

## Die Initiative zur Erhaltung der Medien- und Verlagervielfalt in Österreich informiert:



**Wolfgang Hasenhütl**  
Vorsitzender und Sprecher der Initiative zur Erhaltung der Medien- und Verlagervielfalt in Österreich, [initiative@medien-vielfalt.at](mailto:initiative@medien-vielfalt.at)

CAMPUS 02 hat mit Juli 2012 in der Studie zu „Anzeigenvolumen und Organisationsstruktur der Medienlandschaft – Analyse in der Steiermark und in Kärnten“ Zahlen erhoben: Insbesondere die Styria (mit ihrem Flaggschiff **Kleine Zeitung**) und die Media-print (allen voran mit der **Kronenzeitung**) dominieren zu fast 90 Prozent den Anzeigenmarkt in Südösterreich, wodurch 46 Verlagshäusern nur mehr zehn Prozent Marktanteil übrigbleiben. Ableitung: Es gibt keine mittelständischen Verlagshäuser mehr. Es wird aufgezeigt, dass die kaufmännische Basis für einen breitaufgestellten Medienmarkt in Südösterreich einfach nicht (mehr) gegeben ist.

### Erkenntnisse und Kernaussagen

- Zwei wirtschaftliche Einheiten – Styria Media Group und Mediaprint – lukrieren 88,7 Prozent des Anzeigenumsatzes in Südösterreich.
- Übrige Verleger und Kleinstverleger – 46 wirtschaftliche Einheiten – erzielen 11,3 Prozent des Anzeigenumsatzes in Südösterreich.
- Gesamtvolumen Anzeigenumsätze Steiermark & Kärnten beträgt 2010 230 Millionen Euro.
- Übrige Verleger erwirtschaften in Kärnten anteilmäßig etwas mehr als in der Steiermark.

### Ausgangssituation und Zielsetzung

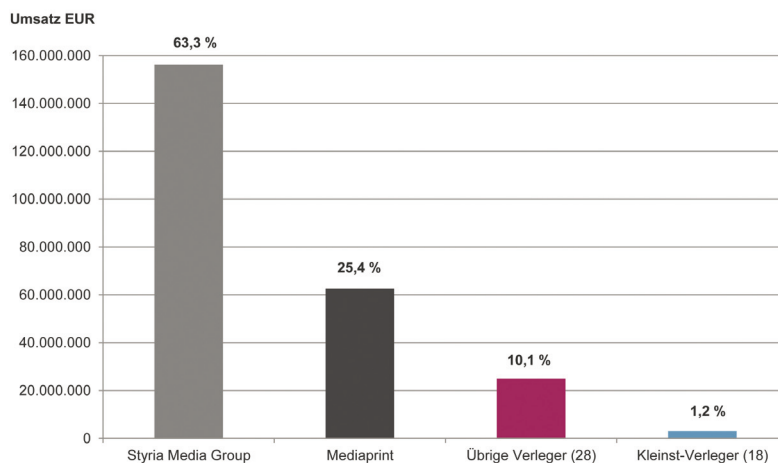
- Geringe Verlagervielfalt.
- Großteil des Marktes durch zwei Großkonzerne abgedeckt.
- Vergleichsweise geringere Umsätze/Reichweiten der „übrigen Verleger“.
- Darstellung der Organisationsstruktur der beiden Großkonzerne.
- Erhebung der Anzeigenumsätze der Printmedien.

Quelle: CAMPUS 02 „Anzeigenvolumen und Organisationsstruktur der Medienlandschaft – Analyse in der Steiermark und in Kärnten“/Juli 2012

# Aufsc

Medienkonzentration nimmt immer dramatischere Ausformungen an. Die Abhängigkeit zwi-

## Ergebnis Steiermark & Kärnten



### Anzeigenumsätze Steiermark & Kärnten gesamt

### k Kommentar

Eine Analyse vom Juli 2012 der Medienlandschaft in der Region Kärnten und Steiermark zeigt klar auf, dass zwei wirtschaftliche Einheiten – die Styria Media Group und Mediaprint – ca. 88,7 Prozent des Anzeigenumsatzes in Südösterreich lukrieren und somit bestimmend sind. Diese Studie basiert auf wirtschaftlichen Daten aus dem Jahr 2011 und wurde vom Studiengang Rechnungswesen & Controlling der FH Campus 02 in Graz durchgeführt und ausgewertet. Als Datenbasis dienen unter anderem entsprechende Informationen aus dem Firmenbuch. Die wesentlichen Erkenntnisse legen dar, dass in der untersuchten Region eine geringe Verlagervielfalt – bezogen auf wirtschaftliche Einheiten – vorliegt, der Großteil des Erhebungsmarktes von zwei Großkonzernen dominiert wird und demzufolge vergleichsweise eine untergeordnet geringe Reichweite bzw. ein geringes Anzeigenvolumen der „sogenannten übrigen Verleger“ und „Kleinstverleger“ erzielt wird. Somit wird aufgezeigt, dass im betrachteten Gebiet einige wenige Großverlagshäuser einen bestimmenden Einfluss auf die Medienlandschaft haben.



Dr. Christian Theuermann ist Lehrbeauftragter für Rechnungswesen und Controlling, FH CAMPUS 02, und Projektbetreuer der Studie „Anzeigenvolumen und Organisationsstruktur der Medienlandschaft – Analyse in der Steiermark und Kärnten“.

# chrei!

**schen Politik und Medien wird stetig größer.  
Trotz allem: Es gilt die Unschuldsvermutung!**

Anlassbezogen zu dieser Studie sehen wir als Initiative zur Erhaltung der Medien- und Verlagervielfalt in Österreich es als unsere journalistische Pflicht, auf den demokratiepolitischen Aspekt dieser brisanten Entwicklung hinzuweisen. Betrachtet man nämlich Reichweiten (i.e. Leser pro Ausgabe) und die kaufmännische Dominanz an sich, wird die Bedeutung der einzelnen Verlagshäuser erst so richtig plakativ. Wirtschaft, aber auch alle anderen Gesellschaftsbereiche in Österreich brauchen eine Vielzahl an Medien, die ein breites Angebot der veröffentlichten Meinung präsentieren können. Durch diese breite Verfügbarkeit muss aber auch gewährleistet sein, dass es viele unterschiedliche und unabhängige Verleger in Österreich gibt. Nur diese Situation ermöglicht dem Leser, sich aus unterschiedlichen veröffentlichten Meinungen eine eigene Meinung zu bilden. Aus dieser Summe an einzelnen Meinungen entsteht nämlich erst die öffentliche Meinung.

Was bedeutet das konkret? Wenn in Österreich nur mehr 17 Tageszeitungen publiziert und diese Tageszeitungen von sage und

**„Keine Medienvielfalt ohne  
Verlagervielfalt ...**

schreibe zehn Verlagshäusern betrieben werden, dann finden wir uns in einer prekären Phase unseres täglichen Tageszeitungsinformationsangebots. Zum Vergleich: In der Schweiz liegen pro Tag neben einer Vielzahl an Magazinen 126 Tagestitel auf. In Deutschland erscheinen täglich 369 verschiedene Tageszeitungen, abgesehen von weiteren Tausenden Publikums- und Fachzeitschriften. Im Unterschied zu Österreich gibt es in Deutschland KEINE Presseförderung im herkömmlichen Sinne, sondern lediglich eine Vertriebsförderung, damit gewährleistet bleibt, dass man von Flensburg

bis Passau jede Tageszeitung – egal wo ihr Verlagshaus steht – günstig abonnieren kann. Auch die Zuständigkeit in der Regierung ist weit weg von der Bundeskanzlerin angesiedelt (nämlich bei Filmförderung, Kunst und Kultur), damit auch nicht im Geringsten nicht nur seitens des Parlaments Anlass zu Argwohn hinsichtlich Einflussnahme aufkommen bzw. sich eine ungewünschte Nähe zwischen Regierungsoberhaupt und Verlegern entwickeln kann.

Österreich hingegen pflegt seit Bruno Kreisky eine sehr eigenartige Beziehung zwischen Politik und Medien bzw. Verlagshäusern. Seit Kreisky nämlich ist das Bundeskanzleramt für Medien zuständig und zeichnet auch maßgeblich für die Vergabe der Presseförderung verantwortlich. Dies geschieht in der KommAustria, wo – man höre und staune – auch die Kirche mit lauter Stimme vertreten ist. Bundeskanzler Faymann hat diese Nähe noch weiter auf die Spitze getrieben und aus dieser bislang noch recht verdeckten Art der Zuständigkeit einen offiziellen Staatssekretär für Medien herausgeschält: In dessen Zuständigkeit fällt nicht nur der ORF, sondern er greift auch in die medienpolitischen Belange von VÖZ

(Verband österreichischer Zeitungen) und ÖZV (Österreichischer Zeitschriften- und Fachmedien-Verband) ein. Im VÖZ sind übrigens sämtliche heimische Tageszeitungen (alle 17!) und führende Wochennachrichtsmagazine enthalten, die nun versuchen, die bislang zehn Millionen Euro Presseförde-

rung (dazu zählen neben der normalen Förderung u.a. Vertriebsförderung und Leseförderung) auf sage und schreibe 50 (!) Millionen Euro anzuheben. Diese „geringfügige“ Steigerung wird damit begründet, dass „Qualitätsjournalismus“ in jeglicher Form unterstützt werden muss. Ostermayer hat diesen Wunsch nach mehr finanzieller Stütze vorab zur Kenntnis genommen und ein entsprechendes Gutachten beauftragt. Welch Überraschung: Laut Gutachten besteht der Anspruch auch zu Recht! Jetzt stellt sich natürlich folglich die berechnete Frage: Wie weit dürfen sich Tageszeitungen noch als „unabhängig“ bezeichnen, wenn sie diesen Betrag – nach welchen Kriterien auch immer dieser vergeben wird – erhalten sowie eine für andere europäische Länder undenkbare Menge an Inseraten bzw. Medienkooperationen, Druckkostenbeiträgen u.a. von staatsnahen Unternehmen, von Bund und Bundesländern lukrieren. Faktum am Rande: Der ORF hat sicher das größte Problem der Beweisbarkeit seiner Unabhängigkeit aufgrund der Besetzung des Stiftungsrates mit seinen 35 Stiftungsratsmitgliedern – diese greifen maßgeblich in Personal, Budget, strategische Ausrichtung etc. ein. Der Stiftungsrat wird nach jeder Nationalratswahl aufgelöst und jeweils, bestimmt durch die Kräfteverhältnisse, neu zusammengesetzt. Die ORF-Journalisten kämpfen somit für die Entparteiisierung gegen Windmühlen, um aus dem Staatsbetrieb wieder einen öffentlich-rechtlichen Sender zu generieren, der künftig KEINE Regierungsnähe erkennen lässt. Übrigens: Wissen Sie, wie man Regierungsnähe am besten beurteilen kann? Wenn im ORF keine qualitativ hochwertige Politsatire mehr ausgestrahlt wird.

## Größte Medienunternehmen in Österreich

Umsatz 2008 in Millionen Euro

ORF		886
Styria Media Group	Kleine Zeitung, Die Presse	486 707
Mediaprint	Krone, Kurier	485
Moser Holding AG	Tiroler Tageszeitung	221
Verlagsgruppe News	tv-media, News	150
Niederöstr. Pressehaus	NÖN	108,3
Vorarlberger Medienhaus	Vbg Nachrichten	87
Wimmer Holding	OÖ Nachrichten	80
Salzb. Nachrichten Gruppe	Sbg Nachrichten	77
Der Standard		66,3
APA		58,3

**Zusammenschluss  
geplatzt**

Grafik: © APA, Quelle: APA/Der Standard

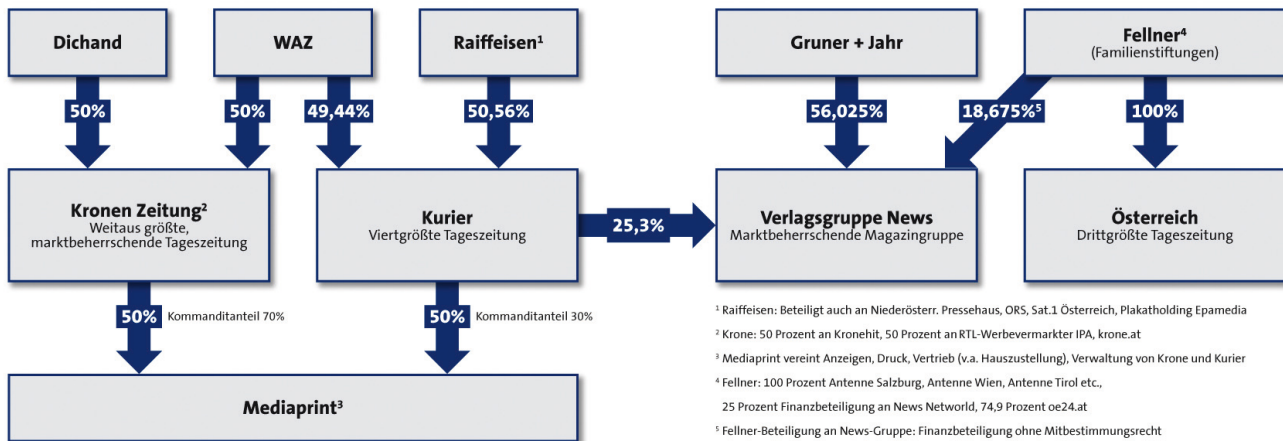
**APA**

Einige wenige Medienhäuser prägen unser Land. Der Medienexperte Harald Fidler meint in seinem Lexikon „Österreichs Medienwelt von A bis Z“ (2008): „Das herausragendste Merkmal von Österreichs Medienlandschaft ist die extrem hohe Konzentration, sowohl bei Zeitungs- und Magazinver-





## Der Mediamil-Komplex: Wie die Riesen zusammenhängen



Quelle: Harald Fidler „Österreichs Medienwelt von A bis Z“

woman bis hin zu Golf-/Auto-/Yacht-Revue, gusto in der mediaprint gefertigt. Diese damalige Gründung galt als Sündenfall der heimischen Medienlandschaft, konnte doch von nun an in Österreich fast jeglicher Zusammenschluss durchgeführt oder einzelne Märkte – wie etwa in Vorarlberg, wo die Krone ganze 4,3 Prozent Reichweite aufweisen kann – nahezu gänzlich abgeschottet werden. (Dort regiert mit einer schon österreichweiten Einzigartigkeit die Vorarlberger Russmedia.) Allseits bekannt und gerne zitiert gilt die Krone als größte Tageszeitung der Welt (gemessen an Reichweite im Verhältnis zu Bevölkerung).

Übrigens: Die Bundesländerzeitungen haben – wie ebenfalls dem aktuellen „KLIPP“ zu entnehmen ist – die „Bundesländerverlage Beteiligungs GmbH“ gegründet. Wobei festzuhalten ist, dass Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten, Salzburger Nachrichten, OÖN, Kleine Zeitung auf dem Markt unabhängig voneinander wirtschaftlich agieren. In dieser oben genannten Gesellschaft werden jedoch gemeinsame Geschäfte getätigt: Uns ist bekannt, dass diese Gesellschaft mit der „Entertainment-, Glücks- und Unterhaltungsspiel GmbH“ (gemeinsam mit Casinos Austria und Lotterien) und der Mediaprint, Krone und Kurier das Wettgeschäft mit dem Produkt „Tipp 3“ betreibt. Man sieht: Medienhäuser haben überaus variantenreiche Geschäftsmodelle, zu hinterfragen jedoch ist, wie Verlags-häuser von einem ursprünglichen Monopol (dem staatlichen Glücksspiel) die Lizenz erhalten haben.

Als einzige österreichweite Tageszeitung OHNE Zuordnung zu einem der bislang erwähnten Ver-

lagshäuser gilt Der Standard und hat sich somit eine wahre Sonderstellung erarbeitet: In etlichen journalistischen Themenbereichen ist er national wie international als lupen-reine Qualitätszeitung positioniert.

Die österreichische Medienlandschaft hat also eine eklatante Entwicklung durchge-macht: Vom Höchststand im Jahr 1945 mit 46 Tageszeitungen wurde durch den Wegfall der Partei-Tageszeitungen das Portfolio stark reduziert. Augenscheinlich haben die Par-teien viel zu lange an ihren Propaganda-Medien festgehalten und die jeweiligen Titel eindeutig zu spät in die freie Medienland-schaft entlassen, um dort Stellung zu bezie-hen. Diese Parteienmedien sind fast gänzlich vom heimischen Markt verschwunden. So-

wohl die Gründung der mediaprint als auch das ORF-Monopol sowie die regional verbleibenden Tageszeitungen haben ein schon fast aberwitziges Verhältnis zueinander. Kleinere Verlage in der Steiermark und in Kärnten reiben sich vor allem an dem Styria-Konglomerat. Styria und alle anderen in Österreich befindlichen Bundesländerzeitungen sehen wiederum die Krone als öster-reichweite Bedrohung. Und alle Tageszei-tungen wie Krone, Kleine etc. wiederum fin-den den ORF ständig als reformbedürftig bis hin zu zerschlagungswürdig.

Diese dermaßen komplexe Thematik ist an dieser Stelle nur äußerst schwer in einem Beitrag abzuarbeiten – wir werden Sie wei-terhin informieren. Entscheidend ist, dass wir an dieser Stelle nicht den „Aufstand der Kleinen“ planen, sondern die demokratiepolitische Relevanz der Medien- und Verle-gervielfalt und somit der Presse-freiheit als unsere journalistische Informationspflicht erachten. Öff-entliche Diskussion funktioniert ausschließlich durch nachhaltige Sensibilisierung. Und genau DAS ist das Ziel der Initiative zur Erhaltung der Medien- und Verle-gervielfalt in Österreich: Keine Medienvielfalt ohne Verlagervielfalt. Denn Vielfalt beugt der Ein-falt vor.

Übrigens: Österreich ist im inter-nationalen Ranking (Stand Mai 2013) von „Reporter ohne Gren-zen“ in Sachen Pressefreiheit von Platz 5 auf Platz 12 abgestuft wor-den.

*Dieser Artikel spiegelt aus-schließlich die Meinung der Ini-tiative und nicht des Verlages wider!*

## i Bundespresseförderung

### Wer seit 1975 wie viel bekam

Zeitung	Förderung
<b>AZ</b>	8,59 Mio. €
<b>Kärntner Tageszeitung</b>	33,86 Mio. €
<b>Kleine Zeitung</b>	9,15 Mio. €
<b>Kurier</b>	7,88 Mio. €
<b>Neue Kronen Zeitung</b>	8,88 Mio. €
<b>Neues Volksblatt</b>	27,28 Mio. €
<b>Neue Vorarlberger Tageszeitung</b>	22,51 Mio. €
<b>Neue Zeit</b>	30,34 Mio. €
<b>Neue Zeit/Tirol</b>	2,72 Mio. €
<b>Oberösterreichische Nachrichten</b>	8,90 Mio. €
<b>Die Presse</b>	44,29 Mio. €
<b>Salzburger Nachrichten</b>	11,05 Mio. €
<b>Salzburger Volkszeitung</b>	19,24 Mio. €
<b>Der Standard</b>	26,24 Mio. €
<b>Tiroler Tageszeitung</b>	9,24 Mio. €
<b>Vorarlberger Nachrichten</b>	8,48 Mio. €
<b>Volksstimme</b>	4,17 Mio. €
<b>Wiener Zeitung</b>	5,66 Mio. €
<b>Wirtschaftsblatt</b>	8,89 Mio. €

Quelle: RTR, Bundeskanzleramt / Auswahl:

Harald Fidler „Österreichs Medienwelt von A bis Z“