



OAW

Österreichische Akademie
der Wissenschaften

Österreich – Land ohne Leuchttürme?

**Qualitätszeitungen im Spannungsfeld
zwischen publizistischer Leistung
und strukturellen Zwängen**

Melanie Magin und Birgit Stark

Mediensymposium Zürich, 20.-22.11.2008



Kommission für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung

Wer hat Angst vor "Onkel Hans"?

Politik gegen die Krone?
"Ich weiß nicht, ob das geht."
(Häupl, Bürgermeister v. Wien)

**"Man hat Angst vor der Krone.
Also arrangiert man sich."**
(früherer Mediensprecher d. ÖVP)

**... eine Verbreitung und Wahrnehmung,
die nicht einmal Parteiblätter
totalitärer Staaten aufzuweisen
haben... (Süddeutsche Zeitung)**

**"die übergeordnete
Verfassungsinstanz"**
Förderl-Schmid, Chefredakteurin
des Standard

"Europa Bashing" und die Folgen

	Exklusivleser der Krone	Exklusivleser anderer Zeitungen	Differenz
EU Mitgliedschaft für Österreich			
Nachteile überwiegen	72%	25%	+47%
Bietet eher Vorteile	28%	70%	-42%
Verpflichtende Volksabstimmung über EU-Verträge			
Dafür	85%	43%	+42%
Dagegen	15%	56%	-41%

Quelle: GfK Austria, Repräsentative Telefonumfrage Juli 2008, n = 1000

Zielsetzungen und Vorgehensweise

- Wie gut erfüllen österreichische Qualitätszeitungen die spezifischen **Leistungsanforderungen**?
- Welche charakteristischen **Wettbewerbsstrukturen** liegen in Österreich für den Markt der Qualitätszeitungen vor?
- Wie gestaltet sich demnach die Wechselbeziehung zwischen **Marktstruktur** und **publizistischer Leistung**?
- **Analyseraster**: Modifizierung des Marktstruktur-Marktverhalten-Marktergebnis-Ansatzes (Structure-Conduct-Performance)

Die Analyse-Parameter

Marktstruktur

Markt-
konzentration

Reichweiten-/
Auflagenzahlen

Verflechtungs-
grad

Presse-
förderung

Marktverhalten

Nachfragever-
halten aus Sicht
der Rezipienten

Leserdaten
aus der
österreichischen
Media-Analyse

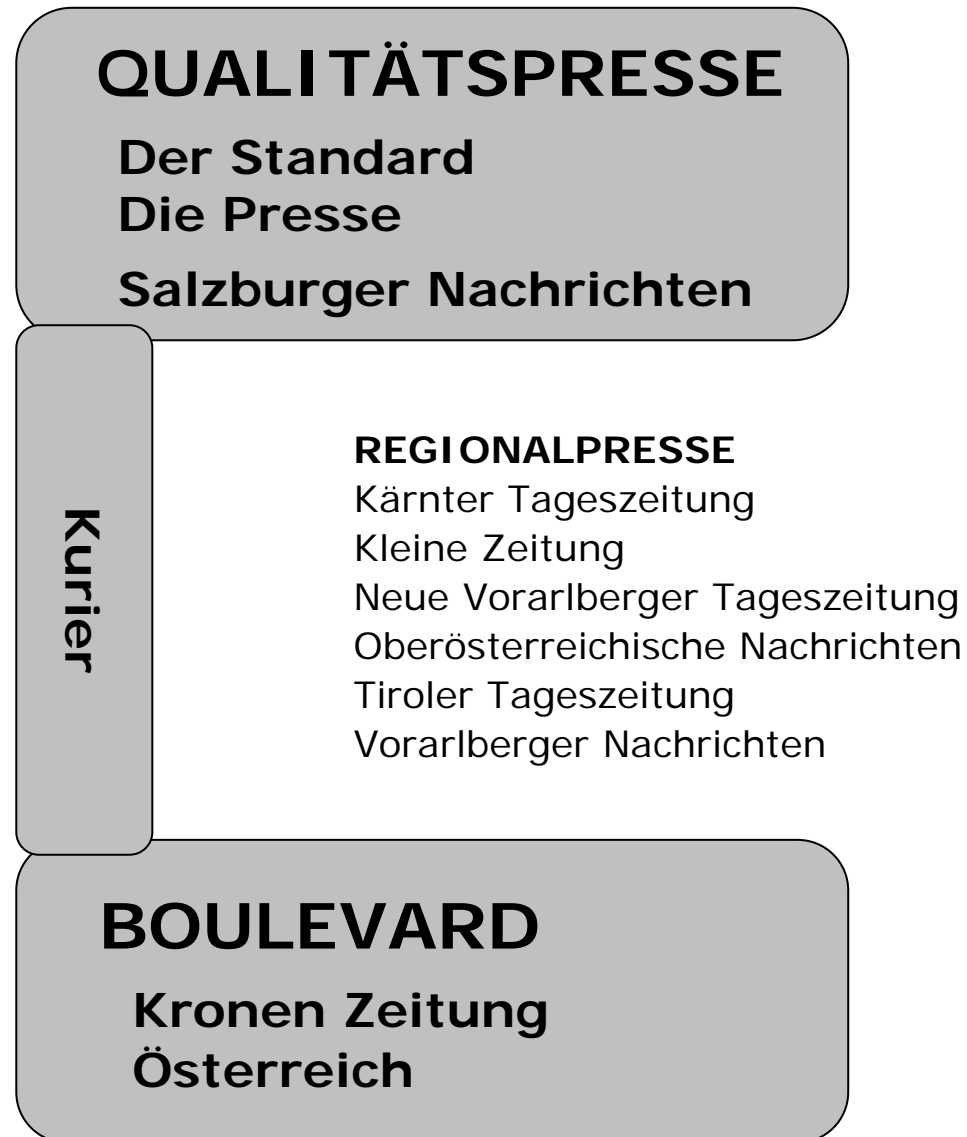
Qualitäts-
beurteilung

Marktergebnis

Publizistische
Leistung

Quantitative
Inhaltsanalyse
überregionaler
Zeitungen

Der österreichische Zeitungsmarkt



DER STANDARD
 Warum die Bürgerlicher nicht abheben
 Warum die Österreicher international stehen
Neue Steuer auf Vermögen
Zinsen fressen zwei Drittel der MZG-Mindernahmen
Noch eine Steuer
STOCKHOLM 2009
 bymiki.com

Die Presse
 UNABHÄNGIGE TAGESZEITUNG FÜR ÖSTERREICH
 Montag, 11. 11. 2008 | 10 Seiten | 1,30 Euro
Die Presse
Ratlose ÖVP setzt SPÖ unter Druck
KOALITION AN DER KIPPE. Vier-Augen-Gespräch von Faymann und Proll statt geplanter finaler Verhandlungsrunde.
VOLKSPARTI IM DILEMMA. Der Parteichef versucht einen Befreiungsschlag, um die schwarze Basis zu beistelligen.
Lügen wie Mama
 Die Täuschung ist ein Teil des Erfolgsrezepts. Gaildenz hat das Thema hier.
Weltwirtschaftsforum: Wo ist der Notausgang?
 Berlin: ÖVP fordert Kooperationsgespräche. Was Spanen beiden Lebensrettung?
17, 19, 27

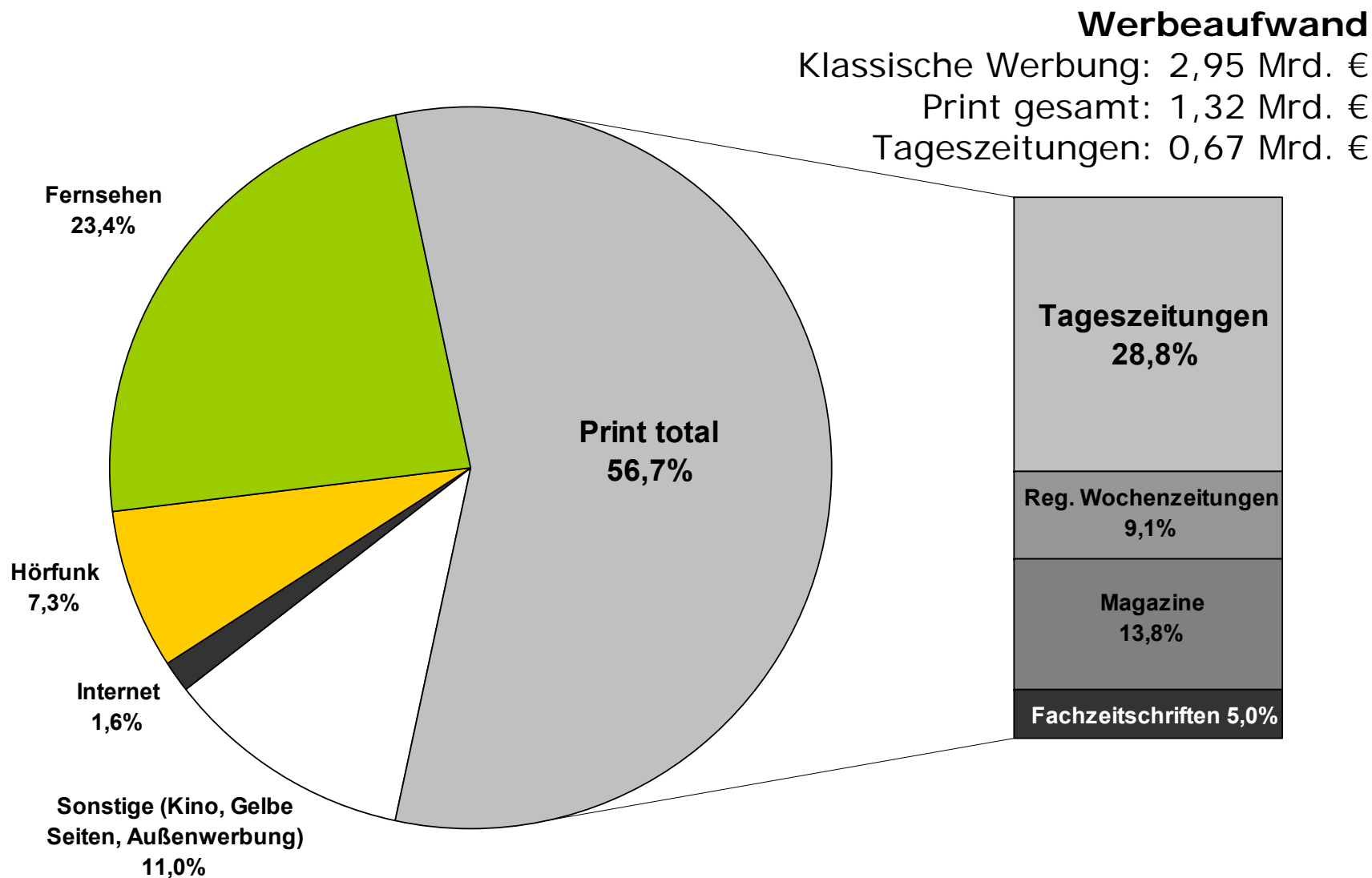
Salzburger Nachrichten
 UNABHÄNGIGE ZEITUNG FÜR ÖSTERREICH
Kleines Neustart-Paket rettet Koalition und Kanzler
Schwere Kämpfe in Bozen
Studenten zahlen weiter
Zahl betrügerischer Pflügen gesiegen
Die Sollbruchstelle ist geblieben

KURIER
 TV-MAGAZIN UND MOTOR
„BAGAW WAR NIEMALS PLEITE“
Polit-Spektakel im Wiener Prater
 Erster Würbel beim Gipfel
 Staatschefs spielten Fußball
200.000 Zuzähler in Österreich
Start-Rekord für Bond
Post-Skandal: Die geheime Sperr-Liste
 Diese 194 Postämter machen zu

ÖSTERREICH
Neuer Geheimplan: Bald Selbstbehalt beim Arzt
Gestern um 5.45 Uhr früh
Haiders Leichnam verbrannt
Urne an Familie übergeben
Haider im Bärental bestattet - neben Lieblingsbaum
Post-Skandal: Die geheime Sperr-Liste
 Diese 194 Postämter machen zu

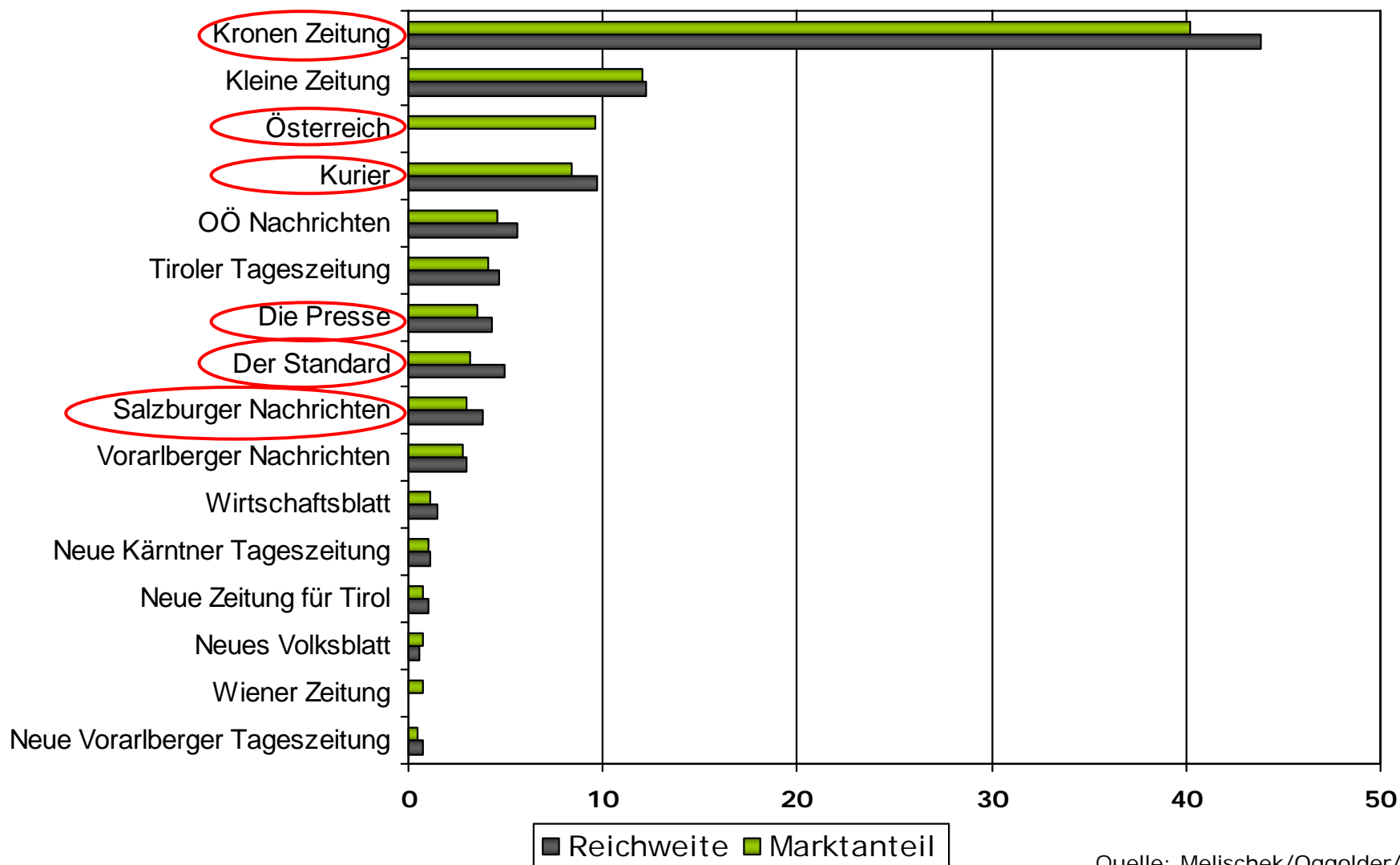
Kronen Zeitung
Fantastisch! Drei Goldene an einem Tag
Abnehmen
formoline
11%

Der klassische Werbemarkt (2006)



Quelle: Media Focus Research 2008

Marktanteile und Reichweiten (2006)

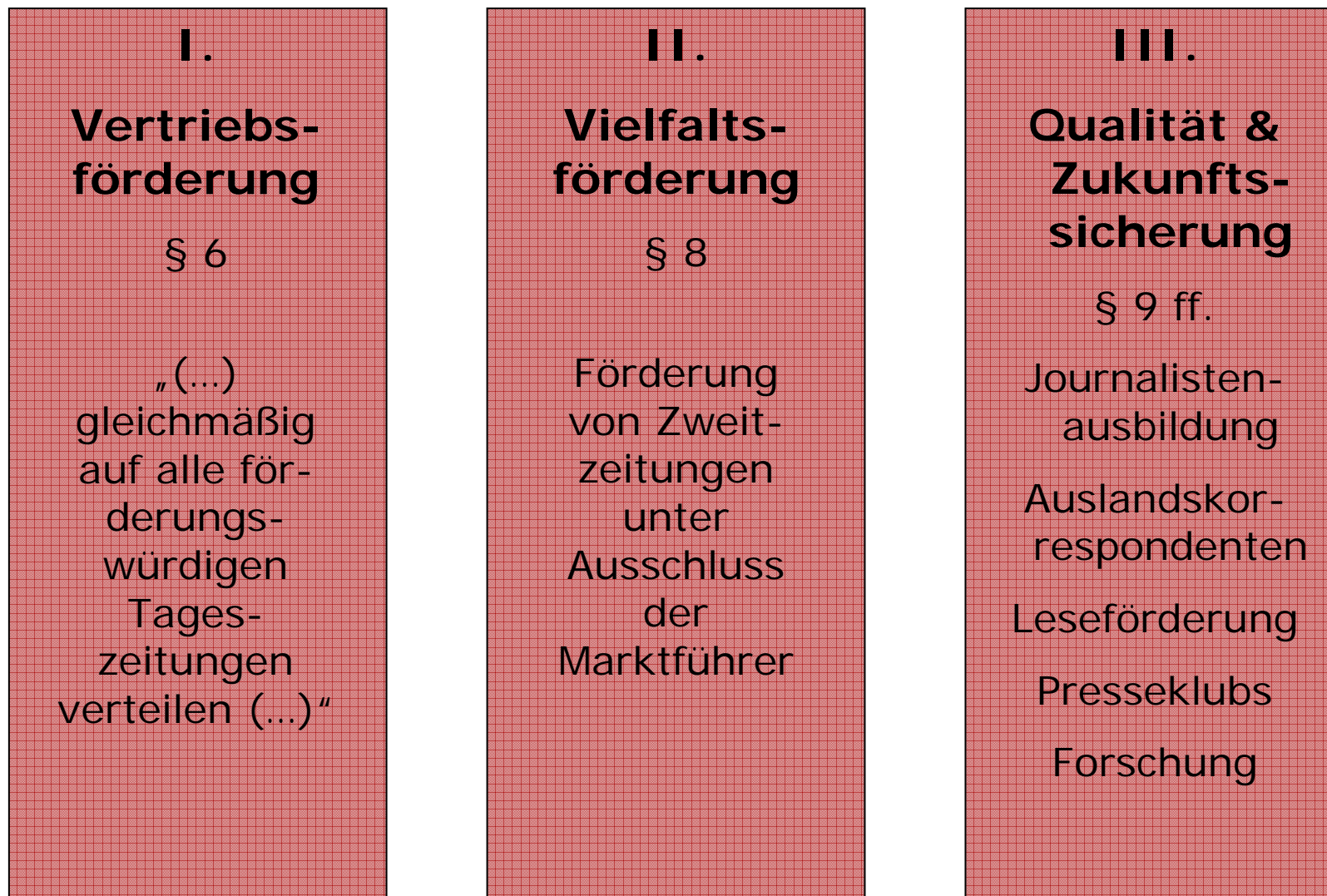


Quelle: Melischek/Oggolder/
Seethaler 2009; MA 2006

Pressekonzentration in Österreich (2006)

	Alle Tageszeitungen	National verbreitete Tageszeitungen
Publizistische Einheiten (PE)	15	8
Marktanteil des Marktführers (C1)	40%	58%
Marktanteil der vier auflagenstärksten Tageszeitungen (C4)	71%	88%
Herfindahl-Hirschmann-Index (HHI)	0,206	0,376
Äquivalenzzahl N (1/HHI)	4,9	2,7

Das österreichische Presseförderungs-Modell



Quelle: Trappel 2005; eigene Darstellung

Direkte Presseförderung (2006)

	I. Vertriebs- förderung	II. Besondere Förderung	III. Qualitäts- förderung	Gesamt
Standard	177.067	1.000.862	63.440	1.241.369
Presse	141.654	1.000.862	52.282	1.194.797
Salzburger Nachrichten	177.067	/	66.589	243.656
Kurier	141.654	/	32.762	174.415
Kronen Zeitung	177.067	/	13.647	191.014
Alle Printmedien	2.443.527	6.644.500	1.668.400	12.837.950

Quelle: RTR

Die Analyse-Parameter

Marktstruktur

Markt-
konzentration

Reichweiten-/
Auflagenzahlen

Verflechtungs-
grad

Presse-
förderung

Marktverhalten

Nachfragever-
halten aus Sicht
der Rezipienten

Leserdaten
aus der
österreichischen
Media-Analyse

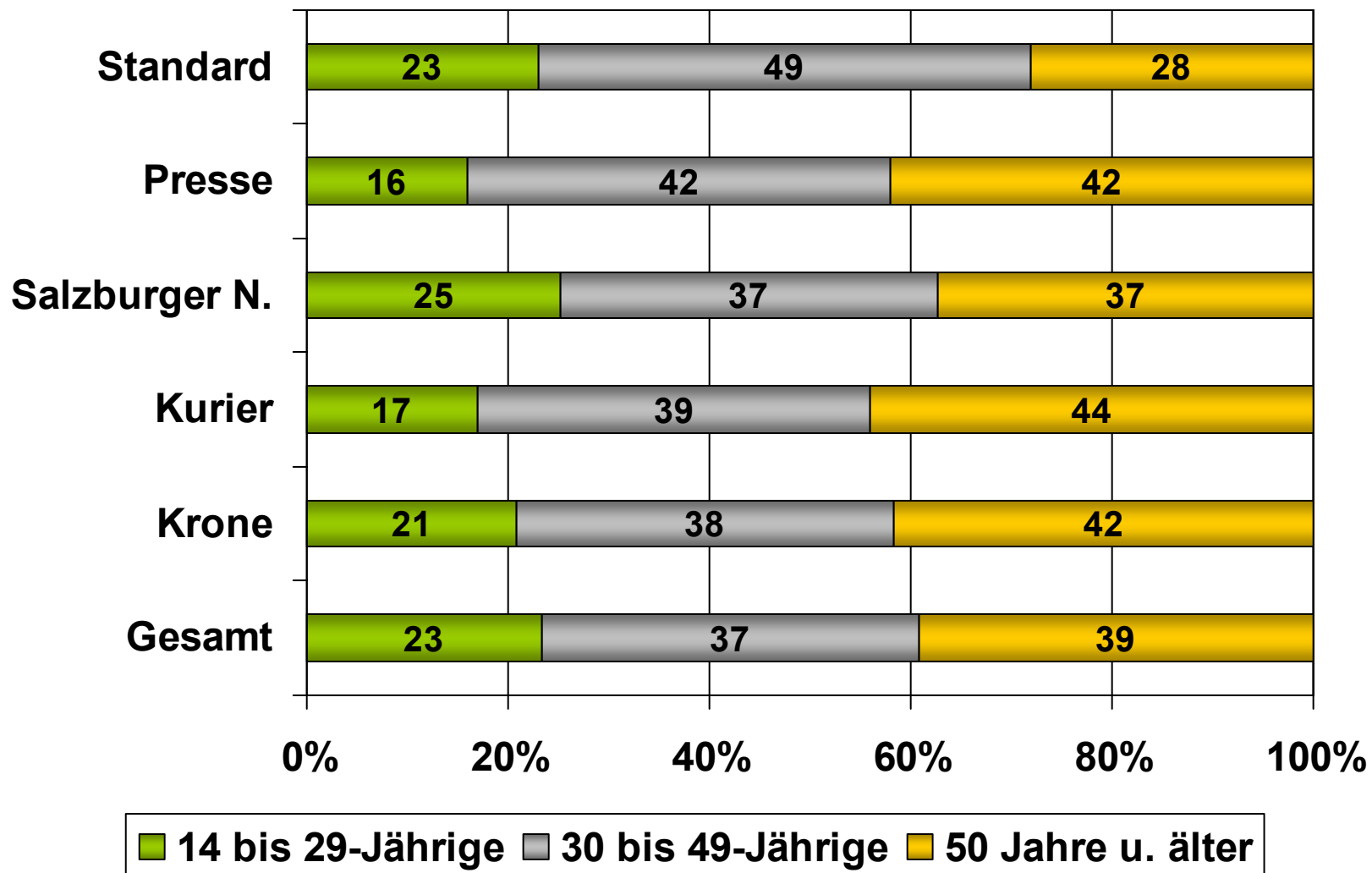
Qualitäts-
beurteilung

Marktergebnis

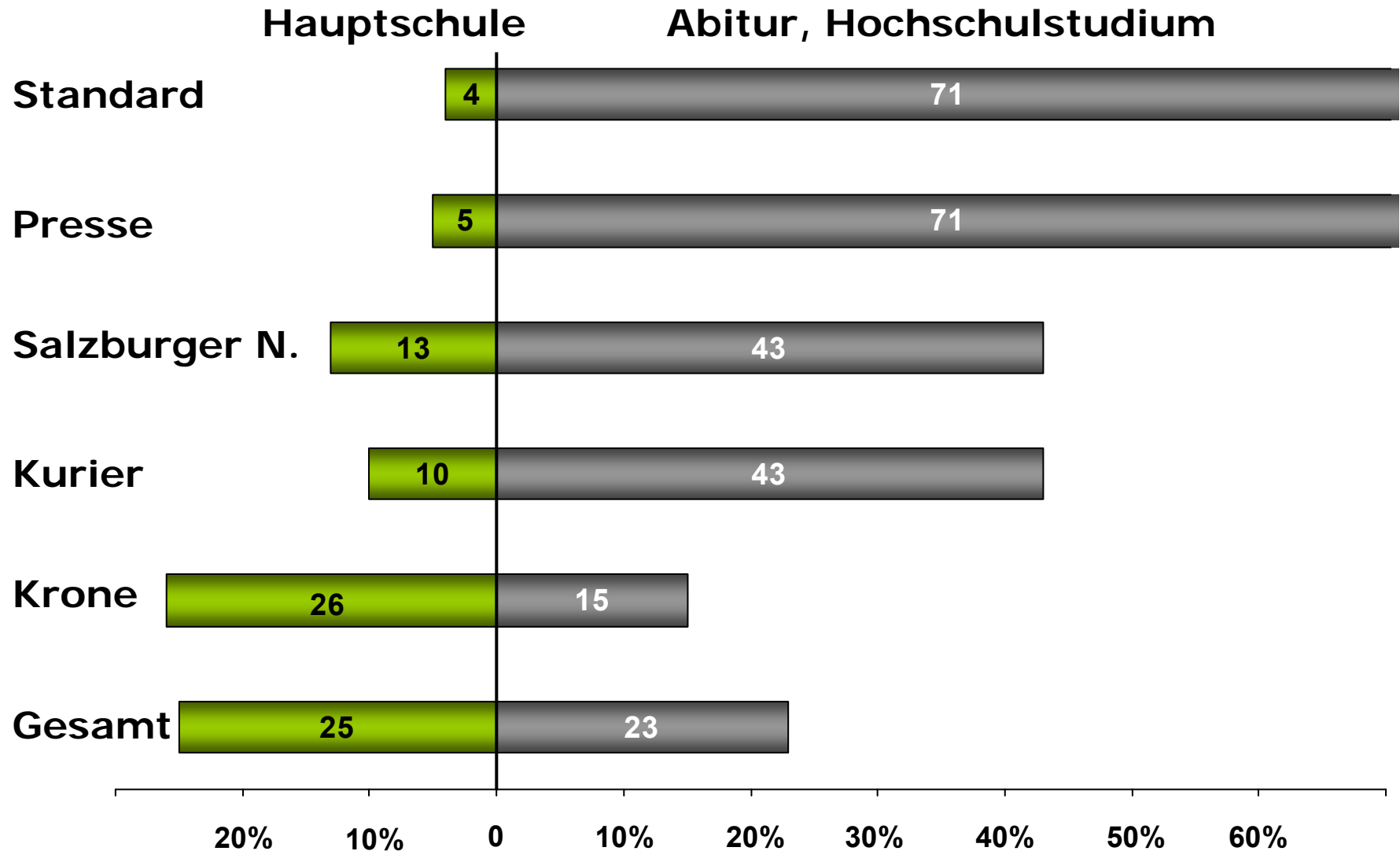
Publizistische
Leistung

Quantitative
Inhaltsanalyse
überregionaler
Zeitungen

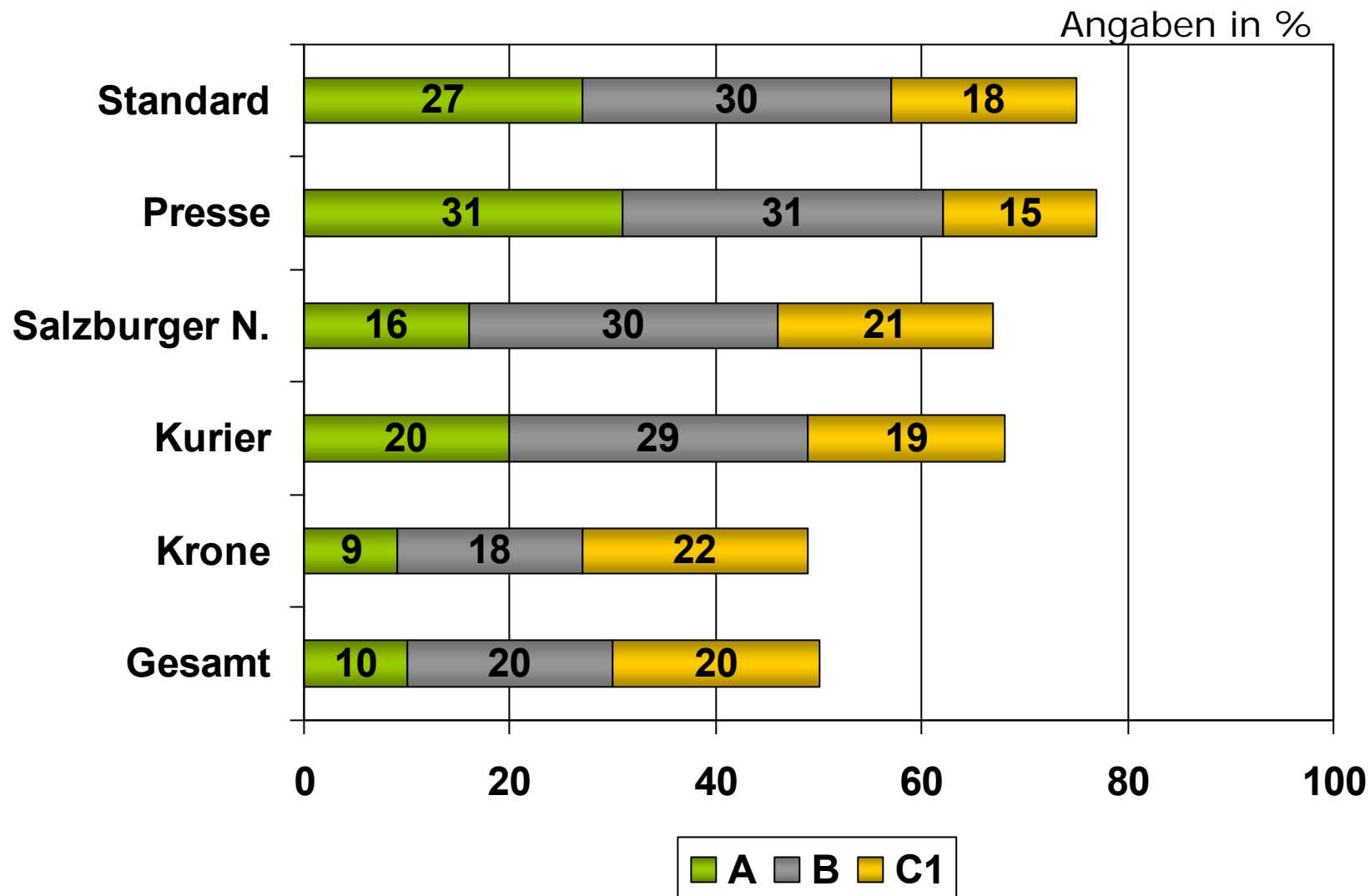
Leserschaftsprofile: Alter



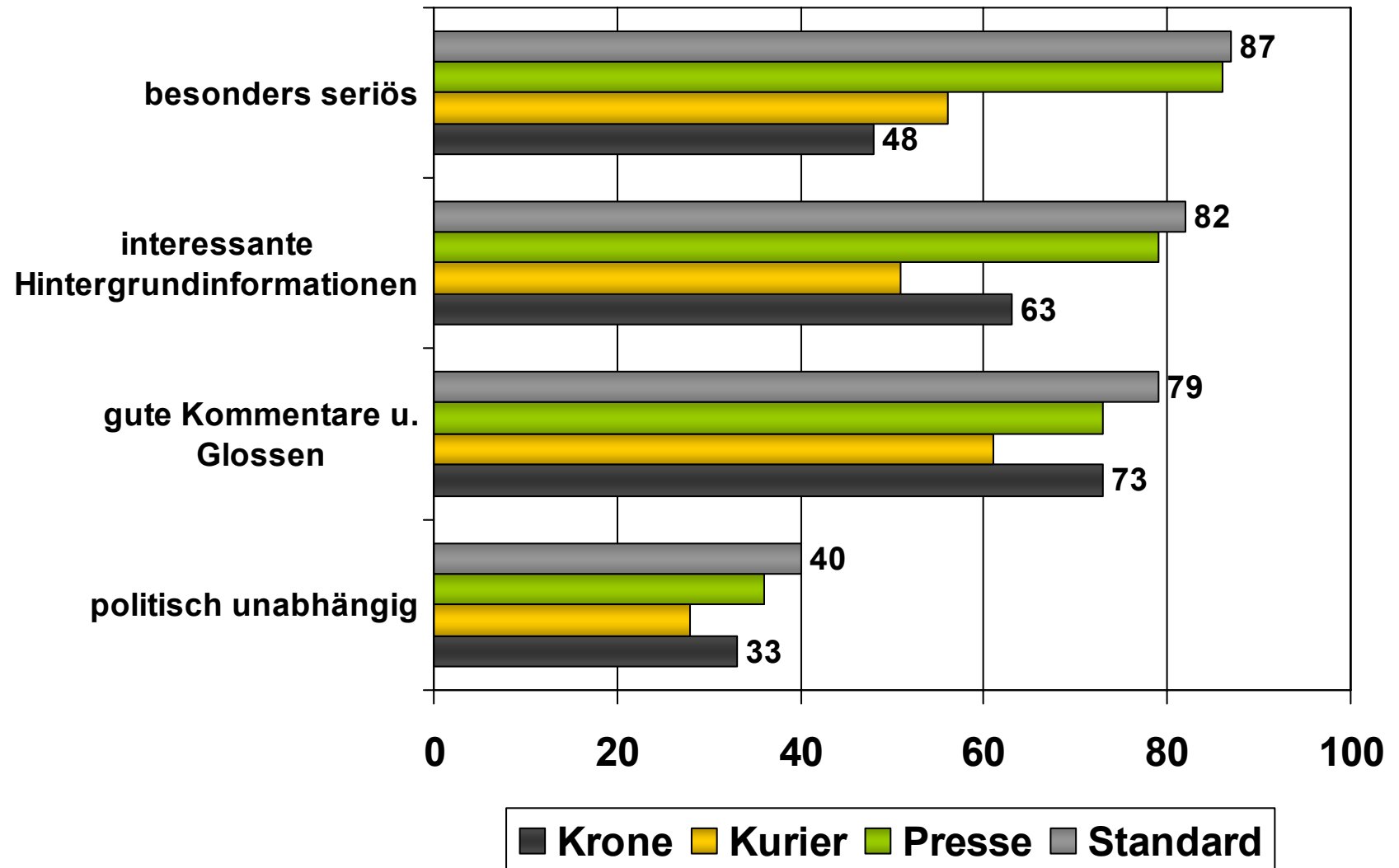
Leserschaftsprofile: Bildung



Leserschaftsprofile, Schichten



Kernkompetenzen der Qualitätspresse



Quelle: GfK-Austria, Image der TZ 2007; Basis: regelmäßige Leser der Zeitung

Die Analyse-Parameter

Marktstruktur

Markt-
konzentration

Reichweiten-/
Auflagenzahlen

Verflechtungs-
grad

Presse-
förderung

Marktverhalten

Nachfragever-
halten aus Sicht
der Rezipienten

Leserdaten
aus der
österreichischen
Media-Analyse

Qualitäts-
beurteilung

Marktergebnis

Publizistische
Leistung

Quantitative
Inhaltsanalyse
überregionaler
Zeitungen

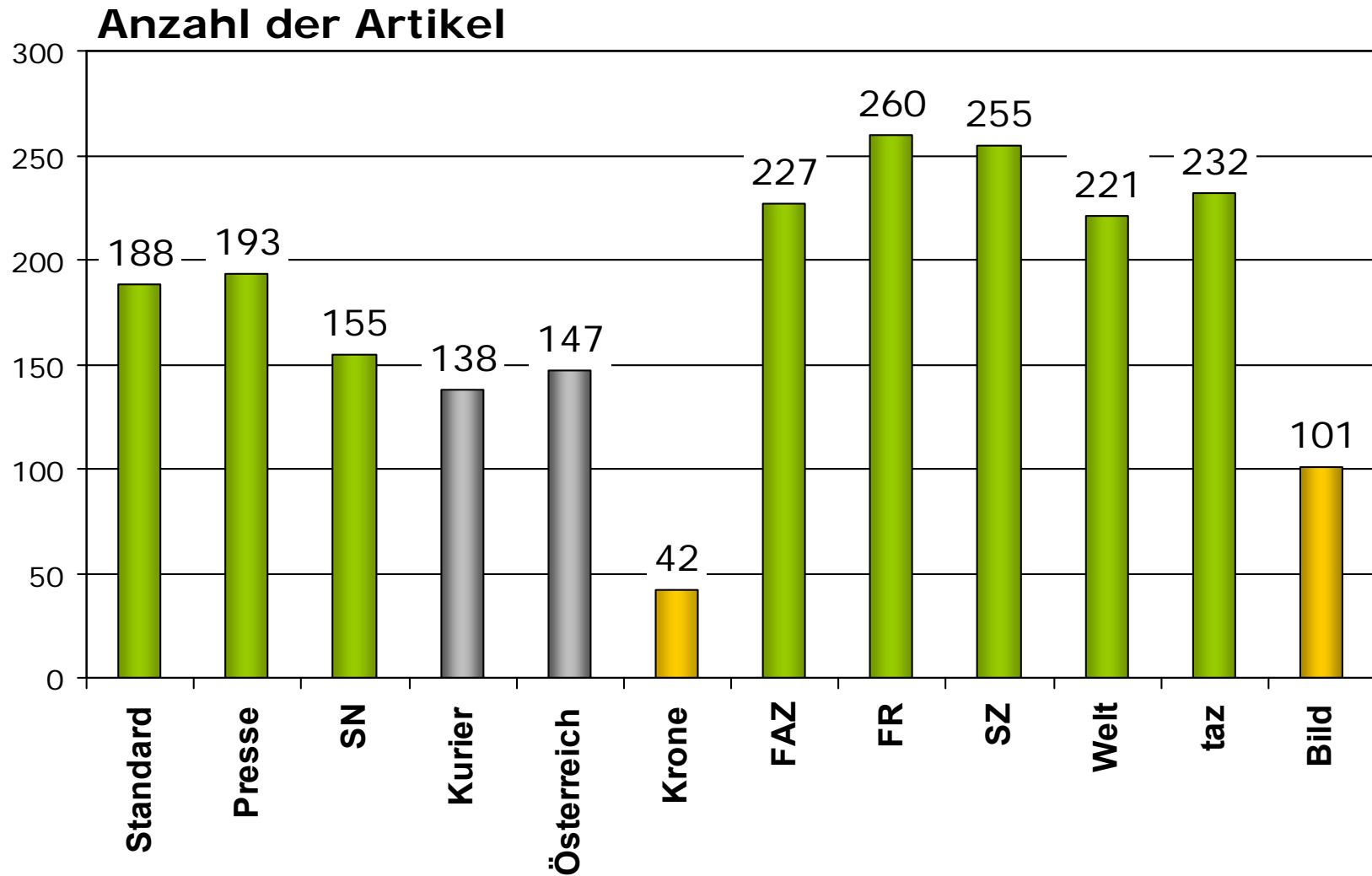
Untersuchungsdesign: Inhaltsanalyse

- **Untersuchte Zeitungen:**
 - Österreich: *Die Presse, Der Standard, Salzburger Nachrichten (SN), Kurier, Österreich, Kronen Zeitung (Krone)*
 - Deutschland: *FAZ, FR, SZ, Welt, taz, BILD*
- **Untersuchungszeitraum:**

Januar bis März 2005 (eine künstliche Woche)*
→ Routineberichterstattung
- **Analysematerial:**
 - 72 Einzelausgaben
 - 2159 Artikel zu politischen Themen (Inland & Ausland)

* Abweichender Untersuchungszeitraum für *Österreich*: April bis Juni 2006 (Nacherhebung)

Umfang der politischen Berichterstattung



Basis: n = 2159

Quelle: Magin 2009

Vielfalt der politischen Berichterstattung (Entropiewerte)

	Standard	Presse	SN	Kurier	Österreich	Krone	FAZ	FR	SZ	Welt	taz	Bild
Thematische Vielfalt (Inland)	0,86	0,87	0,81	0,82	0,86	0,70	0,92	0,87	0,94	0,93	0,89	0,88
Thematische Vielfalt (Ausland)	0,85	0,78	0,85	0,87	0,81	0,72	0,82	0,83	0,85	0,79	0,86	0,68
Geografische Vielfalt (Inland)	0,53	0,67	0,64	0,43	0,48	0,36	0,75	0,77	0,68	0,69	0,70	0,70
Geografische Vielfalt (Ausland)	0,80	0,77	0,68	0,72	0,68	0,62	0,82	0,81	0,78	0,74	0,82	0,67

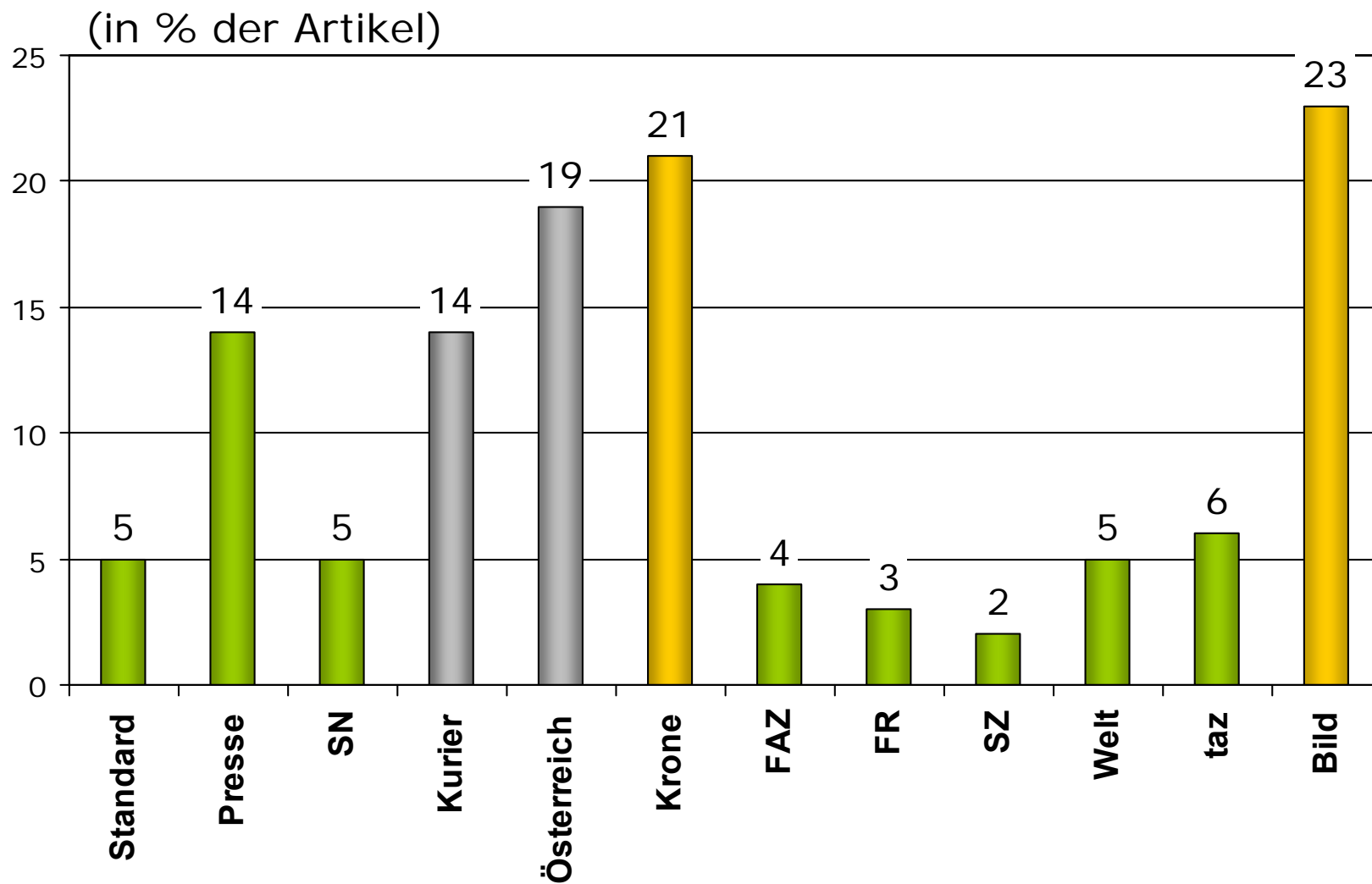
Relative Entropie: $(\sum (-a) * ({}_2\log a)) / \log b$

wobei a = Anteil der einzelnen Themen bzw. Regionen an allen Beiträgen; b= Anzahl aller Beiträge

Aufgrund unterschiedlicher Filter variiert die Basis.

Quelle: Magin 2009

Transparenz: Artikel ohne Quellenangabe im Text



Basis: n = 2159

Quelle: Magin 2009

Zusammenfassung der Ergebnisse

- Im Vergleich zu den deutschen Qualitätszeitungen berichten die österreichischen
 - **weniger umfangreich**
 - **weniger vielfältig** (v. a. geografisch)
 - mit zum Teil **intransparenten Quellenangaben**.
- ➔ Größere Ähnlichkeiten zu **Midmarket-Papers**
 - Demokratiepolitisch bedenklich:
Keine fundierte politische Berichterstattung des Marktführers Krone

Fazit: Komplexe Interdependenzen

Marktstruktur

Hoch
Konzentriert
und stark
verflochten

Presseförderung
konnte diese
Entwicklung
nicht aufhalten

Marktverhalten

aus
Publikumssicht:
Elitemedien

ABER Kronen-
Zeitung
diffundiert in
weite Teile der
Bevölkerung

Marktergebnis

Publizistische
Leistungs-
standards den
Verhältnissen
entsprechend,

Defizite im
Vergleich zu
Deutschland

Folgen der Medienkonzentration "mildern":
Qualitätssicherung durch Co-Regulierung mit
Fokus auf Selbstorganisation!

Literatur

- Magin, M. (2009): Qualitätszeitungen – das “Rückgrat der politischen Öffentlichkeit”? Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Qualität deutscher und österreichischer Tageszeitungen. In: Rodoniklis, W./Zander, D. (Hrsg.): Düsseldorf Forum politische Kommunikation. Schriftenreihe DFPK Band 4 (im Erscheinen).
- Media Focus Research (2008): Buch der Werbung 2007. Wien.
- Meliscek, G./Oggolder, C./Seethaler, J. (2009): Die österreichische Presse: Daten und Analysen. <http://www.oeaw.ac.at/cmc/hypress/>.
- RTR (o. J.): Ergebnisse der Presseförderung im Jahr 2006. <http://www.rtr.at/de/ppf/Ubersicht2006> (eingesehen am 18.11.2008).
- Seethaler, J./Meliscek, G. (2006): Die Pressekonzentration in Österreich im europäischen Vergleich. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 35 (4), S. 337-360.
- Trappel, J. (2005): Medienförderung: Ein Komplementärintstrument der schweizerischen Medienpolitik? Konzepte zur Vielfaltssicherung aus Österreich. In: Künzler, M. (Hrsg.): Das schweizerische Mediensystem im Wandel. Herausforderungen, Chancen, Zukunftsperspektiven. Wien.

Kontakt:

Melanie Magin M.A. und Dr. Birgit Stark

**Kommission für vergleichende Medien- und
Kommunikationsforschung,
Österreichische Akademie der Wissenschaften**

melanie.magin@oeaw.ac.at