

Ressort: Innenpolitik

Qualität gehört gefördert

Studie regt an, die Presseförderung durch „Journalismusförderung“ zu ersetzen

wien (SN-a. k.). Die Diskussion ist eröffnet: Vor einem Jahr gab das Bundeskanzleramt beim Wiener Publizistikprofessor Hannes Haas eine Studie zur „Evaluierung der Presseförderung in Österreich“ in Auftrag. Im November lieferte Haas das knapp 300-seitige und streng vertrauliche Konvolut bei Medienstaatssekretär Josef Ostermayer ab. Und jetzt stellte das Kanzleramt die Studie online.

Einer der Vorschläge Haas' und seines Teams lautet, die Presseförderung zu einer „Journalismusförderung“ weiterzuentwickeln: Gefördert werden laut diesem Modell nicht unternehmerische Strukturen, sondern Vielfalt und Qualität der jeweiligen Medien. Darunter verstehen die Autoren auch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Journalisten und eine – im Verhältnis zur Anzahl der redaktionellen Seiten – ausreichende Anzahl an Redakteurinnen und Redakteuren.

Der von den Zeitungsverlegern geäußerten Kritik, dass die derzeitige Presseförderung zu niedrig sei, schließt sich die Studie an: „Die von Seiten des VÖZ (Verband Österreichischer Zeitungen, Anm.) ins Gespräch gebrachte Fördersumme von 50 Millionen Euro erscheint realistisch und sinnvoll.“

Derzeit weist die Presseförderung sinkende Tendenz auf: 2012 ist sie auf 10,8 Mill. Euro gekürzt worden, im Jahr 2000 betrug sie noch 16 Millionen.

Zum Vergleich: An Parteienförderung schüttete der Bund vergangenes Jahr knapp 40 Mill. aus. Bundes- und Landesförderung zusammen gerechnet, erhielten die Parteien knapp 150 Millionen.

Laut Studie muss für die Presseförderung nicht unbedingt auf Steuergeld zurückgegriffen werden. Denkbar wäre auch eine Zweckwidmung der Werbeabgabe. Damit würden die Medien (beziehungsweise die Werbewirtschaft) die Förderung gleichsam selbst finanzieren.

Ressort: Kultur

Studie: "Ineffektive Presseförderung" Österreich Die Presseförderung will die Pressevielfalt in Österreich sichern, ist beim Erreichen dieses Ziels aber "nicht effektiv", besagt eine Studie im Auftrag des Bundeskanzleramts. Das System soll sich demnach künftig in Richtung Journalismusförderung statt Presseförderung orientieren. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) sah sich in einer Reaktion "vollinhaltlich" bestätigt. VÖZ-Präsident Thomas Kralinger fand in der Studie auch die Schlussfolgerung, dass ein Förder-Volumen von 50 Millionen Euro "realistisch und sinnvoll" sei.

"Kurier" vom 26.02.2013

Seite: 30

Ressort: Kultur

Wi, Abend

Studie: "Ineffektive Presseförderung" Österreich Die Presseförderung in ihrer derzeitigen Form will die Pressevielfalt in Österreich sichern, ist beim Erreichen dieses Ziels aber "nicht effektiv", besagt eine Studie. Das System soll sich künftig in Richtung Journalismusförderung statt Presseförderung orientieren, heißt es weiter. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) sah sich in einer Reaktion "vollinhaltlich" bestätigt. VÖZ-Präsident Thomas Kralinger fand in der Studie auch die Schlussfolgerung, dass ein Förder-Volumen von 50 Millionen Euro "realistisch und sinnvoll" sei.

"Vorarlberger Nachrichten" vom 26.02.2013

Ressort: VN-A

Journalistische Inhalte fördern

Wien. Die Presseförderung will die Pressevielfalt in Österreich sichern, ist dabei aber „nicht effektiv“. Nicht Titel oder Medienunternehmen, sondern journalistische Inhalte sollten deswegen künftig in den Mittelpunkt der Finanzierung durch die öffentliche Hand gestellt werden. Zu diesem Fazit gelangt der Kommunikationswissenschaftler Hannes Haas, der im Auftrag des Kanzleramts das System aufgearbeitet hat.

"Salzburger Nachrichten" Nr. 48 vom 26.02.2013

Seite: 2

Ressort: Innenpolitik

Qualität gehört gefördert

Studie regt an, die Presseförderung durch „Journalismusförderung“ zu ersetzen

wien (SN-a. k.). Die Diskussion ist eröffnet: Vor einem Jahr gab das Bundeskanzleramt beim Wiener Publizistikprofessor Hannes Haas eine Studie zur „Evaluierung der Presseförderung in Österreich“ in Auftrag. Im November lieferte Haas das knapp 300-seitige und streng vertrauliche Konvolut bei Medienstaatssekretär Josef Ostermayer ab. Und jetzt stellte das Kanzleramt die Studie online.

Einer der Vorschläge Haas' und seines Teams lautet, die Presseförderung zu einer „Journalismusförderung“ weiterzuentwickeln: Gefördert werden laut diesem Modell nicht unternehmerische Strukturen, sondern Vielfalt und Qualität der jeweiligen Medien. Darunter verstehen die Autoren auch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Journalisten und eine – im Verhältnis zur Anzahl der redaktionellen Seiten – ausreichende Anzahl an Redakteurinnen und Redakteuren.

Der von den Zeitungsverlegern geäußerten Kritik, dass die derzeitige Presseförderung zu niedrig sei, schließt sich die Studie an: „Die von Seiten des VÖZ (Verband Österreichischer Zeitungen, Anm.) ins Gespräch gebrachte Fördersumme von 50 Millionen Euro erscheint realistisch und sinnvoll.“

Derzeit weist die Presseförderung sinkende Tendenz auf: 2012 ist sie auf 10,8 Mill. Euro gekürzt worden, im Jahr 2000 betrug sie noch 16 Millionen.

Zum Vergleich: An Parteienförderung schüttete der Bund vergangenes Jahr knapp 40 Mill. aus. Bundes- und Landesförderung zusammen gerechnet, erhielten die Parteien knapp 150 Millionen.

Laut Studie muss für die Presseförderung nicht unbedingt auf Steuergeld zurückgegriffen werden. Denkbar wäre auch eine Zweckwidmung der Werbeabgabe. Damit würden die Medien (beziehungsweise die Werbewirtschaft) die Förderung gleichsam selbst finanzieren.

"WirtschaftsBlatt" Nr. 4302/2013 vom 26.02.2013

Seite 5

Ressort: Unternehmen & Märkte

Studie sieht Reformbedarf bei der Presseförderung

Wien. Laut einer neuen Studie ist das bestehende System der Presseförderung nicht effektiv. In ihrer derzeitigen Form sei das System nicht dazu geeignet, die Pressevielfalt in Österreich zu sichern, stellt der Wiener Kommunikationswissenschaftler und Universitätsprofessor Hannes Haas fest. Nicht Titel oder Medienunternehmen, sondern journalistische Inhalte sollten deswegen künftig in den Mittelpunkt der Finanzierung durch die öffentliche Hand gestellt werden -nach dem Motto: Journalismusförderung statt Presseförderung.

"Jene Medien, die sich selbst als Qualitätszeitungen titulieren und auch relativ hohe Fördersummen erhalten, stehen auch nachweislich für eine qualitativ höherwertige Berichterstattung", stellt Haas fest -und das messbar mehr als etwa Zeitungen mit Boulevard-Anspruch oder Gratistitel. Daher sei die Förderung von Qualitätsjournalismus ein "wichtiges Anliegen".

Derzeit wird die Reform der Presseförderung diskutiert. Die Studie belegt nun die Notwendigkeit dafür. Auch der zuständige Staatssekretär Josef Ostermayer sieht in der Studie "wichtige Anhaltspunkte, über die man diskutieren" werde, hieß es am Montag in seinem Büro auf APA-Anfrage. Die Expertise "spricht viele Punkte an, die in der Diskussion im Vordergrund stehen".

Erhöhung sinnvoll

Thomas Kralinger, Präsident des Verbandes Österreichischer Zeitungen VÖZ, weist auf das Studienergebnis hin, dass ein Fördervolumen von 50 Millionen € "realistisch und sinnvoll" sei. So gesehen stehe auch die entsprechende Forderung des VÖZ "auf einem tragfähigen wissenschaftlichen Fundament".

Studienautor Hannes Haas will Reformen

"Wiener Zeitung" Nr. 040 vom 26.02.2013

Seite: 31

Ressort: Feuilleton

Wiener Zeitung

Presseförderung ist derzeit „nicht effektiv“

Die Presseförderung in ihrer derzeitigen Form will die Pressevielfalt in Österreich sichern, ist beim Erreichen dieses Ziels aber „nicht effektiv“. Zu diesem Fazit gelangt der Kommunikationswissenschaftler Hannes Haas, der im Auftrag des Bundeskanzleramts das derzeitige System evaluierte und Wege für eine Reform aufzeigte. Staatssekretär Josef Ostermayer (SPÖ) machte am Montag die seit Ende letzten Jahres intern vorliegende Studie publik. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) sah sich in einer ersten Reaktion „vollinhaltlich“ bestätigt. Der Wiener Uni-Professor Haas stellt durchaus nicht in Abrede, dass die Fördermittel grundsätzlich Wirkung zeigen: „Jene Medien, die sich selbst als Qualitätszeitungen titulieren und auch relativ hohe Fördersummen erhalten, stehen auch nachweislich für eine qualitativ höherwertige Berichterstattung“ als etwa Zeitungen mit Boulevard-Anspruch oder Gratis-Titel.

"Die Presse" vom 26.02.2013

Seite: 25

Ressort: Feuilleton

red

Österreich, Abend, Österreich, Morgen

Presseförderung: Laut Studie 50 Mio. - nötig

Der Verlegerverband VÖZ fordert eine Erhöhung der Förderung noch heuer.

Die Aufstockung der Presseförderung von derzeit 10,8 Mio. auf 50 Mio. Euro jährlich fordert der Präsident des Verlegerverbands (VÖZ) Thomas Kralinger - noch heuer. Er sieht sich durch eine Evaluierungsstudie zur Presseförderung bestätigt, die Uni-Professor Hannes Haas im Auftrag von Medien-Staatssekretär Josef Ostermayer (SP) erstellt hat. Während Ostermayer zu dem Schluss kam, Haas wolle eine Förderung in der Höhe von 15 bis 20 Mio. Euro, sieht Kralinger seine Idee von der Verfünffachung durch die Studie "vollinhaltlich" bestätigt: Haas halte ein Fördervolumen von 50 Mio. Euro für "realistisch und sinnvoll", meint Kralinger in einer Aussendung. Er hält die derzeitige Förderung für ein "grundsätzlich funktionierendes, aber hoffnungslos unterdotiertes" System, die Studie attestiere "eindeutigen Handlungsbedarf". Kralinger kritisiert die Werbeabgabe als "besondere Belastung" und empfiehlt Steuervorteile für Printmedien. i. w.

Bundesland, Bundesland Abend

Qualität, im Web finanziert

Bronner über Zukunft, ORF, Erpressungsjournalismus

Wien - Oscar Bronner ist „guten Mutes“. Guten Mutes, dass das Internet Qualitätsjournalismus finanzieren kann. Bisher ermöglichten die Einnahmen der Zeitung diese Qualität.

Bronner sagt das am Sonntag im Publikumsgespräch mit Peter Huemer (früher Club 2, Im Gespräch). Das Stadttheater Walfischgasse hat geladen, kurz nach Bronners 70. Geburtstag im Jänner und bevor der Standard in diesem Herbst seine ersten 25 Jahre feiert. Und bevor Maler Oscar Bronner im Herbst im Bank Austria Kunstforum erstmals seit der Zeitungsgründung wieder Bilder ausstellt.

Die Zukunft der Zeitung ist da abzufragen: Bronner ist nicht Medienmacher, um Papier zu bedrucken, sondern der Inhalte wegen. Er hofft, dass Zeitungen, praktisch weltweit unter wirtschaftlichem Druck, so lange Qualitätsjournalismus finanzieren, bis Onlinemedien das alleine können. Hauptgegner sei Google, der Suchmaschinenriese „saugt Werbung ab“.

Kommen Bezahlmodelle für Webinhalte, wie etwa bei der New York Times? Das Modell sei „nicht eins zu eins übertragbar“, sagt Bronner: Nur wenige Zeitungen wirkten einem genügend großen Publikum so unverzichtbar, dass es auch im Internet bezahlt - ihm fallen da NYT, Wall Street Journal und Financial Times ein. Mit Bezahlhalten würden Österreichs Zeitungen nur Userinnen und User zum ORF schicken, solange der gebührenfinanzierte Rundfunk Webinhalte frei anbiete.

Bronner ist übrigens „sehr an einem interessanten, unabhängigen ORF interessiert“ - „das ist auch gut für Qualitätszeitungen“.

Presseförderung dient laut Bronner dazu, Folgen der den Markt verzerrenden, ungehinderten Medienkonzentration zumindest zu mildern. Wo Kommunikationswissenschaftler Hannes Haas nun in einem Gutachten für das Kanzleramt Qualitätsförderung verlangt, sei eine Reform aber offenbar auf nach der Wahl vertagt.

In Österreich sieht Bronner heute Verleger, mit deren Methoden selbst der berühmte „Erpressungsjournalismus“ Imre Békessys im Wien der 1920er-Jahre „nicht vergleichbar“ sei. - „Und heute haben solche Verleger die Unterstützung der politischen Nomenklatura vom Bundeskanzler abwärts.“ (fid)

["www.derstandard.at"](http://www.derstandard.at) vom 27.02.2013 15:39
Ressort: Onlinemedien

Redaktion

Haas-Studie: Subventionierung digitaler Nachrichten bleibt Streitfrage

Rutschgefahr am digitalen Förderparkett: Die Branche ist gespalten, die Gesetze veraltet und die Geldfrage ungeklärt

Europaweit lotet die Politik derzeit neue Positionen aus, um die Fördermittel für Journalismus an die Realität der Internetökonomie anzupassen. Einzig Frankreich hat bisher mit bescheidenen Subventionen für Onlinenachrichten einen ersten Schritt aufs digitale Förderparkett gewagt. In Österreich hat das Bundeskanzleramt nun wie berichtet, die Studie zur Reform der Presseförderung veröffentlicht, in der auch die finanzielle Unterstützung von digitalen Nachrichtenangeboten thematisiert wird.

Kommunikationswissenschaftler und Studienautor Hannes Haas hat in einer Online-Befragung mit 58 österreichischen Medienvertretern festgestellt, dass die Meinungen zur Inkludierung von Onlinemedien in ein reformiertes Presseförderungssystem durchaus gespalten sind. Während ein Teil der Befragten sich explizit für geförderte Onlineangebote aussprach, befand eine zahlenmäßig vergleichbare Gruppe diese für nicht notwendig.

Förderung als Vielfaltssicherung

STANDARD-Geschäftsführer Wolfgang Bergmann äußerte sich im Studieninterview eher ablehnend: Zwar sei "der Gedanke der Onlineförderung reizvoll", doch ein Onlinemedium habe anders als Print "so geringe Eintrittskosten, dass ich sage, die müssen sich halt dann am Markt bewähren". Bergmann weiter: "Wir werden mittelfristig, meines Erachtens, im Onlinebereich nicht das Problem haben, dass es keine Vielfalt gibt. Im Printbereich ja. Und die Ausnützung einer Monopolsituation, von Vertriebswegen bis sonst wohin, ist im Printbereich dramatisch. Im Onlinebereich sehe ich sie nicht."

Als Gegenpol zur Ablehnung, die ein Drittel der Medienvertreter zum Ausdruck bringt, sprechen sich 40 Prozent für eine Öffnung des Systems aus. Neben Onlineablegern von traditionellen Medien sollten ihrer Meinung nach auch reine Onlineangebote unter bestimmten Qualitätsvorgaben Anspruch auf finanzielle Unterstützung haben.

Definitionsproblem "Qualität"

Dafür müsste der geltende Kriterienkatalog aus "Periodizität, Universalität, Aktualität, Relevanz, Verständlichkeit, Neutralität und Richtigkeit der Inhalte" um Qualitätsmerkmale für Online ergänzt werden. Laut Expertenmeinung könnten die Faktoren "Scannability und Hypertextualität, Navigation, Orientierungshilfen, Suchoptionen, Service- und Archivangebote, Interaktivität und Multimedialität" die digitalen Eigenheiten abdecken. Die zentrale Schwierigkeit, in der "Masse an Internetangeboten die tatsächlich journalistischen Leistungen" zu identifizieren, bliebe allerdings bestehen.

Die Reform der Presseförderung solle sich jedoch nicht durch Definitionsprobleme aufhalten lassen, betont Haas in der Studie. Verständlich, wenn man die angeführten Statistiken zum österreichischen Internetkonsum (AIM 1. Quartal 2012) betrachtet. Demnach waren 2012 bereits mehr als zwei Drittel der Bevölkerung regelmäßig

online, die Hauptbeschäftigung bestand nach dem Erledigen des E-Mails-Verkehrs im Konsum von Nachrichten und Informationen.

Transparenz als Online-Plus

Die Studie geht neben dem Konsumverhalten auch auf die veränderten Arbeitsbedingungen für Redakteure im digitalen Produktionsprozess ein. So habe sich das Netz als wichtiges Recherchetool und Inspirationsquelle für Journalisten etabliert, etwa durch die Einbindung von weiterführenden Links und Rohmaterial, was wiederum die Etablierung neuer Transparenzmodelle erleichtern könnte.

Weitere Vorteile verortet Haas in der Aufhebung der Anonymität von Journalisten, der leichten Kontaktaufnahme mit dem Publikum, der schnelleren Korrektur journalistischer Fehler und der aktiven Einbeziehung der Nutzer in Arbeitsprozesse.

Status quo in Österreich

Um ein Bild des derzeitigen Entwicklungsstandes zu zeichnen, hat Haas die größten digitalen Nachrichtenportale des Landes auf ihren Einsatz von multimedialen und interaktiven Strategien untersucht.

Besonders bei der Recherchequalität ließen sich in Stichproben Unterschiede ausmachen: "Bei den Onlineangeboten weist derStandard.at mit einem Drittel (33 Prozent) den höchsten Anteil an Beiträgen mit hoher Eigenrecherche auf, austria.com (2 Prozent) den geringsten, während orf.at (21 Prozent) und krone.at (14 Prozent) im Mittelfeld liegen." Die Zweitverwertung von Printartikeln, die am häufigsten bei derStandard.at und krone.at diagnostiziert wurde, kann laut Haas als "Erweiterung und interaktive Ergänzung" für den Leser gewertet werden kann.

Bei der Einbindung multimedialer Berichterstattung stellt die Studie dem österreichischen Markt kein gutes Zeugnis aus: "Lediglich das Angebot der 'Kronen Zeitung' bietet in einem Fünftel der Beiträge (20 Prozent) ein Video zum Bericht an. Podcasts werden nur auf orf.at bei 3 Prozent der Beiträge und bei krone.at in 1 Prozent der Beiträge eingesetzt und spielen somit kaum noch eine Rolle." Nur die Möglichkeit zur "Verlinkung mit weiterführenden Beiträgen und Informationen wird von allen analysierten Onlineangeboten relativ häufig wahrgenommen".

Subventions-Befürworter

Generell würden die untersuchten Informationsangebote im Internet eine ähnliche Segmentierung wie in klassischen Printmedien aufweisen, die technischen Möglichkeiten der Onlineberichterstattung würden noch nicht voll ausgeschöpft. Die Argumentation der Online-Förderungsbeurwörter orientiert sich denn auch mehr an zukünftigen Herausforderungen.

So gibt Helmut Hanusch, Geschäftsführer von "News", im Studieninterview zu Protokoll: "Medienförderung im Onlinebereich ist im Interesse der meisten oder aller Medienhäuser verlegerischer Herkunft. Wir sind alle auf diesem elektronischen Weg." "NÖN"-Geschäftsführer Harald Knabl spezifiziert in seinem Beitrag das generelle Bekenntnis auf "jene Portale, die auch tatsächlich Inhalte transferieren, nämlich journalistische Inhalte". Im weiteren Verlauf bezweifelt er, dass aufgrund der

angewöhnten Gratiskultur wirkliche Nachrichtengebung ohne Subventionierung funktionieren wird.

Von "Sanft" bis "Äußerst weitreichend"

Haas zeigt abschließend an den Modellen der sanften, weitreichenden, sehr weitreichenden und äußerst weitreichenden Förderung, wie weit eine Reform, abhängig vom finanziellen und politischen Willen, gehen könnte.

Bei der sanften Variante bleibt das derzeitige System bestehen, einzig die Förderbeträge werden erhöht. Bei einer weitreichenden Medienförderung würde die Vertriebsförderung für Print wegfallen und die Fördersäule "Neue Medien" eingeführt werden. Im Mittelpunkt der Maßnahmen würden Qualitätsförderung und Zukunftssicherung stehen. Bei der sehr weitreichenden Journalismusförderung würden

bisherige Strukturen abgebaut und Subventionen wären im Rahmen eines jährlichen Prüfverfahrens plattformunabhängig an Qualitätskriterien, Redaktionen und journalistische Arbeitsbedingungen gebunden. Von der äußerst weitreichenden Variante, die eine ersatzlose Streichung der Bundespresseförderung zur Folge hätte, rät Haas ab. Sinnvolle Online-Maßnahmen

Die Konklusion zur Online-Frage lautet denn wie folgt: "Faktum ist, dass mittels des Onlineauftritts von Tageszeitungen zusätzliche Leserschichten erreicht werden. (...) Presseförderung unterstützt vor allem die Erhaltung des Status quo, hilft jedoch wenig bei der Adaptierung der Zeitungshäuser an veränderte wirtschaftliche, technologische und soziale Rahmenbedingungen. Gezielte Fördermaßnahmen zur Modernisierung könnten dieses Problem lösen, wobei hier nicht in erster Linie technologische Neuerungen angesprochen sind, sondern vor allem gezielte Förderungen zum verbesserten Einsatz und der gezielten Anwendung neuer kommunikationstechnologischer Möglichkeiten innerhalb der Redaktionsarbeit beziehungsweise Berichterstattung vorgenommen werden sollten." (

Tatjana

Rauth, derStandard.at, 27.2.2013)

Link

bka.gv.at:

Die Studie im Original

Nachlese

Eurovergleich: Österreich fördert Presse wenig "Widerspricht Ziel der Presseförderung": Ergebnisse der Studie für das Kanzleramt
Verlegerpräsident fordert 50 Millionen Euro Presseförderung

Bild: Die Diskussion um ein reformiertes Presseförderungssystem ist auch ein Kampf um Fördervolumen. Laut Branchenvertretern reicht es in seiner derzeitigen Höhe nicht einmal für traditionelle Printmedien aus.

~

<http://images.derstandard.at/2013/02/27/1361273583001-APA-hase419.jpg>

~

~

Artikel: <http://derstandard.at/?id=1361241246751>

"[Kurier.at](#) - Startseite" found 25-02-2013 16:12:34

Kurier.at: Bestehendes System ist "nicht effektiv"

Ein Studie von Kommunikationswissenschaftler Hannes Haas ergab, dass die bestehende Presseförderung "nicht effektiv" ist.

Die Presseförderung in ihrer derzeitigen Form will die Pressevielfalt in Österreich sichern, ist beim Erreichen dieses Ziels aber "nicht effektiv". Nicht Titel oder Medienunternehmen, sondern journalistische Inhalte sollten deswegen künftig in den Mittelpunkt der Finanzierung durch die öffentliche Hand gestellt werden - nach dem Motto: Journalismusförderung statt Presseförderung. Zu diesem Fazit gelangt der Kommunikationswissenschaftler Hannes Haas, der im Auftrag des Bundeskanzleramts das derzeitige System evaluierte und Wege für eine Reform aufzeigte. Staatssekretär Josef Ostermayer (S) machte am Montag die seit Ende letzten Jahres intern vorliegende Studie publik. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) sah sich in einer ersten Reaktion "vollinhaltlich" bestätigt.

Der Wiener Uni-Professor Haas stellt durchaus nicht in Abrede, dass die Fördermittel grundsätzlich Wirkung zeigen: "Jene Medien, die sich selbst als Qualitätszeitungen titulieren und auch relativ hohe Fördersummen erhalten, stehen auch nachweislich für eine qualitativ höherwertige Berichterstattung" als etwa Zeitungen mit Boulevard-Anspruch oder Gratis-Titel.

Auf Titelvielfalt setzen

Doch genau dieser Befund führe auch vor Augen, dass es nicht ausreicht, vor allem auf Titelvielfalt zu setzen, hält Haas fest. Eine Perspektive, "die inhaltliche Vielfalt dann unterstellt, wenn entsprechend viele Titel vorhanden sind, wird den Förderzielen nicht gerecht". Es gebe keine "Garantie dafür, dass die Vielzahl unabhängiger Wettbewerber zwingend Vielfalt nach sich zieht".

Gefördert werden sollten deshalb vor allem journalistische Inhalte bzw. die journalistische Arbeit, so der Rat des Experten. Zugleich müsse man sich von der Fixierung aufs Zeitungspapier abwenden, sprich, auch Online-Medien berücksichtigen: Schließlich könne "journalistisch hochwertige Berichterstattung im Onlinebereich ebenso realisiert werden, wie dies in klassischen Printmedien der Fall ist".

Einführung von Qualitätsmerkmalen

Über Qualität lässt sich indes bekanntlich streiten. Zu einem solchen Ansatz gehöre "die Einführung von Qualitätsmerkmalen ähnlich den Public-Value-Auflagen des

ORF", schließt Haas auch aus einer aktuellen Umfrage zum Reformbedarf des Systems. Internationale Beispiele zeigen, dass sich in vielen Ländern ein "Konsens" über "gesellschaftlich wünschenswerte" Inhalte herausgebildet habe: "Informations-, Kultur- und Bildungsinhalten werden solche Eigenschaften zugeschrieben."

Staatssekretär Ostermayer sieht in der Studie "wichtige Anhaltspunkte, über die man diskutieren" werde, hieß es am Montag in seinem Büro auf APA-Anfrage. Die Expertise "spricht viele Punkte an, die in der Diskussion im Vordergrund stehen". VÖZ-Präsident Thomas Kralinger fand in der Studie auch die Schlussfolgerung, dass ein Förder-Volumen von 50 Millionen Euro "realistisch und sinnvoll" sei. So gesehen stehe auch die entsprechende Forderung der Zeitungsverleger "auf einem tragfähigen wissenschaftlichen Fundament".

Weblink: <http://kurier.at/kultur/medien/pressefoerderung-studie-bestehendes-system-nicht-effektiv/3.866.279>

"Medianet.at - Marketing & medien" found 25-02-2013 16:57:18

Medianet.at: Presseförderung: Bestehendes System "nicht effektiv"

Kommunikationswissenschaftler Haas: Fokus auf Titelvielfalt reicht nicht aus. Empfiehlt "Journalismusförderung" über Mediengrenzen hinweg.

Wien. Die Presseförderung in ihrer derzeitigen Form will die Pressevielfalt in Österreich sichern, ist beim Erreichen dieses Ziels aber "nicht effektiv". Nicht Titel oder Medienunternehmen, sondern journalistische Inhalte sollten deswegen künftig in den Mittelpunkt der Finanzierung durch die öffentliche Hand gestellt werden - nach dem Motto: Journalismusförderung statt Presseförderung. Zu diesem Fazit gelangt der Kommunikationswissenschaftler Hannes Haas, der im Auftrag des Bundeskanzleramts das derzeitige System evaluierte und Wege für eine Reform aufzeigte. Staatssekretär Josef Ostermayer (S) machte am Montag die seit Ende letzten Jahres intern vorliegende Studie publik. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) sah sich in einer ersten Reaktion "vollinhaltlich" bestätigt.

Der Wiener Uni-Professor Haas stellt durchaus nicht in Abrede, dass die Fördermittel grundsätzlich Wirkung zeigen: "Jene Medien, die sich selbst als Qualitätszeitungen titulieren und auch relativ hohe Fördersummen erhalten, stehen auch nachweislich für eine qualitativ höherwertige Berichterstattung" als etwa Zeitungen mit Boulevard-Anspruch oder Gratis-Titel.

Doch genau dieser Befund führe auch vor Augen, dass es nicht ausreicht, vor allem auf Titelvielfalt zu setzen, hält Haas fest. Eine Perspektive, "die inhaltliche Vielfalt dann unterstellt, wenn entsprechend viele Titel vorhanden sind, wird den Förderzielen nicht gerecht". Es gebe keine "Garantie dafür, dass die Vielzahl unabhängiger Wettbewerber zwingend Vielfalt nach sich zieht".

Förderung der Inhalte und Arbeit

Gefördert werden sollten deshalb vor allem journalistische Inhalte bzw. die

journalistische Arbeit, so der Rat des Experten. Zugleich müsse man sich von der Fixierung aufs Zeitungspapier abwenden, sprich, auch Online-Medien berücksichtigen: Schließlich könne "journalistisch hochwertige Berichterstattung im Onlinebereich ebenso realisiert werden, wie dies in klassischen Printmedien der Fall ist".

Über Qualität lässt sich indes bekanntlich streiten. Zu einem solchen Ansatz gehöre "die Einführung von Qualitätsmerkmalen ähnlich den Public-Value-Auflagen des ORF", schließt Haas auch aus einer aktuellen Umfrage zum Reformbedarf des Systems. Internationale Beispiele zeigen, dass sich in vielen Ländern ein "Konsens" über "gesellschaftlich wünschenswerte" Inhalte herausgebildet habe: "Informations-, Kultur- und Bildungsinhalten werden solche Eigenschaften zugeschrieben."

Staatssekretär Ostermayer sieht in der Studie "wichtige Anhaltspunkte, über die man diskutieren" werde, hieß es am Montag in seinem Büro auf APA-Anfrage. Die Expertise "spricht viele Punkte an, die in der Diskussion im Vordergrund stehen". VÖZ-Präsident Thomas Kralinger fand in der Studie auch die Schlussfolgerung, dass ein Förder-Volumen von 50 Millionen Euro "realistisch und sinnvoll" sei. So gesehen stehe auch die entsprechende Forderung der Zeitungsverleger "auf einem tragfähigen wissenschaftlichen Fundament". (APA)

Weblink: <http://www.medianet.at/marketing-medien/article/pressefoerderung-bestehendes-system-nicht-effektiv/>