

Einfalt oder Vielfalt? Die ORF-Nachrichten im Spannungsfeld zwischen Professionalität, Profit, Publikum und Politik

Lengauer, Günther

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lengauer, G. (2006). Einfalt oder Vielfalt? Die ORF-Nachrichten im Spannungsfeld zwischen Professionalität, Profit, Publikum und Politik. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 35(4), 361-378. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-101986>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

Günther Lengauer (Innsbruck)

Einfalt oder Vielfalt? Die ORF-Nachrichten im Spannungsfeld zwischen Professionalität, Profit, Publikum und Politik

Die Nachrichten des öffentlich-rechtlichen ORF müssen sich im Spannungsfeld zwischen Profit, Professionalität, Publikum und Politik positionieren und profilieren. Die Legitimation des öffentlich-rechtlichen Status wird dabei vermehrt mit dem Hinweis in Frage gestellt, dass der ORF seinem gesetzlichen Programmauftrag nicht nachkomme und politisch unausgewogen berichte. Diese empirische Studie stellt die ORF-Nachrichten österreichischen Qualitätszeitungen und ATV-aktuell komparativ gegenüber und geht der Frage nach, wie die professionellen Standards der ORF-Nachrichten im Sinne der publizistischen und politischen Pluralität im nationalen und internationalen Kontext zu beurteilen sind. Dabei zeigt sich zum einen, dass sich die ORF-Berichterstattung weitgehend im Rahmen transnationaler journalistischer Trends einordnet. Zum anderen werden allerdings punktuell signifikante Differenzierungen zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Nachrichten-Angebot sichtbar – vor allem was die demokratiepolitische Dimension der Information betrifft.

Keywords: Medien und Demokratie, politische Kommunikation, Journalismus, öffentlich-rechtlicher Programmauftrag, duales Mediensystem, transnationale Nachrichtenlogik, Inhaltsanalyse Media and democracy, political communication, journalism, public service mandate, dual media system, transnational media logic, content analysis

1. Einleitung

Der gesetzliche und gesellschaftliche Auftrag, politische Erwartungshaltungen, ökonomische Imperative sowie transnationale Trends journalistischer Professionalisierung und technologischer Globalisierung wirken auf die Nachrichtenproduktion des *ORF* im 21. Jahrhundert ein. Das Nachrichtenangebot des öffentlich-rechtlichen *ORF* muss sich in einem multidimensionalen Spannungsfeld zwischen Quote und Qualität, zwischen ökonomischer und demokratiepolitischer Verantwortung sowie zwischen politischer Einflussnahme und Äquidistanz positionieren, profilieren und legitimieren. Gerade diese Legitimation des öffentlich-rechtlichen Status wird in letzter Zeit und aktuell vermehrt mit dem Hinweis in Frage gestellt, dass der *ORF* seinem Programmauftrag

nicht ausreichend nachkomme, Quote statt Qualität als Maxime verfolge und gleichzeitig die politische Äquidistanz vernachlässige.

Eine breite und seither andauernde öffentliche (medien)politische Diskussion um den *ORF* löste Armin Wolf, *Zeit im Bild 2*-Anchorman, im Mai 2006 in seiner Dankesrede für den an ihn verliehenen Robert-Hochner-Preis aus. Dabei sprach er von „nahezu hemmungsloser Einflussnahme politischer Parteien auf den *ORF*“, wobei nach der politischen Wende im Jahr 2000 vom „Gleichgewicht des Schreckens (Große Koalition zwischen SPÖ und ÖVP; Anm. d. Verf.) nur mehr der Schrecken (ÖVP; Anm. d. Verf.) geblieben“ sei (zitiert in: Kurier, 18.5.2006, 31). Sowohl aus *ORF*-internen als auch *ORF*-externen Kreisen (Plattform „SOS ORF“, Initiative „derFreiRaum“, Stiftungsräte, Ex- und OppositionspolitikerInnen, JournalistInnen, MedienexpertInnen, etc.) folgte öf-

fentliche Kritik an parteipolitischer Einflussnahme, der daraus resultierenden politischen Einseitigkeit sowie an mangelnder Qualität der *ORF*-Berichterstattung. Gefordert werden seither wiederholt redaktionelle, inhaltliche sowie politische Pluralität und Demokratie in der *ORF*-Information.

Die medienpolitischen Analysen im Rahmen der andauernden öffentlichen *ORF*-Debatte haben dabei allerdings zumeist rein interpretativen, subjektiv-analytischen und äußerst diffusen Charakter. Konkrete empirische Bestandsaufnahmen sowie internationale Vergleiche fehlen weitgehend, insbesondere in Bezug auf das Produkt, das die *ORF*-Information der Öffentlichkeit anbietet – ihre Nachrichtensendungen.

Ziel dieser Studie ist es daher zu beleuchten, in welchem Ausmaß die formelle medienpolitische Regulierung wie auch die informellen politischen Erwartungshaltungen im journalistischen Produkt – konkret in den *ORF*-Nachrichten – schlussendlich reflektiert und sichtbar werden. Wie sind die Pluralität und professionelle Standards der Nachrichten des *ORF* im nationalen und internationalen Kontext zu beurteilen? Inwieweit werden die österreichische Medienpolitik – in diesem Fall der öffentlich-rechtliche Programmauftrag des *ORF* – wie auch die politischen Vereinnahmungsversuche von den Gesetzen der globalen De-Regulierung, Ökonomisierung und eines aufstrebenden pragmatischen Rollenbildes des *market-driven journalism* (McManus 1994) überlagert und somit der Staat als Medienmanager von der Rationalität des Marktes und Wettbewerbs ausgehebelt? Das sind die zentralen Fragen, denen diese empirische Analyse anhand einer Fallstudie, in deren Mittelpunkt die *ORF*-Nachrichten stehen, nachgeht.

2. Internationale Trends und dynamische Kontext-Faktoren

Ökonomische und technologische Globalisierungstendenzen sowie verstärkte Wettbewerbs-Dynamisierung bei gleichzeitiger politischer De-Regulierung der nationalen Rundfunk-Systeme schaffen dramatisch veränderte

Rahmenbedingungen für öffentlich-rechtliche Programm- und Informationsangebote. Der österreichische Medienmarkt wurde als letzter europäischer – nicht zuletzt auf Drängen der Europäischen Kommission – für private TV-Anbieter geöffnet. Eine Minderzahl öffentlich-rechtlicher und eine Vielzahl privat-kommerzieller Rundfunk-Anbieter konkurrieren um Publikum und Werbeeinnahmen. Stetig erhöht sich die Anzahl empfangbarer Kanäle und somit auch die mediale Konkurrenz um „das knappe Gut öffentliche Aufmerksamkeit“ (Plasser/Ullrich 2004, 37). Nicht weniger als 89 Prozent der österreichischen TV-Haushalte verfügen im Jahr 2005 über einen Kabel- oder Satelliten-Anschluss mit durchschnittlich 53 Sendern (ORF-Medienforschung, 2006).

Im Zuge dieser Dynamisierung und Ausdifferenzierung der Medienmärkte sowie der Fragmentierung des Medien-Publikums verlieren etablierte und traditionelle TV-Nachrichtensendungen Reichweiten und Marktanteile. So hat sich die Reichweite der *Zeit im Bild 1* zwischen 1985 und 2004 auf 20 Prozent etwa halbiert (Plasser/Ullrich 2004, 59). Gleichzeitig wird die Werbeeinnahmen-Abhängigkeit des öffentlich-rechtlichen *ORF* stetig größer. Im Jahr 2005 liegt dieser Anteil bei etwa einem Drittel der Einnahmen.

Diese strukturellen und kommerziellen Veränderungen und Neuorientierungen in den Mediensystemen haben sowohl direkte als auch indirekte Auswirkungen auf die Programminhalte. Diese Entwicklung wird von KritikerInnen als „Selbstkommerzialisierung“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bezeichnet (z. B. Brandstaller 2006, 74). Allerdings bleiben diese Kritik als auch die Anforderungen an öffentlich-rechtliche Anbieter in der Diskussion meist diffus und konkrete Qualitätsstandards und -anforderungen an das *public service*-Postulat werden kaum formuliert oder gar empirisch geprüft.

3. Das *public service*-Gebot

Meijer (2005, 27) beschreibt drei wesentliche Forderungen, die öffentlich-rechtliche

Rundfunkanbieter erfüllen sollen: qualitatives Programm liefern, umfassende Information bieten und die Bevölkerung in den demokratisch-politischen Diskurs involvieren (siehe dazu auch Lucht 2006). Cuilenburg und McQuail (2003, 194) formulieren ähnliche und ergänzende Grundfesten des *public service*-Gebots: Unabhängigkeit (gegenüber politischen wie auch ökonomischen Abhängigkeiten), Verantwortlichkeit (gegenüber Publikum und Gesellschaft) und Vielfalt (politisch und sozial).

Habermas (2006, 2ff.) bezeichnet die Pluralität der medien-vermittelten Öffentlichkeit als Voraussetzung für eine funktionierende Gesellschaft und deren demokratischen Diskurs. Demgegenüber beurteilt er die fehlende Unabhängigkeit und Äquidistanz des Mediensystems zu politischen wie auch wirtschaftlichen Eliten als „Pathologie der politischen Kommunikation“ in medienzentrierten Demokratien (Habermas 2006, 21). Im Brennpunkt der folgenden Untersuchung steht vor allem der Programmauftrag des ORF-Gesetzes aus dem Jahr 2001, das in Bezug auf diese Gesichtspunkte unter anderem folgende Postulate formuliert:¹

- die umfassende Information und Förderung wichtiger politischer, sozialer, wirtschaftlicher, kultureller, wissenschaftlicher oder auch sportlicher Fragen,
- die Förderung des demokratischen Zusammenlebens, die Information über die Funktion und Aufgaben des Bundesstaates und der europäischen Integration,
- die angemessene Berücksichtigung der Anliegen von Minderheiten, gesellschaftlicher Gruppen, der Altersgruppen oder der Geschlechter,
- die Vielfalt der Meinungen, anspruchsvolle Qualität, Ausgewogenheit, objektive Auswahl und Gestaltung sowie Unabhängigkeit und Unverwechselbarkeit.

Zu den zentralen Elementen des ORF-Gesetzes zählen somit zum einen die pluralistische Maxime im Sinne der Herstellung von Öffentlichkeit auf der Ebene der AkteurInnen, der Themen oder Meinungen und zum anderen journalistisch handwerkliche Professionalitäts-Standards der Ausgewogenheit, Objektivität oder Unabhängigkeit.

Bisher gibt es nur wenige empirische Annäherungen an das Konzept der Qualitätsprüfung von Medienangeboten. Zu den Pionierprojekten auf diesem Gebiet zählt die im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführte Studie zur inhaltsanalytischen Erfassung der Medien-Qualität durch Schatz und Schulz (1992) in Deutschland. In Österreich gilt das seit 1997 durchgeführte ORF-Qualitätsmonitoring von Fessel-GfK als Beispiel, eine Art Programm-Controlling zu konzipieren, das neben der Demoskopie auch inhaltsanalytische und somit output-orientierte Messinstrumente anwendet.

4. Die Analyse-Parameter

Diese Studie kann keine umfassende Qualitätskontrolle der ORF-Information leisten. Daher werden selektiv Kriterien des *public service*-Gebotes und zwar im Besonderen das der Pluralität, der Ausgewogenheit und der Unabhängigkeit herausgegriffen, um sie punktuell zu operationalisieren und empirisch anhand einer kumulierten Analyse der wichtigsten tagesaktuellen und überregionalen ORF-Nachrichtensendungen² und der *Zeit im Bild 1* im Speziellen zu prüfen. Diese Ergebnisse werden komparativ der privaten Hauptnachrichtensendung *ATV-aktuell* und den Tageszeitungen *Die Presse* und *Der Standard* gegenübergestellt.³

Im Zentrum der empirischen Prüfung stehen dabei vor allem (a) die Herstellung und Diskurstiefe von pluralistischer Öffentlichkeit für substanzielle politische Information als Voraussetzung für profunde staatsbürgerliche Partizipation (Vielfalt der AkteurInnen, Themen, Ereignisräume, Diskurs-Tiefe) und (b) journalistische Professionalitäts-Standards im Sinne der Seriosität (Neutralität, Äquidistanz). Diese Parameter sind ebenso wie der Qualitätsbegriff grundsätzlich als reflektierende, relationale und relative Größen zu beurteilen, d. h. sie sind nur unter Beachtung des Kontextes, der Nachrichtenlage, der Konkurrenz auf dem Medienmarkt und der Berücksichtigung der journalistischen und politischen Kultur schlüssig einzuordnen. Deshalb bedarf es im österreichischen

Kontext eines empirischen Vergleichs mit privaten Anbietern (TV und Printmedien), die sich in derselben Biosphäre der „österreichischen medialen Öffentlichkeit“ bewegen und auf Basis derselben Nachrichten- und Ereignislagen operieren.

An dieser Stelle konzentrieren wir uns auf die Analyse der Programmsparte Nachrichten im Allgemeinen und der politischen Information im Speziellen. Die im Folgenden präsentierten empirischen Daten stammen aus den kontinuierlichen inhaltsanalytischen Langzeituntersuchungen des *MediaWatch Instituts für Medienanalysen* zur Nachrichtenberichterstattung von österreichischen Printmedien und audiovisuellen Medien. Dabei wird die sozialwissenschaftliche Methode der quantifizierenden Inhaltsanalyse angewandt. Die quantitativen Parameter der Inhaltsanalyse (O-Ton-Analyse, AkteurInnen-Pluralitäts-Indikatoren) basieren auf einer Vollerhebung der gesamten Sendezeit der *Zeit im Bild 1* und *ATV-aktuell* im zweiten Halbjahr 2005. Die qualitativ-inhaltlichen Analyse-Elemente (geographische und thematische Pluralität, Diskurs-Substanz, Wertungsdichte und -bilanz) fußen auf repräsentativen, systematischen Zufallsstichproben, die zum einen die Berichterstattung im 2. Halbjahr 2003 sowie jene im 2. Halbjahr 2005 komparativ abbilden und gegenüberstellen.⁴ Während die quantitativen Analyse-Elemente auf der ge-

samten Nachrichten-Berichterstattung basieren, fokussieren die qualitativ-inhaltlichen Elemente im Speziellen auf die politische Berichterstattung.

5. AkteurInnen-Pluralität

5.1. Eliten-Zentrierung

Als Indikator der AkteurInnen-Pluralität in der Nachrichten-Berichterstattung kann herangezogen werden, wie viele und welche PolitikerInnen zu Wort kommen. Die Verteilung der Redezeiten nationaler politischer AkteurInnen⁵ in der *Zeit im Bild 1* im 2. Halbjahr 2005 verdeutlicht die enorme Eliten-Zentrierung. So entfällt etwa ein Viertel aller politischen Wortmeldungen auf die drei präsentesten AkteurInnen und mehr als die Hälfte der Redezeit geht auf die zehn präsentesten PolitikerInnen zurück.

Für die deutschen TV-Abendnachrichten ergibt sich im 2. Halbjahr 2005 exakt dieselbe Verteilung – hier wurde die Präsenz allerdings in Nennungen gemessen. Auf die präsentesten AkteurInnen Merkel, Schröder und Stoiber entfällt ebenfalls ein Viertel der gesamten PolitikerInnen-Präsenz. Die Top-Ten-AkteurInnen belegen in vergleichbarer Weise knapp die Hälfte der TV-Präsenz von politischen AkteurInnen

Tabelle 1: O-Ton-Präsenz nationaler politischer AkteurInnen in der *Zeit im Bild 1*, 2. Halbjahr 2005
(in Prozent der direkten Reden)

1.	Heinz Fischer (Bundespräsident)	10,6
2.	Wolfgang Schüssel (Bundeskanzler, ÖVP)	9,9
3.	Alfred Gusenbauer (SPÖ)	5,5
4.	Hubert Gorbach (Vizekanzler, BZÖ)	4,4
5.	Alexander van der Bellen (Grüne)	4,1
6.	Jörg Haider (BZÖ)	3,7
7.	Elisabeth Gehrer (ÖVP)	3,5
8.	Ursula Plassnik (ÖVP)	3,5
9.	Maria Rauch-Kallat (ÖVP)	2,9
10.	Josef Pröll (ÖVP)	2,4

Quelle: Lengauer/MediaWatch-Institut.

(Krüger 2006, 72). Das Phänomen der Eliten-Zentrierung bestätigt sich in abgeschwächter Form auch für die österreichische und deutsche Printberichterstattung (vgl. dazu Lengauer 2006, 158ff.).

Im Vergleich zur *ZiB 1* kommen in *ATV-aktuell* im gleichen Untersuchungszeitraum alles in allem nur halb so viele nationale politische AkteurInnen zu Wort. Dies hängt natürlich auch und vor allem mit dem unterschiedlichen Format und der damit geringeren politischen Berichterstattung insgesamt zusammen. Direkt vergleichbar bleibt jedoch der Grad der Eliten-Zentrierung.

Während die O-Ton-Präsenz der nationalen politischen AkteurInnen in der *Zeit im Bild 1* stark von deren nomineller und formaler Stellung im politischen System geprägt ist, nimmt *ATV-aktuell* eine deutlich selektivere und weniger formal-hierarchische Auswahl vor. So dominiert FPÖ-Chef Strache das quantitative O-Ton-Ranking. Weiters ist die politische Repräsentanz stark vom steirischen Landtagswahlkampf und folglich deutlicher von punktuellen Ereignissen beeinflusst. Die AkteurInnen-Zentrierung ist insgesamt aber ähnlich hoch wie in der *ZiB 1*. Die Top-Ten-AkteurInnen erreichen eine kumulierte O-Ton-Präsenz von 42 Prozent und kommen damit fast so lange zu Wort wie alle anderen nationalen politischen AkteurInnen zusammen.

Zusammenfassend kann somit in Bezug auf die Eliten-Zentrierung festgestellt werden, dass die AkteurInnen-Pluralität auf dieser Ebene in beiden Sendungen relativ stark eingeschränkt ist, wobei sich die Eliten-Zentrierung in der *ZiB 1* stärker an der formalen Hierarchie der politischen Repräsentanz orientiert, was zum Teil als stärkere Orientierung an der demokratiepolitischen Relevanz der AkteurInnen interpretiert werden kann. Ausgeprägte Eliten-Zentrierung ist jedoch kein sich auf die *ORF*-Berichterstattung beschränkendes Phänomen, sondern es ist in abgeschwächter Form ebenso auf *ATV* oder in den Printmedien auf internationaler Ebene erkennbar, dabei jedoch in einer etwas enthierarchisierteren Form (vgl. dazu auch Lengauer 2006, 154).

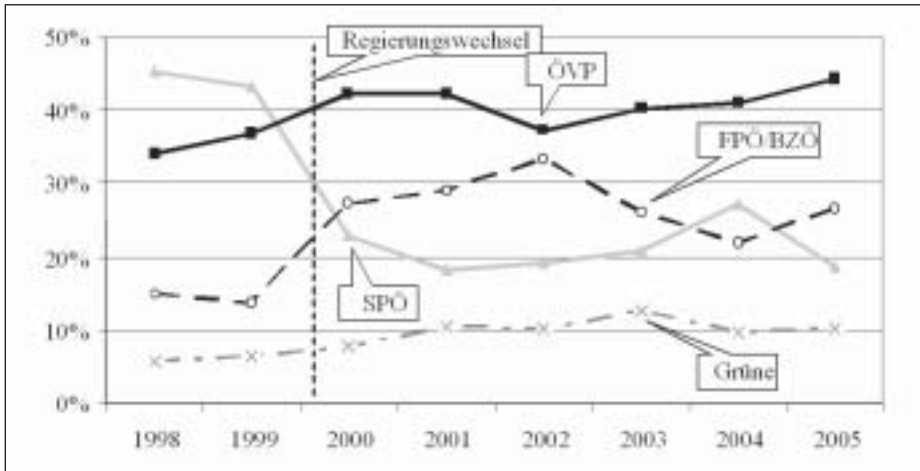
5.2. Regierungsbonus – Oppositionsmalus?

Das Phänomen des Regierungsbonus bzw. des Oppositionsmalus in der Berichterstattungs-Präsenz ist vor allem im Zusammenhang der öffentlich-rechtlichen Medien von öffentlichem Interesse und reflektiert insgesamt einen weiteren Gradmesser der quantitativen AkteurInnen-Zentrierung bzw. -Pluralität. So kann das Verhältnis der Parteien-Präsenz durch den jeweiligen Anteil von O-Tönen von ParteienvertreterInnen als Indikator für die Anteile von

Tabelle 2: O-Ton-Präsenz nationaler politischer AkteurInnen in *ATV-aktuell*, 2. Halbjahr 2005
(in Prozent der direkten Reden)

1.	Heinz-Christian Strache (FPÖ)	6,3
2.	Gerhard Hirschmann (Liste Hirschmann)	5,8
3.	Franz Voves (SPÖ)	5,5
4.	Wolfgang Schüssel (Bundeskanzler, ÖVP)	5,3
5.	Hubert Gorbach (Vizekanzler, BZÖ)	5,0
6.	Andreas Schnider (ÖVP)	3,4
7.	Alfred Gusenbauer (SPÖ)	3,0
8.	Peter Pilz (Grüne)	3,0
9.	Jörg Haider (BZÖ)	2,5
10.	Waltraud Klasnic (ÖVP)	2,4

Abbildung 1: O-Ton-Präsenz von Parteien-RepräsentantInnen in der Zeit im Bild 1
(in Prozent der Redezeit, 1998–2005)



Quelle: Lengauer/MediaWatch-Institut.

Regierungs- und Oppositionsparteien an der medialen Öffentlichkeit gemessen werden.

Die O-Ton-Präsenz der Parteien-RepräsentantInnen im Zeitverlauf belegt zum einen den Trend, dass Parteien durch den Regierungseintritt (in diesem Fall im Februar 2000) ihre *ZiB 1*-Präsenz deutlich steigern können. Vor dem Regierungswechsel erreicht die damalige Kanzler-Partei SPÖ ähnlich dominierende O-Ton-Werte wie die ÖVP nach dem Regierungswechsel. Es lässt sich also über den gesamten Untersuchungszeitraum ein Präsenz-Bonus für die dominierende Regierungspartei erkennen. Betrachtet man die Rangordnung der O-Ton-Präsenz der Parteien in *ATV-aktuell* im 2. Halbjahr 2005, ergibt sich grundsätzlich dieselbe Verteilung, wobei der ÖVP-Anteil etwas geringer und der SPÖ-Anteil etwas höher ist.

Dieser Regierungsbonus – im Sinne der quantitativen Präsenz – ist an und für sich kein überraschendes Phänomen. Es erklärt sich in erster Linie nicht durch die Reflexion von politischer Partei- oder Einflussnahme, sondern begründet sich großteils durch die per Volksentscheid übertragene Exekutivmacht, den dadurch höheren formalen Status und folglich den größeren potentiellen journalistischen Nachrichtenwert. So bestätigt Brettschneider

(2002, 265) für die deutsche TV-Berichterstattung, dass im Jänner und Februar 2002 etwa Kanzler Schröder mehr als doppelt so präsent war wie die damalige Oppositionspolitikerin Merkel und mehr als dreimal so oft vorgekommen ist wie der bayrische Ministerpräsident Stoiber auf Platz drei des TV-Rankings. Der Regierungs- oder Kanzler-Bonus sind folglich allgemeine und transnationale Phänomene der politischen und medialen Kommunikation (siehe dazu auch Lengauer 2006), die sowohl für private als auch öffentlich-rechtliche Nachrichten gelten. Man kann den Regierungsbonus und damit gleichzeitig den Oppositionsmalus zwar den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zum Vorwurf machen, jedoch muss dabei zur Kenntnis genommen werden, dass sich diese Phänomene zu einem Großteil aus der professionellen Nachrichten- und Aufmerksamkeits-Logik ableiten und begründen.

5.3. Gender-Pluralität

Als weiterer Pluralitäts-Parameter kann die Geschlechter-Verteilung in der O-Ton-Präsenz politischer AkteurInnen angesehen werden. Der direkte Vergleich von *ATV-aktuell* und der *Zeit*

im Bild 1 im 2. Halbjahr 2005 zeigt, dass die weibliche Repräsentanz in der *ZiB 1* bei den politischen O-Tönen mit 22 Prozent knapp höher ist als in *ATV-aktuell* mit einem Frauen-Anteil von 19 Prozent. In den beiden Tageszeitungen *Presse* und *Standard* etwa wurde im Jahr 2003 ein politisches Geschlechterverhältnis von 85 Prozent männlichen und 15 Prozent weiblichen HauptakteurInnen in der politischen Berichterstattung festgestellt, während in der *ZiB 1* im gleichen Zeitraum der weibliche Anteil bei 20 Prozent lag. In der politik- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung weisen Studien wiederholt darauf hin, dass es eine strukturelle Unterrepräsentanz von Frauen im öffentlichen – in diesem Fall medialen – Raum gibt (vgl. dazu etwa Pallaver/Pig 2003, 81).

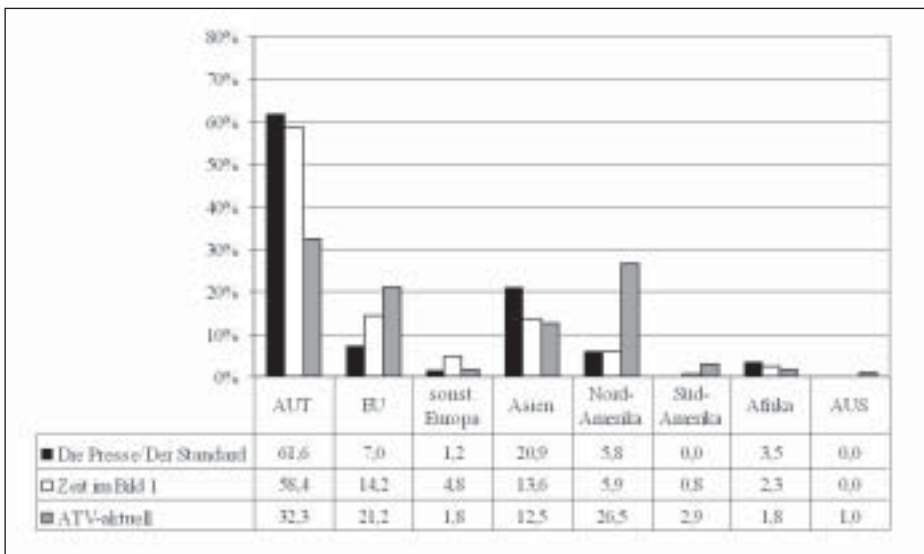
Um diese Ergebnisse quantitativ einzuordnen, kann als Gradmesser der Frauen-Anteil in der Regierung und im Parlament herangezogen werden. Im Kabinett Schüssel II liegt der Frauen-Anteil derzeit bei 32 Prozent (6 Ministerinnen bei insgesamt 19 Regierungsmitgliedern – das Geschlechterverhältnis bei den Ministern

und MinisterInnen liegt sogar bei 50:50), im Nationalrat bei 33 Prozent (derzeit 60 weibliche Abgeordnete) und im Bundesrat bei 27 Prozent (derzeit 17 weibliche Abgeordnete). Somit liegt die mediale Repräsentanz von weiblichen politischen AkteurInnen deutlich unter dem formellen Frauen-Anteil in der Regierung oder den Parlamentskammern. Das Repräsentanz-Defizit ist ein hochgradig reziprokes und diskursives Phänomen, das auch von der öffentlichen Repräsentanz der Partei-Politik durch Frauen abhängig ist und nicht allein auf die journalistischen Selektionsmechanismen zurückzuführen ist. Jedenfalls zeigt sich, dass die *ZiB 1* zumindest tendenziell stärker geschlechter-pluralistisch berichtet als etwa die österreichische Qualitäts-Tagespresse oder *ATV-aktuell*.

6. Die geographische Pluralität

Die dargestellten Ereignisräume in der Nachrichten-Berichterstattung sind ein weiterer Pluralitäts-Indikator auf der Ebene der Regionen,

Abbildung 2: Die geographische Pluralität in den Nachrichten, 2. Halbjahr 2003 (in Prozent der geographischen Bezüge, n=718)



Anmerkung: Die kumulierte Analyse der *Presse* und des *Standards* bezieht sich ausschließlich auf Titelseiten-Beiträge. Mehrfachzuteilung der Ereignisräume (maximal zwei pro Beitrag).

über die berichtet wird. Je stärker die regionale Verteilung der medial vermittelten Nachrichten-Welt, desto höher ist die geographische Pluralität zu beurteilen. Die Berichterstattung von *ATV-aktuell* ist dabei weniger Österreich-zentriert und präsentiert sich etwas stärker ausdifferenziert, was die geographische Pluralität betrifft. In der *ZiB 1* wird etwa Europa mehr Publizität eingeräumt als vergleichsweise auf den Titelseiten von *Standard* und *Presse*.⁶

Insgesamt ergibt sich eine deutlich homogene geographische Nachrichtenstruktur der Qualitätszeitungs-Titelseiten und der *ZiB 1* im Untersuchungszeitraum vor dem Hintergrund derselben Ereignis-Struktur und Nachrichtenlage. Für alle untersuchten Medien ergibt sich eine sehr eingeschränkte Pluralität in Bezug auf die geographische Nachrichtenstruktur. Es dominiert der Österreich-Bezug. *ATV-aktuell* stellt grundsätzlich Elite-Nationen (vgl. dazu Schulz 1997, 70) – etwa die USA – stärker ins mediale Rampenlicht. Die *ZiB 1* als auch *ATV-aktuell* zeigen sich zudem als stärker Europa-orientierte Plattformen, während die Qualitäts-

zeitungen im selben Zeitraum Asien etwas mehr publizistische Aufmerksamkeit auf der ersten Seite widmen.

Zusammenfassend kann auf dieser Analyse-Ebene resümiert werden, dass sich nur eine sehr eingeschränkte geographische Pluralität in der österreichischen Nachrichtenberichterstattung erkennen lässt, wobei die Struktur der *Zeit im Bild 1* am stärksten jener der Qualitätszeitungen entspricht. Länder und Regionen der südlichen Hemisphäre (dies gilt auch für Asien) finden sich nur marginal auf den Titelseiten bzw. in den Abendnachrichten. Die geographische Struktur erweist sich als stark „elitenationen“- bzw. krisen-zentriert (im Falle Asiens – Krisengebiete des Nahen und Mittleren Ostens), während über Europa vor allem in den audiovisuellen Medien berichtet wird. Im direkten Vergleich mit den deutschen TV-Nachrichten im Jahr 2005 wird deutlich, dass die Verteilung der Regionen sowie die nationale Zentrierung in der *ZiB 1* weitgehend dem Durchschnitt in der deutschen TV-Berichterstattung entspricht (vgl. dazu Krüger 2006, 60).

Tabelle 3: Themenlandschaft der österreichischen TV-Abendnachrichten, 2. Halbjahr 2005
(in Prozent der Sendungsbeiträge-Vollerhebung, N=4.571)

Themenkomplex	Zeit im Bild 1	ATV-aktuell
Innenpolitik	22	16
Internationale Politik	16	7
EU-Politik	7	4
Außenpolitik	5	2
Kultur	14	0,2
Wirtschaft	10	3
Naturkatastrophen	7	9
Chronikales (Unfälle etc.)	4	17
Lifestyle – Society	4	7,5
Kriminelles	3	13
Sport	3	13
Wissenschaft/Wissen	2	1
Medizin – Gesundheit	2	5
Tiere	0,1	2

Quelle: Lengauer / MediaWatch-Institut.

7. Die thematische Pluralität

Nicht nur die quantitativ-orientierte AkteurInnen-Landschaft gibt Auskunft über die Pluralität der Berichterstattung, sondern vor allem die inhaltlich orientierte Themenlandschaft des Nachrichtenangebotes.⁷ Für die Berichterstattung im 2. Halbjahr 2003 kann in diesem Kontext festgestellt werden, dass die ORF-Medien in ähnlichem Ausmaß auf so genannte „hard news“ (Politik, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft – 77 Prozent der Beiträge) fokussieren, wie es auf den Titelseiten der überregionalen Qualitätspresse (82 Prozent) der Fall ist (vgl. dazu Daten zu Print- und Rundfunk-Medien insgesamt in Lengauer et al. 2004, 184ff.). Lediglich in Bezug auf die Quantität der innenpolitischen Berichterstattung ergibt sich eine nennenswerte Divergenz: So wird auf den *Standard*- und *Presse*-Titelseiten im gleichen Zeitraum häufiger über Innenpolitisches (41 Prozent) berichtet, als es in den ORF-Nachrichten (32 Prozent) der Fall ist. Fasst man die Bereiche Sport, Kriminelles, Gesundheit, Unfälle/Katastrophen und Society/Lifestyle und Tiere

demgegenüber als „soft news“ (Patterson 2000) zusammen, erkennt man, dass die Qualitätszeitungen auf ihren Titelseiten anteilig etwas mehr über diese Bereiche berichten als die ORF-Medien (16 zu 10 Prozent).

Deutlicher sind die thematischen Differenzierungen, wenn man die Themenstruktur der *ZiB 1* direkt mit jener von *ATV-aktuell* im 2. Halbjahr 2005 vor dem Hintergrund gleicher Ereignis- und Nachrichtenlagen vergleicht. So beträgt der politische Anteil (Innen- und Außenpolitik, EU-Politik sowie internationale Politik) in der *ZiB 1* 50 Prozent der Beiträge, während dieser Anteil in *ATV-aktuell* bei nur 29 Prozent liegt.

Die Berichterstattung der *ZiB 1* ist somit von „hard news“ (Patterson 2000, 2ff.) geprägt. „Soft news“ wie Sport, Lifestyle oder „human interest stories“ (z. B. Ratgeber-Stories zur Gesundheit) spielen eine untergeordnete Rolle. Das *agenda-setting* in *ATV-aktuell* unterscheidet sich davon signifikant. Dort ist Chronikales (17 Prozent) sogar das umfangreichste Berichterstattungselement und überflügelt die Innenpolitik (16 Prozent), gefolgt von Sport und Kriminellem mit

Tabelle 4: Themenlandschaft von TV-Nachrichten im internationalen Vergleich
(in Prozent der Sendungsbeiträge [USA, AUT] bzw. der Sendezeit [BRD])

Themenkomplex	Zeit im Bild 1 2. HJ 2003	US-Network News 2003	Zeit im Bild 1 2. HJ 2005	ARD-Tagesschau 2005
Politik	65	44	50	59,3
Wirtschaft	3	12	10	
Kultur	15	n.a.	14	9,1
Wissenschaft/Wissen	1	2	2	
Unfälle/Katastrophen	7	10	11	4,8
Kriminelles	2	6	3	0,5
Adabei/Society	0	2	2,5	1
Lifestyle	0,3	6	1,5	0,4
Medizin/Gesundheit*	2	12	2	n.a.
Sport	0,3	n.a.	3	9,4
Tiere	0	n.a.	0,1	0,1

Anmerkung: * USA-Daten zu Medizin/Gesundheit stammen aus dem Jahr 1997.

Quellen: Österreich-Daten: Lengauer/MediaWatch-Institut. USA-Daten: Committee of Concerned Journalists (2004). Deutschland-Daten: Krüger/Zapf-Schramm (2006, 219); Eigene Zusammenfassung.

je 13 Prozent. Im relativen Vergleich zur *ZiB 1* berichtet *ATV-aktuell* etwa über internationale Politik, EU-Politik oder Außenpolitik anteilig nur halb so intensiv.

Es kann auf dieser Ebene somit resümiert werden, dass beide Sendungstypen durchaus von einer hohen Themenpluralität im Sinne eines breiten Themen-Mix gekennzeichnet sind, wobei die *ZiB 1* jedoch deutlich stärker auf „hard news“ fokussiert, während *ATV-aktuell* vor allem „soft news“ in den Mittelpunkt ihrer Berichterstattung stellt. Während die *Zeit im Bild 1*-Struktur stärker den öffentlich-rechtlichen Angeboten der deutschen *ARD-Tagesschau* entspricht, gleicht die *ATV*-Struktur auffallend jener, die für den deutschen privaten Marktführer im Info-Bereich (*RTL-aktuell*) festgestellt werden kann (vgl. dazu Bretschneider/Hawlik 2001, 53; Krüger 2006, 52ff.). Somit scheint sich zum einen eine homogene privat-kommerzielle Nachrichtenlogik in Bezug auf die Thematisierung herauszubilden und sich zum anderen eine davon unterscheidbare öffentlich-rechtliche Themen-Matrix in dualen Systemen herauszukristallisieren, die zwar tendenziell rückläufig – trotz allem aber weiterhin – „hard news“ in den Mittelpunkt stellt (siehe dazu auch Ruhrmann et al. 2003).

Im Juni 2004 wurde die *ZiB 1* einem optischen und inhaltlichen Relaunch unterzogen. Wie sich die Berichterstattungsstruktur abseits der Kolorierung von Studio und Graphiken seit dem Relaunch inhaltlich verändert hat, kann man unter anderem am folgenden Vergleich der Berichterstattung der *ZiB 1* im 2. Halbjahr 2003 und im 2. Halbjahr 2005 erkennen.

Im Jahr 2005 dominieren in der *ZiB 1* zwar noch immer deutlich die „hard news“, jedoch ist der Anteil von „soft news“ ansteigend, vor allem auf Kosten der politischen Information. Ebenso hat sich die Wirtschaftsberichterstattung mehr als verdreifacht. Angestiegen ist – gemäß dem Relaunch – auch die Sport- und die Lifestyle & Society-Berichterstattung, auch wenn deren Anteile insgesamt noch immer gering sind. Auch in den deutschen öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen ist über das letzte Jahrzehnt ein allgemeiner Rückgang des politischen Anteils bei gleichzeitiger Zunahme un-

politischer Inhalte und „soft news“ erkennbar (vgl. dazu Ruhrmann et al. 2003, 70).

Damit gleicht sich die *Zeit im Bild 1*-Struktur im Zeitverlauf weitgehend dem Themenspektrum an, das auch die öffentlich-rechtlichen Hauptnachrichten-Sendungen in Deutschland vermitteln (vgl. dazu Bretschneider/Hawlik 2001, 53). Die *ARD-Tagesschau* berichtet im Jahr 2005 anteilmäßig gleich viel über Politik und Wirtschaft wie die *ZiB 1*, jedoch mehr über Sport und dafür weniger über Kultur, Katastrophen und Kriminelles (Krüger/Zapf-Schramm 2006, 203). Dabei erklärte sich der Unterschied bei der Katastrophen-Berichterstattung zum Großteil durch die Hochwasser-Situation in Österreich im August 2005.

Ein direkter Abgleich mit den *US-Network News* (TV-Abendnachrichten von *ABC*, *NBC* und *CBS*) im Jahre 2003 zeigt, dass sich die Berichterstattungsstruktur der *Zeit im Bild 1* seit 2003 dabei deutlich dem amerikanischen Muster annähert. Praktisch in allen vergleichbaren Kategorien kam es in den letzten zwei Jahren zu einer deutlichen Annäherung an die *US*-Struktur: weniger Politik, mehr Wirtschaft und „soft news“. Somit erhöht sich die thematische Pluralität der *ZiB 1* im Sinne der Unterhaltungsorientierung, dies geht jedoch auf Kosten der politischen und somit demokratiepolitisch-relevanten Berichterstattung. Dieser Befund unterstreicht die These, dass sich auch öffentlich-rechtliche Nachrichtenanbieter verstärkt an kommerziellen Nachrichtenwerten und Prämissen orientieren, um im direkten Wettbewerb um Anzeigen und Publikum bestehen zu können. Hier steht die allgemeine Themenpluralität in einem direkt diametralen Verhältnis zum Anteil des demokratie-politischen und staatsbürgerlichen Diskurses.

8. Die Europäisierung der medialen Öffentlichkeit

Im ORF-Gesetz des Jahres 2001 wird im Programmauftrag explizit auf die „Förderung des Verständnisses für die europäische Integration“ hingewiesen. Daher wird die Herstellung einer „Europäischen Öffentlichkeit“ als weite-

rer Analyse-Parameter herangezogen. Vergleicht man dazu die Anteile der Europa-Politik in den Berichterstattungsstrukturen der österreichischen Medien, ergibt sich folgendes Bild: In der *ZiB1* liegt der Europa-Anteil seit 2003 konstant bei durchschnittlich circa 7 Prozent der gesamten Sendungsbeiträge. Auf *ATV* liegt dieser Anteil im 2. Halbjahr 2005 bei 4 Prozent. Diese Divergenz zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Angebot bestätigt sich auch im internationalen Vergleich etwa in den deutschen TV-Nachrichten für das Jahr 2005. Während die *ARD-Tagesschau* 4 Prozent ihrer Sendezeit für Europa-Politik zur Verfügung stellt, ist dies im privaten Marktführer *RTL-aktuell* nur in einem Prozent der Berichterstattung der Fall (Krüger 2006, 61). Peter (2004) führte eine Inhaltsanalyse von TV-Hauptnachrichten in fünf EU-Ländern im Jahr 2000 durch und bestätigt einen durchschnittlichen Anteil von vier Prozent der TV-Berichterstattung zur Europa-Politik auf internationaler Ebene. Diese Vergleichsdaten bestätigen zum einen den Unterschied der „Europäisierung der Öffentlichkeit“ in privaten und öffentlich-rechtlichen Nachrichten als auch den Befund, dass die *ZiB 1* im Vergleich zu anderen europäischen TV-Hauptnachrichten-

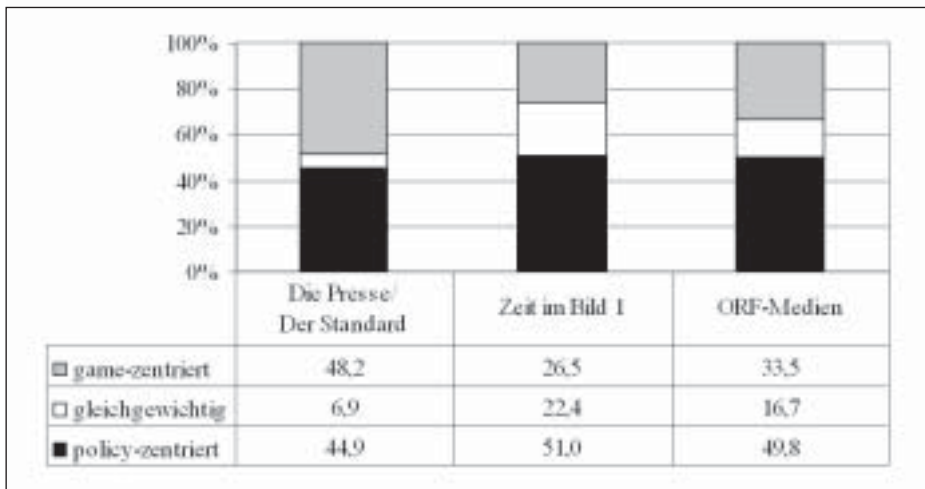
sendungen oder den Titelseiten der österreichischen Qualitätspresse (5,7 Prozent EU-Politik im 2. Halbjahr 2003) eine tendenziell stärkere Europa-orientierte Plattform darstellt.

9. Substanz der politischen Thematisierung

Wendet man sich der qualitativen Nachrichtenstruktur – im Sinne des sachpolitischen und somit staatsbürgerlich-relevanten Diskurses – zu, so kann man analytisch zwischen *policy-centered* und *game-centered reporting* differenzieren (Patterson 1993). Politik-Berichte können inhaltlich daran unterschieden werden, ob sie primär sachpolitische und somit staatsbürgerliche Relevanz vermitteln (*policy-zentriert*) oder Politik vorrangig als Macht- und sportives Wahlkampf-Spiel oder -kalkül ohne sachpolitische Diskurs-Dimension darstellen (*game-zentriert*)⁸. Diese Differenzierung kann als Gradmesser der politischen Diskurs-Tiefe und somit als Indikator der politischen Bildungs- und Informationsqualität herangezogen werden.

Im direkten Vergleich zeigt sich, dass die *ORF-Medien* insgesamt wie auch die *ZiB 1* –

Abbildung 3: *Policy- vs. game-Zentrierung in den österreichischen Nachrichten* (in Prozent der Beiträge mit *policy-/game-Elementen*, 2. Halbjahr 2003, n=2.904)



Quelle: Lengauer/MediaWatch-Institut. Siehe dazu ergänzend Lengauer et al. (2004, 191).

davon extrahiert betrachtet – stärker auf die sachpolitische Dimension des öffentlichen Diskurses eingehen, als es etwa in der politischen Berichterstattung der Qualitätszeitungen der Fall ist, wo die *game*-zentrierte Politikvermittlung insgesamt leicht überwiegt. Im internationalen Kontext zeigt sich, dass in den letzten Jahrzehnten der *game*-Anteil des politischen Diskurses nicht nur in heißen Wahlkampf-Phasen die sachpolitischen Debatten überlagert, sondern dies auch in der Routine-Berichterstattung – etwa in den USA oder auch Deutschland – zunehmend erkennbar wird (vgl. dazu Genz et al. 2001; Lawrence 2000; Patterson 1993, 2000). Somit kann die *ORF*-Politik-Berichterstattung auf dieser qualitativ-inhaltlichen Ebene im nationalen als auch internationalen Vergleich als verhältnismäßig substantiell und sachorientiert beurteilt werden.

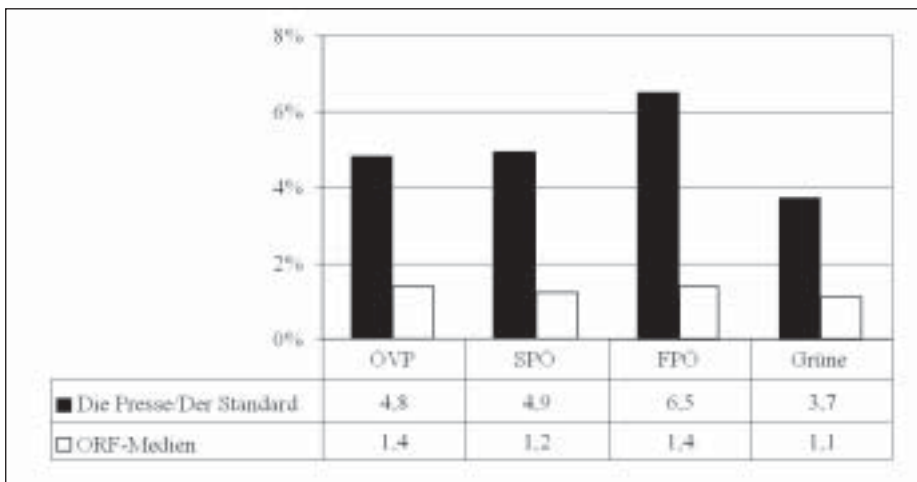
10. Bewertungen zu politischen AkteurInnen in der Berichterstattung

Der journalistisch-professionelle Standard der Politik-Berichterstattung kann etwa am Grad der Wertungshäufigkeit zu politischen AkteurInnen gemessen werden. In diesem Zusammen-

hang kann etwa analysiert werden, welcher Anteil von Nachrichtenbeiträgen Wertungen zu politischen Parteien transportiert. Dabei werden im Vergleich zwischen *Presse/Standard* und *ORF*-Medien nur Nachrichtenbeiträge (keine Meinungsbeiträge wie Kommentare, Analysen oder Interviews) in die Analyse einbezogen, da als journalistischer Professionalitäts-Imperativ nur bei den Nachrichtenbeiträgen per se davon ausgegangen werden kann, dass diese möglichst keine Werturteile transportieren sollten.

Die Wertungsdichte zu Parteien in den österreichischen Nachrichtenbeiträgen ist generell als niedrig und somit durchaus journalistisch-professionell einzustufen. Mehr als neun von zehn Nachrichtenbeiträgen transportieren keine Wertungen zu den untersuchten Parlaments-Parteien. Durchschnittlich wird zumindest eine der vier Parteien in fünf Prozent der Nachrichtenbeiträge in den Tageszeitungen *Presse* und *Standard* bewertet (positiv, negativ oder gleichgewichtig), während dies in den *ORF*-Medien durchschnittlich nur bei 1,3 Prozent der Nachrichtenbeiträge im selben Untersuchungszeitraum der Fall ist.⁹ Explizite und implizite Wertungen zu Parteien finden sich somit in den *ORF*-Medien sowohl signifikant weniger häufig als auch in einem partei-unab-

Abbildung 4: Wertungsdichte zu Parlaments-Parteien in Nachrichtenbeiträgen (in Prozent, n=2.555 Beiträge mit Partei-Nennungen, 2. Halbjahr 2003)



Quelle: Lengauer/MediaWatch-Institut.

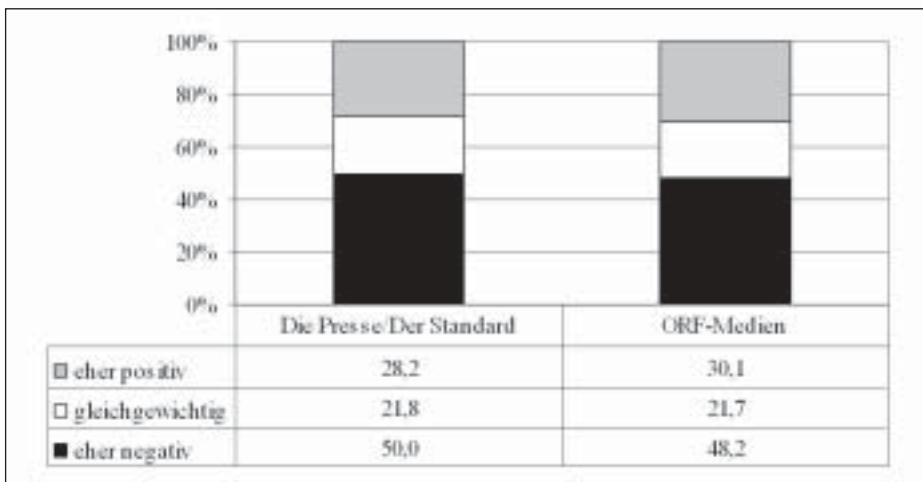
hängigen Ausmaß. Der Grundsatz der Wertungsfreiheit scheint somit in den *ORF*-Medien noch stärker verwirklicht als etwa in der Berichterstattung von *Presse* und *Standard*.

Gesellschaftspolitisch verantwortungsvoller Journalismus findet im Spannungsfeld zwischen kritischer Kontrollfunktion auf der einen und konstruktiv-kooperativer Berichterstattung auf der anderen Seite statt. Bei öffentlich-rechtlichen Nachrichtenangeboten kommt der Aspekt staatlicher Nähe bzw. Regierungsnähe als problematischer Faktor hinzu. Der öffentlich-rechtliche Journalismus muss sich somit zwischen den jeweiligen Erwartungshaltungen „watchdog“ (Wachhund) und „lapdog“ (Schoßhund) bewegen und positionieren. Die Wertungsbilanz gibt als Parameter zumindest eingeschränkten Aufschluss über die publizistische und perspektivische Ausgewogenheit und Äquidistanz in der medialen Darstellung zu einzelnen politischen AkteurInnen bzw. AkteurInnengruppen.

Die Analyse zeigt, dass im 2. Halbjahr 2003 die österreichischen politischen Eliten überwiegend negativ durch die Medien vermittelt werden. Dabei gleichen sich die Darstellungen von *Presse/Standard* und *ORF*-Medien auffallend, was das Niveau dieser negativen Wertungsbilanz betrifft. Etwa jede zweite Wertung zu

politischen Eliten ist negativ. Demgegenüber reflektieren nur knapp drei von zehn Beiträgen in *Presse/Standard* und den *ORF*-Nachrichten positiv über dieselben politischen AkteurInnen. Diese überwiegend negativen Beurteilungen treffen auf alle untersuchten politischen AkteurInnen mit Ausnahme der Grünen und Van der Bellen zu. Diese werden im Untersuchungszeitraum sowohl von *Presse/Standard* als auch von den *ORF*-Medien häufiger positiv als negativ vermittelt, was unmittelbar mit deren Abschneiden bei den Landtagswahlen in Tirol und Oberösterreich zusammenhängt, die am 28. September 2003 stattfanden. Dies muss allerdings als kommunikativer Sonderfall kategorisiert werden und hängt weniger mit journalistischer Intention zusammen als mit den unmittelbaren historischen Wahlerfolgen in Tirol und der Regierungsbeteiligung in Oberösterreich. Diese Daten reflektieren somit sowohl in der Berichterstattung der Tageszeitungen *Presse* und *Standard* als auch in den *ORF*-Medien eine Art politische Äquidistanz zu den politischen Eliten, die weitgehend akteurInnen-unabhängig ist, jedoch im Wertungs-Koordinatensystem (zwischen negativ-konfrontativ und positiv-kooperativ) insgesamt leicht in die negativ-konfrontative Hälfte verschoben ist. Die journalis-

Abbildung 5: **Das Wertungsspektrum zu politischen Akteuren in den Nachrichten** (in Prozent der Beiträge mit Wertungen zu Parlaments-Parteien und deren Vorsitzenden, n=254, 2. Halbjahr 2003)



Quelle: Lengauer/MediaWatch-Institut. Siehe dazu ergänzend Lengauer et al. 2004, 178ff.

tisch skeptische Distanz zu den politischen Eliten hat sowohl in den untersuchten Printmedien als auch in den *ORF*-Medien über Parteigrenzen hinaus Gültigkeit.

Dass es in der Darstellungslogik bezogen auf die Bewertung politischer SpitzenrepräsentantInnen zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Nachrichten übergreifende Konvergenzen und offenbar eine übergeordnete Logik gibt, zeigt auch Brettschneider (2002, 266) für das deutsche Fernsehen. Von 2000 bis 2002 wurde Gerd Schröder in allen untersuchten öffentlich-rechtlichen als auch privaten TV-Hauptnachrichtensendungen überwiegend negativ vermittelt, während etwa Angela Merkel überwiegend positiv dargestellt wurde.

Private Stationen berichten zwar tendenziell exponierter und emotionaler, die Grundtendenzen und Wertungsrichtungen sind bei privaten und öffentlich-rechtlichen Nachrichten jedoch weitgehend übereinstimmend. Hier scheint sich eine inter-mediale Darstellungslogik zu manifestieren, die sich weniger an formalen und starren Neutralitätsgeboten, sondern vielmehr am faktischen Nachrichtenangebot und der tagesaktuellen Ereignislage orientiert.

Starke journalistische Konfrontativität ist dabei kein außergewöhnlicher Befund, sondern er reiht sich nahtlos in internationale Forschungsergebnisse etwa aus den USA oder Deutschland ein. Zahlreiche Analysen belegen, dass Politik-Beurteilungen in den letzten Jahren und Jahrzehnten journalistisch vermehrt negativ transportiert werden (z. B. Jamieson 1992; Kepplinger 1998; Patterson 2000; Wilke/Reinemann 2000). Somit ist die tendenzielle Konfrontativität in der Politik-Vermittlung auch kein auf privat-kommerzielle Nachrichtenanbieter konzentriertes Phänomen, sondern reflektiert sich auch in der öffentlich-rechtlichen Berichterstattung.

11. Fazit

Die Berichterstattung der *ORF*-Medien bewegt sich insgesamt im Rahmen des national und international etablierten, qualitätsorientierten Nachrichtenjournalismus und

gleichet über weite Strecken dem Angebot des deutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehens, zumindest was die verglichenen Hauptnachrichtensendungen betrifft. Es lässt sich eine dynamische Entwicklung einer transnationalen Nachrichtenlogik erkennen, die auch die öffentlich-rechtliche Berichterstattung in wesentlichen Dimensionen prägend beeinflusst. Durch Internationalisierungs- und Dynamisierungs-Phänomene verstärken sich ökonomischer wie auch journalistischer Wettbewerb, wovon auch öffentlich-rechtliche Nachrichtenanbieter in ihrer Selektions- und Darstellungslogik betroffen sind und sich davon nicht grundsätzlich abkoppeln können. Folglich setzt sich zumindest teilweise eine medien(politik)übergreifende Nachrichtenlogik und eine graduelle – aber keinesfalls vollständige – Konvergenz-Tendenz (Donsbach/Dupre 1994; Schatz et al. 1989) durch. So ist eine tendenzielle De-Thematisierung politischer Inhalte in den Nachrichtensendungen erkennbar (Ruhrmann et al. 2003). Die quantitätsbezogene Pluralität der Nachrichtenberichterstattung ist ebenso medienübergreifend relativ schwach ausgeprägt (etwa AkteurInnen-Zentrierung, Regierungsbonus, Nachrichten-geographie). Dies muss ebenfalls als transnationales Phänomen gesehen werden, das nicht nur auf die österreichische Berichterstattung, sondern in ähnlichem Maße etwa auch für die deutsche öffentlich-rechtliche Berichterstattung zutrifft.

Auf der anderen Seite bleiben weiterhin signifikante Berichterstattungs-Differenzierungen zwischen privatem und öffentlich-rechtlichem Angebot sichtbar. So zeigt sich etwa in der *ORF*-Berichterstattung insgesamt und in der *ZiB 1* im Besonderen eine im Vergleich zu Qualitätszeitungen und *ATV* stärkere demokratie-politische und europapolitische Diskurs-Ausrichtung und -Tiefe. Daneben erweist sich die politische Berichterstattung in den *ORF*-Medien in Bezug auf die geprüften professionellen Imperative der Ausgewogenheit und Unabhängigkeit als tendenziell weniger exponiert, ausgeglichener und zumindest ähnlich äquidistant (wenn auch tendenziell konfrontativ) wie die Berichterstattung in der Qualitätspresse. In diesem Zusammenhang scheint der gesetzliche Programmauftrag

einen breiteren demokratiepolitischen Diskurs und professionelle Standards zu ermöglichen bzw. zu sichern, während sein fördernder Einfluss auf die untersuchten Pluralitätsindikatoren nur eingeschränkt (z. B. in der Gender-Pluralität) erkennbar wird.

Für die zukünftige Positionierung bzw. die Relevanz-Beurteilung des öffentlich-rechtlichen Status lassen sich folgende Ableitungen treffen. Demokratie-politische Relevanz und Information sind nicht nur Werte, die der gesetzliche Programmauftrag normativ vorschreibt, sondern die auch die MediennutzerInnen selbst für durchaus erstrebens- und erhaltenswert erachten. So zeigt sich für Deutschland, dass die mediale Informationsnutzung gegenüber anderen Medieninhalten in den letzten Jahren sogar zugenommen hat (Gerhards/Klingler 2005). Für Österreich bestätigen Plasser und Ulram (2004), dass auch das österreichische Medienpublikum im Vergleich zu anderen Themen durchaus eingehend politisch informiert werden will. MedienrezipientInnen sind somit durchaus an „hard news“ interessiert. „... dass genuin politische Berichterstattung am Markt der öffentlichen Aufmerksamkeit nicht mehr kompetitiv sei, wäre eine folgenreiche Unterschätzung der Erwartung des Publikums an die tagesaktuelle Berichterstattung“ (Plasser/Ulram 2004, 71). Hinzu kommt, dass sich im Lichte des etablierten dualen Systems in Deutschland das Publikum vor allem bei den öffentlich-rechtlichen Sendern informiert, während es sich von den Privaten primär unterhalten lässt (Zubayr/Gerhard 2005). Diese Nutzendifferenzierung und -orientierung hat in der deutschen Bevölkerung in den letzten Jahren ebenfalls zugenommen (vgl. dazu Ridder/Engel 2005; Zubayr/Geese 2005). Dementsprechend kommt hinzu, dass öffentlich-rechtliche Sender in der Image-Beurteilung für anspruchsvolles, glaubwürdiges Programm stehen, während Private vorrangig mit unterhaltendem und emotionalem Programm identifiziert werden (siehe dazu Bretschneider/Hawlik 2001; ORF-Medienforschung 2006; Zubayr/Geese 2005). Die Kompetenz-Zuschreibung liegt bei den Öffentlich-Rechtlichen somit deutlich bei der Information und bei den Privaten bei der Unterhaltung.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass dem informations-orientierten Kanal *ORF 2* zum Beispiel nicht nur ein besseres Image in der Bevölkerung attestiert wird, sondern er in Summe auch größere Reichweiten als der stärker auf Unterhaltung fokussierende Kanal *ORF 1* erreicht (Gallup, März 2006; ORF-Medienforschung 2006). Für Deutschland zeigt sich auf empirischer Basis für die öffentlich-rechtliche Nachrichtensendung *ZDF-heute*, dass die Annäherung an private Nachrichtenstrukturen offenbar weder die Reichweite noch das Image langfristig fördert (siehe dazu Zubayr/Geese 2005).

Eine wesentliche Unterscheidung zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern ist neben dem gesetzlichen und gesellschaftlichen Auftrag die damit gekoppelte Legitimation gegenüber der Gesellschaft. Gerade diese sollte nicht ausschließlich in Marktanteilen und Reichweiten evaluiert werden, sondern vor allem an Kompetenz-, Image-, Nutzungs- sowie politischen bzw. publizistischen Pluralitäts-Beurteilungen. Direkte Konkurrenz um Unterhaltungskompetenz mit den Privaten macht offenbar weder aus ökonomischer noch aus strategischer Sicht langfristig Sinn. Die vorrangige Positionierung mit einem meritokratischen Kulturgut scheint dem öffentlich-rechtlichen Status verträglicher als die Positionierung mit kommodifizierten Konsumgütern. Dabei scheint die Abgrenzung von Inhalt und Kompetenz der privaten Rundfunkanbieter und folglich die Stärkung des Informationsangebots als zielführende Strategie, die Differenzierung, Unverwechselbarkeit und gleichzeitig Legitimation sichert.

Selbstkommerzialisierung scheint aufgrund der präsentierten empirischen Erfahrungswerte eine Legitimationsfalle und somit eher eine Strategie der Selbstkannibalisierung darzustellen als eine nachhaltige Überlebensstrategie für öffentlich-rechtliche Anbieter. Dabei geht es nicht um eine ausschließende Entscheidung zwischen Information und Unterhaltung, sondern um ein ausgewogenes und verträgliches Verhältnis, sowohl was das Angebot als auch die Ressourcen-Bindung betrifft. Außerdem können Informationssendungen genauso niveaulos sein wie Unterhaltungsangebote kreativ, innovativ und niveauvoll.

Abgrenzung vom privat-kommerziellen Angebot unterstützt dabei nicht nur die gesellschaftliche, sondern auch die politische Legitimation. Die EU-Kommission beurteilt Rundfunkgebühren grundsätzlich als Wettbewerbsverzerrung, wenn sie nicht mit „besonderen Dienstleistungen“ zu rechtfertigen sind. Unverwechselbarkeit und folglich das Anbieten eines Dienstleistungs-Unikats, das nur öffentlich-rechtliche Anbieter leisten können bzw. wollen, ist somit gleichzeitig Legitimationsbasis für das Sichern der finanziellen Basis. Eine unverwechselbare öffentlich-rechtliche Signatur auf Basis von Pluralität, Seriosität, Ausgewogenheit oder innovativer Kreativität kann dazu die Grundlage bilden.

ANMERKUNGEN

- 1 Die folgenden Ausführungen sind vom Autor vorgenommene und synoptisch-bearbeitete Zusammenfassungen und Auszüge aus dem ORF-Gesetz. Gesetzestext online unter: www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Rundfunk_Rundfunkrecht_Gesetze_RFGesetze_ORF-G.
- 2 Zu den ORF-Nachrichten (im Beitrag auch als ORF-Medien bezeichnet) zählen in dieser Untersuchung die reichweitenstärksten und überregionalen TV- und Radio-Informationsformate: *Zeit im Bild 1*, *Zeit im Bild 2*, *Ö1-Morgenjournal*, *Ö1-Mittagsjournal* und *Ö3-Mittagsjournal*.
- 3 Obwohl der Abgleich mit Printmedien (kein gesetzliches Objektivitätsgebot) zwangsläufig nur eingeschränkt vergleichbare empirische Befunde ergeben kann, liefert er empirische Anhalts- und Orientierungspunkte sowie eine Bestandsaufnahme zur österreichischen medialen Öffentlichkeit und bildet vor allem einen journalistischen Kontextrahmen zur komparativen Einordnung auf Basis derselben Nachrichtenlage. Zum Vergleich wurden die im Untersuchungszeitraum reichweitenstärksten, tagesaktuellen und überregionalen Qualitätszeitungen *Die Presse* und *Der Standard* ausgewählt. Sie sind per Eigendefinition stärker dem normativen Qualitäts- und Pluralitätspostulat verpflichtet als andere österreichische Printmedien (z. B. *Neue Kronen Zeitung*) und erscheinen im selben publizistischen Tages-Rhythmus wie die untersuchten ORF-Nachrichtensendungen.
- 4 Für die systematischen Stichproben für das 2. Halbjahr 2003 und das 2. Halbjahr 2005 wurde jeweils ein künstliches Monat in derselben systematischen Zusammensetzung gebildet. Das Sample 1 (2. Halbjahr 2003) umfasst die Qualitätszeitungen *Die Presse* und *Der Standard* sowie die Hörfunksendungen *Ö1-Morgenjournal*, *Ö1-Mittagsjournal*, *Ö3-Mittagsjournal*; die TV-Hauptnachrichtensendungen *Zeit im Bild 1*, *Zeit im Bild 2* und die privat-kommerzielle Abendnachrichten-Sendung *ATV-plus-aktuell* – insgesamt 3.214 Sendungs- und Printbeiträge. Das Sample 2 (2. Halbjahr 2005) umfasst die *Zeit im Bild 1* und *ATV-aktuell* – in Summe 712 Sendungsbeiträge. An einem Subsample von zwei Prozent des gesamten Untersuchungssamples (80 zufällig ausgewählte Beiträge) wurden ein Intercoder-Reliabilitätstest (vier CodiererInnen) und ein Validitätstest (Übereinstimmung zwischen CodiererInnen und Forscher/Autor) durchgeführt. Kumuliert für alle untersuchten Variablen (nominal-skalierte, ordinal-skalierte und ratio-skalierte) ergeben sich insgesamt ein durchschnittlicher Reliabilitätswert von 0.882 und ein Validitäts-Koeffizient von 0.935.
- 5 Dabei handelt es sich um Parteien- und Sozialpartner-VertreterInnen. Es ist anzumerken, dass es sich hierbei um einen rein quantitativen Indikator der Pluralität handelt, der nichts über die Qualität der Medien-Präsenz aussagen kann. Von politischer Seite kann Nicht-Präsenz – bei kritisch-konfrontativen Themenlagen – ebenso als strategisches Kommunikationsziel gelten. Zudem hängt die Präsenz von politischen AkteurInnen nicht ausschließlich von unreflektierten journalistischen Selektionsentscheidungen per se ab, sondern ist stark mit dem Nachrichten- und Neuigkeits-Angebot von politischer Seite selbst verknüpft.
- 6 Für diese komparative Analyse wurden ausschließlich die Titelseiten von *Presse* und *Standard* für denselben Untersuchungszeitraum im 2. Halbjahr 2003 herangezogen, da so die analytische Vergleichbarkeit mit TV-Abendnachrichten besser (wenn auch eingeschränkt) hergestellt werden kann, als wenn die gesamte und weit umfangreichere Berichterstattung (inklusive Feuilleton- oder Reportagen-Strecken) einer Tageszeitung der *Zeit im Bild 1* gegenübergestellt wird.
- 7 Für diese Analyse wurden jeweils sämtliche Sendungsbeiträge herangezogen.
- 8 Für jeden Beitrag mussten die CodiererInnen auf einer dreistufigen Likert-Skala abstimmen und entscheiden, welcher Aspekt überwiegt bzw. ob beide Perspektiven gleichrangig vermittelt werden (basierend auf qualitativen wie auch quantitativen Dimensionen).
- 9 An dieser Stelle wird analytisch unterschieden, welchen Eindruck der gesamte Beitrag zu einer Partei kumuliert vermittelt. Dieser Eindruck kann die Folge von expliziten bzw. impliziten Werturteilen in Wort und/oder Bild (semantischer Kontext) sein. Die CodiererInnen hatten dabei die Möglichkeit auf einer dreistufigen Likert-Skala zwischen „eher positiver Gesamteindruck“, „ambivalent/gleichgewichtig“ und „eher negativer Gesamteindruck“ zu unterscheiden. Waren keine Wertungen erkennbar, wurde „neutral/nicht erkennbar“ codiert.

LITERATURVERZEICHNIS

- Brandstaller*, Trautl (2006). Ein Geschäft, finanziert mit Gebühren, in: *derFreiRaum* (Hg.): *Der Auftrag. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk. Positionen – Perspektiven – Plädoyers*, Wien, 70–74.
- Bretschneider*, Rudolf/Johannes *Hawlik* (2001). *Programm und Auftrag – Zwischen Qualität und Quote*, Wien.
- Bretschneider*, Frank (2002). Kanzlerkandidaten im Fernsehen, in: *Media Perspektiven*, 6, 263–276.
- Committee of Concerned Journalists (2004). *The state of the news media 2004*, Washington. Online unter: www.stateofthenewsmedia.org.
- Committee of Concerned Journalists (2006). *The state of the news media 2006*, Washington. Online unter: www.stateofthenewsmedia.org.
- Cuilenburg*, Jan/Denis *McQuail* (2003). Media policy paradigm shifts, in: *European Journal of Communication*, 18 (2), 181–207.
- Donsbach*, Wolfgang/Danièle *Dupré* (1994). Mehr Vielfalt oder “more of the same” durch mehr Kanäle, in: *Louis Bosshart/Wolfgang Hoffmann-Riem* (Hg.): *Medienlust und Mediennutz*, München, 229–247.
- Genz*, Andreas/Klaus *Schönbach*/Holli A. *Semetko* (2001). „Amerikanisierung“? Politik in den Fernsehnachrichten während der Bundestagswahlkämpfe 1990–1998, in: *Hans-Dieter Klingemann/Max Kaase* (Hg.): *Wahlen und Wähler. Analysen aus Anlass der Bundestagswahl 1998*, Wiesbaden, 401–413.
- Gerhards*, Maria/Walter *Klingler* (2005). Programmangebote und Spartennutzung im Fernsehen, in: *Media Perspektiven*, 11, 558–569.
- Habermas*, Jürgen (2006). Political Communication in media society – Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research, Vortrag auf der ICA-Konferenz, 20.6.2006, Dresden. Online unter: www.icahdq.org/Speech_by_Habermas.pdf.
- Keplinger*, Hans Mathias (1998). *Die Demontage der Politik in der Informationsgesellschaft*, Freiburg.
- Jamieson*, Kathleen Hall (1992). *Dirty politics. Deception, distraction, and democracy*, New York.
- Krüger*, Udo Michael (2006). Fernsehnachrichten bei ARD, ZDF, RTL und SAT.1: Strukturen, Themen und Akteure, in: *Media Perspektiven*, 2, 50–74.
- Krüger*, Udo Michael/Thomas *Zapf-Schramm* (2006). Sparten, Sendungsformen und Inhalte im deutschen Fernsehangebot, in: *Media Perspektiven*, 4, 201–221.
- Kurier (18.5.2006). „Hemmungsloser Einfluss der Politik auf den ORF“, 31.
- Lawrence*, Regina G. (2000). Game-framing the issues. Tracking the strategy frame in public policy news, in: *Political Communication*, 17, 93–114.
- Lengauer*, Günther (2006). Postmoderne Nachrichtenlogik. Redaktionelle Politikvermittlung in medienzentrierten Demokratien, Wiesbaden (im Erscheinen).
- Lengauer*, Günther/Günther *Pallaver/Clemens Pig* (2004). Redaktionelle Politikvermittlung in der Mediendemokratie, in: *Fritz Plasser* (Hg.): *Politische Kommunikation in Österreich*, Wien, 149–236.
- Lucht*, Jens (2006). Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: ein Auslaufmodell?, Wiesbaden.
- McManus*, John H. (1994). *Market-driven journalism. Let the citizen beware?*, Thousand Oaks.
- Meijer*, Irene Costera (2005). Impact of content? Ratings vs. quality in public broadcasting, in: *European Journal of Communication*, 20 (1), 27–53.
- ORF (2005). *Das Geschäftsjahr 2004*. Wien: ORF. Online unter: kundendienst.orf.at/publikationen.
- ORF-Medienforschung (2006). *Teletest*. Online unter: mediaresearch.orf.at.
- Pallaver*, Günther/Clemens *Pig* (2003). Medienzentrierter Wahlkampf. Themen und Kandidaten in der Wahlkampfberichterstattung 2002, in: *Fritz Plasser/Peter A. Ulram* (Hg.): *Wahlverhalten in Bewegung. Analysen zur Nationalratswahl 2002*, Wien, 55–93.
- Patterson*, Thomas E. (2000). *Doing well and doing good. How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy*, Cambridge.
- Patterson*, Thomas E. (1993). *Out of order*, New York.
- Peter*, Jochen (2004). Kaum vorhanden, thematisch homogen und eher negativ – die alltägliche Fernsehberichterstattung über die Europäische Union im internationalen Vergleich, in: *Lutz M. Hagen* (Hg.): *Europäische Union und mediale Öffentlichkeit*, Köln, 146–161.
- Plasser*, Fritz (Hg.) (2004). *Politische Kommunikation in Österreich*, Wien.
- Plasser*, Fritz/Günther *Lengauer/Wolfgang Meixner* (2004). Politischer Journalismus in der Mediendemokratie, in: *Fritz Plasser* (Hg.): *Politische Kommunikation in Österreich*, Wien, 237–308.
- Plasser*, Fritz/Peter A. *Ulram* (2004). Öffentliche Aufmerksamkeit in der Mediendemokratie, in: *Fritz Plasser* (Hg.): *Politische Kommunikation in Österreich*, Wien, 37–99.
- Ridder*, Christa-Maria/Bernhard *Engel* (2005). Massenkommunikation 2005. Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich, in: *Media Perspektiven*, 9, 422–448.
- Ruhrmann*, Georg/Jens *Woelke*/Michaela *Maier*/Nicole *Diehlmann* (2003). Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen, Opladen.
- Schatz*, Heribert/Nikolaus *Immer*/Frank *Marcinkowski* (1989). Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die „Dualisierung“ des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland, in: *Rundfunk und Fernsehen*, 1, 5–25.
- Schatz*, Heribert/Winfried *Schulz* (1992). Qualität von Fernsehprogrammen, in: *Media Perspektiven*, 11, 690–712.
- Scholl*, Armin/Siegfried *Weischenberg* (1998). Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie, Opladen/Wiesbaden.
- Schönbach*, Klaus/Dieter *Stürzebecher*/Beate *Schneider* (1998). German journalists in the early 1990s. East and West, in: *David H. Weaver* (Hg.): *The global*

- journalist. News people around the world, Cresskill/NJ, 213–227.
- SOS ORF (2006). SOS ORF, Wien. Online unter: www.sos-orf.at.
- Wilke, Jürgen/Carsten Reinemann (2000). Kanzlerkandidaten in der Wahlkampfberichterstattung. Eine vergleichende Studie zu den Bundestagswahlen 1949–1998, Köln.
- Zubayr, Camille/Stefan Geese (2005). Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht, in: Media Perspektiven, 4, 152–162.
- Zubayr, Camille/Heinz Gerhard (2005). Tendenzen im Zuschauerverhalten, in: Media Perspektiven, 3, 94–104.

AUTOR

Günther LENGAUER ist Politologe und seit 2004 Leiter der Research-Abteilung von MediaWatch, Institut für Medienanalysen, in Innsbruck. Nach dem Studium der Politikwissenschaft in Innsbruck und Stuttgart arbeitete er als Journalist und ist Absolvent des Redaktionslehrgangs „Magazinjournalismus“ bei Trendprofil in Wien. 2000 bis 2003 Freier wissenschaftlicher Mitarbeiter für das Ludwig Boltzmann Institut für angewandte Politikforschung unter der Leitung von Univ.-Prof. Dr. Fritz Plasser in Wien. 2000 bis 2002 DOC-Stipendiat der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. 2001 bis 2003 Studium im Rahmen eines Fulbright Fellowships an der University of Illinois at Chicago, Degree Candidate (M.A. in Communication). 2003 Research Assistant im Rahmen des PEW Internet & American Life Projects.

Kontakt: MediaWatch GmbH, Innrain 25, A–6020 Innsbruck.

E-mail: guenther.lengauer@apa-mediawatch.at.