

SCHWARZ-BLAUE MEDIENPOLITIK

Andy KALTENBRUNNER

EINLEITUNG

MARKTENTWICKLUNG SEIT 2000: ZEIT DES UMBRUCHS

Medienpolitik ist vieles: Kulturpolitik, Wirtschaftspolitik, täglich gelebte Gesellschaftspolitik. Medienpolitik stand unmittelbar zu Beginn der ersten schwarz-blauen Koalition vor vielen offenen Fragen. Das war vor allem in den nationalen und internationalen Marktentwicklungen begründet.

Am wichtigsten waren dabei:

- die Integration zahlreicher österreichischer, kleinstaatlicher Medienunternehmen, vor allem im Printsektor, zu Teilen internationaler Medienkonzerne;
- der Problem- und Zeitdruck zur Zulassung privater, terrestrischer Radio- und TV-Programme;
- Aufbruch und Ausbau im Telekommunikationsmarkt und die rasche Digitalisierung und der Ausbau des Internets;
- Konvergenz, die auch in Österreich aus Verlagen Multimediahäuser gemacht hat.

Bemerkenswert ist das Tempo der Veränderungen des Medienmarktes: Nach der ersten Einstiegswelle internationaler Medienkonzerne in Österreich ab Ende der achtziger Jahre – vor allem bei Tageszeitungsverlagen – und intensiver Diskussion über ein bevorstehendes Ende des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols wurde das als „Medien-Megamorphose“ beschrieben (Luger/Steinmaurer 1990, 242).

Zögerlichkeit bei medienpolitischer Regulierung wird gleichzeitig immer wieder als österreichisches Spezifikum charakterisiert (Grisold 1996). Exemplarisch lässt sich das an der Rundfunk-Liberalisierung zeigen: Erst ein Übereinkommen zwischen dem Verband österreichischer Zeitungen (VÖZ) und dem ORF über mögliche Rahmenbedingungen und Bestimmungen für den privaten Hörfunk (das sogenannte „Radioprint-Modell“) hatte ab 1987 die davor jahrzehntelang gemächliche Diskussion darüber wieder in Bewegung gebracht. Ab April 1998 – ein Jahr-

zehnt später – konnten de facto mehr als 40 Regional- und Lokalsender ihren Betrieb aufnehmen.

Auch wegen solcher Verzögerungen war Österreichs Medienpolitik in den Jahren vor der Jahrtausendwende gehörig unter Veränderungsdruck geraten. Das Ventil ging nach dem Wechsel von der Großen Koalition zur schwarz-blauen Regierung auf. In ihren Ansätzen zu schnellerer Deregulierung und stärkerer Liberalisierung des elektronischen Marktes waren einander ÖVP und FPÖ inhaltlich näher als es zuvor die Regierungspartner ÖVP und SPÖ gewesen waren. Das Kabinett Schüssel I mit Franz Morak als zuständigem (Medien- und Kultur-)Staatssekretär trieb einige Veränderungen zügig voran.

Im Folgenden wird im ersten Teil die Medienpolitik der schwarz-blau/orangen (2000–2006), im zweiten die der schwarz/türkis-blauen Regierung analysiert.

1 MEDIENPOLITIK UNTER SCHWARZ-BLAU/ORANGE

1.1 DER ORF: NEU GEWANDET, RASCH GEWANDET

Der ORF war zu Beginn von Schwarz-Blau noch eindeutig Leitmedium des Landes, hatte 2005 als TV-Anbieter allein noch einen ebenso hohen Marktanteil wie alle privaten, elektronischen Konkurrenten zusammengerechnet.¹

„Entpolitisierung des ORF“ – das war ein erklärtes Ziel der ORF-Reformen unter schwarz-blauen Vorzeichen. Unter den weisungsfreien Stiftungsräten, entsandt gemäß dem seit 2001 gültigem ORF-Gesetz, finden sich also gemäß einer neuen „Politikerklausel“ keine Mandatare oder angestellten Mitarbeiter von Parteien mehr.

Statt in Parteifraktionen treffen sich die meisten Räte in Folge in sogenannten „Freundeskreisen“. Der Stiftungsrat und einstige ÖVP-Geschäftsführer Kurt Bergmann – er ist da kein Mandatar oder Parteiangestellter mehr – übernahm den ersten „Vorsitz“ der offiziell parteiunabhängigen ÖVP-Freundesrunde. 15 der insgesamt 35 ORF-Stiftungsräte, so die Zurechnungen der Medien, waren 2006 doch eindeutig wieder als ÖVP-Unterstützer verortbar, 5 waren vom BZÖ nominiert, ein Stiftungsrat war FPÖ-Vertreter alten Zuschnitts. 14 weitere Mitglieder hätten mit einem „roten Ticket“ Platz im Stiftungsrat.

In medial und technisch bewegten Zeiten des 21. Jahrhundert wirken derart alte Muster österreichischer Medienpolitik über Jahrzehnte unveränderlich.

¹ Siehe aktuelle TV-Marktdaten im Vergleich zu 2005 im folgenden Kapitel.

Schon im September 1955 hatte die Wiener Tageszeitung *Der Bild-Telegraf* in der Gründungsphase des ORF-Fernsehens festgestellt: „Hauptsorge des Fernsehens ist jetzt: Wie verteilt man die Posten so, dass das Koalitionsgeschäft nicht in Gefahr gerät“ (Bild-Telegraf 1955, zit. n. Ergert 1977, 16).

Als „ein Lehrbeispiel dafür, wie sehr dieser ORF im Zentrum der Machtpolitik steht“, beschreibt der Medienjournalist und Autor Harald Fidler (2004, 201) ein halbes Jahrhundert später den raschen Zugriff der schwarz-blauen Regierung auf die Führung von Österreichs größtem Medienunternehmen. Nur wenige Wochen nach Antritt der neuen ÖVP-FPÖ-Koalitionsregierung im Februar 2000 war das damalige Führungsgremium des ORF („Kuratorium“) bereits personell und damit politisch zugunsten der Regierungsmehrheit umgebaut, „als aus fünf roten und vier schwarzen Regierungskuratoren sechs schwarze und drei blaue wurden“ (Fidler 2004, 201).

Im Juli 2001 wurde ein „Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk (ORF-Gesetz, ORF-G)“ (BGBl. 379/1984 idF BGBl. 83/2001) beschlossen. Dieses Gesetz definierte die öffentlich-rechtliche Anstalt als Stiftung, schuf einen neuen organisatorischen Rahmen und ersetzte das seinerzeitige Kuratorium durch den Stiftungsrat und die operativ weitgehend kompetenzlose „Hörer- und Sehervertretung“ durch den ebenso machtlosen „Publikumsrat“.

Im Dezember 2001 wurde Monika Lindner vom Stiftungsrat mit solider Mehrheit aus ÖVP- und FPÖ-nahen Räten und einigen ÖVP-nahen ORF-Betriebsräten zur ORF-Generaldirektorin gewählt

Von der Opposition wurde der Regierungskoalition vorgeworfen, es ginge ihr bei Gesetzesnovellen und praktischer Umsetzung des ORF-Gesetzes vorrangig um den parteipolitischen Durchgriff auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der personell sichergestellt werden soll. „Schwarzfunk ist das Hauptziel der ÖVP“, lehnte SPÖ-Klubobmann Josef Cap das neue ORF-Gesetz in der Plenardebatte des Nationalrates dazu rundweg ab (XXI. GP, 5. und 6.7.2001, 75. Sitzung): „Mit diesem Gesetz wollen Sie die Beschränkung der Unabhängigkeit und die Beschränkung der journalistischen Freiheit noch mehr erleichtern – noch mehr Einfluss für Sie, noch mehr Westenthaler im Fernsehen, noch mehr Schüssel im Fernsehen.“

Der damalige freiheitliche Klubobmann Peter Westenthaler machte anlässlich der Debatte zum neuen Gesetz 2001 der SPÖ seinerseits Vorhaltungen über deren frühere ORF-Politik als ehemalige (stärkste) Regierungspartei: „Sie haben diesen ORF missbraucht. Sie haben ihn für Ihre parteipolitischen Zwecke verwendet. Doch damit ist ab heute Schluss“ (ebd.).

Damit sollte der freiheitliche Klubchef Recht behalten. Bei Bestellungen für die zentralen Funktionen der Führung des Unternehmens – vor allem im journalis-

tischen Bereich – setzten sich ab 2001 stetig die von der Regierung favorisierten, von ÖVP und FPÖ wohlwollend kommentierten Kandidaten durch.

Als einziger deklariertes Sozialdemokrat war der kaufmännische ORF-Direktor Alexander Wrabetz im Amt geblieben. Die Bestellung der früheren niederösterreichischen Landesintendantin Monika Lindner – mit gutem Verhältnis zu Raiffeisen-Generalanwalt Christian Konrad und Niederösterreichs damaligen Landeshauptmann Erwin Pröll – als Generaldirektorin hatte davor keine Zweifel mehr über die neuen öffentlich-rechtlichen Machtverhältnisse aufkommen lassen.

Am meisten im Rampenlicht stand in Folge der 2002 neu bestellte Chefredakteur der Fernsehinformation Werner Mück, nach Selbstdefinition „bürgerlich – zehn Zentimeter rechts von der Mitte“ (Falter vom 1.5.2002). „Für SPÖ und Grüne gilt Mück als die eiserne Faust der ÖVP“, fasst der Kurier (16.2.2006) vier Jahre danach die Oppositionskritik am Fernsehchefredakteur, der für alle wesentlichen TV-Nachrichtensendungen unmittelbar zuständig war, zusammen. Als koalitionsfähige Morgengabe wurde 2002 parallel die neue Funktion eines „zentralen“ Chefredakteurs des ORF eingerichtet und mit dem Freiheitlichen Walter Seledec besetzt.

Zwar hatten in der Geschichte der Zweiten Republik geänderte Kräfteverhältnisse im Nationalrat und neue Regierungen regelmäßig auch (personellen) Wandel im Rundfunk ausgelöst. Nie zuvor aber in dieser Geschwindigkeit und mit solcher Konsequenz.

Der ORF wurde ab 2000 also beides: neu gewandt und rasch gewendet, unter Generaldirektion von Monika Lindner bis zum Sommer 2006 und mit dem politisch umstrittenen zentralen Chefredakteur als Letztverantwortlichem aller Rundfunk-Informationskanäle Mück.

Die Relevanz der ORF-Berichterstattung, deren Leitfunktion für den politischen Diskurs auch noch nach der Jahrtausendwende, war durch qualifizierte Nutzungserhebungen vielfach dokumentiert (siehe Plasser/Ullram 2004, 36ff.). Im Jahr 2003 etwa antworteten drei Viertel aller Österreicher in einer Fessel-GfK-Repräsentativumfrage auf die Frage, woher sie „in erster Linie ihre Informationen über das politische Geschehen beziehen“, mit: „aus dem Fernsehen“. Und „Fernsehnachrichten“, das war im österreichischen Nachrichtensektor noch praktisch gleich bedeutend mit ORF, der zur Jahrtausendwende eben noch mehr als die Hälfte des Zuschauermarktes für sich in Anspruch nehmen konnte.

1.2 KOMMAUSTRIA: DIE (DE-)REGULIERUNGSBEHÖRDE

Die als medienpolitische Steuerungsmaßnahme bedeutsamste Neuerung dieser Jahre war die Einrichtung der „KommAustria“ im April 2001 als Regulierungsbe-

hörde (KommAustria-Gesetz, BGBl. I 32/2001). Darin wurden in einem konvergenten elektronischen Medienverständnis bestehende Regulierungsbehörden (wie TelekomControlKommission – TKK) und neue Gesellschaften (wie Rundfunk- und Telekom Regulierungs GmbH – RTR) vereint und Kompetenzen zu Lizenzvergaben und Kontrolle in den Bereichen Rundfunk und Telekommunikation konzentriert.

Aber auch die Aufgaben und Kommissionen zur Presse- und Publizistikförderung wurden in der neuen Behörde angesiedelt. Und seit Mitte 2006 ist die KommAustria auch offizielles Aufsichtsorgan der Verwertungsgesellschaften (wie Literar Mechana oder VBK – Verwertungsgesellschaft Bildender Künstler).

Als „grundsätzliches Problem“ wurde mehrfach beschrieben, „dass es nicht gelungen ist, eine unabhängige und somit weisungsfreie Behörde zu schaffen, da auf politischer Ebene keine verfassungsgebende Zweidrittelmehrheit im Parlament erreicht werden konnte“ (Steinmaurer 2002, 62). Diese Weisungsfreiheit wurde der Medienbehörde erst 2010 zugestanden.

1.3 TV PRIVAT: DER MÜHSAME START

Zeitgleich zur bereits beschriebenen großen Änderung des ORF-Gesetzes wurde im Juli 2001 auch ein „Privatfernsehgesetz“ beschlossen (BGBl. 84/2001). Wichtigste Punkte waren die Einrichtung einer bundesweiten, terrestrischen Analogfrequenz für TV-Betrieb sowie die grundsätzliche Zulassung von drei regionalen Sendern („Ballungsraum-TV“) in Wien, Linz und Salzburg. Die erste Lizenz für bundesweit terrestrisch betriebenes Privat-TV wurde im Februar 2002 an die ATV-Privatfernseh GmbH (Sendername: ATV plus) erteilt. An ATV waren damals als größte Einzeleigentümer die BAWAG und der deutsche Film(rechte)händler Herbert Kloiber beteiligt. Die im Gewerkschaftsbesitz befindliche BAWAG erklärte im Frühjahr 2006 auch ihr Interesse an einem Verkauf der Anteile am (defizitären) Privat-TV-Geschäft, die 2007 schließlich von Herbert Kloibers Gesellschaft übernommen wurde.

Eher rudimentär war noch das Angebot der lokalen und Ballungsraumsender in Linz (LT1) und Salzburg (Salzburg TV), während in Wien unter dem Namen Puls TV ab Ende 2004 der genehmigte Ballungsraumsender mehrere Programmstunden täglich bestritt und als Zulieferer für Österreich-Programmfenster deutscher Privatsender, die über Kabel und Satellit empfangbar sind, agierte („Frühstücks-TV“). Es wurde schließlich 2007 unter den Namen Puls 4 von der deutschen, börsennotierten Pro/Sat2Media AG übernommen.

Das private Salzburg TV wurde 2009, erst nach Ende der ersten schwarz-blau/orangen Regierung, zum Sender Servus TV in Eigentümerschaft des Getränkeherstellers Red Bull.

Insgesamt bewegte sich der gesamte private Fernsehmarkt österreichischer Produktion damit aber erst sehr langsam in Richtung zweistelliger Prozentanteile am Gesamtmarkt. Die jahrzehntelange Dominanz des ORF und die starke Präsenz privater und öffentlich-rechtlich deutscher Kanäle seit den achtziger Jahren via Kabel und Satellit machten den Markteintritt schwer.

2006 erteilte die KommAustria die „Zulassung zum Betrieb einer bundesweiten terrestrischen Multiplex-Plattform“ (KOA 4.200/06–002). Diese Infrastruktur ist Voraussetzung für digitalen TV-Betrieb in ganz Österreich. Für Entwicklung, Aufbau und Betrieb wurde diese wesentliche Lizenz zur Fernseh Zukunft an eine „Österreichische Rundfunksender GmbH und CoKG“ (ORS) erteilt. Den Zugang zum neuen, digitalen (Privat-)Fernsehen öffnete damit erneut der öffentlich-rechtliche Sender in Kooperation mit einem weiteren wichtigen Player am Medienmarkt: Die ORS ist eine gemeinsame Tochterfirma von ORF (60%) und Medicur Holding (40%). Die Medicur wiederum ist Tochter der Raiffeisengruppe und hält deren Medienbeteiligungen. Raiffeisen war und ist zugleich einer der größten österreichischen Eigentümer im Printmedienmarkt.

2 HÖRFUNK PRIVAT: MEHR – IN WENIGER HÄNDEN

2001 wurde auch das Regionalradiogesetz neuerlich sehr grundsätzlich reformiert (BGBl. 20/2001). Vor allem wurden vormalige Beteiligungsbeschränkungen aufgehoben (maximal 26 Prozent waren bis dahin als Einzeleigentümer an einem Sender möglich). Auch die Bildung von bundesweiten privaten Senderketten war damit vorbereitet. Das führe vor allem dazu, „dass Printmedieninhaber noch viel stärker und in konzentrierter Form auf das elektronische Medium Radio greifen können“ (Dillenz 2001, 64), wurde von Markt- und Gesetzesexperten als eine logische Konsequenz bei Beschlussfassung des neuen Radiogesetzes vorausgesagt. Der Sendeverbund von Krone Hitradio war schließlich der erste, der 2004 auch offiziell eine solche bundesweite Kette formieren konnte.

Relevant überregional an mehreren Sendern beteiligt („Antenne“) waren auch noch die Styria-Gruppe und die Brüder Wolfgang und Helmuth Fellner, die schon als seinerzeitige News-Gründer (und immer noch Minderheitsbeteiligte) Radio-Lizenzen beantragt und erhalten hatten. Solche Cross-Media-Eigentümerschaft sollte dann auch in der Startphase des neuen Zeitungsprojektes von Wolfgang Fellner („Österreich“) hilfreich sein.

2.1 PRESSE: ZEITUNGSMARKT AM TIEFPUNKT

Das Zeitungssterben konnte durch ökonomische Unterstützung mit staatlicher Presseförderung in Einzelfällen allenfalls verzögert, nicht aber verhindert werden.

Die Zahl der publizistischen Einheiten im Zeitungsmarkt war über Jahrzehnte kontinuierlich zurückgegangen. Ein Höchstmaß der publizistischen und ökonomischen Konzentration war im Printmedienmarkt im Jahr 2001 – auch darstellbar nach international vergleichbaren Indices zur Berechnung publizistischer Vielfalt – erreicht worden (Melischek et al. 2004, 301).

Das Presseförderungsgesetz 2004 (BGBl. I Nr. 136/2003) brachte einige wesentliche Änderungen bei der Unterstützung von Zeitungen und Zeitschriften in Österreich. So wurden die Ansätze zur sogenannten „Vertriebsförderung“ (als Sockelunterstützung für alle Zeitungen) und der „besonderen Förderung“ (für ökonomisch schwächere Titel) modifiziert. Auch Der Standard und Die Presse und das damalige WirtschaftsBlatt kamen damit (wieder) in den Genuss der „besonderen“ Presseförderung. Die Direktzahlungen an Zeitungen und Magazine wurden ergänzt um neue, anteilig aber eher geringe Maßnahmen zur „Qualitätsförderung und Zukunftssicherung“: redaktionsinterne Maßnahmen zur Aus- und Fortbildung von Journalisten und solche in Akademien und Instituten der Sozialpartner, der katholischen Kirche und Journalismusschulen der Parteien, sowie die Arbeit von Auslandskorrespondenten, Presseklubs, kostenloser Zeitungsvertrieb in Schulen („Leseförderung“) und minimale Forschungsförderung.

Für alle Maßnahmen der staatlichen Presseförderung standen im Jahr 2005 insgesamt 12,8 Millionen Euro zur Verfügung.

Im überregionalen Tageszeitungsmarkt hatten sich da längst zwei marktbeherrschende Gruppen etabliert:

1. Das Konglomerat aus Kronen-Zeitung und Kurier(-Gruppe), mit Beteiligung der deutschen WAZ: Ihnen gehörte die gemeinsame Produktions-, Vertriebs-, Marketing- und Anzeigentochter Mediaprint und sie teilten mehr als 50 Prozent des Tageszeitungsmarktes in Österreich auf ihre Produkte auf. (Erst 2018 kam es durch den Einstieg des Immobilienunternehmers René Benko in die WAZ-Auslandsbeteiligungsgruppe indirekt zu einer wesentlichen Veränderung der Besitzverhältnisse.) Die Mediaprint-Eigentümer lukrierten um 2000 bereits mehr als die Hälfte aller Erlöse aus dem Zeitungsinseratenmarkt. Die Kronen-Zeitung galt mit ihrer damaligen nationalen Reichweite von mehr als 40 Prozent aller Zeitungsleser als eine Art „relativer Weltmeister“.
2. Als zweiter großer, überregional agierender Zeitungskonzern hat sich die Styria-Gruppe etabliert. Publizistischer Ausgangspunkt dieser Expansion des „katholischen Pressvereins“ der Diözese Graz-Seckau waren die Steiermark, wo

die Kleine Zeitung seit Jahrzehnten Marktführer war, und Kärnten. Durch schrittweise Übernahme von hundert Prozent an der Tageszeitung Die Presse sowie den Einstieg in den Jahren 2004/05 und schließlich die hundertprozentige Übernahme der ET Multimedia AG (ETM), die ihrerseits 50 Prozent am WirtschaftsBlatt (es wurde dann 2016 eingestellt) sowie an mehreren Frauen- und Lifestyle-Magazinen hielt, ist es der Styria in Österreich gelungen, ihre Basis auch im überregionalen Medienmarkt deutlich zu verbreitern und auch viele digitale Dienste aufzubauen.

Unverändert dominant waren und sind die Positionen einiger Bundesländer-Zeitungen in ihrem regionalen Verbreitungsgebiet (Vorarlberger Nachrichten, Tiroler Tageszeitung, Oberösterreichische Nachrichten, Salzburger Nachrichten). Vor allem im Westen Österreichs, wo das Vorarlberger Medienhaus des Verlegers Eugen Russ auch mit einer Zweitzeitung (Neue Vorarlberger Tageszeitung), mit Wochenzeitungen, Radioangeboten und Onlinemedien sehr aktiv ist, war seit vielen Jahren mit einem Marktanteil von 95 Prozent „eine in Österreich einzigartige monopolähnliche Situation“ (Melischek/Seethaler 1999, 132) auf dem Zeitungsmarkt entstanden.

Der österreichischen Medienpolitik müsse man deswegen „alles andere als ein gutes Zeugnis ausstellen“ (Steinmaurer 2002, 25), resümierte die Forschung schon, als Schwarz-Blau/Orange die Regierung gerade erst übernommen hatte.

Unmittelbaren Zugriff hatte damals wie heute die Regierung im Tageszeitungsmarkt nur auf ein Medium: die amtliche Wiener Zeitung. Hier wurde sie gleich zweimal mit Personalentscheidungen aktiv: Unmittelbar nach dem Regierungswechsel 2000 löst sie deren SPÖ-nahen Chefredakteur ab und ernannte dessen ÖVP-nahen Stellvertreter zum Chefredakteur. 2005 wurde Andreas Unterberger, davor Chefredakteur der Presse und einer der wichtigsten publizistischen Unterstützer der schwarz-blauen Koalition im Tageszeitungsmarkt, zum Chefredakteur der im Eigentum der Republik befindlichen Wiener Zeitung ernannt. (Er wurde dort allerdings 2009 nach Ende der schwarz-blau/orangen Regierung wieder abgelöst.)

2.2 MAGAZINSEKTOR: KARTELLE (FAST) OHNE KONTROLLE

Die deutlichsten Verwerfungen im Printsektor gab es unmittelbar nach Antritt der schwarz-blauen Koalition im Wochenzeitungs- und Magazinmarkt. „Noch schärfer (Anm.: als bei den Tageszeitungen) stellt sich der Konzentrations- und Verflechtungsgrad am politischen Zeitschriftenmarkt dar“ (Plasser/Ullram 2004, 52). Durch die Eigentumsverschränkung von News-Gruppe und der Magazingruppe

des Kurier (ZVB) wurde ab September 2000 ein marktbeherrschendes Konstrukt geschaffen, das nun gleichermaßen viele der reichweitenstärksten und relevantesten Wochen- und Monatszeitungen des Landes unter einem Unternehmensdach vereinte. Die Fusion als Ergebnis eines mehrjährigen Konkurrenzkampfes der beiden Gruppen wurde nach einem mehrmonatigen Verfahren vom Kartellgericht von einer Berufsrichterin und zwei Laienrichtern, die von Wirtschaftskammer und Arbeiterkammer delegiert wurden, genehmigt.

Das Auffälligste an der Mitwirkung der schwarz-blau/orangen Medienpolitik an dieser Entwicklung ist aber die Unauffälligkeit und Diskretion, mit der diese größte Verlagsfusion seit dem WAZ-Einstieg bei Kronen-Zeitung und Kurier abgehandelt werden sollte: Sachliche Informationen zum (Kartell-)Verfahren wurden kaum gegeben. Parteienstellung im Kartellverfahren selbst hatten Wirtschafts- und Justizministerium: Sie verzichteten auf jegliche Einsprüche zur Fusion.

Die gewichtigsten Argumente gegen die Fusion lieferte ausgerechnet das Urteil selbst, das von Kartellrechtsexperten als verblüffend inhomogen bezeichnet wurde (Fidler 2004, 124–137). Im Urteil wurde erst auf den letzten Seiten eine Zustimmung zur Fusion formuliert, nachdem davor über mehrere Dutzend Seiten beschrieben ist, wie „selbst unter Berücksichtigung aller nur denkmöglichen Substitutionsbeziehungen eine Verstärkung einer schon bisher bestehenden marktbeherrschenden Stellung“ entsteht (OLG Wien, 2001).

In der Zeitungsberichterstattung wurde das widersprüchlich und kurios anmutende Urteil mehrfach damit erklärt, die sozialpartnerschaftlich nominierten Kartellrichter von Wirtschafts- und Arbeiterkammer hätten die vorsitzende Berufsrichterin letztlich überstimmt.

Ein Jahr später wurde das Kartellrecht novelliert (BGBl. I 62/2002), dabei eine neue Bundeswettbewerbsbehörde eingeführt, die Funktion eines Bundeskartellanwalts definiert und die Position der Sozialpartner deutlich geschwächt. Die zur Mitentscheidung berufenen Laienrichter bleiben seither im Senat in der Minderheit gegenüber den Berufsrichtern. „Bezeichnend für die österreichische Medienpolitik bleibt der Umstand, dass – wie bereits im Fall der Gründung der Media-print – Verschärfungen des Kartellrechts wiederum erst kurz nach einem erfolgten Zusammenschluss durchgeführt wurden, wobei an eine rückwirkende Entflechtung nie ernsthaft gedacht wurde bzw. wird“ (Steinmaurer 2004, 40).

Für die Mediaprint-News-Vernetzung prägte die Wochenzeitung Falter den Begriff „mediamil“-Komplex. Die Magazin-Situation sei „ein medienpolitischer Mega-Gau“, schrieb Chefredakteur Thurnher (2001, 24). (Zu einer Veränderung in der News-Magazin-Gruppe kam es erst 2016, als der vorheriger Geschäftsführer die Mehrheitsanteile von den vormaligen deutschen Eigentümern Gruner+Jahr übernahm).

Die Eigentumskonzentration war durch ein vollständiges Versagen politischer Regulierung erst ermöglicht und begünstigt worden. Inzwischen ist ein echter Konkurrenzmarkt üblicher Definition im österreichischen Magazinsektor nicht mehr gegeben.

Bei den horizontalen und vertikalen Konzentrationen nach der Jahrhundertwende, den Eigentumsverschränkungen von Titeln, Produktionsmitteln und Vertriebsmöglichkeiten waren jeweils der ÖVP nahestehende Medien(gruppen) auch ökonomisch überproportional beteiligt. Sowohl die Styria AG, aus langer Tradition und Eigentum der katholischen Pressvereine gewachsen, als vor allem auch Raiffeisen mit ihren Zeitungs- und Magazinbeteiligungen waren Promotoren und Profiteure dieser Entwicklung.

Temporäre, öffentliche Aufmerksamkeit für Medien(politik) wegen der Personaldebatten, etwa bei der Wahl der ORF-Führung, täuschte über ein anderes Charakteristikum dieser Medienpolitik gerne hinweg: Personalisierung der Debatte verschleiert mehr als sie erklärt. Der Umbau der Medienpolitik fand auch unter Schwarz-Blau/Orange weitgehend unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt, jedenfalls aber ohne breiten Diskurs. Die Regierung, vor allem die ÖVP, konnte mit der eigenen Bilanz dennoch oder gerade deswegen durchaus zufrieden sein. Die langfristig wichtigsten Struktur- und Eigentumsentscheidungen für den Medienmarkt waren gefallen und unabhängig von künftigen Regierungskonstellationen auf viele Jahre gut abgesichert.

3 MEDIENPOLITIK ALS VERTEILUNGSKAMPF UNTER SCHWARZ/TÜRKIS-BLAU

Ein knappes Dutzend Jahre danach ist das Kapitel zu Österreichs Medienentwicklung im ÖVP-FPÖ-Koalitionsabkommen im Dezember 2017 unüblich lang. Es bedürfe in der „Medienpolitik völlig neuer Antworten und Ansätze“, wird am Anfang von mehr als tausend Worten festgehalten (Regierungsprogramm 2017–2022, 84ff.).

Medienpolitik mit „hoher demokratiepolitischer Relevanz“, so heißt es im abschließenden Absatz des Medien-Kapitels, brauche „eine breite Einbindung der betroffenen Akteure, aber auch der Öffentlichkeit insgesamt“. Alles neu, offen diskutiert? Das klingt außergewöhnlich in einem Politikfeld, das in Österreich über Jahrzehnte durch eher klandestine Klärung der symbiotischen Beziehungen von Politik- und MedienentscheiderInnen gekennzeichnet war. Der „diskrete Charme der Mediokratie“ (Kaltenbrunner et al. 2013, 107) bestand über Jahrzehnte

te im weitgehend intransparenten Interessenausgleich. Berichterstattung darüber war nur punktuell und stets von Interessen geleitet, denn: „Wenn Medien über Medienpolitik reden und schreiben, sind fast immer Eigeninteressen im Spiel“, schreibt die staatliche Wiener Zeitung (Hämmerle 2018).

Das ist umso bedeutsamer in einem Land, wo Forschung zu Medienpolitik wenig ausgeprägt ist und kaum Kontinuität hat. Was wir über Medien(politik) wissen, wissen wir aus den Medien.

Angekündigt wurde unmittelbar nach Dienstantritt des Kabinetts Kurz in der XXVI. Gesetzgebungsperiode eine „Medienenquete“ noch für das erste Halbjahr 2018, um Medienzukunft breiter zu diskutieren. Eine parlamentarische Enquete „zum öffentlichen Rundfunk und zur Medienvielfalt“ (2009) und eine eintägige Regierungsenquete zur Presseförderung (2016) hatte es schon unter der Vorgängerkoalition gegeben. Realpolitisch blieben diese Treffen von MedienmacherInnen, WissenschaftlerInnen und PolitikerInnen weitgehend folgenlos. Die nächste Medienenquete der neuen Regierung wollte nun im Juni 2018 größer anfragen: Zwei Tage lang mit mehr als 50 RednerInnen und Panel-Diskutierenden. Neben VertreterInnen von Regierung, EU und Parlamentsparteien waren fast ausschließlich VertreterInnen von Medienunternehmen und Verbänden mit klaren Eigeninteressen in solchen vorbestimmten RednerInnenrollen.²

Unabhängige, zivilgesellschaftliche Positionen waren auf den Podien nicht vertreten, ebensowenig österreichische Medien-, Rechts- oder Politikwissenschaft oder VertreterInnen des nicht-kommerziellen dritten Sektors, von offenen Radios und BürgerInnen-TV.

3.1 DIE TRANSITIONSKRISE DER TRADITIONSMEDIEN

Die Medienpolitik präsentierte sich programmgemäß als Verteilungskampf, als Diskussion der Ressourcenbewirtschaftung für traditionelle Medienhäuser. Das lässt sich durchaus erklären. Solche legacy media stehen durch Globalisierung und Digitalisierung seit zwei Jahrzehnten unter gehörigem Druck. Ein simpler Vergleich von LeserInnenzahlen etwa bei Tageszeitungen (siehe Abbildung 1) macht das deutlich: Seit Veröffentlichung der Erstaufgabe des Bandes über die schwarz-blaue Regierung (2006) – also in einem Dutzend Jahren – haben die meisten massiv LeserInnen verloren. Marktleader wie die Kronen Zeitung und der Kurier mehr als ein Viertel.

² Download des Programmes der Medienenquete 2018 unter https://www.bundeskanzleramt.gv.at/documents/131008/432952/v4_Programm_de_BF.pdf/61ba7c14-834e-47ef-bd60-725dd4045818

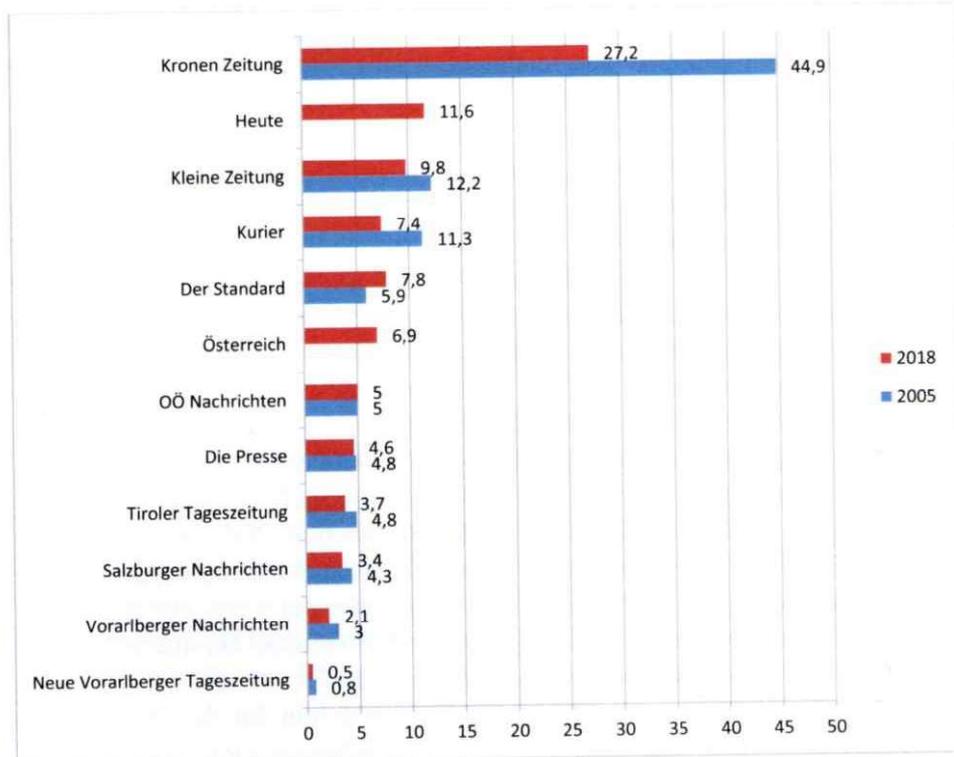


Abbildung 1: Tageszeitungen Reichweite in Prozent – Zeitungstitel 2005 und 2018 im Vergleich. Basis: Personen ab 14 Jahre.

Quelle: Media-Analyse (MA) 2005, 2018. Anmerkung: Ohne Wiener Zeitung und Neues Volksblatt, da diese nicht an der MA teilnehmen. Wirtschaftsblatt, Neue Kärntner Tageszeitung, NEUE Zeitung für Tirol und Salzburger Volkszeitung erschienen noch 2005, waren 2018 aber bereits eingestellt. Dafür kam es in der Zwischenzeit zu zwei Neugründungen: Österreich und Heute.³

Der Auflagen- und LeserInnenverlust wurde finanziell teilweise kompensiert durch Erhöhung von Abo- und Einzelverkaufspreisen von Printmedien.⁴ Das stößt aber irgendwann an Akzeptanz-Grenzen des Publikums. Immerhin konnten – vor allem nach der Wirtschaftskrise 2008 eklatante – Verluste im Gesamtmarkt wieder aufgeholt werden (siehe RTR 2018). Das war aber nicht zuletzt auch Medienpolitik mit Eigeninteressen zu verdanken. 2017 wurden insgesamt fast 200 Millionen

³ Ohne Wiener Zeitung und Neues Volksblatt, da diese nicht an der MA teilnehmen. Wirtschaftsblatt, Neue Kärntner Tageszeitung, NEUE Zeitung für Tirol und Salzburger Volkszeitung erschienen noch 2005, waren 2017 aber bereits eingestellt. Dafür kam es in der Zwischenzeit zu zwei Neugründungen: von Österreich und Heute.

⁴ Während der Verbraucherpreis-Index von 2005 bis 2017 um 24 Prozent gestiegen ist, wurden die meisten Zeitungs-Abopreise führender Printmedien im selben Zeitraum um rund die Hälfte erhöht.

Euro an Werbung von öffentlichen Stellen – Ministerien, Ländern, Unternehmen mit Beteiligung der öffentlichen Hand – geschaltet.⁵ Werbewachstum öffentlicher Einrichtungen hat das Leben von legacy media zu Zeiten der digitalen Disruptionen und Transformationsprobleme etwas erleichtert, Abhängigkeiten von Politik aber damit vergrößert, und die Trennung dieser ökonomischen Beziehungen von unabhängigem Journalismus ist eine wachsende Herausforderung für Redaktionen. Die Traditionsmedien durchleben eine Transitionskrise. Manche überleben sie nicht.

Es agieren immer weniger Player: Österreichs Politik hatte bei der Etablierung eines Marktes mit vielfältigem Wettbewerb schon lange eklatant versagt. Neue Player stiegen in alte Konstrukte ein: Am spektakulärsten zuletzt der politisch gut vernetzte Immobilien- und Handelsunternehmer René Benko, dessen Signa-Gruppe – nach Übernahme von Beteiligungen der deutschen Funke/WAZ-Gruppe – seit Ende 2018 zu einem Viertel Miteigentümer beim Konglomerat Kronen-Zeitung/Kurier/Mediaprint wurde. Die kleinstaatliche Medienpolitik war trotz demokratiepolitisch höchst bedenklicher Entwicklungen wie dieser im internationalen Vergleich unüblich starken Konzentration bei Printmedien-Besitz (Melischek und Seethaler 1999, 134f.; Latzer et al. 1999, 349; Seethaler und Melischek 2006) weitgehend passiv geblieben. Die Dualisierung des audiovisuellen Marktes, also Öffnung für private AnbieterInnen, hatte viel mehr Zeit als in anderen Staaten benötigt und war erst auf Druck der EU erfolgt. Die Entstehung eines Regionalradiogesetzes, das erste terrestrische AnbieterInnen in Österreich in Etappen ab 1993/94 zuließ, war Ergebnis politisch kleinteiligen Hick-Hacks der Koalitionsparteien SPÖ und ÖVP unter Einbeziehung der Interessenverbände der Printmedien (Fidler und Merkle 1999, S. 81ff.). SPÖ und ÖVP „hatten es nur in marginalen Ansätzen geschafft, konzeptive Vorstellungen für die Differenzierung des Mediensystems zu entwickeln“ (Götschl 1998, S. 118).

Mehr Übereinstimmung fanden da ÖVP und FPÖ ab 2000 – wie ausführlicher im ersten Kapitel dieses Beitrages beschrieben. Hier sei nur noch einmal resümiert: Mit einem Privatfernseh-Gesetz (BGBl. 84/2001) und einem neuen ORF-Gesetz (BGBl. 379/1984 idF BGBl. 83/2001) wurde der Fernsehmarkt formal dualisiert. Die schwarz-blaue Koalition hatte den ORF „neu gewandet, rasch gewendet“ (siehe Seite 140) – als Stiftung, mit (noch) mehr Dominanz der Regierungsparteien. Im Printmediensektor setzte die Medienpolitik der Regierungen Schüssel I und Schüssel II wettbewerbsrechtliches laissez faire fort. So war auch der Zusammenschluss der Verlagsgruppe News (News, format, Woman und wei-

⁵ Siehe Daten aus der Transparenzdatenbank der RTR: https://www.rtr.at/de/m/veroeffentl_medkftg_daten_2017; <https://derstandard.at/2000076185290/Oeffentliche-Hand-buchte-2017-Werbung-um-177-Millionen-Euro>

tere Titel) und der ZVB-Zeitschriftengruppe des Kurier (profil, trend, Autorevue und zahlreiche mehr) ohne Widerspruch der zuständigen ÖVP- und FPÖ-Ressorts zu einem Markt beherrschenden Zeitschriften-Konglomerat möglich. Die neue binäre Medienwelt, mit Digitalisierung aller Kanäle, Entstehung neuer (internationaler) Konkurrenz, Verschmelzung vormals getrennter Medienkanäle wurde von Österreichs Politik erst beiläufig beachtet.

Mehr als ein Jahrzehnt danach findet sich Schwarz /Türkis-Blau bei Ankündigung von mehr Unterstützung für die privaten EigentümerInnen im Medienmarkt erneut rasch in ideologischer Nähe wieder. Zuerst wird aber wieder die Rolle des ORF diskutiert – mit neuer Tonalität.

3.2 DIE ANKÜNDIGUNGEN IM RUNDFUNK- UND DIGITALSEKTOR

Trotz kontinuierlich verringerten Marktanteils des öffentlichen Rundfunks im vergangenen Jahrzehnt (siehe Abbildung 2) ist er noch immer Marktleader, hat mit *ORF III* und *ORF Sport+* zusätzlich (kleine) Spartensender positioniert. Trotz fallender Werbeerlöse wegen geringerer ZuschauerInnenzahlen ist der ORF über die verpflichtenden Rundfunkgebühren mit (fast) einer Milliarde Euro Jahresumsatz kontinuierlich solide finanziert und weiterhin mit deutlichem Abstand Österreichs größtes Medienunternehmen.

Im Verständnis von Schwarz-Blau neu muss der *ORF* sein (Selbst-)Verständnis aber wandeln. Für das Kabinett Kurz soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Zukunft „ein Partner der Privaten“ sein, „mit seiner Größe und Reichweite ein Schuhlöffel für private Marktteilnehmer“. So positionierte sich der neue Medienminister Gernot Blümel in ersten Interviews und verstärkte diese Argumentationslinie in den folgenden Monaten (Der Standard 2017b).

Auch eine Überprüfung und Evaluierung aller Medienförderinstrumente – von Film bis Print – wird von der neuen Regierung angekündigt, eine „aktive Standortpolitik für österreichische Inhalte“, eine Neuorganisation der „ausgelagerten Gesellschaften“, also insbesondere der – seit 2010 weisungsfreien – Medienbehörde KommAustria.

Solche Ankündigungen sind im Detail noch vage, aber werden von den VertreterInnen der Medienbranche aufmerksam wahrgenommen, weil das zwangsläufig Phantasie zur Formulierung eigener (ökonomischer) Interessen anregt, nachdem die Große Koalition viele medienpolitische Baustellen ohne Konstruktionspläne zurückgelassen hat. SPÖ und ÖVP hatten sich immer wieder gegenseitig blockiert. Es fand sich – trotz vieler Diskussionen – kein neues Modell einer nachhaltigen (Gebühren-)Finanzierung des *ORF*. Dessen Möglichkeiten im World

Schwarz-blaue Medienpolitik

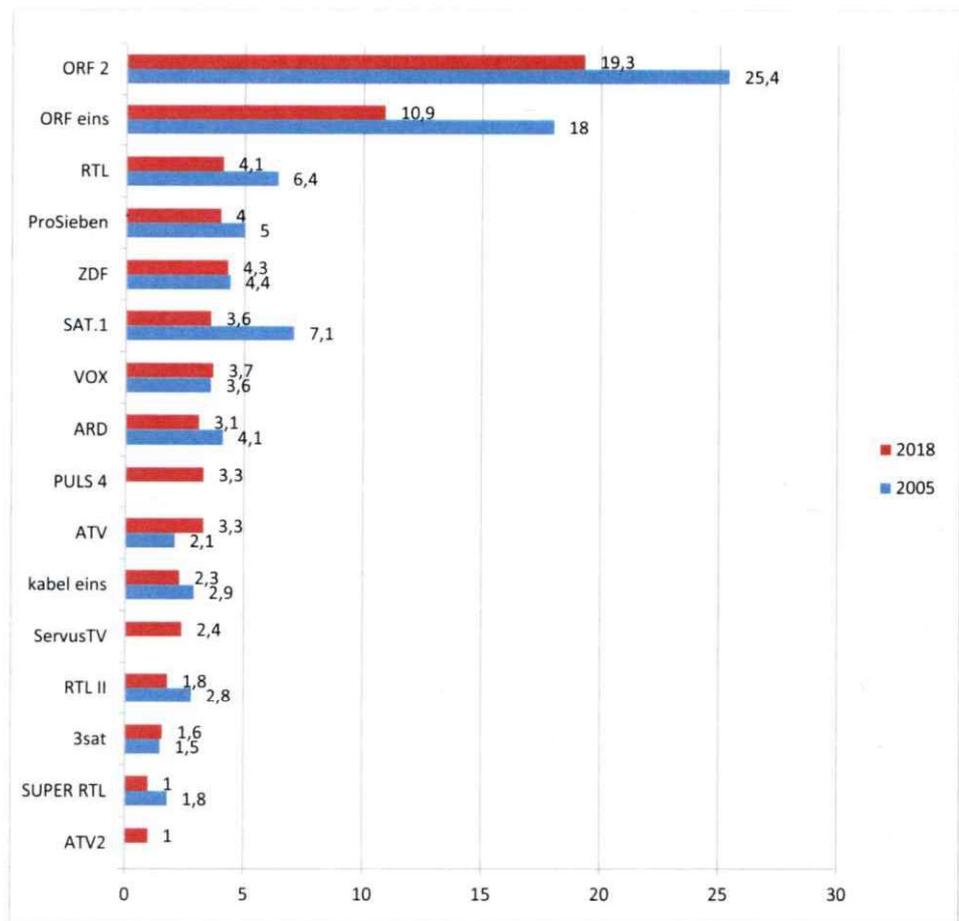


Abbildung 2: TV-Marktanteile in Österreich in Prozent – die reichweitenstärksten Sender 2005 und 2018 im Vergleich. Basis: Personen ab 12 Jahre.
Quelle: Teletest 2005, 2018.

Wide Web und im Social Media-Sektor blieben beschränkt. Trotz anschwellender Debatte über die konsequente Steuerflucht der globalen, digitalen Kommunikationsplattformen wie *Google*, *Facebook*, *Amazon*, *YouTube* blieb unklar, wie medien-, steuer-, wettbewerbsrechtlich darauf zu reagieren wäre – sei es national oder im EU-Gleichklang. Investitionen in Medien-Infrastruktur, wie etwa jene mit dem Schlagwort „Breitbandmilliarde“, blieben halbherzig. 2007 beschlossen, war diese Milliarde für einen österreichischen „Information-Super-Highway“ (wie Al Gore in den 1990er Jahren Internet-Infrastruktur in den USA propagierte) in Österreich auch 2018 noch keineswegs ausgeschöpft. Bei einer Evaluierung

der Breitband-Erschließung wurden für Österreich im OECD- und EU-Vergleich noch viele Defizite festgestellt (Neumann et al. 2017).

3.3 DIE DAUERBAUSTELLE PRESSEFÖRDERUNG

Ein Symptom und zugleich ein Symbol des Scheiterns rot-schwarzer Medienpolitik war aber die – ökonomisch im Vergleich zu Werbeausgaben und Infrastrukturmaßnahmen eigentlich recht geringe – Presseförderung. Das Kabinett Faymann I und II mit Medienminister Josef Ostermayer kam ein Jahrzehnt lang über vielfache Ankündigung von Verbesserungen und eine vom Bundeskanzleramt beauftragte Studie (Haas 2012) mit schlüssigen Empfehlungen zum überfälligen qualitativen Um- und quantitativen Ausbau der Presseförderung nicht hinaus.

In den letzten Regierungswochen 2017 brachte der neue SPÖ-Medienminister Thomas Drozda im Kabinett Kern noch einen Gesetzesentwurf ein. Die zu diesem Zeitpunkt schon deklariert „neue“ ÖVP unter Vorsitz von Sebastian Kurz mit ihrem damaligen Mediensprecher und heutigen Kanzleramtsminister Blümel verweigerte die Zustimmung für diese Änderung der Presseförderung, die eigentlich schon als weitgehend akkordiert und auch mit Verlegerverbänden abgesprochen präsentiert worden war (zu den Plänen und deren Scheitern siehe z. B. Der Standard 2017a und Die Presse 2018a).

Auch Medienpolitik, die jahrzehntelang kein breites, öffentliches Thema war, braucht „selection and salience“ (Entman 1993, 52), eine Vorauswahl und selektive Betonung von Themen, wenn Parteien und Regierungen ihre Position rasch über politisches „Framing“ – so der jetzt gern genutzte Begriff – in ihr Politik- und PR-Konzept einordenbar machen wollen. Das Thema Presseförderung hatte sich für Positionsbestimmungen lange Zeit gut geeignet: Sollen Zeitungen Geld von der Öffentlichkeit bekommen oder es sich eben am Kiosk erwirtschaften? Wird traditioneller Journalismus durch Citizen Journalism und Social Media ersetzt? Wird spezifisches Qualitätsverständnis von Journalismus und Öffentlichkeit gezielt gefördert oder mit der Gießkanne über alle Printmedien Geld verteilt? Eine unter Schwarz-Blau 2004 eingeführte „Qualitätsförderung“ als Bestandteil der Presseförderung – etwa für Weiterbildung von JournalistInnen, Co-Finanzierung von Auslandskorrespondenz, Medienforschung – blieb rudimentär und minimal dotiert. Gezielte Innovationsförderung für neue journalistische Projekte gibt es nicht. Das Scheitern von staatlichen Förderinstrumenten im Printmediensektor war zwar nicht exklusiv österreichisch, wie der internationale Vergleich zeigt (Murschetz 2009), allerdings doch über vier Jahrzehnte besonders lang andauernd.

Wer jetzt an Presseförderung denkt, sieht sie inzwischen als Teil einer missglückten Medienpolitik. „Wenn Vielfalt der publizistischen Positionen ein politi-

ches Ziel war, wurde es spektakulär verfehlt“ (Kaltenbrunner 2016). Beim vorläufig letzten Reformversuch 2017 war eben der rote Medienminister mit Vorschlägen für stärkere Orientierung der Zahlungen an Qualitätsmaßnahmen und journalistischen Arbeitsplätzen am schwarzen, bereits absprungbereiten Koalitionspartner gescheitert. Auch zu einer von den Verlagen erhofften Erhöhung der gesamten Presseförderung von nur noch 8,7 auf angekündigte 35 Millionen Euro kam es damit nicht.

3.4 NATIONALER PUBLIC VALUE ALS POLITISCHE ZIELVORGABE

Die ÖVP als schwarz-türkise Kanzlerpartei mit blauem Partner versucht seit Amtsantritt sehr konsequent ein neues medienpolitisches Storytelling und zimmert einen „Frame“, in dem sie ihre Medienpolitik eingeordnet sehen will. Dieses neue Stück wurde bei der Medienenquete im Juni 2018 laut orchestriert. Es wird ein gemeinsames Wollen der österreichischen Unternehmen im Medienmarkt beschworen. Diese wären nach einem Schulterschluss gegenüber ausländischem Zugriff, insbesondere gegen die Konkurrenz der neuen digitalen Plattformen wie *Google* und *Facebook*, zu schützen und finanziell zu unterstützen, um „österreichische Identität in den Medien auf Dauer zu sichern. Das gilt für alle Mediengattungen“, heißt es im Koalitionsabkommen. In solchem „Framing“ bekommen bekannte Begriffe neue Bedeutung, und die Rollen von privaten und öffentlich-rechtlichen Medien werden neu verteilt:

- Der Begriff des „Public Value“ etwa, bisher stets mit öffentlich-rechtlichem Rundfunk assoziiert (Karmasin et al. 2010; Puppis und Schweizer 2015), wird von Schwarz-Blau 2018 als Beitrag zum kommunikativen Gemeinwohl interpretiert, den alle Medien leisten können. Diese Erweiterung des Verständnisses zur Einbeziehung privater Medienunternehmen ermöglicht damit in Zukunft auch deren Förderung aus diesem Titel. Dem öffentlichen Rundfunk wird eine Art Bestands- und Finanzierungsgarantie gegeben – aber mit wesentlichen Einschränkungen und angekündigten Veränderungen. So wird im Regierungsprogramm eine „Weiterentwicklung der Strukturen und Gremien“ erwähnt, die natürlich zentral über die Absicherung der Unabhängigkeit des *ORF* von politischen EntscheidungsträgerInnen entscheidet. Das schwarz-blaue *ORF*-Gesetz des Jahres 2001 hatte mehr faktischen Zugriff der Regierung auf den *ORF* via Stiftungs- und Publikumsrat ermöglicht. Von der FPÖ wurde im Wahlkampf und auch Diskussionsbeiträgen von Regierungsmitgliedern ab 2018 die Diskussion forciert, dass der *ORF* zukünftig direkt aus dem Bundesbudget finanziert werden sollte und nicht aus Gebühren durch sein Publikum. Die ÖVP äußerte

sich dazu skeptisch, konnte sich im ersten Koalitionsjahr aber noch zu keiner klaren Absage zu dieser Forderung des Koalitionspartners durchringen. „Eine direkte Subvention aus dem Staatshaushalt stellt mit Blick auf die Unabhängigkeit des öffentlichen Rundfunks keine empfehlenswerte Alternative dar“, ist ein Sukkus international komparatistischer Rundfunkforschung (Künzler et al. 2013, 44). In Ländern mit Finanzierung aus dem Staatshaushalt sind rasche Budgetänderungen und politischer Zugriff – wie zuletzt in Spanien besonders deutlich – leichter möglich. Auch in Dänemark wird das nach Umstellung von *Danmarks Radio (DR)* auf Budgetfinanzierung Anfang 2018 eindrücklich vorgeführt. Der Etat für die Sender, davor redaktionell wegen ihrer trimedialen Newsroomstrategien als international beispielgebend gelobt und auch wegen erfolgreicher TV-Serien wie „Borgen“ beachtet, wurde umgehend um 20 Prozent gekürzt. Die Parteien der neuen, rechts-populistischen Koalitionsregierung Dänemarks waren oft im inhaltlichen Konflikt mit *DR* gestanden und wollen nun den privaten Sektor stärken. Jetzt müssen Sender und Programme des *DR* gestrichen und das Personal insgesamt sehr deutlich reduziert werden.

3.5 ÖFFENTLICHER RUNDFUNK ALS DIENSTLEISTER – AUCH FÜR PRIVATE

Eine Veränderung der Rechtsgrundlagen des österreichischen Rundfunks, vor allem auch eine „Weiterentwicklung der Strukturen und Gremien“, ist im Regierungsübereinkommen jedenfalls in Versalien – „*ORF*-Gesetz NEU“ – angekündigt.

– Dem *ORF* wird pro futuro eine neue Rolle zugeordnet, wie sie der „Medienminister als Geheimniskrämer“ (OÖ Nachrichten 2017) erst in sogenannten „Hintergrundgesprächen“ mit ausgewählten Print-JournalistInnen vermarkten wollte. Der *ORF* müsse zu einem Dienstleister und Unterstützer für private Medienunternehmen werden. In den Worten von Gernot Blümel: „Das Gegeneinander von *ORF* und Privaten muss aufhören. Warum sollen nicht auch Private auf Steuergeld, und nichts anderes sind die *ORF*-Gebühren, zugreifen dürfen?“

Ein Beispiel wurde dabei gerne zitiert: Dem *ORF* solle ermöglicht werden, sein Archivmaterial digital länger – statt wie bisher nur sieben Tage – in der TVthek anzubieten. Das Archivmaterial könnte dann aber auch privaten MedienbetreiberInnen einfacher, allenfalls auch kostenlos zur Verfügung stehen. Ein weiterer, sehr konkreter Vorschlag ist ein schon länger von *ORF* mit Printmedien diskutierter Aufbau einer Vermarktungs- und Vertriebsplattform für Online-Werbung. Erst dadurch würde eine relevante nationale Reichweite erreicht, um den großen internationalen Plattformen im World Wide Web Paroli bieten zu können.

- Wieviel weiterreichend manche Wünsche privater Medienunternehmen an die neue schwarz-blaue Koalition sind, machen besonders jene deutlich, die schon in der Vergangenheit eng mit der Politik verbunden waren, sich journalistisch als laute UnterstützerInnen oder auch vehemente GegnerInnen einzelner PolitikerInnen positioniert hatten und bereit sind, Eigeninteressen auch öffentlich forsch zu formulieren. Die *Mediengruppe Österreich* publizierte ein „Manifest zum Medienstandort“ (Österreich 2018): Die Eigentümer der Zeitung *Österreich* mit überwiegend Gratisvertrieb, von regionalen Radiobeteiligungen und verschiedener *oe24*-Onlineangebote mit Internet-TV fordern darin sehr vieles. Sie lobbyieren für die Zulassung von mehr durchgeschalteten bundesweiten Radio-AnbieterInnen, was ihren Sendern mehr Reichweite und Werbeerböse verspricht. Sie wünschen sich eine Zurückzahlung der sogenannten „Werbeabgabe“ auf Inserate von jährlich mehr als hundert Millionen Euro an die Medienunternehmen. Mit nochmal hundert Millionen Euro sollen private Unternehmen – nach unklarem Verteilungsschlüssel – direkt an der *ORF*-Gebühr beteiligt werden, zur Förderung von digitalen Medienentwicklungen. *Österreich* fordert zudem die kostenlose Öffnung des *ORF*-Archivs zur Nutzung für alle Privatmedien und auch eine enge redaktionelle Kooperationsverpflichtung, „eine – unbedingt von den Privaten und nicht vom Staats-*ORF* dominierte – Österreich-Plattform, die mit *Google*, *Facebook*, *Amazon* konkurrieren kann“. Der *ORF* müsste in diesem Modell „Public-Value-Inhalte für diese Plattform liefern“. Dieses Verleger-Manifest detailliert derzeitige Maximalforderungen der privaten Medienindustrie, die im Regierungsprogramm und ersten Äußerungen der ÖVP- und FPÖ-MinisterInnen durchaus anklingen: Über den *ORF* als Vehikel würden wesentliche Medieninvestitionen – etwa für aufwändige Nachrichtenproduktion oder technische Infrastruktur – von allen Gebührenden finanziert und die erhofften höheren Erlöse privatisiert. Solche Umschichtung ließe sich allerdings leichter mit direkter Budgetfinanzierung von *ORF* (und Privatmedien) erreichen als bei Beibehaltung der jetzigen Gebührenpflicht für Rundfunk-NutzerInnen. Da wäre den Zahlenden schwer zu erklären, warum ihre *ORF*-Gebühr auch an private MedieneigentümerInnen in Österreich fließt oder daraus Leistungen für die internationalen AktionärInnen der deutschen *ProSiebenSat.1-AG* als Eigentümerin der Privat-TV-Sender *Puls 4* und *ATV* finanziert werden.
- Erklärt werden solche (Zwangs-)Allianzen gleichermaßen von Regierung wie privaten Medienunternehmen mit der neuen digitalen Globalisierung. Die wichtigsten Konkurrenten österreichischer Medienunternehmen wären jetzt eben die US-Internetgiganten wie *Google*, *Facebook* oder *Amazon*. Suchmaschinen, Social Media-Plattformen, digitale Warenhäuser erwirtschaften über Online-Wer-

bung viele Millionen am österreichischen Markt, ohne Beschäftigungswirkung im Mediensektor, ohne wesentliche Steuerzahlung. Hier brauche es rasch unter österreichischer Federführung gemeinsame EU-Regelungen, die *Google* et al. in die medien- und urheberrechtliche und steuerliche Pflicht nehmen. Während der österreichischen EU-Rats-Präsidentschaft bis Ende 2018 scheiterte dieses Vorhaben. Der Bundeskanzler kündigte schließlich in Interviews und Pressekonferenzen zum Jahreswechsel 2018/2019 mehrfach an, Österreich wolle deswegen „einen nationalen Schritt setzen“ und eine „Digitalsteuer auch in Österreich einführen“ (Tiroler Tageszeitung 2018).

3.6 ÖSTERREICHS MEDIENPOLITIK GEGEN DAS SILICON VALLEY

Auf sich allein gestellt, so hatte Medienminister Blümel schon zum Amtsantritt ein Jahr davor erklärt, gäbe es „keinen österreichischen Medienkonzern, der sich da am Markt gegen *Google* und *Facebook* behaupten kann“ (Der Standard 2017b). „Wir gegen das Silicon Valley“, sei das Motto, verknüpft die Branchenzeitschrift *Horizont* diese Botschaft der Regierung (Bunda 2018). Der Flankenschutz der Regierung für die bedrängte Branche bleibt dabei aber weiterhin im Status variabler Absichtserklärungen. Die medienökonomische und -politische Herausforderung ist zwar schon länger evident, die aktuelle Dimension mangels transparenter Zahlen aber nur grob einzuschätzen. Vermutlich machen die Werbeerlöse großer ausländischer Online-Plattformen, insbesondere von *Google* und *Facebook*, etwa 10 bis höchstens 20 Prozent des gesamten in Österreich klassisch in Medien gebuchten Werbevolumens von 3,6 Milliarden Euro (RTR 2018, 115) aus.⁶ Allerdings mit kontinuierlich stärkerem Wachstum als die traditionelle Werbung von TV, Radio und Printmedien. Eine originär österreichische „Digitalsteuer“ für Online-Medien soll nun 2019 konkreter diskutiert werden und könnte dann frühestens im Rahmen einer gesamten Steuerreform 2020 wirksam werden. Der Finanzminister kündigte dabei einen neuen Steuerertrag von 200 Millionen Euro jährlich an. Von einer gleichzeitigen Reduktion der Werbeabgaben von derzeit 5 auf vermutlich 3 Prozent könnten ab 2020 Radio- und TV-Sender sowie Printmedien in

⁶ Die Werbeerlöse von *Google*, *Facebook*, *Amazon*, *YouTube* und weiteren großen Online-Playern werden in Berichten von Branchenmedien, Fachkonferenzen etc. mit rund 250 bis 500 Millionen Euro jährlich angenommen. Die (Brutto-)Werbeausgaben in Österreich werden im Kommunikationsbericht der Medienbehörde RTR für 2017 mit insgesamt 3,6 Milliarden Euro (unbereinigt um Rabatte) dargestellt. Unzweifelhaft ist, dass Werbeausgaben für Onlinemedien mehr Wachstumspotenzial als die Vertriebskanäle von legacy media haben. Jene Erlöse, die sich etwa aus Durchsetzung von österreichischen Werbeabgaben auch bei *Google* et al. ergeben könnten, machten damit – derzeit – „nur“ einen kleineren zweistelligen Millionenbetrag aus.

Österreich profitieren – je nach Höhe ihrer Inseratenerlöse. Ob und in welcher Form ein neues, digitales Steuermodell für grenzüberschreitenden Online-Warenhandel und Online-Werbung durchsetzbar ist, bleibt aber noch länger unklar – es ist erneut internationaler Widerstand, vor allem aus den USA vorhersehbar.

Diese Auseinandersetzung mit ökonomisch übermächtigen, ausländischen GegnerInnen trifft sich mit den Wortmeldungen der RepräsentantInnen des größten privaten TV-Anbieters, dem zur deutschen *Pro7Sat1-Gruppe* gehörenden *Puls 4*, das 2016/17 auch die Lizenz und Programme von *ATV* übernommen hat. Der *Puls 4*-Geschäftsführer, zugleich Vorsitzender des Verbands der österreichischen Privatradios, und die auch als Moderatorin bekannte Informationsdirektorin der Sendergruppe präsentierten drei Tage vor der Medienenquete ein Buch mit dem Untertitel: „Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern“ (Milborn und Breitenecker 2018). Der Wunsch der Privat-TV-Spitzen, abgeleitet vom Konflikt mit *Google* et al., ist bei der Medienenquete schon schwarz/türkis-blaue Argumentation: Der öffentliche Rundfunk in Europa solle sich mehr auf qualitative Kerninhalte konzentrieren und mehr vom Markt (lukrativ) herstellbare Programme den privaten ProduzentInnen überlassen. Im gemeinsamen Abwehrkampf gegen die globalen, digitalen AnbieterInnen wäre der *ORF* eine Art „Wikimedia“, das inhaltliche Basis-Infrastruktur zur Verfügung stellt. Für die Freiheitliche Partei formuliert ihr Sprecher Hans-Jörg Jenewein die *ORF*-Aufgaben so: „Er muss sich darauf besinnen: Was ist öffentlich-rechtlicher Content, was braucht man in Zukunft – und was kann man getrost Privaten überlassen, die das vielleicht sogar besser können“ (Der Standard 2018b).

Diese medienpolitische Grundlinie wird im Regierungsprogramm mit Anforderungen an betont nationale Medieninhalte und deren bevorzugten Vertrieb noch angereichert. Für den *ORF* heißt das: „Neben österreichischen Inhalten sind auch die Leistungen österreichischer Künstler, Sportler und Produzenten für die nachhaltige Identitätssicherung entsprechend im öffentlich-rechtlichen Auftrag als Schwerpunkt zu verankern.“ Besonders zu fördern wäre dabei auch „der ländliche Raum“. Konkrete Beispiele für diese „Österreich zuerst“-Strategie finden sich im Kultur-Kapitel der Koalitionsübereinkunft: Darin wird die Festlegung einer konkreten „Österreich-Quote“ der Programminhalte zu guten Sendezeiten, insbesondere beim reichweitenstärksten Radiosender *Ö3*, angenommen. Vergleichbares gibt es etwa im belgischen Rundfunk, wo dem öffentlich-rechtlichen Radiosender *VRT* vorgeschrieben ist, dass von der ausgestrahlten Musik mindestens 25 Prozent flämisch sein muss (Karmasin und Kaltenbrunner 2016).

3.7 KOMMUNIKATIONSPOLITIK IM KONFLIKT MIT JOURNALISMUS

Seit gut zwei Jahrzehnten wird diskutiert, ob es nach einer „Politisierung der Medien“ (Arnold et al. 2010), wie sie in Österreich besonders im Kampagnenjournalismus des erstarkenden Zeitungsboulevards der Zweiten Republik mit Wirkmacht sichtbar wurde, immer stärker zu einer „Medialisierung“ oder auch „Mediatisierung der Politik“ (Donges 2004; Vowe 2006) kommt. Die Demokratie, so eine häufige Kritik, wandle sich zu einer „Mediokratie“ (Meyer 2001), weil die herrschenden politischen Ideen immer öfter abgeleitet von Sprache und Formen der Markt beherrschenden Medien seien. Politik werde dann medienkonform gewandelt und gestaltet. Es zerfransen die Ränder der Systeme, Interessen fließen ineinander, die Produktion von öffentlichem Interesse wird zwischen Medien, Parteien und Regierung gezielt abgestimmt, obwohl zwischen Medien und Politik eigentlich professionelle Abgrenzung der Selbstverständnisse das demokratiepolitische Desiderat wäre. Unabhängiger Journalismus hat unter solchen Rahmenbedingungen und bei Priorisierung der ökonomischen Fragestellungen einen schweren Stand. Die gegenseitige kritisch-distanzierte Beobachtung der Systeme Politik und Medien wird immer zweifelhafter: „Es scheint nicht mehr eindeutig ausmachbar, wer hier steuert und wer hier gesteuert wird“ (Karmasin 2006, 381).

Die erste schwarz-blaue Regierung musste nach der Jahrtausendwende, zu Beginn der digitalen Disruptionen, mit einer immer stärkeren „Fragmentierung der politischen Öffentlichkeit in aufgefächerte, unstete Teilöffentlichkeiten“ umgehen lernen (Plasser und Ulram 2004, 93). Die Forderungen der Industrie an Medienpolitik und Marktregulierung sind inzwischen noch komplexer.

Österreichs neue schwarz-(türkis)-blaue Regierung versucht hier Gemeinsamkeiten von MedienbetreiberInnen und der Systeme Medien und Politik zu beschwören. Ähnlich wie bei Migrations- oder Asylpolitik wird ein nationales Wir-Gefühl betont, das möglichst viele ins Boot holen soll. „Die große medienpolitische Aufgabe lautet: Auch in zehn oder 15 Jahren muss es im digitalen Raum österreichische Identität, österreichische Information, Pluralität österreichischer Medien geben“, heißt es im Koalitionsübereinkommen. Der Tenor: Das nationale Medien-Boot ist voll. Jetzt heißt es gemeinsam rudern.

Zustimmung zum Regierungsprogramm kam rasch von den großen Verbänden der MedieneigentümerInnen: „Gute medienpolitische Ansätze“ erkennt der Zeitungsverleger-Verband VÖZ in einer Aussendung.⁷ Der Verband österreichischer Privatsender (VÖP) lobte zeitgleich das Regierungsprogramm als „ambitioniert“ und stellte fest: „Man sieht, dass Bewegung reinkommt.“⁸

⁷ APA, 18. Dez. 2017, „VÖZ sieht in Regierungsprogramm gute medienpolitische Ansätze“.

⁸ APA, 18.12.2017, „Koalition: Privatsender sehen ‚ambitioniertes‘ Medienprogramm“.

Ja selbst Alexander Wrabetz, der Generaldirektor des offensichtlich von ökonomischen und inhaltlichen Einschränkungen bedrohten *ORF*, „findet Positives im Regierungsprogramm“⁹, weil darin ein „grundsätzliches Bekenntnis zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ enthalten sei. Er geht davon aus, dass mit den im Regierungsprogramm vage formulierten „Verschärfungen der Transparenzbestimmungen“ für *ORF*-JournalistInnen „keine Beeinträchtigung der journalistischen Unabhängigkeit intendiert ist“.

Gerade mit den JournalistInnen des *ORF* suchten aber vor allem Führungskräfte der FPÖ oft ganz persönliche Auseinandersetzung in dichter Abfolge. Einen Startschuss gab der Parteichef und Vizekanzler Heinz-Christian Strache: In einem *Facebook*-Eintrag schrieb er: „Es gibt einen Ort, an dem Lügen zu Nachrichten werden. Das sind der *ORF* und das *Facebook*-Profil von Armin Wolf.“ Dazu wurde eine Fotomontage abgebildet, die den TV-Moderator mit einem Pinocchio-Bild zeigte. Wolf klagte, der FPÖ-Vorsitzende berief sich auf Freiheit der „Satire“, entschuldigte sich schließlich, publizierte einen Widerruf und zahlte eine Entschädigung. Über den Konflikt Vizekanzler gegen bekanntesten *ORF*-Interviewer wurde auch von deutschen Medien vielfach berichtet.¹⁰

Kritik im Einzelfall wird auch mit genereller Androhung von medienpolitischer Aktion oder Sanktion verbunden. Kaum im Amt, ärgerte sich der FPÖ-Verkehrsminister Norbert Hofer via *Twitter*, dass er bei der Berichterstattung über eine ressortrelevante Veranstaltung nicht selbst in den TV-Hauptnachrichten zu Wort kam: „Der *ORF* schafft es tatsächlich, in der ZIB1 über den Transitgipfel in München zu berichten, ohne den Verkehrsminister zu erwähnen.“ Unmittelbarer Nachsatz im Tweet: „Ob ich für Zwangsgebühren bin? Nein!“ (siehe z. B. Der Standard 2018a). Für eine Abschaffung der *ORF*-GIS-Gebühren hatte Hofer auch schon zuvor als Präsidentschaftskandidat im Wahlkampf 2016 plädiert.

Besonders problematisch wurde – national und international – in vielen Medien bewertet, dass der FPÖ-Vertreter im *ORF*-Stiftungsrat, der einstige Vizekanzler Norbert Steger, in einem Interview mit den *Salzburger Nachrichten* personelle Maßnahmen im *ORF* ankündigte, weil ihm die Berichterstattung zu den Wahlen in Ungarn als „nicht objektiv“ nicht gefiel: „Auch von den Auslandskorrespondenten werden wir ein Drittel streichen, wenn diese sich nicht korrekt verhalten“ (Hillebrand 2018).

Die Oppositionsparteien kritisierten Steger, der *ORF*-Redakteursrat protestierte gegen „Einschüchterungsversuche“. Dessen Vorsitzender Dieter Bornemann schrieb via *Twitter*: „Dieser direkte Angriff auf den öffentlich-rechtlichen Rund-

⁹ APA, 18.12.2017, „Koalition: *ORF*-Chef Wrabetz findet Positives im Regierungsprogramm“.

¹⁰ siehe z.B. dpa – Deutsche Presse Agentur, 14.3.2018: „Vizekanzler Strache entschuldigt sich bei *ORF*-Moderator Wolf für Lügenvorwurf“.

funk von einem Aufsichtsorgan ist ein neuerlicher Tiefpunkt der Medienpolitik“ (Der Standard 2018b; Wiener Zeitung 2018). Moderator Armin Wolf twitterte pointiert: „Tolle Idee, ‚Objektivität‘ von Parteienvertretern bewerten zu lassen. Könnte aus Ungarn stammen.“

Wenige Wochen danach wurde Norbert Steger im Mai 2018 trotz der öffentlichen, schädlichen Kritik am Unternehmen, in dessen Aufsichtsorgan er tätig ist, mit 25 von 35 Stimmen zum Vorsitzenden des *ORF*-Stiftungsrates bestellt. Der FPÖ und der ÖVP über „Freundeskreise“ zugerechnete Stiftungsräte – formal in Funktionsausübung aber alle unabhängig – und jener aus dem Burgenland, wo die SPÖ in Koalition mit der FPÖ regiert, stimmten für Steger. Sie machten damit auch die neue Kräfteverteilung im *ORF*-Führungsgremium sofort kenntlich. Hier bewährte sich für Schwarz/Türkis-Blau das Legat des *ORF*-Gesetzes von Schwarz-Blau/Orange zur regierungsfreundlichen Besetzung von Stiftungs- und Publikumsrat des *ORF* (siehe dazu z. B. Salzburger Nachrichten 2018).

Konflikte zwischen kritisch fragenden und recherchierenden JournalistInnen und FPÖ-SpitzenfunktionärInnen in (neuen) Regierungsfunktionen werden seither zu fixem Bestandteil der politischen Kommunikation 2018. Zu den auffälligen Auseinandersetzungen zählte ein Interview der Moderatorin des *ORF*-Politikmagazins *Report*, Susanne Schnabl, mit dem Innenminister Herbert Kickl. Auf ruhig, aber konsequent vorgetragene Nachfragen zum österreichischen Grenzschutz und zur Affäre um den im Innenministerium angesiedelten Geheimdienst BVT antwortete der Minister jeweils mit Angriffen gegen „selbst ernannte Aufdecker“, die „Dinge, die eigentlich nicht für die Öffentlichkeit bestimmt sind, an die Öffentlichkeit bringen“, und warf im Gespräch mehrfach dem *ORF* falsche Behauptungen in den berichteten Sachthemen und Zitaten zur Geheimdienstaffäre vor (siehe z. B. Der Standard 2018c).¹¹

Im September 2018 wurde ein internes Schreiben des Pressesprechers des Innenministers an die Landespolizeidirektionen bekannt, in dem diese aufgefordert werden, die Kommunikation mit manchen Medien – ausdrücklich genannt werden darin *Der Standard*, *Falter* und „neuerdings“ auch der *Kurier* – „auf das Nötigste“ zu beschränken.

Diese „Informationssperre für kritische Medien“ (Die Presse 2018b) wurde auch von vielen Konkurrenten der in der Ministeriums-Order unmittelbar erwähnten Titel sowie von Interessenverbänden wie Journalistengewerkschaft, Presseclub

¹¹ Das *ORF*-Gesetz verbietet, wie beschrieben, Sendungen länger als sieben Tage in der TV-Mediathek zum Abruf anzubieten. Zitate aus *ORF*-Sendungen berufen sich also auf eigene Aufzeichnungen und Mitschriften. Das *ORF Report*-Interview mit Innenminister Kickl fand am 26.6.2018 statt.

Concordia und Reporter ohne Grenzen als demokratiepolitisch unzumutbar scharf kritisiert.

Wie gut solche Angriffe gegen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und gegen unabhängigen Journalismus schlechthin in breiten FPÖ-Funktionärskreisen und Gefolgschaft angenommen und in Treffen von Gesinnungsgemeinschaften noch viel deftiger formuliert werden, illustrierte eine Rede des FPÖ-Landesrates Elmar Podgorschek bei einem Empfang für Unternehmer von der AfD-Landtagsfraktion im deutschen Thüringen¹². Podgorschek beschreibt „eine Medienlandschaft, die jenseits von links schon ist“, ortet ebenso einen „Linksdrall“ in der österreichischen Kirche und in der Wissenschaft. Beim *ORF* wird er besonders deutlich: „Was wir unbedingt durchführen müssen, ist eine Neutralisierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Auch auf die Gefahr hin, dass uns eine sogenannte Orbanisierung vorgeworfen wird. Das müssen wir durchziehen“ (Horaczek 2018). Zur Operationalisierung der politischen Ziele empfiehlt er darin Anleihen bei der ansonsten „verrückten“ 1968er-Bewegung, die es umzukehren gelte: „Wir müssen den Marsch durch die Institutionen antreten.“

Auf solche recht grundsätzliche, im Ton auch immer wieder radikale, aggressive, Journalismusschelte der FPÖ gab es jeweils kaum Reaktionen aus Kanzleramt und Medienministerium, auf journalistische Nachfragen kalmierende Kommentare, ohne auf Sachvorwürfe Bezug zu nehmen. Nach den Angriffen seines Regierungsvizes Strache auf den *ORF* und dessen Nachrichten-Anchor meinte Bundeskanzler Sebastian Kurz, er würde sich „wünschen, dass man versucht, wieder etwas Emotion herauszunehmen“ (siehe z. B. Horizont 2018).

Auf einen offenen Brief führender deutscher TV-JournalistInnen an Kurz zur Zurückweisung von Angriffen auf „unabhängige Journalisten und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ gab es vom Kanzler gar keine öffentliche Antwort (siehe z. B. Baumgartner 2018; Der Tagesspiegel 2018).

Zu den Drohungen des designierten Stiftungsrats-Vorsitzenden Norbert Steger gegen die *ORF*-KorrespondentInnen und nach einem Steger-Interview, wo er zum *ORF* meinte, „manche Linke führen dort einen Endkampf“, und Fragen an Kanzler und Vizekanzler als „unbotmäßig“ charakterisierte, blieb Kurz auf Journalistenfragen nach dem darauf folgenden Ministerrat kurz angebunden. Er schenke Stegers Aussagen „keine große Beachtung“ (Wilhelmer 2018). Auf den auch international vielfach kritisierten sehr konkreten Fall der detaillierten Aufforderung des Innenministeriums zum polizeilichen Informationsboykott gegenüber unwillkommenen Zeitungen und zu einem gezielten Spinning der Polizeimeldungen bei

¹² Die Rede von Elmar Podgorschek wurde als „AfD-Landtags-TV“ am 3.5.2018 auf *YouTube* gepostet und ein erster Bericht darüber in der Wochenzeitung *Falter* publiziert. <https://www.youtube.com/watch?v=117C3ECjdi4&t=1239s> Zuletzt abgerufen: 15.8.2018.

Verbrechensberichten reagierte der Kanzler auf Fragen am Rande einer UNO-Konferenz mit einem Stehsatz: „Jede Einschränkung der Pressefreiheit ist nicht akzeptabel“ (Der Standard, 2018e).

So sind vor angekündigten Umwälzungen im Mediensystem, zu denen Gesetzesentwürfe nunmehr erst ab 2019 vorgelegt werden sollen, einige Grundmuster politischer Regierungskommunikation der XXVI. Gesetzgebungsperiode in bewährter Anlehnung zur ersten schwarz-blauen Koalition wiedererkennbar: Der Kanzler schweigt zu vielen (medienpolitischen) Sachthemen – wie es sein ÖVP-Amtsvorgänger Bundeskanzler Wolfgang Schüssel gehalten hatte. Der Medienminister versucht Allianzen mit den wichtigsten heimischen AkteurInnen der Medienindustrie und verspricht öffentlich kräftige ökonomische Hilfe. Wie genau – das wäre erst noch diskreter zu klären.

Während als ein medienpolitischer Kern die Auseinandersetzung mit globalen, digitalen Konzernen symbolisch bedeutsam referiert wird, aber kaum rasch erfolgreich sein kann, scheint ein Umbau auf dem größten heimischen Marktplatz mit dem höchsten Budget leichter möglich: Wie unmittelbar nach 2000 soll auch unter Schwarz/Türkis-Blau der *ORF* neu definiert werden. Wie das „konkret in ein neues Gesetz überführt werden soll, war bei der Medienenquete nicht zu erfahren“ (Trappel 2018). Medienminister Gernot Blümel nutzte dort sein Schlusswort zwar zu einem überraschenden Extempore über den Philosophen Gottfried Wilhelm Leibniz als Vorvater der Digitalisierung, der die Welt binär in „Nicht-Gott und Gott“ eingeteilt hatte. Gegenüber Gottes digital unergründlichen Wegen versprach Blümel für den medienpolitischen Kurs in Österreich mehr Klarheit und Substanz: „Wir werden in diesem Jahr noch zu manchen Bereichen konkrete Gesetzesvorschläge vorlegen.“

Das geschah bis zum Ende von Schwarz/TürkisBlau im Mai 2019 dann doch nicht. Die Medienpolitik blieb damit vielfältige Ankündigungspolitik mit einem „Ökonomie-Fokus als medienpolitisches Versprechen an legacy media“ (Kaltenbrunner 2018, 23) und zur Anbahnung von neuen Allianzen privater und öffentlich-rechtlicher Medieneigentümer.

Im Advent 2018 wurde im öffentlich-rechtlichen Rundfunk immerhin noch sichtbar, wie ein zu dieser Regierungslinie passendes Medienformat aussehen kann: In einer „Gala-Sendung“ des *ORF*, zusammengestellt gemeinsam mit der *Kronen Zeitung*, wurden „Österreichs Heldinnen und Helden 2018“ präsentiert und prämiert. Neben dem Generaldirektor des *ORF* und dem Chefredakteur der *Kronen Zeitung* wurde in der Show auch der offizielle Regierungssprecher als Co-Organisator und Juror des Ereignisses vorgestellt und interviewt, von einer Moderatorin, die selbst parallel im Dienst beider Medienunternehmen steht. Die Lebensretter und Hochwasser-Helfer – föderalistisch aus jedem Bundesland aus-

gewählt – erhielten ihre Preise dann, ausgestrahlt zu bester Sendezeit ab 21.05 Uhr auf *ORF2*, aus der Hand von Sebastian Kurz. „Unbotmäßige“ Fragen an den Bundeskanzler gab es bei dieser *ORF*-Gala naturgemäß nicht.

Der Schulterchluss von Medienmacht und Regierungsspitze mit nationaler Leistungsschau war gelebte Medienpolitik im Sinne von Schwarz/Türkis-Blau, allerdings kein Publikumserfolg: Die Helden-Gala erreichte beim Publikum nur den eher bescheidenen TV-Marktanteil von 15 Prozent. Die unmittelbar davor in *ORF2* laufende Krimi-Serie „Die Rosenheim-Cops“ hatte doppelt so viele ZuseherInnen.

LITERATUR

- Arnold, Klaus / Christoph Classen / Susanne Kinnebrock / Edgar Lersch / Hans-Ulrich Wagner (Hg.)* (2010). Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert. Leipzig: Halem.
- Baumgartner, Bernhard* (2018). ORF-Debatte erreicht den Publikumsrat. Wiener Zeitung. 19. August 2018. Bunda, Sascha. 2018. Medienenquete: Die Analyse. Horizont. 15. Juni 2018.
- Der Standard (2017a). Presseförderung neu: Gratiszeitungen sollen Fördermittel erhalten. 7. April 2017. <https://derstandard.at/2000055534309/Pressefoerderung-neu-Gratiszeitungen-sollen-Foerdermittel-erhalten?ref=rec>.
- Der Standard (2017b). Medienminister Blümel: „Der ORF sollte ein Schuhlöffel für Private sein“: Interview. 29. Dezember 2017. <https://derstandard.at/2000071207957/Medienminister-Bluemel-Der-ORF-sollte-ein-Schuhloeffel-fuer-Private-sein>.
- Der Standard (2018a). Norbert Hofer gegen GIS-„Zwangsgebühr“: „ZiB 1“ erwähnte ihn nicht. 6. Februar 2018. <https://derstandard.at/2000073712272/Verkehrsminister-Hofer-gegen-GIS-Zwangsgebuehren-ZiB-1-erwaehte-ihn-nicht>.
- Der Standard (2018b). ORF-Redakteursrat weist „Einschüchterungsversuche“ aus Politik zurück. 14. April 2018. <https://derstandard.at/2000077952263/ORF-Redakteursrat-weist-Einschuechterungsversuche-aus-Politik-zurueck>.
- Der Standard (2018c.). „ORF und Unabhängigkeit sind eine fragwürdige Sache“. 7. Juni 2018. www.derstandard.at/2000081079026/ORF-und-Unabhaengigkeit-sind-eine-fragwuerdige-Sache.
- Der Standard (2018d). ORF-Stiftungsrat vermisst bei Kickl-Interview im „Report“ Respekt. 28. Juni 2018. <https://derstandard.at/2000082398760/ORF-Stiftungsrat-vermisst-Respekt-im-Report-bei-Kickl-Interview>.
- Der Tagesspiegel (2018). Offener Brief an Bundeskanzler Kurz. 1. März 2018. <https://www.tagesspiegel.de/medien/streit-zwischen-orf-und-fpoe-offener-brief-an-bundeskanzler-kurz/21020582.html>.
- Die Presse (2005). ORF kündigt Walter Seledec, in: Die Presse, 8.11.2005, 31.

- Die Presse (2018). Mittel für Presseförderung bleiben – einstweilen – unverändert. 21. März 2018. https://diepresse.com/home/innenpolitik/5392725/Medien_Mittel-fuer-Pressefoerderung-bleiben-einstweilen-unveraendert.
- Dillenz, Walter (2001). Elektronische Medien: Entwicklungsschub in Österreich, in: *MediaLex*, 2/2001, 64–65.
- Donges, Patrick (2004). Medialisierung der Politik – Vorschlag einer Differenzierung, in: *Mythen der Mediengesellschaft — The media society and its myths*, hrsg. Patrick Rössler und Friedrich Krotz, 321–339. Konstanz: UVK.
- Entman, Robert (1993). Framing: Towards a Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication* 43 (3): 51–58.
- Ergert, V. (1977). 50 Jahre Rundfunk in Österreich, Bd. III, Salzburg.
- Fidler, Harald / Andreas Merkle (1999). Sendepause. Medien und Medienpolitik in Österreich. Oberwart: Lex Liszt.
- Fidler, Harald (2004). *Im Vorhof der Schlacht*, Wien.
- Götschl, Herbert (1998). Monopole fallen langsam: Vom Ende des ORF-Monopols und von der neuen Vielfalt am Hörfunksektor. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 2/1998, 117–128.
- Grisold, Andrea (1996). Regulierungsreformen am Mediensektor. Der Fall Österreich. Frankfurt/New York.
- Haas, Hannes (2012). Evaluierung der Presseförderung in Österreich. Status, Bewertung, internationaler Vergleich und Innovationspotenziale. Eine Studie im Auftrag des Bundeskanzleramtes Österreich. <http://archiv.bundeskanzleramt.at/DocView.axd?CobId=50443>.
- Hämmerle, Walter (2018). Was auf dem Spiel steht. *Wiener Zeitung*. 6. Juni 2018. https://www.wienerzeitung.at/meinungen/leitartikel/969321_Was-auf-dem-Spiel-steht.html.
- Hillebrand, Ralf (2018). Der ORF bekommt neue Chefs. *Salzburger Nachrichten*. 16. April 2018. <https://www.sn.at/panorama/medien/der-orf-bekommt-neue-chefs-26631868>.
- Horaczek, Nina (2018). FPÖ-Landesrat will „Neutralisierung des ORF“ und vergleicht „Zeit im Bild“ mit DDR-Fernsehen. *Falter*. 13. Juni 2018. https://www.falter.at/archiv/FALTER_201806135DD5748B4B/fpo-landesrat-will-neutralisierung-des-orf-und-vergleicht-zeit-im-bild-mit-ddr-fernsehen.
- Horizont (2018). FPÖ-Angriffe auf ORF: Kurz reagiert. 14. Februar 2018. <https://www.horizont.at/home/news/detail/fpoe-angriffe-auf-orf-kurz-reagiert.html>.
- Kaltenbrunner, Andy (2016). Freie Sicht aufs mediale Trümmerfeld. *Der Standard*. 9. September 2016. <https://derstandard.at/2000044145618-1326502889818/Freie-Sicht-aufs-mediale-Truemmerfeld>.
- Kaltenbrunner, Andy / Matthias Karmasin / Daniela Kraus (Hrsg.) (2013). *Der Journalisten-Report IV. Medienmanagement in Österreich. J-R, IV*. Wien: Facultas.
- Kaltenbrunner, Andy (2018). *Österreichische Medienpolitik-Agenda. Eine Analyse im Auftrag von Presseclub Concordia*. <http://www.mhw.at/cgi-bin/page.pl?id=351>.
- Karmasin, Matthias (2006). Die Medialisierung der Medienpolitik: Organisation der Selbstorganisation. *Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft* 4: 379–389.

- Karmasin, Matthias / Andy Kaltenbrunner* (2016). Qualitätsbestimmung im Rundfunk. Studien zu inhaltlichen Interdependenzen und Abgrenzungen von Public Broadcast Service und Privatrundfunk. Eine Studie von Medienhaus Wien im Auftrag von SRG SSR. Wien. <http://www.mhw.at/cgi-bin/page.pl?id=312;lang=de>.
- Karmasin, Matthias / Daniela Süßenbacher/Nicole Gonser* (Hrsg.) (2010). Public Value. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- KOA 4.200/06–002. Zulassung zum Betrieb einer bundesweiten terrestrischen Multiplex-Plattform für die Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG
- Künzler, Matthias / Corinne Schweizer / Samuel Studer* (2013). Finanzierung des öffentlichen Rundfunks. Monitoring Report. BAKOM. Zürich.
- Kurier (2006). Gipfelsturm am Küniglberg, 16.2.2006, 3.
- Lutzer, Michael / Ursula Maier-Rabler / Gabriele Siegert / Thomas Steinmaurer* (Hrsg.) (1999). Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck, Wien: Studien-Verlag.
- Luger, Kurt / Thomas Steinmaurer* (1990). Die Medien-Megamorphose. Österreich Medienlandschaft im Umbruch, in: Rundfunk und Fernsehen, 2/1990, 242–258.
- Melischek, Gabriele / Josef Seethaler* (Hrsg.) (1999). Die Wiener Tageszeitungen. Eine Dokumentation. Frankfurt am Main: Lang.
- Melischek, Gabriele / Josef Seethaler* (1999). Zur Pressekonzentration in Österreich nach 1945, in: G. Melischek, G. / J. Seethaler / K. Skodacek (2004). Die Zeitungstichterhebung im Kontext einer Analyse der Marktstrukturen, in: B. Schneider / W. Schütz (Hg.): Europäische Pressemärkte, ÖAW-relation N.F.1, 281–326.
- Meyer, Thomas* (2001). Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Milborn, Corinna/Markus Breitenecker* (2018). Change The Game, Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern. Wien: Brandstätter.
- Murschetz, Paul* (2009). Examining Effects of Public Financial Subsidies to Daily Newspapers in Europe –
- Do They Avoid Market Failure? In Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch, Bd. 3, hrsg. Birgit Stark und Melanie Magin. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Neumann, Karl Heinz / Thomas Plückebaum / Michael Böheim / Susanne Bärenthaler-Sieber* (2017). Evaluierung der Breitband-Initiative bmvit 2015/2016. Bad Honnef, Wien.
- OÖ Nachrichten (2017). Ein Medienminister als Geheimniskrämer. 2017. <https://www.nachrichten.at/nachrichten/kultur/Ein-Medienminister-als-Geheimniskraemer;art16,2866749>.
- OLG Wien (2001). Beschluss vom 26. Jänner 2001. GZ: 26 Kt 342, 369, 380, 381, 382, 383/00–93.
- Österreich. (2018). Medienenquete: Heute startet die Medienzukunft.: Das ÖSTERREICH-Manifest zum Medienstandort. 7. Juni 2018.
- Plasser, Fritz / Peter Ullram* (2004). Öffentliche Aufmerksamkeit in der Mediendemokratie, in: Plasser, Fritz (Hg.), Politische Kommunikation in Österreich, Wien, 37–99.

- Puppis, Manuel / Corinne Schweizer* (2015). Service Public im internationalen Vergleich. Schlussbericht zuhanden des Bundesamts für Kommunikation (BAKOM). Freiburg. Regierungsprogramm 2017–2022. Zusammen. Für unser Österreich. Zum Download z.B. hier: <https://www.oevp.at/download/Regierungsprogramm.pdf>.
- RTR (2018). Kommunikationsbericht 2017. <https://www.rtr.at/de/inf/KBericht2017>.
- Salzburger Nachrichten (2018). ORF-Stiftungsrat wählte Norbert Steger zum Vorsitzenden. 17. Mai 2018. <https://www.sn.at/panorama/medien/orf-stiftungsrat-waehlte-norbert-steger-zum-vorsitzenden-28052470>.
- Seethaler, Josef / Gabriele Melischek* (2006). Die Pressekonzentration in Österreich im europäischen Vergleich. Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft 4: 337–360.
- Steinmaurer, Thomas* (2002). Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick, Innsbruck.
- Steinmaurer, Thomas* (2004). Medien in Österreich, in: HANS-BREDOW- INSTITUT (Hg.), Internationales Handbuch Medien 2004/2005, Baden-Baden, 505–520.
- Trappel, Josef* (2018). Rückzug der Regierung aus der Medienpolitik: Kommentar der anderen. Der Standard. 9. August 2018. www.derstandard.at/2000085064294/Rueckzug-der-Regierung-aus-der-Medienpolitik?
- Thurnher, Armin* (2001). Für den Markt, wider den Markt, in: Andy Kaltenbrunner (Hg.), Beruf ohne (Aus-)bildung – Anleitungen zum Journalismus, Wien, 22–28.
- Vowe, Gerhard* (2006). Mediatisierung der Politik?: Ein theoretischer Ansatz auf dem Prüfstand. Publizistik 51 (4): 437–455.
- Wiener Zeitung (2018). FPÖ will „nicht korrekte“ Korrespondenten streichen. 14. April 2018. https://www.wienerzeitung.at/nachrichten/oesterreich/politik/958764_FPoe-will-nicht-korrekte-ORF-Korrespondenten-streichen-Wrabetz-verteidigt-seine-Mitarbeiter.html.
- Wilhelmer, Philipp* (2018). Norbert Steger sieht im ORF einen „linken Endkampf“. Kurier. 17. April 2018. <https://kurier.at/amp/kultur/norbert-steger-sieht-im-orf-einen-linken-endkampf/400022332>.