

Regionale Medienlandschaften

Tirol – Südtirol - Vorarlberg

MMag. Bernd Wachter

Regionale Medienlandschaften

Wie alles begann...

- Im Rahmen von Lehrveranstaltungen zu den Themen Marketing & PR waren die Medien in der Region immer wieder ein zentrales Thema.
- Kernfrage lautete: In welchen Medienlandschaften bewegen wir uns in der Kommunikation von Wissenschafts-, Bildungs-, Kultur- oder Sozialprojekten.

Regionale Medienlandschaften

- Welche Themen interessieren die Medien in der Region und welche nicht...
- Immer mehr rückte das Interesse über die Strukturen und Arbeitsweisen der Medien in den Mittelpunkt.
- Gespräche mit Journalisten, PR-Strategen wurden geführt und reflektiert.

Regionale Medienlandschaften

Immer mehr verdichtete sich die These:

- Regionale Medien berichten nicht nur über Politik, Wirtschaft, Kultur usw. - sie sind selbst Akteure.
- Sie bestimmen ganz wesentlich was und in welcher Form (Dramatik etc.) auf die Tagesordnung kommt...
- ...und was nicht...

Regionale Medienlandschaften

- Tirol/Südtirol/Vorarlberg – Inseln der Seligen?
- Auf jeden Fall nicht im Sektor Medien: Entwicklungen in der Region sind mit internationalen Entwicklungen vergleichbar.
- Stichwort: Medienkonzentration

Regionale Medienlandschaften

- Intensive Konzentrationsbewegungen in der gesamten Region.
- Stichwort: Moser Holding
- Stichwort: Vorarlberger Medienhaus
- Stichwort: Athesia

Regionale Medienlandschaften

- Medien konstruieren und verdichten regionale „Wirklichkeiten“:
- „Wir Tiroler“
- „Wir im Ländle“
- Medienkonsumenten verlangen nach regionaler Kost.
- Die Medien bereiten diese Kost.

Regionale Medienlandschaften

- Die „Neue TT“: Noch regionaler...
- Je stärker der direkte Bezug, desto stärker das Interesse der Leser/Hörer/Seher.
- Folglich – keine Geschichte ohne den Bezug zu Tirol/Vorarlberg/Südtirol

Regionale Medienlandschaften

- z.B. Tiroler erforschen den Mars -> auch ein ORF-Filmteam fliegt in die USA.
- Der Tiroler Landeshauptmann haut in Brüssel auf den Tisch und wird – fast wie der Bundeskanzler auf einem Wirtschaftskontakttreffen – von „seinen“ Medien begleitet.
- Usw.

Regionale Medienlandschaft

Folglich gilt für die Redaktionen:

- Keine Geschichte ohne den Bezug zu Tirol usw.
- Globalisierung auf der einen Seite...
- Regionalisierung auf der anderen Seite
- Small ist eben doch beautiful...

Regionale Medienlandschaften

Eine kritische Zusammenfassung:

- Zunehmend mehr „selbständige“ Redaktionen – im Hintergrund zentrale Besitzstrukturen
- Investitionen vor allem in den Bereichen Marketing und Vertrieb
- Wenig bis kaum Investitionen in die journalistische Qualität.

Regionale Medienlandschaften

- Immer mehr Marketing und immer weniger Journalismus
- PR – Bedeutung in Tirol stark steigend.
- Boom im Bereich PR-Beratung, PR-Agenturen

Regionale Medienlandschaften

- 80 % der veröffentlichten Nachrichten und Berichte finden ihren Ursprung in der PR-Arbeit
- Folglich auch für die Medien in der Region:
- „Geheime Medienmacher“ dominieren die Medienlandschaft

Regionale Medienlandschaften

Soweit ein kurzer Einstieg
Wir stehen mit der Forschung in diesem
Bereich in den Startlöchern

Erste Ergebnisse auf:
<http://medien.uibk.ac.at>

Ein Kurzüberblick über die regionalen Medienlandschaften
folgt nun von:

Lukas Haider und Thomas Zluga.