseligkeit und Vorurteilen führen (Allport 1988). Ein solcher Effekt kann durch verschiedene Mechanismen bewirkt werden. Zu ihnen gehört u. a. die Rekategorisierung, das heißt, die Kontakte führen dazu, dass „gemeinsame Eigengruppen-Identitäten“ entstehen (Gaertner/Dovidio 2000). Persönliche oder institutionelle Kontakte können Netzwerkkapital generieren und für die Eliten von beträchtlichem Nutzen sein (Wellman/Frank 2008).

Die EU-Forschung auf Massenebene zeigt, dass es unter den demographischen, sozialstrukturellen und biografischen Merkmalen der Befragten die Kontakt-Variablen – Reisen, Aufenthalte in anderen europäischen Staaten und die Kenntnis europäischer Fremdsprachen – sind, welche die Zustimmung zur europäischen Integration und EU am besten erklären (Bruter 2005: 119f.). Nach Fligstein (2009: 133) ist positiv konnotierte regelmäßige Interaktion mit Menschen aus anderen europäischen Staaten, mit denen man Gemeinsamkeiten hat und mit denen Solidarität entstehen kann, die hauptsächliche Quelle für eine europäische Identität. Er weist darauf hin, dass derartige Möglichkeiten verschiedenen Gesellschaftsgruppen in unterschiedlichem Maße offenstehen. Es sind vor allem die „privilegierten Strata“ der Gesellschaft – Manager, Freiberufler, leitende Angestellte und Angehörige des öffentlichen Dienstes, gebildete und jüngere Menschen –, die in diesen Genuss kommen und die sich (manchmal) selbst als Europäer sehen.

Tabelle 3 zeigt, dass Journalisten insgesamt eine deutlich höhere Kontaktdichte auf europäischer Ebene haben als Abgeordnete und Arbeitnehmervertreter. Aus den Zeitkategorien und Antworten können wir näherungsweise einen Kontakt-Index berechnen, dessen theoretische Extremwerte von 0 (kein Angehöriger einer Gruppe hat Kontakt) bis 5200 (jeder Angehörige der Gruppe hat wöchentlichen Kontakt = 100 Prozent x 52 Wochen) reichen. Die Indexwerte für die EU-Kontakte der

Tab. 3: Häufigkeit der EU-Kontakte und internationalen Kontakte österreichischer Meinungsführer

Frage: Wie häufig hatten Sie während Ihrer politischen/beruflichen Tätigkeit im letzten Jahr Kontakt zu ...?	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Beschäftigten oder Institutionen der Europäischen Union				
Etwa einmal pro Woche	49	48	8	16
Etwa einmal im Monat	22	32	40	23
Etwa einmal alle drei Monate	16	15	32	39
Mindestens einmal im letzten Jahr	5	–	11	13
Keine Kontakte im letzten Jahr	8	5	9	10
Akteuren oder Institutionen von Ländern außerhalb der Europäischen Union oder zu internationalen Organisationen				
Etwa einmal pro Woche	25	10	5	3
Etwa einmal im Monat	17	16	18	13
Etwa einmal alle drei Monate	22	47	22	29
Mindestens einmal im letzten Jahr	17	8	27	35
Keine Kontakte im letzten Jahr	19	18	28	19
Anzahl	(36–37)	(24)	(50)	(31)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

drei Gruppen sind dann 1035 für die Abgeordneten, 1272 für die Arbeitnehmervertreter und 2881 für die Journalisten (bzw. 2940 für die Medien). Die Indexwerte für die internationalen Kontakte jenseits der EU sind 464 für die Arbeitnehmervertreter, 591 für die Abgeordneten und 1609 für die Journalisten (bzw. 908 für die Medien).

Journalisten halten also wesentlich dichtere Kontakte mit EU-Institutionen und internationalen Organisationen als die beiden anderen Meinungsführergruppen. Tabelle 4 zeigt aber, dass Abgeordnete und Arbeitnehmervertreter mit den jeweils eigenen Bezugsgruppen, den europäischen Parteien und Interessengruppen, öfter und wahrscheinlich auch intensiver kommunizieren.

Tab. 4: Kontakte österreichischer Meinungsführer zu politischen Akteuren in Europa

Frage: Hatten Sie im letzten Jahr Kontakt(e) ...?	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
mit europäischen Interessengruppen, europäischen sozialen Bewegungen und NGOs außerhalb Österreichs				
Ja	73	79	66	90
Nein	27	21	34	10
mit Parteien anderer EU-Länder				
Ja	56	69	74	50
Nein	44	31	26	50
Anzahl	(37)	(24)	(50)	(31)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

3. Nationale und europäische Identität

Die Integrationstheorie hat schon früh die Erwartung formuliert, dass ein erfolgreicher Integrationsprozess die Entwicklung eines Wir-Gefühls und die Identifikation auch mit der größeren Gemeinschaft erfordert (Deutsch/Burell/Kann 1957). Und je mehr die EU an Staatlichkeit gewinnt, desto mehr Bedeutung gewinnen damit verbundene legitimationstheoretische Überlegungen, die auf Max Weber zurückgeführt werden können und die von Bruter (2005: 2) wie folgt zusammengefasst werden: „Without identity, it seems that there can be no true, durable legitimacy attached to a political entity, no conscious acceptance of the power of the state and of its monopolistic right to use legitimate coercion.“

Europäische Identität wird dabei als weitgehend unabhängig von der Zustimmung zur EU und zu konkreten Integrationsschritten verstanden. Sie gilt zwar als Voraussetzung für langfristig erfolgreiche politische Integration, ist aber auch mit anderen Integrationsformen oder rein kultureller Gemeinsamkeit kompatibel. Empirische Analysen bestätigen die theoretische Erwartung, dass europäische Identität und positive Bewertung der EU-Integration zwei unabhängige Variablen sind. Sie korrelieren zwar positiv, aber auf relativ bescheidenem Niveau (Bruter 2005: 118–123).

Tab. 5: Verbundenheit österreichischer Meinungsführer mit verschiedenen Gemeinschaften

Frage: Menschen haben meistens eine unterschiedlich starke Bindung zu ihrer Region, oder zu Österreich oder zu Europa. Wie ist das bei Ihnen? Fühlen Sie sich den folgenden Gemeinschaften sehr verbunden, ziemlich verbunden, nicht sehr oder überhaupt nicht verbunden?	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Bundesland				
Sehr verbunden	36	49	78	61
Ziemlich verbunden	36	13	18	32
Nicht sehr verbunden	22	39	4	6
Überhaupt nicht verbunden	6	–	–	–
Österreich				
Sehr verbunden	43	47	74	87
Ziemlich verbunden	51	51	24	13
Nicht sehr verbunden	5	2	2	–
Überhaupt nicht verbunden	–	–	–	–
Europäische Union				
Sehr verbunden	41	33	42	19
Ziemlich verbunden	46	64	40	68
Nicht sehr verbunden	14	2	18	10
Überhaupt nicht verbunden	–	–	–	–
Anzahl	(36–37)	(23–24)	(50–51)	(31)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

Die empirische Forschung zur Akzeptanz der europäischen Integration hat sich daher schon lange für die jeweils erreichte Stärke einer europäischen Identität, insbesondere im Vergleich mit den nationalstaatlichen Identitäten, interessiert.⁸ Die wissenschaftliche Diskussion hat sich dabei dahin entwickelt, europäische Identität als „ergänzende“ Identität zu verstehen, als Erweiterung existierender regionaler und nationaler Identitäten und nicht als Konkurrenz zu ihnen (Wiener 1998; Mokre/Weiss/Bauböck 2003; Risse 2004; Bruter 2005: 15ff.). Mit anderen Worten: Nationale und europäische Identitäten können gleichzeitig stark (oder schwach) sein. Dies ist in der Operationalisierung unserer Survey-Frage berücksichtigt (Tabelle 5).

Tabelle 5 zeigt das Ausmaß der Verbundenheit mit drei politisch-territorialen Bezugfeldern: dem eigenen Bundesland, Österreich und der Europäischen Union. Wir können aus den beruflichen Funktionen unserer drei Elitengruppen Erwartungen über die Stärken ihrer territorialen Verbindungen generieren. Für die meisten Abgeordneten ist das Bundesland ein Wahlkreis (oft in Kombination mit einer Kandidatur auch in einem Regionalwahlkreis oder auf der Bundesliste) und die Landespartei ein wichtiger Bezugspunkt. Für die Arbeitnehmervertreter ist das Bundesland ebenfalls ein wesentlicher organisatorischer Bezugspunkt, die Organisation nach Berufsgruppen ist aber bei den Gewerkschaftern wichtiger, während bei den Funktionären der Arbeiterkammer die territoriale Komponente überwiegt. Einige Massenmedien haben zwar einen deutlichen regionalen Fokus, dieser deckt sich aber nicht mit den beruflichen Aufgaben der im Sample vertretenen Journalisten, da wir grundsätzlich solche befragt haben, die mit nationaler und europäischer Politik befasst sind. Diese Schwerpunkte in der Berichterstattung haben oft auch ein gegenüber Abgeordneten und Arbeitnehmervertretern höheres Ausmaß an persönlicher geographischer Mobilität erforderlich gemacht. Tatsächlich zeigen die Abgeordneten das größte und die Journalisten das geringste Ausmaß an regionaler Verbundenheit.

Weniger gut lassen sich Erwartungen über Unterschiede in der Verbundenheit der verschiedenen Elitengruppen mit Österreich generieren. Naturgemäß können wir bei Abgeordneten erwarten, dass sie hohe Verbundenheit zeigen. Sie werden aber von den Arbeitnehmervertretern sogar noch übertroffen. Die Journalisten haben die geringste Verbundenheit mit Österreich zu Protokoll gegeben. Sind sie echte Kosmopoliten oder haben sie nur weniger Anreiz, sich besonders patriotisch zu präsentieren?

⁸ Siehe z. B. Scheuer (1999), Herrmann/Risse/Brewer (2004), Bruter (2005).

Von den drei Gruppen fühlen sich die Journalisten am meisten und die Arbeitnehmervertreter am wenigsten der EU verbunden. Wir sollten das Ergebnis für die Arbeitnehmervertreter vielleicht im Zusammenhang mit deren starker Identifikation mit Österreich sehen. Österreich konnte zum Befragungszeitpunkt wieder als Hort der Sozialpartnerschaft verstanden werden, die relativ geringe Begeisterung für die EU ist vielleicht Abwehrhaltung gegen liberale Neuerungen, die in der Sozial- und Wirtschaftspolitik oft von der EU kommen.

Tab. 6: Eigene Identität österreichischer Meinungsführer

Frage: Sehen Sie sich selbst ...?	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
nur als Österreicher	–	–	4	–
als Österreicher und Europäer	64	58	86	87
als Europäer und Österreicher	33	40	10	13
nur als Europäer	3	1	–	–
Anzahl	(36)	(24)	(49)	(31)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

Tabelle 5 hat, wie berichtet, das Konzept der „ergänzenden“ Identitäten umgesetzt. Die Gefahr bei der Frage nach Zustimmung zu vorgegebenen Objekten ist aber immer, dass alle gleichermaßen genannt werden, wenn sie beim Interviewpartner alle positiv konnotiert sind und keine Differenzierung verlangt ist. Wie wir gesehen haben, war das nicht der Fall, die Unterschiede sind aber – abgesehen vom Item „Verbundenheit mit dem eigenen Bundesland“ – eher gering. Tabelle 6 zielt daher auf eine stärkere Hierarchisierung der Identitäten zwischen Österreich und der EU ab. Sie bestätigt, dass Journalisten deutlich stärker „europäisierte“ Identitäten haben als Abgeordnete und Arbeitnehmervertreter. Dennoch ist es interessant zu sehen, dass sich sowohl unter den Politikern als auch unter den Arbeitnehmervertretern eine Minderheit stärker über ihre Zugehörigkeit zu Europa als zum Nationalstaat definiert. Nur für die Repräsentanten von *FPÖ* und *BZÖ* hieß es in jedem Fall „Österreich zuerst“ oder „nur Österreich“.

4. Die Bewertung der Europäischen Union

In Tabelle 7 wird nach einer utilitaristischen Bewertung der EU-Mitgliedschaft Österreichs gefragt. Sie zeichnet ein klares Bild: Nur im Nationalrat gibt es eine bedeutende Anzahl an Respondenten, für welche die Nachteile der Mitgliedschaft die Vorteile überwiegen. Dabei handelt es sich – übereinstimmend mit den Parteilinien – ausschließlich um Abgeordnete von *FPÖ* und *BZÖ*.

Tab. 7: Bewertung der EU-Mitgliedschaft durch österreichische Meinungsführer

Frage: Überwiegen Ihrer Meinung nach für Österreich durch die Mitgliedschaft in der Europäischen Union insgesamt gesehen die Vorteile oder die Nachteile?	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Die Vorteile	100	100	82	97
Die Nachteile	–	–	18	3
Anzahl	(37)	(24)	(50)	(30)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

Wir haben unsere Interviewpartner weiters gebeten, den erreichten Stand der europäischen Integration in dynamischer Perspektive zu evaluieren (Tabelle 8). Auf der dabei verwendeten 11-Punkte-Skala ist 5 der neutrale Mittelpunkt, der anzeigt, dass die Befragten die erreichte Integration befürworten, aber – zumindest im Augenblick – nicht weiter vorantreiben möchten. Im Mittel sind die Journalisten die integrationsfreundlichste Gruppe. Die Abgeordneten sind die am wenigsten integrationsfreundliche Gruppe und im Mittel nicht sehr weit im Pro-Integration-Bereich. In allen Gruppen überwiegen die Befürworter weiterer Integrationsschritte, in allen Gruppen finden wir aber auch Personen, die bereits den erreichten Stand der Integration als zu weit gehend ansehen. Sowohl die Abgeordneten als auch die Arbeitnehmervertreter schöpfen die gesamte Skalenbreite aus, die Journalisten beginnen erst bei 4, einem Wert, der anzeigt, dass der als optimal erachtete Integrationsstand nur knapp überschritten ist. Integrations-skeptische Abgeordnete finden sich in allen Parteien, ausgenommen die *Grünen*, wobei aber erwartungsgemäß die *BZÖ*- und insbesondere die *FPÖ*-Mandatare besonders ausgeprägte negative Meinungen vertreten.

Tab. 8: Bewertung der Integrationstiefe durch österreichische Meinungsführer

Frage: Man hört manchmal die Meinung, dass die europäische Integration im Allgemeinen weiter vorangetrieben werden sollte. Andere sagen hingegen, dass sie schon zu weit gegangen ist. Bitte geben Sie Ihre Antwort auf einer Skala von 0 bis 10 an. 0 bedeutet dabei, dass die europäische Integration schon zu weit gegangen ist, und 10, dass die europäische Integration weiter vorangetrieben werden sollte.	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Mittelwert	7,6	7,8	6,1	7,0
Standardabweichung	2,0	1,8	3,2	2,5
Min–Max	4–10	4–10	0–10	0–10
Anzahl	(36)	(23)	(48)	(31)

Schließlich haben wir unsere Interviewpartner um eine Bewertung von nationalen und EU-Institutionen gebeten. Konkret haben wir danach gefragt, wie weit sie diesen Institutionen zutrauen, normalerweise – also nicht notwendigerweise in jedem einzelnen Fall – die richtigen Entscheidungen zu treffen (Tabelle 9). Um die Abgeordneten nicht in Loyalitätskonflikte zu bringen, wurden ihnen nicht alle Items zur Bewertung vorgelegt, und um die Anzahl der Items zu beschränken, wurde bei den anderen Gruppen nicht nach dem Europäischen Gerichtshof gefragt.

Tab. 9 Bewertung nationaler und europäischer Institutionen durch österreichische Meinungsführer

Frage: Bitte sagen Sie mir auf einer Skala von 0 bis 10, wie sehr Sie den folgenden europäischen Institutionen vertrauen, normalerweise die richtigen Entscheidungen zu treffen. ‚0‘ bedeutet, dass Sie dieser Institution überhaupt nicht vertrauen, und ‚10‘ bedeutet, dass Sie ihr vollkommen vertrauen.	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Der Landesregierung	5,2 (2,0; 0–8)	5,8 (1,9; 2–8)	–	6,5 (2,2; 2–10)
Der österreichischen Regierung	5,4 (1,7; 3–10)	5,3 (0,9; 3–9)	–	6,6 (1,7; 2–9)
Dem österreichischen Parlament	6,0 (2,0; 0–10)	6,5 (1,1; 3–8)	–	7,0 (1,8; 3–9)
Der Europäischen Kommission	5,7 (1,7; 3–10)	5,4 (1,2; 3–9)	4,7 (2,3; 0–10)	4,2 (1,9; 1–8)
Dem EU-Ministerrat	4,9 (1,5; 2–8)	4,9 (1,3; 2–8)	5,0 (2,1; 0–10)	4,5 (1,9; 1–9)
Dem Europäischen Parlament	6,5 (1,8; 2–10)	6,5 (1,1; 3–9)	5,8 (2,3; 0–10)	5,6 (1,7; 2–8)
Dem Europäischen Gerichtshof	–	–	7,0 (2,6; 0–10)	–
Anzahl	(35–37)	(24)	(51)	(30–31)

In Klammern sind die Standardabweichung sowie die Minimum- und Maximum-Werte angegeben.

Je nachdem, ob man die Medienpersönlichkeiten oder die Medien in den Blick nimmt, gibt es bei den Journalisten ein leichtes Übergewicht entweder zugunsten der nationalen oder der EU-Institutionen. Lässt man die Landesregierungen außer Acht, so vertrauen die Journalisten den österreichischen Institutionen etwas mehr als den EU-Institutionen. Arbeitnehmervertreter tun dies in noch größerem Ausmaß. Konzentriert man sich auf die untere Hälfte der Tabelle, die den Vergleich zwischen allen drei Gruppen zulässt, zeigt sich aber wieder, dass die Journalisten von allen drei Gruppen das positivste EU-Bild haben. Die Mittelwerte für die drei vergleichbaren EU-Institutionen sind 5,1 (Abgeordnete), 5,7 bzw. 5,6 (Journalisten, Medien) und 4,8 (Arbeitnehmervertreter).

5. Weiterentwicklung der Europäischen Union

Wie wollen nun unsere drei Elitengruppen die Weiterentwicklung der Europäischen Union gestaltet sehen? In Abbildung 10 haben wir die Antworten auf drei Fragen nach der Machtverteilung zwischen nationalen und EU-Organen zusammengefasst.

Insgesamt setzen die Journalisten die größten Erwartungen in die EU. Fast in jedem Fall sind sie in höherem Maße für die Übertragung von Kompetenzen an EU-Organe als Abgeordnete und Arbeitnehmervertreter. Insgesamt findet man in allen Gruppen Mehrheiten für die Beibehaltung der zentralen Rolle der Mitgliedstaaten. Offenbar sehen viele unserer Befragten diese zentrale Rolle der Mitgliedstaaten nicht im Widerspruch dazu, die Europäische Kommission zur „eigentlichen Regierung“ Europas zu machen. Alle Gruppen sind für die weitere Stärkung des Europaparlaments, die Journalisten am meisten.

Tab. 10: Gewünschte Machtverteilung zwischen Europäischer Union und Mitgliedstaaten aus der Perspektive österreichischer Meinungsführer

Frage: Im Folgenden lese ich Ihnen ein paar Aussagen über das Verhältnis zwischen der Europäischen Union und ihren Mitgliedstaaten vor. Bitte sagen Sie mir auf einer Skala von 1 bis 4, wie stark Sie folgenden Aussagen zustimmen. 1 bedeutet „Stimme voll und ganz zu“, 4 bedeutet „Lehne voll und ganz ab“.	Journalistinnen & Journalisten	Medien	Abgeordnete	Arbeitnehmervertreterinnen & -vertreter
Die Mitgliedstaaten sollten die zentralen Akteure der Europäischen Union bleiben.				
Stimme voll und ganz zu	31	43	56	45
Stimme eher zu	28	35	23	35
Stimme eher nicht zu	31	9	15	19
Lehne voll und ganz ab	11	13	6	–
Die Europäische Kommission sollte die eigentliche Regierung der Europäischen Union werden.				
Stimme voll und ganz zu	14	1	22	10
Stimme eher zu	28	55	17	17
Stimme eher nicht zu	33	30	34	47
Lehne voll und ganz ab	25	14	28	27
Der Einfluss des Europaparlaments sollte gestärkt werden.				
Stimme voll und ganz zu	75	73	50	71
Stimme eher zu	19	24	35	13
Stimme eher nicht zu	6	2	7	6
Lehne voll und ganz ab	–	–	9	10
Anzahl	(36)	(24)	(51)	(31)

Anmerkungen: Angaben in Prozent. Rundungsfehler sind möglich.

6. Schluss

In diesem Beitrag haben wir die europäischen Bezüge, die Identitäten und EU-bezogenen Einstellungen dreier Gruppen von Meinungsführern in Österreich untersucht. Wir gehen davon aus, dass es sich dabei um Indikatoren dafür handelt, wie Abgeordnete, Journalisten und Arbeitnehmervertreter zum Meinungsklima im Hinblick auf die Europäische Union beitragen. Je weniger internationale Bezüge die Angehörigen einer Gruppe haben, je weniger sie selbst eine europäische Identität entwickelt haben und je kritischer sie die Europäische Union und den realen Integrationsprozess sehen, desto mehr erwarten wir, dass sie zum Euroskeptizismus in der Bürgerschaft beitragen. Wie wir gesehen haben, ist dieser Skeptizismus in Österreich vergleichsweise stark entwickelt. Natürlich wäre es falsch, anzunehmen, dass es allein die untersuchten Meinungsführer sind, die eine solche Stimmungslage herbeiführen.⁹ Sie verstärken oder schwächen aber vorhandene Tendenzen der Meinungsbildung und leisten insgesamt einen wichtigen Beitrag zur Ausprägung der öffentlichen Meinung.

Wir haben gesehen, dass Österreichs Politikjournalisten im Vergleich zu den beiden anderen Gruppen von Meinungsführern

- mehr ausländische Medien konsultieren,
- deutlich mehr Kontakte zu EU-Institutionen haben,¹⁰
- eine etwas größere Bindung an die EU entwickelt haben, vor allem aber deutlich geringere nationale Bindungen aufweisen,
- eine stärker ausgeprägte europäische Identität haben,
- eine ausschließlich positive Bilanz ziehen, wenn sie Vor- und Nachteile der EU-Mitgliedschaft gegeneinander abwägen,
- sich in höherem Ausmaß für weitere Integrationsschritte aussprechen,
- die positivste Bewertung der EU-Institutionen abgeben und
- diesen Institutionen folgerichtig auch mehr zusätzliche Kompetenzen übertragen wollen.

In dem Maße, in dem die eigenen Werte und Bewertungen der österreichischen Politikjournalisten in die Darstellung der Europäischen Union in der öffentlichen Debatte eingehen, sind sie also kaum die Ursache des vergleichsweise großen Euroskeptizismus in Österreich. Das gilt sowohl dann, wenn wir die Medienpersönlichkeiten betrachten, als auch, wenn wir die Antworten unserer Interviewpartner mit der EU-Linie ihrer jeweiligen Medien gleichsetzen und diese nach den

⁹ Die Suche nach Erklärungen für „Euroskeptizismus“ ist in den letzten Jahren zu einer sozialwissenschaftlichen „Wachstumsindustrie“ geworden. Siehe z. B. die Special Issues von *Acta Politica* (2007) und *European Union Politics* (2005).

¹⁰ Dieser Vorsprung wird durch die etwas dichteren Kontakte der Politiker zu Parteien in anderen Ländern und der Interessenvertreter zu Interessengruppen auf EU-Ebene wahrscheinlich nicht völlig kompensiert.

Reichweiten der Medien gewichtet aggregieren. Wir haben aber darauf hingewiesen, dass alle drei befragten Gruppen in Organisationen – Parteien, Verbände, Redaktionen – eingebunden sind, die mehr oder weniger stark ausgeprägte Organisationsmeinungen zu den hier angesprochenen Themen haben. Je stärker diese Organisationslinien von denen der Meinungsbildner abweichen und je stärker diese Organisationen ihre Partei-, Verbands- oder Redaktionslinie durchsetzen, desto notwendiger ist die Untersuchung der Kommunikationsinhalte selbst (anstelle oder zusätzlich zu dem Shortcut, den wir hier gewählt haben).

Literatur

- Allport, Gordon W. (1988): *The nature of prejudice*. Perseus Books. Cambridge, MA.
- Bruter, Michael (2005): *Citizens of Europe? The emergence of a mass European identity*. Palgrave Macmillan. Houndmills, Basingstoke.
- Chong, Dennis/Druckman, James N. (2007): *Framing Theory*. *Annual Review of Political Science* 10. S. 103–126.
- de Vreese, Claes H. (2005): *The spiral of cynicism reconsidered: The mobilization function of news*. *European Journal of Communication* 20 (3). S. 283–301.
- de Vreese, Claes H. (2007): *A spiral of Euroscepticism: The media's fault?* *Acta Politica* 42 (3). S. 241–281.
- Deutsch, Karl W./Burrell, Sidney A./Kann, Robert A. (1957): *Political community and the north Atlantic area*. Princeton University Press. Princeton, NJ.
- Europäische Kommission (Hg.) (2009a): *Standard Eurobarometer 71: Public Opinion in the European Union. Standard Report*. Fieldwork June–July 2009. TNS Opinion & Social. Brüssel.
- Europäische Kommission (Hg.) (2009b): *Standard Eurobarometer 72: Public Opinion in the European Union. First Results*. Fieldwork Oct–Nov 2009. TNS Opinion & Social. Brüssel.
- Fligstein, Neil (2009): *Who are the Europeans and how does this matter for politics?* In: Checkel, Jeffery T./Katzenstein, Peter J. (Hg.): *European identity*. Cambridge University Press. Cambridge. S. 132–166.
- Gaertner, Sam L./Dovidio, Jack F. (2000): *Reducing intergroup bias: The Common Ingroup Identity Model*. Psychology Press. Philadelphia.
- Herrmann, Richard K./Risse Thomas/Brewer, Marilynn B. (Hg.) (2004): *Transnational identities*. Rowman & Littlefield. Lanham.
- Koopmans, Ruud/Pfetsch, Barbara (2006): *Obstacles of motors of Europeanization? German media and the transnationalization of public debate*. *Communications* 31 (1). S. 115–138.

- McCombs, Maxwell E. (1982): The agenda-setting approach. In: Nimmo, David/Sanders, Keith (Hg.): Handbook of political communication. Sage Publications. Beverly Hills, CA.
- Mokre, Monika/Weiss, Gilbert/Bauböck, Rainer (Hg.) (2003): Europas Identitäten. Mythen, Konstrukte, Konflikte. Campus Verlag. Frankfurt a. M.
- Pfetsch, Barbara/Adam, Silke/Eschner, Barbara (2008): The contribution of the press to Europeanization of public debates. *Journalism* 9 (4). S. 465–492.
- Plasser, Fritz/Lengauer, Günther (2010): Politik vor Redaktionsschluss. Kommunikationsorientierungen von Macht- und Medieneliten in Österreich. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. facultas.wuv. Wien. S. 53–100.
- Risse, Thomas (2004): European institutions and identity change: What have we learned? In: Herrmann, Richard K./Risse, Thomas/Brewer, Marilynn B. (Hg.): Transnational identities. Rowman & Littlefield. Lanham. S. 247–271.
- Scheuer, Angelika (1999): A political community? In: Schmitt, Hermann/Thomassen, Jacques (Hg.): Political representation and legitimacy in the European Union. Oxford University Press. Oxford. S. 25–46.
- Semetko, Holli A./Valkenburg, Patti M. (2000): Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication* 50. S. 93–109.
- Statham, Paul (2008): Making Europe news. How journalists view their role and media performance. *Journalism* 9 (4). S. 398–422.
- Tajfel, Henri/Turner, John C. (1986): The social identity theory of intergroup behavior. In: Worchel, Stephen/Austin, William G. (Hg.): Psychology of intergroup relations. Nelson-Hall. Chicago, IL. S. 7–24.
- Trenz, Hans-Jörg/Conrad, Maximilian/Rosén, Grui (2009): Impartial mediator or critical watchdog? The role of political journalism in EU constitution-making. *Comparative European Politics* 7 (3). S. 342–363.
- Wellman, Barry/Frank, Kenneth A. (2008): Network capital in a multilevel world: Getting support from personal communities. In: Lin, Nan/Cook, Karen/Burt, Ronald S. (Hg.): Social capital. Theory and research. Transaction Publishers. New Brunswick, NJ. S. 233–273.
- Wiener, Antje (1998): European citizenship practice: Building institutions of a non-state. Westview Press. Boulder, CO.

TEIL 2: RECHERCHE UND ARBEITSWEISEN

Daniela Kraus

Total digital? Onlinerecherche im Politikjournalismus

1. Tempo, Technik und digitale Quellen – wie sich Recherche in den Redaktionen radikal verändert und warum Max Winter trotzdem noch aktuell ist

„Ueberall eindringen, selber neugierig sein, um die Neugierde anderer befriedigen zu können, alles mit eigenen Augen schauen und was man sich nicht zusammenreimen kann, durch Fragen bei Kundigen herausbekommen, dabei aber nie vergessen, mit welchen persönlichen Interessen der Befragte an die Sache gekettet ist und danach die Antwort einschätzen, werten, anwenden.“ (Winter 1914, 1, zit. n. Haas 1999: 252)

Im Jahr 1914 beschreibt Max Winter in einer Artikelserie für die *Chemnitzer Volksstimme* so sein Verständnis von Journalismus. Der Journalist, Reporter und Politiker Winter verfasste ab den 1890er-Jahren Reportagen für die *Arbeiter-Zeitung*, er war Pionier des „empirischen Journalismus“ und der investigativen Recherche (vgl. Haas 1999 und Riesenfellner 1987).

Heute, knapp ein Jahrhundert später, gilt als selbstverständlich: Recherchieren – „untersuchen, nachforschen, erkunden, ermitteln“ (Duden, Herkunftswörterbuch, 576) – ist zentrale Tätigkeit journalistischer Arbeit. Dabei wurden Recherche und Enthüllung, die Komponenten des investigativen Journalismus, nicht immer als Kernstücke des Journalismus begriffen. Ganz im Gegenteil: In den Anfängen des redaktionellen Journalismus ging es zunächst um die kaum kommentierte Weitergabe von Nachrichten oder, etwa in den gelehrten Wochenschriften, um räsonierende Betrachtung des Zeitgeschehens. Erst nach der Verankerung von Meinungs- und Pressefreiheit (1862) und dem Verbot von Zensur (1867) (vgl. Melischek/Seethaler 2008: 319) konnten sich in der Habsburger Monarchie eine ausdifferenzierte Presselandschaft und ein verändertes journalistisches Berufsbild entwickeln. Zahlreiche Zeitungen wurden gegründet (Melischek/Seethaler 2006), kritische Be-

richterstattung entwickelte sich zur Basis journalistischen Arbeitens, und Vor-Ort-Recherchen, Reportagen, Interviews wurden gegen Ende des 19. Jahrhunderts, als auch Max Winters Karriere begann, zu einem wesentlichen Bestandteil des Journalismus.

Etwa zeitgleich mit dem Erscheinen von Winters Reportagen über Obdachlose, Kanalstrotter und Strafgefangene in der *Arbeiter-Zeitung* erlebte der Recherchejournalismus in den USA eine Blütezeit. Enthüllungsreportagen wie jene von Ida Tarbell über die Geschäftspraktiken der *Standard Oil Company* begründeten eine Form des Recherchejournalismus, die letztendlich Auswirkung auf das Verständnis von Presse und von Demokratie hatte (Requate 1995: 41). Theodore Roosevelt prägte für solche „Skandalreporter“ den Begriff „Muckrakers“. Hatte Roosevelt mit der Bezeichnung als „Mistgabeln“, die im Dreck wühlten, eine Diskreditierung von Journalistinnen und Journalisten im Sinn, deuteten jene das positiv um: Es ginge ja eben genau darum, „Mist“ und unsaubere Praktiken sichtbar zu machen.

Auch wenn es „keine Theorie der Recherche, die über die Beschreibung einzelner Techniken hinausgeht“ (Haas 2002: 567), gibt, ist heute längst unumstritten, dass die fundierte Recherche ein Herzstück des Journalismus ist, unabdingbar für die Rolle des Journalismus als „Vierte Gewalt“. Heute heißen die „Muckrakers“ Aufdecker. Ihre Enthüllungen liegen noch immer, je nach Journalist und vor allem Medium, irgendwo zwischen Voyeurismus und Aufklärung.

An der (Selbst-)Definition von Zielen und Ansprüchen der journalistischen Recherche hat sich seit Max Winter nicht allzu viel verändert. Ganz anders ist das mit den Arbeitsweisen der Journalisten: Die Technik der Recherche hat heute nur noch wenig mit dem „Schauen und Erfragen“ von damals zu tun. Allein im vergangenen Jahrzehnt unterlagen Quellen und Methoden der Recherche einer gewaltigen Veränderung. Mit Datendigitalisierung und -vernetzung werden die zugänglichen Informationen täglich mehr, ihre Verfügbarkeit wächst exponentiell.

Die diesem Beitrag zugrunde liegende Studie¹ zeigt: Mehr als 90 % der befragten Politikjournalisten und -journalistinnen arbeiten über 40 Stunden wöchentlich, viele leiden unter steigendem Arbeitsstress. Dabei ist nicht einmal ein Drittel zufrieden mit der Zeit, die für Recherche zur Verfügung steht, 75 % stimmen der Aussage zu, dass zeitaufwendige Recherchen seltener werden, und 34 % sind der Ansicht, dass die Qualität der Recherche durch das Internet abnimmt.

Was die massiven Veränderungen der Medienproduktion für die Praxis der journalistischen Recherche bedeuten, wird im Folgenden am Bei-

¹ ÖNB-Jubiläumsfonds-Projekt-Nr. 13324, Methodenbeschreibung siehe Anhang.

spiel der Onlinerecherche im österreichischen Politikjournalismus im Detail beschrieben.

2. Auffangen, Selegieren, Synthetisieren

Das digitale multimediale Recherchieren ist längst für alle Journalisten und Journalistinnen Realität. Schon 1997 gab Klaus Meier in seinem Buch „Experten im Netz“ Onlinerecherchehilfen für die Praxis (Meier 1997). Seitdem folgten Polemiken, wissenschaftliche Untersuchungen und Ratgeberliteratur zum Thema (Überblick siehe Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2009a: 296); Standardwerke des Journalismustrainings reagierten in ihren jeweiligen Neuauflagen ab Ende der 1990er-Jahre systematisch mit Kapiteln zu Onlinerecherche (Mast 2000; Haller 2008; Pürer/Rahofer/Reitan 2004). Mit der Digitalisierung unterliegt die Recherche, so ist man sich einig, einer ganz massiven Veränderung im Hinblick auf Arbeitstechniken, Tempo, Quellen.

Für Deutschland und die Schweiz sind diese Veränderungen der journalistischen Arbeitsweisen durch das Internet in verschiedenen Studien dokumentiert, etwa in jenen von Keel/Bernet (2005; 2009), Machill/Beiler/Zenker (2008), Neuberger/Nuernbergk/Rischke (2009b) oder auch in Teilstudien zu Arbeitsweisen im Politikjournalismus (z. B. Springer/Wolling 2008) und Citizen-Journalism (z. B. Armborst 2006). Auch Problemstellungen im Spannungsfeld zwischen Journalismus und neuen Internetanwendungen sind Thema aktueller Studien für den deutschsprachigen Raum, etwa zur „Googleisierung“ des Journalismus (z. B. Neuberger 2005, Machill/Beiler 2007, Perlot 2007, Reischl 2008, Wolling 2005, Wyss/Keel 2008), zur Transformation vom Gatekeeper zum Gatewatcher (z. B. Fengler/Vestring 2009, Bruns 2009, Röhle 2007), zu neuen Recherchemöglichkeiten durch *Wikipedia* oder *Youtube* (z. B. Neuberger/Welker 2008) und zur zunehmenden Konkurrenzsituation durch Citizen-Journalism (Armborst 2006, Bihl 2007, Katzenbach 2008, Schmidt 2006, Schönbach 2008).

Zu Recht, denn die Veränderungen sind kaum zu überschätzen. Journalismus unterliege einem radikalen Wandel, meint etwa Alan Rusbridger, Chefredakteur des britischen *Guardian*, man müsse darauf mit eben solchen Konzepten reagieren. Als „mutualized newspaper“ präsentiert er seine Zeitung und propagiert damit ein ganz neues Journalismus-Selbstverständnis. Partizipation, Kritik, Moderation, Verlinkung seien die neuen Aufgaben der Redaktion.² Journalismus müsse in einem transparenten Prozess mit dem Publikum gemeinsam entstehen – und

² Im Rahmen der Konferenz „Journalism 2020“ im März 2010 in Wien, siehe <http://journalism2020.net>.

verantwortet werden. Etwa wenn die *Guardian*-Redaktion in einer beispielhaften Crowdsourcing-Aktion 20.000 Freiwillige dazu motiviert, 170.000 Dokumente zum Spesenskandal im britischen Parlament innerhalb von 80 Stunden online zu sichten. Die User finden in den Belegen die „Nadel im Heuhaufen“, die Journalisten recherchieren nach, moderieren, erzählen die Geschichte. Eine neue Art der Recherche in Kooperation mit dem Publikum – die nur möglich ist, wenn sich das (Selbst-)Verständnis von Journalismus grundlegend verändert.

Wissenschaftliche Beschäftigung mit Journalismus, die Anspruch auf Aktualitätsbezug erhebt, kann sich diesem gravierenden Wandel des Berufs und seiner Rahmenbedingungen nicht entziehen. Für Österreich sind erst wenige Auswirkungen auf die journalistische Arbeit nachvollziehbar dokumentiert (siehe z. B. Weber 2006), es ist aber unbestritten, dass es sie gibt. Zum Beispiel in Bezug auf „Aktualität“, einen zentralen Faktor im journalistischen Selbstverständnis: 73 % der für diese Untersuchung befragten Politikjournalisten und -journalistinnen wollen „dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln“. Durch die neuen digitalen Quellen scheint es einfacher, diesen Anspruch zu verwirklichen. Sie stehen in unüberschaubarer Vielfalt und kürzester Zeit zur Verfügung. Aber: Gleichzeitig nimmt der Aktualitätsdruck zu – 85 % der Befragten stimmen zu –, und damit fehlt Zeit für fundierte Recherche, auch darüber sind sich die Befragten einig – nur 28 % sind mit der ihnen zur Verfügung stehenden Recherchezeit zufrieden. Die Digitalisierung bedeutet dabei mehr als nur einen technischen Wandel.

Leitfrage war in der praktischen wie wissenschaftlichen Diskussion allzu oft jene, mit der Neuberger (2000) bereits vor einer Dekade seinen Überblick über den Forschungsstand zum Onlinejournalismus betitelt hat: „Renaissance oder Niedergang des Journalismus?“

Die Einschätzungen der Auswirkungen der neuen technischen Optionen und partizipativen Formate auf jene politischen Funktionen, die Journalismus erfüllen soll, schwanken extrem: Prognostizieren die einen, euphorisch, eine pluralistischere Berichterstattung und, endlich, die verspätete Verwirklichung von Brechts Radiotheorie – jeder Empfänger ein Sender³ und damit ein exponentielles Ansteigen demokratischer Partizipation –, befürchten andere, dass die traditionellen Funktionen des Journalismus und der Massenmedien durch Fragmentierung

3 „Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat in einen Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen“, schrieb Bertolt Brecht 1932 in „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks“ (Brecht 1992/1932/1933, 553).

nicht mehr erfüllt werden können.⁴ So meint z.B. Habermas, skeptisch, nach seiner optimistischen Einschätzung der Möglichkeiten des Netzes: Das „Publikum zerfällt im virtuellen Raum in eine riesige Anzahl von zersplitterten, durch Spezialinteressen zusammengehaltenen Zufallsgruppen. Auf diese Weise scheinen die bestehenden nationalen Öffentlichkeiten eher unterminiert zu werden. (...) Vorerst fehlen im virtuellen Raum die funktionalen Äquivalente für die Öffentlichkeitsstrukturen, die die dezentralisierten Botschaften wieder auffangen, selektieren und in redigierter Form synthetisieren“ (Habermas 2008: 162).

Wenn Journalismus diese Aufgabe des „Selektierens und in redigierter Form Synthetisierens“ übernehmen soll, müsste er zuerst die Vielfalt der Netzinformation „auffangen“. Tut er das? Und: Was sind überhaupt die Quellen des österreichischen Politikjournalismus im Netz? Diesen Fragen wollen wir hier nachgehen und damit einen ersten Schritt zur empirischen Erfassung der mannigfaltigen Veränderungen der Recherche im österreichischen Journalismus setzen.

3. Recherche online, Recherche offline

Das digitale Informationsangebot wächst exponentiell, die Zeit für Recherche aber indirekt proportional, zeigen jüngere Studien. Ein bemerkenswertes Datum: Während deutschen Journalisten und Journalistinnen 1993 im Durchschnitt noch täglich 140 Minuten für Recherche zur Verfügung standen, waren es 2005 nur noch 117 Minuten (Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 80).

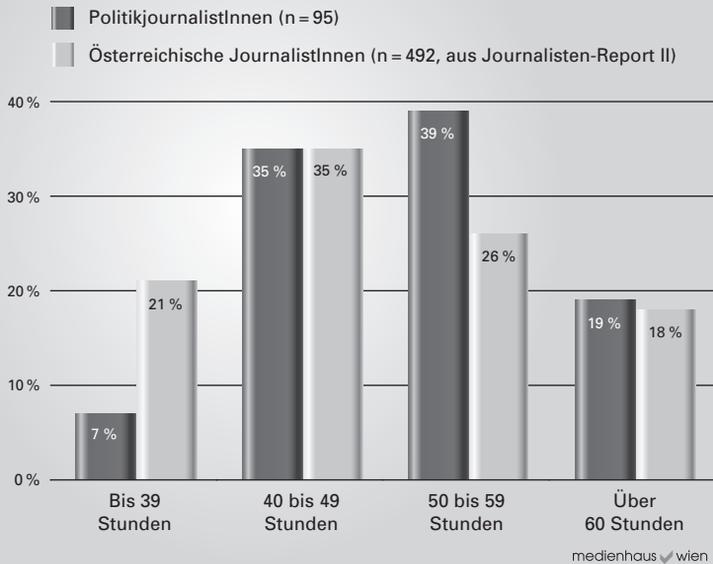
Nur wenige aktuelle Arbeiten haben sich bisher eingehend mit Recherche- und Arbeitstechniken und Quellen im österreichischen Journalismus beschäftigt (zuletzt als empirische Analyse: Weber, 2006). Relevante Arbeiten speziell zu Arbeits- und Recherchetechniken im österreichischen Politikjournalismus gibt es nicht. Um die Ergebnisse der vorliegenden Befragung besser einordnen zu können, wird zuerst ein Überblick über den Stellenwert der Recherche im österreichischen Politikjournalismus gebracht.

Die österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen sind Vielarbeiter. Die durchschnittliche Wochenarbeitszeit liegt bei 49 Stunden. Das ist noch mehr als die ohnehin schon relativ hohe durchschnittliche Arbeitszeit aller österreichischen Journalisten, die bei 45 Stunden liegt (Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008).

93 % der Befragten arbeiten wöchentlich 40 Stunden und mehr. Deutlich mehr als die Hälfte arbeitet durchschnittlich sogar über 50 Stunden pro Woche.

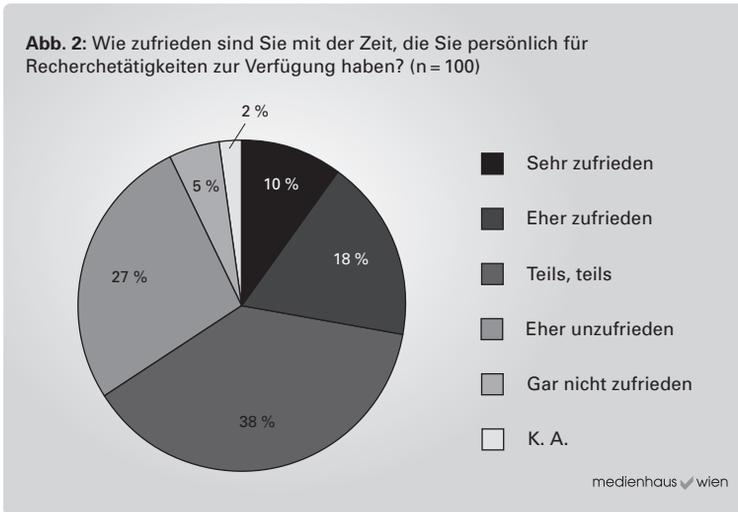
⁴ Zusammenfassend zur Fragmentierungsthese siehe Neuberger (2009: 42).

Abb. 1: In Hinblick auf das letzte halbe Jahr:
Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich pro Woche (inkl. Überstunden)?



Von dieser Arbeitszeit verwenden Österreichs Politikjournalisten nach eigener Einschätzung rund 40 % für Recherchetätigkeiten. Recherche lässt sich dabei ganz allgemein definieren als die Beschaffung geprüfter Basisinformationen (nach Saxer 1976: 225), wobei freilich in telefonischer Befragung individuelle Interpretationen und Unschärfen auftreten können. Eine genaue Feststellung des Anteils der Recherchezeit an der Gesamtarbeitszeit ist nur über aufwendige Redaktionsbeobachtungen möglich. Festzuhalten ist, dass die Befragten – trotz des individuell als sehr hoch eingeschätzten Zeitanteils für Recherche – angeben, dass sie dafür gerne noch mehr Zeit zur Verfügung hätten. Mangelnde Zeit für Recherchen und daraus resultierender Zwang zu „Rechercheökonomie“ sind bekannt und wurden oft beschrieben, vor allem unter Bezug auf das Verhältnis Journalismus und PR. Es liegt auf der Hand, dass Zeitmangel und fehlende Ressourcen zu einer Zunahme passiver Recherche gegenüber der aktiven führen: „Ohne die Aussicht auf den auf- oder quotensteigernden Scoop als Recherche-Ertrag unterbleiben angesichts der dünnen Personaldecke aufwendige Recherchen in den meisten Redaktionen öfter als sie stattfinden“ (Russ-Mohl 2004: 60).

Es gibt also zu denken, dass nur 28 % der österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen ihre Recherchezeit als ausreichend empfinden und damit „(eher) zufrieden“ sind; 38 % sind teilweise zufrieden, 32 % sind „(eher) unzufrieden“.



Mag sein, dass sich hier neben objektivierbar sinkenden Redaktionsgrößen bei quantitativ höherem Output in österreichischen Redaktionen auch das subjektive Empfinden zur „Informationsflut“ widerspiegelt, mit der Journalisten in besonderem Ausmaß konfrontiert sind. Schließlich wird gerade von ihnen die oben zitierte Habermas'sche Forderung nach „auffangen, selegieren und synthetisieren“ von Informationen erwartet. Das etwa von Merten (1994) bei Rezipienten beschriebene „Überlast-Syndrom“ kommt umso mehr bei Journalisten zum Tragen. Die Lösung für die Rezeption liege in rigide gesteigerter Selektivität, so Merten schon 1994 (155). Das betrifft eben auch die journalistische Produktion, und zwar in doppelter Weise: rigide gesteigerte Selektivität bei der Sichtung und Auswahl von Quellen und Informationen, rigide gesteigerte Selektivität aber auch bei der Weitergabe von Informationen – als immer wichtiger werdende Aufgabe gegenüber dem Publikum. Früh legte US-Forschung nahe, dass die Rolle des Journalismus sich unter dem Einfluss des „Information Overload“ wandeln müsse: „Still guarding the gate?“, fragte Jane Singer 1997 und zeigte die steigende Wichtigkeit von Interpretation und Qualitätsbewertung (Singer 1997). Wie viel mehr gilt das im Jahr 2010: Die Anzahl an Websites und Blogs zu zählen

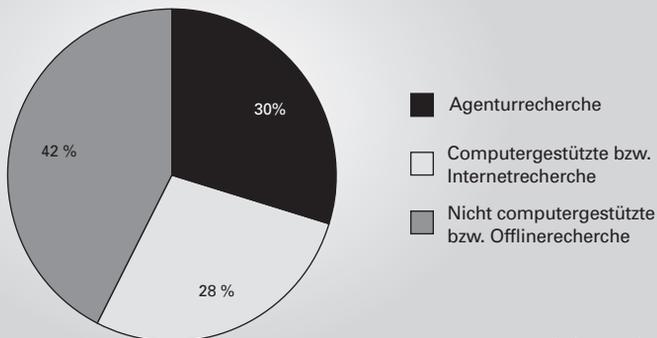
ist müßig; eine relativ „neue“ Anwendung wie *Facebook* – die deutsche Ausgabe wurde immerhin erst im März 2008 gelauncht (Start in den USA: 2004) – zählt mehr als 400 Millionen Accounts. In Österreich gibt es immerhin 1,8 Millionen *Facebook*-Accounts (Status März 2010; alle Daten: facebook.com), und allein die deutschsprachigen *Wikipedia*-Einträge liegen deutlich über einer Million (wikipedia.de, März 2010).

Wenn nur ein Bruchteil dieser Vielfalt auf Relevanz überprüft werden soll – bleibt da überhaupt noch Zeit, die Welt außerhalb ihrer digitalen Abbildung zu beobachten? Gefragt wurden die österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen, welcher Anteil der Recherchezeit für nicht computergestützte bzw. Offlinerecherche genutzt wird und wie hoch dagegen die Anteile für Agentur- und Internetrecherche liegen. Dabei zeigt sich: Den weitaus größten Anteil nimmt noch immer die „Offlinerecherche“ ein – 42 % ihrer Recherchezeit verbringen Österreichs Politikjournalisten nicht vor dem Computer. Im Durchschnitt werden, so die Selbsteinschätzung der Befragten, 30 % für Agenturrecherche und 28 % für Internetrecherche verwendet.

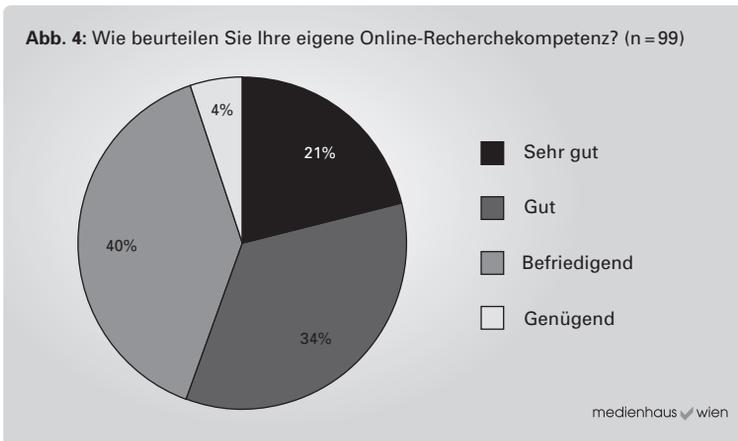
Das scheint plausibel: Für die bisher umfangreichste Studie, sowohl an Methoden als auch an Samples, zum Onlinerechercheverhalten wurden deutsche Journalisten bei der Arbeit beobachtet. Mit 51 % zeigt sich sogar ein noch höherer Zeitaufwand für „nicht computergestützte Recherchemittel“, dafür ist der Anteil an Agenturrecherche deutlich geringer (vgl. Machill/Beiler/Zenker 2008: 107).

Wie sieht es dabei mit der Einschätzung der eigenen Kompetenz für die Onlinerecherche aus? Sind Österreichs Politikjournalisten auf die

Abb. 3: Wie viel Prozent Ihrer Recherchezeit verwenden Sie für folgende drei Recherchearten? (n = 96)



Verlagerung vom „Gatekeeping“ zum „Gatewatching“ (Bruns 2009) vorbereitet? Immerhin gab keiner der Befragten an, über ungenügende Kenntnisse für die Onlinerecherche zu verfügen. Aber nur knapp mehr als die Hälfte (55 %) beurteilt die eigene Online-Recherchekompetenz als sehr gut oder gut, immerhin 40 % nur als „befriedigend“, 4 % als „genügend“. Wenig überraschend: Je älter die Befragten, desto weniger gut beurteilen sie ihre eigene Recherchekompetenz. Die Kenntnis im Umgang mit neuen und neuesten Tools hängt mehr von Sozialisierung, persönlichem Engagement und Interesse ab als von strukturierter Vorbereitung auf diese enormen neuen Herausforderungen des Berufs.



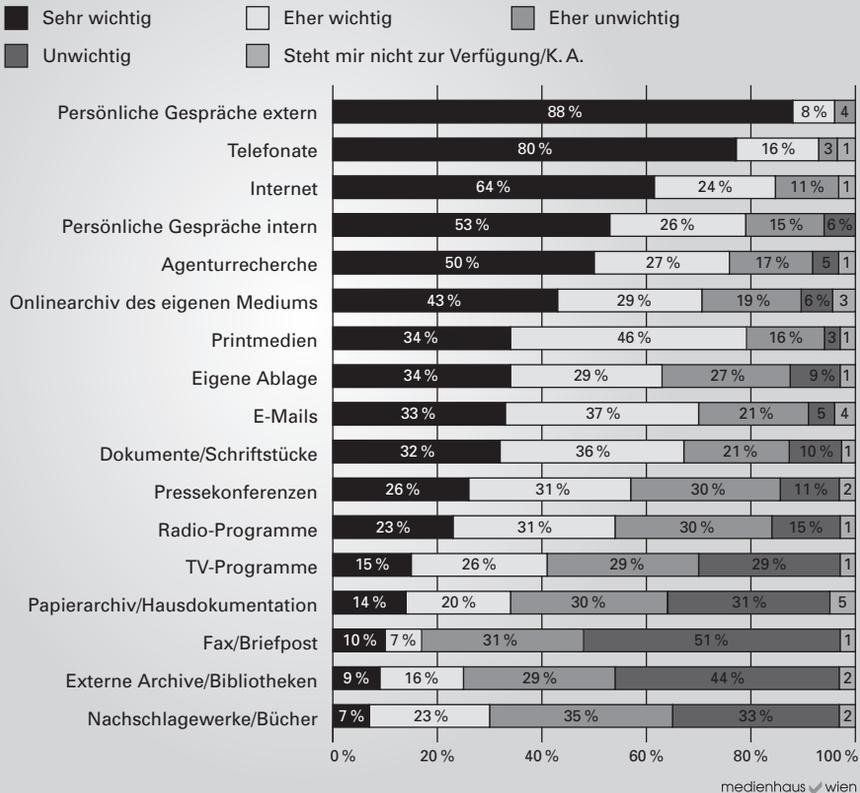
Ein großer Teil der österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen recherchiert im Netz autodidaktisch: Nicht einmal ein Viertel (23 %) der Befragten hat innerhalb der letzten drei Jahre (!) vor Befragung an Aus- oder Weiterbildungsmaßnahmen zum Thema Webrecherche teilgenommen. Immerhin, jüngere Journalisten und Journalistinnen nehmen häufiger an Weiterbildung teil als ältere. Das spiegelt aber ein grundsätzliches Problem wider: Es gibt im Allgemeinen wenig Tradition und daher wenig Bewusstsein und nur geringe Wertschätzung für Weiterbildung im österreichischen Journalismus (siehe zusammenfassend Kaltenbrunner/Kraus 2004, Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008: 113–127), für Training zu neuen Rechercheformen im Besonderen fehlt das Know-how. Initiativen wie das *Netzwerk Recherche* in Deutschland, das neben Materialien, ethischen Hilfestellungen und Diskussionen zu investigativer Recherche auch hochspezialisierte Seminare zu neuen Rechercheformen im Netz organisiert, sind in Öster-

reich nicht zu finden; auch Trainingsangebote zu „Computer Assisted Reporting“ (CAR) oder zu Methoden des Quellenchecks im Internet sucht man vergebens.

Der Mangel an Weiterbildung mag auch erklären, warum viele neue Anwendungen im jungen Netz – wie weiter unten beschrieben – von Journalisten und Journalistinnen wenig genutzt werden. Vielleicht hängt das aber auch mit der Bewertung der Wichtigkeit verschiedener Kommunikationsmittel für verschiedene Kommunikationszwecke zusammen. Dabei zeigt sich, dass die klassische Recherche noch lange nicht ausgedient hat.

Wenn sich Robert Redford im Film „All the president's men“ als Watergate-Aufdecker Bob Woodward mühsam durch meterlange Regale vol-

Abb. 5: Wie wichtig sind Ihnen folgende Recherchemittel für Ihre Recherchetätigkeit? (n = 100)



ler Telefonbücher wühlt, dann ist das Recherchetechnik aus dem letzten Jahrtausend. So schätzen das auch Österreichs Politikjournalisten und -journalistinnen ein: Gedruckte Nachschlagewerke, Lexika, Hausarchive werden heute als weitgehend bedeutungslos eingeschätzt. Für schnelles Auffinden einfacher Informationen ist das Internet gar nicht mehr wegzudenken.

Doch: Mit „Deep Throat“, dem geheimnisvollen Watergate-Informant, wird noch immer nicht über *Facebook* kommuniziert. Mit großer Deutlichkeit am wichtigsten sind den Politikjournalisten denn auch für ihre Recherchen die Informantengespräche. Persönliche Gespräche und Telefonate sind de facto unverzichtbar. Nur 4 % der Befragten halten den direkten Kontakt für (eher) unwichtig, nur 3 % das Gespräch am Telefon. Die schriftliche Individualkommunikation hat sich, wenig überraschend, eindeutig hin zur elektronischen Variante verschoben: E-Mails sind ungleich wichtiger als Briefe oder Telefax. Eine Zahl zeigt hier die Problematik der Informationsflut: Durchschnittlich werden 39 % (!) der erhaltenen E-Mails (exklusive Spams) ungeöffnet und ungelesen gelöscht.

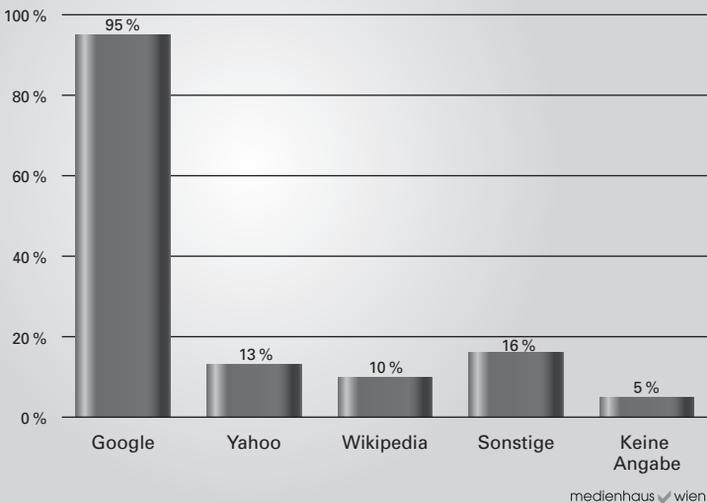
4. Wo Journalisten online recherchieren

Trotzdem, bei aller Bedeutung des persönlichen Kontakts: Das Internet ist für 88 % der österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen „sehr“ oder „eher“ wichtig. Aber „das Internet“ ist groß. Um hier ein genaueres Bild zeichnen zu können, wurde nach der Häufigkeit der Nutzung unterschiedlicher Website-Typen und Webdienste gefragt. Wo wird denn von den Politikjournalisten „geschaut und erfragt, beobachtet und nachgelesen“, wie es Max Winter forderte, wo suchen sie nach den Informationen, die sie dann „auffangen, selektieren und synthetisieren“ sollen?

Mehr als zwei Drittel der Befragten verwenden täglich redaktionelle Onlineangebote anderer Medien für die Recherche (Abb. 7). Schon deutlich weniger wichtig für die tägliche Arbeit sind andere Angebote: die Websites von Ministerien und Regierung, von 79 % mindestens einmal pro Woche genutzt; Websites von Verbänden, Kammern, Interessensvertretungen, von 60 % mindestens einmal pro Woche genutzt; seltener die Webauftritte von Parteien (48 % nutzen sie mindestens einmal pro Woche) und nur gelegentlich jene von einzelnen Politikern und Politikerinnen: Diese werden nur von 26 % regelmäßig angesurft, 44 % der Befragten nutzen Politiker-Sites selten oder nie. Bei der offenen Frage nach einzelnen, besonders oft genutzten Seiten werden viele unterschiedliche Angebote genannt; Mehrfachnennungen gibt es nur bei der Parlaments-Site (von 16 % der Befragten bei offener Frage genannt).

Ebenfalls gefragt wurde nach der Nutzung verschiedener Web-2.0-Angebote, nach Nutzung von Suchmaschinen und News-Anwendungen. Mit großer Deutlichkeit zeigt sich die Unverzichtbarkeit von Suchmaschinen: 97 % der Befragten geben an, täglich Suchmaschinen zu nutzen, die verbliebenen 3 % nutzen sie mindestens einmal pro Woche. Wie sich bei detaillierterer Nachfrage zeigt, ist „Suchmaschine“ hier fast ein Synonym für „Google“.

Abb. 6: Welche Suchmaschinen sind für Ihre Recherchen am wichtigsten?
Es wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben.
Mehrfachnennung möglich. (n = 100)



95 % der Befragten geben an, dass *Google* die wichtigste Suchmaschine sei. Weit abgeschlagen *Yahoo* und andere. Ein Zehntel der Journalisten und Journalistinnen klassifizierte bei dieser offenen Frage auch *Wikipedia* als Suchmaschine. Die Dominanz von *Google* ist wenig überraschend: Hohe Markteintrittsbarrieren, vor allem Kosten für Aufbau und Pflege eines Suchindexes, verhindern den Eintritt neuer algorithmenbasierter Suchmaschinen; und alternative Suchansätze konnten sich in qualitativer Hinsicht nicht durchsetzen. „Aus der industrieökonomischen Analyse (...) geht hervor, dass kurz- und mittelfristig keine Änderung dieser Marktsituation zu erwarten ist“ (Maaß/Skusa/Pietsch 2009: 15).

Besonders häufig wird auch auf das Onlinelexikon *Wikipedia*, dessen Nutzung ebenfalls abgefragt wurde, zurückgegriffen: Acht von zehn

Politikjournalisten und -journalistinnen nutzen es zumindest einmal pro Woche. Dieses Phänomen und seine Problemdimensionen werden im Beitrag von Tólos/Kaltenbrunner in diesem Band im Detail beschrieben. Deutlich weniger Relevanz haben hingegen viele andere Web-2.0-Anwendungen. Auch wenn zu berücksichtigen ist, dass die Befragung im Jahr 2009 stattfand und die Nutzung seitdem wohl kontinuierlich gestiegen ist, ist die relativ geringe Aufmerksamkeit für Anwendungen

Abb. 7: Nun geht es darum, wie häufig Sie verschiedene Website-Typen und Web-Anwendungen beruflich nutzen. (n = 100)

Website-Typen und Web-Anwendungen	Täglich	Mind. 1x pro Woche	Mind. 1x pro Monat	Seltener	Nie	K.A./ Nicht bekannt
Suchmaschinen	97 %	3 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Redaktionelle Online-Nachrichten-Angebote anderer Medien	69 %	19 %	6 %	4 %	2 %	0 %
Nachrichtensuchmaschinen	50 %	12 %	3 %	11 %	23 %	1 %
Wikipedia	41 %	38 %	8 %	6 %	5 %	2 %
Erweiterte Suche bei Google	31 %	24 %	8 %	15 %	21 %	1 %
Websites von Ministerien, Landes- und Bundesregierungen	27 %	52 %	10 %	8 %	3 %	0 %
Postings bei redaktionellen Inhalten	27 %	13 %	12 %	17 %	31 %	0 %
Kostenlose Onlinearchive/ Onlinedatenbanken	26 %	20 %	3 %	20 %	29 %	2 %
Newsletter	26 %	16 %	8 %	19 %	31 %	0 %
Soziale Netzwerke	23 %	11 %	7 %	17 %	42 %	0 %
Youtube oder andere Videoportale	20 %	43 %	12 %	16 %	8 %	1 %
Nachrichtenticker/RSS-Feeds/ FeedReader	18 %	11 %	1 %	11 %	47 %	12 %
kostenpflichtige Onlinearchive/ Onlinedatenbanken	17 %	6 %	8 %	18 %	49 %	2 %
News-Alerts	15 %	6 %	4 %	7 %	64 %	4 %
Internetforen	15 %	10 %	13 %	21 %	41 %	0 %
Websites von Verbänden, Kammern, Vereinen, NGOs	14 %	46 %	23 %	13 %	4 %	0 %
Partei-Websites	13 %	35 %	24 %	21 %	7 %	0 %
Websites von wissenschaftlichen Einrichtungen	12 %	33 %	28 %	18 %	9 %	0 %
Unternehmens-Websites	12 %	28 %	26 %	19 %	15 %	0 %
Twitter	10 %	10 %	5 %	15 %	59 %	1 %
Metasuchmaschinen	9 %	8 %	3 %	19 %	30 %	31 %
Weblogs	8 %	20 %	11 %	29 %	31 %	1 %
Wikinews	8 %	6 %	8 %	20 %	52 %	6 %
Websites von Politikern und Politikerinnen	7 %	19 %	30 %	29 %	15 %	0 %
Chats	3 %	4 %	6 %	20 %	67 %	0 %
Social Bookmarks	3 %	4 %	3 %	15 %	64 %	11 %
Weblogsuchmaschinen	2 %	10 %	9 %	16 %	39 %	24 %

wie *Twitter*, Weblogs oder Weblogsuchmaschinen noch immer bemerkenswert. Nur 8 % der Befragten nutzen täglich Weblogs, weitere 20 % mindestens einmal pro Woche, *Twitter* wird von 10 % täglich, von weiteren 10 % mindestens einmal pro Woche genutzt; immerhin 23 % geben an, soziale Netzwerke wie *Facebook* täglich, weitere 11 %, sie mindestens einmal pro Woche für berufliche Zwecke zu nutzen.

5. Der Online-Mainstream

„Überall eindringen, selber neugierig sein“ eröffnet Max Winters Forderung diesen Beitrag. Vielleicht wäre Friedrich Nietzsches „Alles geht, Alles kommt zurück; ewig rollt das Rad des Seins“ (Nietzsche 1968/1883: 268) das treffendere Einstiegszitat, seine „Ewige Wiederkehr des Gleichen“ das treffendere Modell? Denn für die journalistische Recherche werden mit Abstand am häufigsten einerseits etablierte Medien, andererseits *Google* genutzt. User-generated Content aus dem Social Web, spezialisierte Datenbanken und Archive oder auch andere Angebote, auch solche, deren Inhalte *Google* nicht erfasst, übersteigen hingegen deutlich seltener die Wahrnehmungsschwelle. Beides trägt dazu bei, dass bevorzugt jene Fakten gefunden werden, über die ohnehin schon berichtet wurde. Unter dieser Perspektive erscheint die in der Forschung thematisierte These von einer Verstärkung der Selbstreferentialität des Journalismus⁵ durch die Internetrecherche (vgl. Machill/Beiler/Zenker 2007) auch für Österreich plausibel.

Zuerst zu *Google*: Für Österreichs Politikjournalisten und -journalistinnen ist *Google* die mit Abstand am häufigsten genutzte Suchmaschine (siehe Abb. 6). Aber von Suchmaschinen werden bei weitem nicht alle Inhalte gefunden. Viele Dokumente werden wegen Zugangsbeschränkungen durch Anbieter oder wegen technischer Restriktionen der Suchmaschinen erst gar nicht erfasst. Andere scheinen in der Reihung der Suchmaschinenergebnisse so weit hinten auf, dass sie kaum noch Beachtung finden. Die Schätze des „Deep Web“ oder „Invisible Web“ gehen verloren. Aus der intensiven Nutzung von Suchmaschinen und der Dominanz von *Google* ergeben sich darüber hinaus mehrere Probleme für die Qualität journalistischer Recherche, die alle den Selbstbezug des Journalismus erhöhen – und damit der Qualität des politischen Journalismus und vor allem seiner Vielfalt schaden. Diskutiert werden mangelnde Transparenz der *Google*-Algorithmen und Möglichkeiten, das Seitenranking zu verändern, ebenso wie die

⁵ Zur Problematik der wechselseitigen Beobachtung der Medien generell sowie insbesondere zum Inter-Media-Agenda-Setting in Österreich siehe den Beitrag von Gabriele Melischek und Josef Seethaler in diesem Band.

höhere Bewertung etablierter, häufig verlinkter und viel genutzter Domains oder dass geographische Wertungen und die Einbeziehung von Nutzerprofilen internationale Ergebnisse hinter nationale Treffer rutschen lassen können (zur *Google*-Problematik vgl. Griesbaum/Bevakavac/Rittberger 2009, Reischl 2008, Machill/Beiler 2007). Fatal, wenn man in Betracht zieht, dass Beobachtungsstudien unter deutschen Journalisten und Journalistinnen zeigten, dass meist nur die erste Ergebnisseite überhaupt beachtet wird und dass im Durchschnitt nur 1,3 *Google*-Ergebnisseiten angeklickt werden (Springer/Wolling 2008: 54). Das alles führt zu einer Verstärkung populärer und einer Marginalisierung weniger populärer Seiten. Existiert ein Thema bei *Google* nicht, existiert es für die Nutzer nicht (vgl. Wyss/Keel 2008: 69); existiert ein Experte bei *Google* nicht, existiert er für Nutzer nicht – und auch nicht für die recherchierenden Journalisten.

Dieser Mechanismus verstärkt sich, so die Befürchtung, wenn für Journalisten und Journalistinnen die Websites anderer redaktioneller Medien eine weitere dominierende Quelle bei der Webrecherche sind. Zuge-spitzt formuliert Hans Leyendecker, für seine investigativen Recherchen berühmt gewordener deutscher Aufdecker, das Problem der Selbstreferentialität so: „Wenn einer ein Thema entdeckt, rennen alle anderen hinterher. Das ist eine Art Rudeljournalismus.“⁶ In Österreich geben 69 % der Befragten an, redaktionelle Online-Nachrichtenangebote anderer Medien täglich, weitere 19 %, sie mindestens einmal pro Woche für Recherchezwecke zu nutzen. Gleich nach Suchmaschinen sind damit die Websites redaktioneller Nachrichtenangebote wichtigste Quelle im Netz (siehe Abb. 7). Bedeutet das nun, dass in stärkerem Maß als im „analogen“ Journalismus die Kollegenschaft erste Bezugsgröße ist? Die Konkurrenz und ihre Themen waren für Journalisten schon lange vor der Erfindung des Internets relevant. Wenn die druckfrischen Blätter in die Redaktion kamen, begann die Diskussion, warum welche Geschichte im eigenen Blatt nicht zu finden war und wie damit umzugehen sei. Eine genaue Beobachtung anderer Zeitungen, Sendungen, Kollegen ist nicht neu. Neu ist die schnelle, unkomplizierte Zugriffsmöglichkeit, neu ist auch die viel größere Auswahl verfügbarer Konkurrenzmedien. Einerseits bekommt also wohl die Referenz auf die Peergroup der eigenen Kollegenschaft mehr Bedeutung, weil schnell die Onlineausgaben durchgeklickt werden können. Das könnte zu einer Verengung der Themen und Rechercheansätze führen. Andererseits aber sollte die Erweiterung der Perspektiven und Möglichkeiten nicht

6 Spiegel Online vom 13. 02. 2004, <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,286184,00.html>, abgerufen am 08. 04. 2010.

unterbewertet werden: Kein Redakteur, keine Redakteurin hatte vor dem Einzug des Internets in die Redaktionen eine solche Auswahl in- und ausländischer Tageszeitungen am Tisch, wie sie heute im Netz verfügbar sind; Live-Streams und Sendungsarchive waren nicht per Klick am eigenen Schreibtisch abrufbar. Überspitzt formuliert: So einfach war Copy-Paste noch nie; aber noch nie war die Vielfalt der Vorlagen so groß.

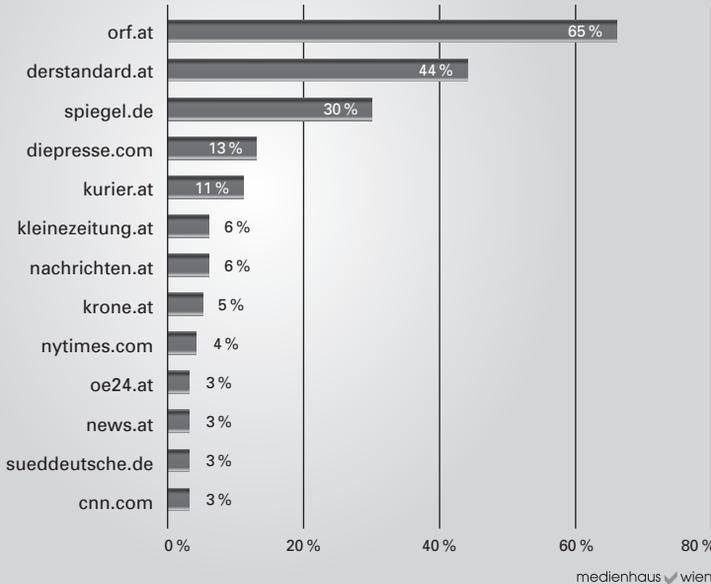
Für Deutschland zeigen mehrere Studien, dass sich bei aller Auswahl auch online einige wenige Leitmedien etablieren konnten, allen voran *Spiegel Online* als das erfolgreichste redaktionelle Internetangebot, bekanntlich Ableger eines traditionellen, sehr etablierten Mediums – und nicht genuines Webangebot. 60 % der Journalisten in Deutschland nutzen *Spiegel Online* häufig, so gut wie alle Befragten klicken zumindest gelegentlich auf diese Website (vgl. Fengler/Vestring 2009: 96).

Wie sieht das in Österreich aus? Für die Recherche österreichischer Politikjournalisten und -journalistinnen sind die mit Abstand wichtigsten Onlinemedien die Angebote von *orf.at* und *derstandard.at*, sie führen das Ranking der wichtigsten Websites an. Auf Platz drei folgt auch in Österreich das Angebot von *spiegel.de*. Interessant ist hier im Übrigen auch der Vergleich mit den Print-Leitmedien (off- und online): „Häufig“ bzw. „regelmäßig“ genutzt wird die Printausgabe der *Presse* von 51 % der Befragten, die Printausgabe des *Standard* von nur 43 % der Befragten. Bei der Frage nach der Wichtigkeit von Onlinemedien hat sich das Verhältnis geändert: Für 44 % zählt *derstandard.at* zu den wichtigsten redaktionellen Websites; aber nur für 13 % *diepresse.com*. Das zeigt die Relevanz der Markenpositionierung im Netz – für die Rezeption durch die Kollegenschaft und die Wahrnehmung als Quelle weiterer Recherchen und damit in weiterer Folge für die Themenführerschaft.

Die Bedeutung von *Spiegel Online*, auf Platz drei noch vor den Onlineausgaben von *Presse* und *Kurier* genannt, erreicht keine andere nicht österreichische Website. Gerade 4 % geben an, dass *nytimes.com* zu den wichtigsten Websites zählt, jeweils maximal 3 % der Befragten halten *sueddeutsche.de*, *cnn.com*, *bbc.co.uk* und andere redaktionelle Websites für besonders bedeutend.

Die Beispiele können jedenfalls zeigen, dass die Positionierung einer Medienmarke im Netz auch für die Wahrnehmung durch die Kollegenschaft und für die Nutzung zu Recherchezwecken – also mit vermutbarem Multiplikatoreffekt – zunehmend an Bedeutung gewinnt. Dieser Effekt wird noch verstärkt durch die Nutzung der Archive redaktioneller Medien. So wird – nach dem APA-Archiv – das Archiv von *Spiegel Online* am zweithäufigsten von österreichischen Politikjournalisten als

Abb. 8: Welche Websites von österreichischen oder internationalen redaktionellen Medien sind für Ihre Recherchen am wichtigsten? Es wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Mehrfachnennung möglich. (n = 100)

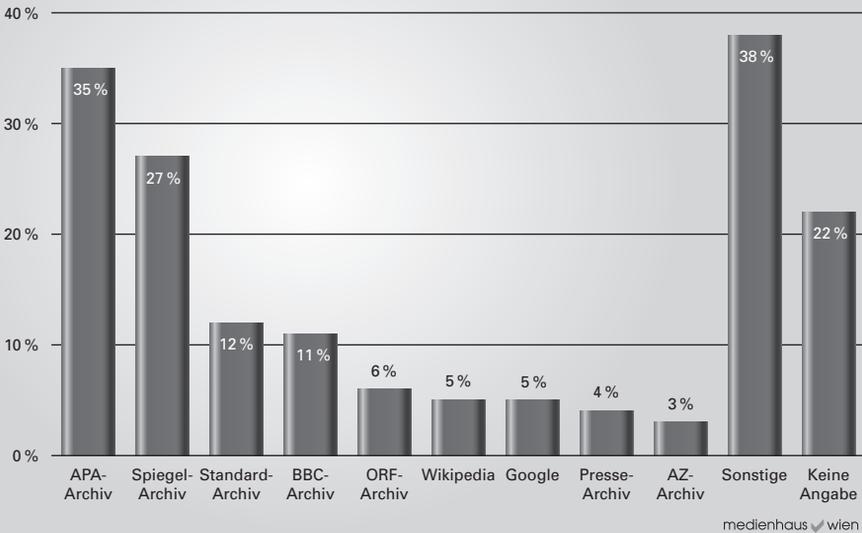


wichtigstes Medienarchiv im Netz genannt, weit vor den Archiven der österreichischen Medien. Warum aber wird das *Spiegel*-Archiv für so wichtig erachtet und nicht etwa historische Ausgaben von *profil*, *Presse* oder *Standard*? Der *Spiegel* stellt sein gesamtes Archiv ab 1947 kostenlos und nutzerfreundlich aufbereitet im Netz zur Verfügung. Und erreicht damit hohe Zugriffsdaten und einen weiteren Image- und Bekanntheitsgewinn für die Marke. Für Recherche zu österreichspezifischen zeitgeschichtlichen Themen stehen wenige Onlinequellen aus „prädigitaler“ Zeit zur Verfügung. „Im Wesentlichen spiegeln die verfügbaren Jahrgänge den Zeitraum wider, ab dem Redaktionssysteme eingeführt wurden, die eine digitale Weiterverwertung prinzipiell ermöglichen“ (Radinger 2009: 35). Das am weitesten zurückreichende Onlinearchiv einer noch erscheinenden Zeitung ist jenes der *Oberösterreichischen Nachrichten*, in dem Beiträge ab 1986 kostenlos zur Verfügung stehen; das Archiv der *Arbeiter-Zeitung* deckt mit retrodigitalisierten Ausgaben als einziges österreichisches Online-Zeitungsarchiv die Zweite Republik

von 1945 an (bis zum Verkauf der *Arbeiter-Zeitung* 1989) ab (vgl. Kaltenbrunner/Kraus/Radinger 2004). Retrodigitalisierung erfordert Investitionen, und viele Medienunternehmen befürchten urheberrechtliche Probleme (Kaltenbrunner/Noll/Radinger 2006). Das betrifft auch jene Onlinearchive, die im Projekt *Anno* der *Österreichischen Nationalbibliothek* digitalisiert werden. Sie enden im Jahr 1939. Dabei zeigt gerade das Beispiel des *Spiegel* in Deutschland: Kontinuierliche Investition in Archivdatenbanken lohnt sich. Nutzerfreundlich aufbereitete Archivinhalte führen zu höheren Nutzungszahlen, weil sie wertvolle und sonst kaum verfügbare Quellen zu zeithistorischen Themen sind. Das kann dann schon zur Folge haben, dass die Digitalisierung zur Deutungshoheit über historische Ereignisse führt – ein Zeitungsarchiv, das online und gratis verfügbar ist, hat eine ungleich höhere Nutzung als jene Ausgaben, die auf Papier oder Mikrofilm in den Tiefspeichern der Bibliotheken lagern. Wertvoller „Content“ bleibt in Österreich weitgehend unerschlossen, und damit liegen Recherchemöglichkeiten brach: Was an zeitgeschichtlichen Themen im Netz nicht zur Verfügung steht, das geht – wenn Journalisten und Journalistinnen kaum noch Papierarchive nutzen – auch nicht in die Recherchen ein.

Abb. 9: Welche österreichischen und internationalen Onlinearchive sind für Ihre Recherche am wichtigsten?

Es wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Mehrfachnennung möglich (n = 100)



Hier schließt sich wieder der Kreis zu *Google*. Das Unternehmen versucht, mit *Google News* und *Google News Archive* den Zugang zu redaktionellen Medien und deren digitalen Archiven über seine Website zu leiten. Ein kleiner Versuch zeigt: Für den Zeitraum von 1970 bis 1983 findet das riesige Online-News-Archiv zur Suchabfrage „Bruno Kreisky“ ausschließlich Treffer aus den Archiven von *Zeit* und *Spiegel*, aber keine einzige Meldung aus österreichischen Medien. Zu solch praktischer Einengung der verfügbaren Information im Netz bei theoretisch viel breiterer Auswahl führt auch die tagesaktuelle Nachrichtensuchmaschine von *Google*, *Google News*. Immerhin 50 % der österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen geben an, täglich Nachrichtensuchmaschinen wie *Google News* zu nutzen. Verschiedene Studien zeigen, dass Nachrichtensuchmaschinen nur eine sehr eingeschränkte Vielfalt an Quellen einbeziehen (vgl. Machill/Beiler/Zenker 2008: 320), 63 % der Onlinequellen bei Nachrichtensuchmaschinen stammen aus Onlineablegern von Printprodukten (vgl. Machill/Beiler/Zenker 2008: 321). Es lässt sich also vermuten, dass die Referenz von Journalisten auf eine fremdbestimmte, von verschiedenen, nicht jedoch journalistisch-inhaltlichen Kriterien geleitete Nutzung von Inhalten im Netz durch den Einsatz von Nachrichtensuchmaschinen und Onlinearchiven weiter verstärkt wird.

6. Die vernachlässigten Webkanäle

Zweifelsohne bietet die elektronische Recherche zahlreiche neue Möglichkeiten. Nur: Es zählen nicht die Möglichkeiten, sondern deren Nutzung. Wenn einerseits nicht transparent ist, nicht reflektiert wird, welche Quellen überhaupt online verfügbar sind und welche nicht, und wenn andererseits durch Journalisten nur das genutzt wird, was einfach und schnell auffindbar ist, kann das Vielfalt reduzieren. Dann wird der Journalismus tatsächlich „googleisiert“. Bei unserer Befragung gaben immerhin 49 % an, kostenlose Archive und Datenbanken seltener als einmal pro Monat oder gar nie zu nutzen, kostenpflichtige Archive/Datenbanken fallen gar bei 67 % unter die Wahrnehmungsschwelle. Viele der Grundlagen für investigative Recherchen bleiben damit unentdeckt. Datenbanken im Netz bieten Informationen, die etwa später mittels Computer Assisted Reporting (CAR) ausgewertet werden können. Daten, die für erste CAR-Analysen mühsam recherchiert und auf Großrechnern ausgewertet werden mussten – wie schon im Jahr 1967 für eine pulitzerpreisgekrönte Recherche eines Teams der *Detroit Free Press* über die Ursachen von Bürgerrechtsaufständen in Detroit (Pavlik 2009: 94) –, können findige Rechercheure

heute schnell und oft unkompliziert aus dem Internet holen. (Beispiele und Tools siehe message werkstatt 2006, www.netzwerk-recherche.de, recherche-info.de oder www.ire.org – die Seite der 1975 gegründeten Organisation der *Investigative Reporters and Editors* in den USA.) Aber auch einfache Datenbankrecherchen, etwa Personensuchen, Domainrecherchen oder die Suche nach Gesetzestexten sind online mit systematischem Wissen viel weniger zeitaufwendig als vor Verbreitung des WWW. (Siehe dazu auch den Kommentar von Robert Wiesner in diesem Band.)

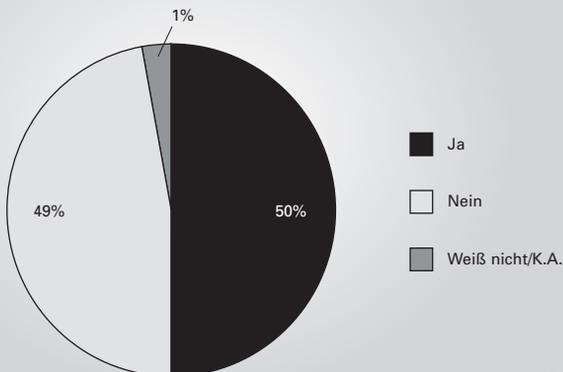
Nicht nur das „Deep Web“, sondern auch Informationen im Web 2.0 dürften für die Recherche im österreichischen Politikjournalismus noch wenig Relevanz haben: Wie oben aus Abb. 7 ersichtlich, gibt mehr als die Hälfte der Befragten im Jahr 2009 an, Web-2.0-Informations-, Diskussions- und Vernetzungsplattformen und Social Networks, Internetforen, *Twitter*, Blogs, Social Bookmarks, Chats oder auch Blogsuchmaschinen gar nicht oder seltener als einmal im Monat beruflich zu nutzen. Weblogsuchmaschinen wie *technorati* bleiben überhaupt fast ungenutzt. Selbst wenn mittlerweile die Nutzung gestiegen sein mag, liegt sie doch deutlich unter jener in den USA. In den USA gab bereits 2005 die Hälfte der Journalisten und Journalistinnen an, Weblogs regelmäßig als Informationsquelle heranzuziehen, 2009 waren es schon drei Viertel (vgl. Arketi Group 2009). In Österreich nutzten hingegen zum Zeitpunkt der Befragung nur 8 % der Politikjournalisten täglich, weitere 20 % mindestens einmal pro Woche Blogs. Das mag wohl auch an der unterschiedlichen Geschwindigkeit der Medienkulturen liegen. In den USA hatten Blogs bereits Relevanz, als in Österreich noch kaum jemand über das Phänomen diskutierte. Noch immer ist die Blogosphäre im deutschsprachigen Raum weit weniger ausdifferenziert ist als in den USA. Dass sich aber – neben vielen, die tatsächlich „Tagebuchcharakter“ haben – mittlerweile auch im deutschsprachigen Raum etliche Blogs mit konkreter Politikspezialisierung etabliert haben, scheint für die Recherche in Österreich noch wenig Bedeutung zu haben. Bemerkenswert ist: Bei offener Frage nach Weblog-Nutzung wurde kein einziger Blog öfter als einmal genannt (einzelne Nennungen von z. B. *politico*, *huffingtonpost*). Deutschsprachige Politikblogs wie z. B. *netzpolitik.org*, *spreeblick.com* oder – als österreichisches Beispiel – *zurpolitik.com* werden offensichtlich kaum wahrgenommen. Ob sich da nur eine übliche Zeitverzögerung in der Medienentwicklung zwischen den USA und Österreich abbildet oder ob die Kommunikationskultur in Österreich überhaupt das Entstehen einer relevanten politischen Blogosphäre verhindert, wird sich zeigen.

Noch weniger Aufmerksamkeit wird von österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen dem Microblogging-Dienst *Twitter* zugestanden. 74 % der Befragten nutzen *Twitter* gar nicht oder seltener als einmal pro Monat. *Twitter* schaffte seinen Durchbruch innerhalb weniger Monate (Ende 2008 bis Mitte 2009), in denen seine Nutzung bei der US-Präsidentenwahl, die Verbreitung der Nachrichten über die Attentate von Mumbai und über die dramatische Notwasserung eines Airbus im Hudson-River den Dienst rasch bekannt machten. Bei der Notlandung des Airbus gelangten sensationelle Bilder an die Öffentlichkeit, die „jkrums“ (Janis Krums) mit dem Kommentar „There’s a plane in the Hudson. I’m on the ferry going to pick up the people. Crazy“ unmittelbar nach der Landung via *iPhone* hochlud – das Foto ging um den Globus. Auch wenn in Österreich noch nicht über spektakuläre Beispiele zu berichten ist, zeigt das vielzitierte Beispiel der Hudson-Notlandung doch: *Twitter* zu verfolgen kann sich allemal lohnen.

Noch scheint es aber, dass die Möglichkeiten, die neue Tools und Anwendungen für Recherche und Verbreitung journalistischer Arbeit bieten, im österreichischen Politikjournalismus nicht akzeptiert werden, zum Teil vielleicht auch nicht bekannt sind.

Bezeichnend ist die kollektive Unentschlossenheit österreichischer Politikjournalisten zur Frage, ob Citizen-Journalism bzw. Bürgerjournalismus in Österreich in Zukunft eine große Rolle spielen wird: 50 % der Befragten bejahten das, 49 % verneinten.

Abb. 10: Glauben Sie, dass Citizen-Journalism bzw. Bürgerjournalismus in Österreich in Zukunft eine große Rolle spielen wird? (n = 100)



Dabei zeigt sich, dass nicht nur jüngere Journalisten und Journalistinnen öfter Social Media nutzen, sondern vor allem auch jene, die an Weiterbildung zur Webrecherche teilgenommen haben. Gleichzeitig scheint sich durch eigene Kompetenz die Angst vor der großen Konkurrenz des Citizen-Journalism zu verringern. Manche Journalisten sind aktiv in *Facebook*, haben viele Follower in *Twitter* und versuchen sich an neuen Formen des Journalismus. Manche Onlineredaktionen experimentieren mit der Einbindung verschiedener Web-2.0-Dienste. Umfassende Konzepte zur strategischen Einbindung neuer Recherche- und Berichtformen in den redaktionellen Alltag der traditionellen Medienhäuser sind kaum zu beobachten.

Die Erschließung neuer Informationsquellen durch die erweiterten Recherchemöglichkeiten in unzähligen Blogs, Foren und anderen Plattformen; die Möglichkeiten, durch Crowdsourcing schnell an spezialisierte Informationen zu kommen; die Geschwindigkeit, mit der im Social Web Nachrichten verbreitet und recherchiert werden können; die User- und Nutzerbindung und -einbeziehung durch „Process Journalism“; kurz, die Integration von Social Media als *Prinzip* einer neuen, die bewährten Journalismusqualitäten ergänzenden Form des Journalismus, werden in Österreich noch wenig diskutiert.

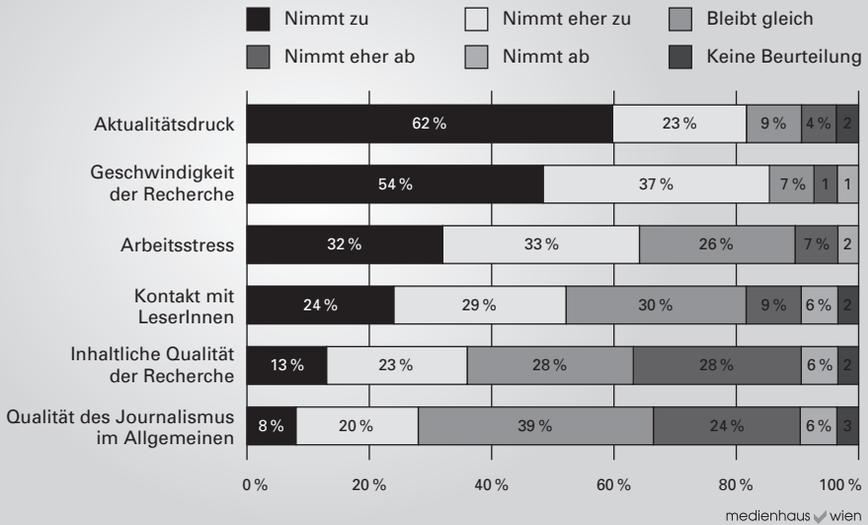
7. Blüte oder Niedergang der Recherche?

Wie hat sich Digitalisierung auf die Recherche im österreichischen Politikjournalismus ausgewirkt?, wurde zu Beginn dieses Beitrags gefragt. Ist jenen zuzustimmen, die Googleisierung, Selbstreferenz, letztendlich thematische Verarmung und Verflachung befürchten? Oder erlebt der Journalismus durch die schnelle und einfache Verfügbarkeit von Inhalten neuen Aufschwung?

„I have no idea how things will change in the next ten years. I can barely keep track of what’s happening right now“, gesteht selbst Philip Meyer, Pulitzerpreisträger, Pionier des Präzisionsjournalismus und Dozenten der US-Journalismusforschung, ein und ergänzt: „Looking ahead, I am hopeful but I am also frightened.“⁷ Diese Ambivalenz zeigt sich auch bei der Einschätzung durch österreichische Politikjournalisten und -journalistinnen: Von den Befragten meinen 39 %, dass die Qualität des Journalismus durch das Internet gleich bleibt. 28 % sehen (eher) eine Verbesserung, 30 % (eher) eine Verschlechterung – wobei die Jüngeren den Entwicklungen im Web tendenziell positiver gegenüberstehen als die Älteren.

⁷ EJO (2010): Phil Meyer on New Media. Interview mit Phil Meyer im Rahmen der Konferenz Journalism 2020. <http://en.ejo.ch/?p=1433#more-1433>, abgerufen März 2010.

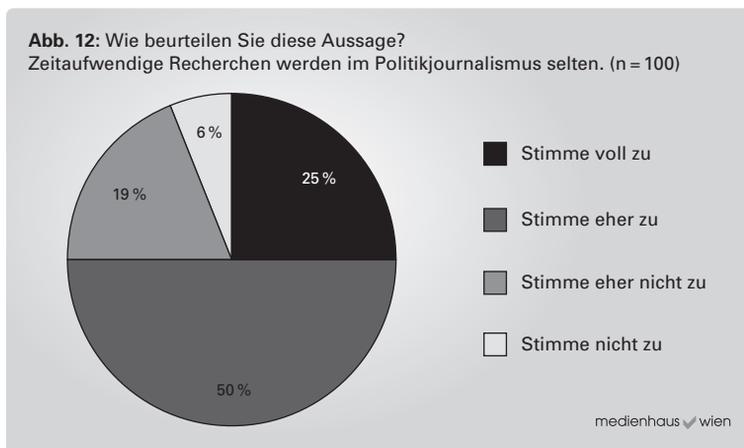
Abb. 11: Durch die Entwicklungen im Internet verändert sich auch das journalistische Arbeiten. Bitte beurteilen Sie, ob die folgenden Faktoren durch das Web tendenziell zu- oder abnehmen. (n = 100)



Auch bei der Frage nach der Veränderung der Qualität der Recherche sind die Meinungen gespalten: 28 % bemerken keine Veränderung, 36 % eine Verbesserung und 34 % eine Verschlechterung. Eine deutliche Mehrheit der Befragten sieht sich bei der Recherche größerem Druck ausgesetzt. Für 85 % nimmt der Aktualitätsdruck (eher) zu, für 65 % der Arbeitsstress. Natürlich wird andererseits auch die Zunahme der Geschwindigkeit der Recherche festgestellt (91 %). Besonders jene Journalisten, die ihre eigene Onlinekompetenz gering einschätzen, leiden unter Zunahme des Arbeitsdrucks. Jene mit hoher Onlinekompetenz sind insgesamt optimistischer.

Gleichzeitig ist eine überwiegende Mehrheit, zwei Drittel der Befragten, der Meinung, dass zeitaufwendige Recherchen im Politikjournalismus selten werden: 25 % stimmen dieser Aussage voll zu, weitere 50 % stimmen eher zu.

Was sich hier in den Einschätzungen der befragten 100 Politikjournalisten und -journalistinnen zeigt, spiegelt die Befindlichkeit der Branche wider. Bemerkenswert das Auseinanderklaffen von pessimistischen Szenarien der Bedrohung der Arbeitsqualität, Lebensqualität, Journalismusqualität auf der einen Seite – und Euphorie über die neuen Möglichkeiten, die neuen Kanäle, die neuen Chancen auf der anderen. Viel-



leicht hat sich auch zwischen Forderung und Überforderung, zwischen Hoffnung und Angst ein „digital divide“ im Journalismus aufgetan: zwischen jenen, die neugierig jede Entwicklung aufsaugen, und jenen, die dem Netz nicht trauen und die traditionellen Funktionen und Tugenden des Journalismus bedroht sehen.

„Innumerabel confusions and a profound feeling of despair invariably emerge in periods of great technological and cultural transitions. Our ‚Age of Anxiety‘ is, in great part, the result of trying to do today’s job with yesterday’s tools – with yesterday’s concepts“, schrieb Marshall McLuhan – 1967 (8f.). Das gilt noch mehr als 40 Jahre später. Die Frage ist: Was sind 2010 zeitgemäße Arbeitsweisen, was sind zeitgemäße Journalismuskonzepte?

Eine Option lebt der *Guardian* als Vorreiter eines neuen Journalismusverständnisses vor. Die Redaktion setzt auf Crowdsourcing, auf die Einbindung hochspezialisierter Blogs, auf möglichst viele Wege der Userbeteiligung – frei nach Dan Gillmors Motto „my readers know more than I do“ (Gillmor 2004: 18). *Guardian*-Chef Alan Rusbridger propagiert das neue Konzept seines Hauses mit Nachdruck und Überzeugungskraft. Er habe alle Abteilungsleiter dazu gebracht, „sich einen *Facebook*-Zugang zuzulegen, während andere Unternehmen daran arbeiteten, es ihren Mitarbeitern und Journalisten zu verbieten. Ich ermutige sie (...), auf *Twitter* zu schreiben, denn solange man kein Verständnis für diese Art der Kommunikation hat, wird man als Zeitung Probleme bekommen.“⁸

⁸ Anlässlich der Konferenz Journalism 2020 in Wien, siehe <http://derstandard.at/1268402744444/derStandarddat-Interview-Angebot-an-Leser-muss-sich-radikal-veraendern, abgerufen April 2010.>

Wenn Kompetenzen aber nicht gefördert, professionelles Selbstverständnis nicht diskutiert wird, kann Journalismus die an ihn gestellten (und immer wieder neu zu verhandelnden) Qualitätsanforderungen nicht erfüllen. Fehlen Ressourcen und Zeit für Recherche, fehlen Diskurse und Bewusstsein zu den Chancen und Risiken der Onlinerecherche, fehlen Training und Richtlinien, dann wird qualitätsvolle Recherche in neuen Kanälen nicht gelingen. Dann wird die prophezeite Googleisierung voranschreiten, dann werden Österreichs Journalisten und Journalistinnen auch in Zukunft neue Wege nur zögerlich beschreiten können. Die Daten legen nahe, dass die Integration neuer Recherchewege, neuer Formate im Web und besonders im Social Web noch nicht ausreichend geschieht – ja, vielleicht ihre Bedeutung für die Ergänzung traditioneller Recherchewege und journalistischer Tugenden noch gar nicht wahrgenommen wird. Gerade dann könnten Befürchtungen von der Konkurrenz des Citizen-Journalism Selffulfilling Prophecies werden. Eindringen, neugierig sein, fragen: Was Max Winter 1914 gefordert hat, gilt auch 2010. Und das Universum der Onlinekommunikation kann davon nicht ausgeschlossen bleiben. „Nie etwas besser wissen wollen, erst sich belehren lassen durch das Geschaute und Erfragte, Beobachtete und Nachgelesene, dann aber ein eigenes Urteil bilden“ (Winter 1914, zit. n. Haas 1999: 252). Das zu beherzigen, zeichnet den guten Rechercheur aus – vor hundert Jahren wie heute, offline wie online.

Literatur

- Arketi Group (2009): Inside BtoB media usage of Web 2.0. <http://www2.arketi.com/e/14/dfs-Arketi-Web-Watch-2009-pdf/DFE8Y/95356454> (März 2010)
- Armborst, Matthias (2006): *Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten*. LIT Verlag. Berlin.
- Bihr, Peter (2007): *Die Bedeutung von Weblogs für die Arbeit von Politikjournalisten*. Magisterarbeit. FU Berlin.
- Brecht, Bertolt (1992, Erstveröffentlichung 1932/1933): *Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks*. In: Ders. (1992): *Werke, Schriften. Schriften I: Schriften 1914–1933*. (Große kommentierte Berliner und Frankfurter Ausgabe, Bd. 21.) Aufbau Verlag. Berlin und Weimar. Suhrkamp Verlag. Frankfurt a. M. S. 552–557.
- Bruns, Axel (2009): *Vom Gatekeeper zum Gatewatcher. Modelle der journalistischen Vermittlung im Internet*. In: Neuberger, Christoph/

- Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 107–128.
- Fengler, Susanne/Vestring, Bettina (Hg.) (2009): Politikjournalismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlag. Wiesbaden.
- Gillmor, Dan (2004): *We the Media*. Grassroots Journalism by the People, for the People. O'Reilly Media. Sebastopol.
- Griesbaum, Joachim/Bekavac, Bernard/Rittberger, Marc (2009): Typologie der Suchmaschinen im Internet. In: Lewandowski, Dirk (Hg.): *Handbuch Internet-Suchmaschinen*. Nutzerorientierung in Wissenschaft und Praxis. Akademische Verlagsgesellschaft. Heidelberg. S. 18–52.
- Haas, Hannes (1999): *Empirischer Journalismus*. Verfahren zur Erkundung gesellschaftlicher Wirklichkeit. Böhlau Verlag. Wien, Köln, Weimar.
- Haas, Hannes (2002): *Die Recherche*. In: Neverla, Irene/Grittmann, Elke/Pater, Monika (Hg): *Grundlagentexte zur Journalistik*. UVK Verlag. Konstanz.
- Habermas, Jürgen (2008): Hat die Demokratie noch eine empirische Dimension? *Empirische Forschung und normative Theorie*. In: Habermas, Jürgen: *Ach, Europa*. Suhrkamp Verlag. Frankfurt a. M. S. 138–191.
- Haller, Michael (2008): *Recherchieren*. UVK Verlag. Konstanz.
- Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): *Journalisten-Report II*. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. facultas.wuv. Wien.
- Kaltenbrunner, Andy/Kraus, Daniela (2004): *Ausbildung für Journalisten*. In: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hg.): *Praktischer Journalismus*. Presse, Radio, Fernsehen, Online. 5. Auflage. UVK Verlag. Konstanz. S. 305–322.
- Kaltenbrunner, Andy/Kraus, Daniela/Radinger, Tobias (2004): *Die Digitalisierung der Arbeiter-Zeitung*: www.arbeiter-zeitung.at. In: *relation – Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung*. *Relation Online Special N.F./n.s.* 1.
- Kaltenbrunner, Andy/Noll, Alfred J./Radinger, Tobias (2006): *Urheberrechte und elektronische Zeitungsarchive*. Unveröffentlichte Studie von Medienhaus Wien.
- Katzenbach, Christian (2008): *Weblogs und ihre Öffentlichkeiten*. Motive und Strukturen der Kommunikation im Web 2.0. Fischer Verlag. München.
- Keel, Guido/Bernet, Marcel (2005): *Studie_Internet_2005.doc*. Eine Befragung von Deutschschweizer Medienschaffenden zum beruflichen Umgang mit dem Internet. http://www.iam.zhwin.ch/download/Studie_2005.pdf (Februar 2009).

- Keel, Guido/Bernet, Marcel (2009): Journalisten im Internet 2009. Eine repräsentative Befragung von Schweizer Medienschaffenden zum beruflichen Umgang mit dem Internet. <http://www.bernet.ch/studien> (März 2010).
- Maaß, Christian/Skusa, Andre/Pietsch, Gotthard (2009): Der Markt für Internet-Suchmaschinen. In: Lewandowski, Dirk (Hg.): Handbuch Internet-Suchmaschinen. Nutzerorientierung in Wissenschaft und Praxis. Akademische Verlagsgesellschaft. Heidelberg. S. 3–17.
- Machill, Marcel/Beiler, Markus (Hg.) (2007): Die Macht der Suchmaschinen. Halem Verlag. Köln.
- Machill, Marcel/Beiler, Markus/Zenker, Martin (2007): Suchmaschinenforschung. Überblick und Systematisierung eines interdisziplinären Forschungsfeldes. In: Machill, Marcel/Beiler, Markus (Hg.): Die Macht der Suchmaschinen. Halem Verlag. Köln. S. 7–43.
- Machill, Marcel/Beiler, Markus/Zenker, Martin (2008): Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online. Vistas Verlag. Berlin.
- Mast, Claudia (Hg.) (2000): ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. 9., überarbeitete Auflage. UVK Verlag. Konstanz.
- McLuhan, Marshall (1967): *The Medium is the Message*. Penguin Books. London.
- Meier, Klaus (1997): Experten im Netz. Maklersysteme als Recherchehilfe für Journalisten im Wissenschaftsbereich. UVK Verlag. Konstanz.
- Meier, Klaus (2002): Herausforderungen des Internet-Journalismus. Das neue Medium denken lernen. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Hömborg, Walter (Hg.): Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt. Diagnosen, Institutionen, Projekte. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. S. 145–155.
- Meier, Klaus (2003): Qualität im Online-Journalismus. In: Hans-Jürgen Bucher/Klaus-Dieter Altmeppen (Hg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Westdeutscher Verlag. Wiesbaden. S. 247–266.
- Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef (2006): Presse und Modernisierung in der Habsburgermonarchie. In: Rumpler, Helmut/Urbanitsch, Peter (Hg.): Die Habsburgermonarchie 1848–1918. Bd. VIII/2: Politische Öffentlichkeit und Zivilgesellschaft – Die Presse als Faktor der politischen Mobilisierung. Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Wien. S. 1535–1714.
- Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef (2008): Die Zeitung im Habsburger Vielvölkerstaat. In: Welke, Martin/Wilke, Jürgen (Hg.): 400 Jahre Zeitung 1605–2005. edition lumière. Bremen. S. 311–334.

- message Werkstatt (2006): Computer Assisted Reporting. Beilage zu: message. Internationale Zeitschrift für Journalismus 3/2006. WF-Edition Verlag. Stuttgart.
- Merten, Klaus (1994): Evolution der Kommunikation. In: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried/Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Westdeutscher Verlag. Opladen. S. 141–162.
- Neuberger, Christoph (2000): Renaissance oder Niedergang des Journalismus? Ein Forschungsüberblick zum Online-Journalismus. In: Altmeppen, Klaus-Dieter/Bucher, Hans-Jürgen/Löffelholz, Martin (Hg.): Online-Journalismus: Perspektiven für Wissenschaft und Praxis. Westdeutscher Verlag. Opladen. Wiesbaden. S. 15–48.
- Neuberger, Christoph (2005): Angebot und Nutzung von Internet-Suchmaschinen. In: media Perspektiven 1/2005. S. 2–13.
- Neuberger, Christoph (2009): Internet, Journalismus und Öffentlichkeit. Analyse des Medienumbruchs. In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 19–105.
- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2009a): „Googleisierung“ oder neue Quellen im Netz? In: Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 295–334.
- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (Hg.) (2009b): Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Neuberger, Christoph/Welker, Martin (2008): Journalistische Recherche: Konzeptlos im Netz. In: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkung im Social Web. Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik. Halem Verlag. Köln. S. 19–46.
- Newman, Nic (2007): Search Strategies and Activities of BBC News Interactive. In: Machill, Marcel/Beiler, Markus (Hg.): Die Macht der Suchmaschinen. Halem Verlag. Köln. S. 164–170.
- Nietzsche, Friedrich (1968, Erstveröffentlichung 1883): Also sprach Zarathustra. Ein Buch für Alle und Keinen. Nietzsche Werke VI/Abt. 1. Kritische Gesamtausgabe, hg. von Giorgio Colli und Mazzino Montinari. Walter de Gruyter. Berlin.
- Pavlik, John (2009): „Computer Assisted Reporting“ – ein Überblick. Perspektiven der Forschung. In: Fengler, Susanne/Kretzschmar,

- Sonja (Hg.): Innovationen für den Journalismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 93–100.
- Perlot, Flooh (2007): Suchmaschinen und politische Informationen im Internet. Bericht dritte Erhebungswelle sowie abschließende Zusammenfassung der Projektergebnisse. (Arbeitspapier, November/Dezember 2007).
- Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (2004): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. UVK Verlag. Konstanz.
- Radinger, Tobias (2009): Digitalisierte Zeitungsarchive. Die Nutzung von historischen Zeitungen im Internet am Beispiel der Arbeiter-Zeitung. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Universität Wien.
- Reischl, Gerald (2008): Die Google-Falle. Die unkontrollierte Weltmacht im Internet. Ueberreuter. Wien.
- Requate, Jörg (1995): Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert. Deutschland im internationalen Vergleich. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen.
- Riesenfellner, Stefan (1987): Der Sozialreporter. Max Winter im alten Österreich. Verlag für Gesellschaftskritik. Wien.
- Röhle, Theo (2007): Machtkonzepte in der Suchmaschinenforschung. In: Machill, Marcel/Beiler, Markus (Hg.): Die Macht der Suchmaschinen. Halem Verlag. Köln. S. 127–142.
- Russ-Mohl, Stephan (2003): Journalismus. Das Lehr- und Handbuch. F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen. Frankfurt a. M.
- Russ-Mohl, Stephan (2004): PR und Journalismus in der Aufmerksamkeits-Ökonomie. In: Raupp, Juliana/Klewes, Joachim (Hg.): Quo vadis Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandsaufnahme und Entwicklungen, Festschrift für Barbara Baerns. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 52–65.
- Saxer, Ulrich (1976): Recherche als journalistischer Auftrag und Prüfstein. In: Fernsehen und Bildung 10/Heft 3. S. 224–250.
- Schmidt, Jan (2006): Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie. UVK Verlag. Konstanz.
- Schönbach, Klaus (2008): Das Prinzip der zuverlässigen Überraschung. Bürgerjournalismus und die Zukunft der traditionellen Nachrichtenmedien. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus. Festschrift für Siegfried Weischenberg. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 503–511.
- Schuler, Thomas (2009): Die ausgelagerte Recherche. In: message – Internationale Zeitschrift für Journalismus 2/2009. S. 32–35.

- Singer Jane (1997): Still guarding the gate? The newspaper journalist's role in an on-line world. In: *Convergence* 3/1997. S. 72–89.
- Springer, Nina/Wolling, Jens (2008): Recherchegoogeln. Wie Zeitungsjournalisten das Internet für ihre Arbeit nutzen. In: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.): *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlag. Wiesbaden. S. 45–59.
- Vogl, Elisabeth (2009): „Verwirrender“ Amoklauf auf Twitter. <http://www.salzburg.com/nwas/index.php?article=DText/q906vpkntkelj~1b417wvbk&img=&text=&mode=§ion=chronik&channel=nachrichten&sort=#> (März 2009).
- Weber, Stefan (2006): So arbeiten Österreichs Journalisten für Zeitungen und Zeitschriften. Kuratorium für Journalistenausbildung. Salzburg.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland.* UVK Verlag. Konstanz.
- Wolling, Jens (2005): Suchmaschinen? – Selektiermaschinen. In: Krömker, Heidi/Klimsa, Paul (Hg.): *Handbuch Medienproduktion. Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik.* VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 529–537.
- Wyss, Vinzenz/Keel, Guido (2008): Die Suchmaschine als Danaergeschenk. Zur strukturellen Gewalt der „Googleisierung“ des Journalismus. In: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.): *Journalismus online – Partizipation oder Profession?* VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlag. Wiesbaden. S. 61–75.

Robert Wiesner

Handwerk zwischen Kostendruck und Technik

Die Höflichkeiten zur Begrüßung waren kaum ausgetauscht, da sagte mein Gegenüber: „Damit wir uns gleich richtig verstehen, dieses Gespräch hat nie stattgefunden!“ Es war zwar nicht der große Unbekannte, sondern ein vertrautes Gesicht; die Dokumente auf dem Tisch würden das Ringen zwischen Gut und Böse wohl kaum auf einen Schlag entscheiden, aber der Beginn einer Woche könnte sich kaum besser anfühlen als an diesem Montagvormittag in einem nüchternen Büroraum in der Wiener Innenstadt.

Man hört das ja nicht alle Tage. Der Journalist, der hartnäckig verborgene Fakten aufspürt, mit Stift oder Mikro als wichtigsten Waffen unbeirrbar für Wahrheit und Aufklärung kämpft, bevölkert doch vor allem das Universum der Klischees. Vergleichbar dem Bauern, der im Schweiß seines Angesichts die Ernte einbringt und mit schwieliger Hand deren Reinheit beschwört – Trugbilder der Werbung, aber auch Behelfe der Selbstwahrnehmung, die wir umso lieber benutzen, je weiter sich die Wirklichkeit von den Klischees entfernt. Der Bauer ist zum subventionierten Landschaftspfleger mutiert, und die Realität des modernen Journalismus hat viel mehr mit maßgerechter Content-Produktion und -Verwertung zu tun als mit Enthüllung oder Erhellung.

Dennoch ist die Recherche der Inbegriff unserer Arbeit, ein ganz zentrales Element der journalistischen Eigenwahrnehmung; auch wenn in der Praxis JournalistInnen offenbar alles Mögliche darunter verstehen, vom Durchsuchen der laufenden APA-Meldungen über die Lektüre lokaler oder etwas exotischerer Zeitungen bis zu Telefonaten mit PressesprecherInnen oder PolitikerInnen. Wie wäre sonst zu erklären, dass die für dieses Buch Befragten meinen, sie würden im Durchschnitt 40 % ihrer Arbeitszeit für Recherche verwenden.¹

Recherche im eigentlichen Sinn – nach Michael Haller² ein Verfahren zur Beschaffung und Beurteilung von Aussagen, die ohne dieses Verfahren nicht preisgegeben, also nicht publik würden – verliert zunehmend an Bedeutung. Das ist vor allem eine Folge schrumpfender Redaktionen, daher steigender Arbeitsbelastung, und des zunehmenden Aktualitätsdrucks. Dazu kommt, dass sich das Verhältnis zwischen Aufbereiten und Verarbeiten von Information kontinuierlich verschlechtert, dass sich also immer mehr PressesprecherInnen, MedienberaterInnen und -strategInnen um eine schrumpfende Zahl überlasteter JournalistInnen bemühen.

¹ Siehe dazu den Beitrag von Daniela Kraus in diesem Band.

² Haller, Michael (2004): Recherchieren. UVK Verlag. Konstanz.

Zwei Beobachtungen, ohne Anspruch auf empirische Vollständigkeit: Anfang der Achtzigerjahre war ich Pressesprecher des Außenministers und stand – unterstützt von einer Abteilung des Ministeriums, die sich allerdings primär um die Bearbeitung von politisch weniger sensiblen Routine-Anfragen oder um die Aufbereitung des Info-Inputs kümmerte – allein den außenpolitisch interessierten JournalistInnen in ein paar Dutzend Medien gegenüber. (Die Arbeitstage konnten da schon recht dicht werden, weil es ja nicht nur um eigentlich außenpolitische Themen ging, sondern auch um jedes Unglück, das Landsleute in der Fremde traf. Die Standardfrage, wegen der damals heftigen regionalen Konkurrenz besonders oft gestellt: Sind Steirer unter den Opfern?)

Konträr dazu ein typischer Fall aus meinem Alltag als Leiter des TV-Magazins *Report*: Anfang des Jahres 2010 berichten wir über Vorwürfe gegen die Arbeitsweise einer relativ kleinen staatlichen Einrichtung, ein Redakteur interviewt dafür einen Abteilungsleiter dieser Dienststelle. Über den Dreh verhandelt er mit dem stellvertretenden Pressesprecher und einer Assistentin, während des Interviews ist dann auch der kürzlich angeworbene Hauptpressesprecher präsent – und als dieser geballte Aufwand dennoch nicht den gewünschten Spin des Beitrags bringt, engagiert die Gesellschaft einen freiberuflichen PR-Berater, um das Problem zu analysieren und den Schaden zu begrenzen.

Sichere Jobs und gutes Einkommen seien allen Genannten gegönnt, und wir wollen das Verhältnis von JournalistInnen und PressesprecherInnen nicht nur nach der Logik des Rüstungswettlaufs sehen. Natürlich erleichtern Profis auf der anderen Seite auch die Arbeit, indem sie Daten und Fakten in den verästelten Strukturen einer Institution beschaffen und aufbereiten, natürlich beschleunigen sie in der Regel die Antwort auf Anfragen – wenn auch die Chance auf ungeplante und daher vielleicht offenere Auskünfte sinkt.

Entscheidend ist aber eine andere Wirkung: Die Qualität des Informationsstandes einer Gesellschaft leidet unweigerlich darunter, dass immer mehr Geld und Personal für Angebot und Aufbereitung von Informationen aufgewendet wird, während ausgedünnte Redaktionen solche Halbfertigware bereitwillig übernehmen. Die viel gerühmte Recherche erschöpft sich immer öfter im Anruf beim Pressereferenten des Vertrauens.

Ein schwacher Trost, dass es niemals wirklich einfacher war.

Technik-Träume

Manche Träume träumt man lange, bis sie wahr werden. Dieser begleitete mich seit einer Pressekonferenz im Souterrain des noblen Wiener

Hotels Bristol Ende November 1991. Jörg Haider hatte zum Pressegespräch geladen, um alte Ziele mit dem Anspruch neuer Sachlichkeit zu verfolgen: Österreich dürfe kein Einwanderungsland sein, es drohe Übervölkerung. Als Beleg referierte er lange Zahlenreihen von Einwohnern und Quadratkilometern und kam zum Schluss, dass Österreich bereits aktuell dichter bevölkert sei als praktisch alle europäischen Staaten. Erstaunt kramten wir Berichterstatter in Schulwissen und Allgemeinbildung, förderten die damals siebeneinhalb Millionen und rund 84.000 km² für Österreich zutage sowie Bilder von zusammenwachsenden Städten im bunten Landkartenteppich Europas und widersprachen heftig. Er meine natürlich nur die bewohnbare Fläche, insistierte Haider finftenreich, und wenn man die Berge abziehe, sei das Gedränge pro Quadratkilometer hier mindestens so groß wie im Ruhrgebiet oder in Holland.

Damals wünschte ich mir ein mindestens zehnbändiges Lexikon in meine Sakkotasche, später hatte ich tatsächlich oft einen Text der Bundesverfassung oder andere Quellen bei mir. Natürlich war solche Vorbereitung auf mögliche Überrumpelungsversuche meist nicht prophetisch genug, und auch nach der Rückkehr in die Redaktion erwies sich die Überprüfung gewagter Behauptungen als mühsam. Das große Lexikon im Zimmer des Chefredakteurs stand schon seit vielen Jahren dort, den kommentierten Gesetzesausgaben fehlten mindestens zwei Novellen, und natürlich hatte jemand vergessen, die letzten Lieferungen loser Blätter in die *Munzinger*-Biografien einzuordnen.

Nostalgie ist also fehl am Platz, das Internet ist ein wahrer Segen, ein erfüllter Traum für alle, die bei der Recherche aus Primärquellen schöpfen wollen, statt sich aufs Hörensagen zu verlassen. Und ein unvollständiger oder oberflächlicher Eintrag bei *Wikipedia* ist in der Regel immer noch solider als die lückenhafte eigene Erinnerung. Leichtgläubigkeit ist generell riskant, egal auf welchem Weg man die Informationen beschafft. Natürlich bemühen sich Interessengruppen immer wieder, *Wiki*-Einträge in ihrem Sinn zu drehen, aber bekanntlich können sich selbst Zeitzeugen irren, die man persönlich im Kaffeehaus trifft; und in der guten alten Zeit, als *APA*-Meldungen noch per Fernschreiber in die Redaktionen ratterten, waren diese nicht nur langsamer, sondern auch fehlerhafter als heute. Unbestreitbar ist der Gewinn, wenn wir in selten abgefragten oder weit entfernten Quellen recherchieren. Von Europa aus online die *New York Times*, aber auch den *Idaho Statesman* oder den *Miami Herald* zu lesen, während Amerika noch schläft, empfinden wohl nur jene Korrespondenten als Nachteil, die den Informationsvorsprung als ihren größten Trumpf gesehen haben. Statt des Zugangs zur Information zählen jetzt Analyse und Bewertung von Nachrichten viel mehr.

Das Web als Welt

Das Internet verändert unser Denken enorm. Die Fähigkeit, Informationen zu finden und effizient abzurufen, zählt nun ebenso viel wie einst Wissen und Gelehrsamkeit. Es verschafft zudem nicht nur Zugang zu vorhandenen Informationen, sondern ist für sich selbst eine immer lebendiger sprudelnde Quelle von Information – jedenfalls von „Content“ höchst unterschiedlicher Güte. Aktuelle Berichte von BürgerInnen über politische Ereignisse, Katastrophen oder Kriminalfälle, die beeindruckend schnell, genau und unmittelbar sind, stehen da neben unzähligen Statusmeldungen auf *Facebook* oder passioniertem Gezwitscher. Quantitativ weit übertroffen wird all das vom Datenschrott in abstrusem Wort und (Porno-)Bild.

Wieder einmal weckt eine technische Neuerung die Hoffnung auf neue, demokratischere oder egalitäre Kommunikationsverhältnisse, und wahrscheinlich stehen diesmal die Chancen auf nachhaltige Veränderungen besser als jemals zuvor. Doch primär fördern die Struktur des Suchens und die Logik des Austauschs die Fragmentierung und Ausdifferenzierung von Gruppen nach Interessen, Überzeugungen und Vorlieben. Die Vielfalt, die sich am Kiosk bereits jetzt im Spektrum der Titel zwischen *Fix und Foxi* und *Horse and Hound* oder *Der Raubfisch* und *Busen* zeigt, hat sich in Foren oder Blogs potenziert.

Wir finden schnell, was wir suchen, sobald wir es als vorhanden vermuten. Doch das interessante Neue, noch nie Wahrgenommene aus der stetig wachsenden Datenmenge herauszuholen, ist für die Mehrzahl der KonsumentInnen anstrengender als jemals zuvor.

So wird das Internet vom Instrument zum Objekt der Recherche. ReporterInnen werden seltener ferne Gefilde bereisen, um Daten und Fakten zu sammeln, doch die Erkundung sozialer Welten, exotischer Subkulturen und virtueller Gemeinschaften erfordert mindestens so viel professionelles Geschick.

Geld oder Freiheit

Die Technik bestimmt die Möglichkeit, die Macht den Grad ihrer Realisierung. Private geben immer mehr ihrer persönlichen Daten preis, die dann auch nach Monaten und Jahren der ganzen Welt offenliegen und faktisch unlöschar ein bedrohliches Eigenleben entwickeln können.

Auch staatlich verwaltete Daten sind technisch viel besser aufbereitet und greifbar, doch der Zugang ist höchst unterschiedlich geregelt, ohne einheitliche, begründete Kriterien und oft nur als Resultierende heftiger Auseinandersetzungen in der Spitzenbürokratie. In Österreich lassen sich zwei Extremfälle beobachten:

Vorbildlich gelöst ist das Rechtsinformationssystem des Bundes (www.ris.bka.gv.at). Seit 1997 bereitete das Bundeskanzleramt zunächst Gesetzestexte des Bundes, später auch Landesgesetze, Gemeinderecht und eine Fülle rechtlicher Texte und Quellen auf. Diese umfangreiche Datenbank steht kostenlos zur Verfügung.

Die Justiz schlägt seit Jahren einen ganz anderen Weg ein. Auch hier wurden enorme Datenbestände digitalisiert, Grundbuch und Firmenbuch werden seit einigen Jahren nur mehr digital geführt. 30 Millionen Abfragen pro Jahr zählt die Grundstücksdatenbank, seit jedes Gericht und viele online verbundene Kunden Infos über jedes Stück Land in der Republik abrufen können. Doch jede Information, die über „kurze Auskünfte über die in die Urkundensammlung aufgenommenen Urkunden“ hinausgeht, kostet Geld.

Die Kostenlosigkeit des Rechtsinformationssystems des Bundes entspricht dem Prinzip der Rechtsstaatlichkeit und erfüllt auch grundlegende Anforderungen an die Transparenz staatlichen Handelns – selbstverständlich war es jedoch nicht. In den ersten Nullerjahren tobten heftige interne Debatten darüber, ob und wie man Geld für Anfragen an das Rechtsinformationssystem verlangen könnte.

Engagierte Beamte und eine Fülle praktischer Probleme ließen diesen Anlauf scheitern. Die Finanzierung der Datenbank war kein Problem mehr, weil die Republik seit 1. Jänner 2004 Gesetze rechtsverbindlich in elektronischer Form veröffentlicht und die teure Herstellung von rund 15.000 Exemplaren zum Großteil einsparen konnte.

Die digitalen Datenschätze der Justiz stehen hingegen nicht jedermann zur Verfügung. Nur historisch Interessierte gönnen es sich gelegentlich noch, in den dicken Folianten zu blättern, um von Hand, vielleicht sogar in Kurrentschrift verfasste Grundbucheinträge zu entziffern. Diese Art der Recherche in meinen journalistischen Anfangsjahren war mühsam genug, die Daten über ganz Österreich verteilt. Doch in jedem dieser Bezirksgerichte lag auch ein kleines Heft mit dem Titel „Personenverzeichnis“ auf, in dem – chaotisch aufgelistet – alle Grundeigentümer des Sprengels zu finden waren. Eine mühsam erschließbare, aber immer wieder ertragreiche Quelle für JungjournalistInnen. Ähnlich archaisch, lückenhaft, aber mit Chance auf Zufallsfunde, waren die Akten des alten Handelsregisters in der berühmten Wiener Riemergasse.

All das ist vorüber, die Urkundensammlung des neuen Firmenbuchs wird seit 2005 ausschließlich elektronisch geführt, die Daten sind von überall einsehbar und auf dem letzten Stand; das Personenverzeichnis im Grundbuch gibt es nun für ganz Österreich, allerdings nur für Gericht-

te oder mit entsprechendem Rechtstitel zugänglich. Datenschutz setzt der journalistischen Neugier manchmal unbequeme, doch berechnete Grenzen.

Doch auch prinzipiell zugängliche Daten sind nicht für alle einzusehen. Sie kosten. Und zwar nicht zu knapp: Für gelegentliche Abfragen verlangen private Anbieter rund zwölf Euro pro Eintragung im Grundbuch und ab 15 Euro für Firmendaten. Gerichte verrechnen zehn Euro für eine Grundbuchsabschrift und einen Euro für jede Seite aus Urkunden zum Firmen- oder Grundbuch.

Für DurchschnittsbürgerInnen, Bürgerinitiativen oder Kleinmedien stellen diese Kosten bedeutende Hürden für den Zugang zu Informationen dar. Dazu kommt, dass niemand mehr kostenlos und unverbindlich aussuchen kann, ob bestimmte Dokumente überhaupt interessant sind.

Zwecks Recherche für diesen Beitrag befragt, rühmt die Sprecherin der Justizministerin zwar Zeit- und Kostenersparnisse für die Justiz als Folge der elektronischen Archivierung und rechtfertigt die Gebühren so: „Eine angemessene Gebühr als Aufwandsersatz zu verrechnen (auch die Wartung und Pflege der elektronischen Datenbanken kostet was) wider spricht nicht dem Prinzip des freien Informationszugangs.“ Dazu verweist die Justiz auf die PSI-Richtlinie der EU (Public Sector Information, 2003/98/EG). Dort geht es allerdings nicht um Informationsfreiheit der Bürger und Bürgerinnen, sondern um Regeln für die Errichtung eines Binnenmarktes (kommerzieller) Informationsdienste. Unterstützt durch die Gebührenpolitik des Ministeriums hat sich in den letzten Jahren ein knappes Dutzend privater Anbieter dieser Justiz-Informationen erfolgreich etabliert.

Es geht mir hier nicht um staubige Recherchenostalgie versus kalte Wirtschaftlichkeit, sondern um wichtige Voraussetzungen der Recherche. Es ist eine politische Grundsatzfrage, wie, wem und zu welchen Bedingungen öffentliche Einrichtungen Zugang zu den von ihnen gesammelten Daten ermöglichen. Zwischen der Offenheit des Rechtssystemes und dem kommerziellen System der Justiz liegt ein breites Spektrum – ohne einheitliche Kriterien. Selbst benutzerfreundliche offene Systeme wie das des Wiener Magistrats kennen hier willkürliche Unterschiede: Während man online die letzte Ruhestätte aller auf städtischen Friedhöfen Bestatteten – samt Geburts- und Begräbnisdatum – abfragen kann, sucht man zum Beispiel vergeblich nach amtlichen Informationen über Bauprojekte.

Österreichische Medien haben sich große Verdienste als kontrollierende Kraft des politischen und wirtschaftlichen Lebens erworben. Doch häufiger als in anderen Ländern beruht die Enthüllung auf Informationen,

die Interessengruppen, politische oder wirtschaftliche Konkurrenten gesammelt und aufbereitet haben. Journalistische Qualität erweist sich in solchen Fällen nur mehr darin, ob solche Häppchen gründlich überprüft oder in blindem Vertrauen publiziert werden.

Was tun?

Grundlegende, eigenständige und unabhängige Recherche etwa in öffentlichen Primärquellen ist selten, weil vielen Medien die Ressourcen fehlen, und schwierig, weil die Zugänglichkeit dieser Daten weit hinter den technischen Möglichkeiten zurückgeblieben ist.

Es wäre notwendig, die Debatte über die Freiheit der Informationsbeschaffung neu zu beleben. Die bisher bedeutendsten Erfolge wurden in Österreich vor Jahrzehnten erzielt, als Geheimnisse noch in amtlichen Karteien gehütet wurden. Seither hat der Staat eifrig Daten zusammengetragen und für den eigenen Gebrauch erschlossen, doch nur zu einem Bruchteil öffentlich angeboten. Jetzt strebt die Regierung unter dem Schlagwort der Transparenz eine neue Dimension der Sammlung und Verknüpfung persönlicher Daten an. Es wäre nur fair, im Gegenzug demokratischen Zugang zu den Informationsgrundlagen staatlichen Handelns zu verlangen, nach dem Vorbild der USA oder Skandinaviens. Recherche im Kern ihrer Bedeutung ist die Überlebensgarantie der journalistischen Profession, unabhängig davon, welche Medien diese Leistungen transportieren werden. Das Internet fördert gleichzeitig Fragmentierung und neue, nicht mehr ortsgebundene und höher spezialisierte Zusammenhänge. Umso wichtiger sind qualifizierte und entsprechend honorierte SpezialistInnen, die Orientierung geben in der Unübersichtlichkeit, Fakten von Gerüchten scheidend und in neuen Welten das Alte tun: glaubwürdig Neuigkeiten heranschaffen.

Emmerich Tálos und Andy Kaltenbrunner Wikipedia als Wegweiser

1. Die schnelle Quelle im World Wide Web

Es sind gelegentliche Kuriosa, die die Bedeutung von *Wikipedia* wie auch Probleme mit diesem „Onlinelexikon“ bei journalistischen Recherchen einer breiteren Öffentlichkeit kenntlich machen. Als der CSU-Politiker Karl-Theodor von und zu Gutenberg im Februar 2009 zum neuen deutschen Wirtschaftsminister ernannt wurde, erlaubte sich ein Internet-User einen kleinen Scherz. Zu den insgesamt neun Vornamen des in *Wikipedia* bereits erfassten Politikers fügte er einen zehnten – „Wilhelm“ – hinzu.

Der Zusatz geisterte prompt durch fast alle politischen Leitmedien: In Österreich entschuldigte sich nach Enttarnung des Schwindels TV-Nachrichtenmoderator Armin Wolf dafür, dass auch die *ZiB2* Herrn Gutenberg zum „Wilhelm“ gemacht hatte. Er berief sich dabei auf *Spiegel Online* als Quelle. Das führende Online-Nachrichtenportal Deutschlands hatte den erfundenen, zusätzlichen Vornamen eben besonders schnell übernommen. Aus *Wikipedia*. Wird dann Selbstreferentialität zum System? Als einzelne *Wikipedia*-User und -Administratoren Zweifel wegen des neu eingefügten „Wilhelm“ hatten, wurde Letzterer kurzzeitig wieder gelöscht und wurden „Einzelnachweise“ aus unabhängigen Quellen gefordert. Die gab es bald zuhauf: Wer Stunden nach Gutenbergs Ernennung bei *Bild* oder *Süddeutsche, Rheinische Post* oder *taz* nachsah, bei *Standard* oder *Kleine Zeitung* in Österreich und vielen weiteren, fand da ebenfalls zehn Vornamen des Neo-Ministers. Übernommen aus *Wikipedia* und *Spiegel Online*. Prompt wurde also der erfundene „Wilhelm“ auch in *Wikipedia* wieder eingeführt. Unter Verweis auf *Spiegel Online* etc.

Der Namensfälscher, ein Journalismusstudent, kommentierte später seine kleine digitale Testreihe in einem Interview mit der *Zeit* selbst verblüfft: „Ich hatte keine großen Erwartungen daran. Mich hat daher sehr überrascht, wie viele Medien den Fehler übernahmen.“¹

Dass auch Journalistinnen und Journalisten in größerer Zahl auf *Wikipedia* zugreifen, ist allerdings schon länger aus verschiedenen Berichten, Experimenten und Interviews bekannt. Bei einer Studie mit deutschen Redaktionsleitern (Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2008) wurde zwar

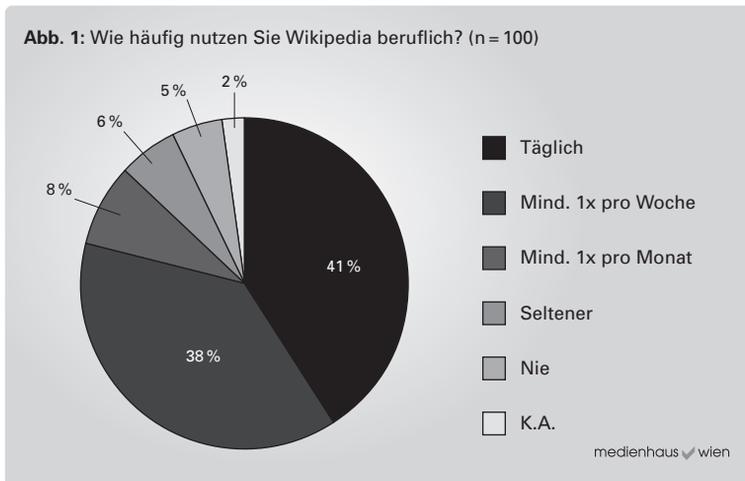
¹ Biermann, Kai (2009): „Mich hat überrascht, wie viele den Fehler übernahmen.“ <http://www.zeit.de/online/2009/08/gutenberg-bildblog-namensfaelschung?page=1>; <http://www.zeit.de/online/2009/08/gutenberg-bildblog-namensfaelschung?page=2>, abgerufen am 26. 02. 2009.

auch Skepsis gegenüber der Hilfestellung durch *Wikipedia* geäußert – es meinten aber gleichzeitig gerade einmal 4 % der Chefredakteure und Chefredakteurinnen, niemand im eigenen Haus würde die offene, von zehntausenden Usern selbst generierte Webenzyklopädie nützen. Eine Befragung des *Deutschen Journalisten Verbandes*² kam zum Ergebnis, dass drei Viertel der deutschen Journalisten *Wikipedia* zu Recherchezwecken nutzen.

Präzise Daten liegen nunmehr für Österreichs Politikjournalisten und -journalistinnen vor und zeigen denselben klaren Trend: 41 % der Befragten geben an, *Wikipedia* sogar täglich für berufliche Recherchen anzusteuern, 38 % mindestens einmal pro Woche, nur jeder Zwanzigste ist Totalverweigerer. Tendenziell verwenden jene Politikjournalisten, die mit nationaler und EU-Politik befasst sind, *Wikipedia* öfter als jene, die sich der Regionalpolitik zuwenden. Das ist aufgrund des Charakters und der Einträge von *Wikipedia* nachvollziehbar. Regionale Informationen sind im World Wide Web andernorts eher zu finden.

Als Grundmuster zieht es sich aber sonst durch alle Medien- und Altersgruppen: Es gibt kaum Politikrecherche, wo nicht auch *Wikipedia* zurate gezogen würde. Ob für Hörfunk, TV oder Onlinemedien: Politikrechercheure kommen ohne dieses Medium nicht aus.

Einzig in Print finden sich bei der Befragung einzelne *Wikipedia*-Absinrente. Ausgerechnet die befragten Online- und Agenturjournalisten



² Steiner, Markus (2009): 74 Prozent der Journalisten vertrauen auf Wikipedia. „Entscheidend ist, wie man mit der Online-Enzyklopädie umgeht.“ <http://presstext.de/news/080209001/74-prozent-der-journalisten-vertrauen-auf-wikipedia/>.

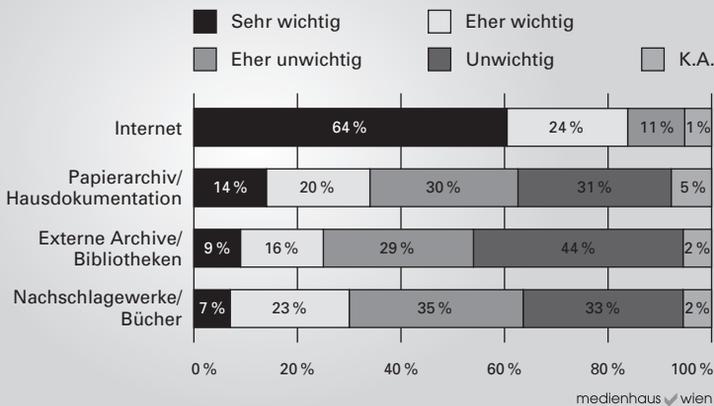
geben außerdem im Vergleich zu Kollegen anderer Mediengattungen an, *Wikipedia* seltener zu nutzen. Das lässt sich mit eben ihrer Webafinität erklären. Sie sind gewohnt, wesentlich mehr Quellen und Datenbanken online aufzusuchen und auszuwerten. *Wikipedia* greift für sie meist zu kurz.

Es mag – trotz kleiner Fallzahl – auch typisch sein, dass unter jenen, die nie *Wikipedia* ansteuern, mehr Redakteure und Redakteurinnen in leitenden Funktionen sind. Sie sind eher als Planer und Kommentatoren aktiv denn als Rechercheure. Es sind jene Politikjournalisten, die auch keine gedruckten Lexika für ihre tägliche Arbeit benötigen.

Wikipedia jedenfalls ist einer der wichtigsten Orientierungsleuchttürme im Web auch für den professionellen Medienmacher geworden. Wenn Themen, Personen und Trends auf die politische Agenda gesetzt sind, liefert das digitale Album nach dem „Jekami“-Prinzip („Jeder kann mitmachen“) auch Politikberichterstatlern erste Hilfe und Basisdaten. Vergebürhte Onlinearchive, die aus früheren Klassikern wie *Brockhaus* oder *Duden* entwickelt wurden, und auch oft hoch spezialisierte Fachdatenbanken für spezifisches Ressortwissen haben ebenfalls summiert weit weniger Besuch von Politikjournalisten als *Wikipedia*.

Die Relevanz von *Wikipedia* im World Wide Web wird noch deutlicher, wenn man im Vergleich die Daten der Nutzung von anderen, traditionellen analogen Recherchehilfen betrachtet: Nicht einmal ein Drittel

Abb. 2: Wie wichtig sind Ihnen folgende Recherchemittel für Ihre Recherchetätigkeit (n = 100)



der Befragten hält gedruckte Nachschlagewerke für ihre Arbeit in der Redaktion noch für wichtig, nur knapp mehr als ein Viertel sagen das von externen Archiven und Bibliotheken. Ein Papierarchiv als redaktionsinterne „Hausdokumentation“, wie sie mehr als ein Jahrhundert lang Ausgangspunkt fast jeder Basisinformation im (Print-)Journalismus war, hält gerade noch ein gutes Drittel der Politikjournalisten für bedeutsam.

In den meisten österreichischen Medienunternehmen wurde diese „Haus-Doku“, die gedruckte historische und aktuelle Materialien, Pressekonferenzunterlagen, Zeitungsausschnitte, Buchkopien entlang unternehmensspezifischer Thesauri in Ordnern, Mappen und Regalen zusammenfasste, parallel zur Digitalisierung von Quellen und Archiven personell deutlich reduziert, wie etwa beim *Kurier*. Auch in einem eher fachspezifisch orientierten Tagesmedium wie dem *WirtschaftsBlatt* wurde in dessen „Info Research Center“ in den vergangenen Jahren Personal reduziert und die Arbeit noch mehr auf digitale Recherchen im Auftrag der Redakteure und Redakteurinnen konzentriert. Im *Standard* war das bei dessen Gründung 1988 noch recht traditionell gedachte und eingerichtete Hausarchiv dann selbst Ausgangspunkt neuer digitaler Projekte, und drei Dokumentare wurden 1995 zu Initiatoren und zum Kernteam des ersten Onlineauftritts.

In vielen Medienhäusern wurde die Dokumentationsabteilung rund um die Jahrtausendwende einfach abgeschafft, wie bei den Magazinen *trend* und *profil*. Bei späteren Neugründungen wurde ein solches Papierarchiv dann erst gar nicht mehr eingeführt – wie etwa bei *Österreich*. Parallel trat *Wikipedia* seinen Siegeszug an. 2001 als „freie Enzyklopädie“ in den USA gegründet, wuchs es binnen weniger Jahre in vielen Staaten und Sprachen rasch an und zählte 2004 in der deutschen Version bereits 50.000 Einträge. Etwa um diese Zeit entdeckten es die großen deutschsprachigen Printmedien für ihre Leser. Ab da beschreiben und bewerben laufend neue Beiträge in *Süddeutscher*, *Spiegel Online*, *ARD*, *Focus* und Tageszeitungen das neue Onlinephänomen. Der webaffine *Standard* in Österreich freute sich schon am 11. Juli 2003 über den 20.000. deutschsprachigen Eintrag: „Freies Wissen verbucht Erfolge.“ Die *Berliner Zeitung* feiert „Diderots Enkel“: Es sei zwar noch „viele rudimentär“, aber *Wikipedia* mit seiner Aktualität „unschlagbar“.³

Parallel entdecken die professionellen Journalisten die neuen Möglichkeiten auch für sich selbst. Die nunmehr vorliegenden Befragungs-

³ Berliner Zeitung vom 16. 02. 2004.

daten legen nahe, dass der Transfer fast vollständig abgeschlossen ist: Archivrecherchen finden überwiegend digital statt (siehe Beitrag von Daniela Kraus in diesem Band). Unter den Angeboten mit lexikalischer Funktion ist *Wikipedia* jenes, das am meisten verwendet wird, und es liefert jedenfalls jene „Erstorientierung“, die früher mit Material, Büchern und Datensammlungen aus Hausarchiven gewonnen wurde. Dabei hat das deutschsprachige *Wikipedia* mit etwas mehr als einer Million Artikeln – Stand Jänner 2010 – die zweitgrößte Position hinter der englischen Version und noch vor der französischen *Wikipedia*-Sammlung. Just aus Anlass des inhaltlich wenig bedeutsamen, aber kuriosen Gutenberg-Fauxpas wurde eine breitere Branchendebatte über die Qualität dieser Einträge als Grundlage für professionellen Journalismus ausgelöst. Im (digitalen) Fachmagazin *Meedia* meinte dann etwa der Onlinechefredakteur von *handelsblatt.com* Sven Scheffler: „Ich halte *Wikipedia* per se für eine gute Quelle: durch die große Wikigemeinde ist die Qualität in der Regel sehr hoch, weil Fehler schnell durch andere korrigiert werden. Bei uns – wie bei allen Qualitätsmedien – gilt aber der Grundsatz zweier unabhängiger Quellen“ (Becker 2009). Nüchtern sieht dann Hans-Jürgen Jacobs, Chefredakteur von *sueddeutsche.de*, Rechercherealitäten unter Zeitdruck, digital und analog: „Dass inzwischen sich manche Redaktionen die Suche nach der zweiten Quelle ersparen, ist kein online-spezifisches Problem“ (ebda.).

Laut der Nutzerbefragung von Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2008 unter deutschen Redaktionsleitern dient *Wikipedia* Journalisten vor allem als Nachschlagewerk, um Hintergrundinformationen zu erhalten. Manche Medien veröffentlichen höchst zufriedene Beiträge zum digitalen „Wissen für alle“. Geradezu euphorisch sind die unter diesem Titel vorgetragenen Ergebnisse, die das Magazin *Stern* schon 2007 seinen mehr als sieben Millionen Lesern in einer Coverstory über *Wikipedia* präsentierte: 50 Stichworte seien von einem privaten „wissenschaftlichen Informationsdienst“ auf ihre Qualität getestet und großteils für gut, vielfältig und meist verständlich erklärt befunden worden. *Wikipedia* ließe „selbst den ehrwürdigen Brockhaus alt aussehen“, fasst der damalige Chefredakteur zusammen.⁴ Mit Schulnoten bewertet wurden die Einträge für so unterschiedliche Begriffe wie „Bundesversammlung“ oder „Brustkrebs“, „Angela Merkel“ oder „Opus Dei“.

Wikipedia als Web-2.0-Ergebnis von „Schwarm-Intelligenz“, also des Wissens sehr vieler, wurde nach ersten, fast ausschließlich begeister-

4 Güntheroth, Horst/Schönert, Ulf (2007): Wikipedia – Wissen für alle. In: Der Stern 50/2007, S. 3.

ten Medienberichten immer öfter, aber gerade von Berufsjournalisten auch kritisch kommentiert. Der basisdemokratische Ansatz macht manche skeptisch: „Die Erde wäre wohl heute noch eine Scheibe, wenn man das Urteil über ihre Form einer Demokratie überlassen hätte“, schreibt die *FAZ*.⁵ *Wikipedia* betreibe zudem eine „Fetischisierung des Einzelfaktums“ (ebda.). Das fürchten auch Heinevetter/Sanchez (2008: 143): „Die Webenzyklopädie verstrickt sich unter den faszinierenden Augen der Öffentlichkeit in ihre Freak-Expertise.“

Die unklare Herkunft von Information und Korrekturen in den Einträgen wurde besonders häufig Gegenstand von Debatten. Nur kurz bevor die begeisterte Titelgeschichte des *Stern* erschien, waren auch Testergebnisse nach Recherchen eines 24-jährigen Studenten des California Institute of Technology bekannt geworden. Virgil Griffith hatte einen „Wikiscanner“ entwickelt, der anhand der IP-Adressen die Standorte von Rechnern feststellt, von denen aus Änderungen in *Wikipedia*-Einträge vorgenommen werden. Nach ersten Berichten mit kuriosen Beispielen im Fachmagazin *Wired* und dann der *BBC* wurde dieses Problem der von persönlichen Interessen geleiteten *Wikipedia*-Bearbeitungen in vielen Medien zitiert.⁶ Die Wikiscan-Kontrollroutine und ihr Erfinder wurden gelobt und porträtiert.⁷ Gerne kolportierte, international relevante Änderungen im englischsprachigen *Wikipedia* waren 2007 etwa jene am *Wikipedia*-Eintrag über den iranischen Präsidenten aus dem Rechnernetzwerk des US-Geheimdienstes *CIA*. Oder dass aus einem Rechner im Firmennetzwerk des Ölkonzerns *Texaco* der Beitrag über „Biodiesel“ überhaupt gestrichen worden war. Oder wie aus dem Netzwerk der Computerfirma *Apple* kritische Anmerkungen zum *Wikipedia*-Eintrag über *Microsoft* hinzugefügt wurden.⁸

Die neue Scan-Routine des Studenten machte an solchen Beispielen deutlich, was en gros, en detail Manipulationsoptionen der interessen-geleiteten Bearbeitungen sind.

Wie verlässlich kann aber eine solche riesige, stets veränderliche Enzyklopädie dann überhaupt als Arbeitsgrundlage für professionelle Journalisten sein? Ist es doch ein allzu geschwätziges Konversations-

5 Thiel, Thomas (2007): Die Entwurzelung des Wissens. In: *FAZ* 189/16. 8. 2007. S. 36.

6 Siehe z.B. Der Standard vom 18. 10. 2007: *Wikipedia* sagt Vandalen den Kampf an. <http://derstandard.at/3046215>, abgerufen am 08. 01. 2010.

7 New York Times Magazine: Seeing Corporate Fingerprints in *Wikipedia* Edit. <http://www.nytimes.com/2007/08/19/technology/19wikipedia.html>, abgerufen am 21. 11. 2008.

8 Siehe z.B. Der Standard vom 18. 10. 2007: *Wikipedia*: Auch die *CIA* änderte Einträge. <http://derstandard.at/2998580>, abgerufen am 08. 01. 2010.

lexikon, in dem zu viele manipulieren statt informieren wollen? „Im Banalen oder im Skurrilen, in der *Wikipedia* zeigt die öffentliche Meinung ihr subjektives Gesicht so klar und deutlich wie nirgends sonst“ (Heinevetter/Sanchez 2008: 144).

Er sehe das Instrument nur als „Recherchekrücke“, beschreibt im Dezember 2009 einer der für die vorliegende Studie befragten österreichischen Politikjournalisten eines Printmediums: „Auf sentimentale Weise finde ich *Wiki*-Nutzung unsportlich und unjournalistisch, weil man alles dort Formuliert selber besser recherchieren sollte.“ Die Qualität der Quelle lässt sich dann besser beispielhaft analytisch als über die schiere Masse der Beiträge und Schnelligkeit der Beiträger diskutieren.

Nachdem *Wikipedia* von 79 % der österreichischen Politikjournalisten wöchentlich mindestens einmal, meist aber sogar vielfach für erste „Hintergrund“-Information herangezogen wird, sollten zuerst an einzelnen Beispielen eines österreichischen Wissenskanons der politischen Bildung Art und Qualität der Einträge überprüft werden. Emmerich Tálos erstellte die Gutachten. Die Grundannahme: Der jeweilige *Wikipedia*-Eintrag zu den ausgewählten Stichworten wäre als Beitrag für ein lexikalisches Handbuch der österreichischen Politik eingereicht worden – und müsste nun zur allfälligen Bearbeitung oder Publikation bewertet werden.

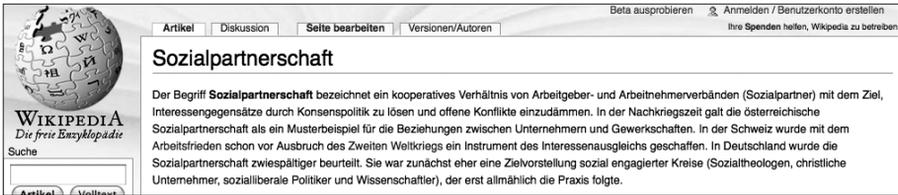
Als für Österreichs politisches System und seine Geschichte relevante Sachthemen wurden beispielhaft *Wikipedia*-Einträge zu folgenden Themen ausgewählt:

- Sozialpartnerschaft
- Bundesrat
- Austrofaschismus bzw. Ständestaat

Die Einträge wurden in ihrer Erscheinungsweise am Stand vom 10. Dezember 2009 gesichtet und können seither Form und Inhalte weiter verändert haben. *Wikipedia* ermöglicht aber jeweils auch die Betrachtung früherer „Versionen“ eines Eintrags – also auch des Dezember-Textes, der den folgenden Bewertungen von Emmerich Tálos zugrunde lag.

2. Wikipedia-Einträge zu Sozialpartnerschaft und Bundesrat

Sozialpartnerschaft in *Wikipedia*:



The screenshot shows the top part of a Wikipedia article. On the left is the Wikipedia logo with the text 'WIKIPEDIA Die freie Enzyklopädie' and a search box. The main content area has a title 'Sozialpartnerschaft' and a sub-header 'Der Begriff Sozialpartnerschaft bezeichnet ein kooperatives Verhältnis von Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbänden (Sozialpartner) mit dem Ziel, Interessengegensätze durch Konsenspolitik zu lösen und offene Konflikte einzudämmen. In der Nachkriegszeit galt die österreichische Sozialpartnerschaft als ein Musterbeispiel für die Beziehungen zwischen Unternehmen und Gewerkschaften. In der Schweiz wurde mit dem Arbeitsfrieden schon vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs ein Instrument des Interessenausgleichs geschaffen. In Deutschland wurde die Sozialpartnerschaft zwiespältiger beurteilt. Sie war zunächst eher eine Zielvorstellung sozial engagierter Kreise (Sozialtheologen, christliche Unternehmer, sozialliberale Politiker und Wissenschaftler), der erst allmählich die Praxis folgte.'

Der Beitrag beinhaltet neben einer Begriffsbestimmung eine Skizzierung der österreichischen Sozialpartnerschaft und darauf bezogener Kritikpunkte sowie eine knappe Beschreibung der Sozialpartnerschaft in den Nachbarländern Schweiz und Deutschland. Nicht zuletzt finden sich auch Hinweise zu den europäischen Sozialpartnervverbänden und deren Rolle im EU-Entscheidungsprozess. Für die Leserinnen und Leser werden damit einige Splitter an Informationen zu einem komplexen Thema geliefert.

Von diesen angeführten Punkten abgesehen, ist der Text insgesamt betrachtet allerdings eine merklich untaugliche Quelle für den Informationsbedarf in mehrfacher Hinsicht.

Viele Feststellungen sind schlichtweg falsch. Um einige exemplarisch anzuführen: Für Sozialpartnerschaft gab es im Nachkriegsösterreich zwar Ansätze einer kooperativ-konzertierten Politik, das Muster der Sozialpartnerschaft wurde aber erst in der zweiten Hälfte der 1950er-/ersten Hälfte der 1960er-Jahre etabliert. Sozialpartnerschaft ist auch Dialog (wie im Beitrag betont), dieser ist eine der Voraussetzungen für ihre Kernfunktion als politischer Mitgestaltungsfaktor. Diese Mitgestaltung bezieht sich mit unterschiedlichem Gewicht auf einige wesentliche, nicht jedoch auf „alle Wirtschafts- und Sozialbereiche“. Die Paritätische Kommission war in früheren Tagen ein wichtiges Instrument, ist allerdings seit Mitte der 1990er-Jahren als Medium für Interessenpolitik weitgehend abhandengekommen. Der Beitrag vermag nicht zwischen involvierten Akteuren und dem Muster der Sozialpartnerschaft zu unterscheiden.

Über diese unzutreffenden Feststellungen hinaus fehlt diesem Beitrag inhaltlich sehr viel, was für das Begreifen der Sozialpartnerschaft als ein spezifisches Muster der Interessenvermittlung und Interessenpolitik unumgänglich notwendig ist: Worin der Aktionsradius des sozialpartnerschaftlichen Musters und dessen Änderungen seit den 1990er-Jahren, insbesondere unter der ÖVP/FPÖ/BZÖ-Regierung, besteht, wird

nicht herausgestellt. Da der Kern der jeweiligen länderspezifischen Ausprägungen kooperativer Politik nicht adäquat erfasst wird, bleiben auch deren Unterschiede inhaltlich auf der Strecke. Ob überhaupt und, wenn ja, welche Rolle die Euroverbände im Sozialen Dialog tatsächlich auf EU-Ebene spielen, darüber lässt der Beitrag die Leserinnen und Leser im Dunkeln. Der Begriff „Korporatismus“ ist an einigen Stellen in den Text eingestreut, ohne klarzumachen, was damit gemeint ist.

Dass mit dem Beitrag nur einige Oberflächenphänomene eines komplexen Themas markiert werden, hängt vor allem auch damit zusammen, dass er sich auf ganz wenig, bereits ältere Literatur stützt und den einschlägigen aktuellen Forschungsstand weitgehend unberücksichtigt lässt.

Aktualität, sonst ein gerne zitierter Vorteil eines digitalen Lexikons bzw. von Wiki-Medien, ist im konkreten Beispiel also kein Kriterium. Unter den Gesichtspunkten eines Herausgebers eines Nachschlagewerks zum österreichischen politischen System würde der Beitrag über „Sozialpartnerschaft“ auch deswegen zurückgewiesen, weil er keineswegs mit jüngerer Forschung oder Literatur zum Thema begründet ist.

Etwas besser erklärend, wenn auch ebenfalls mit Gerüchten und Vermutungen durchwirkt und zu wenig systematisiert, ist der *Wikipedia*-Eintrag zur zweiten Kammer des österreichischen Parlaments, zum „Bundesrat (Österreich)“.

Bundesrat (Österreich) in *Wikipedia*:

The screenshot shows the Wikipedia article for 'Bundesrat (Österreich)'. At the top, there are navigation tabs: 'Artikel', 'Diskussion', 'Seite bearbeiten', and 'Versionen/Autoren'. The article title is 'Bundesrat (Österreich)'. The text begins with: 'Der **Bundesrat** bildet in Österreich neben dem Nationalrat die zweite Kammer des österreichischen Parlaments. Er ist der Vertretungskörper der Bundesländer auf Bundesebene. Der Vorsitzende des Bundesrates wird als Bundesratspräsident bezeichnet. Die Mandatare führen den Titel *Mitglied des Bundesrates*, gebräuchlich sind aber auch die Bezeichnungen Bundesrat beziehungsweise Bundesrätin. Im Gegensatz zur Lage im deutschen Bundesrat gilt im österreichischen Bundesrat das freie Mandat. Jedes Mitglied des Bundesrates kann frei abstimmen, es gibt keinen Zwang zur Blockabstimmung in Fraktions- oder Länderblöcken.' On the right side, there is a table with the following structure:

Bezeichnung	Bur
Stellung	
Staatsgewalt	

Der Beitrag umfasst zum einen eine knappe Beschreibung zentraler Punkte der Institution Bundesrat sowie eine ausführlichere Darstellung der verfassungsrechtlichen Bestimmungen der Aufgaben, der Besetzung und Zusammensetzung nach Parteien und Bundesländern. Zum anderen findet sich eine Skizzierung unterschiedlicher, auch kritischer Einschätzungen dieser Institution des österreichischen Parlamentarismus, die in Forderungen nach Aufwertung und Umbau bis zur Abschaffung münden. Während Erstere schlagwortartig angedeutet wird,

werden Kritikpositionen breiter ausgeführt – so z.B. Missbrauch des Bundesrates als Kaderschmiede, „Ausgedinge“ altgedienter Funktionäre, Kompetenzbeschränkung, Verdoppelung der Kräftekonstellation des Nationalrates, Orientierung an Partei- und nicht an Länderinteressen. Wenige Hinweise finden sich auf Überlegungen zu einem Umbau des Bundesrates z.B. in Richtung einer Vertretung der Landtage oder der Landesregierungen bzw. überhaupt einer Ersetzung durch die Landeshauptleutekonferenz.

Als Argument für die Beibehaltung eines Zweikammersystems wird wiedergegeben, dass dieses für Bundesstaaten charakteristisch sei.

Der Beitrag insgesamt liefert eine Reihe durchaus wichtiger Informationen zur sogenannten zweiten Kammer des österreichischen Parlamentarismus. Kritisch anzumerken ist nicht nur, dass der Aufbau des Beitrages eine klare Systematik vermissen lässt – er stellt eher eine Aneinanderreihung einzelner Aspekte ohne roten Faden dar. Zudem bedürfen die Zahlen über die Zusammensetzung nach Parteien der Aktualisierung. Dass die Mehrheit der Politologen für eine Abschaffung des Bundesrates ist, ist wohl ein unbelegtes und unzutreffendes Gerücht. Die Beibehaltung dieser Institution – trotz allfälliger Kritik – hat ihren Grund nicht nur darin, dass es sich bei einer zweiten Kammer um ein Charakteristikum von Bundesstaaten handelt. Aufgrund des EU-bedingten Kompetenzverlustes der Bundesländer würde die Abschaffung des Bundesrates den verfassungsrechtlich relativ schwach ausgestatteten Föderalismus in Österreich auch institutionell schwächen. Es gibt keine Anzeichen dafür, dass die Bundesländer dem zustimmen würden. Der Trend wird eher in Richtung eines Umbaus (z. B. Verstärkung der Kompetenzen) gehen.

Das größte Manko des Beitrages liegt darin, dass die Leserinnen und Leser nichts über die tatsächliche Einbindung in den und die Rolle im Gesetzwerdungsprozess erfahren. Ein Blick in den Beitrag von Günther Schefbeck (2006) über den österreichischen Parlamentarismus und dessen Rezeption könnte dem abhelfen.

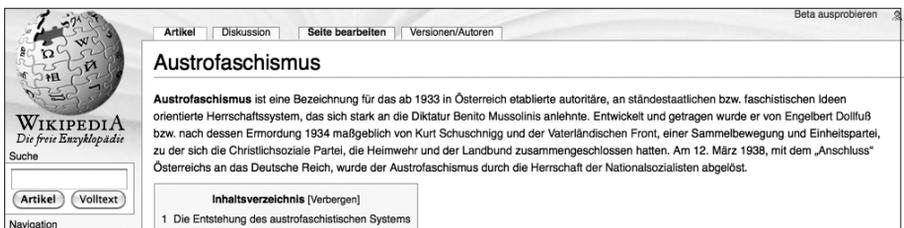
3. Die Wikipedia-Einträge „Austrofaschismus“ und „Ständestaat (Österreich)“

Inhaltlich noch umstrittener können *Wikipedia*-Einträge zu historischen Konfliktthemen der österreichischen Identität sein: Gerade der User-Diskurs wäre dann allenfalls bereichernd. Etwa zum politischen System Österreichs nach Ausschaltung des Nationalrates im Jahr 1933. Zwei Stichworte nehmen in *Wikipedia* darauf Bezug: „Austrofaschismus“ und „Ständestaat (Österreich)“. Schon die begriffliche Unterscheidung

wäre gemeinhin Hinweis auf verschiedene Einschätzung dieses Zeitausschnitts. Im *Wikipedia*-Eintrag stiftet die doppelte „Buchführung“ aber eher Verwirrung als eine nachvollziehbare Differenzierung. Auch jeweils gegenseitige Verlinkung – sonst ein hilfreiches Privileg der Hypertextualität im Web – hilft hier nicht zu einem Gesamtbild, sondern ist eben Hinweis auf mangelnde redaktionelle Koordination und die häufige Parallelität, mit der Einträge entstehen, die dann oft schwer wieder zueinandergeführt werden können. Den einen „Thesaurus“ des Archivars, der Überbegriffen und Subkategorien logisch zuzuordnen versucht, gibt es in *Wikipedia* eben nicht von vorneherein. Die Website dehnt sich zufällig und nach gerade akuten User-Interessen aus, Querverweise entstehen wohl – aber auch recht beliebig. In einem weiteren Beitrag über „Ständestaat“, der sehr allgemein und international gehalten ist, finden sich einige Literaturhinweise zum Thema. Von dort wird auch zum spezifisch auf Österreich Bezug nehmenden Beitrag „Ständestaat (Österreich)“ verlinkt. In Letzterem wiederum ist aber überhaupt keine einschlägige wissenschaftliche Literatur als Grundlage des Beitrags angeführt.

Wenn *Wikipedia* „eine gute Quelle, um sich Hintergrundinformationen zu erarbeiten“, ist, wie *Spiegel-Online*-Chefredakteur Rüdiger Ditz (Becker 2009) meint, werden Österreichs (Politik-)Journalisten und Journalistinnen bei Recherchen zum Austrofaschismus wohl eher enttäuscht. Bei fachlicher Betrachtung ist das Ergebnis, wie Emmerich Tálos analysiert, dürftig.

Austrofaschismus und Ständestaat (Österreich) in *Wikipedia*:



The screenshot shows the Wikipedia article for "Austrofaschismus". At the top, there are navigation tabs: "Artikel", "Diskussion", "Seite bearbeiten", and "Versionen/Autoren". The article title "Austrofaschismus" is prominently displayed. Below the title, the main text begins: "Austrofaschismus ist eine Bezeichnung für das ab 1933 in Österreich etablierte autoritäre, an ständestaatlichen bzw. faschistischen Ideen orientierte Herrschaftssystem, das sich stark an die Diktatur Benito Mussolinis anlehnte. Entwickelt und getragen wurde er von Engelbert Dollfuß bzw. nach dessen Ermordung 1934 maßgeblich von Kurt Schuschnigg und der Vaterländischen Front, einer Sammelbewegung und Einheitspartei, zu der sich die Christlichsoziale Partei, die Heimwehr und der Landbund zusammengeschlossen hatten. Am 12. März 1938, mit dem „Anschluss“ Österreichs an das Deutsche Reich, wurde der Austrofaschismus durch die Herrschaft der Nationalsozialisten abgelöst." Below the text, there is a section for "Inhaltsverzeichnis [Verbergen]" with a single entry: "1 Die Entstehung des austrofaschistischen Systems". The left sidebar contains the Wikipedia logo and search options.



The screenshot shows the Wikipedia article for "Ständestaat (Österreich)". At the top, there are navigation tabs: "Artikel", "Diskussion", "Seite bearbeiten", and "Versionen/Autoren". The article title "Ständestaat (Österreich)" is prominently displayed. Below the title, the main text begins: "Ständestaat ist die Bezeichnung eines nach Berufsgruppen organisierten Staates, altertümelnd „Stände“ genannt. Der Begriff wurde von Zeitgenossen für die autoritäre Staatsform Österreichs zwischen 1934 und 1938 (offizielle Bezeichnung: **Bundesstaat Österreich**) verwendet, die in der heutigen Geschichtsschreibung außerhalb konservativer Kreise auch als Austrofaschismus bezeichnet wird, um den autoritären Staat von 1933/34–1938 nicht isoliert, sondern als spezifisch österreichische Ausprägung des Faschismus in einem gesamteuropäischen Kontext zu betrachten. Gegen die Verwendung der Bezeichnungen „Ständestaat“ und „Bundesstaat Österreich“ wird vorgebracht, dass damit eine ideologisch und propagandistisch begründete Selbstbezeichnung des damaligen diktatorischen Systems distanzlos fortgeführt wurde." The left sidebar contains the Wikipedia logo and search options.

Die beiden Texte umschreiben den gleichen Sachverhalt mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung und gegenseitigen Verweisen. Die differierende Begriffswahl spiegelt nicht – wie sonst in Österreich üblich – die kontroversiellen Einschätzungen des Herrschaftssystems 1933–1938.

Im ausführlicher gestalteten ersten Text zum Austrofaschismus wird nach einer Begriffserläuterung der Konstituierungsprozess zu Beginn der 1930er-Jahre breit beschrieben: vom Korneuburger Eid, den für die herrschenden bürgerlichen Parteien negativen Wahlen und den gleichzeitig beträchtlichen Gewinnen der Nationalsozialisten 1932 bis zur Lahmlegung des Nationalrates im März 1933 durch die von Dollfuß geführte Regierung. Als weitere Etappen werden der Einsatz des Kriegswirtschaftlichen Ermächtigungsgesetzes gegen die Opposition und deren Ausschaltung, vorerst des Sozialdemokratischen Schutzbundes, der KPÖ und NSDAP, später der Sozialdemokratischen Arbeiterpartei, beschrieben. Die Skizzierung der Strukturen des Herrschaftssystems beschränkt sich auf die Erwähnung der Promesse der neuen Verfassung vom 1. Mai 1934. Die Auswirkungen des austrofaschistischen Herrschaftssystems werden an Politikfeldern wie der Justiz- und Repressions-, der Bildungs-, (sehr knapp) der Wirtschafts- und Sozial- sowie der Kulturpolitik aufgezeigt. Als zwei Stützen des Systems werden die Katholische Kirche und der Katholische Cartellverband dargestellt. Darüber hinaus beinhaltet der erste Text Ausführungen über den Antisemitismus, das Ende des Austrofaschismus und (abschließend) kontroverielle Einschätzungen und Einordnungen dieses Herrschaftssystems und seiner Führung.

Der zweite Text könnte in inhaltlicher Hinsicht als selektive Ergänzung des ersten interpretiert werden. Abgesehen von einer ähnlichen Begriffsdeutung und Hinweisen zur Konstituierung werden im „Ständestaat“-Beitrag die ideologischen Wurzeln, Aspekte der ständischen Strukturierung und die Verwendung von Symbolen beschrieben.

Beide Texte zusammen betrachtet liefern ein durchaus mehrschichtiges Bild des in Österreichs Politik und Wissenschaft nach wie vor äußerst umstrittenen Herrschaftssystems. Insofern vermag der Text den Leserinnen und Leser einen Einstieg zum Thema zu eröffnen.

Ungeachtet dessen sind Probleme von Wikipedia-Texten – wie bereits an den beiden anderen kommentierten Einträgen aufgezeigt – auch hier evident.

Es finden sich nicht wenige unzutreffende und missverständliche Feststellungen: Weder trifft (so im ersten Text) zu, dass Dollfuß seit dem 1. Oktober 1932 teilweise unter Berufung auf das Kriegswirtschaft-

liche Ermächtigungsgesetz regierte (es war ein einziger Fall), dass der 4. März 1933 der Anstoß zur Machtübernahme war (die bürgerlichen Parteien waren seit einiger Zeit an der Macht), dass die Abgeordneten der Vaterländischen Front die einschneidende Veränderung des Rahmens der (auch verfassungsmäßigen) Gesetzgebung am 30. April beschlossen haben (es waren noch die einst in den Nationalrat gewählten Abgeordneten), dass Nationalsozialisten erst nach dem Juliputsch in Anhaltelager eingesperrt worden sind (auch schon vorher), noch (im zweiten Text), dass es 1934–1938 das Bundeswappen der Donau- und Donaureichsgaue gab (Verwechslung mit 1938ff.) oder im Austrofaschismus sieben Kammern errichtet werden sollten.

Ein Zweites: Während der erste Text noch einen roten Faden der Darstellung erahnen lässt, fehlt dieser vollends im zweiten Text. Statt einer durchstrukturierten Darstellung geht es um ein Aneinanderstoppeln von Aspekten, die auf der Rezeption einiger weniger Texte – bei Ausblendung der einschlägigen Forschungsliteratur – basiert.

Nicht zuletzt sind auch bei diesen Texten inhaltliche Ausblendungen konstatierbar, die ein adäquates Verständnis zumindest beeinträchtigen. Als gravierend sei als Erstes angeführt, dass in beiden Texten ein zentrales Moment im Konstituierungsprozess vollends ausgeblendet bleibt: das Zusammenfallen von wirtschaftlicher Krise und politischer Krise der regierenden bürgerlichen Parteien. Denn vor diesem Hintergrund wurde die Ausschaltung des Parlaments nicht erst im März 1933, sondern bereits im Sommer 1932 von wichtigen politischen Akteuren wie dem Dollfuß-Nachfolger und späteren Bundeskanzler Schuschnigg ventiliert. Da die Struktur des Herrschaftssystems weder in formeller noch in realer Hinsicht erfasst wird, bleibt auch die Frage auf der Strecke, inwiefern Anspruch und Realität des Austrofaschismus beispielsweise hinsichtlich der berufsständischen Ordnung der Gesellschaft auseinanderklaffen bzw. wie zutreffend oder unzutreffend der dem Selbstverständnis der Herrschenden entstammende Begriff „Ständestaat“ ist. Die zentralen Träger werden nur in selektiver Weise wahrgenommen, die zentrale Rolle der Regierung und der Heimwehren bleibt ausgeblendet, dafür wird ganz unzutreffend die Rolle der Vaterländischen Front überbewertet. Die außenpolitischen Verflechtungen mit Italien und Ungarn sind ebenso wenig Thema wie die Bedeutung und Auswirkungen des sogenannten Juliabkommens im Jahr 1936 mit dem deutschen Faschismus.

Insgesamt gilt auch für diese beiden Beiträge: Eine punktuelle Rezeption einiger Texte durch Wikipedia-Mitwirkende reicht nicht, um ein so komplexes Thema wie Austrofaschismus/Ständestaat adäquat zu

vermitteln. Eine gründlichere Bearbeitung und Berücksichtigung der einschlägigen Forschungsliteratur wäre von unübersehbarem Nutzen.

4. Daten und Biografien als Grundlagen der Politikrecherche

In den Gesprächen mit österreichischen Politikjournalisten und -journalist:innen zu deren *Wikipedia*-Nutzung wird als besonders häufiges Motiv auch die Suche nach Biografien und Eckdaten genannt. „Vor allem erste Überblicke, Geburtsdaten und Funktionen von Politikern und Wirtschaftsleuten“ sucht ein befragter Politikjournalist des *ORF*: „Das hilft auch bei Kontrollen in letzter Minute vor einer Sendung.“ Über Jahrzehnte waren solche Recherchen vor allem in abonnierten Loseblattsammlungen seriöser Archivverlage in den Hausarchiven der Redaktionen verfügbar. Aktualisierungen der Curricula hatten damals entsprechend Verzögerungen. *Wikipedia* hat als wohl wichtigste Unterscheidung die ständige Erneuerungs- und Verbesserungsmöglichkeit. Das wird auch praktisch immer wieder deutlich: Als etwa die neue österreichische Wissenschaftsministerin Beatrix Karl am Morgen des 26. Jänner 2010 gerade erst von der Angelobung aus der Hofburg kommt, wird ihr *Wikipedia*-Eintrag prompt aktualisiert – bereits um 9.36 Uhr. Es folgen weitere, kleine Justierungen des Textes im Laufe des Tages – und fast ebenso schnell der erste inhaltliche Disput der User. Um 22.55 Uhr wird der Satz eingeführt, die nunmehrige Wissenschaftsministerin Karl „fordert die Wiedereinführung der Studiengebühren“. Nur drei Minuten später wird das von anderer Seite wieder aus dem Beitrag gelöscht. Ungeachtet dessen, dass die neue Ministerin in Interviews diese Forderung wiederholte.

„Das Wunder von *Wikipedia* ist, wie aus Gezänk Wissen entsteht“, beschreibt auch *Der Spiegel*⁹ die Psychologie der Mitarbeiter und zeigt anhand skurriler Beispiele (wie des Eintrags zum Wiener Donauturm), wie User oft tagelang um Worte und Bezeichnungen feilschen. Manchmal mit sektiererischem Eifer ohne Blick aufs Ganze. Nach den Recherchen des *Spiegel* sei letztlich nur „ein halbes Prozent aller aktiv gewordenen Nutzer für zwei Drittel der Editierungen verantwortlich“.

Solche Aktualität und Diskurse hatten die früheren Personenarchive nicht zu bieten – aber traditionelle Verlässlichkeit. Der Anbieter *Munzinger* als eine der bekanntesten Quellen hatte im deutschsprachigen Raum etwa schon seit 1913 ein Programm und eine gute Verankerung in vielen Redaktionen entwickelt. Das *Munzinger*-Archiv wurde (ebenso wie der *Duden* oder der *Brockhaus*) inzwischen als kostenpflichtiges Angebot ins World Wide Web überführt. Nur 23 % der österreichischen

9 von Rohr, Matthieu (2010): Im Inneren des Weltwissens. In: *Der Spiegel* 16/2010, 19. 04. 2010.

Journalisten und Journalistinnen nutzen irgendeines dieser kostenpflichtigen Archive im Internet mindestens einmal wöchentlich (siehe Beitrag von Daniela Kraus in diesem Band). Der vielfach häufigere Zugriff auf *Wikipedia* liefert biografische Daten eben rasch und kostenlos.

Die Qualität kann neuerlich nur beispielhaft untersucht werden. So wurden für diesen Beitrag – mit Stand 14. 01. 2010 – alle verfügbaren Einträge der zu diesem Zeitpunkt aktiven 183 österreichischen Nationalratsabgeordneten abgerufen, in Umfang und Inhalt der biografischen Darstellung kategorisiert und mit allen Basis-Einträgen der Mandatare auf der Website des Parlaments verglichen sowie in Stichproben mit weiteren Quellen im Internet. Generell zeigt sich, dass die offiziellen Einträge am Parlamentsserver auch eine der wichtigsten Grundlagen von *Wikipedia* waren. Manche kurzen *Wiki*-Ersteinträge österreichischer Mandatare – etwa jener des SPÖ-Klubobmanns Josef Cap oder jener der grünen Parteibfrau Eva Glawischnig – reichen ins Jahr 2004 zurück. Zu einer Welle von Neuerfassungen kam es in den Jahre 2006 bis 2008 im Rahmen eines von *Wikipedia*-Usern organisierten „Politik-Projektes“, das sich zum Ziel gesetzt hatte, in der deutschsprachigen Version möglichst flächendeckend alle Mandatare von Parlamenten und Landtagen curricular zu beschreiben. Für die Koordination österreichischer Biografien zeichnet „Geiserich77“ – nach eigenen Webangaben zum Pseudonym ein 1977 geborener *Wikipedia*-„Administrator“ aus Wien – verantwortlich, der seit 2005 mehr als tausend (!) Biografie-Einträge zu österreichischen Persönlichkeiten ganz neu vornahm oder cursorisch vorhandene Einträge wesentlich bearbeitete, darunter mehr als 300 von aktiven oder ehemaligen Abgeordneten des Nationalrats. Das beachtliche Engagement dokumentiert zugleich engagierten Glanz und menschliche Grenzen des Konzepts *Wikipedia*: Im Fließbandbetrieb hat alleine dieser „Administrator“ auch noch 178 Bezirksvorsteher Wiens und Gemeinderäte digital erfasst, aber auch die „Geschichte der Grünen“ ins Lexikon eingetragen, Daten des 1900 gegründeten und 1940 eingestellten *Wienerwald-Boten* ebenso als Erster publiziert wie gesetzliche Grundlagen, Aufgaben und Funktionsweise der „Tiroler Landesregierung“ skizziert. Administrator „Geiserich77“ startete oder bearbeitete alle Einträge von Wiener Gemeindebezirken, aber auch jenen zur „Geschichte Osttirols“.

Weil selbst bei bester Absicht so vielfältige Expertise in noch dazu möglichst kurzer Zeit bei einem Einzelnen nicht vorliegen kann, hofft das System *Wikipedia* dann eben auf die Qualitätsverbesserung mit-hilfe der vielen.

Zerfaß/Welker/Schmidt analysierten typische *Wikipedia*-Nutzerkarrieren und stellten 2008 fest, dass etwa der Teilnehmer mit den meisten Bearbeitungen im deutschen *Wikipedia* alleine 180.000 (!) Mal aktiv war. Dutzende kleine Korrekturen – vom neuen Beistrich bis zum geänderten Datum – können da an nur einem Abend vorgenommen werden. Umgekehrt bestehe aber „eine große Chance, dass die erste Arbeit, mit der ein Neuling anfängt, nicht akzeptiert wird. Dann ist es sehr wahrscheinlich, dass er nicht über das eine Edit hinauskommt und danach die Mitarbeit an *Wikipedia* einstellt“ (Zerfaß/Welker/Schmidt 2008: 190).

Für die Biografien der österreichischen Nationalratsabgeordneten wurden von „Geiserich77“ vor allem die stichwortartigen Texte zu Zugehörigkeiten, Auszeichnungen und Ausschusstätigkeiten des Parlamentsservers als Grundgerüst auch für *Wikipedia* übernommen und ausformuliert. Trotz solcher Projekte, Administratoren und hunderter beitragender User ist Vollständigkeit aber dann erst wieder nicht gewährleistet. So war der im Oktober 2009 in den Nationalrat nachgerückte FPÖ-Mandatar Heinz-Peter Hackl jedenfalls auch noch Ende Jänner 2010 ohne *Wikipedia*-Eintrag.

Bei insgesamt 130 Mandataren konnte aber jedenfalls zu diesem Termin beim Vergleich zu den biografischen Eckdaten des Parlamentsservers ein Mehr an Informationen zur Person festgestellt werden.

Allerdings sind diese Vermerke höchst unterschiedlicher Art und Qualität, wesentlich abhängig auch von den jeweiligen Interessen und vom Engagement von Abgeordneten selbst, von deren Mitarbeitern in den Parteien sowie Strategien der Öffentlichkeitsarbeiter der Parlamentsklubs, die sich an Veränderungen und Ergänzungen beteiligen. So sind bei vielen ÖVP-Mandataren wesentlich mehr persönliche, familiäre Angaben in *Wikipedia* angeführt als bei Mandataren anderer Parteien. Die Wiki-Einträge der ÖVP-Mandatare wurden auch konsequenter als bei Abgeordneten anderer Parteien mit den jeweiligen Onlinebiografien auf Parteiservern verlinkt.

Besonderes Interesse der *Wikipedia*-Community fand der kritische Diskurs über Burschenschafts-Mitgliedschaften von Abgeordneten der FPÖ und des BZÖ, deren Aktivitäten und Auftritte in solchen Verbindungen in *Wikipedia*-Biografien häufig ausführlich dargestellt werden. Insgesamt mehr als 250-mal wurde etwa der Eintrag des 3. Präsidenten des Nationalrats Martin Graf, selbst „alter Herr“ der Burschenschaft *Olympia*, seit der ersten Erfassung in *Wikipedia* geändert. Durchschnittlich waren sonst bis Jänner 2010 maximal ein bis zwei Dutzend Änderungen, Ergänzungen und Aktualisierungen bei den *Wikipedia*-Biografien österreichischer Mandatare üblich.

Trotz aller Revision der großen Community bleiben oder entstehen auch immer neue sachliche oder auch einfach orthographische Fehler. Im Eintrag zu Martin Graf ist dann etwa der Name des Vorsitzenden der Israelitischen Kultusgemeinde in Österreich mehrfach falsch geschrieben. Immer wieder werden eher nebensächliche Kuriosa zum tragenden Inhalt der Biografien: In den Einträgen zweier niederösterreichischer Mandatäre (Anton Heinzl/SPÖ und Hans Jörg Schelling/ÖVP) wird ausführlich darauf hingewiesen, wie sie seit Jahren einander jeweils gegenseitig und andere Politiker klagen und von wieder Dritten selbst geklagt wurden. Auf das sachliche Substrat der Vorwürfe wird dabei nie eingegangen, eine Verurteilung wegen „übler Nachrede“, so heißt es dann, sei „bereits getilgt“. Aber das Faktum eben keineswegs aus den *Wikipedia*-Annalen.

Für eine Analyse der *Wikipedia*-Qualität bei Politiker-Biografien sollte zusätzlich zur Gesamterfassung der 183 Abgeordneten und neben einigen Schlaglichtern zu offensichtlichen Gestaltungsproblemen ebenfalls an einem Beispiel die Qualität eines biografischen Eintrages untersucht werden. Ausgewählt wurde der *Wikipedia*-Eintrag betreffend den Klubobmann der derzeit größten Parlamentsfraktion, Josef Cap.

Josef Cap in *Wikipedia*:

The screenshot shows the Wikipedia article for Josef Cap. At the top, there are navigation tabs for 'Artikel', 'Diskussion', 'Seite bearbeiten', and 'Versionen/Autoren'. Below the title 'Josef Cap', there is a summary paragraph: 'Josef Cap (Ifap, * 4. Jänner 1952 in Wien) ist ein österreichischer sozialdemokratischer Politiker und seit 2007 Klubobmann der SPÖ im Nationalrat.' To the right of the text is a portrait of Josef Cap. Below the portrait is a caption 'Josef Cap'. The article text continues: 'Cap absolvierte die Volksschule und das Gymnasium bei den Piaristen. Er begann zunächst ein Studium der Rechtswissenschaften, wechselte danach auf Politikwissenschaften und promovierte 1988 mit seiner Dissertation über die sozialdemokratische Identität zwischen 1978 und 1988 zum Dr. phil. 1978 bis 1984 war er Vorsitzender der Sozialistischen Jugend. 1982 initiierte er innerhalb der SPÖ eine „rot-grüne Plattform“, die auf heftige Kritik des Parteivorstandes stieß. Allerdings gelang es ihm, im Mai 1982 in diesen hineingewählt zu werden. 1983 zog er nach einem Vorzugsstimmwahlkampf (62450 Stimmen) als Abgeordneter in das Parlament ein, enttäuschte aber die in ihn gesetzten Erwartungen so vollständig, dass prominente Unterstützer wie Sigi Maron und Fritz Nussböck eine bittere Abrechnung über Cap veröffentlicht haben.^[1] Von 1988 bis 1993 war er Zentralsekretär der SPÖ, von 1993 bis 1995 SPÖ-Bundesgeschäftsführer und von 2000 bis 2007 geschäftsführender Klubobmann der SPÖ im Nationalrat.'

Die Beschreibung des Politikers Cap umfasst einige wenige Daten über die Stationen seines Bildungsweges, seine Partei- und Parlamentsfunktionen. Nicht zuletzt ist daraus erfahrbare, dass Cap auch einige Auszeichnungen im Zusammenhang mit seiner politischen Tätigkeit erhalten hat. Dass er in früheren Tagen einmal weniger angepasst war, wird ebenso angedeutet wie das Faktum, dass einige der Unterstützer seines Vorzugsstimmwahlkampfes, der seine weitere erfolgreiche Karriere innerhalb der SPÖ fundierte, von Cap enttäuscht waren.

Ausgeblendet bleibt dabei ein wichtiger Aspekt, nämlich wofür Cap inhaltlich innerhalb seiner Partei und als Parlamentarier stand und steht, welches die Schwerpunkte seines politischen Wirkens sind. Dies zu thematisieren wäre vor allem auch deswegen von Interesse, weil damit ein differenzierteres Bild eines Politikers gezeichnet würde, der seit mehr als zwei Jahrzehnten zur engsten Führungsspitze der SPÖ zählt und damit auch für den Entwicklungsprozess dieser Partei wesentlich mitverantwortlich zeichnet. Während einige andere Spitzenpolitiker von der politischen Bühne abgetreten sind (z. B. Klima, Gusenbauer, Schlögl, Einem), steht Cap nach wie vor im Zentrum der SPÖ.

Kurz gesagt: Der Wikipedia-Bertrag beschränkt sich auf die Wiedergabe einiger weniger „dürrer“ Fakten. Diese Informationen sind wichtig und entsprechen vermutlich auch dem vorrangigen Interesse eines Teiles der Nutzerinnen und Nutzer von Wikipedia an knapp gefassten Überblicken. Mit der Aufzählung von Funktionen wird allerdings der Eindruck erweckt, dass es im Politikerleben nur darum geht, welche Funktionen, und nicht auch, wofür diese ausgeübt werden. Veränderungen im Leben eines Politikers werden nur auf Ebene der Funktionen, nicht jedoch auch auf inhaltlicher Ebene – möglicherweise entlang seines Karriereweges – dargestellt. Wenn auch diese Publikation nicht das Gleiche leisten kann wie die Ausführungen im Band „Die Politiker. Karrieren und Wirken bedeutender Repräsentanten der Zweiten Republik“ (Hg. von Dachs/Gerlich/Müller 1995), so ist die dort gewählte inhaltliche Strukturierung einer Biografie (der Weg in Spitzenpositionen, Wirken und Leistungen) vorbildhaft.

Diese exemplarische Auswahl dokumentiert: Ein vorrangiges Recherche-Interesse vieler User, also wohl auch jener fast 80% der Politikjournalisten, die *Wikipedia* zumindest wöchentlich nutzen, wird insofern befriedigt, als knappe, übersichtliche Information und Beschreibungen oft vorhanden sind und Informationen websppezifisch miteinander verknüpft werden, also weiterführendes Suchen erleichtern.

Wikipedia-Einträge zu österreichischen Politikthemen vermitteln aber, so lässt sich anhand der ausgewählten Beispiele auch illustrieren, durchwegs einen äußerst selektiven, zum Teil inhaltlich verzerrten Blick auf das jeweils gegenständliche Thema.

Für wissenschaftliche Arbeiten besteht – nicht nur in Österreich – breiter Konsens, dass *Wikipedia* keine zitierbare Quelle ist. Im Journalismus scheint die Nutzung zudem dann unproblematisch, wenn *Wiki*-Einträge eben nur als einer von vielen Informationspunkten aufgesucht

werden und erfahrene Journalisten auch die Schwächen dieser Datensammlung im Web gut kennen.

Es ist dann allerdings auch für konkrete Politikberichterstattung problematisch, wenn aufgrund des Budget- und Zeitmangels der schnellen *Wikipedia*-Recherche ein besonderes Gewicht eingeräumt wird. Zumal viele Quellen im österreichischen Journalismus nicht offengelegt werden, wäre es für das Publikum außerdem meist gar nicht nachvollziehbar, falls *Wikipedia* doch die einzige Grundlage für manche Basisinformationen war. Manchmal, so ein häufiger Verdacht, würde *Wikipedia* mit schlechtem Gewissen als einzige Quelle verwendet – und gerade deswegen bewusst verschwiegen. Im November 2009 machten die Tutoren und Tutorinnen der Einführungsvorlesung zu „Methoden wissenschaftlichen Arbeitens“ des Wiener Publizistikinstitutes dazu folgendes Experiment: Die rund tausend erstsemestrigen Teilnehmer dieser Massenvorlesung sollten möglichst viele Bedeutungen für das Kürzel „OTS“ herausfinden: von „Orbital Test Satellit“ bis „Original-Text-Service“ der *Austria Presse Agentur* als nur zweien von vielen Möglichkeiten. Einer der Lehrveranstaltungsleiter hatte kurz davor selbst einen neuen Beitrag in *Wikipedia* angelegt: OTS, so heißt es darin, stehe für „Objektive Theorien-Suche; engl.: Objective Theory Search“. Und dies sei eine „Methode zur Überwindung des Streits über qualitative und quantitative Methoden in der Sozialwissenschaft“. Im kurzen, sehr professionell wirkenden Beitrag, der zu verschiedenen anderen Schlagworten aus Sozialwissenschaft und Methodenlehre verlinkt ist, wurde die eigentlich eben erst exklusiv für *Wikipedia* in Wien erfundene „OTS-Methode“ einem in den Siebzigerjahren verstorbenen US-Politikwissenschaftler zugeschrieben.

Die erste interessante Erkenntnis: Der pseudowissenschaftlich hübsch verbrämte Humbug konnte in *Wikipedia* problemlos publiziert werden, von *Wiki*-Administratoren, die Neueinträge routinemäßig sichten, wurde das nicht beanstandet. Es fanden sich in Folge auch keine User, die darüber gestolpert wären und Beweise, Korrekturen oder gar eine Löschung des Eintrags zur Diskussion gestellt hätten.

Ein weiteres interessantes Ergebnis des Versuchs wurde aber in den tausend abgegebenen Arbeiten der Studierenden deutlich: In mehr als einem Drittel der abgegebenen Texte über mögliche Bedeutungen des Kürzels OTS fand sich auch der Hinweis, es könne sich dabei um „Objective Theory Search“, eine vor Jahrzehnten erfundene Methode der Sozialwissenschaft handeln. Woher dieses Wissen der angehenden Publizisten stammte, wurde indes meist nicht offengelegt.

Literatur

- Becker, Alexander (2009): Wiki-Schwindel: Wie News-Macher reagieren. http://meedia.de/nc/details/article/wiki-schwindel--wie-news-macher-reagieren_100016244.html?et_cid=4&et_lid=5&et_sub=%22Wiki-Schwindel:%20Wie%20News-Macher%20reagieren%22. 17.02.2009.
- Dachs, Herbert/Gerlich, Peter/Müller, Wolfgang C. (Hg.) (1995): Die Politiker. Karrieren und Wirken bedeutender Repräsentanten der Zweiten Republik. Manz Verlag. Wien.
- Heinevetter, Nele/Sanchez, Nadine (2008): Was mit Medien ... Theorie in 15 Sachgeschichten. Fink. Paderborn.
- Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2008): Konkurrenz, Komplementarität, Integration? Zum Beziehungsgeflecht zwischen Weblogs, Wikipedia und Journalismus. Ergebnisse einer Befragung von Nachrichtenredaktionen. In: Raabe, Johannes (Hg.): Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft. UVK Verlag. Konstanz. S. 105–117.
- Schefbeck, Günther (2006): Das Parlament. In: Dachs, Herbert/Gerlich, Peter/Gottweis, Herbert/Kramer, Helmut/Lauber, Volkmar/Müller, Wolfgang C./Tálos, Emmerich (Hg.): Politik in Österreich. Ein Handbuch. Manz Verlag. Wien. S. 139–167.
- Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hg.) (2008): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Herbert von Halem Verlag. Köln.

Ausgewählte Literatur von Emmerich Tálos zu den Themen der analysierten Wikipedia-Einträge

- Dachs, Herbert/Gerlich, Peter/Gottweis, Herbert/Kramer, Helmut/Lauber, Volkmar/Müller, Wolfgang C./Tálos, Emmerich (Hg.) (2006): Politik in Österreich. Ein Handbuch. Manz Verlag. Wien.
- Karlhofer, Ferdinand/Tálos, Emmerich (Hg.) (1996): Sozialpartnerschaft und EU. Signum Verlag. Wien.
- Karlhofer, Ferdinand/Tálos, Emmerich (Hg.) (1999): Zukunft der Sozialpartnerschaft. Veränderungsdynamik und Reformbedarf. Signum Verlag. Wien.
- Karlhofer, Ferdinand/Tálos, Emmerich (Hg.) (2005): Sozialpartnerschaft – Eine Europäische Perspektive? LIT Verlag. Wien.
- Obinger, Herbert/Tálos, Emmerich (2006): Sozialstaat Österreich zwischen Kontinuität und Umbau. Eine Bilanz der ÖVP/FPÖ/BZÖ-Regierung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.

- Sieder, Reinhard/Steinert, Heinz/Tálos, Emmerich (Hg.) (1996): Österreich 1945–1995. Gesellschaft, Politik, Kultur. 2. Auflage. Verlag für Gesellschaftskritik. Wien.
- Tálos, Emmerich (Hg.) (1982): Staatliche Sozialpolitik in Österreich, Rekonstruktion und Analyse. 2. Auflage. Verlag für Gesellschaftskritik. Wien.
- Tálos, Emmerich (Hg.) (1993): Sozialpartnerschaft. Kontinuität und Wandel eines Modells. Verlag für Gesellschaftskritik. Wien.
- Tálos, Emmerich (2000): Das politische System in Österreich. (Mitarbeit: Herbert Dachs, Gerda Falkner, Marcel Fink, Heinz Gärtner, Friedrich Lachmayer, Wolfgang C. Müller, Fritz Plasser, Helga Stöger, Karl Ucakar). Bundespressedienst. Wien.
- Tálos, Emmerich (2005): Vom Siegeszug zum Rückzug. Sozialstaat Österreich 1945–2005. Studienverlag. Innsbruck.
- Tálos, Emmerich (2008): Sozialpartnerschaft. Ein zentraler politischer Gestaltungsfaktor in der Zweiten Republik. Studienverlag. Innsbruck.
- Tálos, Emmerich/Dachs, Herbert/Hanisch, Ernst/Staudinger, Anton (Hg.) (1995): Handbuch des politischen Systems Österreichs: Erste Republik 1918–1933. Manz Verlag. Wien.
- Tálos, Emmerich/Hanisch, Ernst/Neugebauer, Wolfgang/Sieder, Reinhard (Hg.) (2000): NS-Herrschaft in Österreich. Ein Handbuch. ÖBV & HPT Verlag. Wien.
- Tálos, Emmerich/Neugebauer, Wolfgang (Hg.) (1988): „Austrofaschismus“. Beiträge über Politik, Ökonomie und Kultur 1934–1938. 4. Auflage. Verlag für Gesellschaftskritik. Wien.
- Tálos, Emmerich/Neugebauer, Wolfgang (Hg.) (2005): Austrofaschismus. Politik – Ökonomie – Kultur 1933–1938. 5., überarbeitete und ergänzte Auflage. LIT Verlag. Wien.

TEIL 3: MEDIEN UND POLITIK

Andy Kaltenbrunner

Was bin ich?

Leitmotive und Leitmedien im Politikjournalismus

1. Ein Berufsstand links von der Mitte

Politische Kommunikation sei „nicht nur Mittel der Politik. Sie ist selbst auch Politik“, betonen Jarren/Donges (2006: 22). Journalistinnen und Journalisten müssten sich „um demokratische Öffentlichkeit, sogar um Kultur kümmern, um Kritik und Kontrolle der Politik, um Orientierung“, beschreibt Siegfried Weischenberg in der *Zeit*¹ eine „idealistische Illusion“ und eine alte Hoffnung: „Der Grundwiderspruch zwischen gesellschaftlichem Anspruch der Medien und ihrer Wirtschaftlichkeit wird durch das Ethos der Verantwortlichen aufgelöst.“ Das aber sei so schön wie falsch, und es wäre „mit dieser Idylle vorbei“. Globalisierung und Kommerzialisierung hätten dem Berufstraum ein Ende gesetzt. Weitere Personalisierung und Sensationalisierung der Berichterstattung wären unerfreulich deutliche Ausdrucksformen, schreibt Weischenberg 2007.

Knapp drei Jahre später ist unter dem Druck der weltweiten Wirtschaftskrise im (Politik)Journalismus diese Kluft zwischen hehren Zielen und verheerenden Zwängen für den Einzelnen sogar noch größer geworden. Das zeigen auch die neuen, österreichischen Befunde der Betroffenen selbst, die von wachsenden quantitativen und qualitativen Anforderungen berichten – und dem steigenden Druck der Medieneigentümer. „Alles Söldner oder was?“, fragt da besorgt die Kolumnistin Elfriede Hammerl (2009: 28) in ihrem Beitrag zur 150-Jahre-Festschrift des traditionsreichen *Presseclubs Concordia*: „Informieren zu wollen, aufklären zu wollen, teilnehmen zu wollen am öffentlichen Diskurs, diese Motive stehen immer seltener hinter verlegerischen Unternehmungen.“

¹ Weischenberg, Siegfried (2007): Verkäufer ihrer selbst. In: Die Zeit 43/07 vom 18. 10. 2007.

Was Politikjournalisten und Politikjournalistinnen antreibt, beschreibt Karmasin im vorliegenden Band. Eine weitere, alte Grundsatzfrage zu dem Engagement von Politikjournalisten ist dem stets noch vorgelagert. Es ist eine zutiefst politische: Leben Politikjournalisten *vom* Politikjournalismus oder *für* ihn? Es sind diese zwei sehr unterschiedlichen Kategorien, die Max Weber schon unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg in seiner Rede über „Politik als Beruf“ für Politiker dargestellt hat und auch für die politischen Journalisten als ein Unterscheidungsmerkmal verwendet (Weber 1992: 34).

Er zollte den politisch engagierten Journalisten unter schwierigen ökonomischen Zwängen viel Respekt, weil „eine wirklich gute journalistische Leistung mindestens so viel ‚Geist‘ beansprucht wie irgendeine Gelehrtenleistung“.

Vor allem in linken Parteien seien Journalisten und Journalistinnen oft zugleich auch Politiker gewesen oder geworden, sagt Weber. 1919, unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg, engagierten sie sich immer seltener in konkreter Politik: „Die ungeheure Steigerung der Intensität und Aktualität des journalistischen Betriebs“ mache das nahezu unmöglich. Das klingt neun Jahrzehnte danach noch immer – oder vielleicht auch: gerade wieder – sehr vertraut. Der Druck auf den Einzelnen wächst, wenn die verlegerische Rendite gefährdet oder gar verloren scheint. Die aktuellen Studien von Plasser/Lengauer (2010: 67) kommen in ihren dichten Befragungsdaten ebenfalls zu einem klaren Befund: Eine überwiegende Mehrheit sowohl von Journalisten als auch von Politikern „geht von starken Einflüssen der Profit- und Quotenorientierung auf die Medienberichterstattung aus“. Im „Konkurrenzkampf um Auflagen, Quoten und Exklusivmeldungen“ seien auch die Politikjournalisten immer mehr selbst Getriebene.

Ist es da überhaupt noch von Bedeutung, was sie denken, wo sie stehen und wohin sie wollen?

Die Journalisten und Journalistinnen selbst wollen es durchaus wissen: Die ersten Ergebnisse zu solchen Fragen nach politischer Selbsteinordnung für den Journalisten-Report II (Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008) wurden in der Medienberichterstattung nach Erscheinen des Buches besonders in den Mittelpunkt und vielfach auch gleich in die Titel der Rezensionen gerückt.² Vom Publikum, vor allem auch in Diskussionsforen im Internet, wurde eben die Frage nach politischer Ausrichtung österreichischer Journalisten und Journalistinnen zur jeweiligen Untermauerung eigener (Vor-)Urteile über ebendiese Berufsgruppe besonders ausführlich kommentiert.

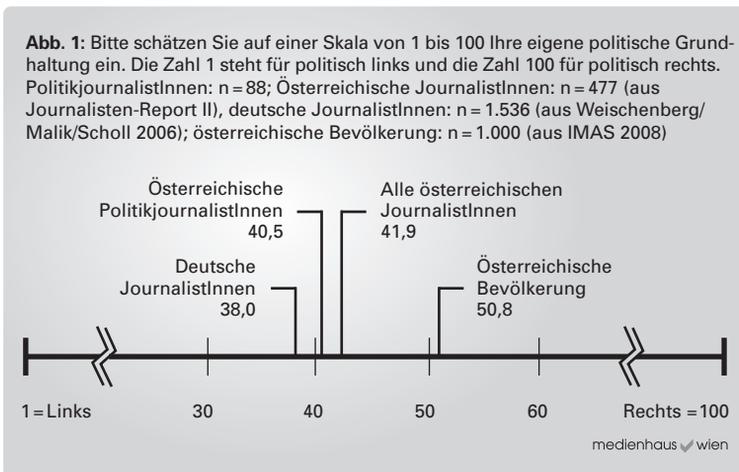
² Siehe z. B.: „Ein Drittel der Journalisten fühlt sich grün.“ In: Die Presse vom 09. 12. 2008; „Grüne haben Mehrheit unter den Journalisten.“ In: Der Standard vom 09. 12. 2008.

Umso kontroversieller lassen sich dann wohl die Angaben diskutieren, die speziell Politikjournalisten und -journalistinnen über ihre eigene weltanschauliche Positionierung und Parteipräferenzen machen. Immerhin ist Kommunikation über und mit Politik ja ihr Kern- und Tagesgeschäft. Sie sind auch zu Zeiten von digitalen sozialen Netzwerken im Web 2.0 noch immer die wichtigsten Präsentatoren und Kommentatoren politischer Positionen. Wo stehen die Multiplikatoren selbst weltanschaulich?

Auf einer Links-Rechts-Skala von 1 bis 100 geben sich Österreichs Politikjournalisten und -journalistinnen demnach einen Durchschnittswert von 40,5, also deutlich links der Mitte (siehe Grafik unten). Das ist noch ein (kleines) Stück weiter links als der Skalenwert 41,9, den die repräsentative Befragung von Journalisten und Journalistinnen aller Ressorts im Jahr 2008 für den Journalisten-Report II ergab.

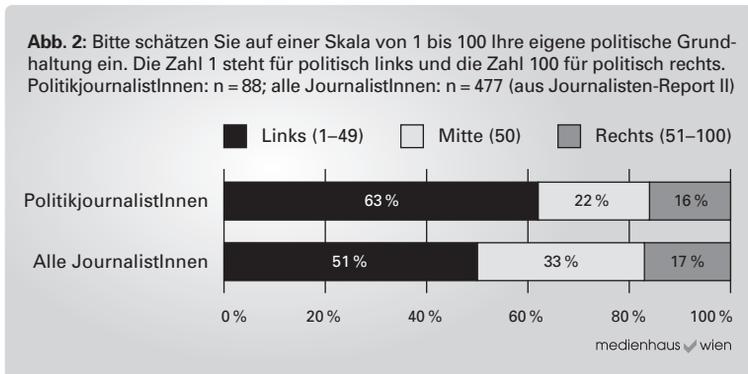
Deutsche Politikjournalisten und -journalistinnen definierten sich im Durchschnitt auf dieser Skala bei den großen Grundlagenstudien von Weischenberg/Malik/Scholl (2006) mit 38,0 noch ein Stück weiter links als ihre österreichischen Kollegen und Kolleginnen.

Im selben Jahr 2008 hatte sich Österreichs Gesamtbevölkerung bei einer Erhebung des *IMAS-Instituts* auf einer solchen Links-Rechts-Skala mit 50,8 einen Hauch rechts von der Mitte eingeschätzt.



Die Interpretation speziell dieser Daten sei „traditioneller Kampfplatz“ (Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 70) bei der Diskussion um Repräsentativität von Journalisten für die Gesamtbevölkerung, wissen Deutschlands Journalismusforscher. Für Österreichs Politikjournalisten

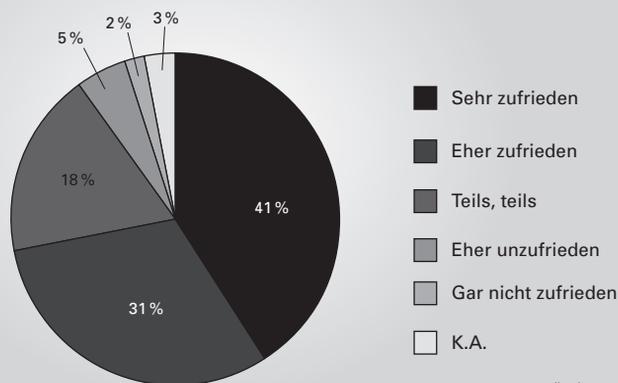
und -journalistinnen wurden solche Daten erstmals erhoben – und es kann auch hier schon im Überblick festgestellt werden, dass sich Journalisten weltanschaulich durchaus deutlich von der Gesamtpopulation unterscheiden. Sie sind genauso wenig ein Abbild von Österreichs Gesamtbevölkerung wie Bauern, Lehrer oder Notare. Ihre spezifische Tätigkeit als professionelle Kommunikatoren und Multiplikatoren aber macht (Politik-)Journalisten besonders interessant. Auch im Detail: Der Durchschnittswert auf der Links-Rechts-Skala ergibt sich aus drei Gruppen. So sehen sich 63 % der Politikjournalisten und -journalistinnen links von der Mitte (also mit einem Wert von weniger als 50), 16 %, also nur rund knapp jeder Sechste, rechts (mit einem Wert von mehr als 50). Ein gutes Fünftel der Befragten setzt sich mit dem Wert „50“ ausdrücklich auf eine exakte Mittelposition. Dass darunter besonders viele Radio- und TV-Journalisten vertreten sind, hat vermutlich mit einem stark ausgeprägten „objektiven“, öffentlich-rechtlichen Selbstverständnis der *ORF*-Mitarbeiter zu tun.



Geschlecht und Alter spielen eine wesentliche Rolle. So sind Journalistinnen (36,2) tendenziell deutlich weiter links als ihre männlichen Kollegen (43,3). Bei aller Vorsicht der Interpretation wegen der geringen Größen der Untergruppen lässt sich als Trend doch festhalten: Jüngere Politikjournalisten und -journalistinnen schätzen sich selbst nur sehr selten rechts von der Mitte ein. Das trifft am häufigsten auf Über-50-Jährige zu. Ob hier einfach mit zunehmendem Alter Journalisten und Journalistinnen seit jeher „konservativer“ werden oder eine neue Generation weltanschaulich weiter links ist – und bleibt – als ihre Berufsvorgänger, kann erst langfristig bei einer Wiederholung der Befragung in ein, zwei Jahrzehnten festgestellt werden.

Immerhin 72 % der Befragten sind dann mit der weltanschaulichen Linie ihres Medienunternehmens „sehr zufrieden“ oder „eher zufrieden“. Das erspart kognitive Dissonanzen zwischen eigenen politischen Werthaltungen und politisch-publizistischer Strategie im Redaktionsalltag. Ein Viertel der Politikjournalisten und -journalistinnen ist aber nur „teils, teils zufrieden“ oder sogar ausdrücklich „unzufrieden“ mit der politischen und weltanschaulichen Linie des eigenen Mediums.

Abb. 3: Wie zufrieden sind Sie mit der politischen und weltanschaulichen Linie Ihres Betriebes? (n = 100)

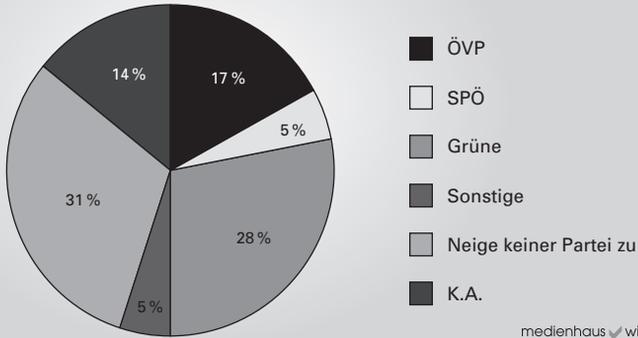


medienhaus ✓ wien

2. Parteipräferenzen von Politikjournalisten

Noch heikler als die generelle Selbsteinschätzung auf einer Links-Rechts-Skala erscheint dann naturgemäß vielen Journalisten und Journalistinnen die Deklaration eigener parteipolitischer Präferenzen. Die Fragestellung war für die vorliegende Studie dabei eine, die nicht als „Sonntagsfrage“ konkrete aktuelle Wahlabsichten ermittelt, sondern ob Politikjournalisten einer Partei „ganz allgemein gesprochen zuneigen“. In dieser Formulierung verweigern (nur) 14 % der Befragten die Auskunft. 31 % betonen Äquidistanz zu allen politischen Parteien. Die Übrigen geben deklarierte Präferenzen an: Am stärksten neigen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Politikressorts den *Grünen* zu (28 %), gefolgt von der *ÖVP* (17 %). Der *SPÖ* sehen sich ausdrücklich nur 5 % nahe, sonstige Parteien haben ebenso nur 5 % Zustimmung: In diesem Wert summieren sich auch *FPÖ* und *BZÖ* unter deren jeweils nach Bundesländern variierenden Bezeichnungen bzw. auch eventuell regionale politische Listen.

Abb. 4: Welcher Partei fühlen Sie sich am nächsten? Das heißt nicht, dass Sie diese Partei immer wählen, sondern nur, dass Sie ihr ganz allgemein gesprochener zuneigen. (n = 100)



Das Ergebnis mag auf den ersten Blick überraschen, liegt aber im bereits bekannten Trend der Befragung von Journalisten und Journalistinnen aller Ressorts und hat international Parallelen. Auch in Deutschland stehen Journalisten den *Grünen* überproportional nahe. Bei der Studie von Weischenberg/Malik/Scholl aus dem Jahr 2006 waren es dort unter allen Journalisten sogar knapp mehr als ein Drittel. Die deutschen Studien, die Fragen nach Parteipräferenzen der Journalisten schon 1993 erstmals gestellt hatten, und die aktuellen österreichischen Daten legen dazu einige Interpretationen nahe: Zwischen den (meist oppositionellen) *Grünen* und (Politik-)Journalisten gibt es häufiger Kongruenzen von grundsätzlichen Zielen der eigenen Arbeit und gesellschaftlichen Milieus. Sie sehen ihre Funktion jeweils stärker als Kritiker und Kontrolloren von Politik und Wirtschaft. Etablierte Proponenten beider Gruppen sind – oft gemeinsam – in den neuen Umweltschutz- und sozialen Bewegungen der Siebziger- und Achtzigerjahre politisch sozialisiert worden. Parallel nahm die Bindung der Jungen an die Großparteien *SPÖ* und *ÖVP* systematisch ab.

Das legt auch die Betrachtung nach Altersgruppen nahe: Bei den Befragten unter 40 Jahren erreichen die *Grünen* sogar mehr als ein Drittel Zustimmung. Eine ausdrückliche Nähe zur *SPÖ* mag unter den jüngeren Befragten kein Einziger der Befragten für sich festzustellen, zur *ÖVP* tendieren gerade einmal 8 %.

Über 40 Jahren sieht das anders aus: *Grüne* (20 %) und *ÖVP* (18 %) liegen praktisch gleichauf, die *SPÖ* bringt es hier auch auf einige Nennungen (10 %).

Im Geschlechtervergleich fällt vor allem auf, dass die Zustimmung zur *ÖVP* unter männlichen Journalisten deutlich stärker ist als bei Frauen. Als bemerkenswertes Datum ergibt sich im Quervergleich hiermit, dass Politikjournalisten und -journalistinnen, die sich einerseits zu beinahe zwei Dritteln selbst als links der Mitte einschätzen, andererseits nur ganz selten der Sozialdemokratie nahestehen. Wenn man die *Grünen* als „linke Partei“ versteht und ihre Sympathisanten addiert, so ergibt sich in Summe doch erst ein Drittel an Politikjournalisten, die eine Parteinähe zu *SPÖ* oder *Grünen* an sich selbst feststellen. „Freischwebende Linke“ seien dann wohl die Übrigen, beschreibt das *profil*-Chefredakteur Herbert Lackner in seinem Kommentar zu den Daten im Anschluss an dieses Kapitel.

Diese weltanschaulich linke, von *SPÖ* und *Grünen* aber tendenziell nicht zufrieden gestellte Gruppe von Politikjournalisten schenkt diesen beiden Parteien und deren Repräsentanten dann logischerweise besondere kritische Aufmerksamkeit auch in der Berichterstattung.

Vor allem Politiker der rechten und rechtspopulistischen Parteien wiederum interpretieren die Daten zu mehrheitlich linker Selbsteinschätzung von Journalisten und Journalistinnen aber naturgemäß gegenteilig und sich selbst als Opfer einer politisch konträr orientierten Publizistik. Journalisten seien Mitglieder einer „linken Jagdgesellschaft“, lautet seit vielen Jahren ein beliebtes Schlagwort in *FPÖ* und *BZÖ*. Vor allem investigative Berichte über Partei-Affären scheinen damit einfacher abzuwehren oder wenigstens besser für die eigene Klientel zu erklären zu sein. Jörg Haider hatte 2000 aus konkretem Anlass gemeint, solche Affären entstünden „in den kranken Gehirnen einiger Journalisten“.³

Der Topos der Diskreditierung von Recherche-Ergebnissen als bloßer Ausfluss persönlicher politischer Befindlichkeiten der Journalisten wird konsequent eingesetzt. Kärntens neuer Landeshauptmann Gerhard Dörfler etwa wettet vom Rednerpult gegen „Gutmenschen und linke Schreiberlinge“ in Österreichs Redaktionen, als sich bei einem Landesparteitag im Jänner 2010 das Kärntner *BZÖ* wieder zur „Freiheitlichen Partei“ rückbenennt.⁴

Dieses „traditionell schlechte bis katastrophale Verhältnis der *FPÖ* zu den Medien“ kennt auch Armin Wolf (2006: 60) als zum Thema forschender Politikwissenschaftler ebenso wie als bekannter *ORF*-Journalist. Der Konflikt sei auch generell Ausdruck einer „Polarisierung zwi-

3 Klenk, Florian (2000): Haider und die Datenräuber. In: Falter Nr. 44 vom 01. 11. 2000.

4 Siehe Kapeller, Lukas (2010): Kärntner Abwehrkampf gegen das freie Wort. In: der standard.at, http://derstandard.at/1263705403055/FPK-vs-Medien-Kaerntner-Abwehrkampf-gegen-das-freie-Wort?_seite=22&sap=2 vom 19. 01. 2010.

schen PolitikerInnen und JournalistInnen, die in den 1970er und 1980er Jahren begann“.

Diese Distanzierung verläuft auch parallel zu Niedergang und Ende der traditionellen Parteizeitungen. Deren summierte Gesamtauflage war 1955 in Österreich noch exakt genauso groß wie jene aller anderen Tageszeitungen (Kaltenbrunner 1993: 8), ging danach aber systematisch zurück. Nach Verkauf (1989) und Einstellung (1991) der *SPÖ-Arbeiter-Zeitung* verlor die Gattung ihren letzten bundesweit starken Vertreter vor zwei Jahrzehnten.

Ein neuer Typus von kritischem, demonstrativ parteiunabhängigem Politikjournalismus hatte sich erstmals nach Gründung des Nachrichtenmagazins *profil* (1970) in Österreich langsam, aber sichtbar etabliert. Parallel gewann der Boulevardjournalismus an Bedeutung und Reichweite. Ein neues Selbstverständnis mit klarerer Abgrenzung persönlicher Parteisympathien oder -zugehörigkeiten von professioneller Medienberichterstattung wuchs in vielen Redaktionen. Parteiloyalitäten als frühere Leitplanken journalistischen Handelns verloren an Bedeutung. Die stärkere „Polarisierung“ von Parteien und Politikern vis-à-vis von Medien und Politikberichterstatteern kann sohin auch als Ergebnis einer Emanzipation hin zu einer größeren Autonomie des Systems Journalismus gegenüber dem System Politik gesehen werden und als Folge einer Professionalisierung der politischen Kommunikationsbeziehungen auf beiden Seiten.

Das ist auch für das Publikum erkennbar. An nur einem Beispiel: Die damals viel beachteten *Runden der Chefredakteure* im ORF-Fernsehen der 1960er-Jahre waren besetzt mit Teilnehmern wie dem konservativ-katholischen Otto Schulmeister (*Die Presse*), dem späteren SPÖ-Gesundheitsminister Franz Kreuzer (*Arbeiter-Zeitung*) oder dem seinerzeitigen WDU/FPÖ-Mitbegründer Viktor Reimann (*Kronen Zeitung*). Es waren politische Diskussionen von Journalisten, deren Parteinähen oder -mitgliedschaften für einen Großteil der TV-Zuseher kein Geheimnis waren. Bei heutigen *ORF-Pressesunden* oder den sporadisch ebenfalls wieder durchgeführten *Runden der Chefredakteure* ist das keineswegs mehr der Fall.

Nicht parteipolitische Präferenzen definieren eben die Politikberichterstattung, sondern ein komplexes System von „Kommunikationsorientierungen von Macht- und Medieneliten in Österreich“ (Plasser/Lengauer 2010: 53–100). Plasser charakterisierte das 2004 als einen „graduellen Wandel von einer institutionell verankerten Parteien- zu einer an Aufmerksamkeitsregeln und Nachrichtenfaktoren orientierten Mediendemokratie“ (Plasser 2004: 30). Die Erosion der Parteibin-

dungen österreichischer Journalisten und Journalistinnen ist dabei ein Indikator dieser Veränderungen der politischen Kommunikationskultur Österreichs. Plasser/Lengauer (2010: 96) stellen weiter „erhöhten medialen Druck auf die Politik und umgekehrt verstärkten politischen Druck auf die Medien“ fest.

Dieses Beziehungsgeflecht – wer dominiert wen zu welchen Konditionen und mit welchen Rahmenbedingungen – war in den vergangenen zwei Jahrzehnten umfangreich Thema medien-, kommunikations- und politikwissenschaftlicher Forschung (siehe Plasser/Ullrich 2004, Lengauer/Pallaver/Pig 2004, Pfetsch/Maurer 2008). Die frühen Dominanz-Theorien – etwa jene unter dem Schlagwort „Amerikanisierung“, wonach Politik und Politiker immer mehr den medialen, vor allem audiovisuellen Präsenzbedingungen zu gehorchen hätten – wurden meist abgelöst durch die Analyse von Abhängigkeiten. Saxer (1981 und 1983) analysierte das schon frühzeitig als „prozessurale Interdependenzen“ der Systeme Medien und Politik, Jarren und Donges (2006) beschreiben es als Interaktionen und „Tauschbeziehungen“ zwischen Politikern, Journalisten und dem politischen PR-Personal. Diese Beziehungen und Abhängigkeiten sind umso dichter, wenn „Macht- und Medieneliten“ nicht allzu groß sind, in ganz Österreich nur rund 340 Journalisten und Journalistinnen hauptberuflich ihren Arbeitsschwerpunkt bei Politikthemen haben und mehr als die Hälfte von ihnen in Wien tätig ist, genauer: auf nicht einmal drei Quadratkilometern in der Wiener Innenstadt zusammentrifft. Politikjournalisten sind mit ihren professionellen Absichten einerseits und persönlichen Befindlichkeiten andererseits eingebunden in ein überschaubares, kleinstaatliches und in seiner Eigentümerschaft hoch konzentriertes Mediensystem. Die Verteilung konkreter Medienmacht auf wenige reduziert die Chance auf gelebten Meinungspluralismus und die konkreten beruflichen Optionen der Journalisten und Journalistinnen selbst.

In Österreich hat Medienpolitik im Printbereich „Kartelle (fast) ohne Kontrolle“ (Kaltenbrunner 2006: 130) zugelassen, „war bei der Einführung eines dualen Rundfunk- und TV-Systems erst nach Höchstgerichtsurteilen als europäischer Nachzügler „allenfalls reaktiv“ (Steinmaurer 2002: 50). In Österreich erreicht die Boulevardpresse einen weit höheren und die Qualitätspresse einen viel geringeren Marktanteil bei den Auflagen als etwa in Deutschland und der Schweiz (Udrich/Lucht 2009: 27). Unter diesen engen Marktbedingungen kommt der Frage nach den „Leitmedien“ des politischen Diskurses noch größere Bedeutung zu als in Staaten mit mehr Medienpluralismus. Lengauer (2007: 111) beschreibt in seiner vergleichenden Arbeit zur „postmodernen Nachrichtenlogik“

in deutschen und österreichischen Leitmedien ganz pragmatisch die Kriterien, nach denen diese definiert werden können: natürlich einerseits nach messbaren wie Auflage und Einschaltziffern. Ebenso sind aber qualitativ-journalistische Maßstäbe zu diskutieren, sind Leitmedien eben mediale Leuchttürme, an denen sich politischer Diskurs orientieren kann. Mit den Analysen der an Reichweite stärksten nationalen Medien, in Österreich von *Kronen Zeitung* und *ORF*, lässt sich dann jeweils vieles im Beziehungsgeflecht von Politik und Medien illustrieren. Was aber denken Österreichs Politikjournalisten selbst, wer die Themen setzt und den Ton für politische Diskussionen im Land vorgibt?

3. Die Leitmedien des Politikdiskurses

Nur ganz wenigen Medien wird schon im Alltagsdiskurs in Österreich spontan meinungsbildende Bedeutung beigemessen. Zugespitzt formuliert: *Kronen Zeitung* und *ORF* sind Averse und Reverse der Pluralismus-Fiktion des österreichischen Mediensystems.

Hier die *Kronen Zeitung*, die (gemessen an nationaler Reichweite) weltgrößte Tageszeitung mit knapp drei Millionen regelmäßigen Lesern und Leserinnen. Bis zu seinem Tod im Juni 2010 führte der dann fast 90-jährige Herausgeber und Hälfte-Eigentümer Hans Dichand die Geschäfte und wurde nie müde zu betonen, dass ihm Interesse an politischer Macht fremd sei. Dabei hatte er gerade in seinem letzten Lebensjahrzehnt seine ganz persönlichen politischen Präferenzen, Sympathien und Antipathien stärker denn je deklariert. Und bevorzugte Kandidatinnen und Kandidaten in Wahlkämpfen offensiv unterstützt.

Dort der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der immer noch mehr als ein Drittel aller TV-Zuseher und drei Viertel aller Radiohörer national erreicht. Über Jahrzehnte hatten sich die Interessen der Großparteien *ÖVP* und *SPÖ* in einer Art staatsmonopolistischen Fatalismus getroffen, der suggerierte, Qualität im audiovisuellen Medienmarkt wäre kleinstaatlich nur mit möglichst wenig (privater) Konkurrenz überhaupt zu gewährleisten. Die theoretisch verordnete öffentlich-rechtliche Binnenvielfalt im *ORF* wäre deswegen in logischer Folge unter Politikkontrolle zu stellen. Notorisch problematisch sind die Diskussionen um Besetzung des *ORF*-Stiftungsrates (früher: Kuratorium), der seinerseits die Generaldirektion (früher: Generalintendanz) bestimmt. Von Kämpfen und Krämpfen über mehr als ein Jahr war die *SPÖ*-*ÖVP*-Regierungskoalition geschüttelt, ehe im Juni 2010 ein neues *ORF*-Gesetz beschlossen wurde. Auch eine neue, „weisungsfreie“ Medienbehörde von fünf Juristen wird darin eingeführt – nach langwierigen Verhandlungen mit der Opposition brachte *FPÖ*-Zustimmung die dafür notwendige Zweidrittelmehrheit.

Eine Voraussetzung für die ÖVP-Zustimmung zum ORF-Gesetz sei die Neubesetzung der Position des Finanzdirektors gewesen, kommentierten die Medienredakteure der Zeitungen unisono, ein Preis für FPÖ-Unterstützung dann wohl personelle Zugeständnisse für anstehende Postenvergaben im ORF.

Wie einerseits die *Kronen Zeitung* versucht, sich politische Macht zu arrogieren, und andererseits Politik sich müht, Kontrolle über den ORF nicht zu verlieren – das sind unzweifelhaft Leitmotive realer Politik von Medien und für Medien in Österreich. Alltagswahrnehmung ebenso wie die – in Österreich spärliche – Forschungsarbeit zu Medienpolitik, aber auch Medienwirkung im Politikkontext suggerieren:

Die *Kronen Zeitung* ist Leitmedium mit Zugriff *auf* Politik. Der ORF ist Leitmedium mit Zugriff *von* Politik.

Österreichs Politikjournalisten und -journalistinnen schätzen die Möglichkeiten der *Kronen Zeitung*, „die politische Tagesordnung in Österreich zu beeinflussen“, entsprechend und fast unisono enorm groß ein. 78 % sagen, die *Kronen Zeitung* könne das „sehr stark“, 20 % sagen, „eher stark“.

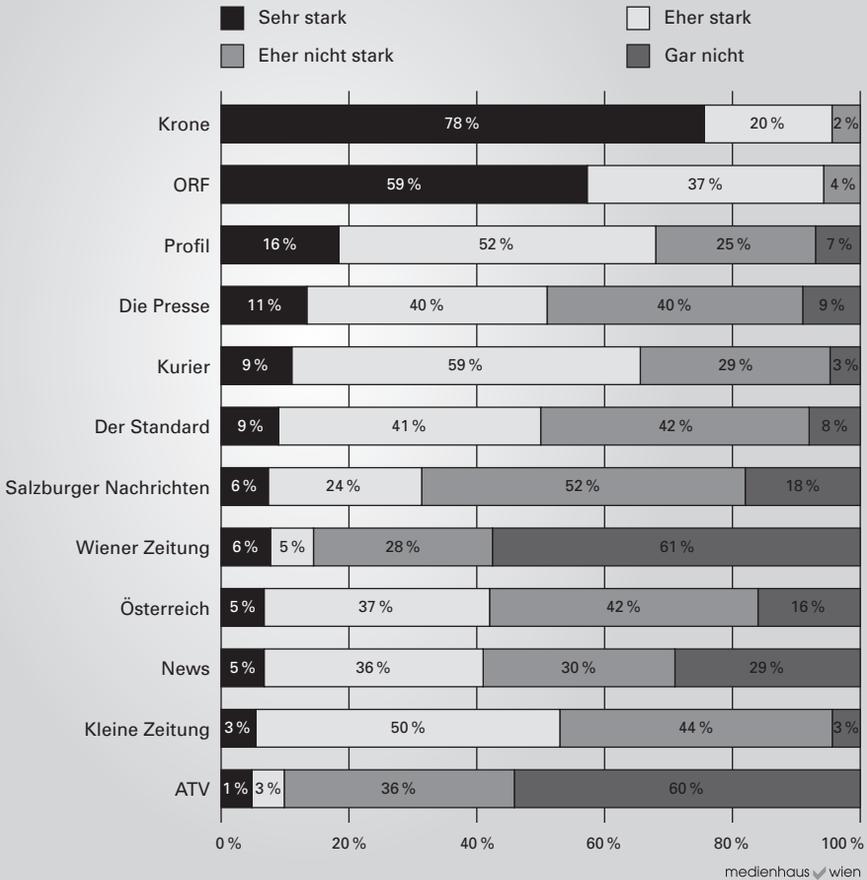
Etwas dahinter rangiert in der Einschätzung der Kollegen und Kolleginnen der ORF, mit einigem Abstand gefolgt von jenen Printmedien, die in Österreich meist in die Kategorie der überregionalen Qualitätszeitungen (*profil*, *Die Presse*, *Der Standard*) oder als Midmarket-Paper (*Kurier*) eingeordnet werden.

Diese sechs Medien sind jene, von denen mehr als die Hälfte der Politikjournalisten und -journalistinnen überzeugt sind, dass sie eben Politik und deren Themen tatsächlich überregional relevant beeinflussen können. Die *Kleine Zeitung* hat zwar als Regionalzeitung nur wenige Nennungen in der Kategorie „sehr stark“, aber viele Politikjournalisten denken dennoch, dass sie Einfluss nehmen kann – das berücksichtigt wohl die starke Leadership-Position der *Kleinen* in der Steiermark und in Kärnten.

Abgefragt wurden nur die in der Tabelle aufgeführten überregionalen Medien, die *Kleine Zeitung* wurde zusätzlich in die Liste aufgenommen, um mit ihr auch die an Reichweite zweitgrößte Tageszeitung Österreichs zu berücksichtigen, obwohl ihre Auflagen fast nur durch die Verbreitung in zwei Bundesländern zustande kommen. Die *Salzburger Nachrichten* wurden aufgrund ihrer überregionalen Bedeutung und Ausrichtung der Politikberichterstattung mit großem Wien-Büro und eigener Österreichausgabe ebenfalls in die Liste integriert.

Die Politikjournalisten und -journalistinnen orientieren sich bei ihrer Einschätzung der realen Beeinflussung der politischen Agenda durch Medien also offensichtlich ebenfalls an der Reichweite – aber eben nicht

Abb. 5: Was glauben Sie, wie stark die folgenden Medien die politische Tagesordnung in Österreich beeinflussen? (n = 100)



nur. Das auflagenstärkere *News* etwa rangiert in der Einschätzung der Kollegen und Kolleginnen deutlich hinter *profil*. Die jüngste, aber vor allem im Osten des Landes bereits weit verbreitete Tageszeitung *Österreich* bleibt weit hinter *Presse*, *Kurier* und *Standard* zurück. An die Sonderstellung der *Kronen Zeitung* konnte das durchaus auch boulevardesk-populistisch angelegte neue *Österreich* jedenfalls bis zum Tod des dominanten *Krone*-Herausgebers Dichand nie herankommen.

Pronounced Politikpositionierung andererseits verleiht alleine auch noch keine Relevanz: Der *Wiener Zeitung* wird kaum Bedeutung für

politische Themensetzung zugesprochen – obwohl zum Zeitpunkt der Befragung (2009) noch vom damaligen Chefredakteur Andreas Unterberger eine für ein Blatt im Eigentum der Republik überraschende und auffällig rechtskonservative Kommentarlinie forciert wurde. Wenn Reichweite als Resonanzkörper fehlt, so eine mögliche Interpretation, verschaffen auch verblüffend grelle Töne im Politikteil nicht mehr Einfluss im konkreten Politikbetrieb.

4. (Selbst-)Reflexion im Beziehungsgeflecht Medien und Politik

Auch die in Österreich wenig institutionalisierte Auseinandersetzung der Branche mit sich selbst wird thematisch von *Kronen Zeitung* und *ORF* beherrscht.

Eine der aufgeregtesten Debatten dieser Art beginnt im März 2010 mit einem Manipulationsvorwurf der *FPÖ* an einen Redakteur der *ORF*-Sendereihe *Am Schauplatz*: Der *ORF*-Journalist soll zwei Skinheads dazu aufgefordert (und sie mit bei *ORF*-Dokumentationen angeblich üblicher Abgeltung von Persönlichkeitsrechten finanziert) haben, damit sie am Rande einer Veranstaltung mit dem *FPÖ*-Vorsitzenden Heinz-Christian Strache mit Hitlergruß auftreten. Eine Behauptung, die von Strache selbst aufgestellt, vom Journalisten dementiert und danach in vielen Facetten zweifelhafter Beweiswürdigungen auf Politik- und Medienseiten ebenso wie in Rundfunk und Fernsehen abgehandelt wurde. Von der Staatsanwaltschaft wurde *ORF*-Rohmaterial für Ermittlungen verlangt. Das wiederum wurde als „gravierender Anschlag auf das Redaktionsgeheimnis und damit die Medienfreiheit“ vom *ORF*-Redakteursrat scharf kritisiert.⁵

Mediensprecher und weitere Mandatäre von *ÖVP*, *Grünen* und *SPÖ* mischten sich in die Diskussion mit Vehemenz ein. Die Frage, welche Vereinbarungen genau mit zwei jungen, einigermmaßen unbedarften, vermutlich rechtsextremen Jugendlichen und einem *ORF*-Mitarbeiter für eine politische Dokumentation getroffen wurden, war alsbald selbst ein Politikum.

Fragen nach ethischem Handeln im Politikjournalismus, der Rolle und den Beziehungen von *ORF*-Journalisten und Parteipolitikern wurden an diesem Exempel mit einer Verve diskutiert, die das Thema als zentrale Frage zur Zukunft des *ORF*, ja, der Qualität der politischen Kommunikation in Österreich schlechthin erscheinen ließ.

⁵ Siehe: Neonazi-Affäre im ORF: Protest gegen Polizei. In: diepresse.com: diepresse.com/home/politik/innenpolitik/546688/index.do?from=suche.intern.portal vom 16. 03. 2010; Strache vs. ORF: Anschlag auf die Medienfreiheit. In: derstandard.at: <http://derstandard.at/1268700664147/Am-Schauplatz-Skinheads-Strache-vs-ORF-Anschlag-auf-die-Medienfreiheit> vom 16. 03. 2010.

Etwa gleichzeitig, im März 2010, beschäftigt der *Kronen-Zeitung*-Herausgeber die Politikjournalisten des Landes noch nachhaltiger. Er schafft es, binnen weniger Tage eine Wahlempfehlung für die Präsidentschaftskandidatin der FPÖ, die „mutige Mutter“ Barbara Rosenkranz (1. März), abzugeben, nach deren Kritik am *NS-Verbotsgesetz* zu verlangen, dass sie sich „von allen nationalsozialistischen Gedanken eidesstattlich distanziert“ (5. März), weil sie sonst ungeeignet für das höchste Staatsamt sei, und selbige FPÖ-Mandatarin dann doch wieder als wählbar zu empfehlen (9. März), weil sie klar „auf Distanz zu Nationalsozialismus“ sei. Zum Nachweis hatte Rosenkranz die von der Zeitung geforderte Erklärung unter Anwesenheit eines Notars abgegeben und „mit vorzüglicher Hochachtung“ an den *Kronen-Zeitung*-Chefredakteur übermittelt.

In einem Punkt unterscheiden sich die öffentlichen politischen Diskussionen zu diesen beiden Frühjahrsaufregern des Jahres 2010 wesentlich: Der Verdacht eines Manipulationsversuchs eines *ORF*-Redakteurs für eine kurze Sequenz in einer – einzigen – *ORF*-Dokumentation rief Politiker und Politikerinnen aller Couleurs zu Analyse, Kritik und Deutung der Recherchetechniken von Politikjournalismus auf den Plan. Eine Auseinandersetzung derselben Politiker und Politikerinnen mit der politischen Kampagne der *Kronen Zeitung* zugunsten einer Präsidentschaftskandidatin war fast vollständig ausgeblieben.

Es kann nicht daran liegen, dass die Boulevardzeitung von Mandatären, ganz anders als von Journalisten, als politisch irrelevant gesehen würde. Es liegt wohl am Gegenteil. Bei der Befragung politischer Eliten nach der Bedeutung einzelner Medien (Plasser/Lengauer 2010: 93) billigen 86 % der befragten Politiker und Politikerinnen der *Kronen Zeitung* ebenfalls „starken“ oder „sehr starken“ Einfluss zu, 85 % dem *ORF*-Fernsehen.

Die Angst der Politik vor der *Kronen Zeitung* und ihrem Herausgeber gab diesen nicht nur selbstverständliche Medien-, sondern auch gar nicht so selbstverständliche politische Narrenfreiheit. Eine „Schande“ nennt das Hans Rauscher, Kolumnist des *Standards*: „Sie wird nicht enden, solange schwache Politiker glauben, dass Beschwichtigung gegen rücksichtslose Autokraten hilft.“⁶

Hans Dichand, der sich selbst kokett stets nur „Im Vorhof der Macht“ sah (Dichand 1996), machte seit 2008 keinen Hehl mehr daraus, dass er eigentlich schon sehr lange in den Partei- und anderen politischen Machtzentralen gesessen war, um den temporär Mächtigen mal ta-

⁶ Rauscher, Hans (2010): Auf Zuruf. In: Der Standard vom 09. 03. 2010.

delnd, mal wohlwollend die Hand auf die Schulter zu legen. Die kamen und gingen. Die *Kronen Zeitung* und ihr Herausgeber blieben aktiv. Hohen Symbolwert hatte 2008 jener persönliche Brief, den Alfred Gusenbauer als bald danach scheidender Bundeskanzler und Werner Faymann als Verkehrsminister und neuer *SPÖ*-Chef im Sommer an Dichand sandten. Sie thematisierten im neuen Gleichklang mit der *Kronen Zeitung* „das Unbehagen mit der EU“. Faymann wurde kurz darauf als *SPÖ*-Kanzlerkandidat von der *Kronen Zeitung* massiv unterstützt.

Im darauffolgenden Jahr 2009 trug die Unterstützung der *Kronen Zeitung* wesentlich zum Wahlerfolg des Kandidaten Hans Peter Martin und seiner Liste bei den Europawahlen bei. Martin hatte ja auch als Kolumnist des Blattes schon lange ein eigenes Forum dort bekommen. Relevante Wirkungszusammenhänge konnten Fritz Plasser und Peter A. Ulram schon bei den Befragungen am Wahltag messen: „70 % der Wähler von Hans Peter Martin sind Leser der *Kronen Zeitung*“ (Ulram/Plasser 2009: 22). Unter *ÖVP*-Wählern und -Wählerinnen waren es bei der Wahl zum EU-Parlament, zum Vergleich, nur 30 %.

Barbara Rosenkranz, die schon 2006 als einzige österreichische Nationalratsabgeordnete – im Gleichklang mit der *Kronen-Zeitung*-Kommentierung – gegen den Vertrag von Lissabon gestimmt hatte, wurde schließlich 2010 als Präsidentschaftskandidatin unterstützt.

„Mit 87 hatte Hans Dichand einen Kanzler gemacht, jetzt, im 90. Lebensjahr, arbeitete er am ganz großen Projekt: Die *Krone* macht auch Präsidenten“, fasst Herbert Lackner zusammen.⁷ Eine „unbezahlbare Wahlwerbung der *Krone*“ nennt das der Chefredakteur des *Kurier* Christoph Kotanko.⁸ Rosenkranz sei eben „Wunschkandidatin des greisen Verlegers des Boulevardblattes“⁹, erklären Auslandskorrespondenten wie *NZZ*-Redaktor Charles Ritterband der Welt, wer in Österreich politisch kampagnefähig ist. Der kritische Diskurs über aktuelle Machtphantasien der *Kronen Zeitung* bleibt (Konkurrenz-)Medien und Politikjournalisten und -journalistinnen überlassen.

Auch als nur drei Tage nach Hans Dichands Tod und noch vor dessen Begräbnis bereits im *ORF* zu den wirtschaftlichen und politischen Perspektiven des Blattes im Konflikt der Familie Dichand mit der *WAZ* diskutiert wurde, waren die Gäste samt und sonders Journalisten. Politiker enthielten sich weitgehend der Kommentierung der problematischen, politischen Rolle der *Kronen Zeitung*, gleichermaßen im Wahlkampf wie in den Kondolenz-Adressen. Kanzler Faymann würdigte den

7 In: profil 10/2010 vom 08. 03. 2010.

8 In: Kurier vom 09. 03. 2010.

9 In: Neue Zürcher Zeitung vom 14. 03. 2010.

„benedeten Blattmacher“, Vizkanzler Pröll den „herausragendsten Zeitungsmacher“. (Kronen Zeitung, 18. Juni 2010). Es mag als Ironie des Schicksals gelten, dass just an dessen Todestag im Parlament über das neue ORF-Gesetz final diskutiert und abgestimmt wurde.

Hier also politische Macht, die unmittelbar von einem großen Medium und dessen Herausgeber ausgeht.

Dort ein großes Medium, das reale, politische Macht permanent zu spüren bekommt.

Im Beziehungsgeflecht Politik und Journalismus, so zeigen die Selbsteinschätzungen und Kommentierungen der Branche, verschieben sich die Kräfte-Parallelogramme beim politischen Agenda-Setting systematisch weiter zugunsten der *Kronen Zeitung*.

Der Schweizer Soziologe und eher kulturpessimistische Medientheoretiker Kurt Imhof (2008) sieht Boulevardisierung und Kampagnisierung allerorten als logische Folge von Zerfall der Parteimilieus, begleitet von der „Entbettung der Medien von ihren sozialen Bindungen“. Er resümiert: „Es siegt der eventorientierte Rudeljournalismus über den Ressortjournalismus sowie die Boulevardisierung über die Qualität, während der klassische politisch-publizistische Konflikt um die Ursachen und Folgen von Ereignissen durch gleichgerichtete Medienkampagnen erstickt wird. Dies begünstigt die populistischen Protestparteien gegenüber den Volksparteien und zwingt Letztere zu Anpassungen ihrer Öffentlichkeitsarbeit und ihrer Personalauswahl“ (Imhof 2008: 7).

Was bin ich? – mögen sich dann nicht nur die Politikjournalisten und -journalistinnen von Boulevardmedien fragen: ein „Söldner“ gar, wie Kolumnistin Elfriede Hammerl (2009) von manchen ihrer Kollegen meint, die wechselhafte Linien einzelner Herausgeber- oder Eigentümergruppen allzu alert vertreten? Gefordert von Stakeholder-Interessen und eigenen Überzeugungen, zwischen politischen Zwängen und publizistischen Zielen führt die Selbstreflexion über ihr journalistisches Dasein für viele Politikjournalisten und -journalistinnen zur Titelfrage eines populär-philosophischen Bestsellers: „Wer bin ich – und wenn ja, wie viele?“

5. „Kronifizierung“ von Politik: Eine Zeitung als Quasi-Partei

Plasser/Lengauer (2010: 93) waren bei ihren Befragungen von Politik- und Medieneliten, bei der vor allem leitende Journalisten sowie Chefredakteure stark vertreten waren, zu sehr ähnlichen Ergebnissen zur Relevanz von *Kronen Zeitung* und *ORF* gekommen wie die vorliegende Repräsentativbefragung von Politikjournalisten und -journalistinnen, in der nach Einzelmedien detaillierter abgefragt wurde.

Macht und Mechanismen der *Kronen Zeitung* werden seit längerem

in Arbeiten wissenschaftlich analysiert (siehe z.B. Weber 1995, Bruck 1991, Bruck/Stocker 1996). Ihre politische Kampagnenfähigkeit wurde am Beispiel ihres einst prominentesten Kolumnisten „Staberl“, Richard Nimmerrichter, sogar schon in den 1970er-Jahren kritisch zusammengefasst (Arbeitsgemeinschaft für sozialwissenschaftliche Publizistik 1977). Die *Krone* hatte schon Anfang der 1970er-Jahre nach Übernahme und Einstellung des Boulevard-Konkurrenten *Express* die Marktführung erobert und nie wieder verloren. Zuletzt hielt sie – laut *Media-Analyse* 2009 – bei international einzigartigen 40,4 % nationaler Reichweite bei den Über-14-Jährigen, in absoluten Zahlen: 2,85 Millionen Leser und Leserinnen. Das sind fast exakt gleich viele wie die Summe aller Leser und Leserinnen der fünf dahinterliegenden Kauftageszeitungen (*Kleine Zeitung, Österreich, Kurier, Standard, Oberösterreichische Nachrichten*).

Auch für die hauptberuflichen Medienkritiker der Branche selbst ist diese vor allem in Ostösterreich marktbeherrschende *Kronen Zeitung* zwangsläufig ein zentrales Thema ihrer Kolumnen und Analysen des Medien-Politik-Beziehungsgeflechts, zusammengefasst etwa bei Günther Traxler (2001 und 2008) oder vielfach bei dem Medienredakteur des *Standard*, Harald Fidler (1999, 2004 und 2008).

Eine wesentliche Ursache für den Erfolg der *Kronen Zeitung* wird in der Forschung etwa als „explizite und implizite kultivierende Wirkung der *Kronen Zeitung*“ analysiert (Arendt 2009). Publizistisch-polemisch zugespitzt erschließt sich die These schneller. „Dichand hat einen besonderen Geruchssinn für Massenausdünstungen“, beschrieb der frühere *ORF*-Generalintendant Gerd Bacher das Gespür des Herausgebers der *Kronen Zeitung* für mehrheitsfähige Urteile und Vorurteile.¹⁰ „Die Massen lesen die *Kronen Zeitung*. Das heißt, sie hören sich selber beim Denken zu“, formuliert es die Literatur-Nobelpreisträgerin Elfriede Jelinek, und weiter: „Sie freuen sich, dass es welche gibt, die sagen, was sie immer schon gesagt haben, nur besser, schneller, schwärzer.“¹¹ In dieser knappen Zuschreibung wäre dann die *Kronen Zeitung*, der von praktisch allen Politikjournalisten und -journalistinnen die größte mediale Fähigkeit zur „Beeinflussung der politischen Tagesordnung“ zugesprochen wird, vorrangig Kondensator in Österreich bereits bestehender, mehrheitsfähiger Urteile und Vorurteile und deren Verstärker durch massenhaften Vertrieb. Die Zeitung und ihr Publikum motivieren einander gegenseitig.

¹⁰ Gerd Bacher, zit. nach Barth, Josef/Bauer, Gernot/Lackner, Herbert (2009): Ein Herz und eine Krone. In: profil 16/2009 vom 05. 05. 2009.

¹¹ Elfriede Jelinek, zit. nach Süddeutsche Zeitung vom 09. 03. 2002.

Wenn die Zeitung dann bestimmte Politiker und Parteien massiv fördert, dann geschieht das mit dem Charakter von Wahlkämpfen und klassischer politischer Werbung. Sie wird selbst zur Quasi-Partei, die ihre populistisch-politische Legitimation eben von der Vielzahl ihres Publikums und dessen breiter Zustimmung ableitet. Der Leserbriefseite, die der Herausgeber selbst kontrolliert und redigiert, wird auch deswegen besondere Aufmerksamkeit geschenkt.

Systemkenner an den Schnittstellen von Politik und Medien, wie Josef Kalina, der als *Kronen-Zeitung*-Journalist und Geschäftsführer der *Mediaprint*-Gratiszeitungen ebenso tätig war wie als Pressesprecher von Bundeskanzler Viktor Klima und als *SPÖ*-Bundesgeschäftsführer, ziehen die konsequente Schlussfolgerung: „Wenn man Mehrheiten anstrebt, ist es sehr schwer, das gegen die *Krone* zu tun.“¹² Jene Politiker und Politikerinnen, die sich nicht mit der *Kronen Zeitung* „arrangiert haben“, müssten einen „Preis“ zahlen, meint der frühere *ÖVP*-Obmann und Vizekanzler Erhard Busek, „auch bei den eigenen Parteileuten, weil es dann die Meinung gibt, gegen die *Kronen Zeitung* kann man eigentlich nicht bestehen“. Busek, gegen den vom Boulevardblatt während seiner politischen Amtszeit kontinuierlich polemisiert wurde, erklärt das danach, im Jahr 2002, in einer viel diskutierten TV-Dokumentation über die *Kronen Zeitung*.¹³

Diese Sendung als Produktion des deutsch-französischen Kultursenders *ARTE* wurde selbst zum medienpolitischen Diskussionsthema. Die *Kronen Zeitung* strich umgehend die Programmankündigung für *ARTE* aus seinen TV-Seiten. Im *ORF* wurde die sehr professionell gemachte Dokumentation trotz Urgezen, sogar aus dem Publikumsrat der öffentlich-rechtlichen Anstalt selbst, nie ausgestrahlt. Erst 2005 wurde sie schließlich auch in Österreich gezeigt – im Privatsender *ATV*. Wenn aber selbst das zweite große Leitmedium des Landes, der *ORF*, größte Probleme beim gelassenen, professionellen Umgang mit der *Kronen Zeitung* hat, ja allenfalls sogar Angst, sich in Diskussionen mit dieser überhaupt einzulassen, sind die Probleme auch anderer Medien umso verständlicher. Gerade Politikjournalisten und -journalistinnen bringt die Sonderstellung des größten Boulevardblattes in eine permanente publizistische Zwickmühle: Wie ist in der professionellen Berichterstattung mit einem Medium umzugehen, das – nach Einschätzung aller – die politische Tagesordnung am stärksten beeinflussen kann, aber gleichzeitig vom Nachrichtenwert für wenig relevant für die eigene Arbeit gehalten

¹² Josef Kalina im Interview mit Völker, Michael (2009): Die lesen gar keine andere Zeitung. In: *Der Standard* vom 30. 06. 2009.

¹³ Borgers, Nathalie (2002).

wird? Lässt sich eine solche Zeitung dann sachlich zitieren, als Agenda-Setter dennoch ignorieren oder besser auf einer Meta-Ebene ihre Rolle für politische Tageskommunikation thematisieren, analysieren und kritisieren – und damit erst recht aufwerten? „Die *Kronen Zeitung* hat deshalb so viel Macht, weil sie ihr von allen attestiert wird“, beschreibt der *Standard*-Gründer und Herausgeber Oscar Bronner¹⁴ diese Doppelmühle, derentwegen Politikjournalisten und -journalistinnen sowie Verleger, scheint's, grundsätzlich verlieren, gerade wenn die *Kronen Zeitung* politische Kampagnen organisiert und ihr Herausgeber persönliche Gunst mit reichweitenstarken publizistischen Folgen verteilt oder entzieht. Wenn in der Analyse der Interdependenzen im Beziehungsgeflecht Politik und Politikjournalismus die integralen Elemente der „Mediatisierung“ der Politik verknüpft und vereinfacht so verstanden werden, dass sich „politische Akteure in besonderem Maße nach den Spielregeln der Medien richten“ (Fengler/Vestring 2009: 37), so müsste für Österreich von einer „Kronifizierung“ der Politik gesprochen werden: Das Massenblatt dominiert die Themen, Bedingungen und Aufmerksamkeitszyklen für politische Diskussionen.

Jahrelange Spekulationen, das „alternde“ Blatt mit seinem graisen Herausgeber werde systematisch Relevanz, Reichweite und seine Rolle als Leitmedium verlieren, sind durch Daten und Taten nicht zu belegen. Ob und wie sich die Bedeutung für den politischen Diskurs nach Dichands Ableben, in einem erwarteten Übernahmekonflikt zwischen seinen Erben und der WAZ-Gruppe verändert, bleibt abzuwarten. Das System *Kronen Zeitung* wirkt auch ohne seinen Gründer durchaus stabil. Halbwegs gut gebettet auf einem Reichweiten-Polster, der auch harte Grundlagen durch Wirtschaftskrise und zuletzt rasch schwindende Renditen jedenfalls auf einige Zeit verschmerzen lässt.

Eher hat der *ORF*, wie eingangs beschrieben, als der zweite wesentliche Agenda-Setter im Verhältnis an Bedeutung verloren – und damit auch weniger Gewicht als öffentlich-rechtliches Korrektivpotenzial gegenüber Boulevard-Kampagnenjournalismus. Vor allem dessen beide TV-Programme erleben auch eine systematische Erosion der Reichweiten: Der Marktanteil von *ORF1* und *ORF2* unter allen TV-Zusehern betrug im Jahr 2009 bei den Über-12-Jährigen 39,1 %. Ein Jahrzehnt zuvor hatten noch rund die Hälfte aller Österreicher und Österreicherinnen, die ihren Fernseher aufdrehten, dabei *ORF* vor Augen. An besonders zuschauerstarken Tagen wie etwa dem 14. März 2010, nach den Gemeinderatswahlen in Niederösterreich, Tirol und Vorarlberg, schalten

¹⁴ Oscar Bronner, zit. nach Ankowitsch, Christian (2003): Mit Gott für Viecherl und Vaterland. In: Die Zeit 25/03 vom 12. 06. 2003.

sich dann bei der *ZiB* auf *ORF2* um 19.30 noch knapp 1,2 Millionen Menschen zu, rund jeder sechste Österreicher über zwölf Jahren. Mehr als doppelt so viele haben am folgenden Tag eine *Kronen Zeitung* gelesen.

Folgen wir den Überlegungen zu Wirkungsmodellen des (politischen) Agenda-Settings (siehe z.B. Rössler 1997), so kommt „Awareness“, was denn nun ein Thema ist – also etwa rund um Wahlen –, und „Saliency“, wer oder was dann tatsächliche perzeptuelle Prominenz verdient, mehr denn je von der *Kronen Zeitung*.

Vor allem die Politikjournalisten und -journalistinnen der Qualitätsmedien *Presse* und *Standard* üben dann regelmäßig Kritik an jenen Politikern, die sich an der *Kronen Zeitung* offensichtlich orientieren, anlehnen oder gar anbiedern. „Die gegenwärtige österreichische Politik macht sich mit dem Versuch lächerlich, das, was ihr vom Boulevard gegen das brüchige Versprechen des Machterhalts abverlangt wird, wie Politik aussehen zu lassen“¹⁵, konstatiert *Presse*-Chefredakteur Michael Fleischhacker, „Wer sich dem *Krone*-Diktat unterwirft, darf sich nicht über Konsequenzen wundern“¹⁶, hat *Standard*-Chefredakteurin Alexandra Förderl-Schmid wenig Mitgefühl mit Politik unter Boulevard-Druck, als Herausgeber Hans Dichand im Interview mit der TV-Beilage *Live* des eigenen Blattes trotz der vielen vorherigen Zugeständnisse von Kanzler Werner Faymann plötzlich Lobeshymnen auf den *ÖVP*-Vizekanzler Josef Pröll und dessen Onkel, den niederösterreichischen Landeshauptmann Erwin Pröll, als möglichen Präsidentschaftskandidaten anstimmt: „Beide Prölls an die Spitze.“¹⁷ Erst weil die *ÖVP* Erwin Pröll nicht nominierte, hob Dichand die *FPÖ*-Kandidatin Rosenkranz prominent in die Zeitungsspalten.

Einzig der amtierende Bundespräsident als Wahlwerber selbst und seine Berater stellten sich dem Druck des Blattes entgegen. Mit kritischen Worten bei Wahlkampfauftritten, aber auch in der Werbestrategie: Die *Kronen Zeitung*, gewohnt, von Bundesministerien und Bundeskanzleramt am stärksten mit Inseraten bedacht zu werden, erhielt 2010 keine einzige Buchung von Heinz Fischers Wahlkomitee. Das reichweitenstärkste Medium des Landes wurde damit de facto als konkurrierende wahlwerbende Partei und nicht mehr als normale Zeitung behandelt.

Was die *Kronen Zeitung* weltanschaulich bezweckt, entzieht sich alsbald den üblichen medien- oder politikwissenschaftlichen Analysen.

¹⁵ Fleischhacker, Michael (2009): Hat Faymann einen Traum? In: Die Presse vom 11. 07. 2009.

¹⁶ Förderl-Schmid, Alexandra (2009): Der Kanzlermacher. In: Der Standard vom 20./21. 06. 2009.

¹⁷ Hans Dichand, zit. nach *Live* vom 19. 06. 2009.

Der Herausgeber des *Falter*, Armin Thurnher, schrieb: „Allen Motivforschern darf ich mitteilen, das es Dichand immer zuerst um Dichand, das heißt um die Kronen Zeitung geht“.¹⁸

Solcher Boulevard ist dann nie verlässlicher Partner der Politik. Gleichwohl welcher Preis bezahlt wird. Das musste auch Barbara Rosenkranz im Präsidentschaftswahlkampf rasch lernen. Als sich abzeichnete, dass die FPÖ-Kandidatin trotz Boulevard-Rückenwind kaum Unterstützung in der eigenen Parteispitze hatte und kein gutes Ergebnis einfahren würde, vergaß die *Kronen Zeitung* ihre Schöpfung und gerierte sich systematisch als Vertreter der Nichtwähler. Am Wahltag schaffte es das Blatt, auf dem Titelblatt das Ereignis ganz zu ignorieren, der Politikkommentator des Blattes Peter Gnam titelte: „Um 17 Uhr ist der Spuk vorbei.“ Der politische Tratsch-Kolumnist Michael Jeannée adressierte seine „Post“ an die „lieben Wählerinnen und Wähler“ –, ließ, gequält originell, eine weiße Spalte folgen und endete an diesem Wahltag mit dem demonstrativen Wunsch für einen „schönen Sonntag im Grünen“. (*Kronen Zeitung*, 25. April 2010). So konnte das Blatt wegen der (lange absehbaren) Nichtbeteiligung von fast der Hälfte der Wähler am folgenden Tag titeln: „Das war ein Wählerstreik!“ Reichlich wirr forderte Dichand in dieser Ausgabe unter seinem Pseudonym „Cato“, es brauche nun eine „Volksabstimmung“, um den mit fast 80 Prozent der Stimmen gewählten Heinz Fischer „an erster Stelle im Staat zu bestätigen“ (*Kronen Zeitung*, 26. April 2010).

Der Schauspieler Robert Palfrader fasst eine plausible Vermutung populär zusammen. (Medien-)Politik habe Dichand ein halbes Jahrhundert lang nur eine Expansionsgrenze gesetzt. Das sei ein Leit- und Leidmotiv der letzten Lebensjahre des Herausgebers für anderen Aktionismus gewesen: „Hans Dichand hat es nicht geschafft, sich einen eigenen Fernsehsender aufzubauen, jetzt hat er halt eine politische Partei namens *Kronen Zeitung*.“¹⁹ Die wäre demnach in der ersten Hälfte 2010 in ihrer Präsidentschaftskampagne zwar an die Grenzen der Omnipotenz-Fantasien gestoßen, seit Jahresmitte zudem führerlos – aber in der Wahrnehmung von Politikern wie Politikjournalisten eben weiterhin wirkungsmächtig. Sie wird sehr ernstgenommen.

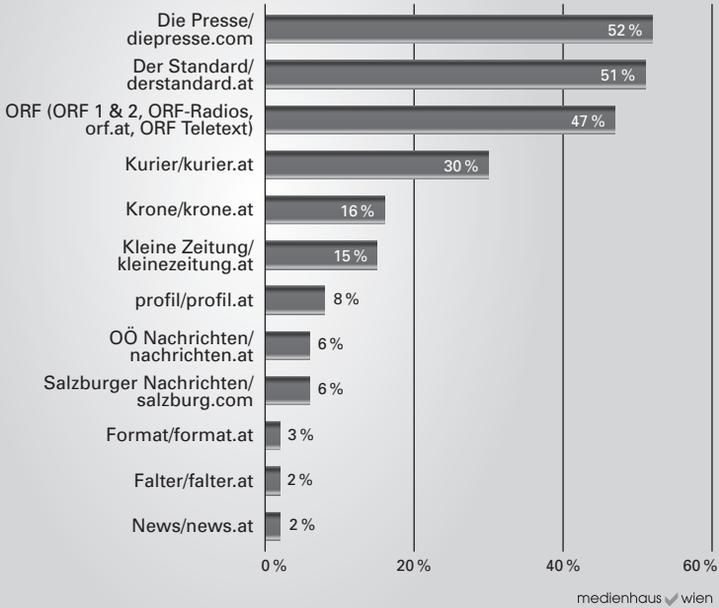
6. Woran sich Politikjournalisten selbst orientieren

Die Frage nach „Beeinflussung der politischen Tagesordnung“ durch Medien hat Beobachtungen und Vermutungen über die Meinung anderer – Bevölkerung wie Politiker schlechthin – integriert. Die Ermittlung

¹⁸ Thurnher, Armin (2010): Hans Dichand, die Sardine im Karpfenteich. In: *Der Falter* 26/2009 vom 24. 06. 2009.

¹⁹ Robert Palfrader, zit. nach profil vom 15. 07. 2009.

Abb. 6: Welche österreichischen Medien nutzen Sie beruflich häufig bzw. regelmäßig?
Es wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben.
Mehrfachnennung möglich. (n = 100)



eigener Mediennutzung von Politikjournalisten und -journalistinnen gibt dagegen andere wesentliche Hinweise.

Gibt es, so ließe sich erneut verkürzt fragen, relevanten Politikjournalismus jenseits von *Kronen Zeitung* und *ORF*? Wer wären dann jene qualitativen Leitmedien, die Politikjournalisten selbst zurate ziehen, wenn sie politisch informiert sein wollen?

Die Interviewten wurden dabei jeweils gebeten, jene drei Medien zu nennen, die sie selbst „beruflich häufig bzw. regelmäßig nutzen“. Wenn – wie in Einzelfällen – dabei gleich zwei Titel aus der selben Medienmarke genannt wurden (also etwa: *Der Standard* und *derstandard.at* oder: *ORF 1*, *ORF Teletext*, *Ö 1*, etc.) so wurden sie für die folgende Tabelle jeweils unter der Generalmarke zusammengefasst (also z. B.: *Der Standard* und *ORF*).

Diese Definition der wichtigsten eigenen beruflichen Medienquellen für Politikjournalismus weicht also weit von den Annahmen ab, welche Medien die politische Tagesordnung denn beeinflussen könnten.

Unter den für Politikjournalisten und -journalistinnen persönlich wichtigen Medien ist etwa die *Kronen Zeitung* weit abgeschlagen: Nur rund jeder Sechste hält sie als Quelle für seine eigene berufliche Arbeit für bedeutsam. Zwei andere Tageszeitungs-Titel, *Die Presse* (mit 52 Nennungen) und *Der Standard* (51), sowie der *ORF* (47) führen diese Liste an. Beim *ORF* setzt sich das Ergebnis aus den meisten verschiedenen Angeboten zusammen: Neben den TV-Programmen und Teletext hat etwa der Kultur- und Informationssender *Ö1* mit seinen Journalsendungen viele Nennungen.

Beim *Standard* wiederum ist markant, dass mehrere Nennungen sich ausschließlich auf die Onlineausgabe beziehen, die Marke also ihre Reichweite und Relevanz bereits wesentlich stärker als andere Printmedien über das Web bezieht.

Die verhältnismäßig seltene Erwähnung der Wochenmagazine lässt sich wohl teils mit der Formulierung der Frage nach „häufiger bzw. regelmäßiger“ Nutzung begründen. Da *profil*, *News* und *Format* gemeinsam auf der Plattform *News Networld* – ganz anders als etwa der *Spiegel* in Deutschland – keine starken eigenen Websites mit permanent aktualisierten redaktionellen Politik-Inhalten betreiben, ist ihre berufliche Bedeutung für Politikjournalisten und -journalistinnen auf den wöchentlichen Erscheinungstag der Printausgaben beschränkt.

Journalistisch lässt sich das Ergebnis leicht zusammenfassen: *Standard* und *Presse* liest man, wenn man sich als Politikjournalist selbst politisch auf dem Laufenden halten will. Die *Kronen Zeitung* muss man lesen, weil sie populistisches Gespür, Reichweite und damit am meisten faktische politische Macht hat. Der einst als politisches Leitmedium für den Qualitätsdiskurs unverzichtbar gehaltene *ORF*, die laut Gerd Bacher „größte Medienorgel Österreichs“, hat diese einzigartige Dominanz in der Wahrnehmung der professionellen Medienmacher inzwischen verloren.

Österreichische Politikjournalisten als autonome „homines politici“ sind in diesem Markt- und Politik-Setting in vieler Hinsicht zerrissene. Weltanschaulich: links der Mitte – aber Parteien, auch linken, nur selten wirklich nahe. Professionell: mit Selbstverständnis, das sie abseits von Parteiloyalitäten entwickelt haben – aber unter wachsendem Markt- und Quotendruck. Bei den Orientierungspunkten: Sie sehen, dass vor allem die *Kronen Zeitung* und der *ORF* die politische Tagesordnung bestimmen – aber halten selbst die politische Information in anderen Medien für wesentlich relevanter. Ratlos bei der Frage, was zu tun wäre: Sofern sie den Boulevardjournalismus kritisieren, müssen sie fürchten, eben dadurch jenen, die politische Kampagne mit politischer Be-

richterstattung gleichsetzen, sogar noch zusätzliche Bedeutung zu verleihen. Ihn zu ignorieren hieße aber politisches Agenda-Setting durch Medien mit inzwischen fast eigenständiger politischer Parteienstellung zu übersehen.

Als bald kann man da zwischen eigenen Überzeugungen, professionellem Selbstverständnis und Interessen der Eigentümer aufgerieben werden. Zum immer stärkeren Selbstbewusstsein von Medien und Journalismus gegenüber dem System Politik, wie es auch Seethaler und Melischek in ihren Vergleichsstudien über längere Zeiträume anhand der Wahlkampfberichterstattung feststellen (siehe Beitrag von Seethaler/Melischek in diesem Band), wäre in Folge zu fragen, wie viel davon als Machtzuwachs der Medieneigentümer und was als Kapital für besseren Politikjournalismus dem einzelnen Berichtersteller oder Kommentator bleibt. Die Sorge ist dann so berechtigt wie ganz und gar nicht neu. Max Webers (1992: 35) Beobachtung des politischen Journalismus 1919, also vor fast einem Jahrhundert, klingt vertraut: „Für alle modernen Staaten galt, scheint es, der Satz: dass der journalistische Arbeiter immer weniger, der kapitalistische Pressemagnat (...) immer mehr politischen Einfluss gewinnt.“

Jenem Viertel der Politikjournalisten, das mit der Weltanschauung des Arbeitgebers immer wieder hadert, aber wenige Alternativen am Arbeitsmarkt sieht, bleibt dann nur die Hoffnung, es möge auch ein richtiges politisches Journalistenleben im falschen Medium geben.

Literatur

- Arbeitsgemeinschaft für sozialwissenschaftliche Publizistik (1977): Staberl. Eine Dokumentation. 6. Auflage. In Sachen Heft 4.
- Arendt, Florian (2009): Explizite und implizite Wirkung der Kronen Zeitung. Eine empirische Untersuchung von Kultivierungseffekten auf explizite und implizite politische Einstellungen. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 2/2009. S. 217–237.
- Borgers, Nathalie (2002): Die Kronen Zeitung – Tag für Tag ein Boulevardstück, Belgien/Frankreich/Österreich 2002. Transkript der deutschen Originalversion online verfügbar unter: http://images.derstandard.at/20021023/kronetranskript_c0.pdf, abgerufen am 15. 03. 2010.
- Bruck, Peter A. (Hg.) (1991): Das österreichische Format. Kulturkritische Beiträge zur Analyse des Medienerfolges „Neue Kronen Zeitung“. Wiener Journal Zeitschriftenverlag. Wien.
- Bruck, Peter A./Stocker, Günther (1996): Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens. Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. LIT Verlag. Münster; Wien.

- Dichand, Hans (1996): Im Vorhof der Macht. Erinnerungen eines Journalisten. Ibero & Molden Verlag. Wien.
- Fengler, Susanne/Vestring, Bettina (2009): Politikjournalismus. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Fidler, Harald (2004): Im Vorhof der Schlacht. Falter Verlag. Wien.
- Fidler, Harald (2008): Österreichs Medienwelt von A–Z. Falter Verlag. Wien.
- Fidler, Harald/Merkle, Andreas (1999): Sendepause. Medien und Medienpolitik in Österreich. Edition Liszt 12. Oberwart.
- Hammerl, Elfriede (2009): Alles Söldner oder was? In: Brandner-Radinger, Ilse (Hg.): Was kommt, was bleibt. 150 Jahre Presseclub Concordia. facultas.wuv. Wien. S. 28–30.
- Imhof, Kurt (2008): Als die Privatsphäre verloren ging. Die Gefährdung der Öffentlichkeit durch entbettete Medien. fög discussion paper 2008-0004. fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft. Zürich.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Kaltenbrunner, Andy (1993): Printmedien in Österreich. Arbeitsmaterialien zur Medienerziehung. Bundesministerium für Unterricht und kulturelle Angelegenheiten. Wien.
- Kaltenbrunner, Andy (2006): Medienpolitik. In: Tálos, Emmerich (Hg.): Schwarz-Blau. Eine Bilanz des Neu-Regierens. LIT Verlag. Wien. S. 117–135.
- Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. facultas.wuv. Wien.
- Lengauer, Günther (2007): Postmoderne Nachrichtenlogik. Redaktionelle Politikvermittlung in medienzentrierten Demokratien. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden
- Lengauer, Günther/Pallaver, Günther/Pig, Clemens (2004): Redaktionelle Politikvermittlung in der Mediendemokratie. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. facultas.wuv. Wien. S. 149–236.
- Pfetsch, Barbara/Maurer, Peter (2008): Mediensysteme und politische Kommunikationsmilieus im internationalen Vergleich: Theoretische Überlegungen zur Untersuchung ihres Zusammenhangs. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.): Medien- & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 99–119.
- Plasser, Fritz (2004): Politische Kommunikation in medienzentrierten Demokratien. Einleitung. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. facultas.wuv. Wien. S. 21–36.

- Plasser, Fritz/Lengauer, Günther (2010): Politik vor Redaktionsschluss. Kommunikationsorientierungen von Macht- und Medieneliten in Österreich. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. facultas.wuv. Wien. S. 53–100.
- Plasser, Fritz/Ullram, Peter (2004): Öffentliche Aufmerksamkeit in der Mediendemokratie. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politische Kommunikation in Österreich. Ein praxisnahes Handbuch. facultas.wuv. Wien. S. 37–100.
- Rössler, Patrick (1997): Agenda-Setting. Theoretische Annahmen und empirische Evidenzen einer Medienwirkungshypothese. Westdeutscher Verlag. Opladen.
- Saxer, Ulrich (1981): Publizistik und Politik als interdependente Systeme. Zur politischen Funktionalität von Publizistik. In: Media-Perspektiven 7/1981.
- Saxer, Ulrich (Hg.) (1983): Politik und Kommunikation. Neue Forschungsansätze. Ötschlager Verlag. München.
- Steinmaurer, Thomas (2002): Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. StudienVerlag. Innsbruck; Wien u.a..
- Traxler, Günter (2001): Blattsalat. 99 balsamische Kolumnen. Czernin Verlag. Wien.
- Traxler, Günter (2008): Blattsalat. Neue Texte. Der Apfel. Wien.
- Udris, Linards/Lucht, Jens (2009): Öffentliche Kommunikation im Umbruch? Wandel der Medienstrukturen und Medieninhalte in ländervergleichender und diachroner Perspektive. In: Stark, Birgit/Magin, Melanie (Hg.): Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Wien. S. 17–40.
- Ullram, Peter A./Plasser, Fritz (2009): Analyse der Europa-Wahl 2009. Wähler, Nichtwähler, Motive. In: http://www.gfk.at/imperia/md/content/gfkaustria/data/press/2009/2009-06-07_wahlanalyse_epw_2009_presseunterlage.pdf (18. 03. 2010).
- Weber, Max (1992): Politik als Beruf. (Nachwort von Ralf Dahrendorf.) Reclam Verlag. Stuttgart.
- Weber, Stefan (1995): Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der „Kronen Zeitung“. Passagen Verlag. Wien.
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. UVK Verlag. Konstanz.
- Wolf, Armin (2006): Opfer und Täter zugleich. JournalistInnen als Adressaten und Konstrukteure medialer Inszenierung von Politik. In: Filzmaier, Peter/Karmasin, Matthias/Klepp, Cornelia (Hg.): Politik und Medien – Medien und Politik. facultas.wuv. Wien. S. 51–66.

Herbert Lackner

Macht, Übermacht, Ohnmacht

Wie schräg Journalisten manchmal ihre eigene Branche sehen

Das am weitesten verbreitete Medium gilt zugleich als das einflussreichste: Nahezu jeder Innenpolitikjournalist, so zeigt die Untersuchung von *Medienhaus Wien*, hält den Einfluss der *Kronen Zeitung* auf die Politik und die politische Tagesordnung für „stark“ bzw. „eher stark“. Ist Auflage gleich Macht? Gar so simpel ist die Rechnung nicht, so sehen das zumindest die Journalisten selbst.

Bemerkenswerterweise bemessen die befragten Journalisten die Macht eines Mediums nicht bloß an der Höhe der Auflage bzw. der Zahl der Zuseher. *profil* rangiert da trotz einer deutlich geringeren Verbreitung, als sie etwa die *Kleine Zeitung* hat, weit vor dem auflagenstarken Regionalorgan aus Südösterreich. Auch *News*, das eine höhere Zahl an Lesern erreicht als *profil*, wird nur ein Drittel des Einflusses zugemessen, der *profil* zugebilligt wird. Ähnlich ergeht es Wolfgang Fellners *Österreich*.

Damit zeigen die Journalisten ein weit größeres Verständnis der Zusammenhänge, als dies etwa Politiker tun, wie die Inseratentätigkeit der verschiedenen Ministerien (vor allem jener von der SPÖ besetzten) zeigt, die sich praktisch ausschließlich auf die Boulevardmedien konzentrieren. Die Ergebnisse der *Medienhaus*-Studie über Informationsbewertung und Informationsgewohnheiten von Politikjournalisten werden von einer zweiten, fast zeitgleichen Untersuchung bestätigt. Das Autorenduo Fritz Plasser und Günther Lengauer geht für seine Studie über die „Praxis politischer Kommunikation in Österreich“¹ die Frage naheliegenderweise vom Standpunkt der Politikwissenschaft an und versucht zu ergründen: Wie mächtig sind die medialen Machtzentren wirklich?

Auch Plasser und Lengauer befragten Journalisten, welche Zeitungen sie für mächtig hielten. Die Ergebnisse decken sich weitgehend mit der Umfrage des *Medienhaus Wien* (es waren etwas andere Antwortkategorien vorgegeben).

Plasser und Lengauer befragten aber auch Politiker und einen repräsentativen Querschnitt des Publikums. Die Ergebnisse ergänzen die Erkenntnisse der *Medienhaus*-Studie: Nicht nur Journalisten, auch Politiker

¹ Plasser, Fritz/Lengauer, Günther (2010): Politik vor Redaktionsschluss: Kommunikationsorientierungen von Macht- und Medieneliten in Österreich. In: Plasser, Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. facultas.wuv. Wien. S. 53–100.

halten die *Kronen Zeitung* für das einflussreichste Medium, gefolgt vom *ORF*-Fernsehen. Das Publikum sieht dies etwas anders: Die Rezipienten meinen, das Fernsehen sei einflussreicher als die *Kronen Zeitung*, und messen auch dem Radio mehr Bedeutung zu als etwa die befragten Journalisten. *Kurier*, die Magazine, die *Austria Presse Agentur* und mit etwas Abstand *Standard* und *Presse* werden vom Publikum ebenfalls für einflussreicher gehalten, als dies Journalisten und Politiker tun.

Doch wenn 98 % (*Medienhaus*) bzw. 90 % (Plasser/Lengauer a. a. O.) der Journalisten den Einfluss der *Kronen Zeitung* für groß halten, erhebt sich natürlich die Frage, ob dieses Image gerechtfertigt ist. Die Politikwissenschaftler versuchen in ihrem Buch darauf eine Antwort zu geben. Im Kapitel „Wahlkampf am und abseits des journalistischen Boulevards: Redaktionelle Politikvermittlung im Nationalratswahlkampf 2008“ untersuchen die Autoren Günther Lengauer und Hannes Vorhofer² die Berichterstattung der österreichischen Tageszeitungen mit dem Mittel der qualitativen Inhaltsanalyse. Die Ergebnisse sind einigermaßen überraschend. So ergibt sich zwar erwartungsgemäß, dass der Spitzenkandidat der *SPÖ* und nachmalige Bundeskanzler Werner Faymann in der Berichterstattung der *Kronen Zeitung* am besten wegkommt, gefolgt von Jörg Haider, Heinz Christian Strache und Alexander Van der Bellen. Noch hinter dem Grünen rangierte in der Gunst der *Kronen Zeitung* der damalige *ÖVP*-Spitzenkandidat Wilhelm Molterer.

Völlig anders ist es jedoch bei der Bewertung der politischen Inhalte. Hier stand die *Kronen Zeitung* der ideologischen Grundhaltung und den inhaltlichen Wahlkampf-Schwerpunkten von *FPÖ* und *BZÖ* deutlich näher als jenen der *SPÖ*, geschweige denn jenen der *Grünen*. Auch in dieser Kategorie lag die *ÖVP* am letzten Platz, was allerdings eher der Strategie der *Kronen Zeitung* entsprach als der tatsächlichen Überzeugung der dort tätigen Journalisten: Man benötigte für die eigene Anti-EU-Kampagne einen Sündenbock – und da eigneten sich die *ÖVP* und die von ihr gestellte Außenministerin besonders gut.

Was ist also der Schluss daraus? Die *Kronen Zeitung*, die von Journalisten und Politikern als das mächtigste Medium erachtet wird, hat keine durchgängige Linie, sondern verteilt ihre Gunst nach der jeweils eigenen Erwartungshaltung – seien die Erwartungen politisch oder finanziell motiviert. Bauen lässt sich darauf nicht, weil, wie das Beispiel zeigt, die politischen Inhalte der *FPÖ* und des *BZÖ* jenen der *SPÖ* vorgezogen wurden, wenngleich deren Spitzenkandidat auf mitunter an Peinlichkeit nicht zu übertreffende Weise hofiert wurde.

2 In: Plasser, Fritz (Hg.) (2010): Politik in der Medienarena. Praxis politischer Kommunikation in Österreich. facultas.wuv. Wien. S. 145–192.

Das Ergebnis ist damit fast logisch. Die *SPÖ* wurde zwar wieder stärkste Partei – wohl auch wegen der Unterstützung der *Kronen Zeitung* für ihren Vorsitzenden –, fuhr aber dennoch das schlechteste Ergebnis ihrer Parteigeschichte ein.

Macht und Ohnmacht werden zwischen Politik, Medien und Journalisten immer wieder neu verteilt. Massive mediale Übermacht kann zeitweilig die politische Landschaft tatsächlich verändern. Doch das wird erst wieder widersprüchlich interpretiert. Je nach gerade passender Argumentation wird die eigene Bedeutung klein- oder großgeredet.

In Anbetracht der Inkohärenz in der politischen Strategie des am weitesten verbreiteten Printmediums mögen vielleicht die zum Teil merkwürdigen Selbstbefunde der Journalisten insgesamt und insbesondere jener, die sich hauptsächlich mit Politik beschäftigen, weniger verwundern. So wie etwa die politische Selbsteinstufung. Sie gibt jedenfalls Stoff zum Nachdenken: Wenn sich 63 % der Politikjournalisten als „links“ bezeichnen und nur 16 % als „rechts“, so ist dies insofern merkwürdig, als die Politikjournalisten nur zu 5 % die *SPÖ* und zu 28 % die *Grünen* wählen würden, was insgesamt 33 % ergibt. Was machen die restlichen 30 %? Sie sind wohl jener Gruppe zuzuordnen, die behaupten, sie würden keiner Partei zuneigen. Das heißt, die größte Gruppe unter den Politikjournalisten sind sogenannte „frei schwebende Linke“, die sich allerdings nicht emotionell an eine Partei binden wollen. In der Wahlzelle werden sie es dann wahrscheinlich tun, da nicht zu erwarten ist, dass so politische Menschen, wie es Politikjournalisten wohl sind, letztlich weiß oder ungültig wählen bzw. der Wahl überhaupt fernbleiben.

Dass drei von vier Politikjournalisten mit der politischen und weltanschaulichen Linie ihres Blattes bzw. ihres Medienbetriebs zufrieden sind, ist weniger überraschend, da ja die Entscheidung, in ebenjenes Medium zu gehen, wohl nicht zuletzt aufgrund der weltanschaulichen Positionierung dieses „Arbeitgebers“ erfolgt. Es wird wohl kaum ein sich als dezidiert links fühlender Journalist zu Andreas Mölzers *Zur Zeit* tendieren.

Um eher typische Prestigeantworten handelt es sich wahrscheinlich, wenn bei der Frage nach dem beruflichen Selbstverständnis 95 % angeben, sie wollten „komplexe Sachverhalte vermitteln und erklären“ oder „das Publikum neutral und präzise informieren“. Das wollen sie wohl – auch. In erster Linie wollen sie aber wohl den Erwartungen des Publikums entsprechen, und diese sind nicht selten jene, die in der Umfrage erst unter „ferner liefern“ rangieren – nämlich Unterhaltung und Entspannung geboten zu bekommen. Nur jeder vierte der Journalisten sagt, das wolle er seinem Publikum ebenfalls bieten. Tatsächlich ist die

Überlegung, dem Publikum bei aller Information auch ein wenig Kurzweil zukommen zu lassen, eine unumgängliche Berufspflicht.

Auch die Feststellung, „die Sensationalisierung im Politikjournalismus nimmt zu“, der 57 % voll und 27 % eher zustimmen, wäre – wenn sie als Klage verstanden würde – ein wenig scheinheilig, da Sensationalisierung selbst in seriösen Medien inzwischen zum einigermaßen häufig gebrauchten Handwerkszeug zählt.

Genauso ist die Aussage (so sie als Klage aufgefasst wird), „Personen als Handlungsträger rücken immer mehr in den Vordergrund der Berichterstattung“ (88 % der Journalisten stimmen dem voll oder eher zu), so etwas wie ein aufgelegter Elfer, der nur zu gerne verwertet wird, weil es gut aussehen lässt, gegen so billiges Effektschinden zu sein. In der Praxis ist die Personalisierung der Politik einfach ein Aufmerksamkeitserreger, auf den nur wenige freiwillig verzichten werden.

Übertrieben moralinsauer scheint es auch, wenn 73 % der befragten Journalisten meinen, die Verhaberung zwischen Journalisten und Politikern sei in Österreich ein Problem. So eng ist die Verhaberung – jedenfalls auf Bundesebene – nicht. Im Regional- und Lokaljournalismus, wo die räumliche Nähe naturgemäß größer ist, könnte dies tatsächlich ein Problem sein.

Insgesamt zeigen Untersuchungen wie jene des *Medienhaus Wien*, dass Journalisten in ihren Antworten das Idealbild ihres Berufes vermitteln wollen, das mit der Wirklichkeit, die sie sich vielleicht oft selbst nicht eingestehen wollen, doch ein gutes Stück auseinanderklafft.

Josef Seethaler und Gabriele Melischek **Journalismus und Politik in den österreichischen** **Nationalratswahlkämpfen 1999–2008**

1. Journalismus in Österreich – autonomer Akteur der politischen Kommunikation?

Wenn in den letzten Jahren die Entwicklung des politischen Journalismus in Österreich (wie in weiten Teilen Kontinentaleuropas) angesprochen wird, so fallen – je nach Standpunkt – Schlagwörter wie „Amerikanisierung“ oder „Professionalisierung“. Daniel C. Hallin und Paolo Mancini (2004), die die Entwicklung des Verhältnisses von Medien und Politik in Westeuropa und Nordamerika langfristig untersucht haben, sprechen von einer konvergenten Entwicklung, die der Journalismus nehmen wird und die die historisch gewachsenen Unterschiede in journalistischer Berufsauffassung und -ausübung, wie sie im Vergleich des angloamerikanischen Raumes mit Mittel- und Nordeuropa einerseits und Südeuropa andererseits prägend gewesen sind, in den Hintergrund treten lassen wird.

Aus einer Makroperspektive scheint das gegenwärtige Selbstverständnis des österreichischen Journalismus in seinen Grundzügen einer westlichen Journalismuskultur zu entsprechen und damit den Vollzug konvergenter Entwicklungen zu bestätigen: das Primat der neutralen Vermittlung politischer Information, die objektive Erklärung komplexer Sachverhalte, kritische Kontrolle der Mächtigen. Im journalistischen Arbeitsprozess wird die Faktentreue hochgehalten, eine Beeinflussung der Berichterstattung durch persönliche Überzeugungen und Vorurteile abgelehnt und fragwürdigen Methoden der Berichterstattung eine klare Absage erteilt (Hanitzsch/Seethaler 2009; Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008). Journalismus hat sich also, in seinem Selbstverständnis, als eigenständiges Handlungssystem mit eigenen Normen und einer eigenen Logik ausdifferenziert. Damit ist konsequenterweise der Anspruch verbunden, ein autonomer gesellschaftlicher Akteur zu sein.

Die Realisierung dieses Anspruchs ist an zwei Prämissen gebunden: an Distanz zu politischen Machträgern und an die Priorität der Marktorientierung (Esser 2008; Hanitzsch 2007; Pfetsch 2004). Beide Prämissen sehen österreichische JournalistInnen grundsätzlich realisiert: In ihren Augen geht das Bestreben, nicht in politische Macht involviert zu sein, einher mit dem Bekenntnis zu interessanten und verkaufbaren Informationen (Hanitzsch/Seethaler 2009: 472). Beide Prämissen entsprechen jedoch keiner „Entweder-oder-Beziehung“, sondern sind jeweils auf einem Kontinuum zu verorten und stellen damit die journalistische

Praxis vor große Herausforderungen. So wird auch im journalistischen Selbstverständnis der duale Charakter der Medien als Wirtschafts- und Kulturgut deutlich, der ökonomische und gesellschaftliche Verantwortlichkeiten in ein Spannungsverhältnis treten lässt, etwa dann, wenn – trotz Marktorientierung – der Motivierung zu gesellschaftlicher Partizipation als Ziel journalistischer Tätigkeit ein hoher Stellenwert zugeschrieben wird (Hanitzsch/Seethaler 2009: 483). Nicht nur die Medienunternehmung, auch der Journalismus kann daher „als (institutionalisierte) Abwägung unterschiedlicher Ansprüche“ (Karmasin 2002: 282) aufgefasst werden.

Unterschiedliche Gewichtungen beider Ansprüche führen dazu, dass entweder öffentliche Aufgaben von privaten Unternehmungen realisiert werden oder öffentliche Unternehmungen auch private Güter produzieren. In jedem Fall entsteht ein (jeweils etwas anders gelagertes) Spannungsfeld, das sich in spezifischen Formen der Herstellung (oder Verweigerung) von Öffentlichkeit dokumentiert. Als Produzenten von Öffentlichkeit sind die Medien selbst jedoch Gegenstand öffentlichen Interesses, Bestandteil und Objekt der von ihnen konstituierten Öffentlichkeit (Karmasin 2002: 282f.). Derart in Herrschafts- und Machtssysteme eingebunden, sehen sich Medien wie JournalistInnen nicht nur Interventionspraktiken und Versuchen der Mediensteuerung gegenüber, sondern laufen auch Gefahr, Teil informeller „Eliten-Netzwerke“ zu werden, die bisweilen von „problematischer Beziehungsdichte“ gekennzeichnet sein können (Plasser/Lengauer 2009: 97). Dass dafür im österreichischen Journalismus durchaus Prädispositionen vorhanden sind, zeigt der Detailvergleich mit dem im grundsätzlichen journalistischen Selbstverständnis sehr ähnlichen Deutschland. Demnach sind – trotz weitgehend übereinstimmender Haltung bezüglich einer neutralen, auf Machtdistanz aufbauenden Vermittlungsfunktion – in Österreich gesinnungspublizistische Komponenten deutlich stärker ausgeprägt (Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann 2008: 33–39), wenn auch medienspezifische Unterschiede beobachtbar sind und gegenüber früheren Untersuchungen von einer rückläufigen Tendenz gesprochen werden muss (Karmasin 2005: 166ff.).

Wenn im Folgenden die Praxis des politischen Journalismus in Österreich anhand der Wahlkampfkommunikation untersucht wird, so nicht zuletzt deshalb, weil diese als „klassisches“ Forschungsfeld der Kommunikationswissenschaft internationale Vergleiche erlaubt. Zahlreiche Studien liefern Indizien für den postulierten Konvergenzprozess der journalistischen Kulturen. So haben etwa Butler und Ranney (1992) in einem ersten weltweiten Vergleich der Wahlkämpfe als gemeinsame

Charakteristika neben einer Lockerung der Parteibindungen und einer Tendenz zur Zentralisierung der Wahlkampforganisation einen grundlegenden Wandel der Wahlkommunikation hervorgehoben, der nach ihrer Ansicht in einer „revolution in communications“ (Butler/Ranney 1992: 280) gründet und primär durch eine zunehmend radikalere Veränderung der Rolle der Medien vom bloßen Vermittlungsorgan zum eigenständigen Akteur gekennzeichnet ist.

Zu einer ähnlichen Schlussfolgerung kommen auch Swanson und Mancini (1996) anhand der Ergebnisse von Untersuchungen des Strukturwandels moderner Wahlkämpfe in elf vor allem europäischen und amerikanischen Staaten, wenn sie als gemeinsame Konsequenz die zunehmende Bedeutung der medialen Konstruktion von Politik herausstreichen, die nicht zuletzt zu einem permanenten „Kampf“ zwischen politischen Akteuren und mehr oder minder unabhängigen Medien um die Kontrolle über die Themenagenda des Wahlkampfs geführt habe. Um diesen gewinnen und zu einem aktiven Player in der Wahlkampagne werden zu können, müssten sich die Medien in ihrer Themensetzungsfunktion von den lange Zeit prägenden Einflüssen der Politik emanzipieren. Darüber hinaus sieht Esser (2008) das bereits mehrfach untersuchte Phänomen einer Verkürzung der wörtlichen Stellungnahmen von PolitikerInnen und einer demgegenüber steigenden Bedeutung von ReporterInnen als Ausdruck eines Autonomiegewinns des Journalismus und untermauert dies anhand einer zeitlich und geographisch vergleichenden Analyse der Wahlberichterstattung im US-amerikanischen, britischen, deutschen und französischen Fernsehen.

2. Die Studie – Fragestellungen und Untersuchungsdesign

Die vorliegende Studie versucht anhand beider genannten Indikatoren – sowohl anhand der Entstehung der Medienagenda im Wahlkampf als auch des Stellenwerts von Aussagen politischer Akteure in der Wahlberichterstattung – der Frage nachzugehen, wie sich der österreichische Journalismus in seinem Verhältnis zu Markt und (partei)politischer Macht im ersten Dezennium des 21. Jahrhunderts positioniert hat und ob aufgrund der jüngsten Veränderungen in den Strukturen des Mediensystems Auswirkungen auf dieses Verhältnis zu beobachten sind.¹

¹ Die Studie ist Teil des Projekts „Kontinuität und Wandel in der Wahlkampfkommunikation in Österreich“, das sich auf sämtliche Nationalratswahlen seit 1966 erstreckt. Es wird unter der Leitung von Gabriele Melischek von der Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften in Kooperation mit Prof. Dr. Roland Burkart vom Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien durchgeführt und vom österreichischen Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF) gefördert.

Zeitliche Eckpunkte sind die Nationalratswahlen vom 3. Oktober 1999 und vom 28. September 2008. Die Wahl des Jahres 1999 ging als Auslöserin der „Wende“ in die österreichische Geschichte ein, als die Regierungsverhandlungen – trotz Verlusten der Österreichischen Volkspartei, die diese in der Rangordnung erstmals und bisher einmalig knapp hinter der *Freiheitlichen Partei* platzierten – mit der ersten ausschließlich „bürgerlichen“ Koalition der Zweiten Republik endeten und die *Sozialdemokratische Partei* Österreichs als stärkste Partei auf die Oppositionsbank verwiesen. Dort blieb die *SPÖ* (trotz Gewinnen) auch, als die Nationalratswahl vom 24. November 2002 der *ÖVP* unter dem damaligen Bundeskanzler Wolfgang Schüssel 2006 einen großen Sieg und den *Freiheitlichen* eine empfindliche Niederlage brachte, doch kehrte sie mit der Wahl am 1. Oktober 2006 an die Spitze der Wählergunst zurück, was sie ihren – im Vergleich zur *ÖVP* – nur schwachen Verlusten zu verdanken hatte. Damit begann eine Neuauflage der „Großen Koalition“, die 2008 ungeachtet der Verluste beider Regierungsparteien erneuert wurde. Die Ergebnisse der letzten Wahl markieren (mit 55,3 Prozent gegenüber 60,1 Prozent 1999) den vorläufig tiefsten Wert des kumulierten Anteils der Stimmen der beiden (ehemaligen) Großparteien.

Die Medienauswahl für den Langzeitvergleich orientiert sich einerseits aus Vergleichsgründen notwendigerweise an jenen Konstanten, die das lange Zeit relativ stabile und hoch konzentrierte österreichische Mediensystem durchgängig geprägt haben (Seethaler/Melischek 2006). Sie umfasst daher die um 19.30 Uhr gesendete *Zeit im Bild* als wichtigste Nachrichtensendung des Österreichischen Rundfunks, die *Kronen Zeitung* und den *Kurier* als die beiden langfristigen Vertreter der Populärpresse sowie schließlich die *Presse* und den 1988 gegründeten *Standard* als Qualitätszeitungen. Andererseits finden aber auch die in jüngster Zeit auf mehreren Ebenen beobachtbaren Umbrücherscheinungen des österreichischen Mediensystems (vgl. Stark/Magin 2009) insofern Berücksichtigung, als der Verschärfung des Wettbewerbs sowohl infolge der Dualisierung des Fernsehmarkts als auch durch die Auffächerung des Printangebots Rechnung getragen wird. Dementsprechend wurden zur Nationalratswahl 2008 zusätzlich zum Langzeit-Sample die im April 2007 für das Hauptabendprogramm von *ORF 1* geschaffene Informationssendung *ZiB 20*, die Nachrichtensendungen der privaten Fernsehsender *ATV* (*ATV aktuell*) und *PULS 4* (*PULS 4 Austria News*) sowie zwei Vertreter des neuen Zeitungstyps der Hybrid- bzw. Gratiszeitungen (Österreich und *Heute*) in die Untersuchung einbezogen. *Zeit im Bild*

und *ATV aktuell* dauern ungefähr 20 Minuten (*ATV aktuell* allerdings einschließlich Sportmeldungen), die beiden anderen Nachrichtensendungen fünf bis sieben Minuten.²

Hinsichtlich des ersten Indikators für einen Autonomiegewinn des Journalismus, der Entstehung der Medienagenda im Wahlkampf, schließt die Studie an eine Spezifizierung des Agenda-Setting-Ansatzes an, die sich mit jenen Faktoren befasst, die das Zustandekommen der Medienagenda beeinflussen (McCombs 2004). Ursprünglich von Reese (1991) als „*Media Agenda Setting*“ bezeichnet, hat sich für die Kommunikationsprozesse zwischen den Medien und ihren Quellen letztlich die Bezeichnung *Agenda-Building* durchgesetzt, um das hier gemeinte intentionale Lancieren von Themen von Transferprozessen im *Agenda-Setting* abzugrenzen (Melischek/Seethaler [in Druck]). Auch wenn ein erfolgreiches Lancieren eines Themas nicht bedeuten muss, dieses Thema in der öffentlichen Wahrnehmung auch zu „besetzen“ („Issue Ownership“), so ist es doch die unabdingbare Voraussetzung dafür. Unter der Perspektive des postulierten Autonomiegewinns des Journalismus ist zu erwarten, dass es den kandidierenden Parteien immer schwerer fällt, „ihre“ Themen in der Medienberichterstattung zu platzieren (Norris et al. 1999: 181f.). Eine stärker selektive Berichterstattung, die Themen nach journalistischen Nachrichtenwerten und nicht aufgrund ihrer Herkunft auswählt, sollte insbesondere bei den primär marktorientierten Medien, also Privatsendern und auflagenstarken Massenzeitungen, zu beobachten sein. Demgegenüber ist anzunehmen, dass einerseits der öffentlich-rechtliche Rundfunk besonders in Wahlkampfzeiten die von den politisch relevanten Kräften vertretenen Themen im Sinne der Information der Öffentlichkeit grundsätzlich für berichtenswert erachtet und es andererseits zu den Funktionen von Qualitätszeitungen gehört, als „jeweils ‚passende[r]‘ Resonanzboden für die Akteure der verschiedenen politischen Lager“ zu fungieren (Schulz/Kindelmann 1993: 18). Dennoch sollte auch hier eine Annäherung an die Standards marktorientierter Medien erfolgen.

In dem Maße, in dem Parteien im Zuge einer Schwächung der Medien-Parteien-Bindung („press-party dealignment“) an Einfluss auf die Entstehung der Medienagenda verlieren, nimmt die Bedeutung anderer Quellen zu. Hier verweist die Forschung vor allem auf die erhöhte Selbstreferentialität, also die wechselseitige Beobachtung der Medien (Jarren/Donges 2006: 187ff.). Mit der Entkopplung des Journalismus von anderen gesellschaftlichen Akteuren und der Ausbildung als „Funk-

2 Die PULS4 Austria News wurden 2008 zwischen 20.10 und 20.15 Uhr ausgestrahlt.

tionselite der politischen Kommunikation“ werden JournalistInnen zu „den wichtigsten Bezugspersonen“ von JournalistInnen (Kepplinger 2004: 104). Insofern damit Einflüsse auf die Themenrelevanz verbunden sind, spricht man von einem *Inter-Media-Agenda-Setting* (Reese/Danielian 1989). Parallel zum vermuteten Rückgang des Parteeinflusses sollte also die Medienumwelt – in der oben beschriebenen abgestuften Weise – zu einem wichtigen Inputfaktor bei der Themenwahl werden.

Die Zunahme der „discretionary power“ (Semetko/Blumler/Gurevitch/Weaver 1991: 3) des Journalismus, also seiner Fähigkeit, eine prägende Rolle in der Formierung der Themenagenda zu spielen, drückt sich nicht nur in seiner Dispositionsbefugnis über die an die Öffentlichkeit vermittelten Themen aus, sondern auch darin, inwieweit er den politischen Akteuren Gelegenheit bietet, ihre Positionen im „Originalton“ an die Wählerschaft heranzutragen. Auch wenn mit einem Zitat nicht zwangsläufig ein für den zitierten Akteur positiver Grundtenor des Beitrags verbunden sein muss, bietet es den RezipientInnen zumindest einen Ansatzpunkt, sich ein eigenes Bild zu machen. Die Bedeutung von Zitaten für den Meinungsbildungsprozess wurde erst jüngst in einer Langzeitstudie nachgewiesen (Walgrave/De Swert 2007). So war es auch zur Zeit der Parteipresse üblich, Äußerungen von ParteivertreterInnen extensiv wiederzugeben, und der öffentlich-rechtliche Rundfunk pflegte lange Zeit die Praxis, Stellungnahmen der relevanten politischen Gruppierungen ohne wesentliche Eingriffe aneinanderzureihen. Infolge der Distanzierung von (partei)politischen Machttägern und der damit einhergehenden Kommerzialisierung weicht diese Praxis jedoch einer Priorität journalistischer Handlungskriterien (Esser 2008: 403f.).

Davon ausgehend, dass sich die autonome Kontrolle über den Inhalt der Berichterstattung auch in der formalen Gestaltung niederschlägt, kann daher angenommen werden, dass die Länge des O-Tons politischer Akteure im Fernsehen bzw. die Länge direkter Zitate in der Zeitung zunehmend kürzer wird. Im Kontext der vorliegenden Fragestellung interessiert aber weniger die Länge der einzelnen „Sound Bites“ bzw. Zitate (Hallin 1992; Patterson 1993), sondern in welchem Ausmaß die mit einem Thema verbundenen bzw. in ein Ereignis involvierten politischen Akteure in den Medienberichten zu Wort kommen (Esser 2008; Strömback/Nord 2006). Bei fortschreitendem Autonomiegewinn ist erneut zu erwarten, dass im Privatfernsehen und in der auflagenstarken Populär- und Gratispresse aufgrund der dort stärker wirksamen Marktorientierung und Parteidistanz Aussagen politischer Akteure in geringerem Ausmaß in die Berichte als O-Ton oder wörtliches Zitat eingehen als im

öffentlich-rechtlichen Rundfunk und in der Qualitätspresse, wenngleich sich auch dort eine Annäherung an diese Entwicklung vollziehen sollte. Angesichts der Gestaltungskriterien von Fernsehbeiträgen sollte sich parallel dazu das Ausmaß erhöhen, in dem ReporterInnen das Thema oder Ereignis kommentieren.

Für die Ermittlung der Parteien- und Medienagenda sowie der PolitikerInnenzitate in der Medienberichterstattung wurde eine quantitative Inhaltsanalyse durchgeführt, deren Basis-Codebuch für alle untersuchten Texte bzw. Filmberichte identisch war. Sie erstreckte sich auf sämtliche Presseaussendungen (mit Ausnahme von Ankündigungen oder Einladungen zu Pressekonferenzen) aller vor einer Wahl im Nationalrat vertretenen Parteien, auf alle Beiträge auf der ersten Seite, im politischen Nachrichtenteil und im Kommentarteil der ausgewählten Zeitungen sowie auf alle Beiträge in den Hauptnachrichtensendungen der oben genannten Fernsehsender. Aufgreifkriterium für die Codierung eines Medienbeitrags war ein Bezug zur österreichischen Politik. Für jede Presseaussendung bzw. jeden Medienbeitrag wurde ein zentrales Thema codiert, das üblicherweise in Überschrift oder im Lead bzw. ersten Absatz angesprochen ist. Der Untersuchungszeitraum umfasst die „heiße Phase“ des Wahlkampfs, also jeweils sechs Wochen vor dem Wahltermin.³

3. Die Ergebnisse –

Anzeichen für einen Autonomiegewinn des Journalismus

Die Ergebnisse einer früheren Langzeitstudie zeigen, dass seit den 1970er-Jahren sowohl in der Presse- als auch in der Fernsehberichterstattung eine steigende Tendenz zur Thematisierung von Wahlkampfangelegenheiten wie Kandidaturen, Unterstützungserklärungen, Kampagnenplanung, Wahlkampftouren, Umfragen, Koalitionsspekulationen und Ähnlichem zu beobachten ist (Melisek/Rußmann/Seethaler 2009: 14f.). Zwischen 1999 und 2008 haben Beiträge dieser Art einen durchschnittlichen Anteil von rund 45 bis 50 Prozent erreicht, wobei zwischen Populärzeitungen, Qualitätszeitungen und öffentlich-rechtlichem Rundfunk keine erheblichen Unterschiede bestehen. Besonders ausgeprägt ist diese Orientierung an *Campaign-Issues* jedoch 2008 bei Privatsendern (durchschnittlich 64 Prozent) und in der Zeitung Österreich (55 Prozent). Auch wenn das genannte Niveau des Durchschnitts-

³ Die Autoren danken Johannes Burkart, MMag. Oliver Gruber, Melanie Magin M.A. und Mag. Dr. Uta Rußmann für die Koordination der Codierung, die von 17 studentischen CodiererInnen durchgeführt wurde. Die Intercoder-Reliabilität betrug (Cohen's Kappa) bei Themen: 0,78–0,95; bei Akteuren: 0,90–0,96; bei der Länge des O-Tons 0,92–0,97; bei der Länge von Zitaten: 0,78–0,88.

wertes in den USA schon vor rund einem Vierteljahrhundert gemessen wurde (Patterson 1993: 146), so lassen gerade die jüngsten, überdurchschnittlich hohen Werte bei Privatsendern und Hybridzeitungen befürchten, dass sie die zukünftige Entwicklungsrichtung ankündigen (Kaid/Strömbäck 2008).

Wenn sich also nahezu jeder zweite Beitrag der Wahlberichterstattung mit den Wahlkampagnen der Parteien befasst, so sind dem zunehmenden Bemühen der Parteien, Sachthemen in der öffentlichen Diskussion zu platzieren (Melischek/Rußmann/Seethaler 2009: 15), von vornherein enge Grenzen gesetzt. Dennoch erhebt sich die Frage, ob und in welchem Ausmaß es den Parteien gelingen kann, „ihre“ politischen Themen auf die Agenda der Medienöffentlichkeit zu setzen, oder ob sich die Medien in ihrer Themensetzung von den Parteien lösen.

In der Forschung besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass sogenannte *Priming*-Effekte, also Auswirkungen spezifischer Themen auf die Beurteilung von Parteien und Kandidaten, als additive Wirkungen zu verstehen sind. Diese beruhen auf der Leistung der Medien, „through their *day-to-day* selection and display of the news“ im Wettstreit der Themen um öffentliche Aufmerksamkeit einigen wenigen Bedeutung zu verleihen (McCombs/Reynolds 2009: 1 [Hervorhebung durch die VerfasserInnen]). Dementsprechend muss die Öffentlichkeitsarbeit der Parteien um eine *permanente* Kontrolle bemüht sein, welches Thema wann und wie lange „gespielt“ wird. Aus diesen Gründen erscheint ein dynamisches Modell geeigneter als die häufig eher statischen, mehrere Wochen umfassenden Zeitvergleiche, *Agenda-Building*-Prozesse adäquat zu erfassen (Brandenburg 2002). Im Folgenden wird davon ausgegangen, dass in die Hauptnachrichtensendungen des Fernsehens am Abend in der Regel die Presseausstrahlungen desselben Tages gelangen, in die Morgenzeitung die des vorangegangenen Tages. Bezogen auf die wechselseitige Medienbeobachtung ist anzunehmen, dass Berichte der Morgenzeitungen in die abendlichen Fernsehnachrichten einfließen, während die (nach Redaktionsschluss ausgestrahlten) Fernsehmeldungen erst am übernächsten Tag einen Niederschlag in der Presse finden können.⁴

Die Analyse dieses zeitlichen Zusammenhangs erfolgte mithilfe eines *Time-Series-Cross-Section-Designs* (TSCS), das Längsschnitts- (Zeitablauf) und Querschnittsperspektiven (Themenagenden) integriert.

⁴ Da über die Internetseiten des ORF (mögliche) Meldungen der Hauptnachrichtensendungen schon früher verbreitet werden, wurden zusätzlich zu den Rechnungen mit Zwei-Tages-Intervall zur Kontrolle Rechnungen mit einem eintägigen Intervall durchgeführt, aber keine besonders auffälligen Abweichungen festgestellt.

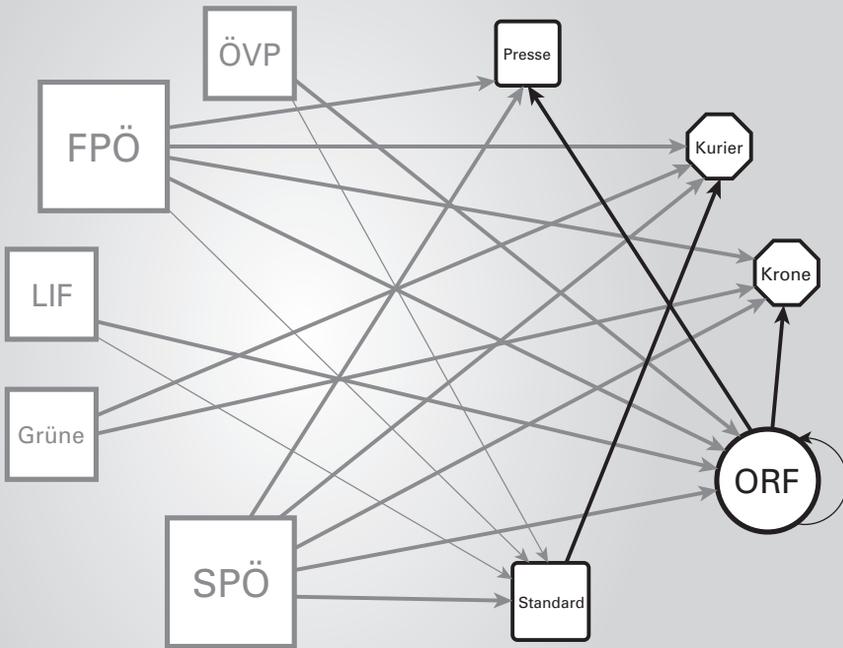
Die parallele Betrachtung themenübergreifender und zeitlicher Varianz erlaubt nicht nur eine bessere empirische Sättigung, sondern vor allem die hier angestrebte Dynamisierung der analytischen Perspektive (Tiemann 2009: 213). Die zugrunde gelegten Daten wurden einerseits nach Tagen und andererseits nach den zwanzig Politikfeldern organisiert, die im Wesentlichen von den Aufgabenbereichen der im Untersuchungszeitraum aktiven österreichischen Bundesministerien abgeleitet sind.⁵ Der Tagesrhythmus enthält pro Woche einen Zeitsprung, da die Presseaussendungen eines Wochenendes zusammengefasst und den ebenfalls zusammengefassten Samstags- und Sonntagssendungen bzw. Sonntags- und Montagsausgaben gegenübergestellt wurden. Dieser Schritt war notwendig aufgrund fehlender Sonntagsausgaben einiger Zeitungen, erwies sich aber auch aufgrund der am Wochenende eingeschränkten Parteiaktivitäten und der zumeist kürzeren Sonntagsnachrichten im Fernsehen als zweckmäßig. Infolge dieser Zusammenlegungen und der erforderlichen Zeitverschiebung gingen letztlich 34 mal 20, also 680 Fälle in jede Berechnung ein.

Jede Gleichung besteht aus einem bestimmten Medium als abhängiger Variable, während der Vektor der unabhängigen Variable alle anderen zu einer bestimmten Wahl untersuchten Medien und alle vor dieser Wahl im Nationalrat vertretenen Parteien inkludiert. Für jedes Medium wurden zwei Rechnungen durchgeführt, und zwar mit ungewichteten sowie mit gewichteten Themenagenden. Für die Zeitungen erfolgte die Gewichtung mit einem aus Platzierung und Aufmachung gewonnenen Faktor,⁶ bei den Nachrichtensendungen mit der Länge der Beiträge. Damit werden nicht nur Einflüsse auf die Entstehung der jeweiligen Themenagenda geprüft, sondern auch Einflüsse auf die *Salience* eines Themas in der Berichterstattung. Die TSCS-Analyse folgt dem von Beck und Katz (1995) formulierten Standard, d. h. es wurden zur Berechnung der Standardfehler panelkorrigierte Standardfehler (*panel-corrected standard errors*; PCSE) verwendet, zur Kontrolle von Effekten unbeobachteter, aber systematischer Einflussfaktoren (wie

⁵ Die zwanzig Politikfelder lauten: Rechtspolitik, Öffentliche Unternehmen und öffentliche Verwaltung, Außenpolitik, Äußere Sicherheit, Innere Sicherheit, Finanzpolitik, Wirtschaftspolitik, Verkehrs- und Technologiepolitik, Landwirtschaftspolitik, Soziale Sicherheit, Bildungspolitik, Universitäts- und Forschungspolitik, Kulturpolitik, Umweltpolitik, Gesundheitspolitik, Familien- und Jugendpolitik, Arbeits- und Beschäftigungspolitik, Frauen- und Gleichstellungspolitik, Europäische Integration. Genauere Information dazu in: Melischek/Rußmann/Seethaler 2009: 113–115.

⁶ Folgende Gewichtung der Zeitungsbeiträge wurde vorgenommen: 4 = Aufmacher auf Seite 1; 3 = Aufmacher auf Innenseite/Mehrspalter auf Seite 1; 2 = Mehrspalter auf Innenseite/Einspalter auf Seite 1; 1 = Einspalter auf Innenseite (Lang/Meffert/Schrott 1993, 26); die Gewichte erhöhen sich um 1, wenn der Beitrag ein Bild zumindest in Spaltenbreite enthält.

Abb. 1: Einflüsse auf die Entstehung der Themenagenden von Zeitungen und Fernsehnachrichtensendungen im österreichischen Nationalratswahlkampf 1999



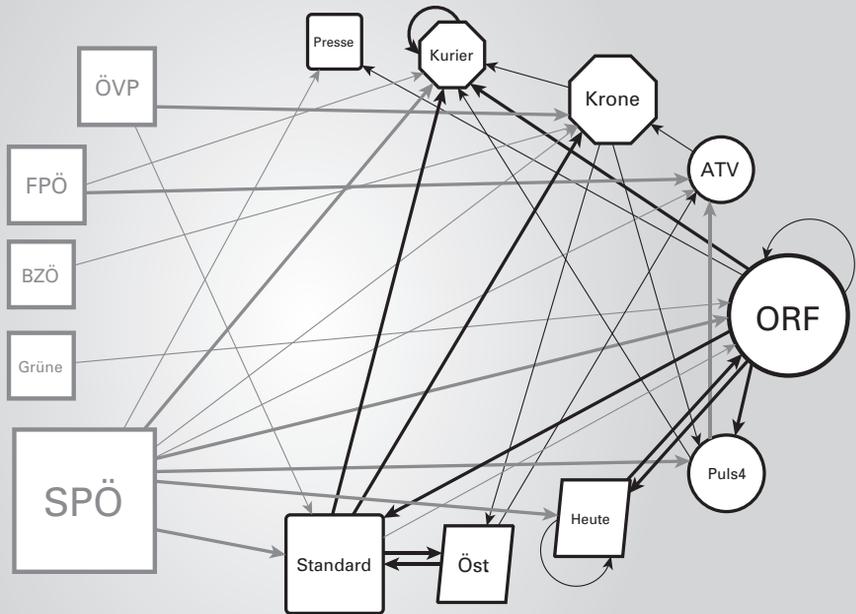
Graue Linien: Parteieneinflüsse; **schwarze Linien:** Medieneinflüsse; **starke Linien:** Einflüsse sowohl auf die ungewichtete als auch auf die (der Saliency entsprechend) gewichtete Themenagenda; **schwache Linien:** entweder nur Einflüsse auf die ungewichtete oder auf die gewichtete Themenagenda; $p < 0,1$ (siehe Fußnote 7; statistische Dateien: www.oeaw.ac.at/cmc)

Basis: Time-Series-Cross-Section-Analysen mit panel-corrected standard errors, einer zeitverzögerten abhängigen Variablen und fixed effects (die dafür aufgenommenen 20 Politikfelder-Dummies sind aus Platzgründen im Text nicht diskutiert); abhängige Variable: ungewichtete bzw. gewichtete Themenagenden der in der Abbildung dargestellten Medien

der generellen, zeitinvarianten Themenstruktur einer Zeitung oder Fernsehsendung) Politikfelder-Dummies einbezogen⁷ und zur Eliminierung serieller Korrelation eine zeitverzögerte abhängige Variable als zusätzlicher Regressor aufgenommen. Letzteres bedeutet, dass die Themenagenda eines Mediums zum Zeitpunkt t nicht nur auf die Agenden der anderen Medien und Parteien zum Zeitpunkt $t-1$, sondern auch auf die medieneigene Agenda zum Zeitpunkt $t-1$ bezogen wird. Neben dem

⁷ Da dadurch signifikante Einflüsse der Parteienagenden unterschätzt werden, wurde das Signifikanzniveau mit $p < 0,1$ angesetzt.

Abb. 2: Einflüsse auf die Entstehung der Themenagenden von Zeitungen und Fernsehnachrichtensendungen im österreichischen Nationalratswahlkampf 2008



Graue Linien: Parteeinflüsse; **schwarze Linien:** Medieneinflüsse; **starke Linien:** Einflüsse sowohl auf die ungewichtete als auch auf die (der Saliency entsprechend) gewichtete Themenagenda; **schwache Linien:** entweder nur Einflüsse auf die ungewichtete oder auf die gewichtete Themenagenda; $p < 0,1$ (siehe Fußnote 7; statistische Dateils: www.oeaw.ac.at/cm/c)

Basis: Time-Series-Cross-Section-Analysen mit panel-corrected standard errors, einer zeitverzögerten abhängigen Variablen und fixed effects (die dafür aufgenommenen 20 Politikfelder-Dummies sind aus Platzgründen im Text nicht diskutiert); abhängige Variable: ungewichtete bzw. gewichtete Themenagenden der in der Abbildung dargestellten Medien

mathematischen Vorteil erlaubt dieses Verfahren die Kontrolle kontinuierlicher Aufmerksamkeit für ein Thema in der abhängigen Variable.⁸ Ein Vergleich der in Abbildung 1 und 2 dargestellten Ergebnisse der TSCS-Analysen zeigt gravierende Unterschiede im Sinne der oben formulierten Annahmen: Der Einfluss der Parteien auf die Entstehung der

⁸ Die Modelle wurden mit dem Befehl `xtpcse` im Statistikprogramm Stata, Version 10, geschätzt. Zur Überprüfung der Robustheit der Ergebnisse wurden auch alternative Modellspezifikationen (z. B. mit einer Prais-Winsten-Transformation anstelle einer zeitverzögerten abhängigen Variable) getestet.

Medienagenden geht zurück, und parallel dazu gewinnt die wechselseitige Beobachtung der Medien dramatisch an Bedeutung. 1999 gelang es allen Parteien – mit mehr oder weniger Erfolg – „ihre“ Themen in der Medienberichterstattung nicht nur unterzubringen, sondern auch die Platzierung der Themen in ihrem Sinn zu beeinflussen. 2008 zeigen sich diese Transferbeziehungen generell abgeschwächt und finden trotz der höheren Zahl der (untersuchten) Medienakteure nicht häufiger, in Bezug auf das Sample von 1999 signifikant seltener statt. In den meisten Fällen können Parteien entweder ihre Themen lancieren, haben aber keinen Einfluss darauf, wo diese platziert werden, oder sie schaffen es gerade, einige Male in die Schlagzeilen zu kommen, ohne aber ein konsistentes Themenprofil vermitteln zu können.

Noch 1999 konnten offensichtlich die Parteien schon deshalb mit einigem Erfolg ihrer PR rechnen, da der *ORF* seinen Informationsauftrag so interpretierte, dass er die Themen möglichst aller relevanten politischen Kräfte an sein Publikum vermitteln sollte. Ausnahme von dieser Regel waren lediglich die *Grünen*. Weit über diese Basis hinaus, waren *Sozialdemokraten* und *Freiheitliche* die Agenda-Setter dieser Wahl, während die *ÖVP* nicht einmal die *Presse*, auf die sie sich in den 1970er- und 1980er-Jahren hatte verlassen können (Melischek/Rußmann/Seethaler 2009: 134), als Sprachrohr für ihre Themen gewinnen konnte. Dies wiederholte sich (von der in mehrerer Hinsicht außergewöhnlichen Wahl 2002 abgesehen) bei den folgenden Wahlen, sodass die Vermutung naheliegt, dass der Verkauf der Zeitung an die *Styria Medien AG* 1991 eine stärkere Distanzierung von der *ÖVP* mit sich gebracht haben könnte. (Davor war die *Presse* mit der *Wirtschaftskammer Österreich* und zwei regionalen Handelskammern verbunden, deren Funktionäre zumeist Mitglieder der *ÖVP* sind oder ihr nahestehen.) Demgegenüber erfüllt der *Standard* eher die von einer Qualitätszeitung zu erwartende Funktion, Resonanzboden für eines der großen weltanschaulichen Lager zu sein (Schulz/Kindelmann 1993: 18), da die Nähe seiner Themen zur *SPÖ* (bzw. 2002 und 2006 auch zu den *Grünen*) durchaus seinem linksliberalen Image entspricht, wenn er auch bis zu einem gewissen Grad offen für andere Parteien-Inputs ist.

Schwierig einzuordnen ist das Themensetzungsverhalten von *Kronen Zeitung* und *Kurier*, die beide im gesamten Untersuchungszeitraum dazu neigen, Themen der *SPÖ* und der *FPÖ* bzw. des *BZÖ* aufzugreifen, wenngleich sie darauf nicht festgelegt sind, sondern fallweise auch Themen der *Grünen* und der *ÖVP* miteinbeziehen. Sie weisen jedoch – etwa im Vergleich zur *Presse* – ein deutlich geringer ausgeprägtes selektives Verhalten gegenüber dem Angebot der Parteien auf. Allerdings

ist festzuhalten, dass es 2008 ebenfalls nur der *SPÖ* und – in Bezug auf *ATV* – auch der *FPÖ* als einzigen Parteien gelang, mit ihren Themen in die Berichterstattung der Privatsender und Gratiszeitungen zu kommen (*Österreich* ist als einzige Zeitung auf der Themenebene sogar völlig von den Parteien entkoppelt). Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass die Themen dieser Parteien eher den weithin geltenden journalistischen Handlungskriterien entsprechen bzw. in einer Form kommuniziert werden, die dieser Prämisse gehorcht. Dennoch erweist sich hier die Einbeziehung eines längeren Untersuchungszeitraums und weiterer Indikatoren als unbedingt notwendig. Der PR-Erfolg der *SPÖ* 2008 wird schließlich auch anhand der Themenwahl des *ORF* deutlich, der die noch 1999 gegebene Linie einer weitgehend umfassenden Vermittlung der Parteienagenden verlassen hat und seit 2002 anstelle des früheren reaktiven Verhaltens einen stärker aktiven und selektiven Zugang in der Themensetzung wählt. Dies entspricht europaweit beobachtbaren Veränderungen in der journalistischen Praxis des unter zunehmenden Konkurrenzdruck geratenen öffentlich-rechtlichen Rundfunks (de Vreese 2001: 155).

Der im Untersuchungszeitraum feststellbare Rückgang von Agenda-Building-Erfolgen der Parteien korreliert mit einer drastischen Bedeutungszunahme des Inter-Media-Agenda-Settings; die sich vergrößern Distanz zu den Parteien geht also mit einer Intensivierung der wechselseitigen Beobachtung der Medien einher. Zu den ersten beiden Wahlen im Untersuchungszeitraum waren systematische Übernahmen von Themen anderer Medien noch eine Randerscheinung im Ringen um die Kontrolle über die Wahlkampfagenda. Zu den letzten beiden Wahlen scheint sich hingegen die Eigenbezüglichkeit im Journalismus als wesentlicher Bestandteil der Behauptung einer eigenen journalistischen Position gegenüber den Beeinflussungsbestrebungen der politischen Akteure herauskristallisiert zu haben: Immerhin hat sich, bezogen auf das untersuchte Langzeitsample von fünf Medien, die Zahl der einschlägigen Transferbeziehungen zwischen 1999 und 2008 verdreifacht, und auch Privatsender, Gratis- und Hybridzeitungen fügten sich in das Mediennetzwerk ein. In diesem Netzwerk kam während des Wahlkampfes 2008 dem *ORF* eine zentrale Rolle zu, aber auch *Standard* und *Kronen Zeitung* waren als Agenda-Setter erfolgreich, wobei die (auf der Themenebene mit Österreich und den Privatsendern verbundene) *Kronen Zeitung* stärker auf Themen des *Standard* reagierte als umgekehrt. Der *Standard* wirkte auch als einzige Zeitung auf die Nachrichtensendungen des *ORF*. In Zusammenhang mit dem Inter-Media-Agenda-Setting stehen auch die 2008 mehrfach beobachtbaren Versuche

von Redaktionen, kontinuierlich und systematisch auf ihrer eigenen Agenda aufzubauen, was als weiteres Element im Bemühen um Unabhängigkeit von äußeren Einflüssen gelten kann. Hier ist es durchaus bemerkenswert, dass der *ORF* unabhängig von einer eher reaktiven oder aktiven Berichterstattungsform auf Kontinuität seiner Themengenda setzte. Da das Phänomen der Selbstreferentialität der Medien in Österreich noch relativ jung zu sein scheint, wird erst die Zukunft zeigen, wie die PR der Parteien auf die damit entstehende Möglichkeit von Spill-over-Effekten innerhalb des Mediensystems reagieren wird (Jarren/Donges 2006: 190f.).

Abb. 3: Redezeit von PolitikerInnen in den Fernsehnews während der österreichischen Nationalratswahlkämpfe 1999 und 2008 (Angaben in Sekunden)

	1999: ORF	2008: ORF 2	2008: ORF 1	2008: ATV	2008: Puls 4
PolitikerInnen: Redezeit pro Beitrag, Durchschnitt aus allen Beiträgen	15,2	10,2	8,7	10,5	4,4
ReporterInnen: Redezeit pro Beitrag, Durchschnitt aus allen Beiträgen	48,9	45,6	24,5	43,7	23,7
PolitikerInnen: Redezeit pro Beitrag, Durchschnitt nur aus Beiträgen mit O-Ton	27,4	21,8	15,1	17,4	13,7
Durchschnittliche Beitragslänge	92,7	82,4	53,4	99,4	47,7
Zahl der Beiträge: ohne/mit Kurzmeldungen	181/221	224/275	66/92	81/97	72/79

Anmerkung: Einbezogen sind alle Beiträge mit Bezug zur österreichischen Politik (mit Ausnahme von Kurzmeldungen). Pro Beitrag wurden bis zu vier politische Akteure codiert, und zwar ausschließlich die zu einer Wahl kandidierenden Parteien bzw. deren VertreterInnen.

Die Ergebnisse für den zweiten Autonomie-Indikator, das Ausmaß von Aussagen politischer Akteure im O-Ton bzw. im direkten Zitat, zeigen widersprüchliche Tendenzen. Während im Fernsehbereich die erwartete Abnahme der durchschnittlichen Redezeit von PolitikerInnen pro Beitrag im Wesentlichen zu beobachten ist, steigt in der Presse die durchschnittliche Gesamtlänge der Zitate pro Artikel. (Die Daten für 2002 und 2006 fügen sich in den Trend, der in den Tabellen 1 und 2 für 1999 und 2008 ausgewiesen ist.) In den Nachrichtensendungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sinkt die durchschnittliche Redezeit von PolitikerInnen insofern überraschend stark ab, als die Werte für beide *Zeit-im-Bild*-Sendungen (10,2 bzw. 8,7 Sekunden) 2008 dem Wert von *ATV* (10,5 Sekunden) entsprechen bzw. ihn sogar unterschreiten. Sowohl diese Angleichung als auch das Niveau entsprechen jedoch den Durchschnittswerten in den USA, Deutschland und Frankreich; lediglich Großbritannien weicht – als langfristige Folge der auf journalistische Analyse setzenden „Birt Revolution“ – nach oben ab (Esser

2008: 414). In den westlichen Journalismuskulturen scheinen sich offenbar für die Gestaltung von Fernsehnachrichten gemeinsame Standards herauszubilden. Dafür spricht auch die durchschnittliche Länge der Beiträge in *ORF2* und *ATV*, die mit jener in den drei genannten Ländern vergleichbar ist. Die gegenüber *ORF2* noch höheren Werte der Durchschnittslänge der *ATV*-Beiträge werden zweifellos durch auffallend lange Stellungnahmen von ExpertInnen mit beeinflusst, die mit rund 30 Prozent der gesamten O-Ton-Zeit weit über dem Angebot der anderen Nachrichtensendungen liegen und als ein von journalistischer Seite eingesetztes Mittel verstanden werden können, eine Art Gegengewicht zum Interpretationsanspruch der politischen Akteure zu schaffen. *PULS4* wiederum signalisiert mit einer extrem niedrigen O-Ton-Dauer von 4,4 Sekunden die massivste Zurückdrängung der Präsenz politischer Akteure im österreichischen Fernsehen sowie eine überragende Dominanz der eigenen ReporterInnen, die mehr als fünfmal so lang zu Wort kommen. Dies lässt sich auch nicht durch die unterdurchschnittlich kurze Beitragslänge erklären, da diese kaum von jener der *ZiB20* in *ORF1* abweicht und der Gesamtdauer einer fünf- bis siebenminütigen Nachrichtensendung entspricht. Von *PULS4* abgesehen, liegt das Verhältnis der durchschnittlichen Redezeit von PolitikerInnen und ReporterInnen im Zeit- und Sendervergleich bei 1 zu 3–4 und bietet daher, anders als erwartet, keinen Anhaltspunkt zur Beantwortung der Untersuchungsfrage.

Trotz dieser Anzeichen konvergenter Entwicklungen sowohl über verschiedene Mediensysteme als auch über Organisationsformen hinweg bleibt festzuhalten, dass die „klassische“ öffentlich-rechtliche Nachrichtensendung *Zeit im Bild* in *ORF2* nicht nur insgesamt eine ungleich breitere Möglichkeit bietet, Positionen von PolitikerInnen anhand deren eigener Aussagen kennenzulernen (ihre Gesamtredezeit ist beinahe zweieinhalbmal so lang wie in *ATV aktuell*), sondern dass diesen Aussagen auch in den einzelnen Beiträgen ein höherer Stellenwert beigemessen wird. Bezieht man nämlich die durchschnittliche Redezeit nicht auf die – in der *Zeit-im-Bild*-Sendung ungleich hohe – Gesamtzahl der Beiträge, sondern nur auf jene, in denen ein O-Ton von PolitikerInnen enthalten ist, so zeigt sich, dass die Durchschnittslänge zwar im Zeitvergleich ebenfalls sinkt, aber mit 21,8 Sekunden immer noch deutlich die anderen Nachrichtensendungen übertrifft.

Im Unterschied zum Fernsehen nimmt in der Presseberichterstattung das Ausmaß, in dem PolitikerInnen in den einzelnen Beiträgen mit ihren eigenen Worten präsent sind, in den letzten Jahren zu. Anders als in Deutschland, wo Wilke und Reinemann (2000: 132f.) angesichts

sinkender Zitatlängen seit den 1980er-Jahren von einer Entauthentisierung der politischen Berichterstattung sprechen, scheinen also österreichische Tageszeitungen, ausgehend von den theoretischen Annahmen, in einem engeren bzw. sogar (wieder) enger werdenden Verhältnis zu den Parteien zu stehen – zumindest in Bezug auf den hier gewählten Indikator. Dennoch ist dieser erste Befund in zweifacher Hinsicht zu relativieren, wenn auch nicht zu widerlegen (da er durch das Verhältnis zur Gesamtlänge der Berichterstattung gestützt wird). Einerseits weichen die *Kronen Zeitung* und *Heute* sowohl in der durchschnittlichen Länge der PolitikerInnen-Zitate pro Beitrag als auch im Anteil der Beiträge, die PolitikerInnen-Zitate enthalten, deutlich vom sonst beobachtbaren Trend ab, wobei im Falle des in *Heute* gemessenen Wertes von anderthalb Zeilen die Frage nach dem Informationsgehalt auf der Hand liegt. Andererseits bieten auch die *Presse* als Qualitätszeitung und der *Kurier* in zunehmend weniger Beiträgen politischen Akteuren die Gelegenheit, ihre Positionen im „Originalton“ an die Wählerschaft heranzutragen. Ob sie damit einen Schritt zur Ausweitung der Dispositionsbefugnis des Journalismus über die Inhalte der Politik setzen, wie sie beispielsweise Strömbäck und Nord (2006) für Schweden als ein mit Österreich hinsichtlich der Medienstrukturen vergleichbares Land (Hallin/Mancini 2004) festgestellt haben, bleibt abzuwarten.

Abb. 4: Länge der Zitate von PolitikerInnen in der Presseberichterstattung während der österreichischen Nationalratswahlkämpfe 1999 und 2008 (Angaben in Zeilen)

	Die Presse	Der Standard	Kronen- Zeitung	Kurier	Heute	Öster- reich
1999						
Durchschnittliche Länge der Zitate von PolitikerInnen pro Beitrag	6,8	6,0	3,1	7,6	–	–
Anteil der Beiträge mit Zitaten von PolitikerInnen in %	44,6	42,1	23,4	41,9	–	–
Zahl der Beiträge	751	848	388	461	–	–
2008						
Durchschnittliche Länge der Zitate von PolitikerInnen pro Beitrag	7,0	9,2	4,4	9,0	1,5	9,0
Anteil der Beiträge mit Zitaten von PolitikerInnen in %	34,4	43,2	23,6	35,7	23,8	41,9
Zahl der Beiträge	659	677	348	530	303	652

Anmerkung: Einbezogen sind alle Beiträge mit Bezug zur österreichischen Politik (mit Ausnahme von Kurzmeldungen). Pro Beitrag wurden bis zu vier politische Akteure codiert, und zwar ausschließlich die zu einer Wahl kandidierenden Parteien bzw. deren VertreterInnen.

4. Resümierende Anmerkungen

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Vergleichsstudie eine Reihe von Anzeichen für einen – auch im journalistischen Selbstverständnis zum Ausdruck kommenden – Autonomiegewinn des österreichischen politischen Journalismus, aber keinen durchgängigen Trend in diese Richtung.

Insbesondere unter einer Agenda-Building-Perspektive, also unter der Perspektive des Zustandekommens der täglich von den Medien verbreiteten Themenagenden, kann insofern von einer Intensivierung der seit den 1970er-Jahren beobachtbaren Schwächung der Medien-Parteien-Bindung (Melischek/Rußmann/Seethaler 2009) gesprochen werden, als im letzten Jahrzehnt (und damit im internationalen Vergleich mit einiger Verspätung) Indizien für ein zunehmend selektives Medienverhalten nachweisbar sind, das es den Parteien erschwert, ihre politischen Anliegen an die Medien zu kommunizieren. Damit steht die Öffentlichkeitsarbeit der Parteien vor der Herausforderung, ihre Botschaften journalistischen Selektions- und Interpretationskriterien anzupassen – ein Prozess, der als „Mediatisierung“ der Politik beschrieben wird (Mazzoleni/Schulz 1999). Gleichzeitig kommt es zu einer erhöhten Selbstreferentialität der Medien, die sich in einer Zunahme des Inter-Media-Agenda-Settings, also von Themenaustauschprozessen zwischen den Medien, niederschlägt. Wenn dieser Trend anhält, ist ein höherer Konsonanzgrad der von den Medien verbreiteten Themen, also eine Zuspitzung der öffentlichen Diskussion auf einige wenige Themen, zu erwarten, der den eingangs beschriebenen „Kampf“ um die Themensetzung intensivieren wird. Diese Entwicklung ist deshalb so brisant, weil die Themenorientierung als einer der drei aus sozialpsychologischer Sicht wahlentscheidenden Faktoren gelten kann, der bei nachlassender Parteienidentifikation, dem früher wichtigsten Wählermotiv, weiter an Bedeutung gewinnen wird (Schoen/Weins 2005).

Für den dritten wahlentscheidenden Faktor, die Beurteilung der zur Wahl stehenden Personen, spielt zweifellos deren Darstellung in den Medien eine nicht zu unterschätzende Rolle. Eines der Elemente, die dieses medienvermittelte Image formen, ist die den PolitikerInnen von den JournalistInnen eingeräumte Möglichkeit, sich in ihren eigenen Worten an die Bevölkerung zu wenden. Die hier vorgelegten Ergebnisse lassen kein eindeutiges Bild erkennen. So scheint es – im internationalen Vergleich – zu einer Angleichung der Präsentationsformen im öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehen zu kommen, die eine Verkürzung der durchschnittlichen Redezeit der PolitikerInnen pro Beitrag bei einem im Wesentlichen unverändert bleibenden Verhältnis zur

Redezeit der ReporterInnen zur Folge hat. Dies gilt jedenfalls für den Vergleich von *ORF* und *ATV*; in der nur fünf Minuten dauernden Nachrichtensendung von *PULS4* wurden im Wahlkampf 2008 die PolitikerInnen stark in den Hintergrund gedrängt. Ob sich in den Fernsehnachrichten eher ein Stilwandel (Schulz 2010: 221) als eine Veränderung im Verhältnis von Journalismus und Politik abzeichnet, kann freilich nur durch längerfristige Studien geklärt werden.

Ähnliches gilt für die Presse, in der sich sogar tendenziell eine Zunahme der direkten PolitikerInnen-Zitate abzeichnet, wenn auch einerseits bei der auflagenstärksten Zeitung auf einem sehr niedrigen Niveau, das nur noch von der Gratiszeitung *Heute* unterboten wird. Andererseits sinkt – im Durchschnitt – der Anteil jener Beiträge, in denen überhaupt PolitikerInnen zu Wort kommen. So zeigt sich auch hier, dass eine umfassende Untersuchung des Verhältnisses von Politik und Journalismus noch aussteht, die auf einer höheren Zahl von Indikatoren und länger zurückreichenden Zeitreihendaten aufbauen kann. In mehrfacher Hinsicht zu erweitern wäre auch die Untersuchungsbasis, nämlich sowohl hinsichtlich einer Einbindung der Bundesländerpresse, des Hörfunks und der *Austria Presse Agentur (APA)* als auch hinsichtlich einer Einbeziehung der Phasen zwischen den Wahlkämpfen, auch wenn diese immer mehr davon bestimmt zu sein scheinen, dass nach der Wahl vor der Wahl bedeutet.

Literatur

- Beck, Nathaniel/Katz, Jonathan (1995): What to do (and not to do) with time series cross-section data. In: *American Political Science Review* 89/3. S. 634–747.
- Brandenburg, Heinz (2002): Who follows whom? The impact of parties on media agenda formation in the 1997 British general election campaign. In: *The Harvard Journal of Press/Politics* 7 (3). S. 34–54.
- Butler, David/Ranney, Austin (1992): Conclusion. In: Dies. (Hg.): *Electioneering: a comparative study of continuity and change*. Clarendon. Oxford. S. 278–286.
- de Vreese, Claes H. (2001): Election coverage: new directions of public broadcasting. In: *European Journal of Communication* 16/2. S. 155–180.
- Esser, Frank (2008): Dimensions of political news cultures: sound bite and image bite news in France, Germany, Great Britain, and the United States. In: *The International Journal of Press/Politics* 13/4. S. 401–428.
- Hallin, Daniel C. (1992): Sound bite news: Television coverage of elections, 1968–1988. In: *Journal of Communication* 42/2. S. 5–24.

- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (2004): Comparing media systems: three models of media and politics. Cambridge University Press. Cambridge.
- Hanitzsch, Thomas (2007): Journalismuskultur: Zur Dimensionierung eines zentralen Konstrukts der kulturvergleichenden Journalismusforschung, In: Medien und Kommunikationswissenschaft 55/3. S. 372–389.
- Hanitzsch, Thomas/Seethaler, Josef (2009): Journalismuswelten – Ein Vergleich von Journalismuskulturen in 17 Ländern. In: Medien und Kommunikationswissenschaft 57/4. S. 464–483.
- Jahn, Detlef (2006): Einführung in die vergleichende Politikwissenschaft. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft: Eine Einführung. 2. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden.
- Kaid, Lynda Lee/Strömbäck, Jesper (2008): Election news covering around the world: a comparative perspective. In: Strömbäck, Jesper/Kaid, Lynda Lee (Hg.): The Handbook of election news coverage around the world. Routledge. New York. S. 421–431.
- Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II: Österreichs Medienmacher und ihre Motive: Eine repräsentative Befragung. facultas.wuv. Wien.
- Karmasin, Matthias (2002): Medienmanagement als Stakeholder Management. In: Karmasin, Matthias/Winter, Carsten (Hg.): Grundlagen des Medienmanagements, 2. Auflage. Fink Verlag. München. S. 279–302.
- Karmasin, Matthias (2005): Journalismus: Beruf ohne Moral? Von der Berufung zur Profession. facultas.wuv. Wien.
- Kepplinger, Hans Matthias (2004): Problemdimensionen des Journalismus: Wechselwirkung von Theorie und Empirie. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus: Ein diskursives Handbuch. 2. Auflage. VS Verlag. Wiesbaden. S. 87–105.
- Lang, Matthias/Meffert, Michael/Schrott, Peter (1993): Projekt „Vergleichende Wahlstudie 1990“. Medienberichterstattung. ZUMA-Technischer Bericht Nr. T 93/05. Mannheim.
- Lengauer, Günther/Vorhofer, Hannes (2009): Wahlkampf am und abseits des journalistischen Boulevards: Redaktionelle Politikvermittlung im Nationalratswahlkampf 2008. In: Plasser/Fritz (Hg.): Politik in der Medienarena: Praxis politischer Kommunikation in Österreich. facultas.wuv. Wien. S. 145–192.

- Mazzoleni, Gianpietro/Schulz, Winfried (1999): „Mediatization“ of politics: a challenge for democracy? In: *Political Communication* 16/3. S. 247–261.
- McCombs, Maxwell E. (2004): *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Polity Press. Cambridge.
- McCombs, Maxwell E./Reynolds, Amy (2009): How the news shapes our civic agenda. In: Bryant, Jennings/Oliver, Mary Beth (Hg.): *Media effect: advances in theory and research*. 3. Auflage. Routledge. New York. S. 1–16.
- Melischek, Gabriele/Rußmann, Uta/Seethaler, Josef (2009): Agenda-Building in österreichischen Nationalratswahlkämpfen, 1970–2008. In: Plasser, Fritz (Hg.): *Politik in der Medienarena: Praxis politischer Kommunikation in Österreich*. facultas.wuv. Wien. S. 101–143.
- Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef [in Druck]: Kontinuität und Wandel im Verhältnis von Politik und Medien in der Wahlkampfkommunikation seit 1945: Methodik und Empirie im internationalen Vergleich. In: Arnold, Klaus/Classen, Christoph/Kinnebrock, Susanne/Lersch, Edgar/Wagner, Hans-Ulrich (Hg.): *Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien und Politik im 20. Jahrhundert*. Leipziger Universitätsverlag. Leipzig.
- Norris, Pippa/Curtice, John/Sanders, David/Scammell, Maggie/Semetko, Holli (1999): *On Message. Communicating the Campaign*. Sage Publications. London.
- Patterson, Thomas E. (1993). *Out of order*. Knopf. New York.
- Pfetsch, Barbara (2004): From political culture to political communications culture: A theoretical approach to comparative analysis. In: Esser, Frank/Pfetsch, Barbara (Hg.): *Comparing political communication: Theories, cases and challenges*. Cambridge University Press. Cambridge. S. 344–366.
- Plasser, Fritz/Lengauer, Günther (2009): Politik vor Redaktionsschluss: Kommunikationsorientierungen von Macht- und Medieneliten in Österreich. In: Plasser, Fritz (Hg.): *Politik in der Medienarena: Praxis politischer Kommunikation in Österreich*. facultas.wuv. Wien. S. 53–100.
- Reese, Stephen D. (1991): Setting the media's agenda. A power balance perspective. In: Anderson, James A. (Hg.): *Communication Yearbook*. Bd. 14. Routledge. New York. S. 309–340.
- Reese, Stephen/Danielian, L. H. (1989): Intermedia influence and the drug issue: Converging on cocaine. In: Shoemaker, P. J. (Hg.): *Communication campaigns about drugs: government, media and the public*. LEA. Hillsdale, NJ. S. 29–46.

- Schoen, Harald/Weins, Cornelia (2005): Der sozialpsychologische Ansatz zur Erklärung von Wahlverhalten. In: Falter, Jürgen W./Schoen, Harald (Hg.): Handbuch Wahlforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden. S. 187–242.
- Schulz, Winfried (2010): Kanzlerkandidaten in Fernsehnachrichten: Vergleich der Sender und Wahljahre seit 1990. In: Reinemann, Carsten/Stöber, Rudolf (Hg.): Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft: Festschrift für Jürgen Wilke. Halem Verlag. Köln.
- Schulz, Winfried/Kindelmann, Klaus (1993): Die Entwicklung der Images von Kohl und Lafontaine im Wahljahr 1990: Ein Vergleich der Wählerurteile mit den Urteilen ausgewählter Leitmedien. In: Holtz-Bacha, Christina/Kaid, Lynda Lee (Hg.): Die Massenmedien im Wahlkampf: Untersuchungen aus dem Wahljahr 1990. Westdeutscher Verlag. Opladen. S. 10–45.
- Seethaler, Josef/Melischek, Gabriele (2006): Die Pressekonzentration im europäischen Vergleich. In: *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 35 (4). S. 337–360.
- Semetko, Holli A./Blumler, Jay G./Gurevitch, Michael/Weaver, David H. (1991): The formation of campaign agendas: a comparative analysis of party and media roles in recent American and British elections. LEA. Hillsdale, NJ.
- Stark, Birgit/Magin, Melanie (Hg.) (2009): Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Relation: Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung, N.F., Bd. 3. Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Wien.
- Strömbäck, Jesper/Nord, Lars W. (2006): Do Politicians lead the Tango? A Study of the Relationship between Swedish Journalists and their Political Sources in the Context of Election Campaigns. In: *European Journal of Communication* 21/2. S. 147–164.
- Swanson, David L./Mancini, Paolo (Hg.) (1996): Politics, media, and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences. Praeger. Westport.
- Tiemann, Guido (2009): Zwei Verfahren zur Analyse heterogener Kausalität: Time-Series-Cross-Section- und Mehrebenenmodelle. In: Pickel, Susanne/Pickel, Gert/Lauth, Hans Joachim/Jahn, Detlef (Hg.): Methoden der vergleichenden Politik- und Sozialwissenschaft: Neue Entwicklungen und Anwendungen. VS Verlag. Wiesbaden. S. 213–232.
- Walgrave, Stefaan/De Swert, Knut (2007): Where does issue ownership come from? From the party or from the media? Issue-party identifications in Belgium, 1991–2005. In: *The Harvard International Journal of Press/Politics* 12/1. S. 37–67.

Wilke, Jürgen/Reinemann, Carsten (2000): Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung: Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949–1998. Böhlau Verlag. Köln; Weimar; Wien.

ANHANG

Anmerkungen zur Studie „Politikjournalismus in Österreich“

Die Beiträge von Matthias Karmasin, Daniela Kraus, Andy Kaltenbrunner und Emmerich Tólos in diesem Buch basieren auf der Studie „Politikjournalismus in Österreich“, die von *Medienhaus Wien* von 2009 bis 2010 durchgeführt wurde.¹

Aufbauend auf der im Jahr 2007 durchgeführten Erhebung der Grundgesamtheit österreichischer Journalisten und Journalistinnen (Journalisten-Report I²) sowie auf Basis der Studie zu Arbeitsweisen und Rollenselbstverständnis von Journalisten und Journalistinnen (Journalisten-Report II³) und kleineren Teilstudien, speziell zum Thema Rechercheverhalten, wurden zunächst qualitative Leitfadeninterviews mit österreichischen Politikjournalisten und -journalistinnen (2. Quartal 2009) durchgeführt.

Im Anschluss wurde vom österreichischen *Gallup-Institut* eine telefonische Befragung von 100 österreichischen Innenpolitikjournalisten und -journalistinnen durchgeführt (Juni bis Juli 2009). Befragt wurden dabei hauptberufliche Journalisten und Journalistinnen, die in einem österreichischen Medienunternehmen entweder angestellt oder ständig frei tätig sind. Die detaillierte Definition sowie eine genaue Abgrenzung des Berufsfelds werden im Journalisten-Report I erläutert.⁴

Abgefragte Themenblöcke waren:

- die Recherche: Ein besonderer Schwerpunkt lag auf dem Wandel des Politikjournalismus durch technische und mediale Veränderungen (Digitalisierung, Web 2.0). Gerade die Gruppe der Politikjournalisten und -journalistinnen sieht sich immer stärker mit einer

1 Die Studie wurde durch Unterstützung des Bundespressediensts ermöglicht. Der Schwerpunkt „Recherche“ beruht auf Ergebnissen des Jubiläumssfonds-Projekts Nr. 13324.

2 Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2007): Der Journalisten-Report. Österreichs Medien und ihre Macher. facultas.wuv. Wien.

3 Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. facultas.wuv. Wien.

4 Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2007): a. a. O. S. 10–16 und 161–171.

Zunahme von ethischen Fragen und Problemstellungen konfrontiert. Wie verändern sich das Berufsfeld und die Arbeitsbedingungen durch die neuen Technologien und Kommunikationsformen? Welche Quellen stehen zur Verfügung und werden genutzt? Welche Bedeutung wird dem Internet und den Suchmaschinen beigemessen? Wer dient als neuer Gatekeeper für die Nachrichtenauswahl politischer Informationen? Welchen Einfluss haben die neuen Möglichkeiten auf den journalistischen Arbeitsalltag? Welche Bedeutung messen Politikjournalisten und -journalistinnen journalistischen Randzonen (z.B. Citizen-Journalism) bei, bzw. wie versucht sich der redaktionelle Journalismus gegen Citizen-Journalism abzugrenzen oder dessen Inhalte als Quelle bzw. Input zu nutzen?

- die Einschätzung des österreichischen Politikjournalismus durch die Innenpolitikjournalisten und -journalistinnen selbst (Bedeutung und aktuelle Entwicklungen);
- Mediennutzung der Innenpolitikjournalisten und -journalistinnen sowie Leitmedien für die politische Berichterstattung (klassische Medienangebote, Onlinemedien, Web-2.0-Angebote);
- demographische Daten (Alter, Migrationshintergrund, Position im Unternehmen).

Für die vorliegende Studie „Politikjournalismus in Österreich“ wurde von rund 340 hauptberuflichen Politikjournalisten und -journalistinnen ausgegangen; diese Zahl basiert auf den Vorstudien „Journalisten-Report I“ und „Journalisten-Report II“ und auf Nachrecherchen in den österreichischen Redaktionen zwecks Aktualisierung der vorhandenen Daten. Es ergibt sich folgendes Bild von Grundgesamtheit und Stichprobe:

Medium	Grundgesamtheit Prozent/Anzahl	Anzahl der befragten Journalisten und Journalistinnen
Printmedium	50 % / 172	n = 50
Radio/TV	38 % / 131	n = 40
Online	8 % / 26	n = 6
Agentur	4 % / 13	n = 4

Von diesen rund 340 Innenpolitikjournalisten und -journalistinnen wurden 100 Journalisten und Journalistinnen durch das Österreichische *Gallup-Institut* befragt (Juni bis Juli 2009). Sampleerstellung und Quotierung erfolgten ebenfalls auf Basis der soziodemographischen Daten zur Grundgesamtheit aus Journalisten-Report I und Journalisten-Report II. Für die Schichtung der Stichprobe wurde auf zwei Merkmale besonders Wert gelegt: Medium und Geschlecht. Außer der Quotie-

zung dieser Merkmale wurde aus forschungspragmatischen Gründen randomisiert vorgegangen.

Fragebogen und Befragung

Befragt wurden die Journalisten und Journalistinnen mittels standardisierten Fragebogens in CATI-Interviews. Die Befragung wurde vom Österreichischen *Gallup-Institut/Karmasin Marktforschung* durchgeführt. Projektleiter war Dr. Harald Pitters.

Der Fragebogen wurde auf Basis der Literaturarbeiten sowie der qualitativen Interviews entwickelt; einige Fragen wurden gezielt mit internationalen Benchmark-Studien abgeglichen, um Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

Fragebogen „Politikjournalismus in Österreich“

Sind Sie im Politikjournalismus tätig? Und wo liegt Ihr Arbeitsschwerpunkt?

Welche Position üben Sie innerhalb Ihres Unternehmens aus?

Wie lange arbeiten Sie schon als Politikjournalist/-in?

Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zum Politikjournalismus in Österreich vor. Bitte sagen Sie mir, wie Sie diese Aussagen beurteilen. (stimme voll zu, stimme eher zu, stimme eher nicht zu, stimme nicht zu)

- Politikjournalismus verliert insgesamt an Bedeutung gegenüber anderen redaktionellen Inhalten.
- Kritischer bzw. investigativer Journalismus nimmt zu.
- Die Sensationalisierung im Politikjournalismus nimmt zu.
- Konflikte werden immer mehr in den Mittelpunkt der Berichte gestellt.
- Personen als Handlungsträger rücken immer mehr in den Vordergrund der Berichterstattung.
- Zeitaufwendige Recherchen werden im Politikjournalismus selten.
- Ausführliche Hintergrundberichterstattung gewinnt an Bedeutung.
- Die Verhäberung zwischen Journalisten und Politikern ist in Österreich ein Problem.

Was glauben Sie, wie stark die folgenden Medien die politische Tagesordnung in Österreich beeinflussen? (sehr stark, eher stark, eher nicht stark, gar nicht)

- Kurier
- Der Standard
- Kronen Zeitung
- Die Presse
- Wiener Zeitung
- Salzburger Nachrichten
- profil
- Österreich
- News
- ORF
- Kleine Zeitung
- ATV

Als Nächstes nenne ich Ihnen einige Faktoren, die Ihre Arbeit als Journalist/-in beeinflussen können. Bitte sagen Sie mir zu jedem Faktor, wie zufrieden oder unzufrieden Sie persönlich damit sind. Sie können dabei Ihre Bewertungen nach dem Schulnotensystem abstufen. Wie ist es zum Beispiel mit ...

- Ihren Möglichkeiten, sich beruflich weiterzubilden?
- der täglichen Arbeitsbelastung?
- der beruflichen Sicherheit, die Ihnen Ihr Job bietet?
- der Höhe Ihrer Bezahlung?
- der politischen und weltanschaulichen Linie Ihres Betriebes?
- der Publikumsresonanz bzw. den Publikumsreaktionen auf Ihre Arbeit?
- der Zeit, die Sie persönlich für Recherchetätigkeiten zur Verfügung haben?

Nun lese ich Ihnen einige Aussagen über das journalistische Selbstverständnis vor. Die Fragen zielen darauf ab, worum es Ihnen ganz persönlich in Ihrem Beruf geht. Bitte bewerten Sie Ihre Zustimmung zu diesen Aussagen wieder nach dem Schulnotensystem. In meinem Beruf geht es mir darum, ...

- komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.
- dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.
- die Realität genauso abzubilden, wie sie ist.
- das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.
- mich für die Benachteiligten in der Bevölkerung einzusetzen.
- die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.
- Kritik an Missständen zu üben.
- positive Ideale zu vermitteln.
- Lebenshilfe für das Publikum zu bieten, also als Ratgeber zu dienen.
- dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.
- neue Trends aufzuzeigen und Ideen zu vermitteln.
- dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.
- mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.
- die politische Tagesordnung zu beeinflussen bzw. Themen auf die politische Tagesordnung zu setzen.
- normalen Leuten eine Chance zu geben, ihre Meinungen über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.

In Hinblick auf das letzte halbe Jahr: Wie viele Stunden arbeiten Sie tatsächlich durchschnittlich pro Woche (inklusive Überstunden)?

Wie groß ist der Zeitanteil, den Sie für Recherchetätigkeiten aufwenden?

Es geht nun nur um die Zeit, die Sie für Recherche verwenden. Wie viel Prozent Ihrer Recherchezeit verwenden Sie für folgende drei Recherchegruppen?

- Agenturrecherche (insbesondere Nachrichtenagenturen, z. B. APA)
- Andere computergestützte bzw. Internetrecherche
- Nicht computergestützte bzw. Offlinerecherche (Telefonate, Vor-Ort-Recherche etc.)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Recherchemittel für Ihre Recherchetätigkeit?
(sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig, unwichtig, steht mir nicht zur Verfügung)

- Telefonate
- E-Mails
- Pressekonferenzen und Pressegespräche
- Persönliche Gespräche extern (z. B. mit Informanten, Interviewpartner)
- Persönliche Gespräche intern (z. B. redaktionelle Absprachen)
- Agenturrecherche (z. B. APA)
- Externe Archive/Bibliotheken (z. B. Österreichische Nationalbibliothek)
- Nachschlagewerke/Bücher (z. B. Brockhaus)
- Dokumente/Schriftstücke (z. B. Akten)
- Papierarchiv/Hausdokumentation
- Onlinearchiv des eigenen Mediums
- Internet
- Fax/Briefpost
- Printmedien
- Radio-Programme
- TV-Programme
- Eigene Ablage (Notizbücher, eigene Ordner)

Als Nächstes geht es um Ihre Mediennutzung.

Welche österreichischen Medien nutzen Sie beruflich häufig bzw. regelmäßig?

Wie viel Prozent der E-Mails in Ihrem Posteingang löschen Sie ungeöffnet bzw. ungelesen, SPAM nicht mitgerechnet?

Welche Websites von österreichischen oder internationalen redaktionellen Medien sind für Ihre Recherchen am wichtigsten?

Welche österreichischen und internationalen Onlinearchive sind für Ihre Recherchen am wichtigsten?

Welche Suchmaschinen sind für Ihre Recherchen am wichtigsten?

Gibt es Websites, die darüber hinaus für Ihre journalistische Arbeit besonders wichtig sind?

Nun geht es darum, wie häufig Sie verschiedene Website-Typen beruflich nutzen.

Wie ist es mit ... (täglich, mind. 1x/Woche, mind. 1x/Monat, seltener, nie)

- Partei-Websites (z. B. spoe.at)?
- Politiker-Websites (z. B. faymann.at)?
- Websites von wissenschaftlichen Einrichtungen (z. B. univie.ac.at)?
- Unternehmens-Websites (z. B. voest.at)?
- Websites von Verbänden, Kammern, Vereinen, NGOs (z. B. arbeiterkammer.at, rog.at)?
- Websites von Ministerien, Landes- und Bundesregierungen (z. B. austria.gv.at)?
- Redaktionelle Online-Nachrichten-Angebote anderer Medien (z. B. spiegel-online.at)?
- kostenlose Onlinearchive/Onlinedatenbanken (z. B. cia factbook)?
- kostenpflichtige Onlinearchive/Onlinedatenbanken (z. B. munzinger.de)?
- Sonstige?

Und wie häufig nutzen Sie die folgenden Web-Anwendungen beruflich?
(täglich, mind. 1x/Woche, mind. 1x/Monat, seltener, nie, nicht bekannt)

- Suchmaschinen
- Nachrichtensuchmaschinen (paperball.de, google news)
- Metasuchmaschinen (MetaGer)
- Weblogsuchmaschine (technorati.com)
- Wikipedia
- Youtube oder andere Videoportale
- Weblogs
- Wikinews
- Nachrichtenticker/RSS-Feeds/FeedReader (rss.orf.at)
- News-Alerts (yahoo news alerts, google alerts)
- Newsletter
- Twitter
- Soziale Netzwerke (facebook etc.)
- Internetforen (politik-forum.at/)
- Postings bei redaktionellen Inhalten
- Chats (n-tv.de/chat/)
- Social Bookmarks (Delicio.us; mister-wong.de)
- Erweiterte Suche bei Google

Gibt es Weblogs, die Sie regelmäßig für Ihre Recherche nutzen, und welche sind das?

Durch die Entwicklungen im Internet verändert sich auch das journalistische Arbeiten. Bitte beurteilen Sie, ob die folgenden Faktoren durch das Web tendenziell zunehmen oder abnehmen. (nimmt zu, nimmt eher zu, bleibt gleich, nimmt eher ab, nimmt ab)

- Aktualitätsdruck
- Arbeitsstress
- Inhaltliche Qualität der Recherche
- Geschwindigkeit der Recherche
- Kontakt mit Lesern und Leserinnen
- Qualität des Journalismus im Allgemeinen

Glauben Sie, dass Citizen-Journalism bzw. Bürgerjournalismus in Österreich in Zukunft eine große Rolle spielen wird? (z. B. Weblogs)

Wie beurteilen Sie Ihre eigene Online-Recherchekompetenz? (nach Schulnotensystem)

Haben Sie in den letzten drei Jahren an Aus- und Weiterbildung zum Thema Webrecherche teilgenommen?

Bitte schätzen Sie auf einer Skala von 1 bis 100 Ihre eigene politische Grundhaltung ein. Die Zahl 1 steht für politisch links und die Zahl 100 für politisch rechts.

Welcher Partei fühlen Sie sich am nächsten? Das heißt nicht, dass Sie diese Partei immer wählen, sondern nur, dass Sie ihr ganz allgemein gesprochen zuneigen.

Geschlecht

Alter

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Matthias Karmasin

Abb. 1: Einschätzung von Entwicklungen im Politikjournalismus	12
Abb. 2: Zufriedenheit mit der Arbeitssituation	16
Abb. 3: Journalistisches Selbstverständnis österreichischer PolitikjournalistInnen.....	19
Abb. 4: Journalistisches Selbstverständnis in Österreich und Deutschland im Vergleich.....	21

Marcelo Jenny, Wolfgang C. Müller, Nikolaus Eder

Tab. 1: Die drei Eliten-Erhebungen des IntUne-Projekts	35
Tab. 2: Lektüre ausländischer Medien durch österreichische Meinungsführer	37
Tab. 3: Häufigkeit der EU-Kontakte und internationalen Kontakte österreichischer Meinungsführer	39
Tab. 4: Kontakte österreichischer Meinungsführer zu politischen Akteuren in Europa.....	39
Tab. 5: Verbundenheit österreichischer Meinungsführer mit verschiedenen Gemeinschaften	40
Tab. 6: Eigene Identität österreichischer Meinungsführer	42
Tab. 7: Bewertung der EU-Mitgliedschaft durch österreichische Meinungsführer	43
Tab. 8: Bewertung der Integrationstiefe durch österreichische Meinungsführer	43
Tab. 9: Bewertung nationaler und europäischer Institutionen durch österreichische Meinungsführer	44
Tab. 10: Gewünschte Machtverteilung zwischen Europäischer Union und Mitgliedstaaten aus der Perspektive österreichischer Meinungsführer	45

Daniela Kraus

Abb. 1: Durchschnittliche Wochenarbeitszeit von PolitikjournalistInnen.....	54
Abb. 2: Zufriedenheit mit der Zeit für Recherche.....	55
Abb. 3: Aufteilung der Recherchezeit auf verschiedene Recherchearten.....	56
Abb. 4: Einschätzung der eigenen Online-Recherchekompetenz	57
Abb. 5: Einschätzung der Relevanz einzelner Recherchemittel	58
Abb. 6: Relevanz von Suchmaschinen.....	60
Abb. 7: Häufigkeit der Nutzung verschiedener Website-Typen	61

Abb. 8: Einschätzung der Relevanz redaktioneller Onlinemedien für die Recherche	65
Abb. 9: Einschätzung der Relevanz von Onlinearchiven für die Recherche	66
Abb. 10: Einschätzung des Stellenwerts von Citizen-Journalism	69
Abb. 11: Veränderungen des journalistischen Arbeitens durch das Internet.....	71
Abb. 12: Zeitaufwendige Recherchen im Politikjournalismus	72

Emmerich Tálos und Andy Kaltenbrunner

Abb. 1: Häufigkeit der Nutzung von Wikipedia.....	88
Abb. 2: Einschätzung der Relevanz verschiedener Recherchemittel	89

Andy Kaltenbrunner

Abb. 1: Vergleich der Mittelwerte der politischen Grundhaltung	111
Abb. 2: Die politische Grundhaltung von PolitikjournalistInnen im Vergleich zu allen österreichischen JournalistInnen	112
Abb. 3: Zufriedenheit mit der politischen und weltanschaulichen Linie des eigenen Mediums	113
Abb. 4: Parteipräferenzen österreichischer PolitikjournalistInnen	114
Abb. 5: Einschätzung des Einflusses einzelner Medien auf die Politik	120
Abb. 6: Mediennutzung von PolitikjournalistInnen	130

Josef Seethaler und Gabriele Melischek

Abb. 1: Einflüsse auf die Entstehung der Themenagenden von Zeitungen und Fernsehnachrichtensendungen im österreichischen Nationalratswahlkampf 1999	148
Abb. 2: Einflüsse auf die Entstehung der Themenagenden von Zeitungen und Fernsehnachrichtensendungen im österreichischen Nationalratswahlkampf 2008.....	149
Abb. 3: Redezeit von PolitikerInnen in den Fernsehnachrichten während der österreichischen Nationalratswahlkämpfe 1999 und 2008	152
Abb. 4: Länge der Zitate von PolitikerInnen in der Presseberichterstattung während der österreichischen Nationalratswahlkämpfe 1999 und 2008.....	154

Autoren und Autorinnen (in alphabetischer Reihenfolge)

Nikolaus Eder, Studium der Politikwissenschaft sowie der Wirtschafts- und Sozialgeschichte in Wien, derzeit wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Österreichischen Nationalen Wahlstudie (AUTNES) am Institut für Staatswissenschaft der Universität Wien. Methodenausbildung durch die Teilnahme an Sommerprogrammen der Universität Essex, Universität Michigan und des European University Institute. Derzeit Arbeit an einer Dissertation zum individualisierten Wahlkampfverhalten bei den österreichischen Nationalratswahlen 2006 und 2008 an der Universität Wien. Forschungsschwerpunkte: vergleichende Wahlforschung, Parteien- und Parteiensystemforschung.

Marcelo Jenny ist Post-Doc-Wissenschaftler am Institut für Staatswissenschaft und Mitarbeiter der Österreichischen Nationalen Wahlstudie (AUTNES). Studium der Politikwissenschaft sowie Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien, Doktorat an der Universität Mannheim. Seine Forschungsinteressen umfassen die österreichische Politik in vergleichender Perspektive, politische Eliten, Gesetzgebung und Wahlverhalten. Marcelo Jenny ist Co-Autor des Buches „Die österreichischen Abgeordneten: Persönliche Präferenzen und politisches Handeln“ (2001. facultas.wuv). Seine jüngste Publikation ist „From the Europeanization of Law-Making to the Europeanization of National Legal Orders: The Case of Austria“ (mit Wolfgang C. Müller), erschienen in der Zeitschrift *Public Administration* (2010).

Andy Kaltenbrunner, Studium der Politikwissenschaft und Pädagogik, ab 1981 Redakteur bei *Neue AZ* und ab 1990 Redakteur und Leiter der Politikredaktion des Nachrichtenmagazins *profil*. Journalismus-Staatspreisträger 1982 und 1985. Von 1995 bis 1999 leitend in der *trend/profil/Orac*-Magazingruppe u.a. als Entwicklungs-Chefredakteur und Gründer von Print- und Onlinemedien sowie Leiter der Journalistenausbildung tätig. Seit 2000 Eigentümer der *Kaltenbrunner-Medienberatung* mit Projekten in Österreich, Deutschland und Spanien. Seit zwei Jahrzehnten mehrere dutzende Lehraufträge und Forschungsprojekte (Schwerpunkt: Medienpolitik, journalistische Praxisfächer und Medienkonvergenz) u.a. an den Universitäten Wien und Klagenfurt. Initiator und Leiter des Entwicklungsteams zur Gründung des ersten Fachhochschul-Studiengangs „Journalismus und Medienmanagement“ in Wien. Seit 2005 Gesellschafter von *Medienhaus Wien*.

Matthias Karmasin, Ordinarius am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Er lehrte u. a. an der Wirtschaftsuniversität Wien, der University of Vermont/Burlington, der University of Tampa/Florida und der Technischen Universität Ilmenau. Bis 2008 war er Vorstand des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Karmasin ist stellvertretender Obmann der Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, stellvertretender Vorsitzender des Beirates für die Publizistikförderung, Vorsitzender des Beirats zur Vergabe des wissenschaftlichen Förderpreises des VÖZ und Ombudsmann des RP7-Projekts MediaAct. Seine Arbeits- und Forschungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Medienökonomie und Medienethik, dazu auch zahlreiche Publikationen.

Daniela Kraus, Studium der Geschichte, war ab Mitte der Neunzigerjahre freiberuflich in verschiedenen Medien tätig, 1998/99 zugleich Stipendiatin der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Bis 2005 war Kraus Mitarbeiterin der *Kaltenbrunner-Medienberatung*, seit 2005 ist sie geschäftsführende Gesellschafterin von *Medienhaus Wien*. Kraus hat zahlreiche Forschungs- und Entwicklungsprojekte zu Medien und Journalismus konzipiert, koordiniert und durchgeführt; sie unterrichtet an den Universitäten Klagenfurt und Wien.

Herbert Lackner, Studium der Politikwissenschaft und Publizistik. Freier Mitarbeiter bei *Radio Wien*. Ab 1975 als Journalist unter Bruno Kreisky in der SPÖ-Zentrale, ab 1980 Innenpolitikredakteur in der *Arbeiter-Zeitung*, 1983 stellvertretender Chefredakteur der *AZ*. 1988 Ressortleiter Innenpolitik bei *profil*, seit Jänner 1992 Chefredakteur. 2008 Kurt-Vorhofer-Preis für Politikjournalismus. 2009 „Journalist des Jahres“. Lehraufträge an der Universität Innsbruck (Politikwissenschaften) 2001/2002/2003. Seit 2007 Lehrredaktion an der Fachhochschule für Journalismus, Wien.

Gabriele Melischek, Studium der Theaterwissenschaft, Logistik, Kommunikationswissenschaft und Medizin an der Universität Wien, an der Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania, und als Fulbright-Stipendiatin an der State University of New York, Binghamton. Seit 1974 Mitarbeiterin der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, seit 1994 als Senior Scientist an der Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung; u. a. wissenschaftliche Beraterin des Bundesministeriums für europäische und internationale Angelegenheiten. Forschungsgebiet: Politische Kommunikation in Geschichte und Gegenwart (mit einem Schwerpunkt auf sozialpsychologischen Ansätzen). Zahlreiche Beiträge in Fachzeitschriften und Sammelbänden; mehrere

Buchveröffentlichungen von „Cultural Indicators“ (1984; hg. gem. mit K. E. Rosengren und J. Stappers) bis zu „Medien und Kommunikationsforschung im Vergleich“ (2008; hg. gem. mit J. Seethaler und J. Wilke).

Wolfgang C. Müller, Studium der Politikwissenschaft, Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der Universität Wien, bis 2003 ao. Prof. an der WIN-Fakultät der Universität Wien, 2003–2009 Professor an der Universität Mannheim und 2005–2008 Direktor des *Mannheimer Zentrums für Europäische Sozialforschung (MZES)*, seit 2009 Professor am Institut für Staatswissenschaft an der Sozialwissenschaftliche Fakultät, Universität Wien. Zahlreiche Gastprofessuren und Forschungsaufenthalte (u. a. Oxford, Bergen, Humboldt-Universität, UCSD, Harvard). Arbeitsschwerpunkte europäische und österreichische Politik: Parteien, Institutionen, Koalitionen, Governance, Wahlen, Political Economy.

Josef Seethaler, Studium der Kommunikationswissenschaft, Theaterwissenschaft und Philosophie an der Universität Wien; seit 1984 Mitarbeiter der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, seit 1994 als Senior Scientist an der Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung; seit 2005 Lehrbeauftragter der Universität Wien am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Forschungsgebiete: Politische Kommunikation, Mediensystemanalyse, Medien- und Kommunikationsgeschichte. Österreichischer Vertreter in internationalen Kooperationen, zuletzt in „Worlds of Journalism“. Zahlreiche Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden; Mitautor bzw. Mitherausgeber von „Die Wiener Tageszeitungen“ (1992–2003), „Demokratie und Identität“ (1993), „Wahlen und Politikvermittlung durch Massenmedien“ (1998), „Jewish Images in the Media“ (2007), „Medien und Kommunikationsforschung im Vergleich“ (2008).

Emmerich Tálos, Studium der Katholischen Theologie und Geschichte in Wien und Tübingen, der Politikwissenschaft am Institut für Höhere Studien/Wien, ab 1983 Professor am Institut für Staatswissenschaft der Universität Wien. Lehrbeauftragter an der Wirtschaftsuniversität Wien und an der Donau-Universität in Krems. Zahlreiche Buch- und Zeitschriftenveröffentlichungen zu Sozialstaat, Wohlfahrtsstaatsvergleich, Sozialpartnerschaft, politischer Entwicklung Österreichs im 20. Jahrhundert. Bücher u. a.: Bedarfsorientierte Grundsicherung (Hg.), Wien 2003; Austrofaschismus (hg. gem. mit W. Neugebauer), Wien 2005; Vom Siegeszug zum Rückzug. Sozialstaat Österreich 1945–2005, Innsbruck 2005; Sozialpartnerschaft (hg. gem. mit F. Karlhofer), Wien 2005; Sozialstaat Österreich zwischen Kontinuität und Umbau (gem. mit H. Obinger), Wiesbaden 2006; Sozialpartnerschaft. Ein zentraler politischer Gestaltungsfaktor in der Zweiten Republik, Innsbruck 2008.

Eva Weissenberger ist Innenpolitikredakteurin und stellvertretende Leiterin des Wiener Büros der *Kleinen Zeitung*. Zuvor war sie bei der Wochenzeitung *Falter* und beim *ORF* beschäftigt. Von 2000 bis 2005 schrieb sie zudem eine regelmäßige Kolumne für *Die Presse*. 2008 veröffentlichte sie die Biografie „Trotzdem. Die Oscar-Bronner-Story“ (gemeinsam mit Co-Autor Klaus Stimeder). Im Frühling 2009 wurde Weissenberger mit dem Kurt-Vorhofer-Preis für innenpolitischen Journalismus ausgezeichnet. Im Herbst 2009 nahm sie mit dem Alfred-Geiringer-Stipendium der *APA* an dem Fellowship-Programm des „Reuters Institute for the Study of Journalism“ an der Universität Oxford teil. Sie unterrichtet regelmäßig an der Fachhochschule der Wiener Wirtschaft, Studiengang Journalismus.

Robert Wiesner ist Sendungsverantwortlicher des TV-Magazins *Report* im *ORF*. Er war bis 1985 Pressesprecher des Bundesministers im Bundesministerium für Auswärtige Angelegenheiten für die Außenminister Dr. Wilibald Pahr, Erwin Lanc und Leopold Gratz. Seit 1987 ist Wiesner Redakteur im Österreichischen Rundfunk (*ORF*) in verschiedenen Formaten für österreichische Innenpolitik und Internationales. 1989/90 war er Korrespondent im *ORF*-Büro Washington und bis 2006 Sendungsverantwortlicher und Moderator der Gesprächssendung *Wiesner fragt* im *ORF*.

Mitarbeit

Klaus Bichler studiert Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Deutsche Philologie in Wien und Zürich. Neben Praktika bei Fernsehen und Radio war er über ein Jahr freier Mitarbeiter bei *Radio Arabella*. Er war Fachtutor für Mediengeschichte und mehrere Einführungs-Lehrveranstaltungen am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien. Er ist seit Jänner 2009 wissenschaftlicher Assistent im *Medienhaus Wien*.

Judith Leitner, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Pädagogik an der Universität Wien. Tätigkeiten: Tutorin an der FH Wien – Studiengang Journalismus, Mitarbeiterin des *Frauennetzwerks Medien*, Praktikantin in der *ORF*-Medienforschung und Mitarbeiterin der *Kaltenbrunner-Medienberatung*, österreichischer Kontakt des *European Journalism Observatory*. Sie ist seit 2005 wissenschaftliche Mitarbeiterin im *Medienhaus Wien*.