

Printmedien in Österreich

603143 Regionale Medienlandschaft

Mag. Mag. Bernd WACHTER

WS 2005/06

Mag.^a Diana KÖHLE (9815952)

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Zur Geschichte der „klassischen“ Medien Zeitung, Radio und Fernsehen	4
3. Die Tageszeitungen in Österreich nach 1945	5
4. Die Umgestaltung von Parteizeitungen in unabhängige Zeitungen	6
5. Die <i>Arbeiter-Zeitung</i> (AZ)	6
6. Die Bestandentwicklung der österreichischen Tageszeitungen	6
7. Die Liste der österreichischen Tageszeitungen	7
7.1. Wien	7
7.2. Oberösterreich	8
7.3. Salzburg	8
7.4. Tirol	8
7.5. Vorarlberg	8
7.6. Kärnten	8
7.7. Steiermark	8
8. Die ausländische Kapitalgeber	9
8. 1. Der WAZ-Konzern (Westdeutsche Allgemeine Zeitung)	9
8.2. Der Axel-Springer-Verlag	10
8.3. Weitere deutsche Kapitalgeber	10
9. Der <i>Mediamil</i> -Komplex	10
10. Die <i>Kronen Zeitung</i> - die mächtigste Tageszeitung Österreichs	11
11. <i>Der Standard</i> - eine österreichische Qualitätstageszeitung	13

12. <i>Täglich Alles</i> - eine ehemalige österreichische Boulevardzeitung	13
13. <i>News</i> - eine österreichische Nachrichtenillustrierte	14
14. <i>Der Falter</i> - eine österreichische Wochenzeitung	14
15. <i>Datum</i> - ein österreichisches Monatsmagazin	17
16. <i>Malmoe</i> - eine unregelmäßig erscheinende österreichische Zeitung	17
17. Schlussbemerkung	18
18. Literaturliste	18
18.1. Bücher	18
18.2. Film und DVD	19
18.3. Internetquellen	19

1. Einleitung

Es sei darauf hingewiesen, dass die folgende Arbeit die Medienlandschaft in Österreich genauer durchleuchtet und hierbei vor allem die unterschiedlichen Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften) genauer unter die Lupe nimmt. Der Verfasserin ist es durchaus bewusst, dass der Rundfunk auch von großer Bedeutung ist, wurde aber in dieser Arbeit nicht näher bearbeitet. Der wichtige Stellenwert des relativ neuen Mediums Internet, wird bei *DerStandard.at* hervorgehoben, das es sich hierbei um die erste deutschsprachige Tageszeitung handelt, die im Netz vertreten war (1995).

Die Bezeichnung Österreichs als *Medienalbanien* ist neben dem langjährigen Rundfunkmonopol des ORF nicht zuletzt auf die hohe Pressekonzentration und die damit einhergehende Boulevardisierung des Marktes durch eine allmächtige *Kronen Zeitung*, der gemessen an der Reichweite erfolgreichsten Tageszeitung der Welt, zurückzuführen. Die Entwicklung zum derzeitigen Stand wird in den Kapiteln 2-6 näher behandelt.

Derzeit gibt es in Österreich 17 Tageszeitungen, die genaue Auflistung der Tageszeiten nach Bundesländern befindet sich im Kapitel 7. Der Einfluss deutscher Verlage in der österreichischen Medienlandschaft ist unübersehbar. Die wichtigsten Kapitalgeber aus dem Ausland werden in Kapitel 8 näher ausgeführt. Die daraus entstandene Medienkonzentration von *Mediaprint* und *Formil* wird im Kapitel 9 aufgezeigt.

Im Kapitel 10-16 wird versucht, einen Überblick von unterschiedlichen österreichischen Zeitungen zu schaffen und es erfolgt jeweils eine kurze Beschreibung. Abschließend im Kapitel 17 ein kurzer, aber passender und ausdrucksstarker Schlusssatz, sowie schlussendlich im Kapitel 18 eine Auflistung der Quellenangaben.

2. Zur Geschichte der „klassischen“ Medien Zeitung, Radio und Fernsehen

Massenmedien dominieren das Leben der Menschen immer mehr, sowohl im Bereich der Freizeit, als auch im Arbeitsalltag sind Menschen mit den unterschiedlichsten Medien konfrontiert.

Der/die durchschnittliche Österreicher/in sieht täglich 162 Minuten Fernsehen, hört 209 Minuten Radio und liest 30 Minuten täglich in Tageszeitungen. Diese Zahlen zeigen uns, dass das Konsumieren von Massenmedien zur Lieblingsfreizeitbeschäftigung mutiert ist und die Gesprächsthemen der Menschen im täglichen Leben dominieren.¹

Um noch mit weiteren Zahlen zu belegen, in Österreich gibt es 436 Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, sowie 97 Radio- und Fernsehanstalten, neben 810 Korrespondenz- und Nachrichtenbüros, die täglich Informationen und Unterhaltung liefern. HÜFFEL bringt es in seinem Beitrag auf den Punkt, wenn er davon spricht, wie erschreckend es ist, dass die MedienkonsumentInnen so wenig über die Mechanismen der Medien und überhaupt über deren Wirkung, sowie Geschichte bescheid wissen. Er drückt es auch passend mit folgenden Worten aus:

„In Wahrheit nehmen wir das Existieren und das Funktionieren unkritisch zur Kenntnis.“²

Der Medienmarkt in Österreich wird seit mehreren Jahren von der nach der Reichweite gesehen, weltweit größten Tageszeitung, die *Kronen Zeitung* (44 %, d. h. jede zweite ÖsterreicherIn liest diese Tageszeitung, d.h. in etwa 3 Mio. Menschen, eine ähnliche Verbreitung finden die zwei TV-Programme des ORF) dominiert. HÜFFEL drückt die Präsenz der *Kronen Zeitung* und des ORF in seinem Artikel folgendermaßen aus:

„Eine solche ‚Macht‘ von nur zwei Massenmedien gibt es nirgendwo.“³

¹ HÜFFEL, Clemens und REITER, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen ... Braumüller, 2004. S.7.

² Vgl. ebd.

³ Vgl. ebd.

Seit zehn Jahren können in Österreich neben den öffentlich-rechtlichen ORF-Radioprogrammen auch Privatradios empfangen werden. Seit zwei Jahren besteht auch die Möglichkeit Privatfernsehen in Österreich zuzulassen. Gleichzeitig werden in 80 % österreichischer Haushalte, über Satelliten oder Kabel, deutsche und fremdsprachige Sender bezogen.

3. Die Tageszeitungen in Österreich nach 1945

Der Wiederaufbau eines eigenständigen Pressewesens war nach dem Zweiten Weltkrieg (1945) nicht gerade einfach. Die alliierten Besatzungsmächte kontrollierten in Österreich das politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben und gaben auch als erster Zeitungen heraus. Die Herausgabe österreichischer Tageszeitungen war an die Erlaubnis (Lizenz) der Besatzungsmächte gebunden und zunächst nur den politischen Parteien gestattet. Die Besetzer behielten sich dabei die Kontroll- und Zensurrechte vor. Papier und Farbe für den Druck von Zeitungen waren Mangelware. Der Papierverbrauch und die Papierzuteilung wurden von den Besatzungsmächten kontrolliert.⁴

Neben den Zeitungen der Besatzungsmächte wurde ganz zu Beginn des Wiederaufbaus des österreichischen Pressewesens die Dreiparteienzeitung (ÖVP, SPÖ, KPÖ) mit dem Titel *Neues Österreich*. Es folgten im Sommer und Herbst 1945 alsbald weitere Zeitungen, allen voran die *Arbeiter-Zeitung* (SPÖ), die *Volksstimme* (KPÖ), das *Wiener Volksblatt* (ÖVP) und weitere Parteizeitungen in den Bundesländern. Ende 1946 konnte man in Österreich, mit den Besatzerzeitungen die immer mehr an Bedeutung verloren, bereits auf 36 Zeitungen zurückgreifen.⁵

⁴ PÜRER (Hg.), Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996. S.415.

⁵ Vgl. ebd.

4. Die Umgestaltung von Parteizeitungen in unabhängige Zeitungen

Seit 1987 ist der österreichische Tageszeitungsmarkt ziemlich in Bewegung. Folgende vier Entwicklungen sind laut PÜRER maßgeblich an der Umgestaltung beteiligt:

- Zeitungssterben
- Versuch der Parteizeitungen sich in unabhängige Zeitungen zu wandeln
- neue Tageszeitungsgründungen
- Beteiligung von ausländischen Kapitalgebern⁶

Ein passendes Beispiel für diese Entwicklung ist die *Arbeiter-Zeitung*.

5. Die *Arbeiter-Zeitung* (AZ)

Die *Arbeiter-Zeitung* (SPÖ) wurde 1889 von Victor ADLER gegründet und war als traditionsreiche, sozialistische Tageszeitung anerkannt. Die *Arbeiter-Zeitung* hat die österreichische Geschichte der Sozialdemokraten 100 Jahre mitgeprägt. Zu Beginn erschien die *Arbeiter-Zeitung* in Wien nur 14-tägig, dann als Wochenblatt und ab dem Jahre 1895 schließlich als Tageszeitung. 1989 wurde die *Arbeiter-Zeitung* von der SPÖ verkauft. Die AZ versuchte zwei Jahre (u. a. mit Chefredakteur Robert HOCHNER 1989-1990) als unabhängiges, sozialdemokratisches Blatt, auf dem österreichischen Zeitungsmarkt zu überleben. 1991 musste die AZ jedoch aus wirtschaftlichen Gründen eingestellt werden.⁷

6. Die Bestandentwicklung der österreichischen Tageszeitungen

Die Anzahl der österreichischen Tagespresse ist den letzten Jahren ziemlich geschrumpft. So gab es in den Jahren 1946 noch 36 Tageszeitungen. Bereits im

⁶ Vgl. ebd. S.420ff.

⁷ Vgl. ebd.

Jahre 1965 verringerte sich die Anzahl auf 25 Tageszeitungen und im Jahre 1988 gab es nur mehr 17 Tageszeitungen, auf die ÖsterreicherInnen täglich zurückgreifen konnten. Im Jahre 2000 kam es zur Einstellung von *Täglich Alles* und der österreichische Zeitungsmarkt erreichte ein Tief von nur 16 Tageszeitungen. Mittlerweile sind in Österreich wieder 17 Tageszeitungen erhältlich, nachdem im Jahre 2004 die U-Bahn-Zeitung *Heute* auf den Markt kam.⁸

7. Die Liste der österreichischen Tageszeitungen

Österreich hat zurzeit 17 Tageszeitungen. Dabei erscheinen in den Bundesländern Burgenland und Niederösterreich keine bodenständigen Tageszeitungen. Diese zwei Bundesländer werden von Wien aus mit Tageszeitungen, die entsprechende Lokalteile beinhalten, versorgt. Weiters gibt es in den unterschiedlichen Bundesländern mittlerweile eigene Regionalausgaben (wie beispielsweise die *Tiroler Krone*).⁹

Im Folgenden werden die einzelnen Bundesländer mit ihren Tageszeitungen, sowie ihre Reichweite in %, laut Media-Analyse vom Jahre 2004, angeführt:¹⁰

7.1. Wien

- | | |
|---------------------------|--------|
| • <i>Der Standard</i> | 5,4 % |
| • <i>Die Presse</i> | 4,4 % |
| • <i>Heute</i> | - |
| • <i>Kurier</i> | 10,3 % |
| • <i>Krone</i> | 43,7 % |
| • <i>Wiener Zeitung</i> | - |
| • <i>Wirtschaftsblatt</i> | 1,0 % |

⁸ HÜFFEL, Clemens: Die Medienlandschaft in Deutschland und Österreich. Bohmann Fachbuch, 2003. S.48 und http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_%C3%B6sterreichischer_Zeitungen

⁹ PÜRER (Hg.), Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996. S.433.

¹⁰ <http://www.media-analyse.at>

7.2. Oberösterreich

- *Neues Volksblatt* 1,0 %
- *Oberösterreichische Nachrichten* 5,5 %

7.3. Salzburg

- *Salzburger Nachrichten* 3,9 %
- *Salzburger Volkszeitung* -

7.4. Tirol

- *Tiroler Tageszeitung* 5,0 %
- *Die Neue* -

7.5. Vorarlberg

- *Neue Vorarlberger Tageszeitung* 0,7 %
- *Vorarlberger Nachrichten* 3,0 %

7.6. Kärnten

- *Kärntner Tageszeitung* 4,5 %

7.7. Steiermark

- *Kleine Zeitung (Steiermark)* 8,2 %
- *Kleine Zeitung (Kärnten)* 4,1 %

- *Kleine Zeitung* (Insgesamt) 12,2 %

8. Die ausländischen Kapitalgeber

Mitte der Achtziger setzte eine Entwicklung ein, die mitentscheidend für die heutige Pressekonzentration wurde, die Beteiligung bundesdeutscher Verlage am österreichischen Printmarkt. LUGER und STEINMAURER bringen in ihrem Artikel *Die Medien-Megamorphose – Österreichs Medienlandschaft im Umbruch*¹¹ die Medienkonzentration mit folgenden Worten zum Ausdruck:

„Im Vergleich zu anderen Ländern ist die österreichische Medienlandschaft relativ überschaubar: als einzigem Land in Westeuropa gibt es nur in der Alpenrepublik noch ein Rundfunkmonopol, das dem öffentlich-rechtlichen ORF mangels Konkurrenz Gebührenhoheit und Einschaltquoten sichert; nur in diesem Land schafft es eine Zeitung, rund 40 % der Auflage und der Reichweite für sich zu beanspruchen und wahrscheinlich ist in keinem anderen europäischen Mediensystem der Kapitaleinfluß eines Nachbarstaates so groß und erfolgt so ungehindert wie hierzulande.“¹²

Das fehlende Kartellrecht in Österreich legte den deutschen Nachbarn nahe, in den Medienmarkt des Nachbarlandes zu investieren, vor allem im Hinblick darauf, dass Österreichs bald zur EU beitreten sollte.¹³

8. 1. Der WAZ-Konzern (Westdeutsche Allgemeine Zeitung)

1988 folgt der Einstieg des bundesdeutschen Medienkonzerns *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* in die beiden Verlage der *Krone* und des *Kuriers*. Es folgte die Gründung einer gemeinsamen Tochterfirma- *Media-Print* – die für den Druck, Vertrieb und Anzeigenakquisition zuständig ist.¹⁴

¹¹ LUGER, Kurt und STEINMAURER, Thomas: *Die Medien-Megamorphose – Österreichs Medienlandschaft im Umbruch*, in: *Mediensysteme – Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien*. Braumüller, 1990. S.82.

¹² Vgl. ebd.

¹³ Vgl. ebd. S.84.

¹⁴ Vgl. ebd. S.83.

„Gefahren für das politische System von dieser geballten Medienmacht bzw. der drohenden Einheitszeitung formulierten Medienexperten wie Kommentatoren der Bundesländerzeitungen.“¹⁵

8.2. Der Axel-Springer-Verlag

Der bundesdeutsche Springer-Verlag stellte BRONNER Oscar, dem Gründer der Tageszeitung *Der Standard*, die vor allem durch das lachsfarbige Papier auffällt, den Großteil des Kapitals bei der Neugründung zur Verfügung. Somit war seit 16 Jahren erstmals wieder eine Tageszeitung in Österreich gegründet (1988) worden. Im darauf folgenden Jahr (1989) beteiligte sich der Springer-Verlag an einer weiteren österreichischen Tageszeitung, der *Tiroler Tageszeitung* mit 45 %, später mit 65 % und stieg 2000 von der Beteiligung aus. Auch bei der Neugründung von *News* 1992 war der Axel-Springer-Verlag dabei, stieg allerdings 1998 aus. Die starke Beteiligung von Verlagen heben LUGER und STEINMAURER in folgendem Zitat hervor:

„Insgesamt sind die bundesdeutschen Verlage an rund zwei Drittel des österreichischen Tageszeitungsmarktes beteiligt.“¹⁶

8.3. Weitere deutsche Kapitalgeber

1998 erwarb der Süddeutsche Verlag 49 % an der Tageszeitung *Der Standard*. Ebenfalls 1998 stieg Gruner + Jahr mit 75 % Anteile an *News (TV-Media, Format)* ein.

9. Der *Mediamil*-Komplex

Wie schon gezeigt wurde, wird die österreichische Medienlandschaft zum Einem vom Zeitungsriesen *Mediaprint* beherrscht und zum Anderen vom Zeitschriftenriesen *Formil* → *Mediaprint* + *Formil* = *Mediamil*

¹⁵ Vgl. ebd. S.85.

¹⁶ Vgl. ebd. S.86.

2001 kam es zum Zusammenschluss der Verlagsgruppe *News* (*News*, *TV-Media*, *Format*, *e-media*, *Woman*) mit der Kurier-Magazin-Tochter Zeitschriftenverlagsbeteiligungs AG (ZVB: *profil*, *trend*). Die Verlagsgruppe besitzt nun 13 Zeitschriftentitel.

10. Die *Kronen Zeitung* - die mächtigste Tageszeitung Österreichs

Gemessen an der Bevölkerung ist die *Kronen Zeitung* die erfolgreichste Boulevardzeitung der Welt. Die Vielzahl ihrer LeserInnen, hat dieses Medium zu einem entscheidenden Faktor des politischen und kulturellen Lebens in Österreich gemacht. PolitikerInnen können ihr kaum umgehen und Kulturschaffende sind immer wieder Hetzkampagnen ausgesetzt.¹⁷

DICHAND Hans war erfolgreicher Chefredakteur des *Kuriers*, ehe er 1959 seine erfolgreiche Laufbahn als Chefredakteur und Herausgeber mit der Tageszeitung *Kronen Zeitung* startete. Die Herausgeber HÜFFEL und REITER bringen die große Reichweite der *Kronen Zeitung* folgendermaßen passend zum Ausdruck:

„(...), die praktisch jeden zweiten Österreicher bzw. jede zweite Österreicherin erreicht.“¹⁸

Ab 1962 haben die Trafiken am Sonntag geschlossen. Daher erfand FALK Kurt (ehemaliger Partner von DICHAND) nach US-amerikanischem Vorbild Tische mit Behältern und Kassen, um die Sonntagsausgabe der *Krone* an die Frau und an den Mann zu bringen. Erst später entwickelten sich daraus die Selbstbedienungstaschen, die auch noch heute in Österreich an Sonntagen das Straßenbild schmücken. Um die Leserschaft nicht nur am Sonntag zu erreichen, führte FALK Gewinnspiele ein, die zu Auflagesprüngen verhalf.

Bis 1967/68 war die *Kronen-Zeitung* hauptsächlich auf Wien, Niederösterreich und Burgenland ausgerichtet. Der nächste Schritt war sich als Regionalblatt, einen Platz in Österreichs Medienwelt zu verschaffen. Begonnen wurde mit der Erweiterung in

¹⁷ BRUCK, Peter A. und STOCKER, Günther: Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens – Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. LIT Verlag, 1996. S.6.

¹⁸ HÜFFEL, Clemens und REITER, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen ... Braumüller, 2004. S.2.

Oberösterreich. 1972 folgte die *Steirer Krone*, 1975 war es in Salzburg soweit und 1983 folgte Kärnten. In Tirol tauchte die *Kronen-Zeitung* als Regionalblatt 1992 auf.¹⁹

Schon 1974 verlässt FALK Kurt im Streit das Management der *Kronen-Zeitung*. Er lässt sich schließlich im Jahr 1987 von DICHAND auszahlen. Anstelle von FALK steigt der WAZ-Konzern ein. In weiterer Folge kommt es zur Gründung der *Mediaprint*.

„Rein formal ist diese Mediaprint nicht mehr als ein Serviceunternehmen, das *Krone* und *Kurier* gehört. Gesellschaftsanteile: 50:50; Kommanditanteile, nach denen, abgesehen von ein paar Klauseln, der Gewinn ausgeschüttet werden soll: 70:30 zugunsten der *Krone*: Die Tochter übernimmt für ihre beiden Zeitungsmütter Verwaltung, Anzeigenakquisition, Druck, Marketing, Vertrieb und was Printmedien halt sonst so an wirtschaftlichen Aktivitäten entfalten.“²⁰

Die *Kronen-Zeitung* entspricht von ihrem Aufbau, ihren Inhalten, ihren Bestandteilen und ihrem Stil, einer Boulevardzeitung. BRUCK Peter A. und STOCKER Günther führten eine Untersuchung durch, die im Buch *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens – Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*²¹ nachgelesen werden kann. Dabei stellten die Zwei fest, dass die LeserInnenschaft von Boulevardzeitungen quer durch alle sozialen Schichten angesiedelt ist. Interessant ist allerdings, wie unterschiedlich diese Blätter gelesen werden. Die empirische Beobachtung hat gezeigt:

„Die These, daß Menschen mit geringerer Bildung die Medien anders nützen als solche mit hoher Bildung und daß diese unterschiedliche Nutzung die bestehende Wissenskluft in der Gesellschaft vergrößert, wird von unseren Ergebnissen in großen und ganzen bestätigt.“²²

Es sei nochmals darauf hingewiesen, die Reichweite der *Kronen-Zeitung* betrug im Jahre 2004 in Österreich 43,7 %.

¹⁹ BRUCK, Peter A. und STOCKER, Günther: *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens – Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*. LIT Verlag, 1996. S.46.

²⁰ Vgl. ebd. S.50.

²¹ BRUCK, Peter A. und STOCKER, Günther: *Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens – Zur Rezeption von Boulevardzeitungen*. LIT Verlag, 1996.

²² Vgl. ebd. S.228.

11. *Der Standard* - eine österreichische Qualitätstageszeitung

Der Standard wurde 1988 von BRONNER Oscar mit Hilfe des Axel-Springer-Verlages gegründet. BRONNER war auf dem Zeitungsmarkt kein Unbekannter, denn er hatte 1969 schon das Wirtschaftsmagazin *trend* und 1970 das Nachrichtenmagazin *profil* herausgegeben. 1974 verkaufte er beide Magazine und übersiedelte nach New York.

Ursprünglich wollte *Der Standard* primär über politisches, kulturelles und wirtschaftliches Geschehen berichten. In weiterer Folge wurden das inhaltliche Spektrum durch Sport, Chronikales und andere Rubriken erweitert.²³ Seit 4. April 2005 liegt jeder Montagsausgabe eine *New York Times* Beilage bei.²⁴

Es ist hervorzuheben, dass *derStandard.at* seit 2. Feber 1995 im Internet vertreten ist und somit die erste deutschsprachige Onlinezeitung im World Wide Web ist.²⁵

12. *Täglich Alles* - eine ehemalige österreichische Boulevardzeitung

Der ehemalige Miteigentümer (bis 1987) der *Kronen-Zeitung* FALK Kurt errichtete mit dem Verkaufserlös von 1,6 Mrd. Schilling zuerst ein nach den modernsten Gesichtspunkten ausgestattetes Druckzentrum, um anschließend im April 1992 die Tageszeitung *Täglich Alles* herauszubringen. Die komplett im Farbdruck erscheinende Tagesillustrierte sorgte vor allem durch ihren unglaublichen Verkaufspreis von 3 Schilling, alsbald für starke Verbreitung. FALK hatte bereits im Jahre 1985 ein ähnliches Blatt, mit dem Titel *Die Ganze Woche*, herausgegeben.²⁶ Der Erfolg von *Täglich Alles* blieb jedoch aus. 2000 stellte FALK die Printausgabe ein. Er folgte dem neuen Trend und ging mit *Täglich Alles* online, jedoch nur für kurze Zeit, 2001 wurde die Onlinezeitung ebenfalls eingestellt.²⁷

²³ PÜRER (Hg.), Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996. S.422.

²⁴ <http://www.derstandard.at>

²⁵ HÜFFEL, Clemens und REITER, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen ... Braumüller, 2004. S.11.

²⁶ PÜRER (Hg.), Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996. S.422.

²⁷ HÜFFEL, Clemens: Die Medienlandschaft in Deutschland und Österreich. Bohmann Fachbuch, 2003. S.49.

13. News - eine österreichische Nachrichtenillustrierte

FELLNER Wolfgang ist auch kein Unbekannter der österreichischen Medienlandschaft. So wurde er in seiner Jugend mit seinem Bruder Helmuth als Gründer des *Rennbahn-Express* (1968) bekannt, der im Jahr 1972 zum führenden Jugendmagazin in Österreich wird. Um einige Jahre später die Zeitschrift *Basta* (1983) und in späterer Folge die Zeitschriften *News* (1992), sowie *tv-media* (1995), *e-media* (2000), *Format* (1998) und *Woman* (2001) herauszugeben. Im Jahre 2001 fand auch die Fusionierung der Newsgruppe mit der Profil- und Orac-Gruppe zur führenden österreichischen Magazin-Gruppe statt.²⁸

News fällt vor allem durch ihren illustrativen Charakter (farbige Fotostrecken und Infografiken, sowie ständige Rankings der Besten 100 ...) auf. Die Berichterstattung ist hauptsächlich in den Bereichen Politik, Geld, Szene und Leute angesiedelt. In den Texten von *fellnerischen* Magazinen werden sehr häufig Rufezeichen (!) verwendet. AbonnentInnen erhalten die unterschiedlichsten Geschenke (von Haushaltsgeräten bis Handys) zur ihren Zeitungsabos dazu. Die Abobeigaben, Gewinnspiele und Gutscheine, die das Heft zum Kaufpreis von 1 € ermöglichen, zählen unter anderem zur Marketingschiene der Gebrüder FELLNER.²⁹

14. Der Falter - eine österreichische Wochenzeitung

Die Anfänge der Stadtzeitung *Falter* sind im Herbst 1976 angesiedelt. Dort traf sich eine Gruppe von Studenten der Theaterwissenschaften mit einem gemeinsamen Ziel, eine Programmzeitschrift für Wien herauszugeben. Als Vorbild dienten subkultureller Blätter anderer Metropolen, wie beispielsweise *Tip* in Berlin. Bis zur ersten Ausgabe des *Falters* verging ein Jahr mit dem Aufbau einer wirksamen Administration und weiters musste ein entsprechendes Kommunikationsnetz mit Kulturbetrieben geschaffen werden.

²⁸ HÜFFEL, Clemens und REITER, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen ... Braumüller, 2004.S.8.

²⁹ FIDLER, Harald: Im Vorhof der Schlacht – Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege. Falter Verlag, 2004. S.164f.

Es wurde ein eher untypisches, anderes Format gewählt um gleichzeitig auf die Verquertheit des Inhaltes hinzuweisen. Die ersten Jahrgänge des *Falters* waren auf grauem, schlecht lesbarem Umweltschutzpapier gedruckt. Der Inhalt des *Falter* hat sich auf folgende Thematiken spezialisiert: Einem redaktionellen Teil (der eine Darstellung von Gegeninformationen ermöglicht), einem Programmteil mit Veranstaltungshinweisen (sowie einem Service fürs urbane Überleben) und einem Anzeigenteil, der vor allem für private und kleingewerbliche Inserate vorgesehen ist.

Die Druckerei *Rema-Print* ermöglichte erst den Start des *Falters*, in dem sie dem ambitioniertem Projekt einen Kredit gewährleistete, unter der Bedingung, dass die erste Nummer binnen einer Woche bezahlt werden könne. Die Redakteure des *Falters* waren voller Ambitionen und versuchten das Medium eigenhändig, als Kolporteure, an den Mann und an die Frau zu bringen. Gerade diese Verkaufsmethode machte den *Falter* erfolgreich, da ihre MitarbeiterInnen Teil des öffentlichen Raumes wurden.

Die Gründungsmitglieder des *Falters* kamen mehr oder weniger aus dem Umfeld der Studentenbewegung. Ihre politische Haltung war von dem Bedürfnis geprägt, unabhängig zu sein, sowohl von Geldgebern jeder Art, als auch von politischen Lagern.³⁰

Zu Beginn konnte jeder für alles zuständig sein. Die MitarbeiterInnen leistet sehr viel Gratisarbeit, die nur möglich war, weil viele nach wie vor von ihren Eltern oder staatlichen Stipendien Unterstützung erhielten. Sie hatten zwar kein Geld, dafür jede Menge Zeit. Sie versuchten auch die Aufhebung von Arbeit und Freizeit.

Ende 1981 musste der Verein der *Freunde des Falter* aus wirtschaftlichen Gründen in eine solide Ges.m.b.H. umgewandelt werden. Ihren basisdemokratischen Ansprüchen und Prinzipien der Selbstverwaltung wollte das *Falter*-Kollektiv auch weiterhin treu bleiben.³¹

1978 stieg KIENREICH Walter Martin aus dem Projekt aus. Dies war die Folge einer Auseinandersetzung, bezüglich der Rollenverteilung. Ab der Nummer 12/1977

³⁰ Vgl. ebd. S.311.

³¹ Vgl. ebd. S.312.

scheint der *Verein Freunde des Falter* als Herausgeber der Wochenzeitung auf. Es ergab sich eine neue Situation, da auch sonstige MitarbeiterInnen, die nach wie vor kostenlos arbeiteten, den *Falter* zu verlassen. Erst ab Oktober 1978 konnten teilweise redaktionellen MitarbeiterInnen geringe Honorare bezahlt werden.

Den MitarbeiterInnen des *Falters* ging es in ihren Texten vor allem um Medienkritik, diese brachen sie in Satiren zum Ausdruck, als Vorbild fungierte KRAUS Karl. Sie wollten eine Art Gegeninformation erreichen, das um Aufklärungsarbeit zu erreichen oder um es in den Worten von PÜRER auszudrücken:

„Die Distanz zum Mediensystem zeigt sich beim Lesen des „Falter“ auf subtile und humorvolle Weise im Detail. Er vertraut auf die Mündigkeit der Leser und druckt Kritikwürdiges bevorzugt im Original-Ton ab: Etwa Wahlkampfreden von Politikern (z.B. zur Nationalratswahl 1986), belanglose Kommentare der Radiosprecher, „Club 2“-Diskussionen etc.“³²

Diese Art der Berichterstattung ist nach wie vor erfolgreich. Weiters bemüht sich die Redaktion des *Falter*, als Sprachrohr für all jene zu dienen, die von den übrigen Medien unbeachtet blieben. Es werden Themen öffentlich gemacht, die andere Medien unterdrücken, dies waren beispielsweise Berichte über die Gefahren der atomaren Energie, Frauenbewegung oder die Situation von Homosexuellen. Nicht nur Aktualität steht im Vordergrund, sondern sie versuchten auch in jeder Ausgabe, ein Schwerpunktthema zu behandeln. Weiters dient der *Falter* als Forum für unterdrückte Nachrichten, sie bitten eine Plattform, in dem sie Essays, Berichte und Kommentare abdrucken, die andere Medien nicht zulassen (Bsp.: Karikaturen von DEIX Manfred).

Das *Falter* Team erweiterte seine Produktpalette im Jahre 1981, in dem sie Sonderprojekte wie *Vienna live* (eine Informationsbroschüre für junge WienbesucherInnen), sowie ein *Merkheft* (darin waren auf 60 Seiten alle wichtigen Adressen von Veranstaltungsorten für die jungen StadtbewohnerInnen aufgelistet). Die Nachfrage war groß und führte zur Überlegung, einen eigenen Buchverlag zu gründen. In weiterer Folge kam es auch zur Umstrukturierung, d.h. zur Gründung der Falter-Verlags-Ges.m.b.H.

³² Vgl. ebd. S.315.

Ein wichtiges Merkmal des *Falters* ist, dass die unterschiedlichsten AutorInnen für die Zeitung schreiben (ExpertInnen für bestimmte Themenbereiche).

1984 wurde ein neues Organisationsmodell entworfen. Die Wende führt zu einer professionellen Organisationsstruktur. Dies brachte vor allem die Änderung mit sich, dass die unterschiedlichen Arbeitsbereiche mit je einer LeiterIn bestückt wurden.

Seit März 2005 erscheint auch ein Graz Teil des *Falters* (mit dabei auch ein Veranstaltungskalender für das Nachbarland Slowenien).

15. Datum - ein österreichisches Monatsmagazin

Seit 2004 wird vom *Verein zur Förderung des Qualitätsjournalismus* das Monatsmagazin *Datum* herausgegeben. Die Herausgeber wollen „volksbildnerisch“ wirken und veröffentlichen ein Magazin für anspruchsvolle LeserInnen. Sie möchten mehr Informationen mit Hintergrund liefern, die seriös nachvollziehbar sind.³³

Im September 2005 berichtete Tyler BRULÉ (Kolumnist der *Financial Times* und Miterfinder des *Wallpapers*) über *Datum* und würdigte es als:

„Best news magazine.“³⁴

16. Malmoe - eine unregelmäßig erscheinende österreichische Zeitung

Malmoe wird vom *Verein zur Förderung medialer Vielfalt und Qualität* gratis herausgegeben. Im Impressum beschreibt sich *Malmoe* folgendermaßen:

„MALMOE ist eine alltagsbegeleitende Maßnahme.“³⁵

³³ <http://www.datum.at/0905>

³⁴ *Der Standard*: „Finanacial Times“ lobt „Datum“, FM4, Styria“ (13.09.2005)

³⁵ <http://www.malmoe.org/>

Die LeserInnenschaft ist zwischen 20 und 35 Jahren. Im *Malmoe* werden vor allem emanzipatorische Diskurse geführt.

17. Schlussbemerkung

Für diese Arbeit ist das folgende Zitat des *Falters* Chefredakteurs THURNHER Armin das passende Schlusswort:

„Im Übrigen bin ich der Meinung der *Mediamil-Komplex* muss zerschlagen werden.“³⁶

18. Literaturliste

18.1. Bücher

BRUCK, Peter A. und STOCKER, Günther: Die ganz normale Vielfältigkeit des Lesens – Zur Rezeption von Boulevardzeitungen. LIT Verlag, 1996.

DICKINGER, Christian: Die Skandale der Republik – Haider, Proksch & Co. Ueberreuter, 2001.

FABRIS, Hans Heinz und HAUSJELL, Fritz (Hg.): Die vierte Macht – Zu Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945. Verlag für Gesellschaftskritik, 1991.

FIDLER, Harald: Im Vorhof der Schlacht – Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege. Falter Verlag, 2004.

HAAS (Hg.), Hannes: Mediensysteme - Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien. Braumüller, 1990.

³⁶ THURNHER, Armin: Seinesgleichen geschieht, *in*: Jeder Ausgabe des *Falter* S.5.

HUMMEL (Hg.), Roman: Krone! Kurier! Soziale und rechtliche Situation der Zeitungskolporteurs. Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, 1996.

HÜFFEL, Clemens: Die Medienlandschaft in Deutschland und Österreich. Bohmann Fachbuch, 2003.

HÜFFEL, Clemens und REITER, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen 50 Jahre österreichische Mediengeschichte – von den alten zu den neuen Medien. Braumüller, 2004.

JAFF, Mag. Dr. Jalal (Hg.): Die soziale Situation der Zeitungsverkäufer in Wien – Tageszeitungen & Kolporteurs. Verlag Markt & Meinungsforschung, 1998.

PELINKA, Peter und SCHEUCH, Manfred: 100 Jahre AZ. Europaverlag, 1989.
PÜRER (Hg.), Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Kuratorium für Journalistenausbildung, 1996.

THURNER, Armin: Schwarze Zwerge – Österreichs Medienlandschaft und ihre Bewohner. Sonderzahl, 1992.

18.2. Film und DVD

BORGERS, Nathalie: Kronen Zeitung – Tag für Tag ein Boulevardstück. Navigator Film, 2002.

HÜFFEL, Clemens und REITER, Anton (Hg.): Medienpioniere erzählen 50 Jahre österreichische Mediengeschichte – von den alten zu den neuen Medien. Braumüller, 2004.

18.3. Internetquellen

<http://www.aeiou.at>

<http://www.datum.at/0905>

<http://www.falter.at/>

<http://www.google.at>

<http://www.haraldfidler.at>

<http://www.krone.at/>

<http://www.news.at/>

<http://www.malmoe.org/>

<http://www.media-analyse.at>

<http://www.oewa.at>

<http://www.derstandard.at>

http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_%C3%B6sterreichischer_Zeitungen