



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

Orientierung zum Frühstück.

Die Leistungen lokaler/regionaler Medien für die Gesellschaft
am Beispiel der Vorarlberger Nachrichten.

Verfasserin

Birgit Entner (Bakk. phil.)

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im August 2010

Studienkennzahl: 066/841

Studienrichtung: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Hannes Haas

„Alles, was wir erleben,
erleben wir nicht im luftleeren Raum,
sondern am konkreten Ort,
wir erleben es lokal.“

Golombek In: Wittkämper 1992, 92

Zusicherung

Ich versichere hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst, ganz oder in Teilen noch nicht als Prüfungsleistung vorgelegt und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Sämtliche Stellen der Arbeit, die benutzten Werken im Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, habe ich durch Quellenangaben kenntlich gemacht. Dies gilt auch für Quellen aus dem Internet.

Wien, im August 2010

Birgit Entner

Inhaltsverzeichnis

VORWORT	9
1. EINLEITUNG	10
2. PROBLEMSTELLUNG	14
3. BEGRIFFSBESTIMMUNG REGIONAL UND LOKAL	16
4. FORSCHÜNGSÜBERBLICK ZU LOKAL- BEZIEHUNGSWEISE REGIONALMEDIEN	20
4.1. DIE SOZIAL-INTEGRATIVE FUNKTION VON MASSENMEDIEN	20
4.2. DIE KONZENTRATION UND DAS PUBLIZISTISCH-POLITISCHE LEISTUNGSVERMÖGEN	22
4.3. DAS KRITISCHE POTENTIAL DER LOKAL- BEZIEHUNGSWEISE REGIONALPRESSE	25
4.4. DIE ROLLE DES REDAKTEURS BEZIEHUNGSWEISE DER REDAKTION	28
4.5. KOMMUNIKATIONSZOIOLOGISCHE FORSCHUNGSRICHTUNG	29
5. SYSTEMTHEORIE: BLICK AUF DIE MAKROEBENE	30
5.1. LOKALITÄT UND REGION IN BEZUG ZUR SYSTEMTHEORIE	33
5.2. „REALITÄT DER MASSENMEDIEN“ (NIKLAS LUHMANN)	34
5.3. JOURNALISMUS IN DER SYSTEMTHEORIE	39
5.4. DEFINITION (KOMMUNIKATIONS-)RAUM	44
6. KLÄRUNG DES MEDIENBEGRIFFS ZUR SPEZIFISCHEN PROBLEMSTELLUNG	48
7. FUNKTIONEN VON MASSENMEDIEN	50
7.1. FUNKTIONEN VON LOKAL- BEZIEHUNGSWEISE REGIONALMEDIEN	63
7.2. FUNKTIONENKATALOG – ZUSAMMENFÜHRUNG	77
8. NACHRICHTENFAKTOREN	81
8.1. LOKALE BEZIEHUNGSWEISE REGIONALE NACHRICHTENFAKTOREN	88
9. THEORETISCHE KONKLUSION IN FORM VON FORSCHUNGSFRAGEN	94
9.1. ANNAHMEN/HYPOTHESEN	96
10. THEORETISCHE KONKLUSION IN FORM DES KATEGORIENSYSTEMS	97
11. UNTERSUCHUNGSDESIGN	100
12. MEDIENSYSTEMANALYSE	102
13. RAUM VORARLBERG	105
13.1. VORARLBERG ALS REGIONALER KOMMUNIKATIONSRAUM	112
13.2. UNTERSUCHUNGSOBJEKT VN	113
13.2.1. GESCHICHTE VN	114
13.2.2. SELBSTBILD VN	116
13.2.3. BESCHAFFENHEIT VN	119
13.2.4. STICHPROBE	125

14. METHODENBESCHREIBUNG	127
14.1. QUANTITATIVE INHALTSANALYSE (MESSEN VON HÄUFIGKEITEN)	128
14.2. EXPERTENINTERVIEW	131
14.2.1. AUSWERTUNG DES EXPERTENINTERVIEWS: QUALITATIVE INHALTSANALYSE	133
15. DARSTELLUNG UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE	136
15.1. RESSORTS	136
15.2. FAKTOR NÄHE	138
15.3. REDAKTIONELLER INHALT VS. BEZAHLTER INHALT	141
15.4. ARTIKEL UND BILDER	143
15.5. STELLENWERT DER KOMMENTARE	145
15.6 THEMENSTRUKTUR	146
15.7. AKTEURE	153
15.8. SOZIALE FUNKTIONEN	156
15.8.1. SOZIALISATIONSFUNKTION	157
15.8.2. SOZIALE ORIENTIERUNG	159
15.8.3. IDENTITÄTSSTIFTUNG/INTEGRATIONSFUNKTION	161
15.8.4. ENKULTURATIONSFUNKTION	164
15.8.5. RATGEBERFUNKTION	165
15.8.6. UNTERHALTUNGSFUNKTION	166
15.8.7. FUNKTION DER STATUSVERLEIHUNG	168
15.8.8. CHRONISTENFUNKTION	169
15.9. POLITISCHE FUNKTIONEN	171
15.9.1. HERSTELLUNG VON ÖFFENTLICHKEIT	172
15.9.2. ARTIKULATIONSFUNKTION	173
15.9.3. POLITISCHE SOZIALISATION	176
15.9.4. HERSTELLUNG VON TRANSPARENZ	177
15.9.5. KRITIK- UND KONTROLLFUNKTION	178
15.9.6. FORUMSFUNKTION	180
15.9.7. ANWALTSFUNKTION	181
15.9.8. TRANSPORTFUNKTION	182
15.9.9. FUNKTION DER STATUSVERLEIHUNG	182
15.10. WIRTSCHAFTLICHE FUNKTIONEN	182
15.10.1. ZIRKULATIONSFUNKTION	183
15.10.2. KAPITALVERWERTUNG DURCH WERBUNG	184
15.10.3. REGENERATIVE FUNKTION/UNTERHALTUNGSFUNKTION	185
15.10.4. HERRSCHAFTLICHE FUNKTION	186
15.10.5. WIRTSCHAFTLICHE INFORMATIONSFUNKTION	186
15.11. EXKURS: DIE VN ALS „FRÜHSTÜCKSGAST“	187
16. ZUSAMMENFASSUNG	190
17. KONKLUSION UND AUSBLICK	198
18. BIBLIOGRAPHIE	201

VORWORT

Warum lokale und regionale Medien? Warum nicht die großartigen Ereignisse der Weltgeschichte? Warum das Kleine und nicht das Große? Warum nur dieses Thema? Nicht nur meine ersten Gehversuche im Lokal- und Regionaljournalismus lehrten mich, dass die Nahwelt einfach interessiert. Die Erfahrungen, die im Leben gemacht werden, zeigen immer wieder, dass es von großer Bedeutung ist, dass wir über unser nahes Umfeld Bescheid wissen und wie wir davon (nicht nur primär) erfahren haben. Nicht die einzige, aber eine wichtige Instanz stellen dabei auch Lokal- und Regionalmedien dar: weil wir wissen wollen, was geschieht, nicht nur in der weiten Welt, sondern auch hier, genau da, wo wir jetzt sind.

Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft kann in diesem Bereich Deutungsangebote bieten, das Forschungsfeld zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien wurde aber in den letzten Jahrzehnten doch vernachlässigt. Einerseits erschwerte diese Tatsache meine Arbeit, andererseits kann aber vorwiegend von einer positiven Herausforderung gesprochen werden, etwas Neues zu schaffen und möglicherweise sogar einen Anstoß in der Forschung zu lokalen und regionalen Medien sowie zu den Funktionen von Massenmedien zu geben. In diesem Zusammenhang möchte ich mich besonders für die Bereitschaft von Eugen Russ, Christian Ortner und Gerold Riedmann bedanken, die mit Ihrem Expertenwissen und Ihrer Unterstützung einen wichtigen Beitrag zu dieser Arbeit geleistet haben.

Außerdem danke ich meinen Eltern Helga und Helmut, dass sie mir ermöglicht haben, diese Herausforderung überhaupt wahrzunehmen, dass sie immer an mich geglaubt haben und mir beinahe unermüdlich zur Seite standen. Ich danke meinen tüchtigen Studienkollegen (Ulrike, Nora, Claudia, Peter und Bernhard), die immer ein offenes und fachlich sehr kompetentes Ohr für mich hatten und stundenlange Diplomarbeitsdiskussionen auf sich nahmen. Außerdem danke ich meinen Mitbewohnerinnen Sonja und Eva, die sich oft fürsorglich um mich kümmerten. Ebenso danke ich allen anderen Menschen, die auf die Frage wie es mir geht, den Arbeitsstand meiner Diplomarbeit zu hören bekamen und geduldig meine neuen wissenschaftlichen Errungenschaften mit mir teilten (beziehungsweise teilen mussten). Und zu guter Letzt danke ich dir Stefan für deine Geduld, deine Unterstützung und besonders dafür, dass du immer an mich geglaubt hast, was mich jeden Tag aufs Neue bestärkt hat, mich wieder ins Abenteuer Diplomarbeit zu stürzen.

1. Einleitung

Überschauen wir unsere Welt? Verstehen wir sie noch? Diese Fragen, so ungewöhnlich sie scheinen mögen, leiten in gewisser Weise die vorliegende Forschungsarbeit. Denn eine Folge der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung, die sich seit dem 19. Jahrhundert fortwährend entwickelt hat, ist die grundsätzliche Abnahme der persönlichen Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten. In diesem Zusammenhang können lokale beziehungsweise regionale Medien genauer betrachtet werden, denn sie schaffen die Möglichkeit sich im engeren Umfeld zurechtzufinden.

„Lokale und regionale Berichterstattung ermöglicht somit, trotz wachsender Anonymität und sinkender traditioneller Kommunikationsformen (persönliche Kontakte) einen gemeinsamen Wissens-, Erkenntnis- und Erlebnisstand. [...] Sie stellen einen direkten Bezug her zu unserem Umfeld, sprechen die Medienkonsumenten um vieles direkter und persönlicher an.“¹

Die Umweltkomplexität erhöht sich, ihre Reduktion gewinnt an Bedeutung und damit auch die Massenmedien. Doch welche Funktionen sollen und können diese für die Gesellschaft erfüllen?

„Moderne westliche Gesellschaften sind durch zunehmende Komplexität gekennzeichnet, Massenmedien haben in solch komplexen Gesellschaften wesentliche Vermittlungsfunktionen zur Gewährleistung des sozialen Zusammenlebens, zur Reduktion sozialer Komplexität [...] zur Vermittlung innerhalb einer immer stärker ausdifferenzierten Gesellschaft [...]“²

Welche Position nehmen dabei im Besonderen die lokalen beziehungsweise regionalen Medien ein?³ Was müssen Medien in der gegenwärtigen Gesellschaft leisten, um die auf die Ausdifferenzierung erfolgenden Defizite auszugleichen?⁴ Diese Fragen stehen in dieser Arbeit im Forschungsfokus, wobei ein besonderes Augenmerk auf die Lokal- beziehungsweise Regionalmedien gelegt wird. Was also leisten lokale beziehungsweise regionale Massenmedien für die Gesellschaft? Was bieten sie ihrer Umwelt an? In welchem Zusammenhang steht der Nachrichtenfaktor Nähe zur Reduktion der Umweltkomplexität?

¹ Nick/Wolf In: Nick/Wolf 1996, 6

² Wallner 2007, 41f

³ Die Definition der Begriffe regional und lokal ist in der Wissenschaft umstritten, eine Einigkeit kann kaum gefunden werden. Auf die Begriffsdefinition und die „Begriffsverwirrung“ wird in Kapitel 3 eingegangen.

⁴ Vgl. Spatenegger 2000, 63

„Die allgemeine gesellschaftliche Modernisierung, der technische und wirtschaftliche Fortschritt, einhergehend mit einer sprunghaften Ausweitung der Handlungsmöglichkeiten (Optionen) für den einzelnen, können also für den Verlust des Heimatgefühls, für eine 'Auflösung traditioneller Bindungen und bislang unbefragter Sinnhorizonte, verantwortlich gemacht werden.“⁵

So folgte aus der Unübersichtlichkeit ein Bedürfnis an Nähe, daran die „fassbare“ Umwelt zu verstehen und in sie eingreifen zu können. Gerade lokale beziehungsweise regionale Medien können einen wesentlichen Teil dazu beitragen. Sie reduzieren die Komplexität jener Ereignisse, die im regionalen beziehungsweise lokalen Raum entstehen. Sie spiegeln nicht die Wirklichkeit, sondern konstruieren sie, sie sind im sozialen Nahraum Teil davon, sie interpretieren sie und bieten Deutungsangebote.

„In lokalen Medien sind Freizeittipps aus der Nähe zu finden, sind Berichte über die umliegenden Schulen und kommunalpolitischen Entscheidungen zu finden. Über viele Jahrhunderte hinweg galt dabei der Markt als Ort, an dem lokale Neuigkeiten ausgetauscht werden. [...] Einen solchen Marktplatz gibt es heute nicht mehr. An seine Stelle sind institutionalisierte Formen der Kommunikation getreten, lokale Massenmedien, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, über das zu informieren, was sich der eigenen Erfahrung entzieht.“⁶

Dennoch, Lokal- beziehungsweise Regionalmedien werden in der wissenschaftlichen Aufarbeitung häufig unterschätzt, ihre mangelhafte Qualität wird angeprangert, ihr Auftreten kritisiert. Lokale Eliten stehen im Mittelpunkt der Berichterstattung, die Kritik- und Kontrollfunktion existiere kaum mehr.⁷ So bezieht sich die Erforschung von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien häufig auf die Qualität, auf die Arbeitsweise der Redaktion oder auch auf Konzentrationsprozesse, worauf in Kapitel 4 kurz eingegangen wird.

In dieser Forschungsarbeit stehen sich zwei Aspekte gegenüber. Der bereits existierende Funktionenkatalog, der in der Basis nach Ronneberger die gesellschaftlich-sozialen Funktionen der Sozialisation, der Enkulturation, der sozialen Kontrolle, der sozialen Orientierung, der sozialen Integration und der Rekreation umfasst⁸ und im weiteren Verlauf der Geschichte der Kommunikationswissenschaft adaptiert wurde. In diesem Katalog werden in weiterer Folge die normativ zu

⁵ Jonscher 1995, 23 (zitiert Hahn 1979, 39)

⁶ Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 29

⁷ Vgl. dazu: Jonscher 1995, 235; 477f; Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 111

⁸ Vgl. Ronneberger In: Haas/Jarren 2002, 61ff

erfüllenden Funktionen der Massenmedien auf sozialer, politischer und ökonomischer Ebene aufgelistet. Dem stehen im methodischen Abschnitt die Vorarlberger Nachrichten (VN) mit einer Reichweite von 67 Prozent in Vorarlberg gegenüber, die dadurch angenommen die besten Voraussetzungen haben, diese Leistungen zu erfüllen. Die Reichweite alleine determiniert jedoch nicht zugleich die Leistungserfüllung, was somit empirisch überprüft werden muss. So wird ausgehend von den bereits bestehenden Funktionsbestimmungen an der Analyse gefeilt und mögliche neue Funktionen, die sich aus der Analyse ergeben, ergänzt. Es soll dabei keine Anleitung für das perfekt konzeptionierte Lokal- beziehungsweise Regionalmedium geschrieben werden. Anhand der empirischen Untersuchung soll aber deskriptiv erforscht werden, welche Funktionen die Lokal- beziehungsweise Regionalmedien für die Gesellschaft leisten. Das Ergebnis kann mit der hohen Reichweite der VN in Verbindung gebracht werden und schlussendlich, wie bereits angedeutet, dazu beitragen, den Funktionenkatalog zu aktualisieren sowie für Lokal- beziehungsweise Regionalmedien zu adaptieren.

„Schließlich sei darauf hingewiesen, daß [sic!] in jeder Gesellschaft die Funktionen der Massenkommunikation schwerpunktmäßig verschieden verteilt und auch von den Medien unterschiedlich wahrgenommen werden.“⁹

So wird nun neben Qualitätsdebatten und Forschungen zu Konzentrationsprozessen ein anderer Blickwinkel in Bezug auf Lokal- beziehungsweise Regionalmedien eingenommen, wobei anhand einer systemtheoretischen Basis (siehe Kapitel 5), der bestehenden Funktionenkataloge (siehe Kapitel 7) und Nachrichtenwerte (siehe Kapitel 8) die potenzielle Makroebene und die Funktionserfüllung der Massenmedien für die Gesellschaft erforscht werden soll. Die Forschungsfragen schließen unter anderem an Ronneberger an, der von „funktionalen Erfordernissen“ spricht, die in einer Gesellschaft vorfindbar sind, und „durch die Tätigkeit des Systems Massenkommunikation befriedigt beziehungsweise mit befriedigt werden können“.¹⁰ Was lokale beziehungsweise regionale Medien nun für die Gesellschaft leisten, stand am Beginn dieser Forschungsarbeit, weitere differenzierende Fragestellungen wurden im Zuge der Literaturstudie ergänzt (siehe Kapitel 9). Die existierenden Funktionenkataloge werden mit den Nachrichtenwerten kombiniert und sollen somit überprüft und bei Bedarf erweitert werden. Die VN, als reichweitenstärkstes Lokal-

⁹ Ronneberger In: Haas/Jarren 2002, 61

¹⁰ Ronneberger In: Haas/Jarren 2002, 61

beziehungsweise Regionalmedium in Österreich, stellen dabei das Untersuchungsobjekt dar und sollen nach einer theoretischen Abhandlung des Forschungsproblems Aufschluss über die bestehenden Fragen geben. So kann die Arbeit auch dazu beitragen, den Stellenwert von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien in der Gesellschaft zu eruieren und ebenso ein weitreichend unerforschtes Gebiet wieder in die kommunikationswissenschaftliche Forschung zurückzuführen und genauer zu betrachten.

2. Problemstellung

„Erst Kommunikation ermöglicht die Übertragung von Kultur, mithin die Kontinuität der Gesellschaft. Nur durch Kommunikation untereinander sind Menschen in der Lage, Gemeinsamkeiten zu stiften, Gruppen, Solidargemeinschaften und Gesellschaften zu bilden.“¹¹

Lokal- beziehungsweise Regionalmedien wurden in der Kommunikationswissenschaft lange Zeit nicht mit einbezogen. Die Forschung in dieser Sparte setzte erst mit der Konzentrationswelle von Lokalmedien Ende der sechziger Jahre ein. Heute findet das bis Mitte der neunziger Jahre sporadisch erforschte Gebiet beinahe wieder zu seinem ursprünglichen Status zurück – zur Vernachlässigung. Mit der Erforschung neuer Funktionen beziehungsweise der Operationalisierung und Aktualisierung des Funktionskataloges soll in der Kommunikationswissenschaft auf lokale beziehungsweise regionale Medien aufmerksam gemacht werden. Ihre Funktionen zu unterschätzen, gar zu untergraben, wäre nicht zielführend. Eine deskriptive Abhandlung des Forschungsproblems soll neue Aufschlüsse bieten. Somit kann auf wissenschaftlicher Ebene wiederum die Funktion für die Gesellschaft wahrgenommen werden, auf ein Problem aufmerksam zu machen und Lösungsvorschläge anzubieten, sodass es gelingen kann, Lokal- beziehungsweise Regionalmedien als Forschungsobjekt möglicherweise wieder im wissenschaftlichen Diskurs zu etablieren und je nach Ergebnislage in der Gesellschaft erneut zu positionieren.

Denn lokale beziehungsweise regionale Räume und Regionen sind Kommunikationsräume, für die von den Massenmedien bestimmte Funktionen und Leistungen erfüllt werden müssen beziehungsweise können. Trotz des nahen Aktionsraumes der Lokal- beziehungsweise Regionalmedien besteht das Bedürfnis der Verringerung der Komplexität, der Informationsvermittlung und weiteren Leistungen der Massenmedien. Inwiefern diese für die Gesellschaft von Bedeutung sind und durch lokale beziehungsweise regionale öffentliche Kommunikation erfüllt werden, soll in diesem Forschungsvorhaben geklärt werden. Mögliche Lücken bereits bestehender Funktionskataloge sollen gefüllt und auf Lokal- beziehungsweise Regionalmedien spezifiziert werden.

Die Notwendigkeit dieses Vorhabens zeigte sich besonders bei der Quellenrecherche. Die Literaturstudie verdeutlichte, dass nur wenige Studien zu den Funktionen von

¹¹ Jonscher 1995, 13

Massenmedien bestehen. Oft werden einzelne Funktionen, wie beispielsweise die sozial-integrative Funktion, empirisch untersucht. Ein umfassender Funktionenkatalog wurde jedoch bisher weder theoretisch noch empirisch in befriedigendem Ausmaß wissenschaftlich behandelt. Auch angloamerikanische Beiträge streifen nur die Thematik des vorliegenden Forschungsvorhabens. So muss neben der Fokussierung der Literatur zu Funktionen von Massenmedien beziehungsweise zu lokalen beziehungsweise regionalen Massenmedien ebenso einiges an Literatur herangezogen werden, die das Thema nur streift. Denn die „weißen Forschungsflächen“ sind deutlich sichtbar.

Diese Arbeit soll somit auf zwei Ebenen einen Beitrag leisten. Einerseits soll sie einen Anstoß geben, lokale beziehungsweise regionale Medien wieder deutlich mehr in die Forschung mit einzubeziehen. Außerdem sollen die Funktionen von Massenmedien in einem breiteren Umfang untersucht und womöglich auch neue Funktionen festgemacht werden. Das Erkenntnisinteresse liegt daher neben lokalen beziehungsweise regionalen Medien an sich besonders in ihren Funktionen. Ein stiefmütterlich behandelter Forschungsbereich soll wiederbelebt, seine Bedeutung für die Kommunikationswissenschaft hervorgehoben werden. Ebenso konnte bisher noch keine Forschungsarbeit gefunden werden, in der versucht wird, das theoretische Konstrukt des gesamten Funktionenkatalogs empirisch zu untersuchen. Die kommunikationswissenschaftliche Relevanz und die große Bedeutung des vorliegenden Forschungsvorhabens an sich treten dadurch besonders in den Vordergrund.

Zuerst wird die Begriffsverwirrung der Begriffe „lokal“ und „regional“ erläutert, deren Definition nicht trennscharf verstanden werden kann (siehe Kapitel 3). In weiterer Folge wird in Kapitel 4 ein Forschungsüberblick zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien dargestellt. Nachdem die Metatheorie (Systemtheorie) in Kapitel 5 dargestellt wurde, wird der zugrunde liegende Medienbegriff (Kapitel 6) erklärt. Daraufhin wird näher auf die Funktionsforschung (Kapitel 7) und die Nachrichtenwerttheorie (Kapitel 8) eingegangen.

3. Begriffsbestimmung regional und lokal

Die Begriffsbestimmung von regional und lokal ist vorwiegend in der Literatur aus Deutschland zu finden. Die Übernahme für Österreich kann somit nur teilweise erfolgen. Kieslich spricht beispielsweise davon, dass die Begriffe nicht im geographischen Sinne verstanden werden dürfen,¹² da sich die Mediensysteme an sich unterscheiden. Auch Jonscher betont, dass sich die Definition nach kommunalen, politischen und soziologischen Gegebenheiten richten müsse.¹³

„Regionalismus läßt [sic!] sich eben nicht allein durch die Existenz eines bestimmten erdräumlich abgrenzbaren Gebietes definieren und konstituieren: Das ausschlaggebende Moment ist das durch Kommunikation zustande kommende Sozialbewußtsein [sic!], wonach Menschen unter jeweils von der Umwelt abgrenzbaren Bedingungen zusammenleben und zusammengehören.“¹⁴

Kleinsteuber wiederum definiert den lokalen beziehungsweise regionalen Raum nach geographischen, technischen, rechtlichen, politischen, werbeökonomischen, besitzökonomischen und programmlichen Attributen.¹⁵ Ronneberger hingegen konstatiert:

„Kommunikation ist nicht nur durch Räume bedingt, sie stiftet auch Räume und gestaltet sie.“¹⁶

Ebenso konstituieren nach Ronneberger Medien, wie die Tagespresse, eigene Kommunikationsräume.¹⁷ Auch Kieslich definiert Lokalkommunikation wie folgt:

„[...] was möglichst viele Menschen, die in das System ‚Lokales‘ integriert sind, als Mitglieder dieses Systems betrifft und angeht [...]“¹⁸

Und Jonscher:

„Lokale Kommunikation in der heutigen Zeit stellt sich somit überwiegend als Massenkommunikation dar, dient als Informationsbrücke zwischen wenigen Kommunikatoren, hauptsächlich den Verbänden, Parteien und Vereinen, und einer anonymen Vielzahl von Rezipienten andererseits auch dem Ziel, den kommunikativen Austausch in der Nahwelt, unter

¹² Kieslich 1972/1, 96

¹³ Vgl. Jonscher 1991, 11

¹⁴ Ronneberger In: Publizistik 1990/3, 266

¹⁵ Vgl. Kleinsteuber 1991, 23

¹⁶ Ronneberger In: Publizistik 1990/3, 257

¹⁷ Vgl. Ronneberger In: Publizistik 1990/3, 261

¹⁸ Kieslich In: Publizistik 1972/1, 96

Nachbarschaftsgruppen, -verbänden und Bürgerinitiativen, zu ermöglichen und damit neue basisdemokratische Formen und Möglichkeiten der Bürgerkommunikation zu schaffen.“¹⁹

Pragmatisch wirkt dagegen Will Teicherts Argumentation, die anhand gewisser Bestimmungsgrößen zum Arbeitsmarkt, zu Wohnungsbedingungen, zu Freizeitmöglichkeiten, zur Bevölkerungszahl und zur Raumgröße den regionalen beziehungsweise lokalen Raum absteckt.²⁰ Dabei kritisiert er die Ungenauigkeit der bisherigen Begriffsbestimmung. So muss die Bevölkerungszahl innerhalb einer Region bei etwa 500.000 Personen liegen. Die höchste Entfernung innerhalb der Region darf keine 90 PKW-Minuten überschreiten. Es muss ebenso ein Kerngebiet als Regionsmittelpunkt bestehen.²¹

Kieslich definiert das Lokale als „ein System innerhalb der Gesellschaft – und damit [...] [als] gesellschaftliches System“,²² wobei das System nur durch Kommunikation integriert werden könne. Darum sollte zwischen einer soziologischen Definition, die durch Interaktion und Kooperation bestimmt ist und der juristischen Definition, die sich auf das verwaltungstechnische Gebiet bezieht, unterschieden werden.²³ Dabei beschreibt Wehling die Region wie folgt:

„Als Region definieren wir ein umgrenztes Gebiet mit festen Traditionen, die bis zum heutigen Tag verhaltensprägend sind. Subjektiv schlägt sich die Region als Bewußtsein [sic!] von der Zugehörigkeit (Wir-Gefühl) bei ihren Bewohnern nieder. Grenzen und Spezifika der Region sind historisch bestimmt durch die früheren politischen Herrschaftsverhältnisse, die die Bewohner einem gemeinsamen Schicksal unterwarfen.“²⁴

An dieser kurzen Abhandlung lässt sich erkennen, dass es – wie Dorsch feststellt – keine allgemein gültige Definition für das Lokale beziehungsweise Regionale geben kann²⁵ und wie unterschiedlich die Begriffsbestimmungen zu lokal und regional sind, die sich auf die Folgebegriffe der „lokalen/regionalen Kommunikation“ und der „lokalen/regionalen Medien“ auswirken.

¹⁹ Jonscher 1995, 19

²⁰ Vgl. Teichert zit. in: Mast/Weigert 1991, 18f; vgl. Teichert zit. in: Jonscher 1995, 32

²¹ Vgl. Teichert zit. in: Mast/Weigert 1991, 18f; vgl. Teichert zit. in: Jonscher 1995, 32

²² Kieslich in: Publizistik 1972/1, 96

²³ Vgl. Koudelka 1991, 65

²⁴ Wehling zit. in: Mast/Weigert 1991, 18

²⁵ Vgl. Dorsch in: Publizistik 1978/3, 191

Es ist ebenso zu erkennen, dass in der Forschung Mitte der neunziger Jahre keine weiteren Definitionsversuche vorgenommen wurden. Zusammenfassend herrscht dennoch weitgehend Einigkeit darin, dass die Definition von lokal und regional nicht starr nach geographischen Grenzen gezogen werden darf.²⁶ Denn:

„Die geographisch und/oder sozial bestimmbaren Räume sind [...] nicht auf Dauer angelegt, sondern konstituieren sich durch das gemeinsame Interesse an Themen.“²⁷

Um der Begriffsverwirrung zwischen lokal und regional in der vorliegenden Arbeit zu entkommen, wird demnach die Definition von Koszyk und Pruys herangezogen, die sich für das Forschungsvorhaben als grundlegende Definition eignet. Für die Forscher ist die „Lokalzeitung“ ein Oberbegriff „für Zeitungen, die innerhalb eines vergleichsweise eng umgrenzten Raumes verbreitet sind.“²⁸ Daneben bezieht sich die regionale Presse nach Koszyk und Pruys auf Landschaften und Provinzen, die Lokalpresse auf die Stadt-, Kreis- oder Bezirksebene.²⁹ Dazu soll ebenso folgende Kategorisierung Kleinsteubers mit einbezogen werden, die zur Definition des lokalen und regionalen Raums von Koszyk und Pruys ergänzend angeführt werden kann.

- International	= mehrere Staaten umfassend (z.B. West Europa);
- National	= bezeichnet einen (National-)Staat;
- Regional	= umschreibt Teile eines Staates (z.B. Bundesland, Provinz, Distrikt oder ähnliches);
- Lokal	= enthält Teile einer Region (z.B. eine Stadt, ein Dorf oder ähnliches);
- Sub-lokal	= enthält Teile einer Lokalität (z.B. einen Stadtteil, eine Nachbarschaft oder ähnliches).

Abb. 1: Klärung der Begriffe regional und lokal nach Kleinsteuber 1991, 22

Lokal bedeutet neben dieser pragmatisch geographischen Definition für Kleinsteuber ebenso „Heimat“, das „Nahebei“, etwas Vertrautes.³⁰ Die „kleinste je verfügbare oder denkbare Grundeinheit“³¹ stellt ebenso für Katzenberger das „Lokale“ dar. So werden auch in der Kommunikationswissenschaft die Begriffe Lokalität und Region „häufig zur Bezeichnung von Räumen [verwendet], wenn es darum geht, die Nahwelt des Bürgers zu umschreiben.“³²

²⁶ Vgl. dazu Kieslich In Publizistik 1972/1 95ff; Jonscher 1991 15ff

²⁷ Mast/Weigert 1991, 20

²⁸ Koszyk/Pruys 1981, 164

²⁹ Vgl. Koszyk/Pruys 1981, 164

³⁰ Vgl. Kleinsteuber 1991, 22

³¹ Katzenberger 1999, 56

³² Mast/Weigert 1991, 18

In der vorliegenden Forschungsarbeit eignet sich die geographische Definition nach Koszyk und Pruys in Zusammenhang mit der Definition Kleinsteubers unter anderem deshalb, da Vorarlberg selbst einen überschaubaren Raum darstellt, der aus vier Bezirken besteht. Somit stellen die Bezirke die Lokalität, das Bundesland im Gesamten die Region dar. Die Auflistung Kleinsteubers zeigt zusätzlich zur Begriffsdefinition von Koszyk und Pruys, dass das Bundesland als regional und Teile dessen als lokal angesehen werden können, die Nähe und die Vertrautheit aber nicht außer Acht gelassen werden darf.

4. Forschungsüberblick zu Lokal- beziehungsweise Regionalmedien

Die Forschung zu Lokal- beziehungsweise Regionalmedien umfasst laut Saxer mehrere Forschungsrichtungen, die in diesem Kapitel in fünf Schritten aufgezeigt werden.

- 1) Janowitz gilt in den fünfziger Jahren als Pionier der Erforschung zu Lokal- beziehungsweise Regionalmedien, dessen sozial-integrative Funktion er ausfindig machen wollte.
- 2) In den sechziger Jahren eröffnete sich eine neue Forschungsrichtung, die sich mit der Pressekonzentration im Bereich der Lokalmedien auseinandersetzt.
- 3) Eine Gegenposition zur gemeindesoziologischen Forschung stellt jene Richtung dar, die das kritische Potential sowie die Beziehungen zwischen Lokalhonoratioren und der Lokalpresse untersucht.
- 4) Die kommunikationssoziologische Forschungsrichtung stützt sich auf die Systemtheorie, wobei es sich um Funktionen und Erwartungen der näheren Umwelt handelt, die mit den Lokal- beziehungsweise Regionalmedien in Zusammenhang gebracht werden.
- 5) Außerdem darf die berufssoziologische Forschung nicht außer Acht gelassen werden, die den Redakteur beziehungsweise die Redaktion in den Mittelpunkt ihrer Untersuchungen stellt.³³

4.1. Die sozial-integrative Funktion von Massenmedien

Sind sie ein möglicher Integrationsfaktor? Die Pionierstudie dazu lieferte Janowitz, der in den fünfziger Jahren die sozial-integrative Funktion von „community papers“ in Chicago untersuchte und eine deutlich positive Korrelation zwischen integrierten Bewohnern, also deren politische Kompetenz und politischem Engagement und „community papers“ feststellte. Seine Ergebnisse waren deutlich: Verheiratete lesen die „community papers“ häufiger, mit der Zahl der Kinder steigt das Interesse an ihnen. Je länger Personen außerdem in einem Viertel wohnen und je wohler sie sich dort fühlen, desto eher lesen sie die „community papers“.³⁴

³³ Vgl. Saxer In: Langenbucher 1980, 36

³⁴ Vgl. Janowitz zit. in: Koudelka 1991, 67f

So konstatierte Janowitz:

„community press helps to maintain local community activity and identification“³⁵

Mit der Kausalkette „Lokalteililektüre – Informiertheit – Integration“ kann jedoch nach Irle nur bedingt eine integrative Funktion nachgewiesen werden, da Integration ein vielschichtiger Begriff sei. Er stellt somit keinen direkten Zusammenhang zwischen der Lokalpresse und Integration fest.³⁶ Außerdem kann die Richtung der Kausalkette nicht bestimmt werden, da nicht feststeht, ob die Integration von der Lokalteililektüre oder das Lesen der Lokalteililektüre von dem Grad der Integration abhängt. Unterschiede in Bezug auf ihre Integrationsfunktion bestehen nach Irle zwischen Konkurrenz- und Monopolzeitungen nicht.³⁷ Dennoch konstatiert er 1961 nach einer systematischen Bevölkerungsbefragung, dass die Leser lokaler Tageszeitungen besser informiert sind als Nicht-Leser, hingegen jedoch Leser überregionaler „Boulevard-Blätter“ den Informationsgrad der Lokalzeitungsleser übersteigen. So zieht er den Schluss, dass das Hauptinteresse lokaler Zeitungsleser weniger auf dem politischen, sondern mehr auf dem unterhaltenden Teil liegt.³⁸ Ein Forschungsdefizit liegt nach Saxer aber noch in der Untersuchung des Hofberichterstattungsvorwurfs sowie in der Arbeitsüberlastung der Lokaljournalisten.³⁹

Auch Rink, ebenso wie Kunz, stellten einen Zusammenhang zwischen gemeindlicher Integration und Präferenzen für die Lokalberichterstattung fest sowie eine starke positive Korrelation zwischen Rezeption der Lokalpresse und der Gemeindeintegration.⁴⁰ Oswald erforschte, dass Lokalmedien mehr als Unterhaltungslektüre genutzt werden,⁴¹ Schwonke und Herlyn sehen im Informiert sein bereits ein Merkmal der Integration in die Gemeinde und können die Ergebnisse von Janowitz in Bezug auf den Beziehungsstatus und die Kinderanzahl bestätigen.⁴²

³⁵ Janowitz zit. in: Begemann 1982, 97; die Ergebnisse können nicht vorbehaltlos übernommen werden, da in Österreich beispielsweise die soziale Homogenität der Leser geringer ist als jene der Menschen in Chicago (vgl. Koudelka 1991, 71)

³⁶ Vgl. Irle zit. in: Begemann 1982, 102f; Irle zit. in Koudelka 1991, 72

³⁷ Vgl. Irle zit. in: Saxer In: Langenbucher 1980, 37f

³⁸ Vgl. Irle zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 64

³⁹ Vgl. Saxer In: Langenbucher 1980, 39

⁴⁰ Vgl. Rink zit. in: Koudelka 1991, 71; vgl. Rink und Kunz zit. in: Begemann, 100

⁴¹ Vgl. Oswald zit. in: Begemann 1982, 104f

⁴² Vgl. Schwonke/Herlyn zit. in: Begemann 1982, 105; vgl. Schwonke/Herlyn zit. in: Koudelka 1991, 73

Paek, Yoon und Dhavan stellen fest, dass „hard news reading“ oft mit „community involvement“ in positivem Zusammenhang steht. Ebenso zitieren sie Stamm et al., die eine positive Verbindung zwischen lokalen Zeitungen und Integration in die Gemeinde feststellten.⁴³ So erkennen sie in ihrer Untersuchung außerdem, dass eine höhere „local print news readership“ zu höherer Partizipation am lokalen Geschehen führt. Gründe dafür sehen sie darin, dass sich Menschen in einer stabilen Gemeinde mit höherer Wahrscheinlichkeit lokalen Medien zuwenden.⁴⁴

Die Autoren Hoffman, Eveland, Dhavan und Kwak fanden keine Korrelation zwischen lokaler Mediennutzung und „community involvement“.⁴⁵ Marth hingegen stellte eine Verbindung zwischen Integration und lokalen Medien fest.⁴⁶

Koudelka erforschte außerdem am Beispiel der Donaustädter Bezirkszeitung, dass diese zu wenig Aktualität vorweist, um die Partizipationsfunktion erfüllen zu können (Definition der Funktionen in Kapitel 7). Die Verflochtenheit zwischen regionaler und überregionaler Ebene wurde nicht in die Berichterstattung der untersuchten Zeitung mit einbezogen. Transparenz wurde nur teilweise hergestellt. Kommunikativ benachteiligte Gruppen wurden nicht erwähnt, Eliten deutlich bevorzugt. Koudelka bestätigte zusätzlich, dass stärker integrierte Menschen die Lokalzeitungen häufiger lesen.⁴⁷

Hier können bereits die vielschichtigen und unterschiedlichen Ergebnisse in der Lokalbeziehungsweise Regionalkommunikationsforschung veranschaulicht werden. So kann auch die Diskussion um die Begrifflichkeit des – im Besonderen lokalen beziehungsweise regionalen – Raumes verstanden werden (siehe Kapitel 5.4). Denn ob eine Kausalkette nun besteht oder nicht, ist nur bedingt nachweisbar und hängt sowohl vom Forschungsverständnis als auch von der kommunikationsspezifischen Beschaffung des Raumes ab.

4.2. Die Konzentration und das publizistisch-politische Leistungsvermögen

Welche Auswirkung hat die Pressekonzentration auf die lokale beziehungsweise regionale Berichterstattung? Begemann erstellt nach einem gründlichen

⁴³ Vgl. Paek/Yoon/Dhavan In: J&MC Quarterly 2005 Vol. 82/3, 589

⁴⁴ Vgl. Paek/Yoon/Dhavan In: J&MC Quarterly 2005 Vol. 82/3, 597

⁴⁵ Vgl. Hoffmann et al. In: Conference Paper International Communication Association 2004 Annual Meeting, 18

⁴⁶ Vgl. Marth In: The european journal of communication research 2008, Vo. 33/2, 243

⁴⁷ Vgl. Koudelka 1991, 228ff

Forschungsüberblick die These, dass der Faktor Wettbewerb keinen Aufschluss über die Leistungen von Medien gibt.⁴⁸ Dennoch sollen in diesem Zusammenhang mehrere Arbeiten kurz dargestellt werden. Die „Konzentrationsforschung“ stellt eine der bedeutendsten Forschungsrichtungen zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien dar. In Bezug auf Österreich ist zusätzlich zu erwähnen, dass in der Zweiten Republik bis 2001 66 publizistische Einheiten gegründet und 53 davon wieder eingestellt wurden.⁴⁹

Knoche und Schulz konstatieren, dass Wettbewerbszeitungen einen größeren redaktionellen Umfang vorweisen können, jedoch finden sie keine Unterschiede im Bereich der Kommentierung und Themenwahl im Zuge der Pressekonzentration. Dennoch werden bei negativen Kommentaren in Monopolzeitungen die kritisierten Personen und Amtsträger häufiger beim Namen genannt. Monopolzeitungen würden auch den Aktualitätsgrad betreffend deutlich besser abschneiden.⁵⁰ Knoche und Schulz eruierten im September 1967 ebenso, dass der Lokalteil und der Anteil der Kommentare mit wachsender Auflage mitwachsen, lokale Monopolzeitungen hingegen ihren Lokalteil verglichen mit Wettbewerbszeitungen um rund ein Viertel verkleinern. Ebenso sind Wettbewerbszeitungen offener für Lob und klare Kritik.⁵¹ Dem stimmt auch Benzinger zu, der feststellt, dass Zeitungen mit mehreren Lokalräumen und einer publizistischen Monopolstellung ihre Lokalteile quantitativ vernachlässigen, der Anreiz zur Leistungssteigerung ist ebenso geringer und es mangelt an Aktualität.⁵² So kommen Knoche und Schulz zum Schluss, dass publizistische Konkurrenz den Ehrgeiz der Journalisten und die Kontrollmöglichkeiten unter den Zeitungen fördert.⁵³

Dazu bezieht sich Jarren jedoch zusätzlich auf Rager und Rohr, die ebenso bei Wettbewerbszeitungen Mängel entdecken. Die Lokalthemen nehmen laut den Autoren einen sehr geringen Umfang ein, Honorationen werden in der Berichterstattung deutlich mehr gelobt. Kommentare kommen nur wenig vor und scheinen meist zu belanglosen Themen.⁵⁴ Die Informationen stammen laut Rohr meist von Organisationen wie

⁴⁸ Vgl. Begemann 1982, 3

⁴⁹ Vgl. Steinmaurer In: Steinmaurer 2002, 23

⁵⁰ Vgl. Knoche und Schulz zit. in: Begemann 1982, 108f

⁵¹ Vgl. Knoche/Schulz zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 65f;

Vgl. Knoche/Schulz zit. in: Begemann 1982, 110f

⁵² Vgl. Benzinger 1980, 626ff

⁵³ Vgl. Knoche/Schulz zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 65f

⁵⁴ Vgl. Rohr und Rager zit. in: Jarren 1984, 128

Vereinen, Verbänden, der Polizei, der Kirche, der Verwaltung und Parteien, was sich deutlich in der Themenstruktur niederschlägt.⁵⁵

Schönbach, der die Themenstruktur in der lokalen beziehungsweise regionalen Berichterstattung anhand von drei Mannheimer Blättern untersuchte, stellte fest, dass sich Wettbewerbsverhältnisse bei der Auswahl von Nachrichten nicht bemerkbar machen.⁵⁶ Sein Fazit lautet, dass die personalisierte Berichterstattung, die zu einem überwiegenden Teil festgestellt werden konnte, grundsätzlich zusammenhangslos beziehungsweise aus dem Zusammenhang gerissen sei und somit die Partizipationsmöglichkeiten mindert.⁵⁷ Auch Stofer fand keinen Hinweis auf eine negative Auswirkung publizistischer Aussagen durch Wettbewerbsveränderungen. Diese wirkt sich nach Stofer nur auf das quantitative Volumen der Berichterstattung aus, sodass sich der Umfang der Monopolzeitung im Vergleich zur früheren Stellung als Wettbewerbszeitung um 42 Prozent erweiterte.⁵⁸ Hingegen bestätigte Koller die These der Qualitätsverminderung der Berichterstattung durch Wettbewerbsveränderungen.⁵⁹

In diesem Zusammenhang weist Noelle-Neumann auf eine Forschung des kommunikationspolitischen Forschungsprogramms des Presse- und Informationsamtes der deutschen Bundesregierung von 1967 hin, in der Chefredakteure in einer Umfrage darauf aufmerksam machen, dass lokale Zeitungsmonopole sich sehr wohl auch redaktionell auswirken. Den Zeitungen fehle – so folgert sie – der Wettbewerb, den Lesern die Auswahlmöglichkeit.⁶⁰ Im Zuge dieser Annahmen prüfte sie in einer Langzeitstudie die Stichprobe von sechs Zeitungen im Zeitraum von 1961 bis 1971, die zuerst einer starken Konkurrenz ausgesetzt waren, im Laufe der Zeit aber zur Monopolzeitung wurden.⁶¹ Ihr Fazit:

„Eine Verkürzung publizistischer Leistung nach Erringen des Lokalmonopols ließ sich in bezug [sic!] auf den Umfang des redaktionellen Teils, den Umfang des eigenbeschafften oder den Umfang des im engeren Sinne politischen Materials nicht feststellen.“⁶²

⁵⁵ Vgl. Rohr In: Langenbucher 1980, 71

⁵⁶ Vgl. Schönbach zit. in Begemann 1982, 123

⁵⁷ Vgl. Schönbach In: Langenbucher 1980, 61

⁵⁸ Vgl. Stofer zit. in: Begemann 1982, 127, vgl. Stofer zit. in: Rombach 1983, 62f; zit. in Kurp 1994, 199

⁵⁹ Vgl. Koller zit. in: Begemann 1982, 131, vgl. zu Stofer und Koller auch Jarren 1984, 127

⁶⁰ Vgl. Noelle-Neumann In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 12f

⁶¹ Vgl. Noelle-Neumann In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 16ff

⁶² Noelle-Neumann In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 44

Im Allgemeinen habe sich sogar der Umfang vergrößert. Der Abdruck von Leserbriefen hat in den untersuchten Monopolzeitungen zugenommen wie auch die Argumentationsbreite bei kontroversen Themen. Geringere Kritiktendenz gegenüber amtlichen Instanzen konnte sich ebenso nicht bestätigen.⁶³

Ronneberger und Stuißer kritisieren aber an den Ergebnissen, dass

„ganz allgemein [...] zu bezweifeln [ist], ob sich der Faktor Wettbewerbssituation als Indikator für publizistische Leistungen (qualitativ und quantitativ) fassen läßt [sic!].“⁶⁴

So stellt auch Jarren fest, dass trotz Auflagensteigerung und dominanter Marktstellung der redaktionelle Teil der Massenmedien nicht unbedingt ausgeweitet wird.⁶⁵ Schneider, Möhring und Stürzbecher konstatieren, dass Zeitungen mit Konkurrenz sowohl im Lokalteil als auch im Gesamten umfangreicher sind.⁶⁶ Dennoch fehlt bisher die Verständigung darüber, wie viel Vielfalt eine Region überhaupt braucht, um demokratisch zu funktionieren.⁶⁷

Zusammenfassend kann aber festgestellt werden, dass sich in diesem Forschungsbereich zu Lokal- beziehungsweise Regionalmedien widersprüchliche Ergebnisse gegenüberstehen und somit eine allgemeine Auswirkung des Pressemonopols nicht gemessen werden konnte. Dies mag einerseits an den unterschiedlichen Forschungsmethoden liegen, kann aber auch auf die jeweils diversen Strukturen der Bundesländer und Orte, deren Lokalmedien untersucht wurden, zurück geführt werden. Die größten Übereinstimmungen können wie in Folge erläutert zum kritischen Potential der Lokal- beziehungsweise Regionalpresse erkannt werden.

4.3. Das kritische Potential der Lokal- beziehungsweise Regionalpresse

In welcher Beziehung steht die Lokal- beziehungsweise Regionalpresse zu Lokalhonoratioren? In diesem Abschnitt kann besonders an die Kritik an den Inhalten der Lokalberichterstattung angeknüpft werden. So seien Lokalmedien von Eliten

⁶³ Vgl. Noelle-Neumann In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuißer 1976, 45

⁶⁴ Ronneberger/Stuißer In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuißer 1976, 67

⁶⁵ Vgl. Jarren 1984, 117

⁶⁶ Vgl. Schneider/Möhring/Stürzbecher 2000, 187

⁶⁷ Vgl. Möhring/Stürzbecher In: Möhring/Schütz/Stürzbecher 2007, 85

dominiert und ihre Berichterstattung oberflächlich. Durch die starke Personalisierung würden politische Strukturen vernachlässigt, die Berichterstattung sei kritiklos und konfliktscheu. Kaum fänden sich Kommentare der Lokaljournalisten, Presseinformationen werden häufig einfach übernommen.⁶⁸ Die Themenwahl sei einseitig, Lokaljournalismus wird oft als „Verlautbarungs- und Gefälligkeitsjournalismus“ bezeichnet.⁶⁹

Dies bestätigt auch Zoll, der in den Aufgaben der Lokal- beziehungsweise Regionalberichterstattung besonders die Funktionen über Hintergründe zu informieren sowie die Öffentlichkeit kritisch zu kontrollieren und die Interessen der Bevölkerung zu berücksichtigen, hervorhebt. Die Berichterstattung aber findet nach seinen Ergebnissen häufig in Form fremder und neutraler Stellungnahmen statt, Hintergrundinformation und kritische Bemerkungen werden vernachlässigt, Honoratioren in der Berichterstattung bevorzugt.⁷⁰ Zoll kritisiert in seiner Studie den Mangel an Kritik durch die Journalisten der Wertheimer Presse. Denn Honoratioren, Exekutive, Legislative und Interessensverbände werden in der Berichterstattung zum großen Teil als „Wohltäter“ dargestellt. So fällt der Vorwurf der „Hofberichterstattung“ und zum „Sprachrohr für Exekutive und Honoratioren“.⁷¹ Auch Begemann sieht die häufigste Kritik in Lokal- beziehungsweise Regionalmedien sowohl in der „Hofberichterstattung“ als auch im Terminjournalismus.⁷² Dies liegt nach Jarren daran, dass Lokaljournalisten eine enge Verbindung zu den lokalen Honoratioren aufgebaut haben. Kritische Berichterstattung ist in dem Sinne nur beschränkt möglich, da politische Amtsträger auf lokaler Ebene auch als Informanten für Lokaljournalisten fungieren.⁷³ Eine solche Beziehung kann auch den Vorwurf des Verlautbarungsjournalismus nach sich ziehen.⁷⁴ So beziehen Medien nach Rombach den Großteil der Informationen von Funktionseliten, Partizipationsmöglichkeiten werden dadurch nicht gesteigert. Auch die Anzeigenkunden üben einen direkten Einfluss auf die Berichterstattung aus. Kritikfähigkeit ist kaum vorhanden, dafür der Einfluss lokaler Honoratioren groß.⁷⁵

⁶⁸ Vgl. Spatzenegger 2000, 142

⁶⁹ Vgl. Wallgram 2001, 16, vgl. Neubauer 1997, 17

⁷⁰ Vgl. Zoll zit. in. Begemann 1982, 154ff; vgl. Zoll zit. in Koudelka 1991, 56f

⁷¹ Vgl. Zoll zit. in: Rombach 1983, 54; vgl. Zoll zit. in Koudelka 1991, 56f

⁷² Vgl. Begemann 1982, 5

⁷³ Vgl. Jarren 1984, 128

⁷⁴ Vgl. Arzberger, Muck und Vollmer zit. in: Rombach 1983, 72

⁷⁵ Vgl. Rombach 1983, 268f

Auch Buse, Nelles und Oppermann zeichnen kein positiveres Bild über die Beschaffenheit des Lokaljournalismus. Sie untersuchten, inwiefern Informationen über wichtige Entscheidungen die Bevölkerung erreichen: erst wenn Entscheidungen bereits getroffen sind. So bemängeln sie besonders die fehlenden Partizipationsmöglichkeiten der Bevölkerung.⁷⁶ Ebenso vermisst Wolz die kritische Berichterstattung in Lokalzeitungen. Meist würden politische Entscheidungen im Vorgespräch getroffen, bevor die Möglichkeit bestehe, die Gesellschaft überhaupt in Kenntnis setzen zu können.⁷⁷ Nach Rombach werden frühzeitige Hinweise nur im Freizeit- und Bildungsbereich publiziert.⁷⁸ Dorsch kritisiert, dass eine grundsätzliche Kommentierung und politische Information fehlen.⁷⁹ Auch Knoche stellte in einer Untersuchung von 1968 fest, dass nur die Hälfte der untersuchten Lokalteile keine Kommentierung enthalten, wobei die kritisierten Personen in den Kommentaren häufiger anonym bleiben als jene, die gelobt werden.⁸⁰

Im Allgemeinen kritisieren Zoll und Henning im Rahmen der sogenannten „Wertheim-Studien“ von 1970, dass in Lokalzeitungen Konflikte gemieden, politische Akteure als „Wohltäter“ dargestellt werden und sowohl redaktionelle Stellungnahmen als auch Analysen keinen Platz finden.⁸¹ Dem können sich Haller, Jäggi und Müller anschließen, die 1981 eine Studie zur Lokalpresse in Zürich publizierten. Dabei stellten sie fest, dass die „affirmative“ Berichterstattung überwiegt, Presstexte unkritisch weiter verwendet werden und Kommentierungen wenig kritisches Potential haben.⁸²

In dieser Forschungsrichtung herrscht die höchste Einigkeit in den Ergebnissen, Kritikpunkte wie zu schwache Partizipationsmöglichkeiten und mangelnde Informationsangebote stehen dabei im Vordergrund. In einer kurzen Übersicht zeigt Jarren die Forschungsergebnisse mehrerer Wissenschaftler zu partizipatorischen Aspekten auf, wobei festgestellt wurde, dass Lokalzeitungen meist über Kurzzeitereignisse in unmittelbarer Nähe berichten, dass Einzelergebnisse lose vom gesamten Kontext präsentiert, Ereignisse und Konflikte personalisiert werden. Oft ist

⁷⁶ Vgl. Buse/Nelles/Oppermann zit. in: Begemann 1982, 161

⁷⁷ Vgl. Wolz zit. in: Begemann 1982, 164f, vgl. Wolz zit. in: Koudelka 1991, 36

⁷⁸ Vgl. Rombach 1983, 188

⁷⁹ Vgl. Dorsch zit. in: Begemann 1982, 172f

⁸⁰ Vgl. Knoche zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 65f

⁸¹ Vgl. Zoll/Henning zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 70

⁸² Vgl. Haller/Jäggi/Müller zit. in: Wilking 1988, 24

unklar, inwiefern der Leser selbst von den Ereignissen betroffen ist.⁸³ So resümiert Jarren:

„Lokalberichterstattung [...] zeichnet sich durch eine im hohen Maß parzellierte Informationsübermittlung mit relativ geringem Handlungsbezug für die Leser aus.“⁸⁴

Außerdem kritisiert Jarren, dass das „Informationsangebot über das vielfältige politische kommunale Geschehen [...] quantitativ unzureichend“ ist, da sich die Medien vorwiegend an Parteien, Verwaltungen und Vereinen orientieren. Auch qualitativ lässt das Angebot laut Jarren zu wünschen übrig.⁸⁵ Abschließend sei Koudelka erwähnt, der in Bezug auf die Lokalmedien schreibt:

„Kritik muß [sic!] man sogar als Mangelware bezeichnen.“⁸⁶

Auch Jonscher stellt diesbezüglich fest, dass viel gelobt und wenig kritisiert wird, Kontroversen werden kaum berücksichtigt, Hintergrundinformationen fehlen meist.⁸⁷ Während in diesem Forschungsbereich die inhaltlichen Aspekte bemängelt werden, befassen sich besonders Rühl und Rückel mit Untersuchungen auf Akteursebene im Journalismus.

4.4. Die Rolle des Redakteurs beziehungsweise der Redaktion

Aus welcher lokalkommunikativen Teilstruktur setzt sich die Redaktion zusammen? Prägend für diese Forschungsrichtung ist die Arbeit Rühls, der die Redaktion als organisiertes soziales System definiert, „das aus sinnvoll zusammengehörigen faktischen Handlungen besteht“.⁸⁸ Die Redaktion erbringt somit in Folge der Veränderlichkeit der Umwelt Leistungen für das Gesellschaftsganze in Form von Komplexitätsreduktion. Dies umfasst besonders die Selektion von Information und Handlungen, die die Leistungen der Redakteure als Träger von Handlungen im System darstellen. So können Systeme nach Rühl als zweckmäßige Handlungszusammenhänge definiert werden.⁸⁹ Auch Rückel baute in seiner

⁸³ Vgl. Jarren 1984, 132

⁸⁴ Jarren 1984, 132

⁸⁵ Vgl. Jarren 1984, 140

⁸⁶ Koudelka 1991, 56

⁸⁷ Vgl. Jonscher 1995, 288

⁸⁸ Rühl zit. in: Begemann 1982, 134

⁸⁹ Vgl. Rühl zit. in: Begemann 1982, 134ff

redaktionellen Rollenanalyse auf die Basis der funktional-strukturellen Systemtheorie und bestätigte die von Rühl definierten Mitgliedschaftsregeln, der Informationsverarbeitung, der Identifikation mit der Redaktion, des Ausschlusses der Mitarbeit bei einem Konkurrenzmedium, der Wahrung redaktioneller Diskretion und der Orientierung am relevanten Recht.⁹⁰

Insgesamt fasst Begemann bezüglich der Punkte 4.1. bis 4.4. zusammen, dass in der Forschung deutliche Widersprüche in Bezug auf die sozial-integrative Funktion und der Erforschung der Monopolzeitungen bestehen. Übereinstimmungen ortet sie darin, dass Lokal- beziehungsweise Regionalmedien mehr Leserbriefe veröffentlichen und dass Vereine, Parteien, Behörden, Politiker sowie wirtschaftliche Organisationen überproportional berücksichtigt werden. Einigkeit besteht außerdem darin, dass die Berichterstattung hoch personalisiert und beinahe kritiklos ist. Hintergründe oder Zusammenhänge werden vermisst, die Umwelt werde zu wenig berücksichtigt.⁹¹

So wurden die Hauptforschungsrichtungen dargestellt. Die Rolle des Redakteurs beziehungsweise der Redaktion führt den Blick bereits auf die Systemtheorie und leitet zur kommunikationssoziologischen Forschungsrichtung über.

4.5. Kommunikationssoziologische Forschungsrichtung

Die vorliegende Arbeit lässt sich in die Reihe der kommunikationssoziologischen Forschungen eingliedern, wobei die Ergebnisse der anderen Forschungsrichtungen nicht außer Acht gelassen werden dürfen. Die kommunikationssoziologische Forschung basiert auf dem Rahmen der Systemtheorie und der Frage, welche Funktionen und Erwartungen der näheren Umwelt mit Lokal- beziehungsweise Regionalmedien in Zusammenhang gebracht werden können.⁹² Diese theoretische Betrachtungsweise soll in weiterer Folge eruiert werden. Dabei wird zuerst auf die allgemeine Gesellschaftstheorie eingegangen, die in weiterer Folge mit der Realität der Massenmedien beziehungsweise des Journalismus zusammengeführt wird. Daraufhin wird der Kommunikationsraum definiert, der zum für diese Arbeit relevanten Medienbegriff überleitet.

⁹⁰ Vgl. Rückel zit. in: Begemann 1982, 145

⁹¹ Vgl. Begemann 1982, 193ff

⁹² Vgl. Saxer In: Langenbacher 1980, 36

5. Systemtheorie: Blick auf die Makroebene

Die Systemtheorie bietet grundsätzlich eine breite Basis zur Erforschung der Funktionen von Massenmedien, da sie über die Mikro- und Mesoebene hinausreicht und die Makroperspektive eingenommen werden kann.

„Unter *System* verstehen wir ein Ganzes, das sich aus einzelnen Elementen zusammensetzt, die untereinander in Wechselbeziehung stehen. Die Beschaffenheit der einzelnen Systeme und deren Zueinander [...] machen die Besonderheit, die Eigenart eines jeden Systems aus.“⁹³

Damit wird das Individuum ausgeblendet, was aber zu einer Betrachtungsweise verhilft, die Gesellschaft „als ein unzählige Teilsysteme vereinigendes Großsystem“⁹⁴ zu begreifen. Voltmer differenziert zwischen formalen Strukturen, die sich auf Gesetzesnormen und damit verbundene Sanktionen beziehen und informellen Strukturen, die Sitten und Bräuche umfassen.⁹⁵ Die Strukturen werden aber nicht in den Mittelpunkt der Betrachtung gestellt. Sie werden durch Funktionserwartungen in tatsächliche Leistung umgesetzt.⁹⁶ Die Funktionen der einzelnen Systeme stehen auch bei der durch Luhmann geprägten funktional-strukturellen Systemtheorie im Mittelpunkt. So sind auch der gesamtgesellschaftliche Zusammenhang und die Beziehung zwischen der Gesellschaft und der Massenkommunikation funktional, die Gesellschaft ist als Handlungszusammenhang in Form einer strukturellen Kopplung zu verstehen.⁹⁷ Die Grenzen und Strukturen bestimmen die Funktionalität der Systeme, wobei sich auch „die Festlegung der Grenzen und die Strukturbildung von Systemen [...] gegenseitig bedingen“.⁹⁸ So kann durch die Strukturen eines Systems festgestellt werden, welche Funktionen erbracht werden beziehungsweise erbracht werden können.⁹⁹

„Soziale Systeme bestehen aus individuellen und institutionellen Akteuren, die sich von anderen sozialen Systemen abgrenzen und somit füreinander zur Umwelt werden.“¹⁰⁰

Das soziale System besteht nach Luhmann aus den Handlungen seiner Mitglieder, die in einer System-Umwelt-Beziehung stehen. Funktion bedeutet dabei eine Leistung, die

⁹³ Kieslich In: Publizistik 1972/1, 95

⁹⁴ Saxer In: Haas/Jarren 2002, 1

⁹⁵ Vgl. Voltmer 1998/1999, 26

⁹⁶ Vgl. Voltmer 1998/1999, 26

⁹⁷ Vgl. Saxer In: Haas/Jarren 2002, 1

⁹⁸ Saxer In: Burkart/Hömborg 2004, 95

⁹⁹ Vgl. Koszyk/Pruys 1981, 129

¹⁰⁰ Mai In: Jäckel 2005, 256

von einem sozialen System für die Umwelt erbracht wird.¹⁰¹ Durch die Anpassung an die Umwelt versuchen sich Systeme zu erhalten.¹⁰² Die zentrale Aufgabe des Systems ist, sich damit an die hochkomplexe, wandelnde Umwelt anzupassen, was auf die Massenmedien abgeleitet werden kann. Das System kann somit im Zuge der Beziehung zu seiner Umwelt beschrieben werden.¹⁰³ Die Funktion ist ebenso das System in Beziehung zur Umwelt zu stabilisieren. So beschreibt Luhmann:

„Man stellt sich soziale Systeme gemeinhin viel zu kompakt, gleichsam reifiziert vor. Ihre Identität gründet sich jedoch nicht auf einen natürlichen Zusammenhang von Menschen oder Handlungen, sondern auf Regeln der Grenzziehung und Zuordnung, die die sinnhafte Erlebnisverarbeitung der Menschen leiten.“¹⁰⁴

Luhmann sieht aber nicht in den Handlungen, sondern in den Kommunikationen Komponenten sozialer Systeme.¹⁰⁵ Die Ausdifferenzierung ist somit als Regulativ des Kommunikationszusammenhangs zu sehen, also als Struktur. Nichtsdestotrotz ist das soziale System als System von Handlungen zu begreifen, es besteht also nicht aus konkreten Personen. Die Handlungen sind in die Systeme eingeflochten und „sinnvoll“, also mit ihrem „gemeinten oder implizierten Sinn verbunden“.¹⁰⁶ Kommunikation stellt dabei die „gemeinsame Aktualisierung von Sinn“¹⁰⁷ dar, wodurch Sinnhaftigkeit die sozialen Systeme in eine „unauflösbare Beziehung zu Kommunikation“¹⁰⁸ bringt. Somit begreift Luhmann Kommunikation als gesellschaftskonstituierenden Mechanismus.

„Die „Handlungen mehrerer Personen [werden] sinnhaft aufeinander bezogen [...] und dadurch in ihrem Zusammenhang abgrenzbar [...] von einer nicht dazugehörigen Umwelt.“¹⁰⁹

Das Handlungssystem wird mit einer hochkomplexen, sich rasch verändernden Umwelt konfrontiert.¹¹⁰ Die Systeme erzeugen Aussagen über Probleme, das heißt Leistungen, durch welche das System fortbestehen kann. Diese Leistungen sind als Funktionen beziehungsweise Dysfunktionen anzusehen, wobei für Weischenberg die Funktion ein

¹⁰¹ Vgl. Ronneberger In: Langebucher 1980, 198

¹⁰² Vgl. Weischenberg 2002, 100

¹⁰³ Vgl. Kohring In: Löffelholz 2000, 154

¹⁰⁴ Luhmann In: Langenbucher 1974, 50

¹⁰⁵ Vgl. Weischenberg/Scholl 1998, 63

¹⁰⁶ Burkart 2002, 380

¹⁰⁷ Luhmann zit. in: Burkart 2002, 462

¹⁰⁸ Luhmann zit. in: Saxer: In: Burkart/Hömborg 2004, 87

¹⁰⁹ Luhmann zit. in: Saxer: In: Burkart/Hömborg 2004, 87

¹¹⁰ Vgl. Rühl zit. in: Burkart 2002, 380

Schlüsselbegriff der Kommunikationsforschung darstellt.¹¹¹ Ronneberger beschreibt Funktionen in der Systemtheorie wie folgt:

„Funktionen seien vorderhand und vereinfachend als Leistungen verstanden, die von einem sozialen Gebilde oder einem sozialen System für seine Umwelten dauerhaft und regelmäßig erbracht werden.“¹¹²

Sie sind die von einem System erwarteten Leistungen für das Gesamtsystem und müssen zur Wahrung des Strukturgehalts, der Integration, der Zielerreichung und im Zuge der Anpassung an die verändernden Umweltbedingungen erbracht werden.¹¹³ Funktionen werden durch Prozesse, die dem Wünschenswerten in der Gesellschaft dienen, geleistet.¹¹⁴ Sie fördern die Anpassung des Systems an seine Umwelt, während Dysfunktionen die „Anpassung eines Systems beeinträchtigen bzw. mindern“.¹¹⁵

„Sie [Anm. die Funktion] wird damit überwiegend durch spezielle Erfordernisse, Erwartungen und Bedingungen dieser Gesamtheit bestimmt.“¹¹⁶

Systeme können sich in der funktional-strukturellen Systemtheorie durch die System-Umwelt-Beziehung umstrukturieren und auf die Umwelt reagieren. Das heißt nach Luhmann, dass sie „funktional-äquivalente“ Leistungen erhalten können:

„Die funktional-strukturelle Systemtheorie Luhmann'scher Prägung geht daher nicht mehr davon aus, daß [sic!] der Bestand sozialer Systeme nur durch ganz bestimmte und mehr oder weniger eindeutig bestimmbarer Leistungen (Funktionen) gesichert werden kann.“¹¹⁷

Die Funktion kann somit als Folge einer Leistung angesehen werden, die nur indirekt ermittelt werden kann.¹¹⁸ In dieser Arbeit werden die Begriffe der Funktion und der Leistung gleichgesetzt. Im Grunde wird die Leistung gemessen, welche als Funktion angenommen wird. Die tatsächliche Erfüllung einer Funktion kann im Gegensatz zu einer Leistungserbringung nämlich nur schwer gemessen werden. Wie sich diese

¹¹¹ Vgl. Weischenberg 2002, 93

¹¹² Ronneberger In: Langenbucher 1974, 198

¹¹³ Vgl. Voltmer 1998/1999, 24

¹¹⁴ Vgl. Maletzke In: Haas/Jarren 2002, 70

¹¹⁵ Burkart 2002, 381

¹¹⁶ Jonscher 1991, 48

¹¹⁷ Burkart 2002, 460

¹¹⁸ Vgl. Wallner 2007, 49

Begriffe auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene positionieren, soll nun betrachtet werden.

5.1. Lokalität und Region in Bezug zur Systemtheorie

Kieslich betont, dass das Lokale nicht als geographisches System betrachtet werden dürfe, sondern als „System innerhalb der Gesellschaft und damit [als] [...] gesellschaftliches System“,¹¹⁹ das vom Zustand der lokalen Gesellschaft und der sie umgebenden Umwelt abhängt.¹²⁰

„Es [Anm. das gesellschaftliche System] kann je nach ökologischer Struktur, je nach Mobilitäts-Gegebenheiten, kurz: je nach Zustand der jeweiligen 'lokalen' Gesellschaft und der sie umgebenden Außenwelt völlig verschieden sein.“¹²¹

Im lokalen beziehungsweise regionalen System ist die Funktion der lokalen beziehungsweise regionalen Kommunikation, möglichst viele Menschen im System zu erreichen und sie auch zu integrieren.

„Eben durch den Austausch von Bedeutungsgehalten [Anm. in Form lokaler Kommunikation] wird lokale Öffentlichkeit hergestellt, wird das Lokale zum gesellschaftlichen System.“¹²²

Auch Katzenberger betont zum Konzept der „lokalen Agenda“, dass ein System in seinen Strukturelementen Funktionen zu erbringen hat, um seine „Daseinslegitimation überhaupt erst erwerben“¹²³ zu können. Deshalb stellt sich in der vorliegenden Forschungsarbeit nun die Frage, wie sich das System der Massenmedien aus Luhmann'scher Sicht positioniert, welche Leistungen lokale beziehungsweise regionale Massenmedien für die Gesellschaft erfüllen und welche Funktionen somit im Zuge der „Daseinslegitimation“ von lokalen beziehungsweise regionalen Medien erfüllt werden. In weiterer Folge wird eruiert, wie die „Realität der Massenmedien“ definiert werden kann.

¹¹⁹ Kieslich In: Publizistik 1972/1, 96

¹²⁰ Vgl. Kieslich In: Publizistik 1972/1, 96

¹²¹ Kieslich In: Publizistik 1972/1, 96

¹²² Kieslich in Publizistik 1972/1, 97

¹²³ Katzenberger 1999, 39

5.2. „Realität der Massenmedien“ (Niklas Luhmann)

„Allen Medien ist gemeinsam, dass sie Kommunikationsprozesse in der Gesellschaft ermöglichen, sie prägen [...] und verändern.“¹²⁴

Nach Luhmann sind die Massenmedien Effekt der funktionalen Differenzierung der modernen Gesellschaft, ihre Realität besteht aus ihren eigenen Operationen, d.h. sie strukturieren und begrenzen ihre Leistungen in dem Maße, in dem Massenkommunikation möglich ist. Katzenberger, der systemisch die komplementäre Funktion der Massenmedien untersucht, beschreibt dieses Phänomen wie folgt:

„Die wesentlichen Funktionen der hochtechnisierten Verbreitungsmedien wirken in die soziale Dimension, in der die Multiplizität und die Vielschichtigkeit der räumlichen und zeitlichen Verfügbarkeitszustände von medialen Transferleistungen zum Begriff ‚Massenkommunikation‘ geleitet haben.“¹²⁵

Dabei gilt es dennoch im System der Massenmedien zwischen Selbst- und Fremdreferenz zu unterscheiden, da die primäre Realität nicht in der „Welt da draußen“ liegt, sondern durch die kognitiven Operationen des Systems bestimmt wird.¹²⁶

„Wir beobachten eine Realitätsverdoppelung, die in dem beobachteten System der Massenmedien stattfindet.“¹²⁷

Das System Massenmedien arbeitet in der Annahme, dass Kommunikation fortgeführt wird. Es produziert Information für sich und die Gesellschaft, wobei die Gesellschaft – durch System-Umwelt-Beziehungen – aus selbsterzeugten Irritationen resultiert.¹²⁸ Außerdem verdankt das System Massenmedien wie alle anderen Funktionssysteme der modernen Gesellschaft „seine gesteigerte Leistungsfähigkeit der Ausdifferenzierung, der operativen Schließung und der autopoietischen Autonomie des betreffenden Systems“.¹²⁹

Schließung, Autonomie und Konstruktion schließen somit aber kausale Einwirkungen von außen nicht aus, da die Luhmann'sche Theorie voraussetzt, dass sich Strukturen

¹²⁴ Mai In: Jäckel 2005, 261

¹²⁵ Katzenberger 1999, 41

¹²⁶ Vgl. Luhmann 2004, 10ff

¹²⁷ Luhmann 2004, 15

¹²⁸ Vgl. Luhmann 2004, 22ff

¹²⁹ Luhmann 2004, 22

wandeln können und Systeme nicht unabhängig von ihrer Umwelt bestehen. In diesem Zusammenhang kommen „Themen“ ins Spiel, die Luhmann wie folgt erklärt:

„Daß [sic!] die Massenmedien trotz ihrer operativen Schließung nicht abheben, nicht aus der Gesellschaft ausscheren, wird durch die Themen der Kommunikation gesichert. Themen sind unumgängliche Erfordernisse der Kommunikation. Sie organisieren das Gedächtnis der Kommunikation. Sie bündeln Beiträge zu Komplexen des Zusammengehörigen, so daß [sic!] in der laufenden Kommunikation erkennbar ist, ob ein Thema beibehalten und fortgesetzt oder ob es gewechselt wird. Auf thematischer Ebene kommt es deshalb zu einer laufenden Bestimmung von Fremdreferenz und Selbstreferenz *innerhalb der systemeigenen Kommunikation*.“¹³⁰

Themen werden somit aufgegriffen und bestreiten eine bestimmte Themenkarriere. Sie dienen „der strukturellen Kopplung der Massenmedien mit anderen Gesellschaftsbereichen“,¹³¹ wobei die Themen Fremdreferenz darstellen, Funktionen die Selbstreferenz. Themen werden dabei als „mehr oder weniger unbestimmte und entwicklungsfähige Sinnkomplexe“¹³² verstanden, über die Meinungen gebildet, aber nicht unmittelbar festgelegt werden. Themen fangen zu allererst Aufmerksamkeit ein.¹³³ So machen Massenmedien Themen zu Themen der Öffentlichkeit.¹³⁴

„Solche Themen liegen als Struktur jeder Kommunikation zugrunde, die als Interaktion zwischen mehreren Partnern geführt wird. Sie ermöglichen ein gemeinsames Sichbeziehen auf identischen Sinn und verhindern das Aneinandervorbeireden.“¹³⁵

Themen sind zu jenem Zeitpunkt institutionalisiert, wenn die allgemeine Bereitschaft besteht, sich mit ihnen zu befassen. Demnach bezeichnet Luhmann die Öffentlichkeit als „die Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen“¹³⁶ und definiert die Massenkommunikation als Veröffentlichung dieser Informationen, durch welche ebenso Inhalte wie Werte, Normen und Meinungen vermittelt werden können. So kann sich die Gesellschaft über ihre Umwelt versichern und sich an diese ebenso durch die von den Massenmedien übermittelten Informationen anpassen.¹³⁷ In Kapitel 8 wird auf die Selektion von Themen und damit auf die Themenstruktur näher eingegangen, die

¹³⁰ Luhmann 2004, 28

¹³¹ Luhmann 2004, 29

¹³² Luhmann: In: Langenbucher 1974, 32

¹³³ Vgl. Luhmann: In: Langenbucher 1974, 35

¹³⁴ Vgl. Kurp 1994, 80

¹³⁵ Luhmann In: Langenbucher 1974, 32

¹³⁶ Luhmann In: Langenbucher 1974, 44

¹³⁷ Vgl. Luhmann zit. in: Wallner 2007, 52f, 60

die differenzierende und integrierende Funktion für die öffentliche Meinung leistet und sich an die Komplexität der Gesellschaft anpassen muss.¹³⁸

„Die unterschiedlichen Informationen und somit Funktionen sind daher auch als Beobachtungsleistung auffassbar, die notwendig ist, damit sich die Gesellschaft in unterschiedlichen Bereichen (von Informationen über andere Teilsysteme bis hin zu Wertevermittlung) über sich selbst versichern kann.“¹³⁹

So folgert auch Katzenberger basierend auf der Theorie von Luhmann:

„Die entscheidenden Entwicklungsschritte von archaischen Gesellschaftssystemen über städtische Hochkulturen hin zur komplexen Weltgesellschaft sind durch wesentliche Fortschritte in der Struktur und der Leistungsfähigkeit der jeweils verfügbaren Kommunikationssysteme markiert [...]“¹⁴⁰

Im System der Massenmedien wird im Zuge von Operationen die Anschlussfähigkeit und die Differenz von System und Umwelt erkannt. Dies geschieht bei Funktionssystemen über einen binären Code, den Luhmann für das System der Massenmedien als Information/Nichtinformation beschreibt und „unter Ausschließung dritter Möglichkeiten einen positiven und einen negativen Wert fixiert“.¹⁴¹ Durch einen solchen Code erhält das System eine Identität und setzt sich die eigenen Grenzen, da dieser untrennbar zu seiner Funktion steht.¹⁴² Dennoch darf das Innen- und Außenverhältnis des Codes (Information bildet den positiven, Nichtinformation den negativen Wert) nicht mit der System-Umwelt-Beziehung verwechselt werden. Denn der Code dient zur Bestimmung der Operationen des Systems.¹⁴³ So sind die Systeme operationell geschlossen, informationell aber offen.¹⁴⁴

„Diese kommunizierten Beobachtungsleistungen eines Systems lassen die Struktur des Systems selbst erkennen, da sie durch die Thematisierungen offenlegen, nach welchen Differenzierungsschemata es seine Welt organisiert.“¹⁴⁵

Dabei muss auch die Definition der Information in Betracht gezogen werden, wobei dem Faktor Zeit eine große Bedeutung zukommt. Informationen lassen sich zwar nicht

¹³⁸ Vgl. Luhmann In: Langebucher 1974, 51

¹³⁹ Wallner 2007, 53

¹⁴⁰ Katzenberger 1999, 40

¹⁴¹ Luhmann 2004, 35

¹⁴² Vgl. Altmeppen 2006, 24f

¹⁴³ Vgl. Luhmann 2004, 36

¹⁴⁴ Vgl. Altmeppen 2006, 25

¹⁴⁵ Katzenberger 1999, 52

in ihrem Sinn-, aber in ihrem Informationsgehalt verändern. Eine Information kann nur als Information bezeichnet werden, wenn sie einen Neuigkeitswert bietet. Wird eine gleiche Nachricht zum zweiten Mal rezipiert, so hat sie keinen Informationswert mehr. Durch Informationen wird die Gesellschaft irritiert. Die Massenmedien dienen somit der Erzeugung, aber auch der Verarbeitung von Information.¹⁴⁶

„Sie steigern die Komplexität der Sinnzusammenhänge, in denen die Gesellschaft sich der Irritation durch selbstproduzierte Differenzen aussetzt.“¹⁴⁷

So beschreibt Luhmann wie folgt:

„Auch der Begriff der Irritation gehört in die Theorie operativ geschlossener Systeme und bezeichnet die Form, mit der ein System Resonanz auf Umwelt ereignisse erzeugen kann.“¹⁴⁸

Luhmann fasst zusammen, dass sich ein System aus den Merkmalen der Systembildung, autopoietischen – also der in sich geschlossenen, sich selbst erhaltenden – Selbstreproduktion, Selbstorganisation, Strukturdeterminiertheit differenziert und mit all dem die operative Schließung realisiert.¹⁴⁹

„Mit dieser Art Selbstbeobachtung reizt die Gesellschaft sich selbst zu ständiger Innovation. Sie erzeugt 'Probleme', die 'Lösungen' erfordern, die 'Probleme' erzeugen, die 'Lösungen' erfordern. Sie reproduziert eben damit zugleich Themen, die die Massenmedien aufgreifen und in Informationen transformieren können.“¹⁵⁰

Die Realität der Massenmedien ist eine Beobachtung zweiter Ordnung und bietet dem modernen ausdifferenzierten Gesellschaftssystem Wissensvorgaben. In anderen Gesellschaftsformationen wurde diese Aufgabe unter anderem von Weisen, Priestern oder durch die Religion übernommen.¹⁵¹ So garantieren sie „allen Funktionssystemen eine gesellschaftsweit akzeptierte, auch den Individuen bekannte Gegenwart, von der sie ausgehen können.“¹⁵²

¹⁴⁶ Vgl. Luhmann 2004, 41ff

¹⁴⁷ Luhmann 2004, 149f

¹⁴⁸ Luhmann 2004, 46f

¹⁴⁹ Vgl. Luhmann 2004, 48

¹⁵⁰ Luhmann 2004, 141f

¹⁵¹ Vgl. Luhmann 2004, 153

¹⁵² Luhmann 2004, 176

„Gesellschaftliche Realität ist [somit] in Informationsgesellschaften zu einem überwiegenden Teil massenmedial konstruierte – vielfach auch inszenierte – Realität.“¹⁵³

Besonders die Reproduktion von „Intransparenz durch Transparenz“ scheint für Luhmann eine zentrale Funktion der Massenmedien zu sein. Daraus schließt er, dass in der allgemeinen Leistung des Systems die Repräsentation der Öffentlichkeit zu sehen ist.¹⁵⁴ Er beschreibt Öffentlichkeit

„als gesellschaftsinterne Umwelt der gesellschaftlichen Teilsysteme, also aller Interaktionen und Organisationen, aber auch der gesellschaftlichen Funktionssysteme und der sozialen Bewegungen.“¹⁵⁵

Dies garantiere sowohl Transparenz als auch Intransparenz und damit „bestimmtes thematisches Wissen in der Form von jeweils konkretisierten Objekten und Ungewißheit [sic!] in der Frage, wer wie darauf reagiert.“¹⁵⁶ So kann auch der Schluss gezogen werden, dass die Lokal- beziehungsweise Regionalpresse Vermittler der lokalen beziehungsweise regionalen Öffentlichkeit ist. Das Komplexitätsmanagement erfolgt auch hier durch die Realisierung von Sinn in der sachlichen, sozialen, zeitlichen, räumlichen, operativen, kognitiven und generativen Komplexitätsdimension.¹⁵⁷

Zusammenfassend soll erwähnt werden, dass Kommunikationssysteme sich selbst thematisieren und reproduzieren (Selbstreferenz) und so mit der Umwelt in Beziehung treten. Mit anderen Funktionssystemen sind sie durch strukturelle Kopplungen verbunden, wobei Luhmann eine deutliche strukturelle Kopplung zwischen dem Mediensystem und dem politischen System zu erkennen scheint, ebenso unter anderem zwischen Medien und Sport, Kunst, Wissenschaft und Recht.¹⁵⁸ Im Allgemeinen umfasst die Medienfunktion die Beobachtung der Umwelt und die Vermittlung der Kommunikation.¹⁵⁹

¹⁵³ Plasser In: Nick/Wolf 1996, 13

¹⁵⁴ Vgl. Luhmann 2004, 183, 188

¹⁵⁵ Luhmann 2004, 184

¹⁵⁶ Luhmann 2004, 188

¹⁵⁷ Vgl. Saxer In: Burkart/Hömborg 2004, 97

¹⁵⁸ Vgl. Luhmann 2004, 124ff

¹⁵⁹ Vgl. Voltmer 1998/1999, 24

„Für die Medienfunktionen bedeutet dies, dass je nach gesellschaftlichem Teilsystem von den Medien bestimmte Informationen, Kommunikationsleistungen, gefordert werden, die durch bestimmte Medieninhalte von den Medien für das Teilsystem erbracht werden können. Erbringen die Medien diesen Inhalt, wirken sie *funktional* für das bzw. in dem gesellschaftlichen Teilsystem.“¹⁶⁰

5.3. Journalismus in der Systemtheorie

„Im Gegensatz zu älteren Ansätzen der Journalismustheorie interessiert sich die systemtheoretische Perspektive nicht dafür, was ein (journalistisch arbeitendes) Individuum in einer Gesellschaft tut, wie es handelt und entscheidet, sondern wie auf einer übergeordneten Ebene verschiedene soziale Systeme (wie z.B. Wirtschaft oder Politik) unterschiedliche *Funktionen* für die Gesellschaft erfüllen.“¹⁶¹

Im Zusammenhang zur Systemtheorie werden nun weitere Ansätze erwähnt, die Journalismus in den Fokus nehmen. Marcinkowski zum Beispiel stellt Journalismus und Publikum als voneinander unabhängig gegenüber. Sie seien nur durch eine strukturelle Kopplung miteinander verbunden.¹⁶² Gerhards positioniert Journalismus entgegen Luhmanns Theorie in das System der Öffentlichkeit (Luhmann sieht ihn in Form des Programmbereiches Nachrichten/Berichte des Systems der Massenmedien). Die Funktion des Journalismus ist nach Gerhards somit die Selbstbeobachtung der Gesellschaft.¹⁶³ Demgegenüber stellt Luhmann die Repräsentation von Öffentlichkeit. Die Themen werden durch die Selbstbeobachtung der Gesellschaft produziert, das System Massenmedien fasst die Themen auf und selektiert sie (siehe Kapitel 5.2.). Luhmann bestimmt gewisse Selektionskriterien, die im Bereich der Nachrichtenfaktoren noch genauer beschrieben werden (siehe Kapitel 8). Für Gerhards ist der binäre Code Aufmerksamkeit/Nicht Aufmerksamkeit,¹⁶⁴ während Luhmann den Code in der Information/Nichtinformation sieht, wobei die „Themenprogramme“ die Aufmerksamkeit hervorrufen. Die Information bestimmt das Innen- und Außenverhältnis, das geschlossene System kann somit definieren, was informativen Wert hat und was nicht.

¹⁶⁰ Wallner 2007, 50

¹⁶¹ Löffelholz/Quandt In: Löffelholz 2000, 147

¹⁶² Vgl. Marcinkowski zit. in: Weischenberg/Scholl, 1998, 64

¹⁶³ Vgl. Gerhards zit. in: Weischenberg/Scholl 1998, 65

¹⁶⁴ Vgl. Gerhards zit. in: Weischenberg/Scholl 1998, 66

Dazu soll ebenso Görke erwähnt werden, der den binären Code als Aktualität/Nicht Aktualität und somit zeitlich definiert.¹⁶⁵ Dieser Code kann in Zusammenhang mit Information/Nichtinformation betrachtet werden, die ebenso auf einer zeitlichen Dimension basieren, dennoch in ausgeprägter Form auf das vorhandene Wissen eingehen.

Altmeppen identifiziert für Journalismus den Code öffentlich/nicht öffentlich, da ihm die Herstellung der Öffentlichkeit obliegt.¹⁶⁶ Weischenberg sieht im Binärcode der Aktualität die beste Kennzeichnung, da diese eine zeitliche, sachliche und soziale Abgrenzung ermögliche.¹⁶⁷ Im Zuge der Beschreibung des Luhmann'schen Codes der Information können jedoch die gleichen Phänomene umfasst werden, da Information bei Luhmann auch mit persönlicher Aktualität, mit Neuigkeit in Verbindung gebracht wird. So sieht aber auch Weischenberg im System des Journalismus (das bei Luhmann als Programmbereich Nachrichten/Berichte beschrieben wird) die Funktion des Themenlieferanten der Gesellschaft und beschreibt als Primärfunktion:

„[A]ktuelle Themen aus den diversen Systemen (der Umwelt) zu sammeln, auszuwählen, zu bearbeiten und dann diesen sozialen Systemen (der Umwelt) als Medienangebote zur Verfügung zu stellen.“¹⁶⁸

Ihre Identität erlangen die Funktionssysteme somit auf der Ebene des Binärcodes. Durch ihre Programme, die bei Luhmann Nachrichten/Berichte, Werbung und Unterhaltung darstellen, differenzieren sie ihre Umweltbeziehungen.¹⁶⁹ Darin findet sich der Unterschied im System Journalismus nach Weischenberg und im System Massenmedien von Luhmann, die jeweils einen unterschiedlichen binären Code heranziehen. Luhmann sieht eine unterschiedliche Ausprägung des Codes Information/Nichtinformation auf den Programmebenen, die sich aber durchaus gegenseitig beeinflussen können. Weischenberg bestimmt den Journalismus als eigenständiges System und bildet somit durch den Code Aktualität/Nicht Aktualität die Abgrenzung zur Öffentlichkeitsarbeit und zur Werbung.¹⁷⁰

¹⁶⁵ Vgl. Görke zit. in: Weischenberg/Scholl 1998, 68

¹⁶⁶ Vgl. Altmeppen 2006, 28

¹⁶⁷ Vgl. Weischenberg/Scholl 1998, 75

¹⁶⁸ Weischenberg zit. in: Weischenberg/Scholl 1998, 78

¹⁶⁹ Vgl. Weischenberg/Scholl 1998, 79

¹⁷⁰ Vgl. Weischenberg/Scholl 1998, 84f

Im Zuge der System-Umwelt-Beziehung erhalten, erneuern und definieren die Systeme ihre Grenzen, die wie ihre Geschlossenheit als Voraussetzung ihrer Identität zu betrachten sind. Sie sind somit nicht stillstehend, sondern sind ebenso dem Strukturwandel unterworfen.¹⁷¹ So bildeten sich im Zuge der Ausdifferenzierung der Gesellschaft Ressorts, um der gestiegenen Komplexität gerecht werden zu können. Die Funktion des Journalismus für die Umwelt lässt sich in diesem Zusammenhang unter anderem mit einem Wort beschreiben: Entlastung.¹⁷²

„Der Journalismus zeichnet die Landkarten, die der Gesellschaft die Selbstbeobachtung und damit die Orientierung erlauben. Landkarten sind aber nicht Spiegel der ‚Realität‘.“¹⁷³

Landkarten reduzieren die Komplexität und dienen der Orientierung. Im Sinne dieser Darstellung thematisiert Journalismus die Selbstbeobachtung. Er trägt somit im Rahmen der eigenen Systemregeln und Reproduktion der eigenen Strukturen zur Selbstbeobachtung der Gesellschaft bei.¹⁷⁴ So können die Grenzen des Journalismus als Sinn Grenzen beschrieben werden, das System reagiert selbstreferentiell auf Umwelteinflüsse und grenzt sich somit von der Umwelt ab. Es ist autonom im Zuge der Autopoiesis ihres – also in sich geschlossenen, sich selbst erhaltenden – Codes, aber strukturell an andere Systeme gekoppelt.¹⁷⁵

„Systemtheoretisch denken heißt: nach kommunikativen Grenzen suchen, die Sinn machen.“¹⁷⁶

So operiert auch jedes Funktionssystem gegenüber seiner Umwelt, von dessen Bedingungen es abhängig ist. Einflussfaktoren auf das System können dabei berufsspezifische Merkmale, strukturelle Faktoren und externe Referenzen darstellen, wobei die Autonomie und die operative Geschlossenheit nicht außer Acht gelassen werden dürfen, wie auch die damit verbundenen, bestehenden, informativen Interdependenzen mit den relevanten Umweltsystemen.¹⁷⁷

„Zunächst ist das Publikum für den Journalismus eine wichtige Umwelt, über die Erwartungen gebildet werden.“¹⁷⁸

¹⁷¹ Vgl. Löffelholz/Quandt In: Löffelholz 2000, 148

¹⁷² Vgl. Blöbaum In: Löffelholz 2000, 176

¹⁷³ Weischenberg 2002, 102

¹⁷⁴ Vgl. Weischenberg 2002, 110

¹⁷⁵ Vgl. Kohring In: Löffelholz 2000, 153f; Marcinkowski/Bruns In: Löffelholz 2000, 211

¹⁷⁶ Kohring In: Löffelholz 2000, 159

¹⁷⁷ Vgl. Weischenberg/Scholl 1998, 100ff

¹⁷⁸ Weischenberg/Scholl 1998, 125

Das System besteht aus journalismusspezifischen Organisationen (Ausbildung von Ressorts,...), Programmen und Rollen. Dabei kann zwischen Ordnungsprogrammen (Ressorts, Rubriken,...), Darstellungsprogrammen (Formen journalistischer Beiträge, Präsentation von Inhalten), Informationsprogrammen (Recherchetechniken), Selektionsprogrammen (siehe Kapitel 8) und Prüfprogrammen unterschieden werden. Das Rollenselbstverständnis kann als Einstellungskonstrukt und als Rahmen für das tatsächliche Handeln verstanden werden.¹⁷⁹ So umfasst die Einstellung die Kommunikationsabsichten und das Rollenselbstverständnis, das Handeln, die Herstellung öffentlicher beziehungsweise medialer Aussagen. Die Handlungsrelevanz stellt dabei die „Wahrscheinlichkeit der praktischen Umsetzung des Rollenselbstverständnisses in (redaktionelles) Handeln“¹⁸⁰ dar. Auch Rühl geht von Entscheidungshandeln in organisierten sozialen Systemen aus und begreift die Zeitungsredaktion als

„soziales, umweltorientiertes System, das aus sinnvollen wechselseitigen Handlungen besteht.“¹⁸¹

So können zusammenfassend die Strategiedimensionen nach Weischenberg und Scholl erwähnt und in Einklang mit der systemtheoretischen Grundlage Luhmanns gebracht werden. Sie ordnen die Strategiedimensionen in fünf Ausprägungen. Die Struktur des Journalismus umfasst die Organisation an sich, die auch bei Luhmann ein zentrales Element der Theorie sozialer Systeme darstellt.

Im Zuge des Journalismus beziehungsweise des Programmbereichs Nachrichten/Berichte kann dabei auf die Medien im Allgemeinen sowie auf die Redaktion und Ressorts eingegangen werden. Im Weiteren stellen die Rollen eine Dimension dar, da die Journalisten beruflich sozialisiert sind und somit eine bestimmte Rolle einnehmen. Die Programme umfassen die Darstellungsformen (bei Luhmann Nachrichten/Berichte, Werbung und Unterhaltung), die Professionalisierung geht als Indiz mit der Ausdifferenzierung der Gesellschaft einher. Außerdem wird in Bezug auf den Selektions- und Bearbeitungsprozess zwischen Konditionalprogrammen (Informationsinputorientiert) und Zweckprogrammen (Outputorientiert) unterschieden.

¹⁷⁹ Vgl. Blöbaum In: Löffelholz 2000, 177ff

¹⁸⁰ Weischenberg/Scholl 2008, 163

¹⁸¹ Jonscher 1991, 139

Den Journalismus als Funktionssystem zu betrachten und die Systemtheorie als Metatheorie mit einzubeziehen, ermöglicht den Blick auf die Makroebene. Denn:

„Journalistische Leistungen bilden eine wichtige Voraussetzung, damit gesellschaftliche Subsysteme wie beispielsweise Politik, Wirtschaft, Sport oder Kunst sich beobachten und ihre Operationen an eine sich verändernde Umwelt anpassen können.“¹⁸²

So kann sich die Untersuchung auf mehr als nur die organisatorische Verfassung beziehen und die Funktionenkataloge und deren Leistung für die Gesellschaft beziehungsweise Funktionssysteme mit einbeziehen.

Auch die Definition des lokalen Mediensystems bietet sich somit nach Jonscher an, der sowohl die Beziehung zur Umwelt als auch das Systeminnere mit einbezieht.

„Einerseits – wegen ihrer staatlich/politischen Bedeutung – an Normen und Demokratie-Idealen gemessen, soll sie andererseits als lokales Medium bestimmte Erwartungen ihrer Leser [Anm. die sich in der Rolle des Publikums befinden] erfüllen, dabei berufsspezifische Grundsätze des Journalismus bzw. kommunikationswissenschaftliche Förderungen [Anm. im Zusammenhang mit den journalistischen Rollen] berücksichtigen, schließlich als privatwirtschaftliches Unternehmen ökonomische Ziele verfolgen [Anm. strukturelle Kopplung zum System Wirtschaft], um [Anm. im Zuge der Selbstbeobachtung] den Fortbestand des Mediums – als wichtiges Organ der lokalen Kommunikation – im Interesse der Allgemeinheit zu garantieren.“¹⁸³

In Bezug auf Lokalmedien schreibt Jonscher weiters:

„Sieht man die Gesellschaft als ein System, einen ganzheitlichen, regelhaft strukturierten Zusammenhang von Individuen, Gruppen und Institutionen auf der Basis gegenseitiger Rollenerwartungen, so läßt [sic!] sich die Lokalpresse, die in bestimmter Weise strukturiert ist und auch für die Gesellschaft bestimmte – erwünschte und unerwünschte, beabsichtigte und nicht beabsichtigte – Leistungen erbringt, als ein gesellschaftliches Subsystem (Systemelemente sind Mitarbeiter, technische Einrichtungen usw.) beschreiben, dessen Funktionen und Aufgaben sich erst aus den vielfältigen Einflußfaktoren [sic!] in einem systemtheoretischen Kontext erschließen, also nicht allein normativ definiert sein können.“¹⁸⁴

Abschließend dazu und überleitend soll Jarren erwähnt sein, der in den Massenmedien eine doppelte, jedoch paradoxe Natur entdeckt. Denn:

¹⁸² Löffelholz In: Bentele/Brosius/Jarren 2003, 42

¹⁸³ Jonscher 1991, 48

¹⁸⁴ Jonscher 1995, 120

„Ihrer Funktion nach sind sie als Verstärker artikulierter oder von ihnen aufgegriffener Interessen zu sehen, aber ihrer Strukturen nach als Filter für legitimationskritische Forderungen, die an das politisch-administrative System gerichtet sind.“¹⁸⁵

So berücksichtigt Jarren im System der Massenmedien ebenso sowohl die Funktionen als auch die Strukturen vorerst getrennt voneinander, jedoch lässt sich auch durch jene Feststellung erkennen, dass ein fließender Übergang besteht. Damit nimmt Journalismus in zeitlicher Hinsicht die Synchronisation der Gesellschaft wahr, auf sozialer Ebene die Selbstbeobachtung und Repräsentation, aus sachlicher Sicht ist Journalismus Themenlieferant.¹⁸⁶

Deshalb wird in Kapitel 7 zuerst auf die Funktionen eingegangen, die im weiteren Verlauf anhand der Literaturstudie, aber auch anhand der Nachrichtenfaktoren (siehe Kapitel 8) operationalisiert werden sollen. Im Zuge dessen werden die Funktionen und die Struktur des Systems Massenmedien zusammengeführt, woraus in weiterer Folge ein Kategoriensystem abgeleitet wird, das der Analyse des Untersuchungsobjekts dient.

Vor dieser Abhandlung wird jedoch auf den Begriff des Kommunikationsraumes eingegangen. Der Kommunikationsraum stellt einen Ausschnitt des Systems dar, in dem, wie zu erkennen sein wird, Wissen gemeinsam aktualisiert wird. Deshalb wirkt der Kommunikationsraum systembildend und stellt die Basis der Funktionserfüllung dar.

5.4. Definition (Kommunikations-)Raum

„Auf pragmatischer Ebene bedient man sich gegebener (meist politischer oder juristischer) Raumeinteilungen zur Abgrenzung. [...] Auf funktionaler Ebene ergibt sich die Definition von Raum aus den Hauptfunktionen, die er aufgrund seiner Ausstattung zu erfüllen hat. [...] Auf der Handlungsebene wird versucht, über die Kongruenz individueller Aktionsräume zu Raum- oder Gebietsdefinitionen zu gelangen. [...] Auf der Bewußtseinssebene [sic!] steht die kognitive Repräsentanz von bestimmten Räumen im Vordergrund.“¹⁸⁷

¹⁸⁵ Jarren 1984, 64

¹⁸⁶ Vgl. Weischenberg/Scholl 1990, 77

¹⁸⁷ Maier-Rabler In: Publizistik 1991/1, 29f

	Operationalisierung			
	Pragmatische Ebene	Funktionale Ebene	Handlungsebene	Bewusstseinsebene
Raum				
Geographisch	Verwaltungseinheit, Stadt, Staat, Land, Gemeinde, Bundesland	Bildungs-, Versorgungs-, Freizeit-, Industrieraum	Kulturraum, Sozialraum, Wirtschaftsraum	Subjektiv repräsentierte Räume, geographische mental maps
Gebaut	Gebäude, Wohnung, Straßenzug, Kataster, Planquadrat	Schulgebäude, Bürogebäude, Einkaufszentrum, Museum, Theater	Gebaute Handlungsräume für Wohnen, Arbeiten, Kultur	Subjektiv repräsentierte Räume, mental maps der Siedlung

Abb. 2: Übersicht über Forschungsräume nach Maier-Rabler

So stellt Maier-Rabler eine Übersicht zu Forschungsräumen dar, die für die empirische Arbeit im Zuge der Eingrenzung und Beschreibung des zu untersuchenden Kommunikationsraumes hilfreich sein wird.

Wiling definiert den Kommunikationsraum nicht auf Basis der Differenzierung nach Maier-Rabler, sondern als „Verbreitungsgebiet“¹⁸⁸, Katzenberger differenziert allgemein zwischen Bereitstellungs-, Verbreitungs- und Kommunikationsraum. Der Bereitstellungsraum umfasst dabei die „maximale Angebotsregion“, in der „diese Mitteilung durch organisierte Leistungen [...] *langfristig* verfügbar gemacht wird.“¹⁸⁹ Darunter können Sprachgrenzen, Marktsegmente aber auch homogene Ereignisräume verstanden werden. Der Verbreitungsraum stellt die gesellschaftlichen Strukturen und damit die potentiellen Teilnehmer am Vermittlungsprozess dar. Hierbei handelt es sich um „*mittelfristig* angelegte[...] Kriterien“,¹⁹⁰ sodass der Bereitstellungsraum zugänglich ist. Darunter kann neben der technisch benötigten Apparatur des Empfängers auch das Abonnement einer Zeitung verstanden werden, wodurch auch die Rezipientenschaft raumgeographisch strukturell greifbar wird.

„Zwar ist der *Raum der Abonnenten* nicht zwangsläufig identisch mit dem faktischen Raum der Kommunikation (also der tatsächlich kommunikativ erreichten Leserschaft) jedes Beitrages, er kommt diesem jedoch bereits relativ nahe.“¹⁹¹

Dabei wird im Kommunikationsraum Wissen gemeinsam aktualisiert und selektiert, was systembildend wirkt und im Zuge dessen gewisse Funktionen für die Gesellschaft zu

¹⁸⁸ Vgl. Wilking 1988, 9

¹⁸⁹ Katzenberger 1999, 44

¹⁹⁰ Katzenberger 1999, 44

¹⁹¹ Katzenberger 1999, 96

erfüllen sind.¹⁹² Dazu schreibt auch Hermann, dass die Intensität und die Verbundenheit zwischen den Bewohnern von Räumen und zu Räumen zugenommen habe und fasst die Definition des Raumes an sich weiter:

„Diese kleinen Welten erscheinen dem einzelnen verständlich, übersichtlich geordnet. Sie sind sinnvoll und vertraut. Sie bilden den Mittelpunkt der ihn konzentrisch umgebenden äußeren gesellschaftlichen 'Räume'.“¹⁹³

Die Kommunikationsräume unterscheiden sich somit nicht nur durch ihre Größe und Struktur voneinander, sondern auch vor allem „im Zusammenspiel der Medien, die die unterschiedlichen Ereignisräume mit Informationsleistungen versorgen.“¹⁹⁴ Dabei werden diese von technischen, ökonomischen, politischen und publizistischen Rahmenbedingungen beeinflusst.¹⁹⁵ Der Unterschied liegt nach Hermann im Konfliktverhalten, also wie Kritik geübt, Kontroversen geschildert und Forderungen gestellt werden. Außerdem findet sich die Differenzierung im Aspekt der Personalisierung, also in Bezug auf die gesellschaftliche Verankerung und die Position von Personen in einer Gesellschaft, was ebenso im Zusammenhang mit der Koordination im Alltag im Zuge des Vereinswesens und der (Kommunal-)Politik steht. Außerdem sind zentrale Werte und Symbole wie der Ortsname, das individuelle und kollektive Gedächtnis sowie der Heimatbegriff von Bedeutung.¹⁹⁶

„Die Prägungen der Vergangenheit haben ein spezifisches Kommunikationssystem hervorgebracht, von dem das soziale Miteinander der Menschen determiniert ist. Dieses soziale Miteinander unterliegt bestimmten Verhaltensweisen der Auseinandersetzung und Konfliktbewältigung, einem bestimmten Konfliktverhalten. Lokalgesellschaftliche Zusammenhänge werden unter dieser spezifischen Kommunikationsweise über die minutiöse Auflistung von Personen hergestellt und überprüft. Wir haben es mit einer bestimmten Art der 'Personalisierung' zu tun. Und zum dritten hat sich ein besonderes Werte- und Normensystem herausgebildet, das in einem Satz von Symbolen und symbolischen Konstellationen präsent ist.“¹⁹⁷

So wird der Kommunikationsraum auch durch das kollektive Gedächtnis repräsentiert und damit mit dem Erwachsen einer Zeitung in der Geschichte des Landes, was in weiterer Folge zu erkennen sein wird.

¹⁹² Vgl. Katzenberger 1999, 44

¹⁹³ Hermann 1993, 40

¹⁹⁴ Mast/Weigert 1991, 14

¹⁹⁵ Vgl. Mast/Weigert 1991, 22

¹⁹⁶ Vgl. Hermann 1993, 82ff

¹⁹⁷ Hermann 1993, 81

Für diese Arbeit betrifft Kommunikationsraum also den Aktionsraum, in dem sich die Vorarlberger Nachrichten bewegen. Die Raumeinteilung im lokalen und regionalen Bereich wird durch die Gesamtausgabe aber auch durch die wöchentliche lokale Beilage repräsentiert. Die VN passen ihre Informationsleistungen an das Bundesland somit an. Der Bereitstellungsraum bezieht sich auf das Land Vorarlberg, das die Region darstellt, ebenso sind die lokalen Bezirke wichtiger Teil der Kommunikation.

Bevor aber näher auf die Funktionen der Massenmedien eingegangen wird, soll der Medienbegriff auf Basis der bisherigen theoretischen Abhandlungen für die vorliegende Problemstellung geklärt werden.

6. Klärung des Medienbegriffs zur spezifischen Problemstellung

Grundsätzlich stehen für die Klärung des allgemeinen Medienbegriffs zwei Definitionen zur Verfügung, die in engem Zusammenhang zur Metatheorie betrachtet werden können. Einerseits soll Maletzke erwähnt werden, der Massenkommunikation wie folgt definiert:

„immer 1. indirekt, also durch ein technisches Medium vermittelt, 2. einseitig, also ohne Rollentausch zwischen Kommunikator und Rezipient, ohne Umkehrung der Mitteilungsrichtung, 3. öffentlich, also an ein prinzipiell unbegrenztes und anonymes Publikum gerichtet, das 4. immer ein disperses Publikum ist.“¹⁹⁸

Das disperse Publikum bedeutet für ihn, dass es nicht durch zwischenmenschliche Beziehungen verbunden ist.¹⁹⁹ Dies soll durch die Definition nach Saxer ergänzt werden:

„Medien sind komplexe institutionalisierte Systeme um organisierte Kommunikationskanäle von spezifischem Leistungsvermögen.“²⁰⁰

In Verbindung mit der Metatheorie der funktional-strukturellen Systemtheorie nach Luhmann (siehe Kapitel 5) finden sich Zusammenhänge.

Technisches Medium: So ist für Luhmann der Grundgedanke, dass bereits die maschinelle Herstellung eines Produktes „zur Ausdifferenzierung eines besonderen Systems der Massenmedien geführt hat.“²⁰¹ Dabei wird das Produkt als Träger der Kommunikation betrachtet.

Einseitig: Die Medien selbst bilden dazu kommunikative Operationen, die erst die Ausdifferenzierung und Schließung des Systems ermöglichen.

„Entscheidend ist auf alle Fälle: daß [sic!] keine Interaktion unter den Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann. Interaktion wird durch Zwischenschaltung von Technik ausgeschlossen, und das hat weitreichende Konsequenzen, die uns den Begriff der Massenmedien definieren.“²⁰²

¹⁹⁸ Maletzke zit. in: Mast 1986, 166

¹⁹⁹ Vgl. Mast 1986, 165

²⁰⁰ Saxer In: Burkart/Hömborg, 2004, 93

²⁰¹ Luhmann 2004, 11

²⁰² Luhmann 2004, 11

Anonymes, disperses Publikum: Durch jene Unterbrechung des Kontaktes werden nach Luhmann kommunikative Freiheitsgrade gesichert.

„Dadurch entsteht ein Überschuß [sic!] an Kommunikationsmöglichkeiten, der nur noch systemintern durch Selbstorganisation und durch eigene Realitätskonstruktionen kontrolliert werden kann.“²⁰³

Ebenso definiert sich das spezifische Leistungsvermögen der Medien für die Gesellschaft um organisierte Kommunikationskanäle. Denn Luhmann definiert auch die Grundtypen von Sozialsystemen als Interaktion, Organisation und Gesellschaften.²⁰⁴

Um den Blick auf die lokale Kommunikation nicht zu verlieren, wird die Definition Pürers herangezogen. Lokalkommunikation bedeutet für ihn

„örtlich begrenzte[n], unvermittelte[n] (face to face) oder medienvermittelte[n] Austausch von Wissen unter den Bewohnern einer Gemeinde, eines Stadtteils, Kreises oder einer Region 'zur Herstellung von Verständigung über Aktuelles'.“²⁰⁵

Die VN sind somit ein Printmedium, das in der Redaktion in Schwarzach produziert und in weiterer Folge an das disperse Publikum in Vorarlberg verteilt wird. Die Kommunikationskanäle repräsentieren die strukturelle Kopplung, da auch die Leserbriefschreiber und bestimmte Foren nicht außer Acht gelassen werden dürfen. Die VN bieten einen allgemeinen Informationsüberblick und gehen bei örtlich begrenzten Wissensangeboten in die Tiefe.

Gegenwärtig gewinnt der medienvermittelte Austausch tatsächlich durch die Ausdifferenzierung der Gesellschaft an Bedeutung, welche im Kapitel 5 zur Metatheorie bereits behandelt wurde. Von dem Medienbegriff und im Besonderen vom spezifischen Leistungsvermögen der Medien kann auf das folgende Kapitel verwiesen werden, in dem die in der Forschung bereits eruierten (normativen) Funktionen der Massenmedien dargestellt werden.

²⁰³ Luhmann 2004, 11f

²⁰⁴ Vgl. Luhmann zit. in Saxer In: Burkart/Hömborg 2004, 87

²⁰⁵ Pürer zit. in: Jonscher 1991, 15

7. Funktionen von Massenmedien

„Medien sind in Mediengesellschaften zentrale Agenten des sozialen Austausches, aufgrund der steigenden Komplexität der Gesellschaften sind sie von großer Bedeutung. Die Medien erbringen durch ihre Inhalte Leistungen für die Gesellschaft, die funktionale wie auch dysfunktionale Auswirkungen für die Gesellschaft und ihre Individuen haben können.“²⁰⁶

Wird der Blick auf allgemeine Funktionsbestimmungen der Medien erweitert, so bieten die neuesten Funktionskataloge nach Burkart²⁰⁷ und Haas²⁰⁸ einen Überblick zu sozialen, politischen und ökonomischen Funktionen von Massenmedien. Ältere Studien, die sich unter anderem direkt mit Funktionen lokaler beziehungsweise regionaler Medien beschäftigen, sollen aber ebenso mit einbezogen werden. Grundsätzlich können starke Überschneidungen und kleine Unterschiede erkannt werden, wobei vorerst die Funktionsbestimmungen nach Burkart als Basis für die weiterführende Spezifikation des Funktionenkataloges herangezogen werden.

„Diese Leistungen der Medien im idealtypischen Sinn stellen die Ziele dar, die das Teilsystem Massenmedien im Idealzustand erreichen soll.“²⁰⁹

Die Funktionenkataloge stellen normative Funktionen der Massenmedien dar, welche „für den Fortbestand des gesellschaftlichen Lebens essentiell“ sind.²¹⁰ Neben den Arbeiten von Haas und Burkart ist für dieses Forschungsvorhaben ebenso die Dissertation von Wallner (2007) von großer Bedeutung. Sie hat eine Operationalisierung von Medienfunktionen in Angriff genommen. Für sie stellen Medien ebenso die Grundbedingungen einer funktionierenden demokratischen Gesellschaft die Herstellung von Öffentlichkeit beziehungsweise die „Bereitstellung eines Beobachtungsforums für die Öffentlichkeit“ und die Wahrung der Meinungsfreiheit dar. Dabei nehmen Massenmedien eine zentrale Rolle ein, da sie Informationen selektieren und Themen durch sie eine bestimmte Themenkarriere machen.²¹¹ Ausgangspunkt ist dabei die Informationsfunktion im Zuge der Vermittlung der Beobachtung gesellschaftlicher Teilsysteme ebenso wie die Erfüllung von Kommunikationsbedürfnissen anderer Teilsysteme durch die Interaktion mit anderen Teilsystemen. Auch die Kommentierung und Interpretation der Beobachtung zählt zu

²⁰⁶ Wallner 2007, 46

²⁰⁷ Vgl. Burkart 2002, 382

²⁰⁸ Vgl. Haas 2005, 27 (Tabelle ergänzt und erweitert nach Bonfadelli 2001, 31)

²⁰⁹ Wallner 2007, 62

²¹⁰ Wallner 2007, 64

²¹¹ Vgl. Wallner 2007, 48, 54

den Funktionen der Massenmedien im systemtheoretischen Sinne.²¹² Sie sind in ihrer Informations- und Forumsrolle Vermittler und in ihrer Kommunikationsrolle durch Kommentierung Akteure der Öffentlichkeit.²¹³

„Sie sind unentbehrlich und im Grunde genommen am besten geeignet, an der politischen Willensbildung auf allen Ebenen und in allen Bereichen mitzuwirken. Sie sind der ideale Mittler und Akteur zwischen Beteiligten und Betroffenen, zwischen Staat und Volk, zwischen Gemeinde und Einwohner, zwischen Parteien und Verbänden, zwischen Wirtschaft und Verbraucher, Kirche, Kultur und Sport. Sie repräsentieren schlechthin die gesamte Gesellschaft und Öffentlichkeit nicht zuletzt durch ihre Veröffentlichungen.“²¹⁴

So sieht zum Beispiel Stober die Berichts- und Informationsgewalt, die Bewertungs- und Beurteilungsgewalt und die Vermittlungsgewalt im Zuge der Meinungsäußerungen, Leserbriefe, Anzeigen, Werbung und Gastkommentare bei den Medien. Wichtig dabei ist jedoch nicht von der vierten Gewalt im Sinne einer zu den drei Gewalten zählende Ebene (Exekutive, Legislative, Judikative) zu sprechen. So wären sie nämlich Bestandteil des Regierungsapparates und somit zugleich Regierungssprecher, was die Demokratie deutlich gefährden würde.²¹⁵

Die Unterteilung des Funktionenkatalogs in politische, wirtschaftliche und soziale Funktionen erfolgt durch die Orientierung an gesellschaftliche Teilsysteme.²¹⁶ Das Grundgerüst für die anfängliche Beschreibung bietet der Funktionenkatalog nach Burkart:

Soziale Funktionen	Politische Funktionen	Ökonomische Funktionen
Informationsfunktion		
Sozialisationsfunktion	Herstellen von Öffentlichkeit	Zirkulationsfunktion Wissensvermittlung Sozialtherapie Legitimationshilfe
Soziale Orientierungsfunktion	Artikulationsfunktion	Regenerative Funktion
Rekreatationsfunktion (Unterhaltung, Eskapismus)	Politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion	Herrschaftliche Funktion
Integrationsfunktion	Kritik- und Kontrollfunktion	

Abb. 3: Funktionen der Massenmedien nach Burkart 2002, 382

²¹² Vgl. Wallner 2007, 56

²¹³ Vgl. Wallner 2007, 93

²¹⁴ Stober In: Wittkämper 1992, 29

²¹⁵ Vgl. Stober In: Wittkämper 1992, 27ff

²¹⁶ Vgl. Ronneberger In: Haas 1987, 155

Die **sozialen Funktionen** umfassen die Leistungen im Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt. Im Zuge der Ausdifferenzierung der Gesellschaft können Rollen nicht mehr nur aus Primärerfahrungen erlernt werden. So vermitteln Massenmedien das Menschsein, indem sie Lehr- und Bildungstoffe zur Kultur und Unterhaltungsangebote durch Kultur anbieten.²¹⁷ Ronneberger beschreibt im Zuge der Sozialisationsfunktion die Redaktion als Sozialisatoren. Sie vermittelt Leitbilder, Werte und Normen des Denkens und Handelns sowie Denkformen und Verhaltensweisen.²¹⁸ Im Zuge dieser Funktion werden die Menschen in das gesellschaftliche Sozialsystem eingegliedert, was ebenso die „Enkulturationsfunktion“ durch die Anpassung an die Kultur sowie die soziale Kontrolle umschließt. Letztere vermittelt im Zuge bestehender Werte und Normen negative und positive Sanktionsformen.²¹⁹

„Die Wahrnehmung von Gesellschaft, von Wandel und Veränderung, von Bestand und Kontinuität etc. erfolgt [...] in hohem Maße über die Massenmedien.“²²⁰

In Hinblick auf diese Funktion können ebenso wichtige Leistungen zur „Ausbildung und Entwicklung kollektiver und individueller Identitäten“²²¹ erfüllt werden, worauf bezüglich der Integrationsfunktion noch näher eingegangen wird. Die kulturelle Sozialisationsfunktion umfasst die Herkunft der Unterhaltungsinhalte sowie der Akteure des Kulturkreises. Ebenso spielen die vermittelten kulturellen Perspektiven nach Wallner eine wichtige Rolle.²²²

Die soziale Orientierung gewinnt auch durch die gesellschaftliche Ausdifferenzierung an großer Bedeutung. Die Leistung der Medien liegt darin, Hilfe bei der Lösung von Problemen zu leisten, Sinnwelten zu bieten und die verlorene Gemeinsamkeit wieder herzustellen.²²³ Nach Ronneberger lässt sich diese Funktion der Sozialisationsfunktion zuordnen, wobei es vorwiegend darum geht sich in der ausdifferenzierten Gesellschaft zurechtzufinden.²²⁴ In einer solchen Gesellschaft bilden sich Teilsysteme der Politik, Wirtschaft, Religion etc. aus, die nach ihren eigenen Logiken ablaufen und Individuen bestimmte – oft widersprüchliche – Rollenmuster annehmen müssen.²²⁵ Orientierung

²¹⁷ Vgl. Burkart 2002, 283ff

²¹⁸ Vgl. Ronneberger zit. in: Burkart 2002, 383ff

²¹⁹ Vgl. Jonscher 1995, 138, vgl. Ronneberger In: Haas 1987, 155

²²⁰ Haas 2005, 28

²²¹ Wallner 2007, 107

²²² Vgl. Wallner 2007, 108

²²³ Vgl. Burkart 2002, 385f

²²⁴ Vgl. Ronneberger In: Haas 1987, 155

²²⁵ Vgl. Reinhardt In: Jäckel 2005, 36

gewinnt an Bedeutung, je umfassender und komplexer das Informationsangebot ist. Sie wird durch Deutungsangebote und vermittelte Werthaltungen verstärkt.²²⁶ Medien übermitteln im Zuge dessen „Erfahrungs-, Denk- und Handlungsweisen“.²²⁷

Ebenso besteht der Bedarf nach Zerstreuung und Unterhaltung, dem Massenmedien durch emotionale Entlastung, Entspannung und Erholung in Form der Rekreationsfunktion gerecht werden können.²²⁸

Außerdem umfasst eine der Medienleistungen als Folge der Ausdifferenzierung die Integrationsfunktion, um die Gesellschaft über den primären Erfahrungshorizont hinaus identifizieren zu können. So werden Denk- und Verhaltensmuster, Status- und Rollenbilder, Images und Typenvorstellungen angeboten, die Orientierung und Identifikation bieten. Die Dysfunktion würde in diesem Punkt die Desintegration darstellen. Selbstverständigungsdiskurse sollen die Identifikationsfunktion umfassen.²²⁹ So betont auch Reinhardt, dass Massenmedien „in der Moderne wichtige, wenn nicht gar die wichtigsten Instanzen“²³⁰ zur Erzeugung einer kollektiven Identität darstellen. Dies bedeutet sich in andere Lebensumstände versetzen zu können, persönliche Werthaltungen zu verstärken, ein „Wir-Gefühl“ zu entwickeln und ebenso die Thematisierung von Ereignissen als Gesprächsgrundlage.²³¹ Dies erfordert auch Informationen über unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen (Lebensformen, Subkulturen etc.), sowie über das Mediensystem an sich, wobei Integration systemtheoretisch nur im Zuge einer strukturellen Kopplung berücksichtigt werden kann.²³² Massenmedien müssen zur Erfüllung der Integrationsleistung über die unterschiedlichen Teilsysteme berichten.²³³

„Alles in allem leistet die Massenkommunikation in der modernen Gesellschaft einen wichtigen, wenn nicht gar – wegen ihrer weitgehenden Verfügbarkeit – den wichtigsten Beitrag zur Strukturierung und Erweiterung sozialer (z.B. Persönlichkeitshorizonte), sachlicher (z.B. Rollenvereinbarkeiten) und zeitlicher (z.B. Biographiezusammenhänge) Grenzen des Sinns von personaler Identität und entsprechenden Selbstvorstellungen.“²³⁴

²²⁶ Vgl. Voltmer 1998/1999, 30

²²⁷ Haas 2005, 27

²²⁸ Vgl. Burkart 2002, 387; vgl. Jonscher 1995, 143

²²⁹ Vgl. Burkart 2002, 387ff

²³⁰ Reinhardt In: Jäckel 2005, 33

²³¹ Vgl. Jonscher 1995, 143, vgl. Voltmer 1998/1999, 32

²³² Vgl. Wallner 2007, 110ff

²³³ Vgl. Jäckel In: Jäckel 2005, 224

²³⁴ Reinhardt In: Jäckel 2005, 43

Wichtig ist außerdem, dass die Integrationsleistung auch durch die Kommunikation über Integration an sich erfüllt werden kann.²³⁵ Wallner fasst die soziale Orientierung und Integration zusammen als die „Teilhabe an der Gesellschaft“,²³⁶ da Medien sowohl das soziale als auch das kulturelle Verhalten der Bürger beeinflussen.²³⁷ Ebenso zählen zur Integrationsfunktion die Repräsentation von Randgruppen und Minderheiten und „die Vielfalt der Kulturen, der Lebensformen, der Ansichten etc.“²³⁸

Jäckel sieht in der Integration eine ständige Thematisierung, die jedoch nicht durch Konsens, sondern Präsenz erfüllt wird. Deshalb handelt es sich nicht um den normativen Ansatz der Integration, sondern:

„Sie erfüllt – neben anderen Dingen – vor allem die Funktion der Aufrechterhaltung eines öffentlichen Dialogs.“²³⁹

Integration und Orientierung gehen für Jäckel Hand in Hand. Für ihn hängen eine hohe Thementransparenz und der höhere Orientierungsbedarf in Folge der Ausdifferenzierung der Gesellschaft stark mit der Integrationsfunktion der Massenmedien zusammen.²⁴⁰ In Bezug darauf stellt die Integration für Wallner auch eine Vertiefung der Sozialisation dar, da die Vielfalt der Gesellschaft berücksichtigt wird.²⁴¹ Sie bezieht sich dazu auf Jarren (2000):

„Integration lässt sich damit in verschiedene inhaltliche Bereiche unterteilen, in Inhalte, die sich auf räumliche (lokal, regional, national, international, global), soziale (zwischen Individuen, Gruppen), sozial-räumliche (zwischen Kultur-/Sprachkreisen) oder systemische (Organisation, Gesellschaft) Aspekte beziehen.“²⁴²

Die **politischen Funktionen** beschreiben die Leistungen der Massenmedien in Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als politisches System, das sich nach demokratietheoretischen Regeln organisiert. Das demokratische System beruht auf dem Repräsentationsprinzip, wobei die Bürger ihre politischen Vertreter wählen. Um über die geforderte politische Kompetenz zu verfügen und „um ihre Rolle als Souverän

²³⁵ Vgl. Wallner 2007, 113

²³⁶ Wallner 2007, 103

²³⁷ Vgl. Wallner 2007, 103

²³⁸ Haas 2005, 28

²³⁹ Jäckel In: Jäckel 2005, 226

²⁴⁰ Vgl. Jäckel In: Jäckel 2005, 234

²⁴¹ Vgl. Wallner 2007, 114

²⁴² Wallner 2007, 114

demokratischer Entscheidungen auszuüben“,²⁴³ ist die Strukturierung der Informationsflut von besonderer Bedeutung. Dazu zählen die Wahrnehmung gesellschaftlicher Probleme, die Betroffenheit und die grundsätzliche Beobachtung von Parteien zur Lösung der Probleme.²⁴⁴ Denn ohne die hergestellte Öffentlichkeit wäre ein demokratischer Rechtsstaat nicht möglich.²⁴⁵ Selektion, Reduktion, Vereinfachung und Bewertung sind dabei zentrale Stichworte für Sarcinelli. Durch den nachlassenden Organisationsgrad der Parteien und der Bindungskraft bei weiteren Institutionen kommt Sinnvermittlung durch Massenmedien eine große Bedeutung zu.²⁴⁶ Dabei ist das Herstellen von Öffentlichkeit die zentrale Funktion. Informationen werden durch die Massenmedien öffentlich zugänglich gemacht, Massenmedien repräsentieren in dem Sinne die Öffentlichkeit in dem sie Themen zur Verfügung stellen und eine Beteiligung am politischen Prozess gewährleisten. Sie treten als Podium auf, auf dem Konflikte ausgetragen werden können.²⁴⁷ Dabei werden auch „Absichten, Ziele und Handlungen“ öffentlich gemacht, die Beteiligung am politischen Leben möglicherweise gewährleistet und Interessen artikuliert.²⁴⁸

„Unbestritten und gut empirisch belegt ist dabei die Erkenntnis, daß [sic!] der massenmedialen Berichterstattung gerade auch im politischen Bereich eine thematisierende und themenstrukturierende Bedeutung zukommt, daß [sic!] sie damit Probleme oft erst politikfähig macht und letztlich zusammen mit dem politisch-administrativen System die politische Tagesordnung bestimme.“²⁴⁹

Als sogenanntes „Frühwarnsystem“ zeigen Massenmedien wichtige Themen in ihrer Entstehung auf und leisten damit eine zentrale Aufgabe für das demokratische System.²⁵⁰ So sollen Massenmedien eine Korrelationsleistung erfüllen, indem sie unterschiedliche Standpunkte aufzeigen, als Vermittler und Übersetzer agieren und im Zuge der Artikulationsfunktion ein Sprachrohr für alle sind. Die Ausdifferenzierung der Gesellschaft wirkte ebenso auf den Bereich des politischen Systems. Eine steigende Unübersichtlichkeit ist die Folge.²⁵¹ Deshalb „obliegt es den Massenmedien, ein Forum für den Gedankenaustausch der Gesellschaft bereitzustellen“,²⁵² um eine Diskussion

²⁴³ Voltmer 1998/199,19

²⁴⁴ Vgl. Voltmer 1998/1999, 19ff

²⁴⁵ Vgl. Ronneberger In: Langenbucher 1980, 199

²⁴⁶ Vgl. Sarcinelli In: Wittkämper 1992, 38

²⁴⁷ Vgl. Burkart 2002, 391ff

²⁴⁸ Vgl. Ronneberger In: Publizistik 1994/4, 295

²⁴⁹ Sarcinelli In: Wittkämper 1992, 40

²⁵⁰ Vgl. Haas 2005, 29

²⁵¹ Vgl. Burkart 2002, 393f

²⁵² Gutting 1992, 18

und Konsensbildung zu ermöglichen. Die Artikulationsfunktion bringt Wallner ebenso mit der Forums- und Legitimationsfunktion in Zusammenhang. Letztere bedeutet, dass Informationen über die Politik zu ihrer Legitimation beitragen, die Politik sich wiederum durch die Massenmedien über die Bürger in der Gesellschaft informieren kann. Somit kann auch von einer Partizipationsfunktion und Zugangsfunktion gesprochen werden.²⁵³ Als Forum tragen die Massenmedien zum politischen Willens- und Meinungsbildungsprozess bei, indem sie verschiedene voneinander unabhängige Quellen in die Berichterstattung mit einbeziehen.²⁵⁴ Ebenso zu beachten ist, dass viele Ereignisse erst von der Politik hergestellt werden, also nur als Medienereignisse zu betrachten sind, als solche diese direkt für die Medien geschaffen wurden (beispielsweise Pressekonferenzen, Stellungnahmen, öffentliche Veranstaltungen).²⁵⁵

Durch die politische Sozialisationsfunktion sollen politische Rollen transparent gemacht und eine aktive Teilnahme am politischen Prozess ermöglicht werden. Während der Kindheit setzen Familie und Schule die politische Sozialisation in Gang. Mit dem Erwachsenwerden nehmen die Massenmedien als politische „Sozialisatoren“ an Bedeutung zu.²⁵⁶ So kann auch das Rollenverhalten nicht durch die ersten Sozialisationsinstanzen gelernt werden. Eine Bildungsfunktion, im Zuge derer logische Zusammenhänge gebracht werden, ist hier von Bedeutung.²⁵⁷ Dem schließt sich Ronneberger an, der darin – in Folge der Ausdifferenzierung und der damit verbundenen Unübersichtlichkeit und Bildung von Subkulturen²⁵⁸ – die „Aufnahme von sensationellen Nachrichten bis zur quasi-personalen Auseinandersetzung mit Leitartikeln, Politikern, Moderatoren usw.“ sieht.²⁵⁹ Gutting teilt den Massenmedien auch eine Erziehungsfunktion zu, durch welche die Partizipation gefördert und moralische Appelle erteilt werden.²⁶⁰ Ronneberger beschreibt hier ebenso die „Bildungs- und Erziehungsfunktion“, die für die Heranbildung von aktiven, am politischen Prozess beteiligten Staatsbürgern notwendig ist.²⁶¹

²⁵³ Vgl. Wallner 2007, 99f

²⁵⁴ Vgl. Gutting 1992, 11, 17

²⁵⁵ Vgl. Sarcinelli In: Wittkämper 1992, 44

²⁵⁶ Vgl. Ronneberger In: Langenbucher 1980, 202

²⁵⁷ Vgl. Burkart 2002, 394f

²⁵⁸ Vgl. Ronneberger In: Publizistik 1964/3, 296

²⁵⁹ Ronneberger In: Haas 1987, 158

²⁶⁰ Vgl. Gutting 1992, 22

²⁶¹ Vgl. Ronneberger In: Publizistik 1964/3, 297

„Eine kollektive ‚politische Identität‘ bedarf immer wieder der Aktualisierung der Identitätsvorstellungen und einer integrierenden Öffentlichkeit.“²⁶²

Ebenso umfasst eine der Leistungen der Massenmedien die Kritik an Machträgern (Kritik- und Kontrollfunktion).²⁶³ Dabei ist besonders die Herstellung von Transparenz von großer Bedeutung, sodass nicht nur das „Was“ sondern auch das „Wie“ politischer Prozesse beantwortet wird.²⁶⁴

„Die moderne Kontrolle beruht also weniger auf einem Gegnerschaftsverhältnis als auf dem Prinzip der Systemimmanenz; wir haben es mit einer Art von Selbstkontrolle eines gesellschaftlich-staatlichen, pluralistischen Gesamtsystems zu tun. [...] Voraussetzung für die Wirksamkeit einer solchen ‚Rundum-Kontrolle‘ ist die weitgehende Neutralität der Massenkommunikationsmittel.“²⁶⁵

Kontrolle bedeutet das Aufdecken von Missständen und Machtmissbrauch, das Aufdecken des Fehlverhaltens politischer Entscheidungsträger.²⁶⁶ Jonscher beschreibt die politischen Funktionen insgesamt als Information, Mitwirkung an der Meinungsbildung, Kritik und Kontrolle von Exekutive, Legislative und Judikative sowie der Informations- und Artikulierfunktion. Letztere umfasst die Darstellung „der Vielfältigkeit des Volkswillens“.²⁶⁷

Wittkämper differenziert die Medienfunktionen für die Politik in drei Bereiche. Einerseits haben die Medien eine Transportfunktion zu erfüllen, wobei es sich um eine einfache Informationsvermittlung von Inhalten – wie der Autor schreibt – „vom Probealarm bis zum Herbstmanöver, von der Hygiene bis zur Freizeit“²⁶⁸ handelt. Andererseits schreibt Wittkämper den Medien die Ressourcenfunktion zu, worunter auch die Kritik- und Kontrollfunktion fällt. Dabei geht es grundsätzlich um Hinweise auf Probleme und deren Verbesserungsmöglichkeiten. Zu guter Letzt zählt der Autor die Innovationsfunktion zu den zentralen Funktionen der Medien für die Politik. Die Medien üben eine Erneuerungswirkung auf die Politik und Verwaltung aus, liefern Tatsachengrundlagen und Wertmaßstäbe.²⁶⁹

²⁶² Wallner 2007, 102

²⁶³ Vgl. Burkart 2002, 395ff

²⁶⁴ Vgl. Wallner 2007, 97f

²⁶⁵ Ronneberger In: Publizistik 1964/3, 297

²⁶⁶ Vgl. Voltmer 1998/1999, 29

²⁶⁷ Vgl. Jonscher 1991, 47

²⁶⁸ Wittkämper In: Wittkämper 1992, 5

²⁶⁹ Vgl. Wittkämper In: Wittkämper 1992, 5

Die **ökonomischen Funktionen** umfassen Leistungen in Hinblick auf die gesellschaftliche Umwelt als ökonomisches System für die mittelbare oder unmittelbare Kapitalverwertung (Gewinnerzielung). Letztere erbringen sie jedoch allein durch ihr Bestehen bereits automatisch. Massenmedien leisten auch die Aktivierung der Ware-Geld-Beziehung, sind ebenso Werbeträger wie sozialisierende Kraft in Bezug zur Werbung.²⁷⁰ So schaffen die Massenmedien, nach Jonscher, „Transparenz über das Warenangebot“:

„Durch das Inserat ist jedem der Zugang zum öffentlichen Meinungsmarkt eröffnet; unabhängig von der Qualität ihres Beitrages haben die Annoncen einen informations- und meinungsfördernden Einfluß [sic!] auf den Leser hinsichtlich des jeweiligen Sachgebietes.“²⁷¹

Das bedeutet, dass Massenmedien auf diese Weise die Kommunikationsbedürfnisse des Wirtschaftssystems befriedigen.²⁷²

So wird im Zuge der Zirkulationsfunktion auch entscheidungskompetente und handlungsrelevante Information übermittelt. Die Medien bieten in der Rolle des Sozialtherapeuten Entlastungs- und Kompensationsmöglichkeiten, als Legitimationshilfe rechtfertigen sie Zustände, Ereignisse und Verhaltensweisen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist ebenso die Personalisierung.²⁷³ Die Ware-Geld-Beziehung wird durch Werbung aktiviert, wodurch auch Informationen über Warenangebote an die Öffentlichkeit gelangen.²⁷⁴

Die regenerative Funktion umfasst die Befriedigung von Informations- und Unterhaltungsansprüchen, die sich auf die Arbeitsleistung des Publikums auswirken sollen.²⁷⁵ Ebenso beschreibt Wallner die meinungsbildende Funktion, im Zuge derer durch Kommentierung wirtschaftliche, soziale, politische und kulturelle Fortschritte geleistet werden können.²⁷⁶

²⁷⁰ Vgl. Burkart 2002, 397f

²⁷¹ Jonscher 1995, 213

²⁷² Vgl. Wallner 2007, 121

²⁷³ Vgl. Burkart 2002, 397ff

²⁷⁴ Vgl. Haas 2005, 31

²⁷⁵ Vgl. Burkart 2002, 402

²⁷⁶ Vgl. Wallner 2007, 121f

Ebenso spielt die herrschaftliche Funktion zur Legitimierung und Propagierung des gesellschaftlichen Ordnungsprinzips der kapitalistischen Marktwirtschaft eine besondere Rolle.²⁷⁷

Jonscher unterscheidet in seiner Differenzierung von Funktionen manifeste und latente Funktionen. Erstere betreffen die „öffentliche Aufgabe“ von Medien, also die Bereitstellung von Information, den Beitrag zur Meinungsbildung. Latente Funktionen hingegen umfassen neben rationalen Aspekten ebenso die „Aufrechterhaltung des sozialen Kontakts mit der Außenwelt“, Thematisierung, Entspannung und auch die „Vermeidung des ‚unmoralischen‘ Nichtstuns“.²⁷⁸ Ebenso kann zwischen Ideal- und Realfunktionen unterschieden werden, wobei letztere die wirtschaftliche Verfassung des Mediums beschreiben. Idealfunktionen können als normative Funktionen, wie unter anderem Integrations-, Sozialisations- und Orientierungsfunktion, verstanden werden.²⁷⁹

Abschließend definiert Wallner nach Saxer (1974) vier Hauptkategorien: Information, Korrelation, Transmission und Gratifikation, wobei Information die allgemeine Leistung der Medien umfasst. Korrelation bestimmt die Medien als Forum und in der Rolle der Kommentierung und Thematisierung. Im Zuge der Transmission werden kulturelle Werte und Normen vermittelt. Gratifikation bedeutet die Erfüllung der Kommunikationsbedürfnisse. Diese Kategorien können auf die sozialen, kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Inhalte bezogen werden. Die allgemeinen Leistungen neben den einzelnen Funktionen (Was) umfassen nach Wallner das „Wie“ der Funktionserfüllung: Kommentierung, Forum, Information.²⁸⁰

Im Zuge der Forumsfunktion agieren die Massenmedien als Plattform für unterschiedliche Sprecher, sie sind „Forum für den Austausch von Meinungen, die Artikulation von Interessen etc.“²⁸¹ Damit unterstützen sie gesellschaftliche Diskurse und ermöglichen neben der Artikulationsfunktion ebenso die Partizipation. Im Zuge der kulturellen Funktion nach Wallner vermitteln Medien Informationen aus dem

²⁷⁷ Vgl. Burkart 2002, 402

²⁷⁸ Vgl. Jonscher 1995, 122

²⁷⁹ Vgl. Jonscher 1995, 123

²⁸⁰ Vgl. Wallner 2007, 123ff

²⁸¹ Wallner 2007, 95

Kulturbereich, ebenso über kulturbezogene Lebensweisen, und leisten damit kulturelle Bildung.²⁸²

Die Diskurs- und Meinungsäußerungsfunktion, die ebenso mit der Forumsfunktion nach Wallner zusammenhängt, umfasst die Kommentierung von Informationen durch die Massenmedien.²⁸³

Über all den genannten Funktionen steht die **Informationsfunktion**, die nicht eindeutig zugeordnet werden kann. Themen und Meinungen werden gesammelt (Input), sie werden selektiert und verarbeitet (Throughput) und schlussendlich weitergegeben (Output).²⁸⁴ Dabei stellt Offenheit ein Faktor auf der Inputseite dar, der Transparenz gewährleisten soll. Diskursivität bestimmt die Validierungsfunktion auf der Throughputseite. Als letzter Schritt wird im Zuge des Outputs öffentliche Meinung wiedergegeben.²⁸⁵ So machen Massenmedien schwer zugängliche Informationen erst zugänglich und „produzieren“ somit allgemein gesellschaftlich geteiltes Wissen.²⁸⁶

„Ob eine Mitteilung informativ ist oder nicht, das hängt also keineswegs allein von dieser selbst, sondern vor allem auch vom entsprechenden Informationsstand des Empfängers ab.“²⁸⁷

So ist wie bereits erwähnt der Informationsgehalt eine veränderliche Größe, wobei der Sinn bestehen bleibt.²⁸⁸ Massenmedien kommunizieren, denn sie wandeln und verarbeiten Umweltdaten in Wissen beziehungsweise Information.²⁸⁹ Sie reduzieren die Informationsmasse auf eine aktuelle Agenda und vereinfachen komplexe Inhalte.²⁹⁰ Die Medien präsentieren uns Wirklichkeiten, sie selektieren Themen²⁹¹ durch ihren binären Code und stellen somit nach Schulz eine journalistische Hypothese der Realität dar.²⁹² So sind Medien erster Ordnung nur Techniken „ohne Hintergrund und Organisation“,²⁹³ wobei dieser Begriff das Telefon, Telefax und auch die Technik des Internets umfasst. (Massen-)Medien zweiter Ordnung konstruieren Sinn für ein disperses Publikum.

²⁸² Vgl. Wallner 2007, 103

²⁸³ Vgl. Wallner 2007, 96

²⁸⁴ Vgl. Kiefer In: Medienjournal 2003/3, 31

²⁸⁵ Vgl. Kiefer In: Medienjournal 2003/3, 31

²⁸⁶ Vgl. Voltmer 1998/1999, 28

²⁸⁷ Burkart 2002, 403

²⁸⁸ Vgl. Burkart 2002, 403ff

²⁸⁹ Vgl. Katzenberger 1999, 39

²⁹⁰ Vgl. Voltmer 1998/1999, 29

²⁹¹ Auf die Selektionsfunktion wird neben dem binären Code der Massenmedien in Kapitel 8 zu den Nachrichtenfaktoren näher eingegangen.

²⁹² Vgl. Schulz 1976, 29

²⁹³ Weischenberg/Scholl 1998, 267

„Medien zweiter Ordnung (i.S. von Massenmedien) hingegen selektieren, strukturieren und präsentieren Aussagen – auf der Grundlage von sozial konsentierten Wirklichkeitsmodellen – und haben dabei ein mehr oder wenig deutlich konturiertes Publikum im Auge.“²⁹⁴

Wichtig ist aber darauf hinzuweisen, dass die Massenmedien nicht alleinige Funktionsträger der Gesellschaft sind. Um dies kurz zu veranschaulichen, soll im Überblick auf die drei unterschiedlichen Ebenen der Öffentlichkeit, die Jarren und Donges in Anlehnung an Friedhelm Neidhardt (1994) beschreiben, eingegangen werden. So unterscheiden sie zwischen der Encounter-Ebene, der Themen- und Versammlungsöffentlichkeit sowie der Medienöffentlichkeit.²⁹⁵ Auf der Encounter-Ebene entsteht die Öffentlichkeit spontan, welche sich dadurch auszeichnet, dass keine „Differenzierung in Leistungs- oder Publikumsrolle“ vorgenommen wurde. Teilnehmer auf dieser Ebene können somit sowohl als Sprecher als auch als Publikum auftreten, das heißt, dass die „Rolle des Vermittlers [...] auf dieser Ebene nicht vorhanden“²⁹⁶ ist. In der Themen- und Versammlungsöffentlichkeit ist die Differenzierung zwischen Leistungs- und Publikumsrolle stärker, das heißt, dass das Wechseln von Sprecher, Vermittler und Publikum weniger oft stattfindet.²⁹⁷ Schlussendlich – auf der dritten Ebene – positioniert sich die Medienöffentlichkeit, die auch für die vorliegende Forschungsarbeit von Bedeutung ist. Die Medien stellen der Öffentlichkeit Themen zur Verfügung, die Differenzierung zwischen Leistungs- und Publikumsrolle ist ausgeprägt.²⁹⁸

So wird durch Öffentlichkeit erst Information ermöglicht – zur Selbstbeobachtung und zur Reflexion sozialer Teilsysteme.²⁹⁹ Nach Rombach bewegen sich im lokalen Augenschein somit folgende zentrale Akteure in diesen Ebenen:

„Die kommunale Verwaltung, die lokal orientierten Massenmedien und die politischen Parteien, Interessensverbände sowie Vereine.“³⁰⁰

Jarren und Donges erklären die Stufen der Öffentlichkeit wie folgt:

²⁹⁴ Weischenberg/Scholl 1998, 267

²⁹⁵ Vgl. Donges/Jarren 2006, 103f

²⁹⁶ Donges/Jarren 2006, 103

²⁹⁷ Vgl. Donges/Jarren 2006, 104

²⁹⁸ Vgl. Donges/Jarren 2006, 104

²⁹⁹ Vgl. Wallner 2007, 81, 89

³⁰⁰ Rombach 1983, 48

„Von der Vielzahl der Themen, die auf der Encounter-Ebene verhandelt werden, gelangt nur ein Bruchteil auf die Ebene der Themen- oder Versammlungsöffentlichkeit, und nur ein Teil davon auf die Ebene der Medienöffentlichkeit.“³⁰¹

So soll dem Missverständnis vorgebeugt werden, dass Medien „allmächtige“ Institutionen sind. Trotzdem übernehmen sie im Zuge dessen, dass auf den ersten beiden Ebenen die Öffentlichkeit nicht mehr ausreichend ist, die Funktion, die Gesellschaft über ihre Umwelt zu informieren.³⁰²

„Insbesondere ermöglichen die gedruckten und elektronischen Leitmedien gesellschaftsweite Resonanz, indem sie Kommunikationseignisse aus den Kommunikationsflüssen und Arenen aufnehmen, kanalisieren oder auslösen.“³⁰³

Wie in der Systemtheorie eruiert, sind Medien ein gleichberechtigtes Teilsystem des Systems der Gesellschaft. Dennoch zeigt Rombach am Beispiel der kommunalen Ebene auf, dass die Lokalpresse die zentrale Rolle als Informationsträger einnimmt und sich in diesem Sinne vor die kommunale Verwaltung und die politischen Parteien reiht.³⁰⁴ Deshalb wird im Besonderen im vorliegenden Forschungsvorhaben Bezug auf die Funktionen der lokalen beziehungsweise regionalen Medien genommen. Denn sie erbringen nach Burkart

„bestimmte Leistungen im Hinblick auf den (Fort-) Bestand unseres Gesellschaftssystems.“³⁰⁵

Ihre Funktionen sind „Folgen bestimmter Handlungsmuster, d.h. Strukturen des Systems“.³⁰⁶ Die Strukturen sind jedoch keine fixierten Grenzen. So können die Systeme ihre Funktionen als Problemlösungen und Antwort auf die Komplexität der Welt besser wahrnehmen und sich an ihre Umwelt anpassen. Damit können nur komplexer werdende Kommunikationsprozesse der komplexer werdenden Umwelt gerecht werden. Nur durch Reduktion kann Sinn erzeugt und bewältigt werden, was ein Hinweis für die Nachrichtenfaktoren (siehe Kapitel 8) darstellt.³⁰⁷ Alles in allem dienen Funktionen „dem Erreichen des Wünschenswerten“, ³⁰⁸ sie führen an ein Ziel näher

³⁰¹ Donges/Jarren 2006, 104

³⁰² Vgl. Wallner 2007, 44

³⁰³ Imhof In: Jäckel 2005, 276

³⁰⁴ Vgl. Rombach 1983, 48

³⁰⁵ Burkart 2002, 379

³⁰⁶ Begemann 1982, 15

³⁰⁷ Vgl. Begemann 1982, 18

³⁰⁸ Maletzke: In: Haas/Jarren 2002, 70

heran. Massenmedien dirigieren die Selbstbeobachtung des Gesellschaftssystems im Zuge der System-Umwelt-Beziehung.³⁰⁹ Durch ihre Operationen produzieren sie „Eigenwerte“ der modernen Gesellschaft, die zur Orientierung im kognitiven, normativen und evaluativen Bereich beitragen.³¹⁰ Die gesellschaftliche Funktion liegt dennoch in dem von dem System erzeugten Gedächtnis, da bei „jeder Kommunikation bestimmte Realitätsannahmen als bekannt“ vorausgesetzt werden, „ohne sie eigens in die Kommunikation einführen und begründen zu müssen.“³¹¹

So zählen zur Informationsfunktion auch Hintergrundinformationen, die zur Orientierung von großer Bedeutung sind. Das sind zum Beispiel Ursachen, Folgen, Zusammenhänge sowie Intentionen der erwähnten Akteure. Ebenso ist es wünschenswert, über Alternativen und Entstehungsprozesse einer Nachricht zu informieren.³¹² In weiterer Folge werden die beschriebenen Funktionen auf die Lokalität beziehungsweise Regionalität ausgeweitet.

7.1. Funktionen von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien

„Kein anderes Medium kann – auf Grund komplizierter und kostenintensiverer Informationswege – so umfassend und vielseitig über das lokale Geschehen informieren wie die Tageszeitung.“³¹³

In der folgenden Abhandlung werden die Forschungsarbeiten zu den Funktionen lokaler beziehungsweise regionaler Medien dargestellt, welche vorwiegend in soziale und politische Funktionen aufgeschlüsselt werden können.

Soziale Funktionen lokaler beziehungsweise regionaler Medien

Das Lokal- beziehungsweise Regionalmedium – im Zusammenhang dieser Arbeit besonders die Lokal- und Regionalzeitung – integriert „die Gemeinde in das Geschehen des Landes und der Welt“.³¹⁴ Die sozial-integrative Funktion – zu allererst von Pionier Janowitz erforscht – stellt eine Funktion lokaler beziehungsweise regionaler Medien dar. Massenmedien helfen, sich in der Umwelt zurecht zu finden, indem sie der Gesellschaft Informationen zur Verfügung stellen. Somit können sie unter anderem die Orientierungsfunktion, aber auch eine Servicefunktion (zum Beispiel

³⁰⁹ Vgl. Luhmann 2004, 173

³¹⁰ Vgl. Luhmann 2004, 177

³¹¹ Luhmann 2004, 120f

³¹² Vgl. Jonscher 1995, 386

³¹³ Jonscher 1995, 236

³¹⁴ Dorsch In: Publizistik 1978/3, 192

in Form eines Ratgebers) erfüllen. Dabei spielt ebenso die Identifikationsfunktion eine Rolle, die durch Human-Interest-Themen gestützt werden kann.³¹⁵

„Die soziale Orientierung können die lokalen Massenmedien ihren Rezipienten dadurch einfacher gestalten, daß [sic!] sie ihnen jene Informationen liefern, die sie für die Bewältigung ihrer Alltagsprobleme benötigen. Dazu zählen Informationen über öffentliche und soziale Einrichtungen und deren Gebrauch ebenso wie Veranstaltungshinweise oder Einkaufstipps.“³¹⁶

Somit umfasst die Orientierungsfunktion „sozial-integrative Aspekte, Sach- und Handlungsorientierung, Interaktionsorientierung sowie problembezogene Aspekte“.³¹⁷ Sie stellt ebenso eine Plattform dar, um Partizipation – im gesellschaftlichen und politischen Sinn – und Identifikation überhaupt erst zu ermöglichen.³¹⁸

„Attention to local news can enhance knowledge (or at least the belief that one knows more), and attention to newspaper news certainly promotes political engagement as defined by traditional acts of participation.“³¹⁹

Dem stimmen auch Flemming und Steffens zu, die in der Funktion lokaler Medien auch die Forumsfunktion orten, ebenso wie die Funktion nicht nur zu informieren, sondern auch politische und soziale Gemeinschaften zu legitimieren. Lokale Medien vermitteln demnach auch Werte und Aktivitäten, die in der Gemeinde von besonderer Bedeutung sind.³²⁰ Vor allem die Lokalteile einer Tageszeitung stellen eine Plattform dar und erfüllen damit eine Orientierungsfunktion, in dem sie unter anderem über Jubiläen, Geschäftseröffnungen, Hochzeiten und Todesfälle berichten.³²¹

Die Reduktion der Komplexität und somit die Selektion der Themen funktioniert in diesem Sinne über das System der lokalen beziehungsweise regionalen Massenmedien.

³¹⁵ Vgl. Koudelka 1991, 59ff

³¹⁶ Koudelka 1991, 75

³¹⁷ Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 32

³¹⁸ Vgl. Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 32

³¹⁹ Moy/McCluskey/McCoy/Spratt In: Conference Papers – International Communication Association 2003 Annual Meeting, 18

³²⁰ Vgl. Fleming/Steffens In: Research paper submitted to the Mass Communication Division of the 2009 Conference of International Communication Association, 5

³²¹ Vgl. Ronneberger In: Haas/Jarren 2002, 63

„Publizistische Leistung, Lokalredaktion und lokaler Markt stehen in einem interdependenten Verhältnis zueinander, das insgesamt eine Lokalzeitung charakterisiert. Lokalzeitung bezeichnet somit eine Funktion, die eine Tageszeitung für einen bestimmten Ort hat.“³²²

So haben Lokalmedien auch nach Benzinger die Aufgabe Öffentlichkeit und im Zuge der Integrationsfunktion gemeinsame Werte herzustellen und zu erhalten.³²³ Ebenso zählen die Beobachtung und Kontrolle der Umwelt, die bereits erwähnte Selektionsfunktion und das Übermitteln des „sozialen und kulturellen Erbguts“ zu den zentralen Funktionen lokaler Medien.³²⁴ Außerdem gehen nach Benzinger Orientierung und Integration Hand in Hand. Der Mangel an primären Kontakten verstärkt die Wichtigkeit dieser Funktion, dabei werden Normen dargestellt und wie bereits erwähnt Familienanzeigen, Jubiläen, Anzeigen zu Geburt, Ehe und Tod übermittelt. Die Vermittlung von Werten und Normen verhilft zur Sozialisation, ebenso wie die Darstellung von Denkformen und Verhaltensweisen.³²⁵

Neben der Übermittlung wichtiger gesellschaftlicher Maßstäbe ist nach Benzinger sowohl auf sozialer als auch auf politischer Ebene die Funktion der Statusverleihung zentral. So kann durch die Berichterstattung über „Personen, Organisationen, Institutionen, sozialen Bewegungen usw.“³²⁶ Ansehen und Prestige verliehen werden. Benzinger sieht auch in den Leserbriefen einen großen Stellenwert. Außerdem zählen Bildung und Erziehung zu den (sekundären) Leistungen der Lokalberichterstattung, die er besonders „in feuilletonistischen Beiträgen, in Sachbeiträgen lokaler Kulturschaffender [...] oder etwa in Beiträgen über Aufgabe und Leistung der verschiedensten Einrichtungen und Organisationen“³²⁷ ortet. Ebenso sieht er in „Artikel[n] über Vereinsveranstaltungen, Geschäftsjubiläen, Ehrungen“ und in „historischen Rück- und leistungsbezogenen Ausblicken“ eine Leistung zur Bildungs- und Erziehungsfunktion.³²⁸

Zuletzt weist Benzinger auf die Unterhaltung und Rekreation hin, die jedoch für eine Lokalzeitung nicht zu den vordergründigen Funktionen zählen. Dennoch kann dieser Funktion durch Human-Interest-Beiträge, „amüsante Geschichten,

³²² Dorsch In: Publizistik 1978/3, 191

³²³ Vgl. Benzinger 1980, 55

³²⁴ Vgl. Benzinger 1980, 56

³²⁵ Vgl. Benzinger 1980, 60ff

³²⁶ Benzinger 1980, 63

³²⁷ Benzinger 1980, 65

³²⁸ Vgl. Benzinger 1980, 65

Gerichtsberichterstattung, Familiennachrichten“ und dergleichen nachgekommen werden.³²⁹

Reisbeck stellt für Stadtteilzeitungen fest, dass diese die Identifikationsfunktion bezüglich des Mediums selbst und auch bezüglich der Interessensgruppen erfüllen. Die Orientierungsfunktion umfasst für den Forscher Hintergrundinformationen zur Verfügung zu stellen und Veränderungen im Stadtviertel aufzuzeigen, um zu einem verstärkten Problembewusstsein und zur Aktionsbereitschaft beizutragen.³³⁰

Ein ausgeprägtes Problembewusstsein kann das Aufdecken von Missständen und die Aufklärung regionaler Zusammenhänge stärken, sowie die Identifikation mit dem nahen Umfeld. Auch die Berichterstattung über regionale beziehungsweise lokale Veranstaltungen unter anderem zu Kultur und Sport zählt zu den wichtigen Funktionsbereichen von lokalen beziehungsweise regionalen Medien, da sie eine starke identitätsstiftende Komponente umfassen. Denn durch die räumliche Nähe seien die Informationswege kürzer und werden in geringerem Ausmaß gefiltert.³³¹ In einer Informationsflut können sich lokale beziehungsweise regionale Medien behaupten, da der direkte Bezug zu den Ereignissen hergestellt werden kann.

Die Identitätsstiftung ist mit der Integrationsfunktion verknüpft, welche besonders die emotionale Bindung zur Heimat umfasst. Durch „die „Betonung gemeinsamer Werte und die Schaffung eines gemeinsamen Bewußtseins [sic!]“ können Medien Integration, sowie Sozialisation unterstützen.³³² So geht es laut Hermann in erster Linie darum, „die herrschende Werte- und Sinnstruktur zu reproduzieren.“³³³ Dazu soll ebenso die Funktion der pluralistischen Kompensation nach Koudelka erwähnt werden, welche umfasst, dass Interessen kommunikativ benachteiligter – meist unorganisierter – Gruppen, die einen erschwerten Zugang zur Öffentlichkeit haben, dargestellt werden. Sie sind auf die Massenmedien angewiesen, um Aufmerksamkeit zu erlangen.³³⁴ Löffler sieht diesbezüglich in der Herstellung von Öffentlichkeit die allgemeine

³²⁹ Vgl. Benzinger 1980, 66

³³⁰ Vgl. Reisbeck In: Jarren 1980, 51ff

³³¹ Vgl. Wolf/Nick 1996, 4f

³³² König zit. in Koudelka 1991, 63f; vgl. Hermann 1993, 20

³³³ Hermann 1993, 27

³³⁴ Vgl. Koudelka 1991, 49

Zugänglichkeit zu Information und fügt zu bereits genannten Funktionen die Bildungs- und Forumsfunktion hinzu.³³⁵

Daran kann auch an die von Katzenberger bestimmte „Chronistenfunktion“ der Medien angeschlossen werden, vollständig kann die lokale beziehungsweise regionale Ereigniswelt jedoch nicht erfasst werden.³³⁶ „Zu groß ist die Vielfalt“ – schreibt Golombek – mit dem Verweis darauf, dass lokale Medien als Chronisten über das schreiben, was passiert. Dies kann von Veranstaltungen bis hin zu Terminen der Müllabfuhr reichen.³³⁷

„Da eine Unterrichtung der Bürger aus anderen Quellen nicht möglich ist, erwächst Tageszeitungen die öffentliche Aufgabe, möglichst umfassend und lückenlos über kommunale Themen und Ereignisse berichten. [sic!] Im Idealfall sollen sie sämtliche Meinungen und Interessenspositionen einzelner Bevölkerungsgruppen artikulieren und damit zur politischen Meinungsbildung, zur Sozialisation und sozialen Orientierung, insgesamt also der politischen und gesellschaftlichen Teilhabe ihrer Leser, beitragen.“³³⁸

Mast und Weigert sehen in lokalen Medien außerdem Instanzen, die Sicherheit schaffen. Servicefunktion, Freizeitspiegel und Orientierung in der Nahwelt rechnen sie ebenso zu den bedeutendsten Funktionen.³³⁹ Sie schaffen auf gesellschaftlicher Ebene Öffentlichkeit, dienen der Meinungsbildung und Belehrung, aber auch der Unterhaltung. Sie helfen somit den Lebensbereich zu strukturieren, die Thematisierungsfunktion dient als Kommunikationshilfe im sozialen Leben, also der Integration.³⁴⁰

Neben diesen Funktionen ist auch die Servicefunktion bei Lokal- beziehungsweise Regionalmedien bedeutungsvoll. Wilking erkannte in seiner Erforschung zur Themenstruktur den direkten Nutzen der Service-Funktion für die Rezipienten. Auf Grund der spezifischen Informationen können Entscheidungen getroffen werden. Zu jener Funktion zieht er ebenso die Anzeigenstruktur hinzu, wobei lokale Geschäftsanzeigen mit mehr als 40 Prozent den größten Umfang einnehmen. Darauf folgen Immobilien-Anzeigen (rund 13 Prozent), Stellenanzeigen (acht Prozent),

³³⁵ Vgl. Löffler zit. in: Begemann 1982, 13f; Löffler zit. in: Jonscher 1991, 57

³³⁶ Vgl. Katzenberger 1999, 301

³³⁷ Vgl. Golombek in: Wittkämper 1992, 93

³³⁸ Jonscher 1991, 187

³³⁹ Vgl. Mast/Weigert 1993, 22f

³⁴⁰ Vgl. Mast/Weigert 1993, 22f

Familienanzeigen (rund acht Prozent), überregionale Anzeigen (rund sieben Prozent) und Veranstaltungen (rund drei Prozent). Die Service-Mitteilung umfasst ebenso Veranstaltungshinweise (72 Prozent), Informationsbeiträge zu Notdiensten, Beratungen etc. (zehn Prozent), Verbraucherhinweise zum Markt und zur Gastronomie sowie Personalien (15 Prozent) wie Geburtstage, Ehrungen, Jubiläen, Amtseinführungen und Todesfälle.³⁴¹ Service-Mitteilungen weisen nach Wilking nur eine geringe Struktur auf.³⁴²

Politische Funktionen regionaler beziehungsweise lokaler Medien

Für Begemann setzen sich die demokratischen Aufgaben der Lokalpresse aus mehreren Bereichen zusammen. Einerseits soll sie Alternativen deutlich machen und Intentionen bestimmter Entscheidungen aufzeigen. Außerdem müssen Abhängigkeiten zu „überörtlichen Instanzen“ transparent und Konsequenzen jener Entscheidungen deutlich gemacht werden. Bevor Entscheidungen auf politischer Seite getroffen werden, soll die Lokalpresse Einblick ermöglichen, Experten zu Wort kommen lassen und Betroffenheit erzeugen. Die Lokalpresse muss zum Forum werden und somit auch unterrepräsentierte Interessen artikulieren und „Mitwirkungs- und Einflußmöglichkeiten [sic!]“ im Sinne einer Anwaltsfunktion erfüllen.³⁴³ Als Forum organisiert das Lokalmedium somit das „Selbstgespräch der Gesellschaft“.³⁴⁴

„Durch diese Forumfunktion [sic!] besitzen Massenmedien eine elementare Bedeutung für kommunikative Interaktion und Konstituierung lokaler Öffentlichkeit.“³⁴⁵

In direktem Bezug auf die Funktionen von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien konnten weitere Forschungen gefunden werden. Schwiderowski betont, dass lokale Massenmedien zunehmend wichtigere Funktionen zur gesellschaftlichen Kommunikation einnehmen. Auf Ebene der Politik müssen sie für Transparenz sorgen und Defizite aufzeigen.³⁴⁶ Massenmedien erlangen zunehmend Bedeutung in politischen Kommunikationsprozessen, da sich die Zahl der Akteure erhöhte und eine räumliche Trennung besteht. Im Zuge der Ausdifferenzierung der Gesellschaft wird die politische Information vorwiegend „aus zweiter Hand“ erfahren und die Themen- und

³⁴¹ Vgl. Wilking 1988, 91ff

³⁴² Vgl. Wilking 1988 178

³⁴³ Vgl. Begemann 1982, 285f

³⁴⁴ Vgl. Golombek In: Wittkämper 1992, 94

³⁴⁵ Jonscher 1995, 68

³⁴⁶ Vgl. Schwiderowski 1989, 10

politikfeldbezogene Kommunikation von den Massenmedien somit strukturiert.³⁴⁷ So tragen sie zur Integration in das politische System bei und erfüllen funktionale Anforderungen für das Gesellschaftssystem. Dabei stehen besonders die Thematisierungsfunktion und die Komplexitätsreduktion – damit im Zusammenhang die Selektionsfunktion – im Vordergrund.³⁴⁸ Rezipienten sind gleichzeitig Adressaten der Werbung. Vereine, Verbände, Kirchen und Parteien nutzen Massenmedien als öffentliche Plattform, sind aber gleichzeitig auch Informationslieferanten. Ebenso verfügen lokale beziehungsweise regionale Medien über ein nicht zu unterschätzendes Sanktionspotential.³⁴⁹ Besonders auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene nehmen Massenmedien die Funktion der Herstellung politischer Öffentlichkeit wahr, um Partizipation und Meinungsbildung zu ermöglichen.³⁵⁰

„Neben der Informationsfunktion soll die Lokalpresse möglichst vielen Gruppen und einzelnen Bürgern die Möglichkeit bieten, in der Öffentlichkeit zu Wort zu kommen.“³⁵¹

In Bezug darauf identifiziert Schwiderowski eine wechselseitige Beziehung zwischen lokalen Medien, dem politisch-administrativen System und lokalen Organisationen, wodurch die Massenmedien eine besondere Stellung im Kommunikationsprozess einnehmen.³⁵²

Die Herstellung der Öffentlichkeit umfasst nach Benzinger das transparent machen von politischen Prozessen, ebenso dient sie der Anregung führender Rollenträger in der Gesellschaft. Für diese wiederum ist es wichtig, durch die lokalen Massenmedien Reaktionen der Bürger zu erkennen.³⁵³ Gerade auf lokaler Ebene ist es – so Benzinger – von Bedeutung, das politische Subsystem und somit politische Institutionen, Parteien, Entscheidungsprozesse etc. darzustellen.³⁵⁴

„Wenn die Demokratie den politisch selbständigen und engagierten Bürger zu ihrer vollen Entfaltung braucht, dann muß [sic!] politische Sozialisation auf unterster Ebene, innerhalb der gemeindlichen Umwelt, funktionieren.“³⁵⁵

³⁴⁷ Vgl. Schwiderowski 1989, 34; Der Autor bezieht sich dabei auf Jarren 1984a, 58f

³⁴⁸ Vgl. Schwiderowski 1989, 35f

³⁴⁹ Vgl. Schwiderowski, 1989, 40f

³⁵⁰ Vgl. Schwiderowski, 1989, 74f

³⁵¹ Schwiderowski 1989, 77

³⁵² Vgl. Schwiderowski 1989, 80

³⁵³ Vgl. Benzinger 1980, 58f

³⁵⁴ Vgl. Benzinger 1980, 60ff

³⁵⁵ Benzinger 1980, 62f

Dazu zählt auch die Kritik und Kontrolle der Regierung, der Parteien, des Parlaments, der Verwaltung und Rechtsprechung sowie anderen Institutionen des öffentlichen Lebens, die ebenso von den lokalen Massenmedien geleistet werden muss.³⁵⁶

Rombach zählt noch die Vermittlerfunktion zwischen Politik, Bevölkerung und Verwaltung dazu.³⁵⁷ Dem schließt sich auch Reisbeck an, der folgende Funktionen besonders für Stadtteilzeitungen konstatiert:

„Sie vermitteln politische Vorstellungen der Parteien an die Leser/Wähler; sie stellen die politischen Leistungen der Parteien und ihrer Mandatsträger dar; sie dienen als Medium der Formulierung von Bürgerwünschen [...] gegenüber Funktions- und Mandatsträger; sie informieren über kommunale Entscheidungsprozesse und Entscheidungen usw.“³⁵⁸

Informationen über Probleme, deren Lösungen und Hintergrundinformationen zählen ebenso dazu. Dies umfasst nach Reisbeck auch die Information über Planungen, Betroffenheit sowie Interessensdarstellung.³⁵⁹ Reisbeck erforscht außerdem, dass Stadtteilzeitungen im Großen und Ganzen Informationslücken schließen, die die etablierten Medien nicht zu füllen vermögen.³⁶⁰ So stimmt er grundsätzlich mit Theo Rombach überein, der die soziale und politische Orientierung, die Integrationsfunktion der Bürger in die Gemeinde, die Kritik- und Kontrollfunktion gegenüber politischen und verwaltungstechnischen Instanzen sowie die Partizipationsfunktion als zentrale Funktionen von Lokalmedien definiert.³⁶¹ Letztere umfasst für ihn Informationen über wichtige Vorhaben in der Gemeinde, das Aufzeigen von Hintergründen und umfassenden Meinungsbildern sowie Transparenz von Politikverflechtungen zu gewährleisten.³⁶²

„Partizipationsrelevante Information verlangt auch, daß [sic!] Betroffenheit hergestellt wird. Betroffenheit trifft nicht automatisch ein, sie muß [sic!] erzeugt werden.“³⁶³

³⁵⁶ Benzinger 1980, 65

³⁵⁷ Vgl. Rombach 1983, 1

³⁵⁸ Reisbeck In: Jarren 1980, 51

³⁵⁹ Vgl. Reisbeck In: Jarren 1980, 51ff

³⁶⁰ Vgl. Reisbeck In: Jarren 1980, 61

³⁶¹ Vgl. Rombach 1983, 1

³⁶² Vgl. Rombach 1983, 49

³⁶³ Rombach 1983, 50

So müssen beispielsweise von Planungen betroffene Gruppen auch in der Berichterstattung hervorgehoben und als solche gekennzeichnet werden.³⁶⁴ Betroffenheit und Transparenz sind tragende Voraussetzungen der Partizipationsfunktion.³⁶⁵ Somit ist laut Koudelka die Partizipationsfunktion in einer Gesellschaft stark von den Massenmedien abhängig, wobei besonders Lokal- und Regionalmedien die Partizipation stärken können, da sie sich im unmittelbaren Lebensraum der Rezipienten bewegen.³⁶⁶ In Bezugnahme auf Geißler beschreibt er, dass besonders die ideologiekritische Herstellung von Transparenz, die Artikulation von Interessen und die pluralistische Kompensation zur Erfüllung der Partizipationsfunktion beitragen.³⁶⁷

Ebenso sind nach Rombach Informationen zu „den Bereichen Produktion, Konsum, Wohnen, Bildung, Gesundheit, Erholung und Verkehr“ relevant zur Erfüllung der Partizipationsfunktion, die er als „Daseinsgrundfunktion“ bezeichnet.³⁶⁸ Doch gerade die lokalen beziehungsweise regionalen Massenmedien nehmen nach Nick und Wolf eine besondere Bedeutung für die Gesellschaft ein. Denn sie berichten nicht nur über Politik, sondern haben auch die Möglichkeit zu intervenieren, zur Meinungsbildung beizutragen und auf das politische Geschehen Einfluss zu nehmen.³⁶⁹ Dennoch betonen die Autoren in Bezug auf Sarcinelli, dass Medien neutrale Vermittler zwischen Bevölkerung und politischen Akteuren sein müssen.³⁷⁰ Dass lokale beziehungsweise regionale Medien ein „wesentlicher Faktor der öffentlichen Meinungsbildung sind“³⁷¹, steht laut Nick und Wolf außer Diskussion.

„Regionale und lokale Medien beziehen sich auf die konkreten Erfahrungen der Menschen und versuchen, die lokalen und regionalen Informationsbedürfnisse zu befriedigen.“³⁷²

So fordert Stuißer ebenso von den Lokalmedien im Zuge der politischen Orientierungsfunktion Transparenz auf allen Ebenen zu schaffen.³⁷³ Dies umfasst auch die Darstellung politischer Interessen, die in unterschiedlichen Problemen eine Rolle

³⁶⁴ Vgl. Rombach 1983, 50

³⁶⁵ Vgl. Koudelka 1991, 40

³⁶⁶ Vgl. Koudelka 1991, 54

³⁶⁷ Vgl. Geißler zit. in: Koudelka 1991, 54

³⁶⁸ Vgl. Rombach 1983, 21

³⁶⁹ Vgl. Nick/Wolf In: Nick/Wolf 1996, 3

³⁷⁰ Vgl. Nick/Wolf In: Nick/Wolf 1996, 4

³⁷¹ Nick/Wolf In: Nick/Wolf 1996, 6

³⁷² Nick/Wolf In: Nick/Wolf 1996, 4

³⁷³ Stuißer zit. in: Rombach 1983, 11

spielen.³⁷⁴ Die Herstellung von Transparenz wird jedoch durch die starke Personalisierungstendenz lokaler Medien erschwert.³⁷⁵ Denn „Köpfe“ lassen sich leichter darstellen als „Inhalte“. Dabei besteht jedoch die Gefahr themenloser und nur imagebehafteter Berichterstattung.³⁷⁶

„Eine Aufgabe, die im Rahmen der Herstellung von Transparenz speziell den lokalen Medien zukommt, ist es, die Verflochtenheit der lokalen mit der übergeordneten Politik darzustellen und Konsequenzen überörtlicher Entscheidungen für die kommunale Ebene deutlich zu machen.“³⁷⁷

In den bestehenden Forschungsarbeiten zu Lokal- beziehungsweise Regionalmedien besteht jedoch der Vorwurf, dass besonders gesellschaftliche Eliten berücksichtigt werden. Kommunikativ weniger privilegierte Gruppen werden dadurch benachteiligt.³⁷⁸ Lokal- beziehungsweise Regionalmedien stehen im Allgemeinen der Aufgabe gegenüber, im Zuge der Leistung der pluralistischen Kompensation die Funktion eines Sprachrohrs zu erfüllen, indem sie bestimmte Gruppen berücksichtigen. Diese Funktion verbindet Löffler mit der Kritik- und Kontrollfunktion ebenso wie mit der Funktion eines „öffentlichen Wächters“. Die Medien müssen damit „Motor der öffentlichen Meinung“ sein und im Zuge einer anwaltschaftlichen Funktion die Grundrechte in der Gesellschaft verteidigen.³⁷⁹

Auch Jarren weist darauf hin, dass Politische Kommunikationsprozesse ohne Massenmedien nur noch in kleinen, wenig differenzierten Gesellschaften möglich sind, wo die direkte Beteiligung an allen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen gegeben ist.³⁸⁰ Deshalb schreibt er, dass „durch die zunehmende Verschränkung von staatlichem und gesellschaftlichem Bereich und einer zunehmenden Differenzierung der Politik [...] die Bedeutung der Massenmedien für politische Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse“³⁸¹ ansteigt. So beschreibt er weiters, dass die Massenmedien Steuerungspotential besitzen und somit Verständnis und Problembewusstsein für entsprechende Entscheidungen vorbereitet und geschaffen werden können.³⁸² Außerdem sieht Jarren in den Massenmedien eine Plattform, um Interessen zu

³⁷⁴ Vgl. Geißler zit. in: Koudelka 1991, 37

³⁷⁵ Vgl. Koudelka 1991, 39

³⁷⁶ Vgl. Sarcinelli In: Wittkämper 1992, 53

³⁷⁷ Koudelka 1991, 41

³⁷⁸ Vgl. Rombach 1983, 70ff

³⁷⁹ Vgl. Löffler zit. in: Begemann 1982, 13f; Löffler zit. in: Jonscher 1991, 57

³⁸⁰ Vgl. Jarren 1984, 58

³⁸¹ Jarren 1984, 58

³⁸² Vgl. Jarren 1984, 61

artikulieren, die beispielsweise Bürgerinitiativen durch die Thematisierung in den Lokalmedien zur Mobilisierung und Durchsetzung von Interessen verhilft.³⁸³ In Bezug auf Kepplinger weist Jarren darauf hin, dass der Thematisierungsfunktion eine wesentliche Bedeutung zugesprochen werden kann, da die Massenmedien das Interesse auf bestimmte Themen lenken. Kepplinger konstatiert diesbezüglich, dass das Problembewusstsein wächst, wenn Massenmedien bestimmte Themen aufgreifen. Es geht jedoch in jenen Fällen zurück, wenn nicht konstant darüber berichtet wird.³⁸⁴ So ist es eine zentrale Funktion der Medien, Öffentlichkeit für bestimmte Gruppen herzustellen, Diskussionen zu gewährleisten und ihnen die Möglichkeit zu geben, auf diese Weise neue Mitglieder zu werben.³⁸⁵

In Bezug auf die politische Funktion stellt Zoll jedoch in seiner Wertheimstudie fest, dass politische Texte nur zwischen rund fünf und 17 Prozent der Lokalberichterstattung einnehmen. Hüther, Scholand und Schwarte erforschen im Rhein-Ruhr-Gebiet einen Politikanteil von rund 19 Prozent, Schönbach einen von etwa 20 bis 25 Prozent und Rombach identifiziert eine apolitische Tendenz der Lokalberichterstattung. Dies geschieht nach Schönbach deshalb, da eine stärkere Verknüpfung zu Vereinen und Verbänden bestehe.³⁸⁶

„Diese Akzentverschiebung in Dörfern und Kleinstädten geht offensichtlich auf Kosten der Berichterstattung über politische Themen und Entscheidungen.“³⁸⁷

Die Artikulation der Auswirkungen von politischen Entscheidungen zählt nach Jonscher ebenso zu den Aufgaben von Lokalzeitungen. Dazu gehört ebenso die Darstellung von Kontroversen und Interessenspositionen, die den Entwicklungsverlauf politischer Entscheidungen zeigen. Auch ist Erfolg und Misserfolg in der Berichterstattung wichtig, um kein verzerrtes Bild der „Realität“ darzustellen (etwa eine „heile Welt“). Zur Erfüllung der Partizipationsfunktion ist das Aufzeigen von Alternativen, Betroffenheit und Politikverflechtungen von besonderer Bedeutung.³⁸⁸ Die wesentliche Aufgabe lokaler Zeitungen liegt nach Jonscher dennoch in der „Vermittlung partizipationsrelevanter Information“, wie unter anderem auch in Ankündigungen von

³⁸³ Vgl. Jarren 1984, 61

³⁸⁴ Vgl. Kepplinger zit. in: Jarren 1984, 62

³⁸⁵ Vgl. Jarren In: Jarren 1980, 40

³⁸⁶ Vgl. Hüther/Scholand/Schwarte zit. in: Koudelka 1991, 23f; vgl. Hüther/Scholand/Schwarte zit. in: Begemann 1982, 116ff; vgl. Zoll, Schönbach, Rombach zit. in: Koudelka 1991, 34f

³⁸⁷ Schönbach In: Langenbacher 1980, 47

³⁸⁸ Vgl. Jonscher 1991, 225ff

Veranstaltungen, sodass die „Nahwelt“ überschaut und somit Orientierung, Integration und Unterhaltung gewährleistet werden können.³⁸⁹

Mehr als nur dies erfüllen lokale beziehungsweise regionale Massenmedien nach Hermann. Sie schreibt von der Schutz- und Aktivitätsfunktion, denn die Heimat sei nicht nur das Heim im materiellen Sinne, es sei das Gefühl von Sicherheit und der emotionalen Beziehung zu dem jeweiligen Raum.³⁹⁰ Damit verbindet sie ebenso die Identifikationsfunktion, die sich in Symbolen und Wertorientierungen äußert. Darunter können unter anderem Bezüge auf die Region oder den Ort, auf die Landschaft, aber auch auf die Sprache, Geschichte und Tradition bezogen werden.³⁹¹ Identifikation und „Heimatgefühl“ kann ebenso durch Geschichte, Bräuche und Traditionen erreicht werden.³⁹² Dabei ist der Staat ein zu großes Gebilde, um eine volle soziale Identität zu entwickeln. Chin Chan bezieht sich deshalb auf die kleinere Ebene als auf jene des Staates, auf jene Ebene, in der auch die „events“ gelebt werden.³⁹³

„This is not only a problem of the minority peoples ... but of the still significantly different cultures which are arbitrarily relegated to ‚regions‘.“³⁹⁴

Somit ist auch die Bildungs- und Erziehungsfunktion auf politischer Funktionsebene der Massenmedien nach Benzinger von Bedeutung, um die Fähigkeit auszubilden, sich am politischen Prozess zu beteiligen.³⁹⁵

Zusammenfassend – sowohl zu den sozialen als auch zu den politischen Funktionen – sollen Teichert und Jonscher angeführt werden, die einen Überblick über die nach ihren Ergebnissen wichtigsten Funktionen bieten. Teichert erforscht bezüglich des Themenkatalogs vier Funktionsbereiche. Einerseits sollen Lokal- beziehungsweise Regionalmedien a) Ratgeber sein zu Konsum, Medizin, Gesundheit, Unfallschutz, Kinder, Schule, Natur und Tourismus. Andererseits darf b) der traditionelle Aspekt nicht vernachlässigt werden, wobei Heimat, Brauchtum, Geschichte, Volkstanz und -musik vermittelt werden. Ebenso erfüllen c) Human-Interest-Themen in Form von Gerichtsverhandlungen, Kriminalität, Persönlichkeiten, Unfälle, Unglücke, Unwetter und

³⁸⁹ Vgl. Jonscher 1995, 144f

³⁹⁰ Vgl. Hermann 1993, 212f

³⁹¹ Vgl. Hermann 1993, 214ff

³⁹² Vgl. Golombek In: Wittkämper 1992, 93

³⁹³ Vgl. Chin Chan In: International Communication Association 2008 Annual Meeting, 5

³⁹⁴ Raymond zit. in: Chan Chin In: International Communication Association 2008 Annual Meeting, 3

³⁹⁵ Vgl. Benzinger 1980, 65

Sport wichtige Funktionen und erzeugen Neugier und Unterhaltung. Außerdem ist d) für lokale und regionale Medien die kommunale Öffentlichkeit, die die Stadtplanung, Bauvorhaben, Stadt- und Gemeinderat, Arbeitsplätze und das Wirtschaftsleben umfasst von großer Bedeutung. So ist die Berücksichtigung von politischen Fragen neben Alltagsthemen und der einfachen Informationsaufbereitung, um die Grundbedürfnisse der Integration einer Gesellschaft zu erfüllen, ebenso wichtig zur Funktionserfüllung.³⁹⁶

„Die Massenmedien können der Funktion der Artikulation von Interessen gerecht werden, indem sie einerseits als Vermittler bzw. Verstärker von Interessen und andererseits als Kritiker und Sprecher von Interessen auftreten.“³⁹⁷

Zahlreiche Untersuchungen zeigen aber, so Koudelka, dass die Lokalmedien diese Anforderungen nicht erfüllen.³⁹⁸

Jonscher beschreibt die allgemeinen Funktionen der Massenmedien direkt in Bezug auf Lokal- beziehungsweise Regionalmedien. Im Zuge der Funktion der Informations- und Meinungsbildung sollten demnach „alle öffentlich interessierenden Ereignisse, Sachverhalte, Zustände, Prozesse und Meinungen“³⁹⁹ präsentiert und ebenso die pluralen Interessen berücksichtigt werden. Somit sollte ein Medium alle Meinungen und Informationen übermitteln. Dies kann jedoch nur durch Komplexitätsreduktion und in Folge dessen durch Nachrichtenselektion erfolgen.⁴⁰⁰ Im Zuge der Kritik- und Kontrollfunktion ist es auch die Aufgabe der Lokal- beziehungsweise Regionalmedien „Mängel, Fehler und Widersprüche aufzudecken“.⁴⁰¹ Kritik, die in einem angemessenen Rahmen erfolgt, kann systemstabilisierend wirken. Durch die Ausdifferenzierung der Gesellschaft – auch auf lokaler und regionaler Ebene – gewinnt die Integrations- und Sozialisationsfunktion von lokalen beziehungsweise regionalen Medien an Bedeutung. Sozialisation meint dabei die „Eingliederung des Menschen in das ihn umgebende Sozialsystem“.⁴⁰² Übermittelte Informationen und Meinungen können ebenso zur Integration beitragen, die jedoch schwer zu bestimmen ist.⁴⁰³ Die aktive Medienfunktion der sozialen Kontrolle umfasst sowohl positive – Lob und Anerkennung – als auch

³⁹⁶ Vgl. Teichert zit. in Jarren 1984, 77, vgl. Teichert zit. in: Rombach 1983, 17

³⁹⁷ Koudelka 1991, 42

³⁹⁸ Vgl. Koudelka 1991, 42

³⁹⁹ Jonscher 1995, 472

⁴⁰⁰ Vgl. Jonscher 1995, 472f

⁴⁰¹ Jonscher 1995, 475

⁴⁰² Jonscher 1995, 479

⁴⁰³ Vgl. Jonscher 1995, 481

negative Sanktionierung – unter anderem Kritik, Tadel, Skandale, Verbrechen, Vergehen, Ordnungswidrigkeiten.⁴⁰⁴

„Local news media, for example not only provide information about what takes place in a community and its neighborhoods but also inform citizens of important issues at the community level and what social norms and behaviors are acceptable and what are not.“⁴⁰⁵

Ebenso darf die Funktion der Rekreation durch Unterhaltung auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene nicht außer Acht gelassen werden.⁴⁰⁶

Es kann mit diesem Überblick zusammengefasst werden, dass neben der Herstellung von Öffentlichkeit und der Informationsfunktion ebenso die Sozialisations- und Orientierungsfunktion bei lokalen und regionalen Medien von großer Bedeutung sind. Auch die Partizipationsfunktion soll durch eine generelle Übersicht politischer Aktivitäten gewährleistet sein. So sollen sie ebenso ein Forum für gewisse gemeindliche Vorhaben wie beispielsweise Bauten sein und Konflikte auf regionaler beziehungsweise lokaler Ebene aufzeigen. So ist neben der „Chronistenfunktion“ auch die Kritik- und Kontrollfunktion auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene von großer Bedeutung, die ebenso die Beobachtung anderer Funktionssysteme mit einschließt, um Defizite und allgemeine Irritationen zu klären. Denn:

„Auch im lokalen System kleiner Gemeinden sind die Zusammenhänge mittlerweile so komplex geworden, daß [sic!] von Überschaubarkeit, von Verhältnissen, die durch direkte Kommunikation bewältigbar wären, längst nicht mehr ausgegangen werden kann.“⁴⁰⁷

Deshalb müssen lokale Medien Öffentlichkeit herstellen, zur Meinungsbildung beitragen (Artikulationsfunktion), die Informations-, Bildungs- und Erziehungsfunktion sowie die Kritik- und Kontrollfunktion erfüllen.⁴⁰⁸ Für Knoche umfasst die Kritik- und Kontrollfunktion auch die Kommentierung von Ereignissen.⁴⁰⁹ Dazu zählt auch, wie bereits mit Langenbucher erwähnt wurde, die unterhaltende Funktion in Form von Klatsch und Tratsch zu wichtigen Funktionen der Lokal- beziehungsweise

⁴⁰⁴ Vgl. Jonscher 1995, 481

⁴⁰⁵ Fleming/Thorson In: Mass Communication and Society 2008 Vol. 11/4, 400

⁴⁰⁶ Vgl. Jonscher 1995, 472

⁴⁰⁷ Hermann 1993, 16

⁴⁰⁸ Vgl. Hermann 1993, 16

⁴⁰⁹ Vgl. Knoche zit. in: Rombach 1983, 52

Regionalmedien. In dieser Aufzählung von Funktionen reiht sich ebenso die Funktion der Artikulation und der pluralistischen Kompensation.

In Bezug auf die systemtheoretische Abhandlung muss erwähnt werden, dass die Umwelt des Systems der lokalen beziehungsweise regionalen Medien nach dem Modell von Burkart beziehungsweise Haas als ein soziales, politisches und ökonomisches System zu verstehen ist. Wie bereits beschrieben wurde, lassen sich zwischen den Funktionenkatalogen viele Gemeinsamkeiten, aber auch kleine Unterschiede feststellen. Dabei sollen die erwähnten Faktoren aufgezählt und im Weiteren als Überblick zusammengeführt werden. Jonscher erkannte, dass die vielen vorhandenen Funktionenkataloge ein „diffuses Konglomerat von Aufgabenzuweisungen“⁴¹⁰ darstellen und sich Einzelaufgaben häufig überschneiden.

„Meyen (1985) stellt fest, daß [sic!] diese Funktionen einander zum Teil stark überschneiden. So ermöglichen etwa Information und Meinungsbildung erst die soziale Orientierung des Rezipienten, wird Kritik und Kontrolle erst durch Artikulation von Meinungen und Interessenspositionen möglich.“⁴¹¹

Deshalb wird auch im vorliegenden Forschungsvorhaben in Bezug auf den zu erstellenden Funktionenkatalog in weiterem Sinne eruiert, wie sich die einzelnen Funktionen beziehungsweise in „welcher Funktion“ sie sich überschneiden. So steht beispielsweise die Informationsfunktion über allen Funktionen, da die Selektion durch Massenmedien durch den Code Information/Nichtinformation (siehe Kapitel 5.2.) bestimmt wird.

7.2. Funktionenkatalog – Zusammenführung

Es ist zu erkennen, dass die Funktionen nach Burkart durch die Literaturstudie deutlich erweitert werden können. Während die Funktionen einerseits spezifiziert wurden, umfassen die sozialen Funktionen neben der Sozialisationsfunktion, der sozialen Orientierung, der Integrationsfunktion beziehungsweise Identitätsstiftung und Unterhaltungsfunktion ebenso die Ratgeber- und Servicefunktion, die Enkulturationsfunktion, die Funktion der Statusverleihung und Chronistenfunktion. Die politischen Funktionen Herstellung von Öffentlichkeit, Artikulationsfunktion, politische

⁴¹⁰ Jonscher 1991, 47

⁴¹¹ Jonscher 1991, 47

Sozialisation, Kritik und Kontrolle wurden durch die Funktionen Herstellung von Transparenz, Forum für öffentlichen Diskurs, Anwaltsfunktion, Transportfunktion und Funktion der Statusverleihung ergänzt. Die ökonomischen Funktionen wurden nach der Literaturstudie nicht erweitert. Da nach Wallner Funktionen durch die Bereitstellung gewisser Inhalte gewährleistet werden können,⁴¹² werden die Funktionen in dieser Arbeit anhand der Nachrichtenfaktoren nach Schulz, der Themenkataloge und ebenso der Literaturstudie für das Kategoriensystem operationalisiert.

Soziale Funktionen	Politische Funktionen	Ökonomische Funktion
• Sozialisationsfunktion ◦ individuelles Lernen ◦ Belehrung ◦ Habitualisierungsfunktion ◦ Werte und Normen ◦ Leitbilder ◦ Information über Geschichte, Tradition und Bräuche • soziale Orientierung ◦ Erweiterung der Sozialisationsfunktion ◦ Geborgenheit ◦ Herstellung von Gemeinsamkeiten ◦ Zurechtfinden in der Umwelt ◦ Meinungsbildung ◦ Freizeitkalender/ Veranstaltungshinweise • Integrationsfunktion /Identitätsstiftung ◦ Erweiterung der Sozialisation und sozialen Orientierung ◦ Erzeugung einer kollektiven Identität ◦ Thematisierung von Ereignissen – „Wir-Gefühl“ ◦ Funktion pluralistischer Kompensation: Thematisierung unterschiedlicher gesellschaftlicher Gruppen (Lebensformen, Subkulturen, etc.) – Repräsentation von Randgruppen ◦ Kommunikation über Integration • Rekreatationsfunktion ◦ Unterhaltung ◦ Escape-Funktion ◦ Entspannungsfunktion • Ratgeberfunktion/Service	• Herstellung von Öffentlichkeit ◦ Monitoring ◦ Podium um Konflikte auszutragen ◦ Unterschiedliche Standpunkte aufzeigen • Artikulationsfunktion ◦ Aktivierungs- und Mobilisierungsfunktion ◦ Thematisierungsfunktion ▪ Frühwarnsystem • politische Sozialisation ◦ politische Bildungs- und Erziehungsfunktion ◦ Meinungs- und Willensbildungsprozess ◦ Analyse politischer Themen zur Orientierung ◦ Bewertung und Beurteilung ◦ Aktualisierung von Identitätsvorstellungen • Herstellung von Transparenz ◦ Interessen aufzeigen, die in politische Probleme verwickelt sind ◦ Deutlich machen von Alternativen ◦ Information über Planungen, Veränderungen • Kritik und Kontrolle ◦ Aufdeckung von Missständen ◦ von Exekutive, Legislative und Judikative ◦ Anwälte der Öffentlichkeit ◦ Verbindungsglied und Kontrollorgan zwischen Volk,	• Zirkulationsfunktion ◦ Warenzirkulation durch Werbung ◦ Wissensvermittlung ◦ Sozialtherapie ◦ Legitimationshilfe • Kapitalverwertung durch Werbung ◦ Anzeigen (Geschäfts-, Stellen-, Immobilien-, Familien-, überregionale und Veranstaltungsanzeigen). • Regenerative Funktion durch Unterhaltung • Herrschaftliche Funktion ◦ Legitimation und Propagierung des gesellschaftlichen Ordnungsprinzips • Wirtschaftliche Informationsfunktion

⁴¹² Vgl. Wallner 2007, 59

◦ Leserservice ◦ Ombudsmann ◦ Leseranwalt ◦ Information zur Bewältigung von Alltagsproblemen (Notdienste, Beratungen etc.) ◦ Einkaufstipps (Geschäftseröffnungen) • Enkulturationsfunktion ◦ Kunst und Kunstvermittlung ▪ Ritualfunktion ▪ Kulturfunktion ◦ Lehr- und Bildungsmaterialien zu Kultur und kultureller Unterhaltungsangebote ◦ Vermittlung kultureller Perspektiven • Funktion der Statusverleihung • Chronistenfunktion ◦ Forumsfunktion für soziale Themen ◦ Leserbriefe ◦ Gastkommentare	- Parlament und Regierung ◦ Deutlichmachen von Konsequenzen und Einflüssen von Entscheidungen ◦ Kritik an Machthabern ◦ Sanktionspotential • Forum für öffentlichen Diskurs/ Partizipationsfunktion ◦ Entscheidungsprozesse ◦ nicht nur Wortmächtigen Plattform bieten – Plattform für unterschiedliche Sprecher ◦ Artikulation von Interessen/Meinungen ▪ Vermittler, Verstärker (pluralistische Kompensation) ◦ Diskussionsprozesse anregen • Anwalts-, Artikulations- und Repräsentationsfunktion • Transportfunktion ◦ Hinweis auf Ereignisse (Probealarm,...) • Funktion der Statusverleihung	
---	---	--

Abb. 4: Zusammenführung der Funktionen

Diese tabellarische Darstellung zeigt die Zusammenfassung der Literatur zu den einzelnen Funktionsbereichen der Massenmedien und wurde insbesondere durch die bereits bestehende Forschung zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien ergänzt. Dabei war zu erkennen, dass die Forschungsarbeiten zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien vor den neunziger Jahren zu datieren sind. Die theoretischen Arbeiten zu den Funktionen von Massenmedien sind deutlich aktueller. Ein wertvoller Beitrag liefert besonders die Dissertation von Wallner.

Wie bereits erwähnt, werden lokale beziehungsweise besonders regionale Medien in der gegenwärtigen Forschung vernachlässigt. Im Weiteren werden in den Forschungen unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt und empirisch untersucht. In dieser Arbeit soll die Makroebene betrachtet werden und somit ein Überblick über das „diffuse Konglomerat“⁴¹³ der Funktionen gegeben werden. Die Funktionen wurden für die

⁴¹³ Jonscher 1991, 47

Massenmedien an sich theoretisch abgehandelt, auf dieser Basis aber auch nicht empirisch untersucht. Mit dem vorliegenden Forschungsvorhaben wird also ein erster Schritt in die Richtung des „Greifbarmachens“ der Funktionen gemacht und diese direkt am Beispiel der VN untersucht.

Diese Auflistung stellt im vorliegenden Forschungsvorhaben das tragende Gerüst zur Untersuchung dar und wird anhand der Nachrichtenfaktoren und Themenkatalogen im Weiteren gefüllt.

8. Nachrichtenfaktoren

„Nachrichtenwerte sichern keine Aufmerksamkeit, sondern unterstellen sie für selektierte Nachrichten.“⁴¹⁴

Funktionen werden somit indirekt durch die Leistungen der Massenmedien übermittelt und diese können durch die Bereitstellung gewisser Inhalte gewährleistet werden.⁴¹⁵ Besonders jene Informationen, die Probleme thematisieren, die den unmittelbaren Lebensraum betreffen, sind in einer ausdifferenzierten Gesellschaft von großer Bedeutung. Diese werden genauer betrachtet.

„Dazu zählen die Nachrichtenfaktoren ‚räumliche Nähe‘, gemeint ist die geographische Entfernung zwischen Ereignisort und Redaktionssitz; ‚politische Nähe‘, verstanden als Ausprägung der wirtschaftspolitischen Beziehungen zum Ereignisland; ‚kulturelle Nähe‘, bezogen auf sprachliche, religiöse, literarische und wissenschaftliche Beziehungen zum Ereignisland, und schließlich ‚Relevanz‘, als Grad der Betroffenheit und existentieller Bedeutung eines Ereignisses.“⁴¹⁶

Die Nachrichtenwertforschung begann mit Lippmann im Jahr 1922, der in „Public Opinion“ Nachrichten als Ergebnis von Selektionsentscheidungen beschrieb. Dies führten Östgaard, Galtung und Ruge sowie Schulz und Staab weiter. Wie bereits in Kapitel 7 beschrieben, können Nachrichtenfaktoren nach Schulz als „hypothetische Annahme der Realität“ angesehen werden. Die Welt kann nicht dargestellt werden wie sie ist, Anhaltspunkte müssen deshalb gesucht werden.

„Zunächst muß [sic!] man sich der Tatsache stellen, daß [sic!] keine Nachrichtenberichterstattung auch nur im entferntesten ‚umfassend‘ oder ‚vollständig‘ sein kann. [...] Ereignisse werden erst dadurch zu Nachrichten, daß [sic!] sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden.“⁴¹⁷

Deshalb reicht der Code Information/Nichtinformation alleine nicht aus. Zusätzliche Programme sind erforderlich, um zu eruieren, was von Umweltsystemen erwartet wird. So definiert Luhmann in einem ersten Schritt Selektionsbereiche wie „Sport oder Astrophysik, Politik oder moderne Kunst, Unfälle oder Katastrophen.“⁴¹⁸

⁴¹⁴ Weischenberg/Scholl 1998, 3

⁴¹⁵ Vgl. Wallner 2007, 59

⁴¹⁶ Burkart 2002, 281

⁴¹⁷ Schulz 1976, 8

⁴¹⁸ Luhmann 2004, 38

Selektion bedeutet, dass sich das System selbst Beschränkungen auferlegen muss. Dabei spielt somit wieder die Unterscheidung zwischen Fremdreferenz und Selbstreferenz (externe und interne Komplexität) eine bedeutende Rolle, wodurch das System seiner Umwelt gegenüber Autonomie erzeugen kann. Es besitzt im Zuge dessen die Freiheit der Selektion.⁴¹⁹ Dieser Selektionsmechanismus des Systems Massenmedien richtet sich nach Luhmann nach bestimmten Kriterien, die wie folgt in einer Zusammenstellung aufgezeigt werden.⁴²⁰

Überraschung	• Verstärkt durch markante Diskontinuität
Konflikte	• Ungewissheit entsteht • erlösende Information folgt nicht sofort
Quantitäten	• Zahlen und Statistiken, die auf zeitliche, sachliche und territoriale Themengebiete bezogen sind
Lokaler Bezug	• Ohne lokalen Bezug wird die Ferne unter anderem durch Seltsamkeit kompensiert
Normverstöße	• Rechtsverstöße, Moralverstöße, Skandale • Betroffenheit • kann auch unterhaltend sein
Moralische Bewertungen	• Achtung oder Missachtung von Personen • Massenmedien wichtig zur Produktion bzw. Reproduktion von Moral • „disembedding“ der Moral durch ständige Wiederholung
Personalisierung	• Zur vereinfachenden Darstellung von Ereignissen
Aktualität	• Konzentration auf Meldungen und Einzelfälle • Schlüsselereignisse (bspw. 9/11, Tsunami,...)
Meinungsäußerung	• Medien spiegeln sich in sich selbst wieder • Ereignisse, die ohne Medien nicht stattfinden würden • Kommentare, Initiative, Kritik • Stellung der meinungsäußernden Person • Leserbriefe
Ressourcen	• Zeit und verfügbarer Raum als organisatorische Einschränkung

Abb. 5: Programme zur Selektion nach Luhmann 2004, 58-72

Luhmann beschreibt diese Programme auch als Regeln zur Verteilung von Aufmerksamkeit und zur Themenbildung. Themen sind nach Luhmann Sinnkomplexe, „über die man reden und gleiche, aber auch verschiedene Meinungen haben kann.“⁴²¹ Sie dienen nicht nur der Meinungsbildung, sondern vorwiegend dem Einfangen der Aufmerksamkeit.⁴²² Im politischen System, wo sich die Aufmerksamkeitsregeln aus der Struktur des politischen Systems ergeben, spielen primär unter anderem die Werte der

⁴¹⁹ Vgl. Luhmann 2004, 57

⁴²⁰ Vgl. zur Zusammenstellung Luhmann 2004, 58-72

⁴²¹ Luhmann In: Langenbucher 1980, 32

⁴²² Vgl. Luhmann In: Langenbucher 1980, 36

„Bedrohung des Friedens“ und „Eingriffe in die Unabhängigkeit der Justiz“ eine bedeutende Rolle. Ebenso sind Krisen beziehungsweise Krisensymptome sowie der Status des Absenders einer Kommunikation Indikatoren für Aufmerksamkeit. Auch Symptome des politischen Erfolgs, die Neuheit von Ereignissen und Schmerzen sowie zivilisatorische Schmerzs surrogate zählt Luhmann zu den Regeln, die bei der Verteilung von Aufmerksamkeit und Themenbildung mit einbezogen werden.⁴²³ Für Luhmann bedeutet Öffentlichkeit somit „die Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen“.⁴²⁴

„Mithin trägt die Themenstruktur der öffentlichen Meinung differenzierende und integrierende Funktionen zugleich und muß [sic!], je nach Komplexität der Gesellschaft, den dafür notwendigen Grad an Abstraktion und Spezifikation relativ kontextfreier Themen aufweisen.“⁴²⁵

So lassen sich die Programme wie folgt erweitern (Anm.: Ergänzungen kursiv)

Überraschung	• Verstärkt durch markante Diskontinuität
Konflikte	• Ungewissheit entsteht • erlösende Information folgt nicht sofort
Krisensymptome	• <i>Bedrohung des Friedens, Eingriff in die Unabhängigkeit der Justiz, etc.</i> • <i>Schmerzen</i> • <i>Schmerzs surrogate (Stress, Gefährdung von Intimsbeziehungen, Geldverluste,...)</i>
Quantitäten	• Zahlen und Statistiken, die auf zeitliche, sachliche und territoriale Themengebiete bezogen sind
Lokaler Bezug	• Ohne lokalen Bezug wird die Ferne unter anderem durch Seltsamkeit kompensiert
Normverstöße	• Rechtsverstöße, Moralverstöße, Skandale • Betroffen • kann auch unterhaltend sein
Moralische Bewertungen	• Achtung oder Missachtung von Personen • Massenmedien wichtig zur Produktion bzw. Reproduktion von Moral • „disembedding“ der Moral durch ständige Wiederholung
Erfolg	• <i>Symptome des politischen Erfolgs</i>
Personalisierung	• Zur vereinfachenden Darstellung von Ereignissen
Aktualität	• Konzentration auf Meldungen und Einzelfälle • Schlüsselereignisse (bspw. 9/11, Tsunami,...) • <i>Neuheit von Ereignissen</i>

⁴²³ Vgl. Luhmann In: Ronneberger 1974, 37f

⁴²⁴ Luhmann In: Langenbucher 1980, 44

⁴²⁵ Luhmann In: Langenbucher 1980, 51

Meinungsäußerung	• Medien spiegeln sich in sich selbst wieder • Ereignisse, die ohne Medien nicht stattfinden würden • Kommentare, Initiative, Kritik • Stellung der meinungsäußernden Person, <i>Status des Absenders</i> • Leserbriefe
Ressourcen	• Zeit und verfügbarer Raum als organisatorische Einschränkung

Abb.6: Zusammenführung Luhmann'scher Programme nach Luhmann 2004, 58-72 und Luhmann 1974, 37f

Hier soll kurz Bezug auf den Binärcode Information/Nichtinformation genommen werden. So setzt jedes Ereignis einen Informationsgehalt voraus, wobei die weitere Selektion durch die aufgezeigten Programme vorgenommen wird. Erst durch Kommunikation beziehungsweise im Gesamten durch das System Massenmedien erlangt somit ein Sachverhalt an Bedeutung.⁴²⁶

„Mit den auf diese Weise ständig erneuerten Identitäten wird das soziale *Gedächtnis* gefüllt.“⁴²⁷

Das Programm Unterhaltung zielt somit auf die Aktivierung des „Erlebten, Befürchteten, Vergessenen“, wobei auch Sportsendungen durch Spannung primär der Unterhaltung dienen.⁴²⁸ So ermöglicht „Unterhaltung [...] eine Selbstverortung in der dargestellten Welt.“⁴²⁹ Die Selektionsprozesse sind somit systemtheoretisch erklärbar. Luhmann unterscheidet zwischen Konditionalprogramm und Zweckprogramm, wobei das Erstgenannte in der beruflichen Sozialisation erlernte Routineverhalten umfasst, durch das Zweckprogramm Themen wirkungs- und inputorientiert nach gewissen Zielen selektiert und bearbeitet werden. Das Konditionalprogramm aber überwiege eindeutig das Zweckprogramm.⁴³⁰ Personen stellen dabei die „Träger dieses Handlungssystems“⁴³¹ dar, die in ihrem Beruf als Rollenträger agieren.

„[Die Personen gehen] in keinem Falle in ihrer Totalität, mit der Gesamtheit ihrer biologischen Konstitution, ihren psychischen Sinnstellungen, Bedürfnissen, Wünschen, Erwartungen usw. in das System [ein]. Vielmehr wird nur ein Teil der Handlungen zu denen Personen fähig sind und die sie ausüben, für das System relevant, und nur durch solche spezifische Handlungszusammenhänge werden Personen in Sozialsysteme eingebunden. So ist etwa Publikum [sic!] als spezifisches Rollenverhalten zu verstehen, wie auch die Rollen des Redakteurs, des Intendanten oder des Filmschauspielers in den massenkommunikativen Prozeß [sic!] einbezogen sind und nicht jeweils die ganze Person.“⁴³²

⁴²⁶ Vgl. Luhmann 2004, 75

⁴²⁷ Luhmann 2004, 75

⁴²⁸ Vgl. Luhmann 2004, 109

⁴²⁹ Luhmann 2004, 115

⁴³⁰ Vgl. Jonscher 1991, 140

⁴³¹ Rühl In: Publizistik 1969/2, 195

⁴³² Rühl In: Publizistik 1969/2, 195

Um den Zusammenhang zu der kommunikationswissenschaftlichen Basis der Nachrichtenfaktoren darzustellen, wird das theoretische Gerüst von Schulz herangezogen, der die Nachrichtenfaktoren dem entsprechend als Strukturprinzipien identifiziert. Der Nachrichtenwert gibt nach Schulz Auskunft über die Realität. So hängt auch nach Schulz von den Nachrichtenfaktoren ab, ob und in welchem Ausmaß Aufmerksamkeit erregt wird.⁴³³ Die Identifikation ist abhängig von dem Faktor der Nähe, der sich sowohl geographisch und zeitlich als auch kulturell ausprägen kann. Auch Nachrichten über Nationen und Personen mit hohem Einfluss und die Form der Personalisierung tragen zur Identifizierung des Rezipienten bei.⁴³⁴ Stereotypisierungen helfen zum Beispiel der raschen Orientierung, sie sind Vereinfachungen der Weltsicht. Ebenso wirken sie „als Abwehrmechanismus gegen ungewisse, ungewohnte und unangenehme Informationen“.⁴³⁵ Sensationalismus kann im Zuge der Unterhaltungsfunktion betrachtet werden. Dies umfasst „Soft News“ wie Unglücke, Verbrechen, Klatsch und Kuriositäten oder „hard news“ mit sensationellem, also dramatischen, emotionalisierten oder erregendem Inhalt.⁴³⁶ Diskontinuität zählt für Schulz ebenso zu den Nachrichtenfaktoren.

„Nachrichten beziehen sich meist nur auf Teilereignisse und kurze Ausschnitte von Vorgängen, die oft sehr lang andauernd sind.“⁴³⁷

Bedeutsamkeit, kulturelle Nähe und Relevanz umfassen nach Schulz vertraute Ereignisse, die eine direkte Auswirkung auf das eigene Leben zeigen.⁴³⁸ Besonders beachtet werden außerdem unvorhergesehene Ereignisse, die sich vom Erwarteten und Vertrauten abheben.⁴³⁹ Schulz identifiziert zudem ein „psychologisches Bedürfnis nach negativen Erlebnissen“.⁴⁴⁰ Nachrichtenwerte entscheiden somit, welche Nachrichten als „wichtig“ beziehungsweise „unwichtig“ erachtet werden. Je mehr Nachrichtenfaktoren in einer Meldung vorkommen, desto berichtenswerter ist diese.⁴⁴¹ In folgender Aufstellung werden die von Schulz eruierten Faktoren aufgezeigt.

⁴³³ Vgl. Schulz 1976, 29f

⁴³⁴ Vgl. Schulz 1976, 13f

⁴³⁵ Schulz 1976, 9

⁴³⁶ Vgl. Schulz 1976, 14

⁴³⁷ Schulz 1976, 14

⁴³⁸ Vgl. Schulz 1976, 17

⁴³⁹ Vgl. Schulz 1976, 17

⁴⁴⁰ Schulz 1976, 19

⁴⁴¹ Vgl. Schulz 1976, 30

Zeit	• Ein Thema mit kurzer Dauer besitzt einen hohen Wert. • Thematisierung betrifft ein langfristig eingeführtes Thema.
Nähe	• räumlich – geographisch • politisch – wirtschaftspolitisch • kulturell – sprachlich, religiös, literarisch, wissenschaftlich • Relevanz – Grad der Betroffenheit
Status	• regionale Zentralität – politisch ökonomische Bedeutung • nationale Zentralität – wirtschaftliche, wissenschaftliche und/oder militärische Macht • persönlicher Einfluss – politische Macht der beteiligten Personen • Prominenz – Bekanntheitsgrad der Personen
Dynamik	• Überraschung – Erwartbarkeit des Zeitpunktes • Struktur – Überschaubarkeit
Valenz	• Konflikt – Grad der Aggressivität politischer Ereignisse • Kriminalität – Rechtswidrigkeit von Handlungen • Schaden – Personen-, Sach- oder finanzielle Schäden, Misserfolge • Erfolg – politischer, wirtschaftlicher, kultureller Fortschritt
Identifikation	• Personalisierung (Grad des personellen Bezugs) • Ethnozentrismus (inwieweit das Ereignis die Bevölkerung des Landes betrifft)

Abb. 7: Nachrichtenfaktoren nach Schulz zit. In: Burkart 2002, 281-283; Schulz 1976, 32-34

So können starke Überschneidungen zwischen den Nachrichtenfaktoren nach Schulz und den Selektionsprogrammen nach Luhmann erkannt werden – ebenso wie bei ihren Ansichten zur Konstruktion der Wirklichkeit.

Zeit	• Ein Thema mit kurzer Dauer besitzt einen hohen Wert. (<i>Meldungen, Einzelfälle</i>) • Thematisierung betrifft ein langfristig eingeführtes Thema. (<i>Schlüsselereignisse</i>)
Nähe (<i>lokaler Bezug</i>)	• Räumlich – geographisch • Politisch – wirtschaftspolitisch • Kulturell – sprachlich, religiös, literarisch, wissenschaftlich • Relevanz – Grad der Betroffenheit (<i>ohne lokalen Bezug wird Ferne unter anderem durch Seltsamkeit kompensiert</i>)
Status	• regionale Zentralität – politisch ökonomische Bedeutung • nationale Zentralität – wirtschaftliche, wissenschaftliche und/oder militärische Macht • persönlicher Einfluss – politische Macht der beteiligten Personen • Prominenz – Bekanntheitsgrad der Personen

Dynamik	• Überraschung – Erwartbarkeit des Zeitpunktes (verstärkt durch markante Diskontinuität) • Struktur – Überschaubarkeit (<i>Zahlen und Statistiken, die auf zeitliche, sachliche und territoriale Themengebiete bezogen sind</i>)
Valenz	• Konflikt – Grad der Aggressivität politischer Ereignisse (<i>Ungewissheit entsteht, erlösende Information folgt nicht sofort; Krisensymptome, Bedrohung des Friedens,...</i>) • Kriminalität – Rechtswidrigkeit von Handlungen (<i>Normverstöße: Rechtsverstöße, Moralverstöße, Skandale</i>) • Schaden – Personen-, Sach- oder finanzielle Schäden, Misserfolge (Schmerz, Schmerzsurrogate: Stress, Gefährdung von Intimsbeziehungen, Geldverluste,...) • Erfolg – politischer, wirtschaftlicher, kultureller Fortschritt
Identifikation	• Personalisierung (Grad des personellen Bezugs; <i>zur Vereinfachung der Darstellung</i>) • Ethnozentrismus (inwieweit das Ereignis die Bevölkerung des Landes betrifft)

Moralische Bewertungen	• Achtung oder Missachtung von Personen • Massenmedien wichtig zur Produktion bzw. Reproduktion von Moral • „disembedding“ der Moral durch ständige Wiederholung
Meinungsäußerung	• Medien spiegeln sich in sich selbst wieder • Ereignisse, die ohne Medien nicht stattfinden würden • Kommentare, Initiative, Kritik • Stellung der meinungsäußernden Personen, <i>Status des Absenders</i> • Leserbriefe
Ressourcen	• Zeit und verfügbarer Raum als organisatorische Einschränkung

Abb. 8: Zusammenführung von Schulz und Luhmann

An dieser Zusammenführung ist zu erkennen, dass Luhmann im Gegensatz zu Schulz sowohl moralische Bewertungen und Meinungsäußerung als auch organisatorische Einschränkungen mit einbezieht. Ebenso wurden mehrere Studien zur Themenstruktur lokaler beziehungsweise regionaler Zeitungen durchgeführt. Dabei spielt im Lokalbeziehungsweise Regionalteil die räumliche Begrenzung durch den Faktor Nähe eine besondere Rolle, sodass das System Massenmedien die Funktionssysteme ihrer Umwelt und deren Rollenträger

„mit jenen Informationen versorgen und jene Probleme thematisieren kann, welche [...] [seine] unmittelbaren engsten Lebensraum tangieren und [...] [es] damit auch direkt betreffen.“⁴⁴²

⁴⁴² Koudelka 1991, 33

Katzenberger dazu:

„Schließlich erwächst für sie aus der lokalen Identität jeder Aussage erst das wesentliche Kriterium für seinen Nachrichtenwert, legitimiert also erst die vom ‚Lokal‘-Medium beanspruchte Aufmerksamkeit des Rezipienten.“⁴⁴³

Dabei ist zu erkennen, dass zusätzlich zu den Nachrichtenfaktoren im Allgemeinen ebenso auf lokaler und regionaler Ebene geforscht wurde. In diesem Zusammenhang wurden die Themenspektren mit einbezogen, was in folgender Abhandlung dargestellt wird.

8.1. Lokale beziehungsweise regionale Nachrichtenfaktoren

„Die lokale Berichterstattung tendiert dazu, über Ereignisse zu berichten, die personalisiert bzw. vom Journalisten personalisierbar sind, mit geringem Zeitaufwand wahrgenommen werden können, unmittelbar den Berichtsraum betreffen und eine festgefügte Struktur zeigen.“⁴⁴⁴

Rohr identifizierte in seiner Königsteiner Forschung mehrere Faktoren, die eine besondere Rolle im Lokaljournalismus einnehmen. Diese umfassen die Personalisierung beziehungsweise personalisierbare Ereignisse, Beteiligung prominenter Personengruppen, Thematisierung, Ethnozentrismus, besondere Relevanz (Betroffenheit), Überraschung, Originalität, Konflikt, Schaden und Erfolgsmeldungen.⁴⁴⁵ Zur Themenstruktur konstatiert er:

„In der lokalen Berichterstattung werden viele kurze Berichte gebracht, oft Veranstaltungsankündigungen und Polizeimeldungen. Nur selten wurden während des Untersuchungszeitraumes besondere Aufmachungsformen verwendet, um Artikel durch optische Merkmale hervorzuheben.“⁴⁴⁶

Typische Themen sind nach Hermann Vereinsfeste, silberne Hochzeiten, Geburtstage, Todesfälle, Eheschließungen sowie Jubiläen.⁴⁴⁷ In ihrer Untersuchung stellte sie fest, dass die Themenfelder Sport, Service, Vereine und Politik jeweils zwischen 14 und 22 Prozent des Flächenanteils einnehmen. Drei bis sechs Prozent des Flächenanteils

⁴⁴³ Katzenberger 1999, 58

⁴⁴⁴ Rohr zit. in: Jonscher 1995, 287

⁴⁴⁵ Vgl. Rohr In: Langenbucher 1980, 80

⁴⁴⁶ Rohr In: Langenbucher 1980, 71

⁴⁴⁷ Vgl. Hermann 1993, 9

konnten für Personalien, Wirtschaft, Kultur, Störung, Soziales und Kirche errechnet werden.⁴⁴⁸ Für Katzenberger wird sowohl die Integration als auch die Identifikation durch die gesellschaftliche Präsenz aktueller Themen gefördert. So definiert er unter anderem die Vereinsberichterstattung als typisches Presseressort von Lokalzeitungen. Ebenso sieht er eine wesentliche Leistung in der Servicefunktion.⁴⁴⁹

Belt und Just stellen in ihrer Untersuchung von 154 lokalen TV-Stationen fest, dass besonders die Kategorie „crime“ mit 41 Prozent überwiegend stark war. Ein Viertel der untersuchten Nachrichten befasste sich mit Politik, lokalen Institutionen und politischen Gesetzesübertretungen.⁴⁵⁰

In Bezug auf die publizistische Vielfalt untersuchte Rager vier Zeitungen und stellte eine gleichartige Themenauswahl mit den Schwerpunkten Kultur, Unfälle, Feste, Jubiläen, Baumaßnahmen und Finanzen fest. Die Themenaufbereitung wies starke Gleichheiten auf, gewisse wenige Handlungsträger wurden allgemein bevorzugt. Politische Themen wurden eher vernachlässigt. Außerdem stellte Rager ein Übermaß an Lob fest, Erfolgsmeldungen wurden öfters dargestellt als Kontroversen. Die Hintergrundberichterstattung unterblieb häufig. Leserbriefe stellten aber zwei Prozent des Umfangs der von ihm untersuchten Lokalzeitungen dar.⁴⁵¹

Auch Schönbach untersuchte die Themenstruktur in der lokalen Berichterstattung anhand von drei Mannheimer Blättern. Mehr als 90 Prozent der Berichterstattung konnte innerhalb der Stadtgrenzen von Mannheim verortet werden. Langzeitereignisse wurden kaum erwähnt, nur selten wurde über die Hintergründe berichtet. Entgegen den Vermutungen Schönbachs waren Faktoren wie Überraschung und Originalität von geringer Bedeutung, die Berichte aber hoch personalisiert – jedoch nicht nur in den Bereichen Politik und Prominenz, sondern ebenso bei Vereinspersönlichkeiten und Künstlern. Unfälle und Verbrechen umfassten rund 15 Prozent, Kontroversen zwischen sieben und 17 Prozent und Erfolgsmeldungen zwischen acht und 25 Prozent der Berichterstattung.⁴⁵² Rund 20 bis 25 Prozent der Berichterstattung umfassten die Bereiche Sport, Kunst und Kultur.⁴⁵³

⁴⁴⁸ Vgl. Hermann 1993, 117

⁴⁴⁹ Vgl. Katzenberger 1999, 308, 314ff

⁴⁵⁰ Belt/Just In: Political Communication 2008 Vol. 25/2, 200

⁴⁵¹ Vgl. Rager zit. in: Jonscher 1991, 111f; Rager zit. in: Kurp 1994, 204, 218

⁴⁵² Vgl. Schönbach In: Langenbacher 1980, 50ff

⁴⁵³ Vgl. Schönbach zit. in: Rombach 1983, 64; Schönbach zit. in: Jonscher 1991, 111

Interessant ist ebenso die Analyse von Willyard, die mit besonderer Berücksichtigung lokaler Medien die Darstellung des Amoklaufs in der Columbine Highschool in Red Lake untersuchte. Dabei stellte sie fest, dass im Grunde Red Lake als Gemeinde sehr positiv dargestellt, das Leben des Amokläufers im Vergleich weniger positiv beschrieben wurde. So individualisierten beziehungsweise personalisierten die lokalen Medien die Berichterstattung und fokussierten sie auf den Amokläufer und seine Familie. In lokalen Medien wurde Red Lake als sichere Gemeinde dargestellt, wo nun um die persönlichen Verluste getrauert wurde. Dennoch wurde immer wieder der Amokläufer in den Mittelpunkt gestellt.⁴⁵⁴ Die Forscherin konnte somit einen hohen Grad an Personalisierung in lokalen Medien ermitteln. Nationale Medien berichteten eher allgemein über die Tragödie. Die lokalen Medien versuchten Red Lake so gut wie möglich darzustellen und den Vorfall direkt auf die Person des Amokläufers zurückzuführen.⁴⁵⁵

Kretzschmar, Möhring und Timmermann identifizieren Themen wie Lokalpolitik, Stadtentwicklung, Soziales, Kultur, Kriminalfälle und Unfälle vorwiegend in den Arbeiten zur Themenstruktur lokaler beziehungsweise regionaler Berichterstattung.⁴⁵⁶ Dazu stellt Benzinger fest, dass Politik jedoch eine wesentlich geringere Rolle in der Lokalberichterstattung spielt als in der „Hauptteil-Berichterstattung“ – die Lokalberichterstattung tendiert zu Human-Touch-Themen (Kriminalität, Unfälle, Katastrophen, Unglücksfälle, Klatsch, Freizeit,...).⁴⁵⁷ Ebenso sind meinungsbildende und kritisierende Berichte in der Lokalberichterstattung viel seltener als im Hauptteil vorzufinden. Sind jedoch Kommentare in der Lokalzeitung, so wird in über einem Viertel Kritik geübt.⁴⁵⁸

Nach Kurp werden „weitgehend die Bereiche Umwelt, Ausländerpolitik, Wissenschaft und Technik, Arbeitswelt und Verbraucherfragen“ aus der lokalen Berichterstattung ausgeklammert. „Einfache Bürger“ haben kaum eine Chance in der Lokalberichterstattung berücksichtigt zu werden, am häufigsten stehen Vereine, Verbände, Gewerbetreibende und der Bürgermeister im Vordergrund.⁴⁵⁹

⁴⁵⁴ Vgl. Willyard In: Conference Papers – National Communication Association 2007, 15f

⁴⁵⁵ Vgl. Willyard In: Conference Papers – National Communication Association 2007, 20f

⁴⁵⁶ Vgl. Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 53

⁴⁵⁷ Vgl. Benzinger 1980, 639, Anhang 12f

⁴⁵⁸ Vgl. Benzinger 1980, 640

⁴⁵⁹ Vgl. Kurp 1994, 210f

Die Themenstruktur der Lokalberichterstattung wird ebenso von Wilking durchleuchtet. Dabei unterscheidet er in drei Themendimensionen. Die erste Dimension – „Umfeld“ – umfasst „die Thematisierung der physischen Umgebung“, also Gebäude, Straßen, Flächen, damit verbundene Zustände und Entwicklung sowie die Verkehrssituation und Themen zur Umweltverschmutzung. Die zweite Themendimension – „Versorgung“ – wird im Wesentlichen durch die technisch-soziale Infrastruktur, Wohnen, Energie, Post, Beförderung, soziale Einrichtungen und auch durch die kulturelle Versorgung wie Bildung, Erziehung, Sport, Erholung und Veranstaltungen operationalisiert. Drittens beschreibt Wilking den Themenbereich „Wirtschaft und Arbeit“, wobei es sich um die wirtschaftliche Situation im Allgemeinen, aber auch von Unternehmen, des Staats und anderer Organisationen handelt. Wirtschaftliche Tätigkeiten, Berufsausbildung, Interessensvertretung und die Situation am Arbeitsmarkt werden in der Analyse Wilkings ebenso berücksichtigt.⁴⁶⁰

Außerdem definiert er weitere thematische Variablen, wie Service (Veranstaltungsankündigungen), Kriminalität und Unfälle (Polizei-Meldungen), Beiträge zu Veranstaltungen und Aktivitäten von Organisationen wie Kirchen, Vereine und Parteien.⁴⁶¹ Als lokale Nachrichtenfaktoren identifiziert er die Dauer, Zeitform, Überraschung, Ungewissheit, Kontroverse, Personalisierung sowie Erfolg und Misserfolg. Die Faktoren Nähe (Nah-Raum) und Relevanz (Betroffenheit) und Thematisierung dürfen nicht vergessen werden, wobei Wilking auf diese in seiner Analyse zur Themenstruktur verzichtet.⁴⁶²

In der Analyse mehrerer Lokalzeitungen bestätigt Wilking, dass zwei Drittel der Berichterstattung den drei Themenbereichen zugeordnet werden können. Zusätzlich kann der Autor nach der Analyse zwei weitere Themengruppen als relevant identifizieren. Einerseits „Kriminalität und Unfälle“ (Polizeimeldungen auch im Zuge von Unglücken und Schäden) wie auch „Veranstaltungen und Organisationen“ (Veranstaltungsberichte und Aktivitäten von Organisationen).⁴⁶³

⁴⁶⁰ Vgl. Wilking 1988, 44

⁴⁶¹ Vgl. Wilking 1988, 45

⁴⁶² Vgl. Wilking 1988, 46ff

⁴⁶³ Vgl. Wilking 1988, 99ff

Ebenso stellt Wilking in Bezug auf den Faktor „Dauer“ fest:

„42 Prozent der Beiträge beziehen sich überwiegend auf ein Tagesereignis und 31 Prozent auf ein mehrtägiges Ereignis oder eine längerfristige Entwicklung.“⁴⁶⁴

27 Prozent kann Wilking zu keinem Schema des Faktors „Dauer“ zuordnen.⁴⁶⁵ Fast die Hälfte der Ereignisse, über die berichtet wird, sind bereits abgeschlossen. Zur „Dynamik“ spielen Überraschungen die geringste Rolle, etwas deutlicher zeigt sich der Faktor der Ungewissheit. Am stärksten sind Kontroversen ausgeprägt. Negatives und Kritisches hat im Bereich der „Wertigkeit“ der untersuchten Zeitungen kaum einen Platz, wobei Negativereignisse etwas häufiger vertreten sind als positive. Kritik und Lob gleichen sich ebenso beinahe aus.⁴⁶⁶ „Namen sind Nachrichten“⁴⁶⁷, schreibt Wilking, denn Personalisierung bedeutet auch Namensnennung. Dies kann in Form von der Nennung einzelner Personen in ihrer Funktion (bspw. Bürgermeister, Autofahrer), in ihrer allgemeinen Charakterisierung (Geschlecht, Herkunft, Alter), in einer Gruppe von Personen (bspw. Ärzte, Fußballer,...) und in Organisationen (Polizei, Unternehmen,...) geschehen. Überdurchschnittlich wird in der Unfall- und Kriminalitätsberichterstattung mit 86 Prozent personalisiert. 60 Prozent der Service-Mitteilungen sowie 65 Prozent der Dimension „Versorgung“, 40 Prozent der Dimension „Wirtschaft und Arbeit“ und 36 Prozent der Dimension „Umfeld“ sind personalisiert. Beiträge mit einflussreichen und prominenten Personen liegen bei 32 Prozent.⁴⁶⁸

Abschließend stellt Wilking fest, dass sich die Struktur lokaler Nachrichten nicht mit einigen Sätzen beschreiben lässt.

„Mit Ausnahme der gemeinsamen Klammer des Bezugs zu einem begrenzten, lokalen Verbreitungsgebiet gibt es in den untersuchten Lokalteilen keine eindeutigen, durchgängig anzutreffenden Merkmale, die lokale Nachrichten als Ganzes prägen.“⁴⁶⁹

⁴⁶⁴ Wilking 1988, 115

⁴⁶⁵ Vgl. Wilking 1988, 115

⁴⁶⁶ Vgl. Wilking 1988, 120ff

⁴⁶⁷ Wilking 1988, 129

⁴⁶⁸ Vgl. Wilking 1988, 130ff

⁴⁶⁹ Wilking 1988, 177

Tichenor stellte fest, dass kleinere lokale Zeitungen mehr zu Konsens neigen, dagegen Größere den Konflikt forcieren.⁴⁷⁰ Die Autoren Hoffman, Eveland, Dhavan und Kwak konnten dies jedoch nicht bestätigen.⁴⁷¹

Im Zentrum all dieser Faktoren steht ganz offensichtlich der Faktor „Nähe“, der vor allem durch Strukturkriterien wie Schauplatz, Handlungsträger und Relevanz operationalisierbar ist.⁴⁷² Nähe lässt sich jedoch nicht nur in regionalen beziehungsweise lokalen Ereignissen erkennen. Auch jene außerhalb des Ereignisgebietes werden mit Auswirkungen auf die lokale beziehungsweise regionale Ebene sowie Betroffenheit verflochten.⁴⁷³ So schreibt Gartner:

„[L]ocal media focus on the local angle even when reporting on international events.“⁴⁷⁴

Dabei spielt besonders die Personalisierung und die damit ausgedrückte Betroffenheit eine große Rolle. Nachrichten mit lokalem Bezug treten deutlich hervor und erzeugen Aufmerksamkeit.⁴⁷⁵

Zusammenfassend stehen lokale/regionale Medien von Seiten der Wissenschaft vielen Kritikpunkten gegenüber, eindeutige Ergebnisse können vereinzelt festgestellt werden. Dabei ist neben dem „Nähe-Faktor“ besonders die Personalisierung ein zentraler Wert lokaler beziehungsweise regionaler Medien. Veranstaltungsankündigungen und die dazugehörige Berichterstattung sind ebenso wie Unterhaltungsthemen und der Bereich Kriminalität/Unfälle von großer Bedeutung. Kritikpunkte liegen in der zu geringen Kritik und in der zu starken Personalisierung.

Aus dieser theoretischen Abhandlung von der Metatheorie über den lokalen beziehungsweise regionalen Kommunikationsraum bis hin zu den Funktionen und Nachrichtenfaktoren ergeben sich folgende Forschungsfragen, die in weiteren Hypothesen und Annahmen münden.

⁴⁷⁰ Vgl. Tichenor zit. in: Hoffmann/Eveland/Dhavan/Kwak In: Conference Paper International Communication Association 2004 Annual Meeting, 10

⁴⁷¹ Vgl. Hoffmann/Eveland/Dhavan/Kwak In: Conference Paper International Communication Association 2004 Annual Meeting, 20

⁴⁷² Vgl. Katzenberger 1999, 58

⁴⁷³ Vgl. Schönbach In: Langebucher 1980, 61; vgl. Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 31

⁴⁷⁴ Gartner In: Political Communication 2004 21/2, 142

⁴⁷⁵ Vgl. Gartner In: Political Communication 2004 21/2, 143

9. Theoretische Konklusion in Form von Forschungsfragen

Welchen Stellenwert und welche Bedeutung nehmen lokale beziehungsweise regionale Medien von sich aus in der Gesellschaft ein? Was bieten Sie der Umwelt an?

Begriffsverwirrung Region/Lokalität sowie Begriff des Kommunikationsraumes

Wie die Begriffsverwirrung zwischen Region und Lokalität aufgelöst werden kann, zeigt sich am konkreten Beispiel der VN. Dabei ist jedoch wichtig zu erwähnen, dass tatsächlich nie eine einheitliche Definition der Begriffe lokal und regional existieren kann, da sich die Kommunikationsräume nach ihrer Eigenart stark unterscheiden.

In der Literaturstudie wurde bereits im Ansatz geklärt, wie ein Kommunikationsraum beschrieben werden kann. Die Positionierung Vorarlbergs und die Spezifität der VN werden in weiterer Folge im Zuge der Beschreibung des Untersuchungsobjekts näher beleuchtet. Im Zuge dessen wird dieses Forschungsproblem auch im Experteninterview angesprochen, um diese Thematik auch aus praktischer Sicht abrunden zu können

So bleiben folgende Fragen im Methodenmix offen:

FF1: In welchem spezifischen regionalen beziehungsweise lokalen Umfeld lassen sich die VN einordnen? (Klärung in Folge der Beschreibung des Untersuchungsobjektes)

FF2: Welchen Platz bieten die VN als Werbeträger in Vorarlberg an? (Klärung durch eine quantitative Inhaltsanalyse im Zuge des Verhältnisses zwischen redaktionellem und werblichem Inhalt und Abrundung durch Experteninterview)

Funktionen lokaler beziehungsweise regionaler Medien

Im Zuge der Literaturstudie konnten bereits Funktionen lokaler beziehungsweise regionaler Medien eruiert werden. Diese sollen nun ebenso durch die empirische Überprüfung anhand der VN modifiziert, erweitert, bestätigt oder widerlegt werden. Mit Hilfe des Methodenmix soll Aufschluss über folgende Fragen gegeben werden:

FF3: Welche neuen beziehungsweise adaptierten Funktionen erfüllen lokale beziehungsweise regionale Medien bezüglich der bereits eruierten normativen Funktionenkataloge und worin liegt somit der Unterschied zu den empirisch zu erforschenden Funktionen von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien?

FF4: Welche Rolle spielt der Nachrichtenfaktor „Nähe“ bei der Leistungsermittlung der VN?

FF5: In welchem quantitativen Verhältnis stehen Themen innerhalb der Grenzen Vorarlbergs zu den Themen außerhalb der Grenzen Vorarlbergs?

FF6: Worin liegt der Berichterstattungsunterschied bezüglich der Funktionserfüllung des regional erscheinenden Hauptblattes und der wöchentlichen lokalen Beilage VN-Heimat?

Gesamtkonzept VN

Anhand der theoretischen und empirischen Arbeit wird im letzten Schritt folgende Frage geklärt:

FF7: Welche Funktionen erfüllen die VN als Gesamtkonzept anhand der untersuchten Berichterstattung?

9.1. Annahmen/Hypothesen

- Die in der vorliegenden Arbeit als Lokalausgabe definierte VN-Heimat unterscheidet sich von ihren Funktionen zum Hauptblatt.
- Vorwiegend werden die Orientierungs-, Sozialisations- und Identifikationsfunktion erfüllt.
- Die Unterhaltungs-, Service- und Partizipationsfunktion sind tragende Funktionen sowohl im Hauptblatt als auch in der VN-Heimat.
- Politische Themen werden quantitativ weniger berücksichtigt als soziale.
- In der Lokalausgabe wird im Vergleich zum Hauptblatt den Honoratioren in der Berichterstattung mehr Platz eingeräumt.
- Sowohl die VN als auch die Beilage VN-Heimat beziehen sich zu einem starken Teil auf Privatpersonen und Vereine.
- Das Hauptblatt berichtet vielschichtiger und erfüllt mehr Funktionen als die Lokalausgabe.
- Servicefunktionen werden vorwiegend von den VN erfüllt.
- Die VN bieten eine Werbefläche, die rund ein Drittel der gesamten Berichterstattungsfläche einnimmt.
- Bei europäischen und nationalen Themen kann häufig ein Regional- bzw. Lokalbezug festgestellt werden.
- Die lokalen und regionalen Themen überwiegen im Hauptblatt deutlich.
- Die VN-Heimat hat vorwiegend lokale Themen zum Inhalt.

10. Theoretische Konklusion in Form des Kategoriensystems

Anhand der theoretischen Abhandlungen wird nun das Kategoriensystem gebildet (siehe Anhang 1). Die bestehende traditionelle Auflistung der Funktionen zu (lokalen beziehungsweise regionalen) Massenmedien wird zusammengefügt und im empirischen Teil operationalisiert. Dies erfolgt im Zuge einer allgemeinen Zusammenführung der Literaturstudie zu den Funktionen, zu den Nachrichtenfaktoren nach Schulz und zu den Luhmann'schen Selektionsprogrammen. Anhand der Literaturstudie konnten einige Lücken entdeckt und wertvolle Arbeiten eruiert werden. Obwohl Lokal- und Regionalmedien in der aktuellen Kommunikationswissenschaft einen Bereich darstellen, der nur am Rande untersucht wird, konnten die Forschungsarbeiten Aufschluss über die bisher eruierte Eigenart und Beschaffenheit von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien geben. Außerdem verhalf die gesamte Literatur zur Systematisierung der Operationalisierung.

Empirisch wird mit einem Methodenmix vorgegangen, da durch die Literaturstudie zu den Funktionen von Massenmedien veranschaulicht werden konnte, dass ihr theoretischer Bestand noch sehr abstrakt und mit einem Mix aus Methoden am besten konkretisierbar, messbar und empirisch überprüfbar gemacht werden kann. Sie drücken sich unter anderem durch die Nachrichtenfaktoren aus, die es nach Schulz in der Berichterstattung zu erforschen gilt. Dabei ist der Faktor „Nähe“ von besonderer Bedeutung, der sich auf Grund des Bezugs zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien als Querschnittsgedanke durch die gesamte Studie hindurch zieht und Aufschluss über die lokale beziehungsweise regionale Ausrichtung der VN geben kann. Zusätzlich zur vorhandenen Literaturstudie und zu den Arbeiten von Schulz und Luhmann wird die Erstellung des Kategoriensystems besonders an die Studien zu Themen lokaler beziehungsweise regionaler Massenmedien von Kurp (1994), dem Projektteam Lokaljournalisten (1981), Benzinger (1980), Wilking (1990) und von Wallner (2007) angelehnt.

Da nicht das gesamte Themenspektrum direkt auf bestimmte Funktionen zurückgeführt werden kann, werden im ersten Schritt die Themen im Zuge des Themenkataloges zugeordnet. Manche dieser Themen werden bereits auf eine bestimmte Funktionserfüllung hinweisen, diese kann aber erst in einem zweiten Schritt bei einer genaueren Analyse des Artikels in Bezug auf die Leistungserfüllung gemessen werden. Themen alleine würden die Behauptung einer Leistungserfüllung nicht zulassen.

Die Operationalisierung wird am Beispiel der Integrationsfunktion und Identitätsstiftung dargestellt und transparent gemacht. Die Funktion setzt sich aus folgenden Kategorien zusammen:

- Personalisierung: Eine oder mehrere Personen werden beschrieben und sind „Ursache oder Mittelpunkt des Ereignisses“. Das Gegenteil zur Personalisierung stellt ein abstraktes Ereignis dar. Ein Ereignis ist personalisiert, wenn es sich überwiegend in einem Handeln von Personen ausdrückt. Ein wichtiger Indikator ist die Erwähnung von Prominenten.⁴⁷⁶
- Ethnozentrismus: Ein weiterer Bestandteil dieser Funktion wird durch den Bezug zur Nation, Region und Lokalität geschaffen. Hier wird ein Gefühl der Zusammengehörigkeit vermittelt, indem ein starker Bezug dargestellt wird, da die Annahme besteht, dass Menschen über die berichtet wird von der Nähe des berichteten Geschehens abhängig sind (bspw. Personen aus dem Raum Vorarlberg).⁴⁷⁷
- Erzeugung einer kollektiven Identität: Hier wird die Thematisierung von Ereignissen, die ein „Wir-Gefühl“ erzeugen mit einbezogen. Dabei handelt es sich einerseits um ein langfristig eingeführtes Thema sowie um die Funktion der pluralistischen Kompensation, sodass auch „normale“ Menschen zu Wort kommen und über unterschiedliche Gesellschaftsgruppen, Lebensformen und Subkulturen berichtet wird.⁴⁷⁸
- Integrationskommunikation: Dies umfasst die explizite Thematisierung von Integration.⁴⁷⁹
- Porträts erfolgreicher lokaler/regionaler/nationaler Sportler: Hier wird die personalisierte Sportberichterstattung mit einbezogen.
- Einrichtungen mit Integrationsbezug wie Hilfsdienste, Organisationen, Behörden Ausbildungsstätten, Begegnungszentren und Selbsthilfe-Initiativen.⁴⁸⁰

⁴⁷⁶ Vgl. Schulz 1976, 34; 138

⁴⁷⁷ Vgl. Schulz 1976, 34; 139

⁴⁷⁸ Vgl. Wallner 2007, 165

⁴⁷⁹ Vgl. Wallner 2007, 164

⁴⁸⁰ Vgl. Projektteam Lokaljournalisten 1981, 259

Wallner definiert die Integrationsfunktion im Zuge der hier benannten Kategorie der Erzeugung einer kollektiven Identität und beschreibt diese als Information über „unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen unterschiedlicher politischer, wirtschaftlicher, sozialer, kultureller, geographischer Herkunft/Zuordnung“.⁴⁸¹ Ebenso definiert sie die soziale Integration als „explizite Integrationskommunikation“.⁴⁸² Das Zugehörigkeitsbedürfnis steht dabei im Vordergrund, ebenso wie die Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts.⁴⁸³ Integration bedeutet für Wallner:

„dass der Mensch über seinen eignen Erfahrungshorizont und über den Horizont seiner noch unvermittelt erkennbaren Bezugsgruppe hinaus die Gesellschaft als Ganzes sieht und sich ihr zugehörig fühlt, sich mit ihr identifiziert.“⁴⁸⁴

Diese Identifikation kann einerseits durch Personalisierung gefördert werden. So wurden die Faktoren Personalisierung und Ethnozentrismus, die unter dem Überbegriff der Identifikation nach Schulz wiederzufinden sind, herangezogen. Während Sport aber vorwiegend Unterhaltung darstellt, wurde die Überlegung mit einbezogen, dass Sport ebenso personalisiert dargestellt werden kann, indem erfolgreiche Sportler porträtiert werden, was zu einem stärkeren „Wir-Gefühl“ beziehungsweise auch zu einer stärkeren Bindung und somit zu Integration führen kann. In der „Checkliste“ des Projektteams Lokaljournalisten ließen sich ebenso weitere Hinweise für die Integrationsfunktion beziehungsweise Identitätsstiftung finden.⁴⁸⁵ Dazu zählen unter anderem auch die Integrationskommunikation an sich sowie die Förderung des sozialen Zusammenhalts.

Im Schritt zuvor wurden die Themenkataloge der bereits bestehenden Forschungen betrachtet und zusammengeführt. Diese Darstellung sollte veranschaulichen, wie das Kategoriensystem entstand. Die Literaturstudie wurde dabei erneut herangezogen, die wichtigsten Aspekte gefiltert und in einem Kategoriensystem, das einer quantitativen Untersuchung dient, festgehalten.

⁴⁸¹ Wallner 2007, 165

⁴⁸² Wallner 2007, 164

⁴⁸³ Vgl. Wallner 2007, 110

⁴⁸⁴ Wallner 2007, 111

⁴⁸⁵ Projektteam Lokaljournalisten 1981, 259f

11. Untersuchungsdesign

Die Funktionen der regionalen beziehungsweise lokalen Massenmedien am Beispiel der VN werden somit durch die Untersuchung der Berichterstattung in zwei Schritten und durch Aussagen von Berufsexperten eruiert, wobei zuerst die Beiträge der Zeitung im Verlauf einer künstlichen Woche anhand des ausgearbeiteten Kategoriensystems quantitativ analysiert wird.

Wie bereits beschrieben, differenziert Jonscher zwischen Ideal und Realfunktionen, wobei letztere vorwiegend in Bezug auf eine theoretische Beschreibung und die Messung des Werbeanteils zum redaktionellen Teil berücksichtigt wird. Denn:

„Ein Indikator für die wirtschaftliche Situation einer Zeitung kann das Text-Anzeigen-Verhältnis sein, also die jeweiligen Anteile von redaktionellem Inhalt und Anzeigeaufkommen.“⁴⁸⁶

Realfunktionen umfassen nach Jonscher die mikroökonomischen und technisch-betriebswirtschaftlichen Medienfunktionen, die sich in der Verwirklichung der Unternehmensziele deutlich machen. Daneben stehen die durch die Realfunktionen beeinflussten Ideal- also normativen Funktionen, die nach der theoretischen Beschreibung zusammengeführt wurden und nun im folgenden Abschnitt empirisch überprüft werden.⁴⁸⁷ Die Funktionenkataloge stellen demnach „idealtypische Modelle“ dar, da sie die Leistungen der Medien für die Gesellschaft unter idealen Produktionsbedingungen beschreiben.⁴⁸⁸

Im zweiten Schritt wird zur Verdichtung der inhaltsanalytischen empirischen Arbeit ein leitfadengestütztes Experteninterview mit Eugen Russ (Herausgeber, VN), Christian Ortner (Chefredakteur, VN) und Gerold Riedmann (stv. Chefredakteur, Chef des Lokalressorts, VN) durchgeführt. Lücken der deskriptiv quantitativ durchgeführten Untersuchung können gefüllt, mögliche fehlende, adaptierte oder neue Funktionen hinterfragt werden. Ebenso kann das Experteninterview Fragen zur weiteren Erforschung des Themenfeldes eröffnen. So wird durch die Methode des Experteninterviews neben einer empirischen Ergänzung der Inhaltsanalyse ebenso der

⁴⁸⁶ Schneider/Möhring/Stürzbecher 2000,140

⁴⁸⁷ Vgl. Jonscher 1995, 123, 154

⁴⁸⁸ Vgl. Wallner 2007, 36f

Bereich der Selbstbeobachtung und -beschreibung geklärt, „während die Inhaltsanalyse aus einer wissenschaftlichen (Fremd-)Beobachtung resultiert.“⁴⁸⁹

Bevor jedoch der Methodenmix genauer beschrieben wird, sollen zuerst Grundzüge der Mediensystemanalyse, in weiterer Folge Vorarlberg als Kommunikationsraum und daraufhin das Untersuchungsobjekt VN, das sich in dem besagten Kommunikationsraum bewegt, eingegangen werden.

⁴⁸⁹ Weischenberg/Scholl 1998, 179

12. Mediensystemanalyse

In Bezug auf Wallner und Haas stellt der Ausgangspunkt der Analyse das aus der Neuen Industrieökonomik stammende und von ihnen modifizierte Structure-Conduct-Performance-Schema (SCP-Schema) dar. Besonders um spezifisch komparative Vergleiche verschiedener Mediensysteme ermöglichen zu können, entwickelten sie das existierende SCP-Schema weiter, da Medien nicht mit anderen Wirtschaftsgütern gleichgesetzt werden können, eine besondere Position in der Gesellschaft einnehmen und eben Leistungen für die Gesellschaft erbringen müssen.⁴⁹⁰

„In der Ökonomie wird das SCP-Schema für die Untersuchung von Wettbewerbsmärkten eingesetzt, um festzustellen, ob und in welchem Ausmaß der Wettbewerb auf einem bestimmten Markt funktioniert, ob der Wettbewerb die ihm zugesprochenen Funktionen wie Fortschritt, Innovation, Verteilung von Ressourcen etc. leistet.“⁴⁹¹

In der vorliegenden Forschungsarbeit stehen jedoch nicht die wirtschaftlichen Funktionen im Vordergrund, sondern hauptsächlich die sozialen und politischen Leistungen, die die Medien erfüllen. In der Ökonomie wird das SCP-Schema angewendet, um Interdependenzen zwischen Marktstruktur, -verhalten und -ergebnis erforschen zu können. In dieser Form wurde es bereits auch auf die Medienmärkte angewendet. Es trägt zu einer stark systematisierten Untersuchungsmöglichkeit bei – „hinsichtlich struktureller, verhaltensorientierter und ergebnisorientierter Kriterien“.⁴⁹²

Kommunikationswissenschaftliche Indikatoren zur Analyse des Medienmarktes können aus „idealen Marktvorstellungen“ und Leistungserfüllungen abgeleitet werden, welche die Relevanz dieser Arbeit besonders veranschaulicht. Denn die Medienfunktionen, die in diesem Forschungsvorhaben im Mittelpunkt stehen, bilden die zentrale Brücke zwischen dem ökonomischen und publizistischen Analyseschema. Dabei erweitern Wallner und Haas die Funktionskategorien neben der sozialen, politischen und ökonomischen Kategorie um die kulturelle Kategorie, die über alle „Funktionsbereiche“ der Medien angelegt werden kann und inhaltlich als funktional hinsichtlich Information (Umweltüberwachung), Korrelation (Meinungsbildung und -abstimmung), Transmission (Kulturtradierung und -verbreitung, Vermittlung kultureller Normen, Werte

⁴⁹⁰ Vgl. Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 86

⁴⁹¹ Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 86

⁴⁹² Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 87

und Fertigkeiten) und Gratifikation (psychische Stimulierung, Entlastung) bestimmt werden kann.⁴⁹³

„Von den Leistungen der Medien, also den Medieninhalten, kann auf die Funktionen geschlossen werden und somit können die Medieninhalte als Performance hinsichtlich der Evaluierungskriterien Medienfunktionen untersucht werden.“⁴⁹⁴

Und ob eben diese Inhalte vorhanden sind, soll nach Wallner und Haas im weiteren Verlauf untersucht werden.⁴⁹⁵

„Diese Indikatoren werden auf Performance Ebene in das Schema eingefügt, um die inhaltliche Ebene in Mediensystemuntersuchungen zu integrieren. Die ökonomische Untersuchung fragt v.a. nach produktiver und allokativer Effizienz, Gewinnen und Fortschritt.“⁴⁹⁶

Dabei werden, um die Marktstruktur untersuchen zu können Marktanteile, Produktdifferenzierung, Autonomie und Vielfalt in den Mediensystemen mit einbezogen. Die Conduct-Ebene umfasst besonders journalistische Routinen und Akteurshandlungen. Im Zuge des vorliegenden Forschungsvorhabens und wie bereits im Untersuchungsdesign erwähnt, werden die Medieninhalte auf der Ergebnisebene bezüglich der genannten Funktionen durchleuchtet.⁴⁹⁷

So wird im Zuge des SCP-Schemas nicht nur die ökonomische Seite eines Mediensystems untersucht, sondern ebenso weitere Ebenen mit einbezogen. Denn aus rein ökonomischen Untersuchungen können kaum „Rückschlüsse auf die publizistischen Kriterien der Medieninhalte“⁴⁹⁸ gezogen werden. Die folgende Analyse konzentriert sich dennoch auf die Ebene des Marktergebnisses, um im Besonderen soziale, politische und kulturelle Funktionen für die Gesellschaft ermitteln zu können. Daneben wird versucht in Ansätzen ebenso gesellschaftliche Kriterien durch die Definition des Kommunikationsraumes Vorarlberg mit einzubeziehen.

⁴⁹³ Vgl. Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 88

⁴⁹⁴ Wallner 2007, 38

⁴⁹⁵ Vgl. Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 88f (Anm. Haas und Wallner orientieren sich mit den Funktionen von Information, Korrelation, Transmission und Gratifikation an Saxer 1974, 22)

⁴⁹⁶ Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 89

⁴⁹⁷ Vgl. Haas/Wallner In: Melischek/Seethaler/Wilke 2008, 89f

⁴⁹⁸ Wallner 2007, 28

„Die Funktionskategorien erlauben eine Strukturierung und Zusammenführung der Fragen Was (die einzelnen Medienfunktionen) und Wie (die allgemeinen Leistungen der Massenmedien, Information, Kommentierung und Forum).“⁴⁹⁹

Die festgestellten Funktionen stellen im Zuge der Inhaltsanalyse das Marktergebnis dar. So zeichnet Wallner die Medienfunktionen als Resultat gesellschaftlicher Kommunikationsbedürfnisse, „die zu den Funktionskategorien Information, Transmission, Gratifikation und Korrelation zugeordnet werden können.“⁵⁰⁰

Dabei ist besonders wichtig, dass sich die Medien in einer demokratischen Gesellschaft mit dem Grundsatz der freien Meinungsäußerung (EMRK Art. 10) bewegen. In Österreich trifft daneben die liberale Institutionalisierung auf den Printmedienmarkt zu, das heißt, dass es eigentlich neben rechtlichen Normen keine Medienkontrolle gibt. Die Medien müssen sich an die Mechanismen des Marktes anpassen, wodurch eine Interdependenz zwischen Real- und Idealfunktionen zu erkennen ist. Neben dem „Zwang“ wirtschaftlich erfolgreich zu sein, bedeutet liberale Institutionalisierung die „maximale Freiheit von staatlichen Zensureingriffen und anderen unmittelbaren politischen Kontrollen“.⁵⁰¹

„Also muß [sic!] nach den Verbreitungsräumen und typischen Erscheinungsformen der Tagespresse in Abhängigkeit von raumstrukturellen Bedingungen gefragt werden, müssen die politischen und sozialen Strukturen deutlich gemacht werden, die möglicherweise unterschiedliche Funktionen der Presse in verschiedenen Sozialräumen bedingen, um von daher die jeweilige Rolle des Lesers ausgrenzen zu können.“⁵⁰²

So kann zusammenfassend festgestellt werden, dass das Marktergebnis bei der vorliegenden Analyse im Vordergrund steht und die Funktionskategorien Information, Transmission, Gratifikation und Korrelation in der zusammenfassenden Konklusion ebenso mit einbezogen werden. In weiterer Folge wird der Kommunikationsraum Vorarlberg sowie das Untersuchungsobjekt VN beschrieben.

⁴⁹⁹ Wallner 2007, 123

⁵⁰⁰ Wallner 2007, 162

⁵⁰¹ Vgl. Saxer In: Haas/Jarren 2002, 7

⁵⁰² Stuißer In: Langenbucher 1980, 145

13. Raum Vorarlberg

Der Kommunikationsraum Vorarlberg setzt sich aus mehreren Sparten zusammen. Definiert wird er im Überblick nach dem Modell von Maier-Rabler (siehe Kapitel 5.4.). Dabei ist zu erwähnen, dass die gesamten Daten von der Website von „Statistik Austria“⁵⁰³ stammen. In den Fußnoten sind die Sparten angegeben, in denen die Zahlen zu finden sind.

Pragmatische Ebene Vorarlbergs

In Vorarlberg wurden 2009 367.573 Einwohner gezählt – das sind 4,39 Prozent der Gesamtbevölkerung in Österreich. Auf den 2.601 km² Gesamtfläche des Landes überwiegt die Zahl der Frauen um rund 5.000 jene der Männer. Die vier Bezirke Bludenz, Feldkirch, Dornbirn und Bregenz setzen sich aus 96 Gemeinden zusammen.⁵⁰⁴ Eine Übersicht soll die einzelnen Bezirke veranschaulichen:

	Gemeinden	Einwohnerzahl	Fläche
Bludenz	29	61.809	1.285,65 km ²
Feldkirch	24	99.364	277,89 km ²
Dornbirn	3	80.834	172,27 km ²
Bregenz	40	125.566	865,32 km ²

Abb. 9: Bezirke in Vorarlberg per 1.1. 2009⁵⁰⁵

Allgemein ist zu erwähnen, dass 2009 425 Menschen eingebürgert wurden – deutlich weniger als in den letzten Jahren. Ebenso brachten Frauen mit dem Durchschnittsalter von 30,1 Jahren im Jahre 2008 3791 Kinder zur Welt (4,8 Prozent der Geburten in Gesamtösterreich), 1579 Ehen wurden geschlossen (4,8 Prozent der Eheschließungen in Gesamtösterreich) und 822 Scheidungen durchgeführt (7,9 Prozent der Scheidungen in Gesamtösterreich).⁵⁰⁶ Während also die Geburten und Scheidungen im österreichischen Schnitt liegen, ist zu erkennen, dass sich proportional mehr Menschen in Vorarlberg scheiden lassen.

Insgesamt sind 2008 in Vorarlberg 148.600 Hauptwohnsitzwohnungen vorzufinden. Davon bewohnen 48.000 Hauseigentümer, 5.800 Verwandte des Hauseigentümers

⁵⁰³ Vgl. Statistik Austria: www.statistik.at/web_de/statistiken/index.html, letzter Abruf: 01. August 2010

⁵⁰⁴ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Regionales – Regionale Gliederung – Bundesländer, per. 1.1.2009

⁵⁰⁵ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Regionales – Regionale Gliederung – Politische Bezirke, per 1.1.2009

⁵⁰⁶ Vgl. Rubriken: Bevölkerung – Demographische Maßzahlen – Demographische Indikatoren – Demographische Indikatoren Vorarlberg

und 13.200 Wohnungseigentümer diese Räume. Zu Hauptmietern können in Vorarlberg 28.600 und Untermieter 1.100 gezählt werden. Sonstigen Rechtsverhältnissen werden 3.400 weitere Wohnungen zugeteilt. Dabei ist zu erkennen, dass Vorarlberg rund sieben Prozent über dem österreichischen Durchschnitt der Hauseigentümer und rund zehn Prozent unter dem Durchschnitt der Hauptmieter liegt. Insgesamt zeigt sich, dass rund 61 Prozent (Haus und Wohnung) von den eigenen Besitzern in Vorarlberg bewohnt werden und somit rund zehn Prozent über dem österreichischen Durchschnitt liegt.⁵⁰⁷ Interessant ist ebenso, dass rund 75 Prozent⁵⁰⁸ der Vorarlberger Haushalte mit einem Computer ausgestattet sind und 71 bis 75 Prozent⁵⁰⁹ über Internetzugang verfügen. Das heißt, dass Vorarlberg mit Oberösterreich und Wien zu dem „interaktivsten“ Bundesländern gehört.

Mit zwölf Krankenanstalten, das sind rund 4,5 Prozent⁵¹⁰ der Gesamtzahl Österreichs, steht Vorarlbergs Gesundheitsversorgung proportional zur Gesamtbevölkerung. Die Apotheken liegen mit ca. 3,5 Prozent mit rund einem Prozent unter dem Wert des Anteils Vorarlbergs zur österreichischen Bevölkerung.⁵¹¹ Mit Kindergärten und Schulen liegt Vorarlberg ebenso im Schnitt.⁵¹²

Somit ist zu erkennen, dass es in Vorarlberg rund zehn Prozent mehr Haus- und Wohnungseigentümer im Vergleich zu Gesamtösterreich gibt. Die Scheidungsrate ist mit rund acht Prozent ebenso als überproportional zu kennzeichnen. Unter der Rubrik Informationsgesellschaft ist ersichtlich, dass Vorarlberg mit Wien und Oberösterreich zu den Spitzenreiter des „Vernetzt seins“ gehören.

Funktionale Ebene

2008 sind 179.000 Vorarlberger zwischen 15 und 64, also rund 50 Prozent der Gesamtbevölkerung erwerbstätig, 7.500 arbeitslos und 58.500 nicht erwerbstätig. Nach Wien zählt Vorarlberg mit 3,9 Prozent am meisten Arbeitslose (Burgenland folgt mit

⁵⁰⁷ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Wohnungen, Gebäude – Bestand an Gebäuden und Wohnungen – Hauptwohnsitz Wohnungen – Ergebnisse im Überblick: Hauptwohnsitzwohnungen 2007 und 2008 nach Bundesland

⁵⁰⁸ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Informationsgesellschaft – IKT-Einsatz in Haushalten – Haushalte mit Computer 2009 nach Bundesländern

⁵⁰⁹ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Informationsgesellschaft – IKT-Einsatz in Haushalten – Haushalte mit Internetzugang 2009 nach Bundesländern

⁵¹⁰ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Gesundheit – Gesundheitsversorgung – Einrichtungen im Gesundheitswesen – Krankenanstalten [...] am 31. Dezember 2008

⁵¹¹ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Gesundheit – Gesundheitsversorgung – Einrichtungen im Gesundheitswesen – Zahl der Apotheken nach Bundesländern 2008

⁵¹² Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Formales Bildungswesen – Kindertagesheime, Kinderbetreuung – Kindergärten in den Bundesländern 1972-2008

3,6; Kärnten, Niederösterreich und Steiermark mit 3,4 Prozent). Jährlich werden 317,8 Millionen Arbeitsstunden geleistet, was mit rund 4,5 Prozent zu den in Österreich gesamt geleisteten Arbeitsstunden proportional zur Bevölkerung stimmig ist. Die durchschnittliche Arbeitswoche beträgt 38 Stunden (Durchschnitt Voll- und Teilzeit) und liegt damit 0,6 Prozent unter dem gesamtösterreichischen Durchschnitt.⁵¹³ 6,3 Prozent der Erwerbstätigen arbeiten in der Land- und Forstwirtschaft.⁵¹⁴ Interessant ist dabei, dass sich Vorarlberg mit 2.934 Hektar Ackerland sogar hinter Wien einreicht.⁵¹⁵ Unterproportional sind die Beschäftigten in der Forschung und Entwicklung mit rund drei Prozent der Beschäftigten Österreichs vertreten.⁵¹⁶ Auf kultureller Ebene sind jene Zahlen interessant, die nun wie folgt aufgezeigt werden. Nach Niederösterreich zählt Vorarlberg 2006 die meisten Musikschulen (14 Prozent aller Musikschulen Österreichs) und liegt mit 515 Lehrkräften rund drei Prozent über dem Durchschnitt. Deutlich ist aber, dass Vorarlberg und Niederösterreich mit ca. 150 Musikschülern pro 1000 Einwohner deutlich über dem Durchschnitt von rund 95 liegen.⁵¹⁷ Mit 25 Kinosälen und 811.000 Besuchern pro Jahr und damit mit 4,4 bzw. fünf Prozent der Zahlen Gesamt-Österreichs bleibt Vorarlberg diesbezüglich proportional zur Gesamtbevölkerung.⁵¹⁸ Kulturelle Möglichkeiten in Form von Theater und Konzerten werden wie folgt verteilt:

	Säle	Plätze	Vgl. Österreich
Theater ⁵¹⁹	17	6182	7,62 % / 6,64%
Konzert ⁵²⁰	29	16.185	9,48 % / 10,17 %

Abb. 10: Theater und Konzert in Vorarlberg

Diese Aufstellung zeigt diesbezüglich eine stärkere Ausprägung seitens Vorarlbergs. Ebenso ist Vorarlberg im Vergleich zur Gesamtbevölkerung Österreichs mit 105 Bibliotheken (damit rund sieben Prozent der Bibliotheken Österreichs) stark

⁵¹³ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Arbeitsmarkt – Erwerbstätige – Arbeitsmarktstatistik – Jahresergebnisse 2008

⁵¹⁴ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Land- und Forstwirtschaft – Agrarstruktur, Flächen, Erträge – Arbeitskräfte – Land- und forstwirtschaftliche Arbeitskräfte in Österreich 2007 nach Bundesländern

⁵¹⁵ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Land- und Forstwirtschaft – Agrarstruktur, Flächen, Erträge – Bodennutzung – Anbau auf dem Ackerland 2008 nach Bundesländern

⁵¹⁶ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Forschung (F&E), Innovation – F&E in allen volkswirtschaftlichen Sektoren – Beschäftigte in F&E 2007 nach Bundesländern und Beschäftigungskategorien

⁵¹⁷ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Ausbildung, Weiterbildung – Musikschulen in Österreich 2006, wichtige Kennzahlen nach Bundesländern

⁵¹⁸ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Kinos und Filme – Zahl der Kinosäle und der Kinobesuche nach Bundesländer 1975 bis 2007

⁵¹⁹ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Theater und Musik – Theateraufführungen [...] 1999 bis 2008 nach Bundesländern

⁵²⁰ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Theater und Musik – Konzertaufführungen [...] 1999 bis 2008 nach Bundesländern

vertreten.⁵²¹ Bezüglich der Anzahl der Archive liegt Vorarlberg ebenso etwas über dem Schnitt.⁵²² Einzig mit den Museen und Ausstellungen, bei welchen 2007 31 Einrichtungen gezählt werden, liegt Vorarlberg mit 3,75 Prozent unter dem proportionalen Bevölkerungsanteil. Deutlich unter dem Schnitt liegt Vorarlberg mit zwei Prozent der Museumsbesucher österreichweit.⁵²³ Außerdem sind im Vergleich zu anderen Bundesländern deutlich weniger Gebäude denkmalgeschützt. Lediglich 3,37 Prozent der geschützten Gebäude Österreichs stehen in Vorarlberg.⁵²⁴

Zusammenfassend kann erstens festgestellt werden, dass Vorarlberg mit 3,9 Prozent Arbeitslosen an zweiter Stelle der österreichischen Bundesländer steht. Es kann ebenso wenig Ackerland gemessen werden wie auch Beschäftigte in Forschung und Entwicklung. Äußerst stark zeigen sich die Vorarlberger im musikalischen Bereich. Mit rund 150 Musikschülern auf 1000 Personen liegen die Vorarlberger mit mehr als 50 Musikschülern über dem Durchschnitt Österreichs. 14 Prozent der Musikschulen in Österreich befinden sich in Vorarlberg ebenso wie zehn Prozent der Konzertsäle und -plätze. 7,6 Prozent der Theatersäle und 6,6 Prozent der Plätze in Österreich können in Vorarlberg vorgefunden werden. Schwächer zeigen sich die Vorarlberger in Bezug auf Bibliotheken und Archiven, ebenso wie auf Vorarlberg nur zwei Prozent der Museumsbesuche fallen.

Handlungsebene

Das Primäreinkommen privater Haushalte beträgt 23.900 Euro, wobei Vorarlberg an erster Stelle und der Durchschnitt bei 22.400 Euro jährlich liegt.⁵²⁵ Beim verfügbaren Einkommen von 19.800 Euro steht Vorarlberg gemeinsam mit Salzburg nach Wien und Niederösterreich (20.000) auf dem dritten Platz.⁵²⁶

⁵²¹ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Bibliotheken – Öffentliche Bibliotheken nach Bundesländern 2007

⁵²² Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Archive – Archive 2007 nach Archivarten und Bundesländern

⁵²³ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Museen und Ausstellungen – Museale Einrichtungen und Besuche 2007 nach [...] Bundesländern

⁵²⁴ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Baukulturelles Erbe – Bestand unter Denkmalschutz gestellter Objekte im Jahr 2008 nach Bundesländern

⁵²⁵ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Regionale Gesamtrechnungen – NUTS 2 – Verfügbares Einkommen und Verteilungskonten der privaten Haushalte – Primäreinkommen der privaten Haushalte [...] nach Bundesländern: je Einwohner

⁵²⁶ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Regionale Gesamtrechnungen – NUTS 2 – Verfügbares Einkommen und Verteilungskonten der privaten Haushalte – Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte [...] nach Bundesländern: je Einwohner

„Einen wesentlichen Teil seines Erfolgs [sic!] verdankt die Wirtschaft Vorarlbergs seiner geografischen Lage im Zentrum Europas mit einem außerordentlichen interessanten Einzugsgebiet.“⁵²⁷

Wirtschaftlich ist Vorarlberg stark. Mit 32.600 Euro Bruttoregionalprodukt pro Einwohner liegt Vorarlberg fast gemeinsam mit Tirol am dritten Platz. Absolut macht Vorarlberg nach dem Burgenland am wenigsten, liegt aber dennoch bei 4,6 Prozent, also proportional zur Gesamtbevölkerung.⁵²⁸ Mit folgender Aufstellung sollen die Anteile der Wirtschaftsbereiche in Vorarlberg dargestellt werden:

Sektor	Anteil
Land- und Forstwirtschaft/Fischerei und Fischzucht	4,5 %
Gewinnung von Rohstoffen/Warenherstellung, Energie und Wasser	26,4 %
Bauwesen	8,1 %
Handel, Beherbergung und Gaststätten, Verkehr und Nachrichtenübermittlung	29 %
Kreditinstitute und Versicherungen, Realitäten, unternehmensbezogene Dienstleistungen	12,2 %
Erbringung sonstiger Dienstleistungen	19,8 %

Abb. 11: Wirtschaftsbereiche Vorarlberg⁵²⁹

Dabei ist besonders hervorzuheben, dass der Bereich der Land- und Forstwirtschaft mit 4,5 Prozent fast zur Hälfte unter dem österreichischen Durchschnitt liegt. Dafür ist aber der Bereich der Gewinnung von Rohstoffen fast zehn Prozent über dem österreichischen Durchschnitt anzusiedeln. Der Dienstleistungsbereich liegt in etwa fünf Prozent unter dem Durchschnitt.

Auf der Handlungsebene soll ebenso noch auf den Bildungsstand der Vorarlberger 2008 verwiesen werden. Von den insgesamt 199.600 Menschen zwischen 25 und 64 Jahren haben 44.300 die Pflichtschule, 78.800 die Lehre, 32.200 eine berufsbildende mittlere Schule, 20.500 eine höhere Schule, 6.500 eine hochschulverwandte Lehranstalt und 16.500 eine Universität beziehungsweise Hochschule abgeschlossen.

⁵²⁷ Sausgruber In: Land Vorarlberg 2000, 317 (Anm. Landeshauptmann)

⁵²⁸ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Regionale Gesamtrechnungen – NUTS 2 – Regionales BIP und Hauptaggregate – Bruttoregionalprodukt 2007 nach Bundesländern: absolut und je Einwohner

⁵²⁹ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Regionale Gesamtrechnungen – NUTS 2 – Regionales BIP und Hauptaggregate – Arbeitsvolumen (Arbeitskonzept 1995 – 2007: nach Bundesländern und Wirtschaftsbereichen)

Pflichtschule	22,2 %
Lehre	39,5 %
Berufsbildende mittlere Schule	16,1 %
Höhere Schule	10,3 %
Hochschulverwandte Lehranstalt	3,3 %
Universität / Hochschule	8,3 %
Sonstige	0,3 %

Abb. 12: Bildungsgrad Vorarlberg⁵³⁰

Weitere Indikatoren für die Handlungsebene können ebenso Phänomene wie beispielsweise die Vernetzung in Freizeitaktivitäten sein. 2007 waren 5240 Musiker in einem Blasmusikverein organisiert. Vorarlberg hat pro Gemeinde 1,21 Kapellen und liegt damit österreichweit nach Salzburg an zweiter Stelle.⁵³¹ In den Trachten- und Heimatverbänden liegt Vorarlberg mit 51 Vereinen, 21 Jugendgruppen und 4529 Mitgliedern im Jahre 2007 im vorderen Mittelfeld der österreichischen Bundesländer.⁵³² Insgesamt sind 2662 (4,4 Prozent) Vorarlberger in 100 (3,7 Prozent) Chören im Chorverband organisiert.⁵³³

Außerdem soll zuletzt die „Tourismusindustrie“ Vorarlbergs nicht zu kurz kommen. Vorarlberg bot 2009 in insgesamt 5.650 Beherbergungsbetrieben 71.785 Betten. Damit liegt Vorarlberg genau an Platz fünf der österreichischen Bundesländer. Damit sind in Vorarlberg 8,4 Prozent der Beherbergungsbetriebe und 6,6 Prozent der Betten vorzufinden.⁵³⁴ Mit einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 4,2 Tagen befindet sich Vorarlberg auf dem vierten Platz (österreichischer Durchschnitt 3,9 Tage). Mit rund zwei Millionen von 32,7 Millionen nimmt Vorarlberg 2008 6,1 Prozent der Ankünfte ein.⁵³⁵

Das Bruttoregionalprodukt und das Einkommen der Vorarlberger zeigt die wirtschaftliche Stärke des Bundeslandes. Die Bereiche

⁵³⁰ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Bildungsstand der Bevölkerung – Bildungsstand der 25- bis 64-jährigen Wohnbevölkerung 2008 nach Bundesländern, in 1.000

⁵³¹ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Volkskultur, Heimat- und Brauchtumspflege – Mitglieder des Österreichischen Blasmusikverbandes nach Bundesländern 2007

⁵³² Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Volkskultur, Heimat- und Brauchtumspflege – Mitglieder des Bundes Österreichischer Trachten- und Heimatverbände nach Bundesländern 2007

⁵³³ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Volkskultur, Heimat- und Brauchtumspflege – Mitglieder des Chorverband Österreich nach Bundesländer 2006)

⁵³⁴ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Tourismus – Beherbergung – Betriebe, Betten – Beherbergungsbetriebe und Betten nach Bundesländern 2001 bis 2009

⁵³⁵ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Tourismus – Beherbergung – Ankünfte, Nächtigungen – Ankünfte, Nächtigungen sowie durchschnittliche Aufenthaltsdauer nach Bundesländern 1995 bis 2008

Rohstoffe/Warenherstellung/Energie/Wasser liegen deutlich über dem österreichischen Durchschnitt, die Landwirtschaft liegt deutlich darunter. 60 Prozent der Vorarlberger zwischen 25 und 64 Jahren haben die Grundschule oder eine Lehre abgeschlossen. Die Akademikerquote beträgt rund elf Prozent. Die Vernetzung in Blasmusikkapellen und die durchschnittlichen Mitgliedschaften bei Trachtenvereinen und dem Chorverband weisen auf eine kulturelle Verbundenheit hin. Stark zeigt sich Vorarlberg ebenso im Bereich des Tourismus.

Bewusstseinssebene

Als subjektiv repräsentierter Raum nehmen in Vorarlberg die Bregenzer Festspiele eine besondere Rolle ein. So schreibt Landeshauptmann Herbert Sausgruber:

„Denkt man an Vorarlberg so kommen dem Nicht-Vorarlberger vor allem der Arlberg, unberührte Natur, die Bregenzer Festspiele oder die Erzeugung von Textilien sowie Schokolade, Käse und Fruchtsäfte in den Sinn.“⁵³⁶

2008 fanden insgesamt 146 Festspielvorstellungen mit 199.066 Besuchern statt. Dabei zählten 59 Vorstellungen zu den Bregenzer Festspielen, 79 zu der Schubertiade und acht zum Bregenzer Frühling.⁵³⁷

So kann allgemein für Vorarlberg festgestellt werden, dass statistisch gesehen keine grundsätzlichen Besonderheiten bestehen, obgleich manche Werte vom österreichischen Durchschnitt abweichen. Die Zahl der Hauseigentümer liegt sieben Prozent darüber, ebenso wie deutlich zu erkennen ist, dass Vorarlberg bei den Musikschulen überproportional vertreten ist. Landwirtschaftlich ist Vorarlberg eher schwächer vertreten, wobei der Bereich der Rohstoffe/Warenherstellung/Energie/Wasser deutlich stärker ist. Auch die Tourismusindustrie tritt hervor, sowie die hohe Konzentration von Kapellen und Blasmusikvereinen in Vorarlberg. Die Bewusstseinssebene ist schwerer messbar und in weiterer Folge ebenso in der Beschreibung des Kommunikationsraumes Vorarlbergs deutlicher zu erkennen.

⁵³⁶ Sausgruber In: Land Vorarlberg 2000, 317

⁵³⁷ Vgl. Rubriken Statistik Austria: Bildung und Kultur – Kultur – Festspiele und Festival – Festspiele und Festivals nach Bundesländer, Spieljahr 2008

13.1. Vorarlberg als regionaler Kommunikationsraum

Vorarlberg kennzeichnet sich nach Zeiner durch das „kompensatorische Gefühl 'anders als die anderen' (Österreicher)“⁵³⁸ zu sein und „durch einen mit Anti-Wien-Reflexen angereicherten und auch von der Politik emotionalisierten Föderalismus.“⁵³⁹ Deshalb bietet folgende Beschreibung des „Landes“ (in Vorarlberg: „Ländle“) eine Grundlage für das vorliegende Forschungsvorhaben:

„'Land' [wird] andererseits als Synonym für Überschaubarkeit, Selbstverwirklichung, neue Unmittelbarkeit verwendet. In den letzten Jahren ist das Wort geradezu zu einem politischen Kampfbegriff instrumentalisiert worden: gegen Verstädterung und kulturelle Nivellierung, gegen Technisierung und Standardisierung – für Dezentralismus, Selbstbestimmung und Identität.“⁵⁴⁰

Diese „Eigensinnigkeit“ mag somit nicht nur Vorarlberg an sich in seinen grundsätzlichen Zügen beschreiben, sondern auch das Phänomen der VN. So schreibt auch Klein von der Vorarlberger Studiengesellschaft:

„Von der Mundart bis zu den politischen Verhältnissen, von der Mentalität bis zum allgemeinen kulturellen und gesellschaftspolitischen Klima. Wobei (nur die Mundart sei hier ausgenommen) unklar bleibt, ob tatsächlich alles so anders ist, oder ob dieses Anderssein – aus welchem Interesse auch immer – nur so gepflegt und gehätschelt wird, daß [sic!] es schließlich doch zu einer eigenen Wirklichkeit erstarrt.“⁵⁴¹

Beispielsweise drücken sich der alemannische Ursprung und die Sprachfärbung sowie die geographische Lage „vor dem Arlberg“ in einem bestimmten Bewusstsein aus, das bereits 1919 in der ersten „Pro Vorarlberg Initiative“ zur Geltung kam. Die damals durchgeführte Volksabstimmung über den Beitritt zur Schweiz endete mit einer deutlichen Mehrheit.⁵⁴² Um zu diesem Kapitel beziehend zur Metatheorie Systemtheorie abzuschließen, muss erwähnt sein, dass die Basis des empirischen Forschungsvorhabens mit jener von Hermann in seinen Grundzügen übereinstimmt.

⁵³⁸ Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 272

⁵³⁹ Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 272

⁵⁴⁰ Hömberg 1980, 164

⁵⁴¹ Klein In: Dermutz/Klein/Nick/Pelinka 1982, 9

⁵⁴² Pelinka In: Dermutz/Klein/Nick/Pelinka 1982, 14

„Das soziale System einer kleinräumig organisierten Gesellschaft, deren Mitglieder sich über einen gemeinsamen Sinnzusammenhang und das Bewußtsein [sic!] seiner Grenzen und seiner Unterschiedlichkeit zu anderen ähnlichen Gebilden identifizieren, wird als Hintergrundschema für die Analyse ländlicher Lokalberichterstattung herangezogen.“⁵⁴³

13.2. Untersuchungsobjekt VN

Die Abgrenzung regionaler beziehungsweise lokaler Räume nach Koszyk und Pruys (siehe Kapitel 3) stellt die Grundlage zur Definition der VN dar. Das Vorarlberger Medienhaus steht laut Selbstbeschreibung für „regionale Nachrichten für die Menschen in Vorarlberg“⁵⁴⁴ und publiziert somit im Bundesland, also der „Landschaft“ Vorarlberg, die VN. Deshalb werden sie als regionales Medium verstanden, die wöchentliche Bezirksausgabe VN-Heimat, die auf Bezirksebene erscheint, als lokale Beilage angesehen.⁵⁴⁵ Das Bundesland Vorarlberg bildet somit eine Region, die vier Bezirke Bludenz, Feldkirch, Dornbirn und Bregenz die Lokalität.

„Sie vertreten den Typ der ‚regional verbreiteten Tageszeitung mit lokaler Prägung‘. Mit der Blattlinie ‚unabhängig-föderalistisch-demokratisch‘ setzten sich die VN schrittweise und konsequent an die Spitze der Vorarlberger Zeitungslandschaft.“⁵⁴⁶

Neben den Printmedien etablierten sich in Vorarlberg ebenso Rundfunk und Fernsehen, die als einzige überregionale Medien eine bedeutende Rolle im westlichsten Bundesland Österreichs einnehmen.⁵⁴⁷ In der Nachkriegszeit ab 1945 war der Rundfunk das erste Medium, das wieder funktionierte. Hauptsächlich stammten die Nachrichten damals jedoch aus Schweizer Zeitungen, das Kriterium der Aktualität wurde nicht berücksichtigt. Nachdem 1954 der Landessender „der unmittelbaren Verfügungsgewalt der Vorarlberger Landesregierung entzogen“⁵⁴⁸ wurde, konnte erst mit der Gerd Bacher Ära 1967⁵⁴⁹ eine echte Informationsredaktion in Vorarlberg

⁵⁴³ Hermann 1993, 28f

⁵⁴⁴ Vorarlberger Medienhaus: Unternehmen: <http://www.medienhaus.at/unternehmen.htm>, letzter Abruf: 01. August 2010

⁵⁴⁵ Anm.: Auch Rammer (2001) bestimmte in ihrer Diplomarbeit das österreichische Bundesland als Region.

⁵⁴⁶ Woditschka/Hillek In: Nick/Wolf 1996, 256f

⁵⁴⁷ Vgl. Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 269

⁵⁴⁸ Land Vorarlberg 2000, 250

⁵⁴⁹ Gerd Bacher, ORF-Generalintendant von 1967 bis 1974, trug im Rahmen des Rundfunkgesetzes 1974 beziehungsweise der Programmreform der „Bacher-Ära“ wesentlich zur Modernisierung des österreichischen öffentlich-rechtlichen Rundfunks bei. (Gerd Bacher wurde 1978 und 1990 erneut zum Generalintendanten des ORF gewählt)

aufgebaut werden.⁵⁵⁰ Das Scheitern von Marktoffensiven überregionaler Medien gibt dem ORF in diesem Bereich die Sonderstellung gegenüber dem „Medienhaus“.

„Daß [sic!] die Uhren im Ländle vielfach anders gehen, wird im übrigen Österreich mit Aufmerksamkeit registriert. Daß [sic!] auch die medialen Uhren Vorarlbergs anders laufen, mußten [sic!] die Marketingstrategen in den Verlagshäusern der überregionalen österreichischen Medien schon des öfteren zur Kenntnis nehmen.“⁵⁵¹

13.2.1. Geschichte VN

Die Geschichte der VN reicht bis ins Jahr 1863 zurück. Damals gründete Flatz das Wochenblatt „Vorarlberger Landeszeitung“, das sich seit 1919 in den Händen der Familie Russ befindet. Während der NS-Herrschaft eingestellt und in der Nachkriegszeit als erstes „unparteiisches“ Medium wieder aufgenommen, stellt sich die Geschichte der VN als eine einzigartige Zeitungskarriere dar. Nach dem Zweiten Weltkrieg erschien die erste Ausgabe der VN als erste Lizenzzeitung und gleichsam als Besatzungszeitung am 1. September 1945. Die Parteienvertreter der ÖVP und SPÖ wandten sich von den VN ab, sobald die Möglichkeit bestand, wieder Parteizeitungen zu publizieren. So waren die VN neben drei Parteizeitungen das einzige parteiunabhängige Printmedium in Vorarlberg. Die „Geburtsstunde“ der parteiunabhängigen Zeitung wird auf den 16. November 1945 datiert. Eugen Russ übernahm die Chefredaktion, seine „Buchdruckerei“ war im Impressum unter „Verleger und Herausgeber“ angeführt.⁵⁵² Die erste Ausgabe der VN umfasste auf Grund des Papiermangels nur zwei Seiten, die mit folgenden Zeilen auf dem Markt erschien:

„Unser ganz besonderes Interesse gilt natürlich dem Aufbau unserer engeren Heimat. Um von ihr möglichst viel berichten zu können, laden wir alle Leser freundlichst zur eifrigen Mitarbeit ein.“⁵⁵³

Eugen Russ selbst war nicht unbekannt in der Presselandschaft und zuvor bis 1938 als Verleger der „Vorarlberger Landeszeitung“ tätig.⁵⁵⁴ Als das ÖVP-Organ „Volksblatt“ auf Anweisung der französischen Besatzungsmächte für vier Wochen eingestellt werden musste, profitierten die VN deutlich vom Leserzahlenverlust des „Volksblatts“.⁵⁵⁵

⁵⁵⁰ Vgl. Land Vorarlberg 2000, 249f

⁵⁵¹ Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 273

⁵⁵² Vgl. Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 206f; vgl. Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 4

⁵⁵³ Geleit der VN-Ausgabe am 16. November 1945 zit. in: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 63

⁵⁵⁴ Vgl. Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 207

⁵⁵⁵ Vgl. Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 208f

„Die VN, die schon zu Beginn der Zweiten Republik einen gewissen Startvorteil hatte, [sic!] konnte ihre Monopolstellung im Zuge der gesamtösterreich [sic!] beobachtbaren Pressekonzentration [...] geradezu in klassischer Weise verfestigen. In den sechziger Jahren war es [...] die VN, die den Vorarlberger Tageszeitungsmarkt kontrollierten. Ab Mitte 1966 erscheint die VN mit dem Untertitel ‚Auflagenstärkste und parteiunabhängige Tageszeitung des Landes Vorarlberg‘.“⁵⁵⁶

Die geographische Lage ist bestimmend für den Erfolg. Zeitungen, die im Osten Österreichs produziert werden, können auf Grund der früheren Druckzeiten mit der Aktualität der VN nicht mithalten.⁵⁵⁷ Von den Nachkriegszeitungen waren die VN die einzige Zeitung, die überlebte. Die „Vorarlberger Tageszeitung“ der KPÖ wurde 1950, der „Vorarlberger Volkswille“ der SPÖ 1957 und das „Vorarlberger Volksblatt“ der ÖVP 1971 eingestellt. Ein Jahr später wurde die „Neue Vorarlberger Tageszeitung“ gegründet, die mit der Styria Graz kooperierte. Es konnte eine merkbare Leistungssteigerung durch die Konkurrenzverhältnisse verzeichnet werden.⁵⁵⁸ Im Rückblick auf den Forschungsüberblick zu Konzentrationsprozessen kann also ein weiteres Ergebnis hinzu gereiht werden, wonach sich eine Monopolstellung negativ auf die Leistung von Medien auswirkt. Diese wird indirekt wieder im Jahre 1990 eingenommen, denn damals wurde im Zuge des strategischen Ausbaus des Vorarlberger Medienhauses die „Neue“ durch den Eugen-Russ-Verlag übernommen.⁵⁵⁹

Zuvor scheiterten in den achtziger Jahren bereits Marktoffensiven der Kronen Zeitung und des Kuriers, die Abwehrstrategien von Eugen Russ verhinderten den Verlust wichtiger Marktanteile an die zwei besagten Zeitungen. Denn als sich der Herausgeber der Kronen-Zeitung entschied, mit einer Gratiszeitung am Sonntag auf den Vorarlberger Zeitungsmarkt die ersten Schritte zu wagen, stellte Russ einfach die Erscheinungszeit der wöchentlich erscheinenden, jugendlichen Gratisausgabe auf Sonntag um. Zusätzlich bereicherte er das „Wann & Wo“ um tagesaktuelle Berichte und um den aktuellen Regionalsport. Als Kleinformat war die „Neue“ ebenso Teil der Abwehrstrategie gegen die „Kronen-Zeitung“.⁵⁶⁰

Wie sich die VN im Kommunikationsraum Vorarlberg positionieren und welche Bedeutung der Zeitung von Seiten der Blattmacher zugeschrieben wird, kann in folgendem Kapitel (anhand der Jubiläumsausgabe 2005) eruiert werden.

⁵⁵⁶ Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 212f

⁵⁵⁷ Vgl. Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 213

⁵⁵⁸ Vgl. Dermutz in: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 215

⁵⁵⁹ Vgl. Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 270

⁵⁶⁰ Vgl. Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 270ff

13.2.2. Selbstbild VN

„Wir fühlen uns bei der Arbeit letztlich nur der Bevölkerung verpflichtet und verantwortlich.“⁵⁶¹

Aufschluss über das Selbstbild der VN, ebenso ansatzweise über die „Eigensinnigkeit“ der Vorarlberger, gibt besonders die 60-Jahre-Jubiläumsausgabe vom 16. November 2005. Der derzeitige Chefredakteur Christian Ortner sieht die Zeitung in seinem Kommentar zur Jubiläumsausgabe „als Teil der Vorarlberger Identität“ und ebenso „als Partner für die Anliegen der Bürger“.⁵⁶² Analog dazu heißt es auf der Website des Medienhauses:

„Die VN möchten höchsten journalistischen Ansprüchen gerecht werden. Auch hinsichtlich Layout, Grafik, Farbgestaltung und Kundenservice setzen die VN internationale Maßstäbe. Eine Analyse des Beratungsunternehmens McKinsey im Auftrag des Weltverbandes der Zeitungen stellte den VN Bestnoten in den Bereichen ‚Know-how‘, ‚Beziehung zu Lesern und Inserenten‘ und ‚Journalistische Qualität und Verlässlichkeit‘ aus. 2006 wurden die VN mit dem ‚Newspaper of the Year‘-Award ausgezeichnet.“⁵⁶³

Zusätzlich zeigt die Jubiläumsausgabe die Geschichte des Landes im Zusammenhang mit den VN auf. Neben einigen Interviews werden „Meilensteine“ des Landes aufgezeigt. Die Verflochtenheit mit den VN wird deutlich unterstrichen. So sagt Alt-Landeshauptmann Keßler in einem Interview, dass die VN der Politik oft den Rücken gestärkt hatten, um sich gegen Wien durchzusetzen, was sich beispielsweise bei der Fußach-Affäre zeigte. Die Fußach-Affäre war untrennbar von den VN anzusehen, die eine Kampagne gegen die Taufe eines neuen Schiffes mit dem Namen „Karl Renner“ starteten.⁵⁶⁴ Die Zeitung war regelrecht Träger und auch Initiator dieses „Ereignisses“ und mobilisierte 20.000 Vorarlberger, die zur Nottaufer des Schiffes „Vorarlberg“ – das ursprünglich auf „Karl Renner“ getauft werden hätte sollen – anwesend waren.⁵⁶⁵

„Die ‚VN‘ waren diesbezüglich föderalistisches Sprachrohr.“⁵⁶⁶

⁵⁶¹ Russ zit. in: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 4

⁵⁶² Ortner, C. In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 4

⁵⁶³ Vorarlberger Medienhaus: Rubrik – Produkte – VN:

http://www.medienhaus.at/produkte_zeitungen_vn.htm, letzter Abruf 01. August 2010

⁵⁶⁴ Vgl. Land Vorarlberg 2000, 247

⁵⁶⁵ Vgl. Nick In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 155; vgl. Woditschka/Hillek In: Nick/Wolf 1996, 255

⁵⁶⁶ Keßler zit. in: Hämmerle In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 22

Dabei betont der Alt-Landeshauptmann zusätzlich, dass eine Tageszeitung gesellschaftliche Verpflichtungen hat, die sich in weiteren Artikeln der Jubiläumsausgabe ausdrücken sollten.

„[D]ie ‚VN‘ fühlten sich nur den Bürgern verpflichtet. Und diese waren es stets, die selbstbewusst zeigen wollen, dass sie die ‚Gestaltung‘ ihres Lebensumfeldes selbst in die Hand nehmen. Diese aufmüpfige Haltung der Vorarlberger zieht sich von Fußach bis ‚Pro Vorarlberg‘.“⁵⁶⁷

So setzten sich die VN nicht nur im Zeitungsmarkt im „Ländle“ durch. Sie konnten auch ihr politisches Gewicht unter Beweis stellen. Beispiel dafür ist die Fußach-Affäre. Auch die Bürgerinitiative „Pro Vorarlberg“, durch welche mehr Selbständigkeit in Finanz- und Steuerfragen, mehr Kontrolle über Schulen, Rundfunk und Umweltschutz gefordert wurde, wurde von den VN gestützt. Die Volksabstimmung dazu zeigte ein deutliches „Pro Vorarlberg“ zu 70 Prozent. Zusätzlich wurden weitere Initiativen zum Umweltschutz erwähnt, wobei das Schweizer Atomkraftwerk Rütli hervorgehoben wurde, das „Vorarlberg verhinderte“.⁵⁶⁸

„Die VN traten [...] immer wieder bewußt [sic!] im Namen der Vorarlberger gegen den ‚Zentralismus von Wien‘ ein.“⁵⁶⁹

In den neunziger Jahren mischten die VN im Streit um die Zukunft der Vorarlberger Illwerke mit.⁵⁷⁰ So ist zu erkennen, dass sich die Zeitung in vielen Situationen für Föderalismus, Umweltschutz, aber auch für Wirtschaftsförderung und Kulturinitiativen eingesetzt haben. Die VN werden deutlich als „Sprachrohr der Bürger des Landes“ positioniert.⁵⁷¹

„Die VN versuchten, ‚ganz nahe an die Menschen heranzukommen, an ihre Familienprobleme, Geburtstage und Beerdigungen‘, enge Kontakte zu Gemeinden, Gemeindepolitik zu halten, alle Vereine, das Kulturelle, Sportliche zu fördern.“⁵⁷²

⁵⁶⁷ Mathis In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 24

⁵⁶⁸ Vgl. Mathis In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 24f; Vgl. Nick In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 155

⁵⁶⁹ Woditschka/Hillek In: Nick/Wolf 1996, 256

⁵⁷⁰ Vgl. Land Vorarlberg 2000, 247

⁵⁷¹ Vgl. Woditschka/Hillek In: Nick/Wolf 1996, 253

⁵⁷² Dermutz im Interview mit Franz Ortner In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 229f

„Demokratisch – föderalistisch – unabhängig“⁵⁷³, das sind die VN im Sinne des ehemaligen Cheferdakteurs Franz Ortner.

Besondere Betonung findet in der Selbstdarstellung ebenso die hohe Aktualität der VN, beispielsweise als 1991 zum ersten Irakkrieg bis 0.30 Uhr mit dem Andruck gewartet wurde und die VN die erste Tageszeitung waren, die über den Ausbruch des Krieges berichtete. In Bezug auf den „Lauda-Flugzeugabsturz“ sagt Redakteur Hubert Ortner:

„Es ging vor allem darum, dass auch Vorarlberger an Bord waren – wir sind unseren Lesern schließlich verpflichtet.“⁵⁷⁴

So ist zusammenfassend durchgängig die „Verpflichtung gegenüber den Lesern“ in der Jubiläumsausgabe zu entdecken. Chefredakteur Christian Ortner beschreibt die VN als Landeszeitung, als Partner der Vorarlberger bei Initiativen wie in Fußach oder „Pro Vorarlberg“ und bei Problemen durch die Sozialaktion „Ma hilft“ und den Ombudsmann.⁵⁷⁵ Der Ombudsmann ist seit 1971 ein fixer Bestandteil der VN, um Streitfälle ohne bürokratischen Aufwand zu lösen. Dabei handelt es sich um soziale Probleme, Konsumentenschutzfragen, Bankschulden, Familiensorgen, Ehestreitigkeiten etc.⁵⁷⁶ „Ma hilft“ wurde 1979 in den VN anfangs als kleine Weihnachtsaktion etabliert. Dabei handelt es sich um Hilfsaktionen für bedürftige Familien in Vorarlberg. Außerdem gibt es weitere Sonderaktionen für Katastrophen wie beispielsweise der Tsunami in Thailand.⁵⁷⁷

„Mit Hilfe der Spenden tausender Leser leistet ‚Ma hilft‘ in Fällen unverschuldeter Armut oder bei Naturkatastrophen schnell und unbürokratisch finanzielle Hilfe.“⁵⁷⁸

Für den Chefredakteur zählen Stammtische, Votums, Leserbriefe oder Unterschriftenaktionen Kanälen der Leser. Im VN-Bürgerforum können sie Probleme aufzeigen und diese diskutieren. Die VN sind so mit einem „Ohr an den Problemen der Bürger“.⁵⁷⁹

⁵⁷³ Ortner, F. zit. in: Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 230

⁵⁷⁴ Ortner, H. zit. in: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 36

⁵⁷⁵ Vgl. Ortner C. zit. in: Riedmann In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 49

⁵⁷⁶ Vgl. Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 58

⁵⁷⁷ Vgl. Mennel In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 61

⁵⁷⁸ Website des Vorarlberger Medienhauses: Rubrik Produkte – VN:
http://www.medienhaus.at/produkte_zeitungen_vn.htm, letzter Abruf 01. August 2010

⁵⁷⁹ Ortner C. zit. in: Riedmann In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 49

„Unsere Aufgabe als Zeitungsmacher ist es daher, täglich dem Leser Inhalte und Services anzubieten, die er sonst nirgends in der Qualität bekommt.“⁵⁸⁰

Seit 1989 vertiefen die VN in einem weiteren Schritt die Nähe zu den Lesern. Am 4. Oktober 1989 erschien zum ersten Mal die VN-Heimat in Form von vier Bezirksausgaben. Themen wie Berichte über bekannte Persönlichkeiten, Gemeindepolitik, Sport, Hochzeiten, Taufen, Geburten oder auch die (Vereins-)Rubrik „Eingesendet“, etc. stehen in diesen Bezirksausgaben im Vordergrund.⁵⁸¹

„Geblieden ist der Anspruch den Leser ganz persönlich zu Hause abzuholen, ihn zu informieren über das, was sich in seiner unmittelbaren Umgebung abspielt und direkt auf sein Leben einwirkt.“⁵⁸²

Deshalb ist Teil des Konzepts in der VN-Heimat nicht nur Experten, sondern auch Laien zu Wort kommen zu lassen, denn:

„Persönliche Betroffenheit und Ich-Beteiligung sind Gründe, warum Neues aus dem engsten Bereich so spannend ist. Außerdem kennt der Leser die handelnden Personen aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Vereinsleben selbst, hat eigene Erfahrungen mit ihnen gemacht.“⁵⁸³

Der Faktor Nähe ist somit mit der Verpflichtung für die Vorarlberger starker Bestandteil der Identität der VN. Föderalistisch, unabhängig und demokratisch. Akteur, Plattform und Ratgeber. So kann der Schluss gezogen werden, dass sich die VN als tragenden Bestandteil der Gesellschaft in Vorarlberg sehen.

13.2.3. Beschaffenheit VN

Die forschungsleitende Fragestellung soll wie bereits dargestellt die Bedeutung, Funktion und den Stellenwert lokaler beziehungsweise regionaler Printmedien in der Gesellschaft umfassen. Als Beispiel werden für dieses Problem die VN herangezogen. Am meisten Gewicht beansprucht in dieser Tageszeitung der Lokalteil. Die VN sprengen im Vergleich zu anderen Bundesländern erreichte Reichweiten und sind deutlich für den lokalen beziehungsweise regionalen Sektor konzeptioniert. Laut

⁵⁸⁰ Ortner C. zit. in: Riedmann In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 49

⁵⁸¹ Vgl. Mennel In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 38

⁵⁸² Mennel In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 38

⁵⁸³ Mennel In: Vorarlberger Nachrichten Jubiläumsausgabe 2005, 38

Media-Analyse 2008/09 beträgt die Reichweite der VN in Vorarlberg unter der Woche 67 Prozent, wobei keine andere Zeitung bezogen auf ein Bundesland eine vergleichbar hohe Reichweite erzielt. Am Wochenende liegt die Leserzahl der VN bei 73,5 Prozent.⁵⁸⁴

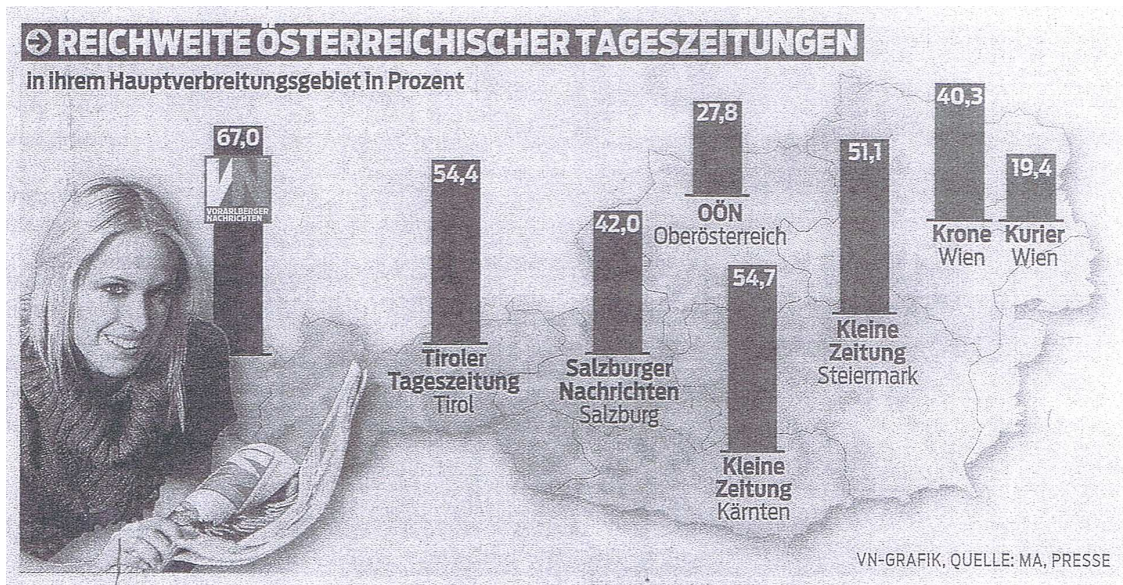


Abb. 13: Reichweite Österreichs Tageszeitungen⁵⁸⁵

Medien – und mit dieser Reichweite die VN insbesondere – spielen in Vorarlberg eine außergewöhnliche Rolle für die Identität der Menschen und ebenso in der Politik.⁵⁸⁶ Die Bundesländermedien sind in einem zentral organisierten Staat wie Österreich allgemein wichtig zur Identitätsbildung. Die Medienlandschaft in Vorarlberg wird dominiert von den VN, die ihren Redaktionssitz in Schwarzach haben.⁵⁸⁷ Die aus Wien – und auch aus anderen Bundesländern – stammenden Zeitungen haben in Vorarlberg nur eine marginale Bedeutung.⁵⁸⁸ Mit Ausnahme des ORF begrenzt sich damit die Medienlandschaft zum größten Teil auf das Vorarlberger Medienhaus.⁵⁸⁹ In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass die VN und die Neue Vorarlberg, unter dem Dach des Vorarlberger Medienhauses, 2004 das fünftgrößte Medienunternehmen

⁵⁸⁴ Vgl. Media Analyse (2008/09): <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitung/BundeslandVorarlberg.do?year=08/09&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandVbg>, Stand: 03.11.09

⁵⁸⁵ Vorarlberger Nachrichten, Ausgabe „Die neuen VN“, 3. Dezember 2009, 10

⁵⁸⁶ Vgl. Land Vorarlberg 2000, 246

⁵⁸⁷ Vgl. Land Vorarlberg 2000, 247

⁵⁸⁸ Vgl. Land Vorarlberg 2000, 248

⁵⁸⁹ Vgl. Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 269

in Gesamtösterreich darstellten.⁵⁹⁰ Die Reichweite lässt sich nach Key-Account-Leiter Gerard Hann wie folgt begründen:

„Dies hat vor allem mit der ausgeprägten lokalen Berichterstattung, aber auch mit der Tagesaktualität des Mediums zu tun.“⁵⁹¹

Im weiteren Verlauf dieses Kapitels sollen die VN in ihrer Beschaffenheit etwas genauer betrachtet werden. Bezugnehmend auf die Unterscheidungskriterien für eine Zeitungstypologie von Haas gelten die VN als regional verbreitete Bundesländerzeitung, die sich mit ausgeprägtem Regionalbezug unterhalb der Qualitätsblätter, dennoch aber oberhalb der Boulevardblätter positioniert.⁵⁹² Wichtig zur Einordnung der VN ist es, sich an die landes- und regionalspezifischen Besonderheiten zu halten. Dabei spielen Kulturen und Traditionen sowie die Identifikation zum Ort eine Rolle. Laut Hermann haben Aktivitäten in dieser Hinsicht deutlich an Wert gewonnen – als Ausdruck starker Eigenständigkeit und des Zusammenhalts.⁵⁹³

So können die äußeren Gesellschaftsräume und Reaktionen darauf nicht nur anhand der Fußach-Affäre und der Initiative „Pro Vorarlberg“ geklärt werden. Die geographische Lage bestimmt ebenso das Festhalten an alemannischen Traditionen wie beispielsweise der „Vorarlberger Funken“⁵⁹⁴ eine ist.

„Trotz starker Industrialisierung, Exportorientierung und Weltoffenheit der Ländle Wirtschaft ist Vorarlbergs Gesellschaft nach wie vor – selbst in den Städten – weitgehend ländlich geprägt. Hinzu kommen, in alemannischen Traditionen, das kompensatorische Gefühl, ‚anders als die anderen‘ (Österreicher) und eigentlich besser zu sein, überhöht durch einen mit Anti-Wien-Reflexen angereicherten und auch von der Politik emotionalisierten Föderalismus, der – medial geschürt – mitunter sogar chauvinistische Züge annehmen kann [...].“⁵⁹⁵

Ebenso könnte möglicherweise dadurch auch die Beliebtheit des Landeshauptmannes Sausgruber erklärt werden, wozu zwei Beispiele der „Presse“ und des „Standards“ herangezogen werden. So schreibt Steffen Aurora in der „Presse“:

⁵⁹⁰ Vgl. Fidler 2004, 11

⁵⁹¹ Hann zit. in: Vorarlberger Nachrichten Ausgabe über „Die neuen VN“ 2009, E10

⁵⁹² Vgl. Haas 2005, 81

⁵⁹³ Vgl. Hermann 1993, 42

⁵⁹⁴ Eine alemannische Tradition, bei der jedes Jahr am Sonntag nach dem Aschermittwoch ein hoher Holzturm – bis zu 30 Meter hoch – angezündet wird, auf dessen Spitze eine mit Schießpulver gefüllte Hexenpuppe steht, die explodieren soll. Ohne wissenschaftlichen Anspruch erheben zu wollen, wird der Funken veranstaltet, um den Winter zu vertreiben.

⁵⁹⁵ Zeiner In: Nick/Wolf 1996, 272

„Statt kritischer Fragen folgen seitens des Publikums Lobeshymnen auf ihren ‚Häuptling‘, der Restösterreich die Stirn biete: Gut gewirtschaftet habe er und von den Wienern, die das Krankenkassensystem ruiniert haben, solle er sich nichts sagen lassen.“⁵⁹⁶

Gewiss ist dies keine wissenschaftliche Aussage, veranschaulicht aber dennoch die Wichtigkeit der Eigenständigkeit und föderalistischen Hintergründe Vorarlbergs. So kann das Nationalgefühl ebenso auf ein „Regionalgefühl“ – besser auf den „Ländlestolz“ umgewälzt werden.

„Nationalgefühl ist eine legitime und notwendige Voraussetzung für nationalen Konsens; im ‚Normalfall‘ ist es verbunden mit Toleranz gegenüber anderen Nationen. Nationalismus dagegen ist intolerant und pocht auf Privilegien.“⁵⁹⁷

Ob bei Ereignissen wie der Fußach-Affäre bereits Nationalismus bzw. in diesem Sinne Regionalismus zum Vorschein trat, diese Frage bleibt für diese Diplomarbeit unbeantwortet. Im Streit um den Ausgleich der Schulden der Wiener Gebietskrankenkasse durch die Vorarlberger Gebietskrankenkasse nahm Sausgruber aber beispielsweise eine deutliche Position ein und verknüpfte seine Aussagen erneut mit dem Zentralismus Österreichs. So wird Sausgruber im „Standard“ von Jutta Berger wie folgt zitiert:

„Also einen schönen Gruß nach Wien: Das woll ma net.“⁵⁹⁸

Neben bereits beschriebenen starken Symbolen der Vorarlberger Kultur zählt ebenso der Dialekt zur Kernidentität der Vorarlberger. Das kollektive Gedächtnis äußert sich deutlich in den bereits beschriebenen politischen Affären, die auf die Selbständigkeit des Landes pochen, aber ebenso der Anschlusswille 1919 an die Schweiz.

Der Bereitstellungsraum, also die maximale Angebotsregion⁵⁹⁹ der VN, spezifiziert sich primär auf Vorarlberg. Vereinzelt sind Ankündigungen für Ereignisse in angrenzenden Orten in Deutschland, Liechtenstein und der Schweiz vorzufinden. Daneben beschreibt der Verbreitungsraum, der ebenso dem Kommunikationsraum nahe kommt, die Möglichkeit die Tageszeitung zu beziehen.

⁵⁹⁶ Steffen Arora In: Die Presse: „Sausgruber: ‚Hausverstand‘ mit Wien-Schelke“, 26. August 2009; <http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/504229/index.do?from=rss>

⁵⁹⁷ Maletzke In: Jarren/Haas 2002, 75

⁵⁹⁸ Jutta Berger In: Der Standard: „Sausgruber als Häuptling Sausiwind“, 18. August 2009 <http://derstandard.at/1250003762539/Vorarlberg-Wahlkampf-Sausgruber-als-Haeuptling-Sausiwind>

⁵⁹⁹ Vgl. Katzenberger 1999, 44

„Die Zulieferung der Tageszeitung in Form eines materiellen, wertvollen (zu bezahlenden) Gutes erfolgt gezielt an einen wohldefinierten Kreis von Personen, womit der Bereitstellungsraum (als Raum genereller Zugänglichkeit des Mediums) auf einen präzisierbaren *Abonnentenraum* (als empirischen Raum faktischer Verfügung) konkretisieren lässt.“⁶⁰⁰

Der Verkauf der VN erfolgt in Vorarlberg über ein Abonnement beziehungsweise über Geschäfte, Trafiken, Tankstellen etc. Ein weiteres Element, das die VN beziehungsweise das Medienhaus im Allgemeinen beschreibt, ist jenes der Konzentration. Dies soll in einer Aufstellung nach Jonscher veranschaulicht werden.

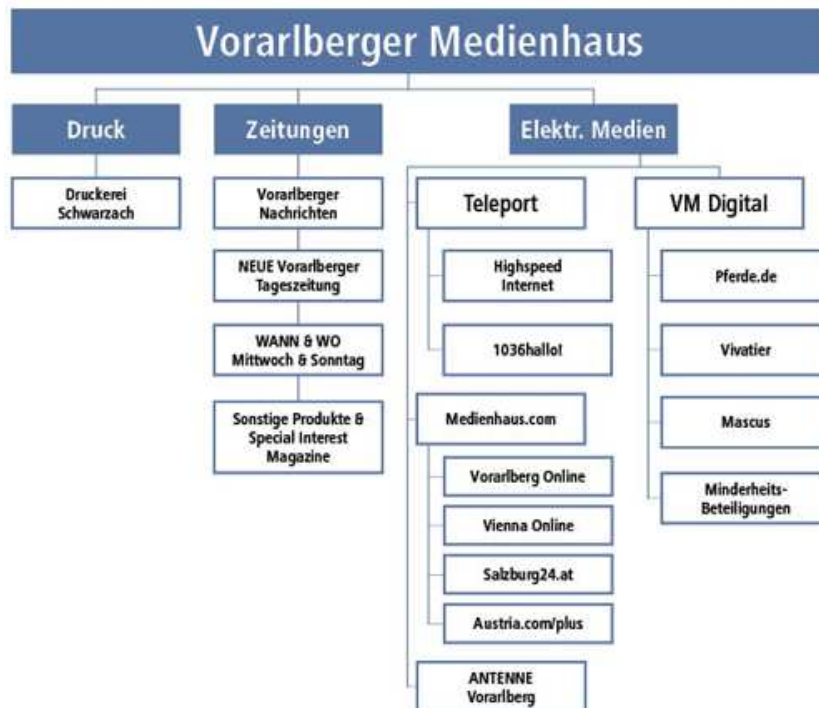
Ökonomische Konzentration	
Vertikale Konzentration	Definition: „Zusammenschlüsse[...] von Betrieben verschiedener Betriebsstufen“ • Unter dem Dach des Medienhauses befindet sich alles notwendige, um eine Zeitung herzustellen, zum Beispiel eine hauseigene „Offset-Druckerei“ gehört ebenso dazu.
Horizontale Konzentration	Definition: „Zusammenschließung bzw. Verflechtung von Zeitungsverlagen mit Unternehmen anderer Industriezweige“ • Das Medienhaus zeigt sich facettenreich und umfasst folgende Arbeitszweige: Abonnementzeitungen, Gratiszeitungen, Magazine, Internetportale, Breitband/Telefonie, Radio, Druckerei, Vertrieb, Verlag „Das Buch“
Publizistische Konzentration	
Definition: „Verringerung der publizistischen Zeitungsvielfalt“ • Die in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft postulierte äußere Zeitungsvielfalt ist angesichts der dargestellten Lage („Alles unter einem Dach“) nicht gegeben. So nehmen alleine die VN und die „Neue Vorarlberger Tageszeitung“ gemeinsam eine Reichweite von 78 Prozent während der Woche ein. Am Samstag erreichen die VN alleine eine Reichweite von 73,5 Prozent, die „Neue“ am Sonntag 21,7 Prozent.⁶⁰¹	
Auflagenkonzentration	
Definition: Der Anteil an der Gesamtauflage ist größer und wird von immer weniger Verlagen herausgebracht. • Die publizistische Konzentration und die unten stehende Grafik veranschaulichen die hohe Konzentration durch das Medienhaus in Vorarlberg.	

Abb. 14: Konzentration nach Jonscher,⁶⁰² adaptiert für die VN

⁶⁰⁰ Katzenberger 1999, 96

⁶⁰¹ Mediaanalyse 2008/09: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitung.do?year=08/09&title=Tageszeitungen>, letzter Abruf 01. August 2010

⁶⁰² Vgl. Jonscher 1995, 188

Abb. 15: Organigramm Vorarlberger Medienhaus⁶⁰³

„In fünf Bundesländern führen Ausgaben der Wiener *Kronen Zeitung* den Markt an, in drei Bundesländern stellen Zeitungen mit ‚einheimischen‘ Kernredaktionen den Marktleader: in Tirol die *Tiroler Tageszeitung*, in Vorarlberg die *Vorarlberger Nachrichten*, in der Steiermark die *Kleine Zeitung*.“⁶⁰⁴

So konnte ein Überblick zu der Marktstruktur und den Akteuren gegeben werden. Die VN positionieren sich demnach auf regionaler Ebene als reichweitenstärkstes Medium in Österreich, das für den lokalen und regionalen Sektor konzipiert wurde und als Bundesländerzeitung eine wichtige Rolle für die Identität der Vorarlberger spielt. Die VN siedeln sich wie bereits beschrieben unter den Qualitäts-, aber über den Boulevardblättern an und beweisen eine stark föderalistische Prägung. Im Vorarlberger Medienhaus befindet sich grundsätzlich „alles unter einem Dach“, wodurch auf eine hohe ökonomische, publizistische und Auflagenkonzentration geschlossen werden kann. Durch die Untersuchung der Stichprobe soll in weiterer Folge zur Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellung auf das Marktergebnis eingegangen werden.

⁶⁰³ Vorarlberger Medienhaus: http://www.medienhaus.at/unternehmen_bereiche.htm, letzter Abruf 01. August 2010

⁶⁰⁴ Melischek/Seethaler/Skodacsek In: Schneider/Schütz 2004, 297

13.2.4. Stichprobe

„Die VN erscheinen von Montag bis Samstag, sprechen alle Alters- und Gesellschaftsschichten an, ungeachtet ihrer ideologischen oder politischen Einstellung. Im redaktionellen Alltag bedeutet das, über politische, wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Entwicklungen in Österreich, Europa und aller Welt zu berichten und gleichzeitig ihre Auswirkungen auf Vorarlberg zu analysieren. Ein klarer Schwerpunkt liegt auf lokalen Nachrichten und den Menschen der Region.“⁶⁰⁵

Bezüglich der Darstellung der Funktionen regionaler beziehungsweise lokaler Medien lässt sich durch jenes Zitat feststellen, dass sich die VN deutlich als solches Medium positionieren. Wichtig bei dieser Beschreibung ist vor allem auch die Erwähnung, österreichische beziehungsweise internationale Entwicklungen gleichzeitig auf die Auswirkungen auf Vorarlberg zu analysieren. Jener Aspekt soll ebenso in die vorliegende Einzelfallanalyse mit einfließen.

Die VN haben ihren Redaktionssitz und Verlagsort in Schwarzach in Vorarlberg und erscheinen täglich außer sonntags. Montag bis Freitag beträgt die Auflage 74.000, samstags 83.000. Außerdem zählen die VN 201.000 Leser während der Woche, am Samstag 219.000. Die Zielgruppe ist – abgesehen des Attributs „vorarlbergerisch“ – wie bereits zu erkennen war nicht eindeutig definiert.⁶⁰⁶ Die Funktionen, die die VN erbringen, sollen in folgender Analyse eruiert werden. Wichtig ist dabei zu erwähnen, dass die VN trotz der scheinbaren „Sonderstellung“ Vorarlbergs, die sich im statistischen Überblick nicht ausgeprägt bestätigte, als Maßstab zur Funktionserfüllung weiterer lokaler beziehungsweise regionaler Medien herangezogen wird. Neben der regionalen Hauptausgabe erscheint mit den VN unter dem Eugen Russ-Verlag („Vorarlberger Medienhaus“) wöchentlich zusätzlich eine lokale Beilage. Diese konzentriert sich auf die vier Bezirke und erscheint somit lokal in vier unterschiedlichen Ausgaben.

Die Funktionen der VN werden vorab anhand der Literaturstudie, von Nachrichtenfaktoren und Themenbereichen operationalisiert, sodass durch die quantitative Inhaltsanalyse eine deskriptive Aussage getroffen wird und mit Hilfe des Experteninterviews Lücken gefüllt und die Ergebnisse abgerundet werden können.⁶⁰⁷

⁶⁰⁵ Mediaanalyse 2008 zit. in: Vorarlberger Medienhaus: Vorarlberger Nachrichten: http://www.medienhaus.at/produkte_zeitungen_vn.htm, letzter Abruf: 01. August 2010

⁶⁰⁶ Mediaanalyse 2008 zit. in: Vorarlberger Medienhaus: Vorarlberger Nachrichten: http://www.medienhaus.at/produkte_zeitungen_vn.htm, letzter Abruf: 01. August 2010

⁶⁰⁷ Variablen in Anlehnung an Stuibler 1975, 6-15

Für das Vorhaben der quantitativen Inhaltsanalyse wird eine „künstliche Woche“ erstellt, wofür je eine Zeitung ein Wochentag in einem bestimmten Monat ausgelost wird. Die Auslosung (zuerst Wochentag, dann Monat, dann Kalenderwoche des Monats) ergab, dass folgende Ausgaben des Jahres 2009 untersucht werden.

MO	20. Juli 2009
DI	13. Jänner 2009
MI	17. Dezember 2008
DO	9. April 2009
FR	25. September 2009
SA/SO	7. März 2009

Abb. 16: künstliche Untersuchungswoche

Dabei werden alle redaktionellen Artikel kodiert und abgemessen. Bezahlte Inhalte werden ebenso in die Analyse mit einbezogen, abgemessen, aber nur im Zuge der wirtschaftlichen Funktion im weiteren Verlauf auf die Funktionen geprüft. Durch die größere Stichprobe von sechs Ausgaben der VN (inkl. Wochenendausgabe und der VN-Heimat) ist eine höhere Repräsentativität gewährleistet, als dies bei einer rein qualitativen Analyse möglich gewesen wäre. Insgesamt wurden 2235 Analyseeinheiten der VN und 135 der VN-Heimat ausgewertet.

„Die quantitative Inhaltsanalyse versucht [...] nicht einen singulären Text zu interpretieren, sondern große Textmengen.“⁶⁰⁸

Dabei wird jedoch außer Acht gelassen, „was sich [...] zwischen den Zeilen abspielt“.⁶⁰⁹ Deshalb steht das Experteninterview für den qualitativen Teil dieser Forschung und ergänzt die quantitative Inhaltsanalyse, also die Lücken, die nur qualitativ gefüllt werden können. So kann mit Weischenberg und Scholl auf folgendes Fazit für den vorliegenden Methodenmix geschlossen werden:

„Die Befragung von Journalisten ermöglicht eine Selbstbeobachtung und -beschreibung des journalistischen Systems, während die Inhaltsanalyse aus einer wissenschaftlichen (Fremd-)Beobachtung resultiert.“⁶¹⁰

⁶⁰⁸ Brosius/Koschel 2001, 160

⁶⁰⁹ Brosius/Koschel 2001, 160

⁶¹⁰ Weischenberg/Scholl 1998, 179

14. Methodenbeschreibung

Die fixierte Kommunikation ist für die Methode der Inhaltsanalyse kennzeichnend. Dabei handelt es sich um protokollierte Gespräche beziehungsweise sonstige Schriftstücke, die ebenso Tageszeitungen miteinschließen. Durch einen systematischen und regelgeleiteten Vorgang wird die Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit des empirischen Vorgehens gewährleistet. Spezifische, theoretisch fundierte Fragestellungen, die das Erkenntnisinteresse ausdrücken, bilden die Basis der empirischen Arbeit.⁶¹¹

Der Ursprung der Methode der Inhaltsanalyse liegt in der quantitativen Analyseform, womit beispielsweise Häufigkeiten bestimmter Merkmale gemessen werden. Der Forderung, die Textbestandteile kontextuell zu interpretieren, latente Sinnstrukturen mit einzubeziehen und ebenso Merkmale, die nicht direkt im Text festgehalten werden zu untersuchen, kann der Forscher im Weiteren nur durch die qualitative Analyse gerecht werden.⁶¹²

Die quantitative Analyse bildet in der vorliegenden Arbeit im Sinne einer deskriptiven Statistik die Basis. Im Zuge der Fragestellung und des noch lückenhaften Forschungsstandes wird die quantitative Inhaltsanalyse durch ein Experteninterview vertieft. Durch diese Methode sollen Lücken gefüllt und offene Fragen beantwortet werden. Eine rein deskriptive Statistik vermag nämlich die soziale Wirklichkeit in dieser Forschungsarbeit nicht zu beschreiben, da das Kategoriensystem erstmals erfasst und in weiterer Folge adaptiert werden kann. Ebenso kann im Zuge einer „Merkmalsauszählung“ auf viele Elemente nicht eingegangen werden.

Die Transkription des Interviews wird deshalb qualitativ inhaltsanalytisch ausgewertet. Die Analyse ist als Teil des Kommunikationsprozesses zu verstehen, um „Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation ziehen“⁶¹³ zu können. In Bezug darauf beschreibt Merten die Inhaltsanalyse als „Methode zur Erhebung sozialer Wirklichkeit, bei der von Merkmalen eines manifesten Textes auf Merkmale eines nicht manifesten Kontextes geschlossen wird.“⁶¹⁴

⁶¹¹ Vgl. Mayring/Gläser-Zikuda 2005, 9f

⁶¹² Vgl. Mayring 2002, 114

⁶¹³ Mayring 1997, 12

⁶¹⁴ Merten zit. in Atteslander 2008, 189

„Soziale Wirklichkeit soll dabei zunächst als pauschaler Begriff für soziale Strukturen aller Art (soziales Handeln von Kommunikanden, aber auch aggregierte Formen, etwa Wert- und Normvorstellungen, organisiertes bzw. institutionalisiertes Handeln etc.) benutzt werden.“⁶¹⁵

Auf dieser Basis wird in der folgenden Abhandlung näher auf die Methoden und deren Zielerreichung im Einzelnen eingegangen.

14.1. Quantitative Inhaltsanalyse (Messen von Häufigkeiten)

Anhand der Literaturstudie kann auf die theoretische Basis aufbauend ein Kategoriensystem verfasst werden, das neben der Ermittlung allgemeiner Funktionen weitere Faktoren umfasst (Kategoriensystem siehe Anhang 1). Neben allgemeinen Merkmalen, die die Ressorts und die Unterscheidung zwischen bezahltem und redaktionellem Inhalt umfassen, werden außerdem die Aufmachung (Artikel mit oder ohne Bild, etc.), der Beachtungsgrad (Hauptaufmacher, Randspalte, etc.), die Aktualität und die Nähe der Artikel in die Analyse mit einbezogen. Bevor jedoch die Funktionen näher betrachtet werden, ist es ebenso wichtig, die in den Artikeln erwähnten Akteure zu bestimmen.

In weiterer Folge werden die Artikel in den Ausgaben, die sich in einer künstlichen Woche zusammensetzen, auf die Themen untersucht, welche sich in Soziales, Politik, Kultur, Wirtschaft und Sonstiges gliedern. Die Themen bestimmen ebenso die Art der Funktion. So weisen soziale und kulturelle Themen auf soziale Funktionen, politische Themen auf politische Funktionen und wirtschaftliche Themen und auch der bezahlte Inhalt auf wirtschaftliche Funktionen hin.

Dies zeigt, dass in der quantitativen Inhaltsanalyse mehrere Faktoren untersucht werden. Jeder Artikel wird gemessen und verhältnisskaliert erfasst, da die Verhältnisskala im Gegensatz zur Intervallskala einen absoluten Nullpunkt hat.⁶¹⁶

„Relations- bzw. Ratio-Skalen (mit absolutem Nullpunkt) bieten die Möglichkeit, Abstandswerte quantitativ in Beziehung zu setzen, d.h. die Relationen zwischen den Zahlen entsprechen den Relationen in der Stärke der Eigenschaften.“⁶¹⁷

⁶¹⁵ Merten zit. in Atteslander 2008, 189

⁶¹⁶ Vgl. Brosius/Koschel 2001, 58f

⁶¹⁷ Atteslander 2008, 216

Die verhältnisskalierte Bestimmung der Artikelgröße bedeutet somit, dass die Artikel „jeden beliebigen Zahlenwert annehmen“⁶¹⁸ können. Allgemeine Merkmale und jene der Funktionsbestimmung werden nominalskaliert kodiert, worauf in Folge ein Größenverhältnis der gewissen Merkmale gezeigt werden kann.

„Bei Nominal-Skalen werden diskontinuierliche Folgen von Tatbeständen zahlenmäßig bezeichnet, d.h. identische Zahlenwerte bedeuten identische Position. Die Zahlenwerte machen keine quantitative Aussage, sondern dienen der Bezeichnung sich gegenseitig ausschließender Kategorien.“⁶¹⁹

Brosius und Koschel beschreiben dazu, dass somit gleiche Ausprägungen das Gleiche und Ungleiche Ungleiches bedeuten.⁶²⁰ Die Variablen können dichotom oder polytom sein, das heißt zwei oder mehrere Merkmale beinhalten. Die Funktionen im Kategoriensystem setzen sich aus mehreren Merkmalen zusammen, welche ebenso im Einzelfall mehrere Ausprägungen haben können.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass so beispielsweise nicht nur betrachtet werden kann, welchen Anteil bezahlte Schaltungen in der Zeitung einnehmen, sondern ebenso welche Funktion prozentuell wie viel Platz im Print-Produkt einnimmt. Es ist also im ersten Schritt das Ziel, manifeste Merkmale des Textes zu messen, um somit Rückschlüsse auf soziale, politische oder wirtschaftliche Funktionen ziehen zu können.⁶²¹

Wie bereits in der Stichprobenbeschreibung dargestellt, bilden sechs Ausgaben der VN gemeinsam mit der lokalen Beilage VN-Heimat die Grundgesamtheit der Untersuchung. Die Untersuchungseinheiten sind sowohl alle bezahlten als auch redaktionellen Inhalte, die in der Zeitung vorzufinden sind. Die Analyseeinheiten sind Artikel, Kommentare, Bilder, Grafiken, Karikaturen, bezahlte Schaltungen, Ankündigungen, Leserbriefe, Werbung, Anzeigen etc. Insgesamt wurden im Hauptblatt 2235 Analyseeinheiten, in der Beilage 135 Analyseeinheiten ausgewertet. So lassen sich in einem Artikel beispielsweise mehrere Funktionen verorten. Dieser wird somit als Gesamtheit betrachtet. Die Ausprägungen werden einerseits verhältnisskaliert,

⁶¹⁸ Brosius/Koschel 2001, 58

⁶¹⁹ Atteslander 2008, 216

⁶²⁰ Vgl. Brosius/Koschel 2001, 56

⁶²¹ Vgl. Atteslander 2008, 182

andererseits nominalskaliert gemessen. Die Indikatoren stellen im Gesamten die Funktionen dar.

„Man entwickelt zunächst viele Indikatoren, die ein Konstrukt beschreiben, misst sie und reduziert sie am Ende wieder zu einem Zahlenwert, der dann zum Beispiel das Ausmaß an Gewaltbereitschaft repräsentiert. Dieser Zahlenwert stellt dann den Index dar.“⁶²²

In dieser Forschungsarbeit wird das Ausmaß der Funktionen berechnet, das heißt, dass die Funktionen Indizes darstellen, die einen Merkmalsraum präsentieren, welchen mehrere Items also Merkmale zugerechnet werden.⁶²³ So leitet das Kategoriensystem die quantitative Auswertung. Die Funktionen stellen die Kategorien dar, die durch Unterkategorien beschrieben werden. Wie bereits erwähnt, wird das Kategoriensystem auf Basis der Literaturstudie und damit auf Grund der Indikatoren in der Fragestellung zusammengestellt und ist in Anhang 1 zu finden. Im Zuge der Erstellung des Kategoriensystems werden die einzelnen Funktionen messbar gemacht und den Unterkategorien Zahlenwerte zugeordnet, wodurch jene nominal gemessen werden können. Das Kategoriensystem leitet die Untersuchung und gibt somit festgelegte Regeln vor, welche Messwerte den Artikeln zugeordnet werden können.⁶²⁴ So werden die Kategorien durch die Definition im Kategoriensystem von anderen abgrenzbar und messbar gemacht.⁶²⁵

Um jedoch die Aussagen der quantitativen Analyse zu füllen, werden im Anschluss drei Experteninterviews geführt, denn anhand der Methode der quantitativen Inhaltsanalyse kann „[n]icht die ganze Komplexität eines Textes [...] erfasst“⁶²⁶ werden. Es werden „nur wenige ausgewählte Merkmale [...] reduktiv analysiert.“⁶²⁷

Anmerkung: Die trennscharfe Kategorienbildung war jedoch nur teilweise möglich. So traten bei den Unterkategorien „Relevanz“, „Betroffenheit“ und bei der Kategorie der Zirkulationsfunktion Probleme der Spezifität auf, da dieses schwer zu bestimmen sind. Die Zirkulationsfunktion kann in der wirtschaftlichen Informationsfunktion wiedergefunden werden, da diese in der Unterkategorie „Zurechtfinden“ eine große Rolle einnimmt. Die Unterkategorien Relevanz und Betroffenheit wurden beim Experteninterview als Faktoren stark berücksichtigt, um die Schwäche dieser auszugleichen.

⁶²² Brosius/Koschel 2001, 64

⁶²³ Vgl. Brosius/Koschel 2001, 64

⁶²⁴ Vgl. Schnell/Hill/Esner 2008, 138

⁶²⁵ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 81

⁶²⁶ Brosius/Koschel 2001, 161

⁶²⁷ Brosius/Koschel 2001, 161

14.2. Experteninterview

Meist stehen Experteninterviews in wissenschaftlichen Arbeiten nicht alleine, sondern unterstützen in einem Methodenmix bereits eruierte Ergebnisse. Experteninterviews ergänzen somit – wie in dieser Forschungsarbeit – oft die Analyse von Dokumenten und gleichen die Schwächen anderer Methoden aus.⁶²⁸ Die Fragen, die den Experten gestellt werden, ergeben sich aus dem Erkenntnisinteresse,⁶²⁹ die Auswahl der Experten aus ihrem Fachgebiet.

„Dies bedeutet auch, dass es weder die Person des Experten noch dessen Biographie sind, die den Sozialforscher im Rahmen von Experteninterviews an einem Experten interessieren; stattdessen wird der in einem ‚Funktionenkontext eingebundene Akteur zum Gegenstand der Betrachtung‘.“⁶³⁰

So dient das Experteninterview dazu „komplexe Wissensbestände zu rekonstruieren“,⁶³¹ da differenzierungstheoretisch durch die Ausdifferenzierung der Gesellschaft Subsysteme und damit spezialisierte Rollen entstanden sind.⁶³² Die Experten besitzen dadurch ein spezialisiertes Expertenwissen und können deshalb die vorliegenden Ergebnisse der Inhaltsanalyse im Weiteren verdichten.

„Indem theoretisches Vorwissen offen gelegt (und in den Fragenkomplexen des Interviews zum Ausdruck gebracht) wird, besteht die Möglichkeit, neu gewonnene Erkenntnisse in den Forschungsprozess wieder einzuflechten.“⁶³³

Das leitfadengestützte Interview garantiert den Blick auf den Forschungsfokus nicht zu verlieren, erlaubt aber dennoch auf weitere Forschungsdimensionen einzugehen.⁶³⁴ Diese Interviewform ist nicht standardisiert, der Leitfaden gilt als Grundlage des Gesprächs und ist Ergebnis der Operationalisierung. Soziale Prozesse können anhand des Leitfadens im Interview rekonstruiert werden.⁶³⁵ Ziel ist es, mehrere Themen zu behandeln, die dem Ergebnis der Untersuchung dienen.⁶³⁶

⁶²⁸ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 105

⁶²⁹ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 63

⁶³⁰ Meuser/Nagel zit. in: Liebold/Trinczek In: Kühl/Strodtholz 2002, 38

⁶³¹ Liebold/Trinczek In: Kühl /Strodtholz 2002, 35

⁶³² Vgl. Liebold/Trinczek In: Kühl /Strodtholz 2002, 35

⁶³³ Liebold/Trinczek In: Kühl Strodtholz 2002, 67

⁶³⁴ Vgl. Liebold/Trinczek In: Kühl/Strodtholz 2002, 39ff

⁶³⁵ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 142ff

⁶³⁶ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 111

„Es müssen situationsgebundene allgemeinere Forschungsfragen in konkret bezogene Interviewfragen umgesetzt werden und umgekehrt müssen die von den Interviewten eingebrachten Informationen laufend unter dem Gesichtspunkt ihrer möglichen theoretischen Bedeutung beurteilt werden.“⁶³⁷

So kann im Zuge des Leitfadeninterviews tiefer in die Materie vorgedrungen und das Erkenntnisinteresse „in den Kontext des Erfahrungshintergrundes der Befragten“ übersetzt werden.⁶³⁸

Somit entsteht die Eigenschaft der „geschlossenen Offenheit“ jener Methode, die zum einen durch „konzeptionelle Überlegungen das Feld [strukturieren], zum anderen bleibt durch das Erzählprinzip die Bedeutungsstrukturierung durch die Forschungssubjekte erhalten.“⁶³⁹ Besonders wichtig ist es dennoch die Gültigkeit der Aussagen zu kontrollieren und jene in Form einer qualitativen Inhaltsanalyse zu eruieren.⁶⁴⁰

Die Verteilung der Information unter den Akteuren bestimmt schlussendlich wie viele Interviewpartner ausgewählt werden sollen.⁶⁴¹ So ist der Experte „Quelle von Spezialwissen über die zu erforschenden sozialen Sachverhalte“.⁶⁴² Im Zuge dessen kann dieses Wissen erschlossen werden. Mitunter haben die Experten sogar eine „exklusive Stellung in dem sozialen Kontext, den wir untersuchen wollen.“⁶⁴³ In Zusammenhang mit der vorliegenden Forschungsarbeit kann beispielsweise die Aussage von Dermutz mit einbezogen werden:

„Chefredakteure haben großen Einfluß [sic!] auf die Gestaltung von Zeitungen, redaktionspolitisch kommt ihnen entscheidendes Gewicht zu.“⁶⁴⁴

Dies kann nach Dermutz die Grundmuster, Haltungen und Ideologien der Produktion und Information betreffen, die das Entstehen der Zeitung begleiten.⁶⁴⁵ Die Auswahl der Interviewpartner liegt aber nicht primär in ihrer Entscheidungskompetenz und besonderen Position, sondern in detailliertem Expertenwissen.

⁶³⁷ Hopf zit. in: Gläser/Laudel 2009, 112

⁶³⁸ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 116

⁶³⁹ Liebold/Trinczek In: Kühl/Strodtholz 2002, 43

⁶⁴⁰ Vgl. Kassl 2000, 48, 54ff

⁶⁴¹ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 104

⁶⁴² Gläser/Laudel 2009, 12

⁶⁴³ Gläser/Laudel 2009, 13

⁶⁴⁴ Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 226

⁶⁴⁵ Vgl. Dermutz In: Dermutz/Klein/Pelinka/Nick 1982, 226

„Die Existenz eines solchen, fachlich orientierten Sonderwissens dient dann als entscheidendes Kriterium zur Bestimmung von ‚Experten‘.“⁶⁴⁶

Zusammenfassend kann nach diesem kurzen theoretischen Überblick zum Experteninterview auf die Interviewpartner geschlossen werden. Eugen Russ (Herausgeber der VN), Christian Ortner (Chefredakteur der VN) und Gerold Riedmann (stellvertretender Chefredakteur und Leiter des Lokalressorts der VN) standen am 28. Mai 2010 jeweils für ein halbstündiges Interview in Schwarzach im Medienhaus zur Verfügung. Die Antworten der Experten müssen jedoch über ihre eigene Interpretation hinausgehen, in einen theoretischen Zusammenhang gebracht und deshalb gründlich ausgewertet werden.

Diese Auswertung wird im vorliegenden Forschungsvorhaben anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring erfolgen, da das Leitfadeninterview auf die Kategorien und Ergebnisse der quantitativen Untersuchung aufbaut.

14.2.1. Auswertung des Experteninterviews: Qualitative Inhaltsanalyse

Die qualitative Inhaltsanalyse erlebte ihren sozialwissenschaftlichen Aufstieg besonders in den vergangenen 30 Jahren.⁶⁴⁷ Im Gegensatz zur quantitativen Methode werden die sozialen Sachverhalte nicht auf wenige Merkmale reduziert, die in numerischer Form zum Ausdruck kommen. Mit der qualitativen Inhaltsanalyse wird die starke Reduktion sozialer Komplexität, die im Zuge der quantitativen Analyse vorgenommen wurde, aufgefüllt und beschrieben. Die Ausschnitte der Untersuchungsgegenstände und deren Merkmalsausprägungen werden anhand des Experteninterviews, das qualitativ ausgewertet wird, näher beschrieben.⁶⁴⁸

„Qualitative Methoden beruhen auf der Interpretation sozialer Sachverhalte, die in einer verbalen Beschreibung dieser Sachverhalte resultiert. Sie standardisieren die Informationen über die sozialen Sachverhalte nicht (oder zumindest nicht im selben Ausmaß wie quantitative Methoden). Die Komplexität sozialer Sachverhalte wird nicht so sehr bei der Datenerhebung, sondern erst im Prozess der Auswertung schrittweise reduziert.“⁶⁴⁹

⁶⁴⁶ Liebold/Trinczek In: Kühl Strodtholz 2002, 36

⁶⁴⁷ vgl. Mayring 1997, 24f; Mayring 2002, 114; Mayring/Gläser-Zikuda 2005, 7ff

⁶⁴⁸ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 27

⁶⁴⁹ Gläser/Laudel 2009, 27

Das heißt, dass mit der qualitativen Inhaltsanalyse hypothesengenerierend gearbeitet wird. Dabei werden die transkribierten Interviews systematisch und regelgeleitet analysiert,⁶⁵⁰ um so eine genauere inhaltliche Beschreibung der einzelnen Funktionen zu eruieren und induktiv weitere mögliche Operationalisierungskategorien zu ermitteln.

„Die Strukturierung des Analysematerials hat eine vergleichbar zentrale Bedeutung in der qualitativen Inhaltsanalyse wie die Kategorienbildung in der quantitativen.“⁶⁵¹

Das Material wird nicht losgelöst von der Kommunikationskette, sondern als Teil davon verstanden, weshalb innere und äußere Einflüsse auf die Konstruktion des Textmaterials, auf die Stilisierung der Information und den kulturellen Hintergrund der Entstehung berücksichtigt werden müssen.⁶⁵² So sollen mit dieser Methode „auf einem möglichst konkreten, materialnahen, deskriptiven Level die Auswertungspunkte aus dem Text heraus“⁶⁵³ entwickelt und im Zuge dessen durch systemgeleitetes Vorgehen induktiv Kategorien gebildet werden. Mayring unterscheidet grundsätzlich drei Arten der qualitativen Inhaltsanalyse. Zusammenfassung bedeutet, dass die wesentlichen Inhalte herausgearbeitet werden. Bei der Explikation sind einzelne Teile auszuarbeiten und anhand zusätzlicher Quellen zu analysieren. Die Strukturierung umfasst einen Querschnitt des Materials wiederzugeben und bestimmte Elemente des Textes zu filtern.⁶⁵⁴

Da das Interviewmaterial die quantitative Analyse ergänzt und anhand der Literaturstudie analysiert wird, wird im vorliegenden Forschungsvorhaben im ersten Schritt die Methode der zusammenfassenden Inhaltsanalyse angewendet. Zentral bei dieser Analyse ist die Kategoriendefinition, die in dieser Arbeit induktiv erfolgen wird. Außerdem werden die Aussagen auf ein Abstraktionsniveau gebracht.⁶⁵⁵ Die induktive Kategorienbildung wird als Erweiterung der bereits bestehenden Kategorien der quantitativen Analyse verstanden.

„Die aus den theoretischen Vorüberlegungen abgeleiteten Variablen und Annahmen über Kausalmechanismen bilden unmittelbar die Grundlage für Auswertungskategorien.“⁶⁵⁶

⁶⁵⁰ Vgl. Mayring 1997, 12

⁶⁵¹ Atteslander 2008, 197

⁶⁵² Vgl. Mayring 1997, 26f

⁶⁵³ Mayring/Gläser-Zikuda 2005, 11

⁶⁵⁴ Vgl. Mayring 1997, 58

⁶⁵⁵ Vgl. Mayring/Gläser-Zikuda 2005, 12

⁶⁵⁶ Gläser/Laudel 2009, 204

Durch das Abstraktionsniveau wird ein einheitliches System geschaffen.⁶⁵⁷ So wird das Material schrittweise verallgemeinert und abstrahiert. Die Analyseeinheiten ergeben sich durch die Fragestellung. Nachdem die Inhalte zu Paraphrasen gekürzt wurden, werden sie auf einer „einheitlichen Sprachebene“ formuliert und zu einer überschaubaren Menge zusammengefasst. Inhaltlich gleiche Paraphrasen werden gestrichen, neue Aussagen können in das Kategoriensystem mit aufgenommen werden.⁶⁵⁸ Durch diese Form der Analyse werden große Materialmengen gekürzt und wesentliche Inhalte präsentiert.⁶⁵⁹ Die Rohdaten werden extrahiert, systematisch reduziert und dem Erkenntnisinteresse entsprechend strukturiert.⁶⁶⁰

„Im Ergebnis der Extraktion entsteht ein umfangreiches Rohmaterial, das sämtliche im empirischen Material enthaltenen Informationen über die Ausprägungen von Variablen und die im Material berichteten Kausalbeziehungen zwischen Variablen enthält. Die weitere Auswertung erfolgt mit diesem Material.“⁶⁶¹

So ist zu verstehen, dass die induktive Kategorienbildung nicht nur anhand theoretischer Überlegungen, sondern durch die direkte Arbeit mit dem Material erfolgt.⁶⁶²

„Geleitet wird dieser Kodiervorgang durch systematisches ‚Befragen‘ des Datenmaterials.“⁶⁶³

Abschließend wird wie bereits erwähnt, das gesamte Kategoriensystem anhand der dahinter liegenden Theorie interpretiert beziehungsweise in diese eingebettet.⁶⁶⁴

Den Abschluss der empirischen Arbeit bildet die Zusammenführung der quantitativen und qualitativen Ergebnisse, um die jeweiligen Schwächen der Methoden auszugleichen.

⁶⁵⁷ Vgl. Jensen In: Mayring/Gläser-Zikuda 2005, 265

⁶⁵⁸ Vgl. Mayring 1997 59ff

⁶⁵⁹ Vgl. Mayring 1997, 74

⁶⁶⁰ Vgl. Gläser/Laudel 2009, 200ff

⁶⁶¹ Gläser/Laudel 2009, 212

⁶⁶² Vgl. Mayring 1997, 76

⁶⁶³ Jensen In: Mayring/Gläser-Zikuda 2005, 266

⁶⁶⁴ Vgl. Mayring 2002, 117; vgl. Gläser/Laudel 2009, 246

15. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der quantitativen Inhaltsanalyse dargestellt und mit der Theorie und den Ergebnissen der Experteninterviews zusammengeführt. Zuerst werden formelle Kriterien präsentiert sowie der Faktor Nähe, Themenstrukturen und Akteure. In Folge dessen wird jede Funktion genauer betrachtet und gleich mit der Theorie und den weiteren Ergebnissen dargestellt, um einen umfangreichen Überblick über jede Funktion zu gewährleisten.

Im Allgemeinen soll erneut auf Luhmann verwiesen werden, der die Medienfunktionen als die Beobachtung der Umwelt und Vermittlung von Kommunikation definiert.⁶⁶⁵ Diese Kommunikation kann mehrere Funktionen erfüllen, Massenmedien können Leistungen erbringen, welche in der Analyse genauer betrachtet werden. Im Zuge der System-Umwelt-Beziehung dirigieren die Massenmedien die Selbstbeobachtung des Gesellschaftssystems.⁶⁶⁶ Wie sich dabei die VN positionieren, soll anhand der dargestellten Ergebnisse beschrieben werden.

15.1. Ressorts

Die Bemessung der einzelnen Inhalte ergab, dass das Lokal- bzw. Chronikressort mit 18,9 Prozent des Platzes das stärkste und flächenmäßig größte Ressort ist. Die Kategorie „Sonstiges“ befindet sich mit 17,3 Prozent an zweiter Stelle und umfasst Elemente wie das Wetter, Horoskope und Rätsel. An dritter und vierter Stelle stehen die Inserate (14,3 Prozent) und die Werbeschaltungen (14,1 Prozent). Mit 10,7 Prozent stellt Sport ebenso ein starkes Ressort dar.

Werden nur die von der Zeitung als Ressorts bezeichneten Abschnitte betrachtet, so stellt das Lokal- beziehungsweise Chronikressort den größten Anteil, an zweiter Stelle das Sportressort (welches am Montag immer zehn Seiten füllt und auch deshalb so stark in Erscheinung tritt), drittens der Wirtschaftsteil „Markt“ mit 6,5 Prozent und viertens die Rubriken „Menschen/Welt/Trends“ mit 5,5 Prozent. Die Österreich-Politik nimmt nur mehr 2,7 Prozent des Platzes ein. Auffällig ist, dass die Veranstaltungsseite „Wohin“ und das Kulturressort jeweils 2,5 Prozent des Gesamtumfanges abdecken, wobei erwähnt sein muss, dass die Rubrik „Wohin am Wochenende“ am Freitag in sehr

⁶⁶⁵ Vgl. Luhmann 2004, 124ff

⁶⁶⁶ Vgl. Luhmann 2004, 173

großem Umfang im Hauptblatt erscheint. Dahinter reiht sich nur noch die internationale Politik mit zwei Prozent und zuletzt mit 0,4 Prozent das Ressort „Reise“.

Internationale Politik	2 %
Österreich Politik	2,7 %
Lokal/Chronik (inkl. Vorarlberg Politik)	18,9 %
Sport	10,7 %
Markt	6,5 %
Menschen/Welt/Trends	5,5 %
Wohin	2,5 %
Motor	1,9 %
Reise	0,4 %
Kultur	2,5 %
Themenschwerpunkt	0,4 %
Werbung	14,1 %
Inserat	14,3 %
Impressum	0,3 %
Sonstige	17,3 %

Abb. 17: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Mit der Ausdifferenzierung der Gesellschaft war es ebenso notwendig im journalistischen Medium Ressorts auszubilden. Das Lokalressort beziehungsweise die lokale Berichterstattung im Allgemeinen ist nach Nick und Wolf besonders dafür da, einen direkten Bezug zu der Umwelt des Publikums herzustellen.⁶⁶⁷ Dies ist nochmals zu erwähnen, da das Lokal- beziehungsweise Chronikressort mit großem Abstand am meisten Platz in den VN einnimmt. Sport steht an zweiter Stelle und ist ebenso von besonderer Bedeutung für die Blattmacher. So erklärt Gerold Riedmann zum Beispiel:

„Sport ist ein ganz wichtiger Bestandteil, schon aus dem Grund, weil nirgends so viel Emotionalität aufeinander prallt.“⁶⁶⁸

Auch Schönbach stellte in seiner Untersuchung die große Bedeutung des Sports fest.⁶⁶⁹ Dass das Interesse weniger auf politischen, sondern mehr auf dem unterhaltenden Teil liegt, kann anhand der Aufstellung der Verteilung der Ressorts nur vermutet werden, spiegelt sich aber besonders in der weiter folgenden Analyse wieder. Dies bestätigt Irle, der eben den unterhaltenden Teil im Vordergrund der Berichterstattung sieht.⁶⁷⁰ Jedoch sind ebenso die Ressorts Menschen/Welt/Trends und Wohin, die gemeinsam acht Prozent des Gesamtplatzes einnehmen, deutliche Indikatoren für einen unterhaltenden Tenor in den VN.

⁶⁶⁷ Vgl. Nick/Wolf 1996, 6

⁶⁶⁸ Gerold Riedmann, Interview 28. Mai 2010, GR 69

⁶⁶⁹ Vgl. Schönbach zit. in: Rombach 1983, 64; Schönbach zit. in: Jonscher 1991, 111

⁶⁷⁰ Vgl. Irle zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 64

Während das Lokal- beziehungsweise Chronikressort fast 19 Prozent des Platzanteils besetzt, sind sowohl die Außenpolitik als auch die Österreichpolitik nur in geringem Ausmaß vertreten.

„Die VN sind eine Regionalzeitung. [...] [U]nsere Stärke, die wir uns auch am liebsten vor das Haus schreiben würden, sind die drei Worte ‚lokal, lokal, lokal‘. Außenpolitik sind wir nicht gut [...] [D]as ist kein Wert, den man den VN zutraut. Die VN kennen sich sehr gut aus, was in Vorarlberg passiert.“⁶⁷¹

Der Schwerpunkt der VN ist somit nicht nur im Namen, sondern ebenso in der Ressortaufteilung deutlich zu erkennen. Die Ausdifferenzierung der Gesellschaft erfordert eine weitgehende Überblicksfunktionalität, die eine Zeitung erbringen kann. So weisen Eugen Russ, Christian Ortner und Gerold Riedmann auf die Effizienz „ihrer“ Zeitung hin.⁶⁷² Denn während in fast der gleichen Zeit im Radio oder im Fernsehen nur wenige Berichte gebracht werden, können die VN rund 800 Meldungen publizieren, die das Publikum in 25 bis 30 Minuten nach persönlichem Interesse durch scannen und filtern kann.⁶⁷³ Dies kann mit Jonscher untermauert werden, der wie bereits beschrieben feststellt, dass nur die Tageszeitung so vielseitig und umfassend auf das lokale Geschehen eingehen kann.⁶⁷⁴

So ist zusammenfassend erkennbar, dass das Lokal- beziehungsweise Chronikressort das stärkste Ressort darstellt, wobei auch der Sport sehr stark berücksichtigt wird. Politische Themen außerhalb des Lokal- beziehungsweise Chronikressorts bleiben nur am Rande erwähnt.

15.2. Faktor Nähe

Der Faktor Nähe wird aufgeschlüsselt betrachtet. Einerseits ist zu erkennen, dass nationale Themen redaktionell betrachtet weniger Platz einnehmen. Dies liegt daran, dass bezahlte Schaltungen häufig von nationalen Unternehmen getätigt werden. Dies kann auch bei regionalen Themen erkannt werden, die fast fünf Prozent weniger Platz einnehmen, wenn bezahlte Schaltungen nicht mit einberechnet werden. Diese Prozentwerte teilen sich im Weiteren auf die redaktionellen auf. Dabei muss erwähnt

⁶⁷¹ Gerold Riedmann, interview 28. Mai 2010, GR 28-33

⁶⁷² Vgl. Interview Eugen Russ, Christian Ortner, Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, ER48, GR5, ER42-44, GR 126

⁶⁷³ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 46-47

⁶⁷⁴ Vgl. Jonscher 1995, 386

sein, dass die Definition von lokal und regional zwar einzeln gut funktioniert, Themen über die Landeshauptstadt oder beispielsweise verschiedene Fußballvereine oft als regional betrachtet werden müssen. Der dabei entstandene Definitions-Bias erklärt sich ebenso dadurch, dass Nähe durch Strukturkriterien wie dem Schauplatz, dem Handlungsträger und auch der Relevanz operationalisiert werden kann.⁶⁷⁵ Sie setzt sich zusätzlich entweder aus räumlicher, politischer oder kultureller Nähe zusammen,⁶⁷⁶ die oft schwer zu trennen und nicht nur für die Lokalität, sondern für die gesamte Region ausschlaggebend sind.

	VN gesamt	VN redaktionell	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
Lokal	7,1	9,8	89,9	83,2
Regional	54,9	50,1	9,5	15,5
National	20,8	15,7	0	0
Europäisch	6,2	8,7	0	0
International	7,9	11,2	0	0
Nicht bestimmbar	3,2	4,5	0,7	1,3

Abb. 18: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Fasst man die beiden Faktoren regional und lokal jedoch zusammen, so sind fast 60 Prozent der redaktionellen Berichterstattung lokaler oder regionaler Natur. Nationale Themen nehmen 15,7 Prozent, europäische 8,7 und internationale 11,2 Prozent ein. Dazu gehört erwähnt, dass hier nicht nur von politischen Themen die Rede ist, sondern auch beispielsweise die Menschenseiten, die oft internationale Stars abbilden, mit einbezogen wurden.

In Bezug auf die VN-Heimat ist erkennbar, dass die bezahlten Anzeigen zum überwiegenden Teil von lokalen Firmen geschaltet werden, da nur die Zahl der lokalen Berichte abnimmt. Insgesamt ist zu erkennen, dass die untersuchte VN-Heimat Bregenz, die im Bezirk Bregenz publiziert wird, zu fast 85 Prozent lokale Themen bringt.

Die umfassende Behandlung lokaler beziehungsweise regionaler Themen zeigt sich deutlich an den analysierten Werten. Jonscher weist – wie bereits in der theoretischen Abhandlung erwähnt – darauf hin, dass lokale beziehungsweise regionale Berichterstattung wichtig ist, da durch die gesellschaftliche Modernisierung – also

⁶⁷⁵ Vgl. Katzenberger 1999, 58

⁶⁷⁶ Vgl. Burkart 2002, 281

durch die Ausdifferenzierung der Gesellschaft – der Verlust des Heimatgefühls und traditionelle Bindungen aufgelöst werden. Die Berichterstattung über Lokales gewinnt somit an Bedeutung.⁶⁷⁷

Dabei kommt auch die VN-Heimat, die stärkste Beilage der VN, ins Spiel.⁶⁷⁸ Die lokale Beilage erscheint in jedem Bezirk, eine fünfte wird bereits im Bregenzerwald getestet.

„Die VN-Heimat ist so ein integraler Bestandteil der VN, dass wir sie auch weiterentwickeln wollen.“⁶⁷⁹

Das Ziel ist die VN-Heimat soweit auszubauen, dass es rund sieben oder acht Ausgaben gibt und auf die Druckauflage von 5.000 bis 6.000 Stück „reduziert“ wird.⁶⁸⁰ Ob dies an einem steigenden Nähebedürfnis festgemacht werden kann, kann nicht beurteilt werden. An eine starke Verbundenheit zu Vorarlberg glaubt der Herausgeber der VN aber schon:

„[I]ch kann es schwer beurteilen, ob es [Anm. das Nähebedürfnis] steigt oder nicht [...]. Ich glaube es war immer da, also wenn man sieht, wie wichtig den Vorarlbergern Vorarlberg immer war. Von der Schiffstaupe bis weit zurück in die Landesgeschichte [...], ich [kann] das schwer feststellen, ob sich das [Nähebedürfnis] verstärkt hat oder nicht, aber es ist auf jeden Fall wichtig, es ist auch extrem wichtig und es ist auch logisch, dass einfach die Menschen im direkten Umfeld sind.“⁶⁸¹

„Lokal, lokal, lokal“⁶⁸² – so verdeutlicht sich das klare Alleinstellungsmerkmal/die „Unique Selling Proposition“ (USP) der VN.

Generell bestätigt sich, dass die VN-Heimat als Beilage entwickelt wurde, um tiefer ins Lokale zu gehen. Obwohl die Themen von Gerold Riedmann als die gleichen eingeschätzt werden, sind in gewissen Bereichen deutliche Unterschiede, aber dennoch auch wieder Übereinstimmungen zu erkennen.⁶⁸³

⁶⁷⁷ Vgl. Jonscher 1995, 23

⁶⁷⁸ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR1

⁶⁷⁹ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR2

⁶⁸⁰ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR1-15

⁶⁸¹ Interview Eugen Russ 28. Mai 2010; ER49-50

⁶⁸² Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR69

⁶⁸³ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR 17

Anmerkung: Die Definition von lokal und regional muss spezifiziert werden. Ist nur von einem Ort die Rede, hat dieses Thema jedoch Auswirkungen auf mehrere Regionen, ist es nun ein lokales oder regionales Thema? Kann ein Fußballspiel zweier Vereine aus unterschiedlichen Bezirken als lokal oder regional angesehen werden? Die Definition müsste bis ins Detail genau spezifiziert werden, um in einer weiteren Analyse ein genaueres Ergebnis zu erzielen. Fest steht jedoch, dass fast 60 Prozent der Themen regional beziehungsweise lokal und deshalb nah an den Menschen sind.

So sind insgesamt über 60 Prozent der Themen lokaler oder regionaler Natur, wobei sich auch der Faktor Nähe durch die bezahlten Inhalte zieht. Dabei ist die VN-Heimat ein besonders starker Werbeträger für die lokale Wirtschaft. Die Wiederherstellung eines Heimatgefühls kann durch den Ausbau des hyperlokalen Bereichs gestärkt werden. Dieser gewinnt in Zukunft in den VN an Bedeutung.

15.3. Redaktioneller Inhalt vs. bezahlter Inhalt

Bei der Bemessung des redaktionellen und bezahlten Inhaltes wurden beim Hauptblatt der VN die Leserbriefe extra angeführt, bei der VN-Heimat die Rubrik „Eingesendet“, bei der Vereine aus den jeweiligen Bezirken eine Fläche für kleine Berichte zu besonderen Ereignissen mit Bild veröffentlichen können. Die Stärke dieser Rubrik ist in der Analyse ersichtlich, da sie 14 Prozent des Gesamtumfanges der VN-Heimat einnimmt. Redaktionelle Artikel befinden sich in der VN-Heimat zu 52,2 Prozent des Platzanteils, in dem Hauptblatt hingegen sind es 70,3 Prozent. Der Umfang der bezahlten Inhalte unterscheidet sich ebenso um 5,4 Prozent. Während in den VN nämlich 28,4 Prozent des Platzes für bezahlte Inhalte zur Verfügung gestellt werden, wurden in der Beilage VN-Heimat mit 33,8 Prozent mehr als ein Drittel des Platzes berechnet. Somit zeigt sich der deutliche Unterschied darin, dass in den VN die Leserbriefe 1,3 Prozent des Gesamtinhaltes umfassen, was zum Teil neben den geringeren Werbeschaltungen auch den höheren Anteil der redaktionellen Artikel erklärt.

	VN	VN-Heimat
Redaktionell	70,3	52,2
Bezahlter Inhalt	28,4	33,8
Leserbriefe/Eingesendet	1,3	14,0

Abb. 19: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

In der Untersuchung Ragers wurden zwei Prozent des Inhaltes an Leserbriefen errechnet, was als beachtlich angesehen wurde. Mit 1,3 Prozent des Platzanteils der Leserbriefe liegt die VN diesbezüglich somit in einem guten Schnitt.⁶⁸⁴ Dies zeichnet nach Begemann lokale und regionale Medien aus, denn sie stellt fest, dass Lokalbeziehungsweise Regionalmedien mehr Leserbriefe veröffentlichen.⁶⁸⁵ Und auch für die Blattmacher haben Leserbriefe eine zentrale Bedeutung.

„Die Leserbriefe sind einer der wichtigsten Inhalte der Zeitung – eindeutig.“⁶⁸⁶

Jeder Leserbrief, der gewisse strukturelle Vorgaben erfüllt, werde veröffentlicht und wenn, dann nur vom Chefredakteur abgelehnt.⁶⁸⁷

„Die Vorarlberger Nachrichten, das ist eine relativ alte Geschichte, haben immer von der Interaktion mit den Leserinnen und Lesern gelebt. Also die Leserbriefseite war schon eine bedeutende Seite, bevor es andere überhaupt gewusst haben, dass es so etwas in Österreich gibt.“⁶⁸⁸

Stark ist dabei die VN-Heimat, die an sich keinen Platz für klassische Leserbriefe, dafür aber für kleine Veranstaltungsberichte von Vereinen einräumt. Diese Seiten nehmen 14 Prozent des Gesamtumfangs ein. Die Partizipationsmöglichkeiten, die dem Publikum aber auch Akteuren des öffentlichen Lebens geboten werden, werden bei den entsprechenden Funktionen weiter erläutert. Interaktion und Partizipation spielen dabei also eine große Rolle.

So kann auf einen Faktor der USP der VN auch durch die Analyse und durch das Interview geschlossen werden. Die Leserbriefe und die Rubrik „Eingesendet“ sind stark vertreten. In Bezug auf diese Bereiche sehen sich die Interviewpartner mit den VN auch in einer Pionierrolle. Ebenso sind die VN-Heimat und die VN starke Werbeträger für die regionale und lokale Wirtschaft.

⁶⁸⁴ Vgl. Rager zit. in: Jonscher 1991, 11f; zit. in: Kurp 1994, 204, 218

⁶⁸⁵ Vgl. Begemann 1982, 193ff

⁶⁸⁶ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO133

⁶⁸⁷ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 135-137

⁶⁸⁸ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER73-74

15.4. Artikel und Bilder

Im redaktionellen Teil der VN kann eine interessante Aufteilung erkannt werden. Artikel nehmen im Hauptblatt 58,3 Prozent ein, in der Beilage 68,5 Prozent. Der Text wird etwa gleichmäßig mit 24,4 (VN) und 23,1 Prozent (VN-Heimat) bebildert. Im Hauptblatt nehmen Grafiken mit 3,2 Prozent genau doppelt so viel Platz ein wie im redaktionellen Teil der VN-Heimat.

„[Eine] Grafik [ist] ganz wichtig, weil es einfach ein Erklärelement ist [...], das komplexe Inhalte sehr einfach auf wenig Platz darstell[t].“⁶⁸⁹

Karikaturen werden nur im Hauptblatt positioniert und nehmen kaum Platz ein, sind jedoch ein Element des Hauptblattes. Ankündigungen sind in beiden Blättern zentral. In den VN werden ihnen 13,9 Prozent, in der VN-Heimat 6,8 Prozent des Platzes zugestanden.

	VN redaktionell	VN-Heimat redaktionell
Artikel	58,3	68,5
Bild	24,4	23,1
Grafik	3,2	1,6
Karikatur	0,3	0
Ankündigung	13,9	6,8

Abb. 20: Zahlen in Prozent des Platzanteils des redaktionellen Inhalts

In der folgenden Aufstellung wird dargestellt, wie viel Platz jeweils die Artikel mit Bild, Grafik oder Bild und Grafik einnehmen. Ebenso sind die zu den Artikeln gehörenden Bilder und Grafiken aufgelistet sowie einzelne Bilder und Grafiken mit Bildunterschriften.

	VN redaktionell	VN-Heimat redaktionell
Artikel mit Bild	41,4	54
Artikel mit Grafik	1,5	0
Artikel mit Bild und Grafik	1,9	0,6
Zu Artikel gehörendes Bild	19,3	18,3
Zu Artikel gehörende Grafik	2,2	1,6
Artikel ohne Bild und Grafik	26,9	20,3
Bild mit Bildunterschrift	5,8	5,2
Grafik mit Bildunterschrift	0,8	0

Abb. 21: Zahlen in Prozent des Platzanteils des redaktionellen Inhalts

⁶⁸⁹ Interview Christian Ornter, 28. Mai 2010, CO144

41 Prozent der VN-Artikel werden mit Bild publiziert, 27 Prozent ohne. Der Flächenanteil der Bilder allein liegt bei etwa 25 Prozent des Platzes. Denn Bilder sind wichtig, betont Christian Ortner beim Experteninterview. Menschen reagieren auf Bilder, sie haben oft mehr Aussage als ein Text und müssen für das Publikum einen Zusatznutzen leisten.⁶⁹⁰ Als journalistisches Element sind sie vom Gesamtkonzept der VN nicht wegzudenken.⁶⁹¹ Personalisierung ist in den VN dabei ein zentrales Stichwort. Denn es wird deutlich betont, dass auf 99,9 Prozent der Bilder Menschen abgebildet sein müssen.⁶⁹² Grafiken und Landkarten tragen zur Orientierung bei, sie helfen komplexe Inhalte übersichtlich darzustellen.⁶⁹³

Die Hintergründe, die im Experteninterview zur Verwendung von Bildern hervortraten, weisen besonders auf die Funktion der sozialen Orientierung sowie auch auf die Identitätsstiftung und Integrationsfunktion hin. Dies ist besonders wichtig zu erwähnen, da in den VN mehr als 40 Prozent und in der VN-Heimat mehr als die Hälfte der Artikel gemeinsam mit einem Bild publiziert werden. Insgesamt nehmen somit Artikel gemeinsam mit ihren Bildern zwei Drittel des Platzes in den VN und mehr als 70 Prozent in der VN-Heimat ein. Bilder können zur Identifikation und Orientierung beitragen, eine genaue Analyse dieser hätte den Rahmen der Arbeit jedoch gesprengt. Ein Indiz sind hoch personalisierte Bebilderungen aber dennoch, wofür sich eine weitere Forschungsarbeit anbieten würde. Hier stehen jedoch die Texte an sich im Vordergrund und bestimmte inhaltliche und strukturelle Merkmale, die sie zu erfüllen haben, um für die Gesellschaft eine Leistung erbringen zu können.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass Ankündigungen einen bedeutenden Stellenwert einnehmen, was bereits auf die Funktion der sozialen Orientierung hinweist. Ebenso wird deutlich, dass fast die Hälfte aller Artikel mit Bebilderung publiziert werden, die Bilder zu den Artikeln und alleinstehende Bilder mit Bildunterschriften nehmen dabei rund ein Viertel des Gesamtplatzes ein.

⁶⁹⁰ Vgl. Interview, Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 140-145

⁶⁹¹ Vgl. Interview, Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 142-143

⁶⁹² Vgl. Interview, Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO145

⁶⁹³ Vgl. Interview, Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 144

15.5. Stellenwert der Kommentare

	VN redaktionell	VN Nähe lokal/regional redaktionell	VN-Heimat redaktionell
Kommentare	4,7	5,1	0

Abb. 22: Zahlen in Prozent des Platzanteils des redaktionellen Inhalts

Lokale und regionale Themen werden minimal häufiger beziehungsweise in größerem Umfang kommentiert, im Vergleich zum gesamten redaktionellen Teil der VN. In der Beilage VN-Heimat lässt sich keine gekennzeichnete Kommentierung feststellen. In der theoretischen Abhandlung wurde bereits beschrieben, dass Massenmedien in der Forumsrolle als Vermittler, in ihrer Kommunikationsrolle durch Kommentierung als Akteure der Öffentlichkeit auftreten.⁶⁹⁴ Kommentierung kann somit einerseits dazu beitragen aktuelle Themen einzuordnen, gibt der Zeitung aber auch ein Gesicht.⁶⁹⁵

„Internet hat kein Gesicht.“⁶⁹⁶

So kann erneut auf Grund jener Expertenaussage auf die Überblicksfunktionalität und die Blattlinie geleitet werden. Christian Ortner betont, dass Journalisten durch Kommentierung zu einer Marke werden, denn auch er sei, seit er einen wöchentlichen Leitartikel schreibe, eine stärkere Marke.⁶⁹⁷ Der Herausgeber sieht in der Kommentierung ein Element, das dazu gehört, aber nicht übertrieben wichtig sei.⁶⁹⁸

„Es ist nicht wertvoll journalistische Meinung oktroyiert zu bekommen. [...] Dass Menschen Kommentierung suchen, ist altes Mediendenken, Kommentierung wurde durch die neuen Möglichkeiten der Interaktion überholt.“⁶⁹⁹

Kommentierung von Informationen durch Massenmedien trägt jedoch zur Erhaltung von Diskursen und Meinungsäußerungen bei, die in einem Forum geleistet werden können.⁷⁰⁰ Ebenso ist die Kommentierung nach Knoche auch für die Kritik- und Kontrollfunktion von Bedeutung.⁷⁰¹ Vergleichswerte an sich können keine gefasst werden, rund fünf Prozent des Flächenanteils der Kommentierung redaktioneller Artikel erlauben es bestimmte Themen einzuordnen. Außerdem soll durch Gastkommentare

⁶⁹⁴ Vgl. Wallner 2007, 93

⁶⁹⁵ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 123-124

⁶⁹⁶ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 125

⁶⁹⁷ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO127-128

⁶⁹⁸ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 31

⁶⁹⁹ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 32-38

⁷⁰⁰ Vgl. Wallner 2007, 96

⁷⁰¹ Vgl. Knoche zit. in: Rombach 1983, 52

der Meinungspluralismus gefördert werden, denn alle drei Experten betonten, auch Kommentatoren heranzuziehen, die nicht immer aus der den VN zugeschriebenen politischen Richtung stammen.⁷⁰² Lokale Themen der VN-Heimat werden dem Publikum unkommentiert angeboten, wodurch die Einordnung von Themen im sozialen und politischen Alltag erschwert wird. Ebenso kann dadurch das kritische Potential der VN-Heimat in Frage gestellt werden. Die Auswirkung auf die Leistungserfüllung der VN und VN-Heimat wird in weiterer Folge im Bereich der Funktionen betrachtet.

In Bezug auf die Kommentierung können unterschiedliche Standpunkte entdeckt werden. Im Allgemeinen liefern Kommentare einen Überblick über bestimmte Themen, der zur Einordnung verhilft und geben der Zeitung ebenso ein Gesicht.

15.6 Themenstruktur

Das System, in dem sich Massenmedien bewegen, muss Themen selektieren und sich damit Beschränkungen auferlegen.⁷⁰³ Dabei werden, wie im Theorieteil bereits abgehandelt, Themen als Sinnkomplexe verstanden,⁷⁰⁴ die vorwiegend dem Erlangen von Aufmerksamkeit dienen.⁷⁰⁵ Öffentlichkeit bedeutet deshalb für Luhmann, „die Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen“.⁷⁰⁶ Welche Themen in der Berichterstattung der VN überwiegen, ist in der folgenden Aufstellung zu erkennen.

	VN redaktionell	Lokal/regional VN (red.)	VN-Heimat (red.)
Soziales	68,8	79,6	82
Kultur	22,1	23,8	14,9
Politik	10,5	6,5	6,1
Wirtschaft	10	7,5	0,5
Sonstiges	3,4	0,1	0

Abb. 23: Zahlen in Prozent des Platzanteils des redaktionellen Inhaltes

Die Themenstruktur zeigt eine deutliche Tendenz. Soziale Themen überwiegen. In der Beilage wird auf 82 Prozent, in den VN auf 68,8 Prozent und in der lokalen beziehungsweise regionalen Berichterstattung auf 79,6 Prozent der redaktionellen Fläche über soziale Themen berichtet. Es ist zu erwähnen, dass sich Themen oft

⁷⁰² Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER29; Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO129

⁷⁰³ Vgl. Luhmann 2004, 57

⁷⁰⁴ Vgl. Luhmann 2004, 32

⁷⁰⁵ Vgl. Luhmann In: Langenbucher 1980, 36

⁷⁰⁶ Luhmann In: Langenbucher 1980, 44

überschneiden und somit ein Prozentwert von über 100 Prozent errechnet wurde, da oft ein Thema beispielsweise Soziales und Kulturelles vereint. Auch kulturelle Themen sind von großer Bedeutung und nehmen im redaktionellen Hauptblatt 22,1 Prozent, bei lokalen Themen 23,8 Prozent und in der VN-Heimat 14,9 Prozent ein. Die Politikberichterstattung ist im Hauptblatt nicht viel stärker als die wirtschaftliche Berichterstattung. Im gesamten redaktionellen Teil wird politischen Themen auf 10,5 Prozent der Fläche Platz gegeben, das ist ein halbes Prozent mehr als bei wirtschaftlichen Themen. Auf lokaler Ebene überwiegt sogar die wirtschaftliche Berichterstattung um ein Prozent (Politik 6,5 Prozent, Wirtschaft 7,5 Prozent). In der VN-Heimat nimmt die Politikberichterstattung 6,1 Prozent des Platzes, die Wirtschaftsthemen nur 0,5 Prozent ein.

Soziale Themen umfassen unter anderem sozial- und familienpolitische Themen sowie Gesundheit, Umwelt, Gesetzgebung, Kriminalität, Unfälle, Klatsch, Freizeitthemen, Veranstaltungen etc. Dabei steht Sport mit 14,5 Prozent an erster, Veranstaltungen mit fast elf Prozent an zweiter und VN-Aktionen wie beispielsweise Abo-Vorteile und ebenso VN-Veranstaltungen mit 9,5 Prozent an dritter Stelle. Die genaue Bestimmung der Themen ist im Anhang 2 ersichtlich ebenso wie die Gewichtung. Kulturelle Themen umfassen die Bereiche Kunst, Massenmedien, Wissenschaft und Forschung, Bildung und Erziehung sowie Kirche und Religion. Mit 14 Prozent ist das Überthema Kunst (bildende Kunst, Musik, Theater, Tanz, Literatur, kulturelle Veranstaltungen) das stärkste Thema. In 6,1 Prozent der Berichterstattung wird auf Massenmedien selbst Bezug genommen, wobei hier auch beispielsweise Filmkritiken und neue Technologien mit einbezogen wurden. Die politischen Themen sind ausgewogen, wobei zu erkennen ist, dass Wirtschafts- und Finanzpolitik mit 1,9 Prozent der stärkste und Kulturpolitik der schwächste Themenbereich ist. Dies gilt auch für wirtschaftliche Themen. Dort ist die „Wirtschaftslage von Branchen“ mit 1,9 Prozent jenes Thema, das am meisten Platz einnimmt. Über die Landwirtschaft wird jedoch in wirtschaftlichem Kontext kaum berichtet.

Werden die redaktionellen Themen lokaler und regionaler Natur heraus gefiltert, so verändert sich bei den sozialen Themen die Reihung kaum. Mit rund 18 Prozent stehen die Veranstaltungen an erster, die VN-Aktion mit etwa 15 Prozent an zweiter und der Sport mit über 13 Prozent an dritter Stelle. Die Kategorie „Kunst“ fällt platzanteilmäßig mit 21 Prozent höher aus, wenn nur lokale und regionale Themen in Betracht gezogen

werden. Massenmedien werden nur zu zwei Prozent auf regionaler Ebene berücksichtigt. Politisch zeigt sich eine Änderung, da öffentliche Bauten mit rund zwei Prozent das stärkste Thema darstellen. Darauf folgen Wirtschafts- und Finanzpolitik sowie Sozialpolitik mit etwa einem Prozent. Bei wirtschaftlichen Themen ist die Wirtschaftslage von Branchen lokaler/regionaler Art mit 2,3 Prozent am stärksten, am zweitstärksten wird der „Handel“ mit einem Prozent berücksichtigt.

Die VN-Heimat unterscheidet sich deutlich vom Hauptblatt. Veranstaltungen sind mit rund 13 Prozent am stärksten vertreten, darauf folgen diverse VN-Aktionen mit elf Prozent. Mit über zehn Prozent des gesamten redaktionellen Platzes sind jedoch Personalien im Vergleich zum Hauptblatt ein sehr stark berücksichtigter Themenbereich. Sanierungen und Umbauten nehmen fast 20 Prozent des Platzes ein. Da jedoch nur eine Ausgabe der VN-Heimat in die Analyse mit einbezogen wurde, liegt dieser hohe Prozentsatz unter anderem an einem Energie-Schwerpunkt. Kulturell versorgt die Beilage mit 13 Prozent an Kunst und zwei Prozent an Bildung und Erziehung. In der Politik überwiegen die Themen Verkehrspolitik mit 4,3 und Umweltpolitik mit 1,2 Prozent. Wirtschaftliche Themen finden sich nur am Rande der Berichterstattung.

An dieser Auswertung ist zu erkennen, dass das Hauptinteresse weniger auf den politischen, sondern mehr auf sozialen und kulturellen Themen liegt. Der unterhaltende Teil wird somit hervorgehoben.⁷⁰⁷ Unterhaltung bedeutet für Luhmann die Aktivierung des „Erlebten, Befürchteten, Vergessenen“, worin auch ein starker Konnex zu Sportsendungen besteht, da jene durch die erzeugte Spannung primär zur Unterhaltung zählen.⁷⁰⁸ So ist eben Sport wie beschrieben in den VN stark vertreten, in der VN-Heimat wird dieser eher vernachlässigt. Deutlich ist zu erkennen, dass Sport zu einem großen Teil auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene stattfindet. Gerold Riedmann schätzt das Sportressort als jenes mit zweitgrößtem Umfang ein, was obenstehend bestätigt werden kann. Die Begründung für den hohen Platzanteil liegt darin, dass im Sport Emotionalität aufeinander prallt, dass besonders lokaler Sport viele Geschichten mit sich bringt und Nachwuchsspieler ebenso einen Platz erhalten sollen, da jene sonst nirgends aufscheinen.⁷⁰⁹ Dabei entsteht – so Riedmann – eine eigentümliche Mischung aus Sport und „Vereinsmeierei“ auf lokaler Basis und den

⁷⁰⁷ Vgl. dazu Irle zit. in Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 64

⁷⁰⁸ Vgl. Luhmann 2004, 209

⁷⁰⁹ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR69-75

großen internationalen Ereignissen (WM, Champions League, Formel 1).⁷¹⁰ Hier ist einer der bereits erwähnten thematischen Unterschiede zwischen Hauptblatt und der VN-Heimat zu erkennen, denn die Sportberichterstattung findet in der VN-Heimat nur am Rande statt.

Eine Überschneidung findet aber bei den Veranstaltungen statt, denn auf lokaler/regionaler Ebene und bei der VN-Heimat befinden sich diese an erster Stelle, beim Hauptblatt an zweiter. Veranstaltungen tragen zur sozialen Orientierung bei und sind zentraler Bestandteil zur Freizeitplanung. Sie zählen zu den typischen Human-Interest-Themen und haben ebenso eine Auswirkung auf die Stärke gewisser Medienfunktionen.

Ebenso stark sind die VN-Aktionen, die sich einerseits im Servicebereich bewegen und Abovorteile, vergünstigte Preise bei Eintrittskarten, organisierte Ausflüge etc. versprechen und unter anderem auch zur Lösung von Alltagsproblemen, durch den VN-Ombudsmann oder durch die Aktion „Ma hilft“, beitragen können. Mit Bürgerforen – die den Blattmachern ein großes Anliegen sind – wird den Menschen die Chance gegeben Machträgern auf gleicher Augenhöhe Druck zu machen.⁷¹¹ Deutlich grenzt sich die VN-Heimat vom Hauptblatt durch die Personalien ab. Fixer Bestandteil sind die Hochzeits-, Tauf- und Geburtenfotos in der VN-Heimat. Geburtstagswünsche und Todesanzeigen finden sich wiederum im Hauptblatt, wobei die Todesanzeigen als bezahlter Inhalt gerechnet wurden, weshalb die VN-Heimat in diesem Bereich deutlich stärker abschneidet. Eugen Russ betont dazu, dass die Todesanzeigen der meist gelesene Inhalt sind und die Blattmacher sich auch zu dieser Funktion bekennen.⁷¹²

An dieser Stelle sollen ebenso kurz die von den Wissenschaftlern erforschten stärksten Themengebiete erwähnt werden, wobei einerseits nach Belt und Just⁷¹³ Kriminalität sehr stark in der lokalen Berichterstattung vertreten ist. Auch Schönbach⁷¹⁴ sieht in Unfällen und Verbrechen ein starkes Themengebiet. Daneben stehen Kontroversen, Erfolgsmeldungen, Kunst und Kultur und ebenso der bereits abgehandelte Themenbereich Sport. Dem schließt sich Rager vorwiegend an und fügt Feste, Jubiläen, Baumaßnahmen und Finanzen hinzu, wobei er erforschte, dass Politik im

⁷¹⁰ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR 65-67

⁷¹¹ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO110

⁷¹² Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER15

⁷¹³ Vgl. Belt und Just In: Political Communication 2008, Vol. 25/2, 200

⁷¹⁴ Vgl. Schönbach zit. in: Rombach 1983, 64; Schönbach zit. in: Jonscher 1991, 111

Allgemeinen vernachlässigt wird.⁷¹⁵ So sinkt auch auf lokaler und regionaler Ebene, sowohl in den VN als auch in der VN-Heimat, der Platzanteil der politischen Berichterstattung. Dabei betonen die Experten jedoch, dass ein politisches Thema nicht gleich einen Politiker voraussetzt, was in einer weiteren Analyse berücksichtigt werden könnte. Der Bau eines Radwegs oder ein Müllsammeltag sei ebenso eine politische Entscheidung.⁷¹⁶ Zusätzlich sei noch Kurp erwähnt, der betont, dass Umwelt, Ausländerpolitik, Wissenschaft und Technik, Arbeitswelt und Verbraucherfragen ausgeklammert werden.⁷¹⁷ Einen bedeutsamen Anteil nimmt die Wissenschaft im Vergleich in den VN tatsächlich nicht ein. Auf lokaler und regionaler Ebene sowie in der VN-Heimat wird Wissenschaft gar nicht erwähnt. Einblick in die Arbeitswelt jedoch kann in den VN erlangt werden, da beispielsweise Arbeit und Beruf bei einem geringen, aber dennoch existierenden Platzanteil von 1,5 Prozent liegt. Informationen zur Wirtschafts- und Finanzpolitik und zur Wirtschaftslage von Branchen erreichen beinahe einen Platzanteil von zwei Prozent. Obwohl auf lokaler/regionaler Ebene Arbeit und Beruf nur mehr bei 0,5 Prozent liegen, wird der Wirtschaftslage von Branchen jedoch 2,3 Prozent Platzanteil zugestanden, dem Handel und der Wirtschafts- und Finanzpolitik an sich ein Prozent. In der VN-Heimat finden wirtschaftliche Themen tatsächlich keinen Platz.

Umweltschutz ist im Hauptblatt ebenso ein Randthema, wird aber erwähnt und stellt ebenso einer der zentralen Werte dar, die die VN vertreten möchten. Auch die vergangenen Studien bestätigen eine Tendenz, dass Human-Touch-Themen beliebte Themen sind, wobei Kriminalität, Unfälle und die Justiz gemeinsam fast fünf Prozent erreichen, Kunst und Kultur ebenso stark vertreten sind. Dennoch ist die Definition von Kunst und Kultur keineswegs nur jene der Hochkultur:

„Trachtenmusik, Amateurtheater, dort findet eigentlich wieder die breite Masse statt und dem räumen wir eigentlich sehr viel Platz ein.“⁷¹⁸

Die Themen sollen also möglichst nahe am Publikum sein, im möglichst nahen Umfeld. Jene sollen vorkommen, die etwas zu sagen haben, das können somit

⁷¹⁵ Vgl. Rager zit. in: Jonscher 1991, 11f; zit. in: Kurp 1994, 204, 218

⁷¹⁶ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 45; 49

⁷¹⁷ Vgl. Kurp 1994, 210

⁷¹⁸ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO78

Kulturschaffende und Theaterdirektoren sein, aber auch junge und alte Menschen aus allen gesellschaftlichen Schichten.⁷¹⁹

Politische Themen verlieren in der Berichterstattung quantitativ an Bedeutung, wobei wie bereits erwähnt auch lokale und regionale Probleme politische Themen sein können. Diese führen für Eugen Russ vom wuchernden Busch an der Straßenkreuzung bis hin zu einer zu kurzen Ampelphase in der Stadt.⁷²⁰ Verkehrslösungen, Verkehrsumfahrungen und Raumplanungen zählen außerdem dazu.⁷²¹

„Die Landespolitik gibt nicht mehr her, als wir bringen. Da ist nicht mehr.“⁷²²

Dass in den VN die Politik in anderen Bereichen nicht ausgeweitet wird, ist eine wirtschaftliche Entscheidung.

„Der Mitteleinsatz und die Relation von Input/Output ist bei uns am stärksten, wenn wir uns auf das Lokale konzentrieren und wäre wesentlich geringer, wenn man die Politik verstärkt.“⁷²³

In der Wiederholung auch der bedeutenden Werke darf für die weitere Analyse und Beschreibung der Ergebnisse die Arbeit zur Themenstruktur lokaler Nachrichten von Wilking⁷²⁴ nicht vergessen werden. Für ihn sind die vier stärksten Themenbereiche das Umfeld, die Versorgung und die Themengruppen Kriminalität/Unfälle und Veranstaltungen/Organisationen. Für die Blattmacher steht das Einsetzen für die Anliegen der Vorarlberger im Mittelpunkt und somit Themen wie der Föderalismus.⁷²⁵ Dies ist wie auch das Thema Umwelt ein zentraler Wert der VN, wobei Umweltpolitik in der VN-Heimat sogar mit über einem Prozent an Platzanteil erwähnt wurde. Daneben steht die Verkehrspolitik mit 4,3 Prozent.

Dabei ist besonders auf lokaler/regionaler Ebene und in der VN-Heimat zu erkennen, dass sowohl öffentliche Bauten mit zwei Prozent im Hauptblatt als auch Sanierungen und Umbauten in der VN-Heimat 20 Prozent einnehmen. Dennoch muss nochmals

⁷¹⁹ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO60; Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR 24

⁷²⁰ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 76-77

⁷²¹ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR 38

⁷²² Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO47

⁷²³ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO54

⁷²⁴ Vgl. Wilking 1998, 99ff

⁷²⁵ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO105-106

erwähnt sein, dass jenes Ergebnis mit dem Energieschwerpunkt der untersuchten Ausgabe zusammenhängt.

Zusammenfassend ist wichtig zu betonen, dass die ausdifferenzierten Kategorien oft zu kleinstelligen Ergebnissen führten, dennoch ist deutlich, dass die Prioritäten in den Themenbereichen Veranstaltungen, Personalia, VN-Aktionen und Sport liegen. Jenen wird am meisten Umfang zugesprochen, was nicht bedeutet, dass andere Themen zur Gänze vernachlässigt werden. Die genaue Verteilung der Artikel zum Wetter, zur Gesundheit, zu gesellschaftlichen Themen etc. kann im Anhang 2 entnommen werden und zeigt ein breites Spektrum. Es kann bereits erahnt werden, dass besonders die soziale Orientierung und die Unterhaltungsfunktion durch die Themenwahl gestärkt, die politischen und wirtschaftlichen Funktionen dadurch geschwächt werden. Themen allein können aber keine Leistung erbringen, weshalb ebenso Inhalt, Aufbau und Struktur der Artikel betrachtet werden. Abschließend zur Themenstruktur ist Gerold Riedmann zu zitieren, der betont, dass es auch „schöne Geschichten“⁷²⁶ braucht, welche in Hinblick auf die Themenstruktur zu überwiegen scheinen.

So lässt sich deutlich erkennen, dass Veranstaltungen und VN-Aktionen zu den größten Berichterstattungsbereichen gehören. In der VN-Heimat sind die „Personalia“, in den VN ist der Sport sehr stark vertreten. Lokale Politik ist differenzierter zu betrachten, was die Experten betonen. So ist ein lokalpolitisches Thema auch „politisch“, wenn keine direkten politischen Akteure vorkommen. Von der Müllabfuhr über einen neuen Wanderweg bis hin zum wuchernden Busch, Lokalpolitik umfasst viele Bereiche, was in einer weiteren Analyse genauer zu spezifizieren ist. Besonders treten aber der soziale und unterhaltende Teil in den Vordergrund, die politische und wirtschaftliche Berichterstattung sind hingegen schwach vertreten. Die Kunst- und Kulturberichterstattung, die ebenso einen wichtigen Stellenwert einnimmt, umfasst neben wenigen hochkulturellen Ereignissen zu einem großen Teil die Vereinsberichterstattung beziehungsweise „Amateur“- oder Popkultur. Dies wird in weiterer Folge noch zu erkennen sein.

⁷²⁶ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR 45

15.7. Akteure

	VN redaktionell	VN lokal/regional redaktionell	VN-Heimat redaktionell
Staatsoberhaupt	1,8	0	0
Landeshauptmann	0,8	1	0
Bürgermeister	1,8	2,9	11,9
Exekutive	7,7	5,5	6,9
Parteien	3,2	3,4	0,7
Judikative	1,2	1,3	0
Supranationale Organisationen	0,3	0	0
Sonstige politische Gruppen und Org.	0,4	0,6	6,3
Wirtschafts- und Gewerkschaftsverbände	8,4	9,2	4,7
Sonstige Interessensverbände	3,7	4,2	1,6
Berufsgruppen	26,9	26,4	22,5
Privatpersonen	11,1	15,2	22,9
Vereine	10,2	12,8	9,3
Experten	5	6,1	3,7
Gesamter Staat/Land	0,6	0	0
Sonstige Akteure	2	1,3	0

Abb. 24: Zahlen in Prozent des Platzanteils des redaktionellen Inhalts

Privatpersonen, Berufsgruppen und Vereine sind in allen drei Varianten der Auswertung am stärksten vertreten, wobei bei der VN-Heimat hinzuzufügen ist, dass im redaktionellen Teil zu 9,3 Prozent über Vereine berichtet wird, dies die Rubrik „Eingesendet“ jedoch nicht mit einschließt. (Der Bereich „Eingesendet“ nimmt in der Gesamtauswertung 14 Prozent ein und ist somit ein sehr starker Teil der VN-Heimat.) Ebenso stark vertreten sind im Hauptblatt Wirtschafts- und Gewerkschaftsverbände mit bis zu 9,2 Prozent. Diese umfassen unter anderem Gewerkschaften, Arbeiterverbände, Wirtschaftsunternehmen, Wirtschaftsverbände und Berufsstände. Hier ist jedoch zu erkennen, dass der hohe Platzanteil auf die Berichterstattung über Wirtschaftsunternehmen zurückzuführen ist (VN 6,3 Prozent; reg./lok. VN 6,6 Prozent; VN-Heimat 4,2 Prozent). Im Hauptblatt werden ebenso zu 1,5 Prozent Berufsstände berücksichtigt, auf regionaler beziehungsweise lokaler Ebene zu 2,1 Prozent.

Auch die Exekutive und die Experten finden im Hauptblatt fünf bis rund acht Prozent Erwähnung, wobei die Exekutive Bereiche vom Regierungschef über die Landesregierungspartei bis hin zu Ministerien, Polizei und Behörden abdecken. In der VN-Heimat werden rund fünf bis sieben Prozent jeweils von Wirtschafts- und Gewerkschaftsverbänden, der Exekutive und sonstigen politischen Gruppen eingenommen.

Wird der Akteur „Exekutive“ genauer betrachtet, so ist zu erkennen, wo die Prioritäten liegen. Im gesamten Hauptblatt nimmt der Regierungschef 1,1 Prozent, Bundesministerien zwei, Landesministerien 0,9 sowie Bezirks-, Stadt- und Gemeinderäte ein Prozent des Platzes ein. Dies verschiebt sich auf lokaler Ebene insoweit, dass kein Regierungschef in dem Sinne erwähnt wird, sondern jeweils zu 1,5 Prozent Bundes- beziehungsweise Landesministerien. Bezirks-, Stadt- und Gemeinderäte finden in gleichem Maße Erwähnung. Auch die Polizei ist in der Berichterstattung ein Akteur, der dazu gehört. (VN 0,6; VN reg./lok. 0,8, VN-Heimat 0,9 Prozent). Sehr stark sind in der VN-Heimat die Bürgermeister mit 11,9 Prozent vertreten, denen in der lokalen beziehungsweise regionalen Berichterstattung vergleichsweise nur 2,9 Prozent des Platzes eingeräumt wird.

Was ebenso auffällt ist die Berücksichtigung der Kirche in der Berichterstattung (Kategorie: Sonstige Interessensverbände). Im Hauptblatt wird ihr 1,7, auf regionaler Ebene 2,2 und in der VN-Heimat 0,7 Prozent des Platzes zugestanden. Am zweitstärksten sind Automobilclubs, die sich in allen drei Wertungsvariationen zwischen 0,7 und 0,9 Prozent bewegen.

Auch Berufsgruppen finden eine starke Erwähnung, wenn sie in der Ausübung ihres Berufes gezeigt werden. Sportler werden am häufigsten persönlich erwähnt und nehmen im Hauptblatt 13,3, auf regionaler/lokaler Ebene 11,8 Prozent ein. In der VN-Heimat werden sie im Vergleich mit einem Platzanteil von 1,1 Prozent (ohne „Eingesendet“) nur am Rande berücksichtigt. Künstler stehen an zweiter Stelle und werden in zwischen sechs und neun Prozent des Gesamtumfanges erwähnt. Da sich die Kategorie der Akteure nicht bis auf die letzte Einheit ausdifferenzieren ließ, da dies zu viele Merkmale für eine sinnvolle Analyse bedeuten würde, umfassen die „sonstigen Akteure“ im Hauptblatt 2,9 Prozent, auf lokaler/regionaler Ebene 4 Prozent und in der VN-Heimat sogar 12,3 Prozent.

In der theoretischen Abhandlung wurde bereits beschrieben, dass lokale Massenmedien eine Informationsbrücke zwischen wenigen Sprechern hauptsächlich von Verbänden, Parteien und Vereinen und einer Vielzahl von Rezipienten bilden, die sich über die Nahwelt austauschen.⁷²⁷ Eine überproportionale Berücksichtigung von Honoratioren stellt einen Hauptkritikpunkt von Seiten der Wissenschaft dar. So konstatierte auch Begemann das starke Gewicht von Vereinen, Parteien, Behörden, Politikern und wirtschaftlichen Organisationen.⁷²⁸

Die Auswertung zeigt, dass sowohl in den VN als auch in der VN-Heimat jedoch Privatpersonen, Berufsgruppen und Vereine in den Artikeln mit dem meisten Platzanteil angeführt werden. Besonders in der VN-Heimat wird Vereinen ein starkes Gewicht durch die Rubrik „Eingesendet“ zugesprochen.

„[Unsere] Grundprinzipien sind, dass wir ganz normale Menschen in der Zeitung haben und über deren Leben berichten. Und dass wir versuchen das Leben in der Region leichter zu gestalten und der Wegweiser für diese Region zu sein.“⁷²⁹

Dahinter verbirgt sich zu gewissem Grade eine Servicekomponente. Die VN bilden jährlich etwa 100.000 Vorarlberger ab und sind somit nah an diesen Menschen und ihrem Umfeld.⁷³⁰ Dazu zählt auch die Vereinsberichterstattung, die als typisches Ressort von Lokalzeitungen gilt.⁷³¹ Ein hoher Grad der Personalisierung ist somit ebenso festzustellen. So stellen nicht nur die Bilder, sondern auch die Berichterstattung Privatpersonen, Berufsgruppen und Vereine in den Vordergrund. Personalisierung stützt die Identitätsstiftung und Integrationsfunktion, erleichtert aber auch komplexe Themen vereinfacht darzustellen.

Während Privatpersonen und einfache Bürger in den VN also nicht vernachlässigt werden, zeigen sich in der sonstigen Akteursstruktur mit anderen Forschungen vergleichbare Ergebnisse. Wirtschaftsunternehmen wird beispielsweise in allen drei Auswertungsmodi viel Platzanteil zugesprochen. Ebenso werden im Hauptblatt Experten öfters zu Themen befragt, die Exekutive (mit besonderem Gewicht auf politische Ämter und der Polizei) kommt in gleichem Ausmaß vor. In der VN-Heimat

⁷²⁷ Vgl. Jonscher 1995, 19

⁷²⁸ Vgl. Begemann 1982, 193ff

⁷²⁹ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER26-27

⁷³⁰ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR106

⁷³¹ Vgl. Katzenberger 1999, 308, 314ff

wird die Exekutive auch berücksichtigt, bereits erwähnte Kritikpunkte zeigen sich jedoch, da die Bürgermeister mit über zehn Prozent des Platzanteils eine starke Plattform in den verschiedenen „Heimaten“ finden. Dennoch entsprechen die VN nicht dem Bild, einfachen Bürgern keine Plattform zu stellen und nur Vereinen, Verbänden, Gewerbetreibenden und Bürgermeistern einen Platz zuzusprechen.⁷³²

So ist zusammenfassend zu erkennen, dass besonders Privatpersonen, Berufsgruppen, bei denen Sportler und Künstler deutlich überwiegen, und Vereinen am meisten Platz zugesprochen wird. Ebenso nehmen wirtschaftliche Akteure – besonders Unternehmen – und Experten einen beachtlichen Teil des Platzes ein. In der VN-Heimat sind außerdem die verschiedenen Bürgermeister stark vertreten.

15.8. Soziale Funktionen

Auf Grund der starken Berücksichtigung sozialer Themen nehmen auch die sozialen Funktionen am meisten Platz ein. Die angeführten Werte sind prozentuale Durchschnittswerte der drei stärksten Indikatoren einer Kategorie. Die Merkmale werden erwähnt, die genauere Bestimmung ist im Kategoriensystem im Anhang 1 zu finden. Ebenso werden verschiedene Ergebnisse gefiltert. So kann ein Ergebnis in Bezug auf die gesamte VN und VN-Heimat heraus gelesen werden, ebenso aber wieder nur die Ergebnisse des redaktionellen Teils, des Lokal- und Chronikressorts alleine und der mit lokal und regional kodierten Analyseeinheiten.

Artikel Gesamtauswertung 1 Soziale Orientierung 2 Unterhaltungsfunktion 3 Ratgeberfunktion 4 Integrationsfunktion 5 Sozialisationsfunktion	Artikel redaktionell 1 Soziale Orientierung 2 Unterhaltungsfunktion 3 Ratgeberfunktion 4 Sozialisationsfunktion 5 Integrationsfunktion	Artikel Lokal-/Chronikressort 1 Unterhaltungsfunktion 2 Soziale Orientierung 3 Ratgeberfunktion 4 Integrationsfunktion 5 Sozialisationsfunktion	Artikel regional/lokal 1 Soziale Orientierung 2 Unterhaltungsfunktion 3 Ratgeberfunktion 4 Integrationsfunktion 5 Chronistenfunktion
Artikel VN-Heimat Gesamtauswertung 1 Soziale Orientierung 2 Ratgeberfunktion 3 Unterhaltungsfunktion 4 Integrationsfunktion 5 Chronistenfunktion		Artikel VN-Heimat redaktionell 1 Soziale Orientierung 2 Unterhaltungsfunktion 3 Ratgeberfunktion 4 Sozialisationsfunktion 5 Integrationsfunktion	

Abb. 25: Reihung der Funktionen nach Größe des Platzanteils (1 – größter Platzanteil)

An der folgenden Aufstellung sind die Stärken der jeweiligen Funktionen deutlich zu erkennen. Im Hauptblatt ist die Soziale Orientierung die am stärksten vertretene

⁷³² Vgl. Kurp 1994, 210f

Funktion. Direkt dahinter reiht sich die Unterhaltungsfunktion. Meist an dritter Stelle findet sich die Ratgeberfunktion, wobei auf lokaler und regionaler Ebene jene Funktion am zweitstärksten berücksichtigt wird. Darauf folgen die Integrationsfunktion und die Sozialisationsfunktion. Hier weichen die als lokal und regional kodierten und gefilterten Artikel ab, bei denen zusätzlich die Chronistenfunktion an vierter Stelle steht.

In der VN-Heimat ist das Ergebnis ähnlich. Die Soziale Orientierung nimmt am meisten Platz ein. An zweiter und dritter Stelle stehen die Ratgeber- und Unterhaltungsfunktion. Ein Unterschied zwischen redaktionellem und Gesamtinhalt ist zu erkennen, da redaktionell die Sozialisationsfunktion, beim Gesamtinhalt die Chronistenfunktion zu den fünf am meisten Platz einnehmenden Funktionen zählt. Die Identitätsstiftung und Integrationsfunktion reiht sich bei beiden ein.

15.8.1. Sozialisationsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
9,5	14,2	15,4	10,9	11,2	16,5

Abb. 26: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Sozialisationsfunktion wurde mit den Merkmalen „Bildung und Erziehung“, „Information über Geschichte und Tradition“, „Vermittlung von Werten und Normen“ sowie „Geborgenheit, Vermittlung von Sicherheit“ definiert. Wie in der oben angeführten Aufstellung zu erkennen ist, wird die Sozialisationsfunktion geleistet und befindet sich meist an vierter oder fünfter Stelle. Bei regional und lokal kodierten Analyseeinheiten und bei der Gesamtauswertung der VN-Heimat ist die Sozialisationsfunktion nicht unter den stärksten Fünf.

So vermitteln die Massenmedien das „Menschsein“⁷³³ und fördern damit den Zusammenhalt in der Region.⁷³⁴ Denn Menschen werden durch die Sozialisationsfunktion erst in das soziale System der Gesellschaft eingegliedert.⁷³⁵ Die Einzigartigkeit, die von einer Zeitung gefordert wird, ebenso das Ziel, den „Menschen

⁷³³ Vgl. Burkart 2002, 283ff

⁷³⁴ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER4

⁷³⁵ Vgl. Jonscher 1995, 138

zum Gewohnheitstier zu erziehen“,⁷³⁶ sodass er die Zeitung braucht, kann außerdem als Teil der Sozialisationsfunktion verstanden werden, da das Publikum mit der Zeitung aufwächst und sozialisiert wird. So hofft auch Eugen Russ, dass die VN als Teil der Vorarlberger Identität eine wichtige Funktion wahrnehmen.⁷³⁷ Wichtig scheint dabei besonders das Liefern von Geschichten und Gesprächsstoff zu sein, wodurch die VN Menschen vernetzen können.⁷³⁸

In der Auswertung zeigt sich, dass im Lokal-/Chronikressort und im redaktionellen Teil der VN-Heimat die Sozialisationsfunktion die meisten Platzanteile vorweist. In diesem Zusammenhang sind besonders zwei der kodierten Werte stark. Einerseits nehmen die im Hauptblatt regional und lokal kodierten Artikel zwölf Prozent zum Thema „Information über Geschichte und Tradition“ ein. Diesbezüglich bezieht sich beispielsweise Hermann auf die zentralen Werte, die über ein lokales Medium vermittelt werden: der Ortsname, das individuelle und kollektive Gedächtnis, der Heimatbegriff.⁷³⁹ So waren für die Blattmacher, für die Chefredakteure und Herausgeber vor rund 30 Jahren beispielsweise Ereignisse wie die Schiffstaupe und „Pro Vorarlberg“ tragende Ereignisse der VN, heute werden sie jedoch nur mehr als Teil der Vorarlberger Geschichte, aber keineswegs als Teil der Identität der VN empfunden.⁷⁴⁰ Die Sozialisationsfunktion führen die VN somit nicht als Akteur der Öffentlichkeit, sondern als Plattform und Vermittler aus. Ein zentraler Wert, den die VN aber weitertragen und für die Experten von großer Bedeutung ist, ist der Föderalismus, die Anliegen der Vorarlberger stehen im Mittelpunkt.⁷⁴¹ Trotz der abweisenden Haltung gegenüber aktiver politischer Bestrebungen in den sechziger und siebziger Jahren, kann gemeinsam mit der quantitativen Analyse eine starke Vertretung und Vermittlung des Heimatbegriffs und des kollektiven Gedächtnisses festgestellt werden.

Außerdem ist die Vermittlung von Sicherheit ein starkes Thema, welches im Hauptblatt 11,7 Prozent, bei lokal/regional kodierten Analyseeinheiten 13,6 Prozent und in der VN-Heimat sogar 26,2 Prozent des Platzes einnimmt. Die Vermittlung von Sicherheit trägt dabei im tatsächlich lokalen Bereich der Berichterstattung einen hohen

⁷³⁶ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO1

⁷³⁷ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER16

⁷³⁸ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR118-120

⁷³⁹ Vgl. Hermann 1993, 82ff

⁷⁴⁰ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER67

⁷⁴¹ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO105-106

Stellenwert. Die VN-Heimat trägt dadurch eindeutig sehr stark zur Vermittlung von Geborgenheit des Publikums in seinem Umfeld bei.

Im Zuge der Sozialisationsfunktion, die im Gesamten eine wichtige Stellung einnimmt, wird dem Publikum somit ermöglicht, sich durch Geschichten und damit durch Gesprächsstoff zu vernetzen. Stark ist dabei die Information über Geschichte und Tradition, was auf die Stärkung des kollektiven Gedächtnisses und des Heimatgefühls hinweist. So ist auch die Vermittlung von Sicherheit sowohl im Hauptblatt als auch in der VN-Heimat von Bedeutung und wird im Zuge der Berichterstattung häufig geleistet.

15.8.2. Soziale Orientierung

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
25,5	38,9	24,2	30,5	25,3	37,7

Abb. 27: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die soziale Orientierung wurde in der Analyse mit den Merkmalen „Zurechtfinden in der Umwelt“, „Meinungsbildung durch Kommentare“, „Veranstaltung/Aktion als Berichterstattungsanlass“, „Wohnen, Erholung“, „Personalien“ sowie „Freizeitkalender/Veranstaltungshinweise“ messbar gemacht.

Die soziale Orientierung geht aus der Analyse eindeutig als stärkste Funktion hervor. Sowohl im Hauptblatt als auch in der VN-Heimat ist diese Funktion in fast 40 Prozent des Platzes der gesamten redaktionellen Artikel zu finden. Auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene liegt der Wert zwischen 24 und 30 Prozent des Platzanteils der gesamten Zeitung.

Die soziale Orientierung ist im lokalen und regionalen Bereich von Bedeutung, da sie Hand in Hand mit der Komplexitätsreduktion und der Vermittlung in einer ausdifferenzierten Gesellschaft zu sehen ist. So kann das soziale Zusammenleben gewährleistet werden.⁷⁴² Die Metapher des Journalismus, der Landkarten zeichnet und somit die Realität nicht spiegelt,⁷⁴³ sondern die Öffentlichkeit repräsentiert, indem die

⁷⁴² Vgl. Wallner 2007, 41f

⁷⁴³ Vgl. Weischenberg 2002, 102

Umwelt beobachtet wird und gar Wissensvorgaben angeboten werden, soll hier ebenso Platz finden. Denn so können sich die einzelnen Rollenträger in der ausdifferenzierten Gesellschaft zurechtfinden, besonders im Zuge von Deutungsangeboten und Werthaltungen.⁷⁴⁴ So kann zum ersten besonders starken Wert dieser Funktion übergeleitet werden: „Zurechtfinden in der Umwelt/Überschaubarkeit“. Im Hauptblatt ist dieser Wert in 36,5 Prozent des Platzanteils von Analyseeinheiten zu finden, auf lokaler und regionaler Ebene steigt dieser Wert nochmals deutlich auf 43,8 Prozent an. Das bedeutet, dass fast die Hälfte des Platzanteils im lokalen beziehungsweise regionalen Bereich zur sozialen Orientierung beitragen. Auch in der VN-Heimat entsprechen 37,5 Prozent des Platzes dem Zurechtfinden in der Umwelt.

Im Zuge der Sozialen Orientierung soll das Leben erleichtert werden – Eugen Russ bezeichnet die VN diesbezüglich auch als Wegweiser.⁷⁴⁵ Ebenso soll Überblick darüber geschaffen werden, was sich im Land anbietet⁷⁴⁶ und was im unmittelbaren Kreis geschieht, da zu jenem die engste Beziehung besteht.⁷⁴⁷ Der Überblick kann durch einen bestimmten Aufbau erleichtert werden. So beschreibt Gerold Riedmann, dass die VN Themen mit alltäglichen Mitteln übersichtlich darstellen, von Bildern über Texte bis hin zu Augenzeugenberichten und Infografiken.⁷⁴⁸ Die Bewältigung von Alltagsproblemen⁷⁴⁹ kann dadurch ebenso unterstützt werden.

Dazu zählt auch die Berichterstattung über Veranstaltungen und Aktionen, welche zu rund einem Viertel des Gesamtplatzes in allen Analyseeinheiten vorkommen. Ebenso der Freizeitkalender und die Veranstaltungshinweise, die im Hauptblatt rund ein Fünftel, in der VN-Heimat etwa 15 Prozent des Platzanteiles einnehmen. Es ist dabei besonders ersichtlich, dass mehrere Indikatoren vorkommen können. Ein kurzer Bezug soll nochmals zum Begriff des „Gewohnheitstiers“ hergestellt werden. Das Publikum muss die Zeitung brauchen, es muss ihm etwas fehlen, wenn es die Zeitung nicht hat.⁷⁵⁰ So gehören Ankündigungen und Veranstaltungsberichte zur USP der VN.

⁷⁴⁴ Vgl. Voltmer 1998/199, 30

⁷⁴⁵ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 21; 27

⁷⁴⁶ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER39-40

⁷⁴⁷ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO20-21

⁷⁴⁸ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR57-64

⁷⁴⁹ Vgl. Koudelka 1991, 59ff

⁷⁵⁰ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO10-11

Der Bereich der Personalia stellt ebenso die Möglichkeit her, sich über das nahe Umfeld zu informieren. Benzinger sieht neben der Darstellung von Normen die häufigsten lokalen Themen in Familienanzeigen, Jubiläen, Anzeigen zu Geburt, Ehe und Tod.⁷⁵¹ Besonders das Mitgefühl steht damit in Verbindung, was die Blattmacher als wesentliche Funktion der Todesanzeigen sehen.⁷⁵² So stellen die VN eine emotionale Verbundenheit her, indem sie darüber informieren wer gestorben ist, wer Nachwuchs bekommen oder geheiratet hat.⁷⁵³

Die soziale Orientierung stellt mit Abstand die stärkste Funktion dar, was bedeutet, dass das soziale Zusammenleben durch die VN gefördert wird und im Zuge dessen Werthaltungen und Deutungsangebote vermittelt werden. Das Zurechtfinden wird ermöglicht und steigt auf lokaler und regionaler Ebene nochmals an. Hier findet besonders die Berichterstattung über Veranstaltungen ihren Platz, auch Ankündigungen dienen der Orientierung des Publikums in der Gesellschaft. Ebenso sei nochmals auf die Todesanzeigen verwiesen, die eine deutliche USP der VN darstellen, auch auf Grund der regionalen Schaltung.

15.8.3. Identitätsstiftung/Integrationsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
10,8	13,1	15,5	14,4	13,6	14,7

Abb. 28: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Identitätsstiftung und Integrationsfunktion wurde anhand folgender Merkmale definiert: „Personalisierung“, „Ethnozentrismus“, „Erzeugung einer kollektiven Identität“, „Integrationskommunikation“, „Porträts erfolgreicher Sportler“, „Einrichtungen mit Integrationsbezug“.

Diese Funktion nimmt im Hauptblatt und in der VN-Heimat den vierten beziehungsweise fünften Platz der gesamten sozialen Funktionen ein. Nur bei den Analyseeinheiten lokaler und regionaler Nähe steht diese Funktion an dritter Stelle. Kurz sei zu erwähnen, dass die soziale Orientierung, die Identitätsstiftung und

⁷⁵¹ Vgl. Benzinger 1980, 60ff

⁷⁵² Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 14

⁷⁵³ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO3-5; 25-26

Integrationsfunktion in Zusammenhang stehen. Während auf der einen Seite Hilfe zur Problemlösung angeboten wird, kann damit die verlorene Gemeinsamkeit wieder hergestellt werden.⁷⁵⁴ Die Region ist das Bewusstsein der Zugehörigkeit,⁷⁵⁵ sie wird durch ein „Wir-Gefühl“ zusammen gehalten.

„Das Wichtigste ist überhaupt, dass wir eine Plattform sind, wo der Zusammenhalt der Region ganz wesentlich gefördert wird. [...] Ein Wir-Gefühl kommt natürlich über eine solche Plattform zustande.“⁷⁵⁶

So sind die Massenmedien „wichtigste Instanzen“ in einer modernen Gesellschaft, um kollektive Identität zu erzeugen⁷⁵⁷ und als Voraussetzung Öffentlichkeit und gemeinsame Werte herzustellen und zu erhalten.⁷⁵⁸

Dies kann auch über Personalisierung geschehen, wobei beispielsweise Rohr in der lokalen Berichterstattung eine Tendenz der personalisierten Themen sieht beziehungsweise zu Themen, die personalisiert werden.⁷⁵⁹ Sowohl Willyard als auch Begemann stellen in ihren Untersuchungen fest, dass die Berichterstattung in Lokalmedien hoch personalisiert ist.⁷⁶⁰ Dies ist auch in den VN der Fall. Im Gesamtblatt werden in rund 19 Prozent, auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene in fast einem Viertel des Platzanteiles Ereignisse personalisiert. Die VN-Heimat weist ähnliche Werte auf.

In den VN erscheint beispielsweise täglich die Rubrik „Vorarlberger über die man spricht“, in welcher alltägliche Vorarlberger vorgestellt werden. Einfache Menschen beziehungsweise Privatpersonen nehmen einen besonderen Stellenwert in den VN ein. Eine Integrationsleistung kann aber auch durch Kommunikation über Integration an sich erfüllt werden,⁷⁶¹ indem ebenso auch Randgruppen und Minderheiten repräsentiert werden.⁷⁶²

⁷⁵⁴ Vgl. Burkart 2002, 385f

⁷⁵⁵ Vgl. Wehling zit. in: Mast/Weigert 1991, 18

⁷⁵⁶ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER4-9

⁷⁵⁷ Vgl. Reinhardt In: Jäckel 2005, 33

⁷⁵⁸ Vgl. Benzinger 1980, 55

⁷⁵⁹ Vgl. Rohr zit. in: Jonscher 1995, 287

⁷⁶⁰ Vgl. Willyard In: Conference Papers – National communication Association 2007, 15f; vgl. Begemann 1982, 193ff

⁷⁶¹ Vgl. Wallner 2007, 113

⁷⁶² Vgl. Haas 2005, 28

Während die Berichterstattung über Integrationsthemen in der untersuchten Stichprobe kaum Platz in den VN zugesprochen wird, verweist der Chefredakteur darauf, dass es zwar keine standardisierte Integrationsberichterstattung gäbe,⁷⁶³ diese jedoch phasenweise stärker thematisiert werde.⁷⁶⁴ Vereinsberichterstattung und besonders Fußball ist für den Experten beispielsweise ebenso gelebte Integration.⁷⁶⁵ Dennoch stimme es auch teilweise, dass über viele Menschen mit Migrationshintergrund nur in kriminellen Zusammenhängen berichtet werde. Daneben werden aber auch Schwerpunkte gesetzt, in denen über „integrierte Ausländer“ berichtet wird.⁷⁶⁶

Die Herstellung einer emotionalen Bindung zur Heimat und die Ausbildung und Entwicklung einer kollektiven Identität⁷⁶⁷ nimmt ebenso auf lokaler/regionaler Ebene der VN und in der VN-Heimat rund zehn Prozent des Platzanteiles ein. Dabei kann die Identifikationsfunktion auch durch Human-Interest-Themen gestützt werden,⁷⁶⁸ indem beispielsweise erfolgreiche Sportler porträtiert oder ethnozentrische Merkmale in der Berichterstattung identifiziert werden. Ein Wir-Gefühl, eine Gemeinschaft, kann auch über regional geschaltete Todesanzeigen und dem damit verbundenen Mitgefühl entstehen. Ohne die Todesanzeigen speziell kodiert zu haben, zählt die Identitätsstiftung und Integrationsfunktion zu den stärksten Funktionen.

„Es gibt [...] den Vergleich, dass Lokalmedien der ‚Glue‘ einer Region [...] [sind], also der Kleb, der die Menschen zusammenhält und in dieser Funktion sehen wir uns sehr stark.“⁷⁶⁹

Auch die Identitätsstiftung und Integrationsfunktion, die aus der sozialen Orientierung und Sozialisationsfunktion resultieren kann, nimmt einen großen Platzanteil ein. Dabei wird das Gefühl der Zusammengehörigkeit vermittelt, die kollektive Identität untermauert und im Zuge dessen ebenso einfache Personen dargestellt. Die Berichterstattung ist zu rund einem Viertel personalisiert. Integrationsberichterstattung im Sinne der direkten Kommunikation über Integration findet keinen standardisierten Platz und war in der Stichprobe kaum vorzufinden.

⁷⁶³ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO81

⁷⁶⁴ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO83

⁷⁶⁵ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO85-87; 97-98

⁷⁶⁶ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO88-96

⁷⁶⁷ Vgl. Wallner 2007, 107

⁷⁶⁸ Vgl. Koudelka 1991, 59ff

⁷⁶⁹ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER22

15.8.4. Enkulturationsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN Nähe lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
1,9	3	2,5	2,2	2,7	5,6

Abb. 29: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Enkulturationsfunktion setzt sich aus „Kunst- und Kulturvermittlung“, „Lehr- und Bildungsstoffe zu Kultur und kulturellen Unterhaltungsangeboten“, „Vermittlung kultureller Perspektiven“, „Vermittlung kultureller Entwicklungen“, „Information über unterschiedliche kulturschaffende Gruppen“ und „Information über unterschiedliche Kulturen“ zusammen.

Vergleichsweise wird die Enkulturationsfunktion in nur sehr geringem Ausmaß geleistet und kann mit der Stärke der politischen Funktionen verglichen und beinahe gleichgesetzt werden.

Auch durch die Enkulturationsfunktion können Gemeinsamkeiten in der Gesellschaft gestiftet werden,⁷⁷⁰ das geringe Ausmaß weist jedoch auf die Erfüllung nur weniger Indikatoren hin. Der Umfang der kulturellen Berichterstattung nimmt einen beachtlichen Teil – mehr als die Politik – ein. Hier ist jedoch zu erkennen, dass ein Thema nicht gleich zur Erbringung einer Leistung führt.

Dennoch soll erwähnt sein, dass die Kultur während der Woche eine Seite und am Wochenende mit der Bücherseite vier Seiten umfasst. Der geringe Wert kann sich auch dadurch erklären, dass mit großen Kulturereignissen nur wenige Vorarlberger erreicht werden können. Hochkultur steht also, wie bereits erwähnt, nicht an erster Stelle.⁷⁷¹ Ebenso wurde mit „Wohin am Wochenende“ die kulturelle Berichterstattung ausgedehnt, in der VN-Heimat bei der Rubrik „Verein im Fokus“ viele Kulturvereine vorgestellt.⁷⁷² Die Priorität liegt somit im Lokalen.

Anmerkung: Die Begriffe der Kunst- und Kulturvermittlung, kulturelle Perspektiven etc. müssten, um dem lokalen/regionalen Bereich gerecht zu werden, auch die Vereine, die bereits in der Themenstruktur berücksichtigt wurden, mit einbezogen werden.

⁷⁷⁰ Vgl. Jonscher 1995, 13

⁷⁷¹ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO70-78

⁷⁷² Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO72-76

15.8.5. Ratgeberfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
15,4	19,7	17,5	20,1	15,4	25,3

Abb. 30: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Operationalisierung der Ratgeberfunktion besteht aus dem „Leserservice“, dem „Ombudsmann/Leseranwalt/telefonischen Bürgerservice“, „Informationen zur Bewältigung von Alltagsproblemen“ und „Einkaufstipps“.

Die Ratgeberfunktion ist eine sowohl von den VN als auch der VN-Heimat stark berücksichtigte Funktion und ist meist an dritter Stelle gereiht. Nur bei der lokalen beziehungsweise regionalen Berichterstattung des Hauptblattes reiht sich die Funktion an zweite Stelle ebenso wie in der Gesamtauswertung der VN-Heimat.

So kann festgestellt werden, dass die Ratgeberfunktion ebenso zu den zentralen Leistungen der VN gehören. Besonders der Leserservice ist sehr stark ausgeprägt und verantwortlich für dieses Ergebnis. So hat der Leserservice, wozu unter anderem Veranstaltungshinweise, Ärztenotdienste etc. gezählt werden können, in der Gesamtausgabe einen Platzanteil von 36, auf lokaler/regionaler Ebene 47,6 und in der VN-Heimat 32,4 Prozent. Der Leserservice stellt einen direkten Nutzen für das Publikum dar, wodurch Entscheidungen auf Grund spezifischer Informationen getroffen werden können.⁷⁷³ So zählen unter anderem Ratgeber zu Konsum, Gesundheit, Schule, Natur, Freizeit etc. zu den wichtigsten Servicefunktionen in der bisherigen Forschung.⁷⁷⁴

Auch für die Experten ist diese Funktion von großer Bedeutung. Durch den Ombudsmann und die Bürgerforen bekommen Menschen ohne Lobby eine wichtige Stimme, wobei ebenso die Aktion „Ma hilft“ klar zur Service- und Ratgeberkomponente hinzugezählt werden kann.

⁷⁷³ Vgl. Wilking 1988, 91ff

⁷⁷⁴ Vgl. Teichert zit. in: Jarren 1984, 77; Mast/Weigert 1993, 22f

Die Ratgeberfunktion ist fast durchgängig die drittstärkste Leistung, die von den VN erfüllt wird. Besonders der Leserservice ist stark ausgeprägt, wobei wieder ein starker Bezug zu Veranstaltungshinweisen festgestellt werden kann.

15.8.6. Unterhaltungsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
20,7	28,3	26,3	22	14	21,1

Abb. 31: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Unterhaltungsfunktion ist eine umfassende Funktion und setzt sich unter anderem aus den definierten Human-Interest-Themen zusammen, die im Themenbereich „Soziales“ im Kategoriensystem die Nummern zwischen 6115 und 6128 einnehmen. Ebenso zählen „Schaden“, „Überraschung“, „Sport“, „Witze“, „Rätsel“ und „Gerüchte, Satire, Poesie“ zur Unterhaltungsfunktion.

Die Funktion ist die mitunter zweitstärkste dieser Analyse und nimmt meist den zweiten Platz, im Lokal- und Chronikressort sogar den ersten Platz ein. In der Gesamtauswertung der VN-Heimat steht die Unterhaltungsfunktion an dritter Stelle. So sollen die VN auch Spaß machen und angenehm zu lesen sein.⁷⁷⁵ Personalien spielen ebenso eine Rolle wie auch der Veranstaltungskalender.

„Die Mischung macht's und die sozialen Themen und die weicheren Themen sind für die Tageszeitung immens wichtig.“⁷⁷⁶

Im Zuge der theoretischen Abhandlung wurden Ergebnisse dargestellt, die zeigten, dass beispielsweise das Hauptinteresse des lokalen Zeitungslesers weniger auf dem politischen als auf dem unterhaltenden Teil liegt.⁷⁷⁷ Der Bedarf nach Zerstreuung und Unterhaltung, Entspannung und Erholung kann durch Lokal- beziehungsweise Regionalmedien gestillt werden. So werden jene häufig als Unterhaltungslektüre genutzt.⁷⁷⁸ Benzinger konstatiert, dass Rekreation nicht zu den vordergründigen Leistungen zählt, wobei dazu ebenso amüsante Geschichten,

⁷⁷⁵ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR 122

⁷⁷⁶ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR41

⁷⁷⁷ Vgl. Irle zit. in: Ronneberger/Stuiber In: Noelle-Neumann/Ronneberger/Stuiber 1976, 64

⁷⁷⁸ Vgl. Oswald zit. in: Begemann 1982, 104f

Gerichtsberichterstattung und Familienberichterstattung hinzugezählt werden können.⁷⁷⁹ Solche Human-Interest-Themen und damit einer der Indikatoren zur Unterhaltung überwiegen in den VN jedoch am stärksten. Im gesamten Hauptblatt nehmen sie 48,1 Prozent des Platzes ein, auf lokaler und regionaler Ebene sogar 54 Prozent. Das heißt, dass über die Hälfte des Platzes auf lokaler/regionaler Ebene mit Human-Interest-Themen besetzt ist. In der VN-Heimat ist der Wert mit 38,3 Prozent nicht so hoch.

Dabei soll Teichert erwähnt werden, der Human-Interest-Themen als Gerichtsverhandlungen, Kriminalität, Persönlichkeiten, Unfälle, Unglücke, Unwetter und Sport definiert, welche unterhalten und Neugierde schaffen.⁷⁸⁰ Die Unfälle interessieren die Menschen überproportional, was die Experten an der Klickanzahl des zum Medienhaus gehörenden Online-Portals Vorarlberg Online erkennen. Dabei ist die Betroffenheit sehr groß,⁷⁸¹ da Unfälle den engsten lokalen Bereich betreffen.⁷⁸² Sport wurde in dieser Analyse extra erfasst und in der Gesamtausgabe mit über zehn Prozent des Platzanteiles identifiziert. In der VN-Heimat kann ein lokales Kinderfußballturnier in der Rubrik „Eingesendet“ rund 300 Menschen erreichen, die Väter, die Mütter, die Verwandten, Schulkollegen etc.⁷⁸³ Das heißt, dass Sport tief in die Gemeinden geht und deshalb von den VN unter anderem als so wichtig erachtet wird.⁷⁸⁴

Zur Unterhaltung zählen ebenso Kreuzworträtsel und Sudoku-Rätsel. Christian Ortner spricht, dass auch durch solche Elemente ein gewisses Suchtverhalten entstehen kann.⁷⁸⁵ Somit kann eine weitere Bindung an das Blatt erzielt werden.

Ob aber ein so hoher Anteil an Human-Interest-Themen bereits problematisch ist, vermag durch diese Analyse nicht geklärt werden. Unterhaltung zählt dennoch gemeinsam mit der sozialen Orientierung, besonders auch durch Veranstaltungs- und Terminhinweise, zu den stärksten Funktionen. Auffällig ist, dass die sozialen Funktionen aber im Vergleich zu den politischen und wirtschaftlichen Funktionen

⁷⁷⁹ Vgl. Benzinger 1980, 66

⁷⁸⁰ Vgl. Teichert zit. in: Jarren 1984, 77

⁷⁸¹ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR56

⁷⁸² Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO18

⁷⁸³ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO27

⁷⁸⁴ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR79

⁷⁸⁵ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO9

deutlich mehr Platz einnehmen, wobei eine Ausgeglichenheit der Bereiche zu einer Leistungserfüllung sicherlich beitragen kann.

Neben der sozialen Orientierung sticht besonders die Unterhaltungsfunktion hervor. Hier nehmen die Veranstaltungen und Personalia wiederum einen bedeutenden Platz ein. Sehr stark ist die Berücksichtigung von Human-Interest-Themen, die rund die Hälfte der Berichterstattung umfassen. Dabei ist auch die Unfallseite für die Experten von besonderer Bedeutung und damit einhergehend die Emotionalität und Betroffenheit.

15.8.7. Funktion der Statusverleihung

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
2,9	4,5	6,1	3,5	6,6	6,9

Abb. 32: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Funktion der Statusverleihung wird im Vergleich zu manchen Funktionen eher weniger berücksichtigt, es ist aber deutlich zu erkennen, dass im Lokal- und Chronikressort diese Funktion in stärkerem Ausmaß geleistet wird. Die VN-Heimat ist mit fast sieben Prozent vergleichsweise stark, wenn es darum geht, Privatpersonen und Prominente zu porträtieren, besondere Leistungen von Menschen hervorzuheben oder bestimmte Organisationen und Vereine vorzustellen.

Der Name der Funktion besagt bereits, dass es sich dabei um die Verleihung von Ansehen und Prestige an Personen, Organisationen oder unterschiedlichen sozialen Bewegungen handelt.⁷⁸⁶ Während bereits erwähnt wurde, dass versucht wird, normale Menschen und ihr Leben in den VN abzubilden,⁷⁸⁷ wird ebenso eine stärkere Einbindung des Publikums im Zuge eines User-generated-contents forciert, was ebenso mit der Statusverleihung zusammenhängt, aber in dieser Arbeit auf keiner wissenschaftlichen Grundlage bewertet werden kann.

⁷⁸⁶ Vgl. Benzinger 1980, 62f

⁷⁸⁷ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER26

Wichtig ist zu erwähnen, dass hier besonders die VN-Heimat hervortritt und im größten Ausmaß über besondere Leistungen von Menschen mit einem Platzanteil von 14,2 Prozent berichtet. Hier soll erwähnt werden, dass die Berichterstattung der VN-Heimat somit mit einer starken Vermittlung von Sicherheit und über besondere Leistungen in Richtung häufig positiv konnotierten Themen tendiert.

Anmerkung: Um bestimmen zu können, ob dies tatsächlich der Fall ist, müsste eine weitere Funktion, beispielsweise die „Heile-Welt-Funktion“ operationalisiert und in einer weiteren Analyse untersucht werden. Die Tendenz besteht aber im lokalen Medium tatsächlich.

Besonders dieser Bereich wird in Zukunft weiterhin unter anderem durch den User-generated-content fokussiert und erweitert werden, die Einbindung des Lesers ist auch bei der Statusverleihung für die Experten zentral. Diese Funktion zählt jedoch zu den schwächer ausgeprägten sozialen Funktionen.

15.8.8. Chronistenfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
8,8	13	13,2	13	13,4	21,1

Abb. 33: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Chronistenfunktion nimmt zwei Mal den viert- oder fünftmeisten Platzanteil in Anspruch: bei der Gesamtauswertung der VN-Heimat und bei den lokal und regional kodierten Analyseeinheiten des Hauptblattes. Ansonsten reiht sich die Funktion, die dennoch einen starken Platzanteil besitzt, hinter die fünf am meisten Platz einnehmenden Funktionen ein. Sie setzt sich aus den Merkmalen „Meinungen zur Grundlage der Meinungsbildung“, „unterschiedliche Sprecher“, „Erwähnung von Bürgern und Organisationen“ und „Relevanz“ zusammen. Die Prozentwerte sprechen für sich und schreiben auch der Chronistenfunktion eine bedeutende Rolle zu.

Chronisten schreiben über Ereignisse, darüber, was passiert. Sie schreiben möglichst umfassend und lückenlos und bieten dem Publikum ein großes Meinungsspektrum.⁷⁸⁸ Um dies zu gewährleisten, stellt die Kommentierung ein bedeutendes Element dar.

⁷⁸⁸ Vgl. Golombek In: Wittkämper 1992, 93; vgl. Jonscher 1991, 187

Unterschiedliche Sprecher und vielseitige in keine Richtung einzuordnende Kommentierungen vom ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden bis hin zum Kaisersohn sind dabei für die Experten der VN eine Grundlage, um dies umzusetzen.⁷⁸⁹

„[E]s tut uns gut, dass wir über die Gastkommentatoren das ganze Meinungsspektrum abbilden, es tut uns sicher auch gut, dass wir eine Meinung haben. Das erwartet man von einer Zeitung.“⁷⁹⁰

Wissensvorgaben werden dadurch angeboten, die Zeitung erbringt heute im Zuge der Chronistenfunktion nach Luhmann die Leistung, die in anderen Gesellschaftsformationen durch Priester oder Weise erbracht worden wäre.⁷⁹¹ Dazu ist es die Aufgabe von Lokal- beziehungsweise Regionalmedien, die Neuigkeiten zu präsentieren und Informationen zu jenen Themen zu publizieren, die in einer nicht so stark ausdifferenzierten Gesellschaft am Markt ausgetauscht worden wären.⁷⁹² Darin verstehen auch die Zeitungsmacher ihre USP, nämlich den perfekten „Browser“ und Überblick darüber zu bieten, was im Land passiert und was sich anbietet.⁷⁹³

Die Chronistenfunktion nimmt dabei weitgehend viel Platz ein, nicht vergleichbar mit der sozialen Orientierung, aber dennoch ist sie gut vertreten. Wie erwähnt treten bei der Messung von Relevanz dieselben Probleme wie bei der Nähe-Messung auf, weshalb die Werte, die zwischen zwölf und 25 Prozent liegen keine starke Aussagekraft besitzen. Dennoch zeigt sich in der VN-Heimat eine deutliche Stärke des Indikators „Erwähnung von Bürgern und Organisationen“, der mit einem Platzanteil von 21,5 Prozent bestimmt werden kann. Christian Ortner betont, dass jene vorkommen müssen, die etwas zu sagen haben. Die Chronistenfunktion kann dadurch mit der Statusfunktion in Verbindung gebracht werden, sodass denjenigen ebenso eine Stimme verliehen wird, die keine starke Lobby hinter sich stehen haben.

Im Zuge der Chronistenfunktion wird Komplexität reduziert und über das Geschehen im „Ländle“ aber auch auf internationaler und nationaler Ebene berichtet. Hier kann neben der sozialen Orientierung besonders die Überblicksfunktionalität der Zeitung in den Vordergrund treten, wobei hier Privatpersonen und Bürgern ein starkes Gewicht zugesprochen wird.

⁷⁸⁹ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER29

⁷⁹⁰ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO132

⁷⁹¹ Vgl. Luhmann 2004, 141f

⁷⁹² Vgl. Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 29

⁷⁹³ Vgl. Interview Eugen Russ, ER39-40

15.9. Politische Funktionen

Da die sozialen Themen die politischen deutlich überwiegen, sind die Prozentsätze der politischen Funktionen ebenso deutlich geringer als jene der sozialen. Publikumserwartungen werden auch in diesem Bereich berücksichtigt, denn politische Funktionen dienen dazu Kompetenzen zu vermitteln, um als Souverän in einer Demokratie agieren zu können.⁷⁹⁴ Während Rombach in den Lokalmedien eine apolitische Tendenz verortet,⁷⁹⁵ stellen beispielsweise Hüther, Scholand und Schwarte einen Anteil von 19 Prozent, Zoll einen Anteil von fünf bis 17 Prozent und Schönbach von 20 bis 25 Prozent fest. Da eine Abgrenzung getroffen werden musste, wurden politische Themen als jene eingeordnet, in welchen politische Akteure vorkamen beziehungsweise Entscheidungen in Bezug auf Akteure getroffen wurden. Gerold Riedmann erwähnt dazu aber:

„Bei der Lokalpolitik möchte ich schon daran erinnern, nur weil ein Politiker nicht abgebildet wird bei einem Thema, heißt es nicht, dass es kein politisches Thema ist.“⁷⁹⁶

Was schlussendlich Politik ist und was nicht, bestimmt die Definition, welche jedoch in der zukünftigen Forschung besonders in Bezug auf Lokalpolitik weiter gefasst werden kann. Für die politischen Funktionen wurde wiederum der Durchschnitt der drei am stärksten aufscheinenden Indikatoren der jeweiligen Funktion errechnet, woraus sich folgende Reihung ergab.

Artikel Gesamtauswertung 1 Artikulationsfunktion 2 Politische Sozialisation 3 Herstellung von Transparenz 4 Kritik- und Kontrollfunktion 5 Forumsfunktion	Artikel redaktionell 1 Politische Sozialisation 2 Artikulationsfunktion 3 Herstellung von Transparenz 4 Kritik- und Kontrollfunktion 5 Forumsfunktion	Artikel Lokal-/Chronikressort 1 Artikulationsfunktion 2 Herstellung von Transparenz 3 Politische Sozialisation 4 Forumsfunktion 5 Herstellung von Öffentlichkeit	Artikel regional/lokal 1 Artikulationsfunktion 2 Herstellung von Transparenz 3 Forumsfunktion 4 Politische Sozialisation 5 Kritik- und Kontrollfunktion
Artikel VN-Heimat Gesamtauswertung 1 Artikulationsfunktion 2 Kritik- und Kontrollfunktion 3 Forumsfunktion 4 Herstellung von Transparenz 5 Herstellung von Öffentlichkeit	Artikel VN-Heimat redaktionell 1 Artikulationsfunktion 2 Forumsfunktion 3 Kritik- und Kontrollfunktion 4 Herstellung von Transparenz 5 Herstellung von Öffentlichkeit		

Abb. 34: Reihung der Funktionen nach Größe des Platzanteils (1 – größter Platzanteil)

⁷⁹⁴ Vgl. Weischenberg/Scholl 1998, 125

⁷⁹⁵ Vgl. Rombach zit. in Koudelka 1991, 23, f; 34f.; Begemann 1982 116ff

⁷⁹⁶ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR34

Sehr deutlich reiht sich die Artikulationsfunktion, mit einer Ausnahme (redaktionelle VN-Artikel) an die erste Stelle. Im Gesamten ist die politische Sozialisation ebenso stark, auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene und im Lokal-/Chronikressort steht sie jedoch nur an dritter und vierter Stelle, bei der VN-Heimat befindet sich diese Funktion nicht unter den stärksten fünf. Die „Herstellung von Transparenz“ ist in jeder Auflistung ersichtlich. Im lokalen/regionalen Bereich und im Lokal-/Chronikressort reiht sich jene an die zweite Stelle, die Gesamtbetrachtung führt jenes Merkmal an dritter Stelle und in der VN-Heimat befindet sie sich an vierter Stelle. Die Kritik- und Kontrollfunktion hat besonders in der VN-Heimat einen starken Stellenwert und nimmt am zweit- beziehungsweise am drittmeisten Platz (redaktionell) ein. Im Hauptblatt befindet sich diese Funktion an vierter Stelle, im Chronik-/Lokalressort scheint sie unter den stärksten fünf nicht auf. Lokal und regional kodierte Analyseeinheiten erlauben einen fünften Platz. Die Forumsfunktion ist unterschiedlich gewichtet und nimmt einen Platz zwischen dem zweiten und fünften ein. Stark ist diese Funktion, werden die redaktionellen Artikel der VN-Heimat betrachtet. Im Vergleich zur Gesamtauswertung der VN gewinnt die Forumsfunktion auch auf lokaler/regionaler Ebene und im Chronik-/Lokalressort an Gewicht.

15.9.1. Herstellung von Öffentlichkeit

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
2	2,3	5,4	1,3	1,2	2,2

Abb. 35: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Herstellung der Öffentlichkeit funktioniert, wenn die Zeitung ein Podium darstellt, auf dem Konflikte ausgetragen werden können beziehungsweise wenn eine Sitzung Thema oder Berichterstattungsanlass ist. Im Lokal-/Chronikressort wird diese Funktion vergleichsweise am stärksten geleistet und nimmt den fünftmeisten Platz ein. Ansonsten reiht sich die Herstellung von Öffentlichkeit hinter den fünf Funktionen mit dem größten Platzanteil ein. Prozentuell hebt sich das Lokal-/Chronikressort mit 5,4 Prozent Platzanteil deutlich hervor.

Mit der Herstellung der Öffentlichkeit werden bestimmte Themen öffentlich zugänglich gemacht und ebenso „Absichten, Ziele und Handlungen“ dargestellt.⁷⁹⁷ Dies kann Bauvorhaben, den Stadt- und Gemeinderat, aber auch das Arbeits- und Wirtschaftsleben betreffen.⁷⁹⁸ Ein Podium für Konflikte können ebenso die Leserbriefe darstellen. Unabhängig davon nimmt das Podium zur Austragung von Konflikten im Lokal-/Chronikressort im Vergleich mit 6,2 Prozent am meisten Platz ein. Auch die Berichterstattung zu Sitzungen wird mit 4,6 Prozent abgedeckt. Aktiv ins politische Geschehen greifen die VN jedoch laut Experten nicht ein.

„Die Vorarlberger Nachrichten haben es weder geprobt in den letzten 30 Jahren, noch beabsichtigen wir es in der Zukunft zu tun. Das ist für uns kein Thema.“⁷⁹⁹

Ebenso soll mit der Politikberichterstattung nahe an den Menschen berichtet werden. Im Landtag findet sich laut Gerold Riedmann das Publikum nicht wieder:

„Die Lokalpolitik geht nicht aus dem Landtag, der übrigens ein Konstrukt, in dem sich nur noch ein Teil der Bevölkerung wiederfindet, darstellt. Es sind Lehrer, Bauern und Funktionäre im Landtag.“⁸⁰⁰

So ist die Repräsentation der Interessen bestimmter Gruppen in der Öffentlichkeit herzustellen,⁸⁰¹ worauf in der Artikulationsfunktion eingegangen wird, die mit der Herstellung von Öffentlichkeit in enger Verbindung steht. So kann bereits zu Beginn der Abhandlung der politischen Funktionen erkannt werden, dass jene im Lokal-/Chronikressort ausgeprägter sind und den Ansprüchen des Ressorts am ehesten gerecht werden.

15.9.2. Artikulationsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
3,7	4,7	8,9	3,2	2,4	4,7

Abb. 36: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

⁷⁹⁷ Vgl. Ronneberger In: Publizistik 1994/4, 295

⁷⁹⁸ Vgl. Teichert zit. in: Jarren 1984, 77

⁷⁹⁹ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER57

⁸⁰⁰ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2008, GR35

⁸⁰¹ Vgl. Jarren In: Jarren 1980, 40

Mit der Definition der Artikulationsfunktion wird Bezug auf den Nachrichtenfaktor „Status“ genommen, ebenso wie auf die „Thematisierungsfunktion als Frühwarnsystem“, der „Grad der Betroffenheit“, „Aktivierungs- und Mobilisierungsfunktion bei Missständen“, „Legitimation“ und „Repräsentation“. Die Artikulation ist jene Funktion, der am meisten Platz zugesprochen wird und befindet sich nur in der Gesamtauswertung der redaktionellen VN-Artikel nicht an erster Stelle. Hier ist auch an den Werten die Gewichtung politischer und sozialer Funktionen deutlich zu erkennen. Während die stärkste soziale Funktion bei fast 40 Prozent liegt, kann die stärkste politische Funktion nur knapp neun Prozent vorweisen. Auch hier ist das Lokal-/Chronikressort prozentuell am stärksten.

Lokal- beziehungsweise Regionalmedien können einerseits als Vermittler und Verstärker von Interessen, andererseits aber auch als Kritiker und Sprecher auftreten.⁸⁰² Sie stellen eine Plattform der Interessensartikulation dar und ermöglichen zu mobilisieren und Anforderungen durchzusetzen.⁸⁰³ So ist die Thematisierungsfunktion – die Massenmedien als Frühwarnsystem – bedeutsam, die im Hauptblatt gesamt und lokal/regional rund 3,5 Prozent einnimmt. So treten die VN redaktionell mit fast fünf Prozent, also mit fast der Hälfte der politischen Berichterstattung als Frühwarnsystem auf und begleiten Themen in ihrer Entwicklung. Vor allem im Lokal-/Chronikressort leisten die VN mit 9,6 Prozent des Platzanteils die Funktion des Frühwarnsystems und zusätzlich mit 3,1 Prozent die Mobilisierungsfunktion. Damit übernehmen sie als Sprachrohr die Funktion des Vermittlers und Übersetzers politischer Themen.⁸⁰⁴ Dabei kommt der User-generated-content ins Spiel, wodurch neue Themen erschlossen werden können. Die Bürgerforen tragen ebenso dazu bei.

„[D]ie neuen technischen Möglichkeiten schaffen [...] die Gelegenheit, dass man ganz normale Nutzer stärker in die Arbeit der Medien einbindet.“⁸⁰⁵

Die Betroffenheit ist wiederum schwer zu bewerten, die Legitimation zeigt jedoch, wo das Gewicht in der politischen Berichterstattung liegt. Die Legitimation, die Artikulierung der politischen Interessen, ist stärker als die Repräsentation unterschiedlicher gesellschaftlicher Interessen. Es muss aber dennoch möglich sein,

⁸⁰² Vgl. Koudelka 1991, 42

⁸⁰³ Vgl. Jarren 1984, 61f

⁸⁰⁴ Vgl. Gutting 1992, 18; Sarcinelli In: Wittkämper 1992, 40

⁸⁰⁵ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER72

viele Gruppen und einzelne Bürger in der Öffentlichkeit zu Wort kommen zu lassen.⁸⁰⁶ Die Vermittlung politischer Vorstellungen ist aber dennoch in größerem Umfang vertreten als die Formulierung der Bürgerwünsche.⁸⁰⁷ Wo die Prioritäten liegen erklärt Chefredakteur Christian Ortner wie folgt:

„[D]em Umweltschutz möchten wir immer eine wichtige Stimme geben, dem Föderalismus möchten wir eine wichtige Stimme geben und wir möchten den Benachteiligten, die keine Lobby haben, eine wichtige Stimme geben – darum „Ma hilft“, VN-Ombudsmann, darum Bürgerforum, dass Leute, die sonst keine Chance haben, sich mit dem Bürgermeister zu matchen, plötzlich durch das Bürgerforum mit dem Bürgermeister auf Augenhöhe sind, weil es publik gemacht wird, weil die VN im Hintergrund steht.“⁸⁰⁸

Auch Herausgeber Eugen Russ vertritt dies, denn in den VN wird versucht, die Artikulationsfunktion wie folgt zu erfüllen:

„Indem wir eine Plattform darstellen und den Menschen ermöglichen, da durchaus auch Druck aufzubauen gegenüber der Politik.“⁸⁰⁹

Dies kann ebenso über VN-Aktionen geschehen, da durch Kooperationen beispielsweise mit der VKW der Umweltschutz stärker thematisiert wird.⁸¹⁰ Ebenso werden lokale Entscheidungen nicht außer Acht gelassen.

Als stärkste politische Funktion, die auch den Einschätzungen der Experten entspricht, tritt die Artikulationsfunktion hervor und ermöglicht zwar häufiger der Politik, aber auch dem „normalen Bürger“ zu Wort zu kommen und sich beispielsweise im Internet im Bürgerforum auszutauschen.

Die Artikulationsfunktion stellt die stärkste politische Funktion der VN dar, indem die Zeitung eine Vermittlungs- und Verstärkungsposition einnimmt und als Frühwarnsystem auftritt. Sie begleiten Themen in ihrer Entwicklung, repräsentieren die Interessen der Politik, aber ebenso jene anderer Gruppen, wobei dies in schwächerer Ausprägung stattfindet. Die wichtigste Stimme wird aus Sicht der Experten in den VN dem Umweltschutz, dem Föderalismus und Benachteiligten zugewiesen, wobei wie

⁸⁰⁶ Vgl. Schwiderowski 1989, 77

⁸⁰⁷ Formuliert nach Reisbeck In: Jarren 1980, 51

⁸⁰⁸ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO110

⁸⁰⁹ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER80

⁸¹⁰ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO109

bereits erwähnt die Legitimation die Repräsentation in der Berichterstattung übersteigt. Bedeutung haben dafür dennoch die in weiterer Folge eruierten Funktionen, die ebenso die Bürgerforen und Leserbriefe mit einbeziehen.

15.9.3. Politische Sozialisation

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
3,5	4,9	7,7	2,6	0,6	1

Abb. 37: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die politische Sozialisation bewegt sich im Hauptblatt von Platz eins bis zu Platz vier. In der VN-Heimat hat die politische Sozialisationsfunktion nur wenig Bedeutung. Der Platzanteil von 7,7 Prozent im Lokal-/Chronikressort ist deutlich der größte im Vergleich zu den anderen Filterungen.

Die politische Sozialisation wurde nach Werten wie „Struktur“, „Meinungs- und Willensbildungsprozess“, „Analyse politischer Themen zur Orientierung“, „Aktualisierung von Identitätsvorstellung“ und „Berichterstattung über demokratisches System“ definiert.

Die Herstellung von Transparenz in Bezug auf politische Rollen ist wichtig für die aktive Teilnahme am politischen Prozess.⁸¹¹ So kann auch im Zuge dieser Funktion die Partizipation gefördert werden.⁸¹² Besonders der Meinungs- und Willensbildungsprozess trat bei dieser Funktion mit 5,7 Prozent im gesamten Hauptblatt, mit 4,8 Prozent im lokalen/regionalen Teil und mit 13,1 Prozent im Lokal-/Chronikressort in den Vordergrund, wobei wie bereits erwähnt wurde, die Blattmacher auch durch die Gastkommentatoren auf ein möglich breites Meinungsspektrum achten. 4,9 Prozent des Platzes werden im Lokal-/Chronikressort für die Analyse politischer Themen aufgewendet.

⁸¹¹ Vgl. Ronneberger In: Langenbucher 1980, 202

⁸¹² Vgl. Gutting 1992, 22

Mit dieser Funktion wird also nicht nur informiert, sondern es werden ebenso politische und soziale Gemeinschaften legitimiert.⁸¹³ So tritt diese Funktion bei fast der Hälfte der politischen Themen in Erscheinung und ist besonders im Lokal- und Chronikressort sehr stark vertreten.

Im Zuge der politischen Sozialisationsfunktion, die im Hauptblatt die zweitstärkste Funktion einnimmt, wird den Menschen also ermöglicht am politischen Prozess teilzunehmen, die Meinungs- und Willensbildung wird gefördert.

15.9.4. Herstellung von Transparenz

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN Nähe lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
3	4,6	8,2	2,7	1,2	2,5

Abb. 38: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Operationalisierung dieser Funktion erfolgte über die Untersuchung nach „Konflikt“, „Kriminalität durch Politiker“, „Offenlegen von Entscheidungen“, „Hintergrundberichterstattung zu Entscheidungen“, „verschiedene Akteure sind beteiligt“, „Deutlich machen von Alternativen“ und „Informationen zu Planungen und Veränderungen“.

Im gesamten Hauptblatt beziehungsweise im gesamten redaktionellen Teil des Hauptblatts nimmt diese Funktion den drittmeisten Platz ein, im Lokal-/Chronikressort und bei Analyseeinheiten lokaler/regionaler Natur ist die Leistung besonders stark ausgeprägt und steht an zweiter Stelle. Die VN-Heimat stellt im Vergleich zum Hauptblatt am wenigsten Transparenz her, dort nimmt die Funktion nur den viertmeisten Platz ein. Mit meist mehr als doppelt so viel Platzanteil im Vergleich wird die Herstellung von Transparenz im Lokal-/Chronikressort besonders gefördert.

Auf lokaler und regionaler Ebene ist diese Funktion besonders stark und reiht sich direkt hinter die Artikulationsfunktion. Die Herstellung von Transparenz steht in direkter Verbindung mit der Kritik- und Kontrollfunktion. Die Funktionen über Hintergründe zu

⁸¹³ Vgl. Jonscher 1995, 68

informieren und die Öffentlichkeit kritisch zu kontrollieren gehen Hand in Hand.⁸¹⁴ Oft werden Zusammenhänge vermisst,⁸¹⁵ wobei es die demokratische Aufgabe der Lokalpresse wäre, Alternativen deutlich zu machen und Abhängigkeiten aufzuzeigen.⁸¹⁶ Stark sind die VN im Gesamtbild im Aufzeigen von Konflikten, stärker als nur bei regionalen und lokalen Themen. Im Lokal-/Chronikressort alleine wird aber dem Aufzeigen von Konflikten mit 6,5 Prozent des Platzanteiles doppelt so viel Platz zugesprochen. Ebenso werden in der gesamten VN auch verschiedene Akteure aufgezeigt, welche zu Wort kommen. Sehr ausgeprägt zeigt sich dies wiederum im Lokal-/Chronikressort mit 10,3 Prozent des Platzanteils. Dies ist ebenso wichtig, da sich die Zahl der Akteure durch die Ausdifferenzierung der Gesellschaft erhöhte und die räumliche Trennung zunahm.⁸¹⁷ Die Tendenz zur Personalisierung ist damit ebenso gegeben. Das Lokal-/Chronikressort beweist sich diesbezüglich im Vergleich als stark und ist vom Gesamtspektrum her in der Herstellung von Transparenz am stärksten, da ebenso die Offenlegung von Entscheidungen (6,1 Prozent), die Hintergrundberichterstattung (sechs Prozent), das Aufzeigen von Alternativen (4,5 Prozent) und Planungen und Veränderungen (7,7 Prozent) im Vergleich stärker ausgeprägt sind. Werden diese Werte jedoch mit den sozialen Funktionen verglichen, so stellen sie meist nur einen Bruchteil dieser dar.

Die Herstellung von Transparenz stellt die zweit- beziehungsweise drittstärkste politische Funktion dar und kann in weiterer Folge in Zusammenhang mit der Kritik- und Kontrollfunktion betrachtet werden.

15.9.5. Kritik- und Kontrollfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
2,5	2,8	4,5	2,4	2,1	3

Abb. 39: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Kritik- und Kontrollfunktion reiht sich in der Auswertung an die vierte oder fünfte Stelle, nur in der VN-Heimat steht sie in der Gesamtauswertung an zweiter und in der

⁸¹⁴ Vgl. Zoll zit. in: Begemann 1982, 154ff; vgl. Zoll zit. in: Koudelka 1991, 56f

⁸¹⁵ Vgl. Begemann 1982, 193ff

⁸¹⁶ Vgl. Begemann 1982, 285f

⁸¹⁷ Vgl. Schwiderowski 1989, 34

Auswertung des redaktionellen Teils an dritter Stelle. Fast doppelt so viel Platzanteil als in den anderen Auswertungen nimmt die Kritik- und Kontrollfunktion mit 4,5 Prozent Platzanteil im Lokal-/Chronikressort ein.

Die Kritik- und Kontrollfunktion wurde nach folgenden Indikatoren gemessen: „Aufdecken von Missständen/Skandalen“, „Kritik an Exekutive, Legislative, Judikative“, „Kritik an politischen Machträgern“, „Grad der Betroffenheit“, „Überprüfung politischer Versprechen“, „Berichterstattung über Handlungen von Politikern“, „Arbeit in Ausschüssen“, „Bewertung politischer Handlungen“ und „Musterbeispiele gelungener Problemlösungen aus anderen Städten, Ländern, etc.“

Dabei werden Kontroversen geschildert und Forderungen gestellt,⁸¹⁸ Machträger kritisiert und ihr Fehlverhalten aufgedeckt. Voraussetzung dafür ist die Neutralität der Zeitung,⁸¹⁹ worauf die Zeitungsmacher der VN bestehen. Sie sehen sich als passive Plattform, als Werkzeug, das sie dem Publikum zur Verfügung stellen.⁸²⁰ Diese Funktion der Kritik und Kontrolle übernehmen sie jedoch ebenso bei „leichten“ Themen, wie beispielsweise dem bereits erwähnten wuchernden Busch an einer Straßenkreuzung, aber auch bei Themen wie zum Beispiel der Geldverschwendung einer Landesgesellschaft.⁸²¹ Im Lokal-/Chronikressort zeigt sich die stärkste Ausprägung bei der Darstellung der Handlungen von Politikern, die 4,5 Prozent des Platzanteiles einnimmt. Mit rund zwei Prozent hält sich diese Funktion etwas im Hintergrund. Eugen Russ bezeichnet die Medien nicht als vierte Gewalt, sondern als Möglichkeit, Druck gegenüber der Politik aufzubauen.⁸²² Kontrolle steht für den Chefredakteur hingegen großgeschrieben, da die VN neben dem Landesrechnungshof die wichtigste Kontrollfunktion inne hätten.⁸²³

Tatsächlich sind die VN die Zeitung in Vorarlberg, die aufgrund der Reichweite am meisten Einfluss ausüben kann. Kritik und Kontrolle gehört dennoch nicht zu den stärksten Funktionen, die in der Analyse der Stichprobe aufscheinen.

⁸¹⁸ Vgl. Hermann 1993, 82ff

⁸¹⁹ Vgl. Ronneberger In. Publizistik 1964/3, 297

⁸²⁰ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER1-4;ER17-18

⁸²¹ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER76-77

⁸²² Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER71; 78-80

⁸²³ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO 118 - 120

Interessant ist, dass hier das Selbstverständnis der VN ambivalent ist, wobei die passive Plattform der beinahe wichtigsten Kontrollinstanz Vorarlbergs gegenüber steht. Die Analyse zeigt, dass diese Funktion nur in schwacher Ausprägung besteht, wobei ebenso im Zuge der starken sozialen Funktionen auf die passive Plattform geschlossen werden kann. Dennoch kann in Zusammenhang mit der Transparenzherstellung auf eine Basis der Kritik- und Kontrollfunktion geschlossen werden. Ein Vergleichswert einer weiteren Analyse würde diesbezüglich für Aufschluss sorgen.

15.9.6. Forumsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
2,5	2,6	5,5	2,7	1,8	3,7

Abb. 40: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Forumsfunktion ist in der Auswertung des gesamten Hauptblattes und der redaktionellen Artikel an fünfter Stelle. Daneben nimmt sie beim Lokal-/Chronikressort den vierten, bei Artikeln lokaler und regionaler Art den dritten Platz ein. In der VN-Heimat befindet sich die Funktion im gesamten am dritten, bei den redaktionellen Artikeln der VN-Heimat am zweiten Platz der fünf am stärksten vertretenen Funktionen.

Die Forumsfunktion wurde aus den Merkmalen „Plattform und Artikulation von Interessen“, „Anregung von Diskussionsprozessen“, „Partizipationsfunktion in Form von Leserbriefen zu politischen Themen“, „Entscheidungsprozesse“ und „Grundlage zur Meinungsbildung“ definiert. Auch hier ist ein prozentuell gesehen deutlich höherer Wert im Lokal-/Chronikressort zu erkennen.

Die Kritikpunkte an den Lokalmedien bestehen besonders in den zu schwachen Partizipationsmöglichkeiten.⁸²⁴ Dagegen stellt sich aber auch die Feststellung, dass Lokal- und Regionalmedien mehr Leserbriefe veröffentlichen.⁸²⁵ Leserbriefe gehören auch für die „VN-Elite“ zu den wichtigsten Inhalten der Zeitung. Sie leben von der

⁸²⁴ Vgl. Jarren 1984, 132

⁸²⁵ Vgl. Begemann 1982, 193ff

Interaktion mit den Lesern und veröffentlichen zumeist alle Leserbriefe.⁸²⁶ Das Lokal-/Chronikressort zeigt sich in diesem Bereich wieder am stärksten, so nimmt die Artikulation von Interessen 5,4 Prozent des Platzes ein, die Anregung zu Diskussionsprozessen 5,6, Entscheidungsprozessen 5,4 und die Grundlage zur Meinungsbildung fünf Prozent des Platzes ein. Besonders im Lokal-/Chronikressort ist die Forumsrolle, also die VN als Vermittler, starker Bestandteil. Denn die Massenmedien stellen eine Plattform für unterschiedliche Sprecher dar und stützen somit die gesellschaftlichen Diskurse.⁸²⁷ Die VN erfüllen dies am stärksten im Lokal-/Chronikressort, die Funktion ist jedoch wie bereits erwähnt in diesem Ressort nur an vierter Stelle.

15.9.7. Anwaltsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
0,5	0,3	0,9	0,7	0	0

Abb. 41: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die Anwaltsfunktion, die unter anderem als „Funktion pluralistischer Kompensation“, „Angebot der Telefonberatung durch Experten“ und „Angebot von Leserforen, Gesprächs- und Beratungsgruppe“ operationalisiert wurde, ist sehr schwach ausgeprägt und findet im Vergleich zu anderen politischen Funktionen im Hauptblatt nur am Rande Platz. Die VN-Heimat übernimmt keine Anwaltsfunktion.

Die pluralistische Kompensation kann zur Erfüllung der Partizipationsfunktion beitragen,⁸²⁸ welche hier jedoch eindeutig in zu geringem Ausmaß geleistet wird. Die Anwaltsfunktion nimmt nur sehr wenig Platz ein und wird somit deutlich vernachlässigt.

⁸²⁶ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER 73-74; Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO135-137

⁸²⁷ Vgl. Wallner 2007, 95ff

⁸²⁸ Vgl. Geißler zit. in: Koudelka 1991, 54

15.9.8. Transportfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
0,5	0	0,1	0,1	0	0

Abb. 42: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Auch die Transportfunktion mit Hinweisen auf „zukünftige politische Ereignisse“ und „Behördentermine“ wird von der VN-Heimat nicht und vom Hauptblatt nur am Rande wahrgenommen.

Dabei ist zu erwähnen, dass diese Informationen im Freizeitkalender untergebracht sein können und somit zu den sozialen Funktionen zugeordnet wurden.

15.9.9. Funktion der Statusverleihung

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
0,1	0	0,2	0	0	0

Abb. 43: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

„Porträts politischer Akteure“ und „Leistungen politischer Akteure“, die die Funktion der Statusverleihung bilden, konnten kaum errechnet werden und finden fast keinen Platz in der Zeitung.

15.10. Wirtschaftliche Funktionen

Die Analyse der wirtschaftlichen Funktionen stellte sich schwierig dar und können in einer weiteren Untersuchung differenzierter und den Kategorien der sozialen und politischen Funktionen angenähert aufgeschlüsselt werden. Allgemein ist zu erwähnen, dass der Erfolg der VN nach Eugen Russ nicht an der besonderen Lage Vorarlbergs liegt.

„Wir haben die Regionalmedien genauso in Ungarn und Rumänien und in der Ukraine und gute Formate und gute Prinzipien funktionieren international.“⁸²⁹

⁸²⁹ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER82

Dennoch sind sich die Experten sicher, dass die VN die stärkste Marke in Vorarlberg sind.⁸³⁰ Eine gute Marke zu schaffen bedeutet emotionale Bindungen herzustellen, wobei sich der Stellenwert bei älteren Menschen kaum verändert hat, die Marktanteile bei Jüngeren sind schwerer zu erkämpfen.⁸³¹

„Ich kenne keine stärkere Vorarlberger Marke, sei es im Medienbereich, im Foodbereich, im Handelsbereich. Es gibt keine Marke mit einer höheren Bekanntheit in Vorarlberg als die VN.“⁸³²

Marktanteile prägen die Zeitung, denn die VN konzentrieren sich darauf, wo am meisten Marktanteile zu erreichen sind. Deshalb wird beispielsweise, wie bereits erwähnt, die politische Berichterstattung nicht ausgedehnt, da die Input-Output-Relation sinken würde.⁸³³

Hier zeigt sich besonders, dass die Realfunktion der VN der Idealfunktion vorangestellt wird, da die Marktanteile über die Beschaffenheit des Blattes entscheiden. Wirtschaftliche Funktionen sind umfassend, können inhaltlich aber auch durch äußere Einflüsse wie Werbungen und Anzeigen erfüllt werden.

15.10.1. Zirkulationsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
0,4	0,7	0	0,7	0,4	0,7

Abb. 44: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Wie bereits erwähnt, findet sich die Zirkulationsfunktion in der wirtschaftlichen Informationsvermittlung im Indikator „Zurechtfinden“ wieder und somit in der Differenz zwischen der Gesamtauswertung der VN und der redaktionellen Artikel – das sind mehr als 20 Prozent – da beispielsweise Werbung als stark orientierungs- und handlungsrelevant angesehen werden kann.

⁸³⁰ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR89-91

⁸³¹ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO146-150

⁸³² Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 201, GR90-91

⁸³³ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO53-55

Die oben stehenden Ergebnisse sind dennoch relevant, da direkte Konsumratgeber erfasst wurden, welche entscheidungskompetente und handlungsrelevante Informationen liefern.

„Lokale Werbung ist auch ein sehr wichtiger Lesestoff.“⁸³⁴

So ist lokale beziehungsweise regionale Werbung in diesem Zusammenhang nicht zu unterschätzen, wobei besonders Werbungen mit Informationsgehalt wie Preisen wichtige Information darstellen.

Anmerkung: In einer weiteren Analyse sollte genau aufgeschlüsselt werden, welche Art der Werbung es vermag, die Zirkulationsfunktion zu erfüllen und welche nicht. In der vorliegenden Analyse wurden Werbungen mit primärem Nutzen wie Darstellung von Angeboten erfasst.

15.10.2. Kapitalverwertung durch Werbung

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
13,9	0	0	12,4	20,8	0

Abb. 45: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

In die Kapitalverwertung durch Werbung flossen in der Auswertung Anzeigen und Werbeschaltungen. Dabei ist ersichtlich, dass diese Funktion am stärksten durch die VN-Heimat erfüllt wird. Auch der geringe Unterschied zwischen der VN gesamt und der VN lokal/regional zeigt, dass die Kapitalverwertung durch Werbung vorwiegend auf lokaler beziehungsweise regionaler Ebene verortet werden kann.

Die unmittelbare Kapitalverwertung geschieht alleine durch das Bestehen der Zeitung, die mittelbare durch die Ware-Geldbeziehung als Werbeträger.⁸³⁵ Die VN sind ein starker Werbeträger in Vorarlberg, da sie mit Abstand die höchste Reichweite erzielen. Viele Marken profitieren von einem lokalen Werbeträger, da sie ein wichtiges Instrument der lokalen Wirtschaft sind.⁸³⁶ Die VN ermöglichen lokalen Marken sich zu positionieren. Auch werden im Wirtschaftsteil jährlich rund 300 Firmen porträtiert. Die

⁸³⁴ Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER92

⁸³⁵ Vgl. Burkart 2002, 397f

⁸³⁶ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER91

Intention ist die Stärkung der Leser-Blatt-Bindung, dennoch können solche Porträts auch zu Inseraten führen.⁸³⁷

Weitere Inserate beziehungsweise Anzeigen wurden ebenso in die Analyse aufgenommen, wobei Geschäfts- (3,3 Prozent) und Stelleninserate (3,4 Prozent) sowie Immobilieninserate (0,5 Prozent) deutlich überwiegen. Kontaktanzeigen nehmen rund ein Prozent des Platzanteils ein.

Für den Wirtschaftskreislauf in Vorarlberg stellen die VN somit einen bedeutsamen Faktor dar. Sie sind Werbeträger auf regionaler und lokaler Basis und können somit zum Bekanntheitsgrad verschiedener Marken beitragen. In diesem Kreislauf sind ebenso Inserate von großer Bedeutung, die von „Tauschbörsen“ bis hin zu Jobangeboten reichen.

15.10.3. Regenerative Funktion/Unterhaltungsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
20,7	28,3	26,3	22	14	21,1

Abb. 46: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die regenerative Funktion ist die Unterhaltungsfunktion und wurde bei den sozialen Funktionen bereits näher betrachtet. Dabei zeigt sich, dass sich fast 30 Prozent des redaktionellen Teils der VN aus unterhaltendem Inhalt zusammensetzt.

Da die Unterhaltungsfunktion so stark ausgeprägt ist, kann den Unterhaltungsansprüchen gerecht werden, was sich nach Burkart auf die Arbeitsleistung des Publikums auswirkt.⁸³⁸

⁸³⁷ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO60-61

⁸³⁸ Vgl. Burkart 2002, 402

15.10.4. Herrschaftliche Funktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
2,5	3,2	0	3	0	0

Abb. 47: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die herrschaftliche Funktion umfasst die „allgemeine positive Information über wirtschaftliche Unternehmen“ und findet in der gesamten Zeitung 2,5 Prozent des Platzanteils. Redaktionell sind es 3,2 Prozent, wobei durch die Nähe lokal/regional zu erkennen ist, dass es sich bei den erwähnten wirtschaftlichen Unternehmen vorwiegend um Unternehmen aus Vorarlberg handelt.

Hierbei wird allgemeine positive Information über wirtschaftliche Unternehmen vermittelt, die das gesellschaftliche Ordnungsprinzip der kapitalistischen Marktwirtschaft indirekt legitimiert.⁸³⁹ Wie erwähnt publizieren die VN jeden Tag ein Firmenporträt,⁸⁴⁰ um einerseits die Leser-Blatt-Bindung zu stärken und als positiven Nebeneffekt auch mögliche Schaltungen zu erzielen.

So werden die wirtschaftlichen Funktionen mit lokalen und regionalen Themen in Verbindung gebracht, wobei neben einer starken Plattform als Werbeträger auch generell die wirtschaftliche Informationsvermittlung nicht außer Acht gelassen werden darf.

15.10.5. Wirtschaftliche Informationsfunktion

VN gesamt	VN redaktionell	VN Lokal/Chronikressort	VN lokal/regional	VN-Heimat gesamt	VN-Heimat redaktionell
11,5	4,8	0,6	10,6	14	0

Abb. 48: Zahlen in Prozent des Platzanteils in der gesamten Zeitung

Die wirtschaftliche Informationsfunktion setzt sich aus der „Wissensvermittlung zu wirtschaftlichen Themen“, „Darstellung unterschiedlicher Sprecher“, „Kommentierung wirtschaftlicher Informationen“, „Wirtschaftliche Konflikte“, „Erfolg“, „Situation am

⁸³⁹ Vgl. Burkart 2002, 402

⁸⁴⁰ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO57

Arbeitsmarkt“, „Service“ und „Zurechtfinden“ zusammen. Diese Funktion ist im Gesamten nicht schwach, bezieht aber wie bereits erwähnt ebenso in der „nicht redaktionellen“ Auswertung oft Orientierung spendende Werbeflächen mit ein, was ebenso an der VN-Heimat deutlich zu erkennen ist.

Die Wissensvermittlung zu wirtschaftlichen Themen nimmt in der VN 3,5 Prozent des gesamten Platzanteils ein, das Zurechtfinden ist im Gesamten weitaus höher als bei den redaktionell gefilterten Analyseeinheiten. Redaktionell beträgt der Platzanteil rund sechs Prozent, werden auch die bezahlten Analyseeinheiten mit einbezogen, liegt der Wert bei etwa 28 Prozent. Die Differenz ist in fast dem gleichen Ausmaß bei den lokal und regional kodierten Analyseeinheiten zu erkennen. Ebenso ist der Wert des Zurechtfindens in der VN-Heimat mit 41,8 Prozent nur auf Grund der bezahlten Schaltungen sehr hoch.

Daraus ist auch der Servicenutzen von Werbeschaltungen zu erkennen, da sie auch zur Orientierung beitragen. Die Wissensvermittlung von allgemeinen wirtschaftlichen Themen wird dennoch etwas vernachlässigt.

15.11. Exkurs: Die VN als „Frühstücksgast“

Das qualitative Experteninterview zeigt, dass das Selbstbild facettenreich ist. Im Kapitel 13.2.2. zum Selbstbild der VN wurden anhand der Jubiläumsausgabe und der Website zentrale Werte beschrieben, wobei an oberster Stelle die **Verpflichtung gegenüber der Bevölkerung** stand. Aus Sicht der Blattmacher sind die VN Teil der Vorarlberger Identität und Partner der Bürger. Dazu beziehen sich die Meilensteine der Jubiläumsausgabe zur Vorarlberger Geschichte auf die Zeit, in der die VN ebenso Akteur im politischen Prozess waren. Heute besteht dieses Bild nicht mehr. Die Experten betonen, dass die VN kein aktiver Akteur, sondern eine **Plattform** darstellen, eine Bühne, auf der die Vorarlberger wirken können.⁸⁴¹ So änderte sich die Identität laut den Blattmachern in den letzten 25 Jahren sehr deutlich.⁸⁴²

„Wir sind nicht da um Politik zu machen, sondern wir sind eigentlich da um die Leute zu vernetzen, um Geschichten, Gesprächsstoff zu liefern, das ist das Wichtigste überhaupt.“⁸⁴³

⁸⁴¹ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER1;4; Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR49, 52

⁸⁴² Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER70

⁸⁴³ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR119

Die VN sollen damit beitragen, Themen besser einordnen zu können, Kampagnenjournalismus werde aber nicht mehr betrieben, da dies in der heutigen Zeit gar nicht mehr möglich sei.⁸⁴⁴ Damit sind die VN nicht nur eine Plattform, sie sind ein Werkzeug, ein **Toolset der Region**.⁸⁴⁵ So fördern sie Diskurse, indem sie beispielsweise „Tools“ wie das Bürgerforum zur Verfügung stellen, sind aber gleichzeitig auch **Ombudsmann und Helfer**.⁸⁴⁶ Dazu zählt sowohl der Ombudsmann, der seit 1971 fixer Bestandteil der VN ist, als auch die Sozialaktion „Ma hilft“, die 1979 ins Leben gerufen wurde. Die VN sind ebenso **Vermittler**⁸⁴⁷ und immer nah an den Vorarlbergern.⁸⁴⁸

„[Es] braucht eine Vielzahl nützlicher Dinge, die das Leben erleichtern. [...] Wenn ich die Zeitung abbestelle, dann verliere ich so viel, ich habe so viele Berührungen am Tag mit der Zeitung.“⁸⁴⁹

Das Konzept ist tatsächlich in gewisser Weise ein Suchtverhalten zu erzeugen, sodass eine Abhängigkeit von dem Werkzeug besteht, das Ombudsmann, Vermittler, „**watchdog**“, ⁸⁵⁰ Plattform und **Kommentator**⁸⁵¹ zugleich ist. Meinungspluralismus und der „einfache Bürger“ stehen für die Experten deutlich im Vordergrund. Die VN erscheinen verlässlich seit 1945 jeden Morgen, was ebenso in der Jubiläumsausgabe betont wurde.⁸⁵² Außerdem sind die VN Gast am Frühstückstisch:

„Wir sitzen bei etwa 200.000 Menschen jeden Tag am Frühstückstisch, sind eingeladen, dürfen mit frühstücken, sind ab 6.30 Uhr da, werden gelesen, können aufgeteilt werden, von allen, wir kommen jeden Tag daher. Wir erzählen heitere Geschichten, böse Geschichten, wir sind manchmal ‚watchdog‘, wo wir dem Gericht sagen, dass es bei den Testamenten so nicht funktioniert, wo wir Landesräte zurechtweisen, welche Kompetenzen sie haben. Das ist ungut, das hat gewisse Aggressivität drinnen, wir müssen schöne Geschichten erzählen, wo man sich denkt: Mei wie toll ist doch alles. Wir müssen den Finger in Wunden legen, aber auch eine Ausgeglichenheit finden, weil wir sind jeden Tag da. Es ist wie ein Frühstücksgast.“⁸⁵³

⁸⁴⁴ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR111; 148

⁸⁴⁵ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER17-18

⁸⁴⁶ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO111-112

⁸⁴⁷ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO111-112

⁸⁴⁸ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR106

⁸⁴⁹ Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO7

⁸⁵⁰ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR44

⁸⁵¹ Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR54

⁸⁵² Vgl. Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010 GR145-146

⁸⁵³ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR43-47

Für Christian Ortner sind die VN eine Landeszeitung, die sich für die Vorarlberger Menschen einsetzt, eine Marke, in die das Publikum Vertrauen hat.⁸⁵⁴ Eugen Russ stärkt besonders den Plattformgedanken,⁸⁵⁵ Gerold Riedmann betont die Innovation, Verlässlichkeit und Lokalität der VN, wobei er letzteres wie folgt spezifiziert: „Wir sind Vorarlberg.“⁸⁵⁶

⁸⁵⁴ Vgl. Interview Christian Ortner, 28. Mai 2010, CO151

⁸⁵⁵ Vgl. Interview Eugen Russ, 28. Mai 2010, ER93

⁸⁵⁶ Interview Gerold Riedmann, 28. Mai 2010, GR137-146

16. Zusammenfassung

Welchen Stellenwert und welche Bedeutung nehmen lokale beziehungsweise regionale Medien von sich aus in der Gesellschaft ein? Was bieten Sie der Umwelt an? Diese Fragen leiteten die vorliegende Forschungsarbeit. Funktion und Leistung sind die zwei zentralen Stichworte, die den Fokus darstellen. Die theoretische Abhandlung zeigt die unterschiedlichsten Erkenntnisse. Bereits die Definition der Begriffe lokal und regional ließ vermuten, dass viele Einflussfaktoren sowohl in den geographischen als auch in den Bewusstseinsgrenzen ein einheitliches Ergebnis beinahe unmöglich machen. Außerdem ist die Literatur in diesem Bereich spärlich, das Forschungsbiet sowohl lokaler und regionaler Medien als auch zu Medienfunktionen oft lückenhaft. Dennoch wurde versucht anhand der Literaturstudie ein Kategoriensystem zu erstellen, sodass erstmals die Leistungen von lokalen beziehungsweise regionalen Medien gemessen werden können. Die quantitative Gewichtung brachte Aufschluss, ein Vergleichswert ist aber dennoch erstrebenswert.

Um die Begriffsbestimmung und den weiteren Arbeitsverlauf zu erleichtern, wurden die verwaltungstechnischen Grenzen als Indikator für das Lokale und Regionale herangezogen. So bilden die einzelnen Bezirke Vorarlbergs die Lokalität, Vorarlberg als Bundesland die Region. Der Kommunikationsraum Vorarlberg wurde auf Grund der mangelnden Literatur anhand der Vorarlberg-Chronik auf der Bewusstseinssebene und mit Hilfe der Statistik Austria auf pragmatischer, funktionaler und der Handlungsebene untersucht. Dabei konnte festgehalten werden, dass keine deutliche Sonderstellung Vorarlbergs in Österreich besteht, diese aber auf der Bewusstseinssebene vermutet werden kann. Die Marktstruktur und das Marktverhalten wurden somit versucht auf dieser Basis zu ermitteln, da eine eingehendere Untersuchung den Umfang dieser Arbeit deutlich überschritten hätte. Dabei wurde auch eine Jubiläumsausgabe der VN herangezogen, um besonders das Marktverhalten des Massenmediums in die Analyse mit einfließen zu lassen.

Im Zuge des Forschungsüberblicks ist deutlich zu erkennen, dass die Studien zu Lokal- und Regionalmedien vorwiegend aus den achtziger und neunziger Jahren stammen, wobei die einheitlichsten Ergebnisse die negativen Kritikpunkte an lokalen und regionalen Medien darstellen. Von Kritiklosigkeit, zu hoher Personalisierung, Terminjournalismus und Bevorzugung der lokalen Honoratioren ist dabei häufig die Rede. Ob sich eine Monopolstellung auf die Leistungen auswirken kann oder welche

Rolle die Medien im sozial-integrativen Prozess in einer Gemeinde einnehmen, konnte nicht einheitlich beantwortet werden.

Die Metatheorie ermöglicht den Blick auf die Makroebene. Die Gesellschaft veränderte sich im Laufe der Zeit, ihre Ausdifferenzierung stellt die zentrale Herausforderung auf Kommunikationsebene dar. Das Zurechtfinden kann durch Massenmedien erleichtert werden, weshalb diese Forschungsarbeit ebenso von großer Bedeutung ist. Denn die Leistungen von lokalen/regionalen Medien gewinnen insbesondere durch die gesellschaftlichen Veränderungen an Gewicht. Orientierung, Sozialisation und Identifikation sind nur drei Faktoren, die durch Massenmedien gestützt und begleitet werden können. Auch politische Funktionen wie die Herstellung von Transparenz zur Gewährleistung von Partizipation sowie das Aufdecken von Missständen müssen in einer funktionierenden demokratischen Gesellschaft geleistet werden.

Anhand der bereits bestehenden Funktionenkataloge und der Forschungsarbeiten zu den Funktionen lokaler beziehungsweise regionaler Medien wurde ein Kategoriensystem erarbeitet, das den Forschungsstand zusammenfasst. Dieses wurde anhand mehrerer Themenkataloge spezifiziert und mit den Nachrichtenfaktoren nach Schulz und den Programmen nach Luhmann messbar gemacht. Denn Medien sind kein Spiegel der Realität, sie reduzieren die Komplexität, sie zeichnen eine Landkarte und erleichtern damit das Zurechtfinden in der Umwelt. Sie sind Institutionen, die das demokratische Zusammenleben fördern und teilweise auch gewährleisten. Sie stellen ebenso eine Plattform für die Wirtschaft dar und sind selbst im wirtschaftlichen Kreislauf verankert. Die Bedeutung der Massenmedien als gesellschaftliches System tritt dadurch hervor.

Von den Leistungen, die die Massenmedien in dieser Rolle zu erfüllen haben, wurde auf Funktionen des Untersuchungsobjekts geschlossen. Ein eindeutiges Ergebnis war die Folge, dass ebenso die Kritikpunkte der bisherigen Literaturstudien teilweise bestätigt. So sind politische und wirtschaftliche Themen im lokalen beziehungsweise regionalen Bereich nur am Rande erwähnt, die sozialen Funktionen stechen deutlich hervor. Dennoch ist anzumerken, dass die Funktionen ein normatives Konstrukt der Wissenschaft darstellen und in dieser Arbeit erstmals versucht wurde, die einzelnen Funktionen zu quantifizieren. Während das Kategoriensystem ebenso noch kleine Schwächen zeigt, ist aber auf der anderen Seite auch die Betrachtung des Publikums

von großer Bedeutung. Welche Funktionen sind aus Sicht der Rezipienten unerlässlich, was muss eine Zeitung leisten? Welchen Nutzen erhoffen sich die Rezipienten und wie werden bestimmte Funktionen aus ihrer Sicht erfüllt? Diese Fragen stellen einen weiteren Bereich dar, den es ebenso gilt in zukünftige Forschungsarbeiten neben der Analyse am Material zu untersuchen, da bisher nur die potentiellen Leistungen in die Forschung mit einbezogen, die tatsächliche Leistung für die Rezipienten beziehungsweise aus Sicht des Publikums, aber noch nicht erforscht wurde.

In der vorliegenden Forschungsarbeit wurde für die Massenmedienfunktionsforschung ein erster Schritt gesetzt, indem eine künstliche Woche der VN quantitativ analysiert und durch ein qualitativ ausgewertetes Experteninterview ergänzt wurde. Die quantitativen Ergebnisse wurden deskriptiv beschrieben, eine Interpretation wurde durch den mangelhaften Forschungsstand sowie der fehlenden Vergleichsmöglichkeiten erschwert. Deshalb war für die vorliegende Forschungsarbeit ein Methodenmix von großer Bedeutung, um somit Lücken füllen zu können, die eine quantitative Analyse nicht beantworten kann. Dies erlaubte nicht nur die wissenschaftliche Fremdbeobachtung, sondern ebenso die Selbstbeobachtung der „VN-Experten“ einzubeziehen. Hier ist anzumerken, dass immer berücksichtigt werden muss, dass die Ergebnisse Auswertungen einer künstlichen Woche betreffen, die zur Beschreibung der Funktionen generalisiert wurden. Die Stichprobe wurde gelöst, deshalb können die Ergebnisse an sich je nach Untersuchungszeitraum variieren.

Die VN werden dem Anspruch der lokalen und regionalen Berichterstattung, der „Nähe zum Leser“ gerecht. Im Hauptblatt überwiegt das Lokal- und Chronikressort deutlich, die Themen, die angesprochen werden, sind zu 60 Prozent lokaler oder regionaler Natur. Die lokale Beilage unterstreicht dieses Ergebnis deutlich, in der zu 90 Prozent über lokale Themen berichtet wird. Bei nationalen und internationalen Themen ist aber kaum ein Lokal- oder Regionalbezug festzustellen.

Im Experteninterview und besonders in der Selbstdarstellung auf der Website des Medienhauses sowie in der Jubiläumsausgabe stand die Verpflichtung gegenüber den Vorarlbergern im Mittelpunkt. Der Faktor Nähe spielt dabei eine große Rolle, die Orientierung im näheren Umfeld wird damit deutlich erleichtert. Auch der geplante Ausbau des hyperlokalen Bereiches – eine Extraausgabe wird bereits im

Bregenzerwald getestet – zeigt, dass das Nähebedürfnis besteht. Die Blattmacher der VN orientieren sich stark an der Input-Output-Relation, an Auflage und Reichweite, was dafür spricht, dass sich Informationen aus den Gemeinden gut verkaufen. Weitere Bestrebungen in diesem Bereich werden auf der Ebene des Online-Angebots bereits umgesetzt, wo für jede Gemeinde ein eigenes Portal eingerichtet wurde und dem User-generated-content eine neue und große Bedeutung zugemessen wird. Die VN widersprechen somit in Kooperation mit Vorarlberg Online dem in dieser Arbeit definierten Medienbegriff, da die Einseitigkeit abschwächt und die Interaktion zwischen Sender und Empfänger zunimmt. Die Zwischenschaltung von Technik schließt somit im Internetzeitalter die Interaktion nicht mehr aus. Themen werden ebenso durch die Bürgerforen gefunden beziehungsweise verstärkt. Der Bereich „Eingesendet“ bietet den Vereinen in der VN-Heimat eine große Plattform, ebenso wie die tägliche Leserbriefseite in den VN.

Die Bildberichterstattung ist in den VN ebenso von Bedeutung, was die Zahlen auch beweisen. Im Hauptblatt werden Artikel, die 40 Prozent und in der VN-Heimat 54 Prozent des Platzanteiles einnehmen, mit Bildern publiziert, die wiederum rund 20 Prozent des Platzes besetzen. Bilder sollen demnach einen Zusatznutzen bieten. Ein Hinweis auf eine bessere Orientierung durch Grafiken, die rund zwei Prozent des Platzanteiles einnehmen, soll auch gegeben sein. Ebenso sind die Bilder in hohem Maß personalisiert und unterstützen somit die Identifikation mit bestimmten Themen oder erwecken erst das Interesse des Publikums.

Während bei der Bildberichterstattung Einigkeit besteht, ist der Punkt der Kommentierung umstritten. Denn Kommentierung ist aus publizistikwissenschaftlicher Sicht tragender Bestandteil dafür, Themen einordnen zu können. Für Eugen Russ ist sie ein Element, aber nicht „kriegsentscheidend“. Denn die Funktion der Kommentierung verliert für den Herausgeber mit der zunehmenden Wichtigkeit des Internets und der damit einhergehenden Interaktion an Bedeutung. Kommentierung ist damit nur mehr ein Element, das aber wiederum für Christian Ortner der Zeitung ein Gesicht gibt, persönliche Marken schafft und damit die Bindung zu den Journalisten erhöht. Internet hat für den Chefredakteur kein Gesicht, in einem Printmedium ist dies noch möglich. Ebenso dient die Kommentierung, das betonten alle Experten, der Erweiterung des Meinungsspektrums, insbesondere durch Gastkommentatoren. Auch hier wäre ein Vergleichswert angebracht, wobei durch die Literaturstudie ersichtlich

wurde, dass eine Kommentierung, die vier Prozent des Platzanteiles einnimmt, ein beachtlicher Wert für eine Zeitung lokaler beziehungsweise regionaler Prägung darstellt. In der VN-Heimat wird die Möglichkeit der Kommentierung überhaupt nicht wahrgenommen, die Themen bleiben unkommentiert. Durch Kommentierung kann die soziale Orientierung und die politische Sozialisation gestärkt werden. Ebenso treten die VN damit als Chronisten, Vermittler und Forum für das Publikum auf und können in Bezug auf die Konvergenz zu Vorarlberg Online ebenso wie der Beilage VN-Heimat als Werkzeug angesehen werden.

Diesbezüglich ist jedoch zu erwähnen, dass die sozialen die politischen Funktionen mit einer Deutlichkeit überwiegen, was auch an der Themenstruktur der Berichterstattung liegt. Zuerst wurden in der Analyse nämlich die Themen bestimmt und in weiterer Folge auf Basis dieser Bestimmung den Funktionen zugeordnet. Hier ist zu erwähnen, dass in einer weiteren Arbeit die Definition politischer Themen bezüglich lokaler und regionaler Medien ausgeweitet werden kann, da lokalpolitische Themen beispielsweise nicht immer akteursgeprägt sein müssen. Ein starker Themenbereich war ebenso die Kultur, wobei hingegen die kulturelle Funktion sehr schwach ausgeprägt ist. Dabei ist zu beachten, dass lokale beziehungsweise regionale Kultur und Kultur nicht das gleiche bedeuten. Beispielsweise ist die Vermittlung kultureller Perspektiven beim Amateurtheater nicht vorzufinden, die kritische kulturelle Berichterstattung bleibt aus. Kultur ist in den VN lokale und regionale Kultur, die meist von Vereinen ausgeht. Deshalb zählt die Enkulturationsfunktion mitunter zu den am schlechtesten ausgeprägten sozialen Funktionen.

Die stärksten sozialen Funktionen basieren ebenso auf den Themen. Dabei ist die soziale Orientierung mit Abstand die am meisten geleistete Funktion, Unterhaltung steht an zweiter Stelle. Veranstaltungen, Personalien und Sport haben unter anderem zu diesem Ergebnis beigetragen, wobei bei der Unterhaltung neben einer starken Sportberichterstattung erwähnt sein muss, dass die Human-Interest-Themen im Gesamten sehr stark vertreten sind und fast 50 Prozent des Platzes einnehmen. Dabei kann an einen der Kritikpunkte angeschlossen werden, da jene „soften“ Themen auf ein mangelndes kritisches Potential hinweisen. Bestätigt werden nach quantitativem Verständnis die Vernachlässigung der politischen Berichterstattung und somit ebenso die politischen Funktionen, die Experten hingegen sind der Meinung, dass sie kaum tiefer in der Lokalpolitik sein können, was auf einen Definitions-Bias hinweist.

Die Verpflichtung gegenüber den Vorarlbergern ist ebenso in einer weiteren stark ausgeprägten Funktion zu erkennen. Die Ratgeberfunktion wird besonders durch den beachtlichen Leserservice und den fast zehn Prozent des Platzes einnehmenden VN-Aktionen geleistet. Ebenso sind Veranstaltungsankündigungen von großer Bedeutung, der Ombudsmann und die Aktion „Ma hilft“ starke Säulen der Zeitungsidentität. Im Zusammenhang mit dem Selbstbild kann somit bestätigt werden, dass die VN die Rolle des Ombudsmannes und des Helfers zu einem großen Teil übernehmen.

Eine weitere erwähnenswerte soziale Funktion, die geleistet wird, ist die Integrationsfunktion beziehungsweise die Identitätsstiftung. Dabei ist jedoch nicht im Besonderen die Rede von Integration in einer multikulturellen Gesellschaft, die keinen standardisierten Berichterstattungsplatz in den VN hat und kaum vorzufinden war. Dabei sei kurz darauf hinzuweisen, dass der Sportteil einen sehr bedeutsamen Platzanteil einnimmt, wozu der Chefredakteur in jenem Bereich die gelebte Integration vorzufinden meint.

Ethnozentrismus und die Stärkung einer kollektiven Vorarlberger Identität stehen bei der Integrationsfunktion beziehungsweise Identitätsstiftung im Mittelpunkt, was auch durch starke Personalisierungstendenzen gestützt wird. Diese Funktion steht in engem Zusammenhang mit der Sozialisationsfunktion. So bieten die VN Gesprächsstoff und erleichtern damit nicht nur im Zuge der sozialen Orientierung das Zurechtfinden in einer ausdifferenzierten Gesellschaft, denn nur als Plattform kann die VN der Integrationsfunktion nachkommen.⁸⁵⁷ Und diesen Gedanken betonen die Experten im Interview sehr deutlich.

Zu erkennen ist, dass ein deutlicher Unterschied zwischen dem Hauptblatt und der VN-Heimat besteht. So wird in der VN-Heimat das Gefühl von Sicherheit stärker vermittelt, besondere Leistungen von Menschen häufiger erwähnt. Im Zuge der sozialen Funktionen sind jedoch keine größeren Unterschiede zu erkennen, die Reihung bleibt im Grunde gleich. Dass das Hauptblatt – wie in den Hypothesen angenommen – vorwiegend die Servicefunktion erfüllt, kann nicht bestätigt werden. Die VN-Heimat leistet dies im Zuge der Ratgeberfunktion in gleichem Ausmaß.

Auch die Reihung der politischen Funktionen zeigt keine deutlichen Unterschiede. Die

⁸⁵⁷ Vgl. dazu Kretzschmar/Möhring/Timmermann 2009, 32

politischen Funktionen nehmen wie bereits festgestellt einen geringen Anteil im Vergleich zu den sozialen Funktionen ein. Die stärkste Funktion stellt die Artikulationsfunktion dar, wodurch die VN im politischen Bereich am ehesten als Vermittler, Verstärker von Interessen und Sprachrohr auftreten. Ein Unterschied zwischen Hauptblatt und Beilage ist bei der politischen Sozialisation zu erkennen, die im Hauptblatt eine bedeutende Stellung bei den Funktionen einnimmt, in der VN-Heimat jedoch nicht zu den stärksten fünf Funktionen zählt. Dies liegt besonders an der fehlenden Kommentierung der lokalen Ausgabe, wobei im Gegenzug die Forumsfunktion aus politischer Sicht von der VN-Heimat stärker eingenommen wird. Den höchsten Platzanteil nehmen die politischen Funktionen insbesondere im Lokal-/Chronikressort des Hauptblattes ein, was auf die deutliche lokale und regionale Positionierung des Hauptblattes hinweist. Dennoch kann auf Grund der Analyse die Funktion des „watchdogs“ nicht bestätigt werden, besonders im lokalen und regionalen Bereich des Hauptblattes. Daher kann vermutet werden, dass die Funktion der passiven Plattform in weitaus stärkerem Ausmaß erfüllt wird.

Eine stärkere Ausprägung ist bei der VN-Heimat ebenso in Bezug auf die wirtschaftliche Funktion zu erkennen, wobei sich diese auf das Verhältnis von bezahltem und redaktionellem Inhalt bezieht. Dabei sind rund 50 Prozent des Platzanteiles in der VN-Heimat bezahlt, im Hauptblatt, wie vermutet, rund ein Drittel. Wirtschaftliche Information hingegen wird in der lokalen Beilage kaum vermittelt, im Hauptblatt nimmt diese beinahe so viel Platz ein wie die Politik. Dennoch ist zu erwähnen, dass auch hier die lokale beziehungsweise regionale Gewichtung von Bedeutung ist. Unternehmen werden dargestellt und sind somit auch Indiz zur Legitimierung des gesellschaftlichen Ordnungssystems des Wirtschaftssystems. Die VN sind insgesamt starker Werbeträger und für die lokale Wirtschaft von großer Bedeutung.

In weiterer Folge werden weitere Hypothesen betrachtet, die im Zuge der vorliegenden Zusammenführung noch nicht besprochen wurden.

Dass das Hauptblatt mehrere Funktionen als die Lokalausgabe erfüllt, kann nur auf die wirtschaftlichen Funktionen zurückgeführt werden. Deutlich ist aber, dass die Kommentierung in der Beilage fehlt. Als vielschichtiger kann das Hauptblatt angesehen werden, da nicht nur lokale und regionale Themen berücksichtigt werden, die auch – unabhängig von den „nahen“ Themen – mit internationalen und nationalen Themen

gekoppelt werden. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass die VN-Heimat diesen Anspruch als lokale Beilage nicht zu erfüllen hat.

Die Vermutung, dass vorwiegend die Orientierungs-, Sozialisations- und Identifikationsfunktion erfüllt werden, kann bestätigt werden. Dennoch ist die Unterhaltungsfunktion stärker als die beiden letztgenannten. Ebenso zählt die Servicefunktion beziehungsweise die VN als Ratgeber zu den zentralen Funktionen. Die Partizipationsfunktion zählt im Zuge der Forumsfunktion im politischen Bereich zu den stärkeren Funktionen, ist jedoch nicht die am meisten Platz einnehmende eruierte Leistung. Diese stellt wie erwähnt die Artikulations- und Thematisierungsfunktion sowohl im Hauptblatt als auch in der Beilage dar.

In Bezug auf die Akteure kann bestätigt werden, dass sich die VN und die VN-Heimat zu einem hohen Teil mit Privatpersonen und Vereinen befassen, wobei dies in der VN-Heimat etwas stärker ausgeprägt ist. Deutlich ist zu erkennen, dass die Lokalausgabe Honoratioren, insbesondere den Bürgermeistern, viel Platz einräumt. Außerdem – und das wurde in den Hypothesen nicht angenommen – spielen Berufsgruppen im Hauptblatt eine starke Rolle. Daraus kann geschlossen werden, dass die Kritikpunkte zu lokalen beziehungsweise regionalen Medien widerlegt werden können, da Privatpersonen in der Berichterstattung des Gesamtkonzepts der VN einen sehr „privilegierten“ Stellenwert gegenüber der Politik einnehmen. Stark sind im Hauptblatt ebenso Wirtschaftsunternehmen und Experten vertreten. Letztere dienen meist der Ratgeberfunktion, erstere werden im Zuge des fixen Bestandteils der Wirtschaftsporträts deutlich hervorgehoben.

Durch die theoretische Vorarbeit und den umfassend erstellten Funktionenkatalog in Kapitel 7.2. konnten keine weiteren, neuen Funktionen ermittelt werden. Einzig auf einen Hinweis soll gedeutet werden. In der VN-Heimat sind die besonderen Leistungen und Erfolge stärker vertreten, was neben der Funktion der Geborgenheit auf eine „Heile-Welt-Funktion“ hinweisen könnte, dies müsste aber in einer dafür spezifisch angelegten Forschung genauer eruiert werden und kann hier nicht als wissenschaftlich fundierte Aussage dargelegt werden. Auf Basis der Mediensystemanalyse und somit des SCP-Schemas stand das Marktergebnis und damit die Leistungserfüllungen im Mittelpunkt der Untersuchung. Diesbezüglich sollen nochmals die wichtigsten Punkte in einer Konklusion betrachtet werden.

17. Konklusion und Ausblick

Im Zuge des SCP-Schemas stellt die **Information** die allgemeine Leistung der Medien dar. In der Analyse konnte erkannt werden, dass die VN als Vermittler agieren und ebenso zum Teil die Chronistenfunktion wahrnehmen. Ein tatsächlicher Informationsgehalt wurde nicht gemessen, da dieser für die Berichterstattung von Medien bestimmend ist. Sie leisten durch den Code Information/Nichtinformation ihre Aufgabe für die Gesellschaft. Die Programme und auch die hier definierten Nachrichtenfaktoren erzeugen die Aufmerksamkeit. Dabei ist aber deutlich zu erkennen, dass es vorwiegend die „soft news“ sind, die gefiltert werden, soziale Themen sind sehr stark vertreten.

Als Forum werden die Medien in der Rolle der **Kommentierung und Thematisierung** gesehen. Die Kommentierung hat einen bedeutenden Anteil. Sie soll der Zeitung ein Gesicht geben, ist aber nicht das wichtigste Element. Die Thematisierung tritt eher durch das Bürgerforum hervor, durch das Themen gefunden werden können. Ebenso ist die Thematisierung Teil der Artikulationsfunktion, die die stärkste Ausprägung bei den politischen Funktionen einnimmt.

Die Vermittlung kultureller Werte und Normen wird im Zuge der **Transmission** durch die VN ebenso in Bezug auf Vorarlberg gewährleistet. Dies ist an der Sozialisations- und Integrationsfunktion festzumachen. Es wird ständig an einer kollektiven Identität gefeilt. Ebenso zeigen Berichte zu Straftaten und Gerichtsverhandlungen sowie zu besonderen Leistungen von Personen deutlich auf, welche Werte und Normen leitend für die Gesellschaft sind. Auch die Ratgeberfunktion spielt diesbezüglich eine wichtige Rolle, beispielsweise besonders im Zuge des Ombudsmannes.

Die Erfüllung der **Kommunikationsbedürfnisse** kann zu allererst mit der Sozialen Orientierung, durch welche das Zurechtfinden in der Gesellschaft erleichtert wird, erklärt werden. Veranstaltungshinweise und Personalien sind für die VN beispielsweise unabdingbar. Die Todesanzeigen sind für die Blattmacher von größter Bedeutung, mit Ankündigungen dringt die Zeitung direkt in das Leben des Publikums ein. Auf wirtschaftlicher Ebene wird die Gratifikation aus der Sicht des Publikums am wenigsten geleistet, die Wirtschaftsunternehmen aber finden in den VN eine wichtige Plattform. Kommunikationsbedürfnisse sind aber auch Unterhaltungsbedürfnisse. Eskapismus

und Zerstreuung sind dabei zwei zentrale Stichworte, welchen durch die VN sehr deutlich nachgekommen wird.

Es ist zuletzt zu erwähnen, dass die Begriffe der Relevanz und Betroffenheit sowie der Faktor Nähe in Bezug auf die Begriffsverwirrung regional und lokal genauer spezifiziert werden können. Diese erwähnten Begriffe gehen bei einer Analyse lokaler beziehungsweise regionaler Medien Hand in Hand und müssen in weiterer Folge erneut eruiert werden.

Die Forschung zu Lokal- und Regionalmedien sowie zu deren Funktionen ist im Allgemeinen defizitär, was die Definitionen erschwert. Weitere Schwierigkeiten ergab die Unterscheidung zwischen Zirkulationsfunktion und Zurechtfinden unter dem Dach der wirtschaftlichen Funktionen, wobei hier eine Trennung zwischen bezahlten und unbezahlten Inhalten von Bedeutung wäre. So kann auch das Kategoriensystem in weiterer Folge modifiziert werden, indem die Funktionen angeglichen werden. Das Definitionsproblem politischer Themen kann ebenso damit gelöst werden, dass auch im Zuge sozialer Themen eine Kritik- und Kontrollfunktion sowie eine Artikulationsfunktion geleistet werden kann, wie auch auf politischer Ebene Integration eine tragende Rolle spielen wird. Die Angleichung der Funktionen und Kategorien in den einzelnen Bereichen (sozial, politisch, wirtschaftlich) scheint daher zur genaueren Analyse ebenso Sinn zu machen.

Die VN zeigen im Gesamten (anhand der untersuchten künstlichen Woche) gewisse Schwächen im Bereich Wirtschaft und Politik, welche aber von den Experten auch zugegeben werden. Denn sowohl die Außen- als auch die Bundespolitik zählen nicht zu den zentralen Werten der Zeitung. Um diesbezüglich umfassend informiert zu werden, soll das Publikum weitere Medien heranziehen. In Vorarlberg sind sie aber stark, sie wissen was passiert und berichten darüber. Eine Qualitätsdebatte über diese Berichterstattung kann hier nicht aufgebrochen werden, da dies auf Basis der Empirie auch keine wissenschaftliche Reliabilität aufweisen würde. Die sozialen Themen, jene die nah an den Menschen sind (von Veranstaltungen über Unfälle bis hin zum Wetter), werden publiziert, andere wichtige Themen – ebenso für die allgemeine politische und wirtschaftliche Bildung – deutlich vernachlässigt. Die für ein regionales Medium in der Literaturstudie eruierten bedeutendsten Leistungen werden aber erbracht. Denn

wichtig ist, dass die VN als regionales Medium besonders zur Orientierung, Unterhaltung und Erleichterung des Alltags in Vorarlberg beitragen.

In diesem Sinne bieten lokale beziehungsweise regionale Medien in geringem Ausmaß politische Funktionen an und konzentrieren sich darauf, Instanzen der Orientierung zu sein. Sie erklären die Gesellschaft, sie geben Rat und leisten damit eine Zusatzfunktion gegenüber Medien, die nicht in den lokalen beziehungsweise regionalen Bereich vordringen können. Lokale beziehungsweise regionale Medien bieten Überblick im Nahraum an.

So begrüßen die Vorarlberger Nachrichten jeden Tag fast 70 Prozent der Vorarlberger wieder am Frühstückstisch, tragen zur Orientierung sowie zur Unterhaltung bei, geben einen guten Rat und erzählen ihnen neue Geschichten über „s'Ländle“.

18. Bibliographie

Altmeppen, Klaus-Dieter (2006): Journalismus und Medien als Organisationen. Leistungen, Strukturen und Management. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Atteslander, Peter (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 12. durchgesehene Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag

Begemann, Marianne (1992): Zur politischen Funktion der Lokalpresse. Ein gemischt normativ-empirischer Erklärungsansatz. Münster, Dissertation

Belt, Todd L./Just, Marion R. (2008): The Local News Story: Is Quality a Choice. In: Political Communication, 2008, Vol. 25, issue 2, pp. 194-215

Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hg.) (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Benzinger, Josef-Paul (1980): Lokalpresse und Macht in der Gemeinde. Nürnberg: Verlag der Nürnberger Forschungsberichte

Blöbaum, Bernd: Organisationen, Programme und Rollen. Die Strukturen des Journalismus. In: Löffelholz, Martin (Hg.) (2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, Seite 169-208

Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike (2001): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Burkart, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. 4. überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien/Köln/Weimar: Böhlau Verlag

Chan Chin, Yik (2008): The Challenging Potential of Local Media: Lessons from China. Conference Papers – International Communication Association 2008 Annual Meeting

Dermutz, Susanne/Klein, Peter/Nick, Rainer/Pelinka, Anton (Hg.) (1982): Anders als die Anderen? Politisches System, Demokratie und Massenmedien in Vorarlberg. Dornbirn/Bregenz: fink's verlag

Dermutz, Susanne. Massenmedien in Vorarlberg. In: Dermutz, Susanne/Klein, Peter/Nick, Rainer/Pelinka, Anton (Hg.) (1982): Anders als die Anderen? Politisches System, Demokratie und Massenmedien in Vorarlberg. Dornbirn/Bregenz: fink's verlag, Seite 192-235

Dorsch, Petra E. (1978): Lokalkommunikation. Ergebnisse und Defizite der Forschung. In: Publizistik 1978/3, Seite 189-201

Fidler, Harald (2004): Im Vorhof der Schlacht. Österreichs alte Medienmonopole und neue Zeitungskriege. Wien: Falter Verlagsgesellschaft m.b.H.

Flemming, Kenneth/Steffens, Brian (2009): Understanding readers of local newspapers and editorial journalism in small communities. Research paper. Conference of International Communication Association in Chicago. 2009 Annual Meeting

Fleming, Kenneth/Thorson, Esther (2008): Assessing the Role of Information-Processing Strategies in Learning from Local News Media about Sources of Social Capital. In: Mass Communication and Society 2008, Vol. 11, Issue 4, pp. 398-419

Gartner, Scott Sigmund (2004): Making the International Local: The Terrorist Attack on the USS Cole, Local Casualties, and Media Coverage. In: Political Communication 2004, Vol. 21, issue 2, pp. 139-159

Gläser, Jochen/Laudel, Grit (2009): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Golombek, Dieter: Lokale Kommunikation – Bilanz der Praxis. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. München: Verlag Ölschläger, Seite 31-32

Golombek, Dieter: Die kommunale Öffentlichkeit – Das Wünschbare, das Machbare und die Tageszeitung. In: Wittkämper, Gerhard W. (Hg.) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Seite 92-97

Golombek, Dieter/Riewerts, Cornelius/Schaefer-Dieterle, Susanne/Westing, Franz/Zimmer, Uwe (Hg.) (2000): Themen und Materialien für Journalisten. Modelle für Morgen. 25. Lokaljournalistenprogramm. Bonn. Bundeszentrale für Politische Bildung

Golombek, Dieter: Lokale Kommunikation – Anspruch und Wirklichkeit. In: Golombek, Dieter/Riewerts, Cornelius/Schaefer-Dieterle, Susanne/Westing, Franz/Zimmer, Uwe (Hg.) (2000): Themen und Materialien für Journalisten. Modelle für Morgen. 25. Lokaljournalistenprogramm. Bonn. Bundeszentrale für Politische Bildung, Seite 20-21

Gutting, Doris (1992): Zeitungsentwicklung und Zeitungsfunktion: Die politische Leistungsfähigkeit deutscher Zeitungen der Zukunft. Mannheim, Dissertation

Haas, Hannes (Hg.) (1987): Mediensysteme. Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien. Wien: Wilhelm Braumüller Verlag

Haas, Hannes/Jarren, Ottfried (Hg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Wien: Braumueller Wilfried:

Haas, Hanns (2005): Medienkunde. Grundlagen. Strukturen. Perspektiven. Wien: Universitätsverlag

Haas, Hannes/Wallner, Cornelia: Transnational vergleichende Mediensystemforschung: das erweiterte SCP-Modell und seine Anwendung. In: Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.) (2008): Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Seite 83-98

Hermann, Caroline (1993): Im Dienste der örtlichen Lebenswelt. Lokale Presse im ländlichen Raum. Opladen: Westdeutscher Verlag

Hoffmann, Lindsay/Eveland, Jr. William/Dhavan, Shah V./Kwak, Nojn (2004): A Panel Study of Community Attachment and Local News Media Use. Conference Papers – International Communication Association, 2004 Annual Meeting

Hömborg, Walter: Zur Rolle der Medien auf dem Lande. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. München: Verlag Ölschläger, Seite 164-177

Imhof, Kurt: Medien und Öffentlichkeit. In: Jäckel, Michael (Hg.) (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Seite 273-293

Jäckel, Michael (Hg.) (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Jäckel, Michael: Medien und Integration. In: Jäckel, Michael (Hg.) (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Seite 219-236

Jarren, Ottfried (1984): Kommunale Kommunikation. München: Minerva Publikation Saur

Jarren, Ottfried (Hg.) (1980): Stadtteilzeitung und lokale Kommunikation. München/New York/London/Paris: Saur

Jarren, Ottfried: Lokale Parteizeitungen: Keine Alternative, aber eine Ergänzung. In: Jarren, Ottfried (Hg.) (1980): Stadtteilzeitung und lokale Kommunikation. München/New York/London/Paris: Saur, Seite 38-49

Jarren, Ottfried/Donges, Patrick (2006): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Band 1: Verständnis, Rahmen und Strukturen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Jonscher, Norbert (1991): Einführung in die lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung von Rundfunk, Tagespresse und Alternativmedien: inhaltliche Defizite, ihre Ursachen und neue Konzeptionen. Opladen: Westdeutscher Verlag

Jonscher, Norbert (1995): Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag

Kassl, Siegfried (2000): Expertenbefragung und Experteninterview als empirische Forschungsmethode am Beispiel von Diplomarbeiten. Eisenstadt. Fachhochschulstudiengang internationale Wirtschaftsbeziehungen

Katzenberger, Stefan (1999): Komplementäre Kommunikation lokaler Medien. Hörfunk und Presse: Intermediale Profile, programmliche Pools, publizistische Performanz. Münster: LIT Verlag

Kieslich, Günter (1972): Lokale Kommunikation. Ihr Stellenwert im Zeitgespräch der Gesellschaft. In: Publizistik 1972/1, Seite 95-101

Kleinstauber, Hans J. (1991): Radio – Das unterschätzte Medium. Erfahrungen mit nicht-kommerziellen Lokalstationen in 15 Staaten. Berlin: VISTAS Verlag

Kiefer, Marie Luise (2003): Medienfunktionen als meritorische Güter. In: Medienjournal 3/2003, Seite 31-46

Koszyk, Kurt/Pruys, Karl Hugo (1981): Handbuch der Massenkommunikation. München: Deutscher Taschenbuch Verlag

Koudelka, Manfred (1991): Politische und sozial-integrative Funktion der Lokalpresse unter besonderer Berücksichtigung der unabhängigen Wiener Bezirkspresse dargestellt am Beispiel der „Donaustädter Bezirksleitung“. Wien, Dissertation

Kretzschmar, Sonja/Möhring, Wiebke/Timmermann, Lutz (2009): Lokaljournalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

- Kühl, Stefan/Strodtholz, Petra (Hg.) (2002): Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. Reinbeck: Rowohlt Taschenbuchverlag
- Kurp, Matthias (1994): Lokale Medien und kommunale Eliten. Partizipatorische Potentiale des Lokaljournalismus bei Printmedien und Hörfunk in Nordrhein-Westfalen. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Land Vorarlberg (2000): Vorarlberg Chronik. 2. Überarbeitete Auflage. Dornbirn: Vorarlberger Verlagsanstalt
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1974): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München: R. Piper & Co. Verlag
- Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. München: Verlag Ölschläger
- Liebold, Renate/Trinczek, Rainer: Experteninterviews. In: Kühl, Stefan/Strodtholz, Petra (Hg.) (2002): Methoden der Organisationsforschung. Ein Handbuch. Reinbeck: Rowohlt Taschenbuchverlag
- Löffelholz, Martin (Hg.) (2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
- Löffelholz, Martin/Quandt, Thorsten: Funktion – Struktur – Umwelt: Das System als Paradigma. In: Löffelholz, Martin (Hg.) (2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, Seite 148-151
- Kohring, Matthias: Komplexität ernst nehmen. Grundlagen einer systemtheoretischen Journalismustheorie. In: Löffelholz, Martin (Hg.) (2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, Seite 153-168
- Löffelholz, Martin: Kommunikatorforschung: Journalistik. In: Bentele, Günter/Brosius, Hans-Bernd/Jarren, Ottfried (Hg.) (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, Seite 28-53

Luhmann, Niklas: Öffentliche Meinung. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1974): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München: R. Piper & Co. Verlag, Seite 27-54

Luhmann, Niklas (2004): Die Realität der Massenmedien. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Mahrt, Merja (2008): Conversations about local media and their role in community integration. In: The european journal of communication research 2008, Vol. 23, issue 2, pp. 233-246

Mai, Manfred: Medien als soziales System. In: Jäckel, Michael (Hg.) (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Seite 255-271

Maier-Rabler, Ursula (1991): Raum und Kommunikation. Impulse für die Forschung. In: Publizistik 1991/1, Seite 22-35

Maletzke, Gerhard: Integration – Eine gesellschaftliche Funktion der Massenkommunikation. Haas, Hannes/Jarren, Ottfried (Hg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien, Wien: Braumueller Verlag, Seite 69-76

Marcinkowski, Frank/Bruns, Thomas: Autopoiesis und strukturelle Kopplung. Inter-Relationen von Journalismus und Politik. In: Löffelholz, Martin (Hg.) (2000): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, Seite 211-223

Mast, Claudia (1986): Was leisten Medien? Funktionaler Strukturwandel in den Kommunikationssystemen. Osnabrück: Verlag A. Fromm

Mast, Claudia/Weigert, Matthias (1991): Medien in der Region. Eine empirische Untersuchung der Informationsleistungen von Hörfunk und Zeitung. Konstanz: Universitätsverlag

Mayring, Philipp (1997): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 6., durchgesehene Auflage. Weinheim/Basel: Beltz Verlag

Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zum qualitativen Denken. 5. Auflage. Weinheim/Basel: Beltz Verlag

Mayring, Philipp/Gläser-Zikuda, Michaela (2005): Die Praxis der Qualitativen Inhaltsanalyse. Weinheim/Basel: Beltz Verlag

Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Wilke, Jürgen (Hg.) (2008): Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Melischek, Gabriele/Seethaler, Josef/Skodacsek, Katja: Die Zeitungsstichtagserhebung im Kontext einer Analyse der Marktstrukturen. In: Schneider, Beate/Schütz, Walter (Hg.) (2004): Europäische Pressemärkte. Annäherung an eine länderübergreifende Zeitungsstatistik. Wien: Verlag der Österreichischen Akademien der Wissenschaften, Seite 281-326

Möhring, Wiebke/Schütz, Walter J./Stürzbecher, Dieter (Hg.) (2007): Journalistik und Kommunikationsforschung. Festschrift für Beate Schneider. Berlin: VISTAS Verlag

Möhring, Wiebke/Stürzbecher, Dieter: Lokalzeitung – quo vadis? Auflagendichte lokal informierender Abonnementenzeitungen 1996-2006. In: Möhring, Wiebke/Schütz, Walter J./Stürzbecher, Dieter (Hg.) (2007): Journalistik und Kommunikationsforschung. Festschrift für Beate Schneider. Berlin: VISTAS Verlag, Seite 82-107

Moy, Patricia/McCluskey, Michael/McCoy, Kelley (2003): Political Correlates of Local News Media Use. Conference Papers – International Communication Association 2003, Annual Meeting

Neubauer, Homa (1997): Lokale Kommunikation dargestellt am Beispiel der Währinger Bezirkszeitungen. Ein Versuch mittels Inhaltsanalyse und Interviews Leistungen und Defizite der „Bezirkszeitung“ und des „Bezirksjournals“ festzustellen. Wien: Diplomarbeit

Nick, Rainer. Österreichs Alemannen – Die „besseren“ Demokraten?. In: Dermutz, Susanne/Klein, Peter/Nick, Rainer/Pelinka, Anton (Hg.) (1982): Anders als die Anderen? Politisches System, Demokratie und Massenmedien in Vorarlberg. Dornbirn/Bregenz: fink's verlag, Seite 105-191

Nick, Rainer/Wolf, Jacob (Hg.) (1996): Regionale Medienlandschaften. Tirol, Südtirol und Vorarlberg. Innsbruck: Studia GmbH

Noelle-Neumann, Elisabeth/Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner (Hg.) (1976): Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchung zur Alleinstellung von Tageszeitungen. Düsseldorf: Droste Verlag

Noelle-Neumann, Elisabeth: Folgen lokaler Zeitungsmonopole. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner (Hg.) (1976): Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchung zur Alleinstellung von Tageszeitungen. Düsseldorf: Droste Verlag, Seite 11-58

Noelle-Neumann, Elisabeth: Das Lokalmonopol Tageszeitung. Eine Untersuchung der Auswirkungen auf die örtliche Berichterstattung. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner (Hg.) (1976): Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchung zur Alleinstellung von Tageszeitungen. Düsseldorf: Droste Verlag, Seite 169-180

Paek, Hye-Jin/Yoon So-Hyang/Dhavan, Shah V. (2005): Local news, social integration, and community participation: hierarchical linear modelling of contextual and cross-level effects. In: J&MC Quarterly 2004, Vol. 82, issue 3, pp. 587-606

Pelinka, Anton: Besonderheit und Föderalismus. In: Dermutz, Susanne/Klein, Peter/Nick, Rainer/Pelinka, Anton (Hg.) (1982): Anders als die Anderen? Politisches System, Demokratie und Massenmedien in Vorarlberg. Dornbirn/Bregenz: fink's verlag, Seite 13-18

Plasser, Fritz: Gesellschaftliche Funktionen der Massenmedien in Österreich. In: Nick, Rainer/Wolf, Jacob (1996): Regionale Medienlandschaften. Tirol, Südtirol und Vorarlberg. Innsbruck: Studia GmbH, Seite 9-20

Projektteam Lokaljournalisten (1981): ABC des Journalismus. München: Verlag Ölschläger

Rammer, Elisabeth (2001): Der Trend zur Regionalisierung am Zeitschriftenmarkt. Dargestellt an der Tiroler Nachrichtenillustrierten Echo. Wien: Diplomarbeit

Reinhardt, Jan D.: Medien und Identität. In: Jäckel, Michael (Hg.) (2005): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, Seite 33-46

Reisbeck, Günter: Stadtteilzeitungen in München. Eine Inhalts- und Strukturanalyse zur Funktionsbestimmung von Stadtteilzeitungen. In: Jarren, Ottfried (Hg.) (1980): Stadtteilzeitung und lokale Kommunikation. München/New York/London/Paris: Saur, Seite 51-63

Rombach, Theo (1983): Lokalzeitungen und Partizipation am Gemeindeleben. Eine empirische Untersuchung. Berlin: Verlag Volker Spiess

Rohr, Robert: Terminjournalismus – und sonst nichts? Tageszeitungen und ihre Berichterstattung über Königstein. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. München: Verlag Ölschläger, Seite 64-82

Ronneberger, Franz (1964): Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Publizistik 1964/4, Seite 291-304

Ronneberger, Franz: Die politischen Funktionen der Massenkommunikation. In: Langenbucher, Wolfgang R. (1974): Zur Theorie der politischen Kommunikation. München: R. Piper & Co. Verlag, Seite 193-205

Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner: Lokale Kommunikation und Pressemonopol. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner (Hg.) (1976): Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchung zur Alleinstellung von Tageszeitungen. Düsseldorf: Droste Verlag. Seite, 59-168

Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Haas, Hannes (Hg.) (1987): Mediensysteme. Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien. Wien: Wilhelm Braumüller Verlag, Seite 154-160

Ronneberger, Franz (1991): Wandel von Raumvorstellungen durch Medienkommunikation. In: Publizistik 1991/3, Seite 257-266

Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation. In: Haas, Hannes/Jarren, Ottfried (Hg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Wien: Braumueller Wilfried, Seite 61-68

Rühl, Manfred (1991): Systemdenken in der Kommunikationswissenschaft. In: Publizistik 1969/2, Seite 185-206

Sarcinelli, Ulrich: Massenmedien und Politikvermittlung – Eine Problem- und Forschungsskizze. In: Wittkämper, Gerhard W. (Hg.) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Seite 37-62

Saxer, Ulrich: Lokale Kommunikation – Bilanz der Forschung. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. München: Verlag Ölschläger, Seite 33-42

Saxer, Ulrich: Der gesellschaftliche Ort der Massenkommunikation. In: Haas, Hannes/Jarren, Ottfried (Hg.) (2002): Mediensysteme im Wandel. Struktur, Organisation und Funktion der Massenmedien. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Wien: Braumueller Wilfried, Seite 1-14

Schneider, Beate/Wiebke, Möhring/Stürzbecher, Dieter (2000): Ortsbestimmung. Lokaljournalismus in den neuen Ländern. Konstanz: UVK Medien

Schneider, Beate/Schütz, Walter (Hg.) (2004): Europäische Pressemärkte. Annäherung an eine länderübergreifende Zeitungsstatistik. Wien: Verlag der Österreichischen Akademien der Wissenschaften

Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (2008): Methoden der empirischen Sozialforschung. 8., unveränderte Auflage. München/Wien: Oldenbourg Verlag

Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Schönbach, Klaus: Die isolierte Welt des Lokalen. Tageszeitungen und ihre Berichterstattung über Mannheim. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1980): Lokalkommunikation. Analysen, Beispiele, Alternativen. München: Verlag Ölschläger, Seite 45-63

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München: Verlag Karl Alber

Schwiderowski, Peter (1989): Entscheidungsprozesse und Öffentlichkeit auf der kommunalen Ebene. Erweiterte Bürgerbeteiligung durch die Nutzung neuer lokaler Massenmedien? München: K.G. Saur Verlag

Spatzenegger, Veronika (2000): Die Rolle der lokalen Massenmedien auf kommunaler Ebene. Wien: Diplomarbeit

Steinmaurer, Thomas (Hg.) (2002): Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. Innsbruck: StudienVerlag

Steinmaurer, Thomas: Österreichs Mediensystem. Ein Überblick. In: Steinmaurer, Thomas (Hg.) (2002): Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick. Innsbruck: StudienVerlag, Seite 11-70

Stober, Rolf: Medien als vierte Gewalt – Zur Verantwortung der Massenmedien. In: Wittkämper, Gerhard W. (Hg.) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Seite 27-36

Stuiber, Heinz-Werner (1975): Die lokal informierende Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland. Nürnberg: Nürnberger Forschungsverlag

Voltmer, Karin (1998/1999): Medienqualität und Demokratie. Eine empirische Analyse publizistischer Informations- und Orientierungsleistungen in der Wahlkampfkommunikation. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft

Von Nussbaum, Heinrich (1979): Die Zukunft liegt in der Provinz. Gewagte Notizen zu einem öffentlichen Ärgernis. In: medium 1971/9, Seite 5-9

Wallgram, Richard (2001): Lokale Medien im Konflikt. Die Rolle der lokalen Printmedien am Beispiel des Streimbach-Konflikts im Tiroler Lechtal. Wien: Diplomarbeit

Wallner, Cornelia (2007): Interdisziplinäre Medienmarktanalyse. Ein theoriegeleitetes Analysemodell mit kommunikationswissenschaftlichen und ökonomischen Indikatoren. Wien, Dissertation

Weischenberg, Siegfried (2002): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag

Wiling, Thomas (1990): Strukturen lokaler Nachrichten. Eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. München/New York/London/Paris: K.G. Saur Verlag

Willyard, Jennifer (2007): Tragedy in Red Lake, Minnesota: A Pentadic Analysis of Local versus National Media Coverage. Conference Papers – National Communication Association, 2007 Annual Meeting

Wittkämper, Gerhard W. (Hg.) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft

Wittkämper, Gerhard W.: Medien und Politik – Einführung in die wissenschaftliche und praktische Diskussion. In: Wittkämper, Gerhard W. (Hg.) (1992): Medien und Politik. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Seite 1-13

Woditschka, Verena/Hillek, Willy: Die Vorarlberger Nachrichten. In: Nick, Rainer/Wolf, Jacob (1996): Regionale Medienlandschaften. Tirol, Südtirol und Vorarlberg. Innsbruck: Studia GmbH, Seite 253-364

Zeiner, Walter: Vorarlberg – kein Nährboden für überregionale Medien. In: Nick, Rainer/Wolf, Jacob (1996): Regionale Medienlandschaften. Tirol, Südtirol und Vorarlberg. Innsbruck: Studia GmbH, Seite 269-274

Internetquellen

Vorarlberger Medienhaus: <http://www.medienhaus.at>, Stand: 01. August 2010

Media Analyse (2008/09): <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungBundeslandVorarlberg.do?year=08/09&title=Tageszeitungen&subtitle=BundeslandVbg>, Letzter Abruf: 01. August 2010

Statistik Austria: www.statistikaustria.at, Statistiken von 2007 bis 2009

Anhang:

Anhang 1: Kategoriensystem

Medium
Erscheinungsweise
Datum
Nummer
Gesamtumfang
991 Redaktioneller Inhalt (Umfang)
992 Bezahlter Inhalt
993 Leserbriefe
Anteil Kommentar/Glossen

INHALTLICH

1 Ressort:

11 Internationale Politik
12 Österreich-Politik
13 Vorarlberg-Politik
14 Lokal/Chronik
15 Sport
16 Markt
17 Menschen/Welt/Trends
18 Wohin
19 Motor
20 Reise
21 Kultur
22 Themenschwerpunkt
23 Werbung
24 Inserate
25 Impressum
26 Sonstige

2 Aufmachung: Größe des Artikels/Bildes in cm²

21 Artikel mit Bild
22 Artikel mit Grafik
23 Artikel mit Bild und Grafik
24 Artikel ohne Bild und Grafik
25 Bild mit Bildunterschrift
26 Grafik mit Bildunterschrift
27 zu Artikel gehörendes Bild
28 zu Artikel gehörende Grafik
29 bezahlter Inhalt mit Bild
30 bezahlter Inhalt ohne Bild

3 Beachtungsgrad

31 Hauptaufmacher auf der Titelseite
32 sonstiger mehrspaltiger Beitrag auf der Titelseite
33 sonstiger Beitrag auf der Titelseite
34 Randspalte Titelseite
35 Innenteil: Hauptaufmacher
36 Innenteil: zweitgereihter mehrspaltiger Artikel
37 Innenteil: sonstige Beiträge
38 Innenteil: Randspalte einspaltig
39 obere Bildzeile Titelseite
40 gesamte Seite
41 obere Bildzeile

4 Nähe:

41 lokal
42 regional (4212: Schweiz, 4213 Liechtenstein; 4214 angrenzendes Deutschland; 4215 Tirol)
4211 regional mit lokalem Bezug
43 national
4311 national mit regionalem Bezug
4312 national mit lokalem Bezug
4313 national mit regionalem und lokalen Bezug
44 europäisch (Staaten der EU)
4411 europäisch mit nationalem Bezug
4412 europäisch mit regionalem Bezug
4413 europäisch mit lokalem Bezug
4414 europäisch mit nationalem, regionalem und lokalem Bezug
4415 europäisch mit nationalem und regionalem Bezug
4416 europäisch mit regionalem und lokalem Bezug
4417 europäisch mit nationalem und lokalem Bezug
45 international
4511 international mit europäischem Bezug
4512 international mit nationalem Bezug
4513 international mit regionalem Bezug
4514 international mit lokalem Bezug
4515 international mit europäischem, nationalem, regionalen und lokalem Bezug
4516 international mit europäischem, nationalem und regionalen Bezug

4517 international mit europäischem, nationalem und lokalem Bezug
4518 international mit europäischem und nationalem Bezug
4519 international mit europäischem, regionalem und lokalem Bezug
4520 international mit europäischem mit regionalem Bezug
4521 international mit europäischem und lokalem Bezug
4522 international mit nationalem, regionalem und lokalem Bezug
4523 international mit nationalem und regionalem Bezug
4524 international mit nationalem und lokalem Bezug
4525 international mit regionalem und lokalem Bezug
46 nicht bestimmbar

Dialekt

46 Dialektphrasen verwendet
47 Dialektphrasen nicht verwendet

5 Aktualität

51 latente Aktualität
52 manifeste Aktualität
53 nicht aktuell

6 Sachgebiet (führt zu einzelnen Funktionsbereichen – wenn 61 und 63 dann soziale Funktion, 62 dann politische Funktion, 64 dann wirtschaftliche Funktion)

61 Soziales

6111 Sozialpolitik
 6112 Familienpolitik
 6113 Gesundheit
 6114 Umweltschutz

 6115 Gesetzgebung und Justiz
 (Gerichtsverhandlungen/
 Urteilsverkündungen) (1001)
 6116 Kriminalität und
 Polizeimaßnahmen
 (Sicherheit und Ordnung)
 (1001)
 6116 Unglücke
 6117 Unfälle
 6118 Gesellschaft (1001/1003)
 6119 Kuriosa
 6120 Klatsch (persönlicher, privater
 Bereich von Personen)
 6121 Personalia (Geburtstage,
 Todesfälle, Ehrungen,
 Standesamt, Jubiläen...) (1002)
 6122 Freizeit und Hobbies
 (Freizeitgestaltung,
 Anregungen, Darstellung
 anderer Personen mit Hobby)
 6123 Tiere (Lebensbedingungen,
 -gewohnheiten, Pflege)
 6124 Heimatgeschichte
 6125 Vereinsveranstaltungen (1001)
 6126 Sonstige Veranstaltungen
 (1002)
 6127 Erfolgsgeschichten (1002)
 6128 Prominenz (6115-6182 =>
 1003;3003)
 6129 Integrationsthemen (1003)
 6130 Menschen im Beruf
 6131 Geschichte allgemein
 6132 Wetter
 6133 Sonstige
 6134 Unglücke
 6135 Naturkatastrophen
 6136 Sanierungen/Umbau
 6137 Veranstaltungsankündigungen
 6138 VN-Aktion
 6139 Sport

62 Politik

6211 Wahlen
 6212 zwischenstaatliche
 Beziehungen
 6213 Militär/Verteidigung (2004)
 6214 Wirtschafts- und
 Finanzpolitik (Betriebs-, Volks-
 und Landwirtschaft,
 Gestaltung der öffentlichen
 Finanzwirtschaft)
 6215 Sozialpolitik (soziale
 Verhältnisse im
 Staat/Land/in der
 Region,...)
 6216 Verkehrspolitik (öffentliche
 Verkehrsmittel als Ergebnis
 politischer Prozesse,
 Planung, Bau und
 Fertigstellung von
 Straßen,...) (2004)
 6217 Gesundheitspolitik
 (politische Entscheidungen
 zum Gesundheitswesen;
 Krankenhäuser, etc.)
 6218 Kulturpolitik (Finanzierung
 kultureller Projekte)
 6219 Umweltpolitik
 6220 Landschaftsplanung (Stadt,
 Land, Region,...) (2004)
 6221 öffentliche Bauten
 (Planungen, Vorbe-
 reitungen, Fertigstellung)
 6222 Sitzungen (2001)
 622211 Bezirks-, Gemeinde-,
 Stadtratssitzungen,... (2001)
 622212 Landtagssitzungen (2001)
 622213 Nationalratssitzungen
 (2001)
 6223 EU-Politik
 6224 Sonstige

63 Kultur

6311 Kunst (1004)
 631111 bildende Kunst
 631112 Musik
 631113 Theater
 631114 Tanz
 631115 Literatur
 631116 kulturelle Veranstaltungen
 (1002)
 631117 Sonstige

 6312 Massenmedien
 631211 Fernsehen (inhaltlicher
 Diskurs, Produktionen,
 Kritik)
 631212 Print
 631213 Radio
 631214 neue Medien
 631215 Technik
 631216 Film

 6313 Wissenschaft und Forschung

 6314 Bildung und Erziehung (1001)
 631411 institutionalisierte
 Erziehung
 631412 nicht-institutionalisierte
 Erziehung
 631413 Bildung und Ausbildung
 631414 Probleme und
 Zukunftsperspektiven

 6315 Kirche und Religion (1003)
 6316 Sonstige

64 Wirtschaft

6411 Industrie (Prognosen,
 Probleme, Organisation,
 Technik, Produktion)
 6412 Handwerk (Organisation,
 Technik, Produktion,
 Handwerksinnungen)
 6413 Handel (indirekter
 Absatzweg zwischen
 Produzenten und
 Verbraucher)
 6414 Banken (Geldverkehr und
 Kreditvermittlung)
 6415 Landwirtschaft (Aufgaben,
 Produktionsergebnisse)
 6416 Arbeit und Beruf
 (Beschäftigungslage,
 Arbeitsplatzgestaltung,...)
 6417 Konjunkturlage
 6418 Konkurse
 6419 Aktienberichte
 6420 Währung und Finanzen
 6421 Verkehr und Touristik
 6422 Wirtschaftslage von
 Branchen allgemein
 6423 Verbraucherverhalten (6411 –
 6423 => 3004/3005)
 6424 Sonstige

65 Sonstige

6511 Wohin (1002)
 6512 Motor (1005)
 6513 Reise (1005)
 6514 Sport (1003/1006/3003)
 6515 Veranstaltungs-
 ankündigungen (1002)
 6516 Leserbriefe (2006)
 6517 Bereitschaftsdienste
 6518 Inserate (3002)
 651811 Geschäftsinserate
 651812 Stelleninserate
 651813 Immobilieninserate
 651814 Familieninserate
 651815 Veranstaltungsanzeigen
 651816 Kontaktanzeigen

7 Akteure

71 Staatsoberhaupt

72 Landeshauptmann

73 Bürgermeister

74 Exekutive

7411 Regierungschef

7412 Bundesregierungssprecher

7413 Landesregierungssprecher

7414 Sprecher Bezirks-, Stadt-, Gemeinderat, etc.

7415 Bundesregierungspartei

7416 Landesregierungspartei

7417 Partei Bezirks-, Stadt-, Gemeinderat, etc.

7418 Bundesministerien

7419 Landesministerien

7420 „Ministerien“ auf Bezirks-, Stadt-,

Gemeindeebene

7421 Ämter

7422 Behörden

7423 Botschaften

7424 Banken

7425 Polizei

7426 Bundeskriminalamt

7427 Bundesexekutive

7428 Länderexekutive

7429 Kommunalexekutive

75 Parteien

7511 Vorsitzender

7512 Gremien

7513 Mitglieder

7514 Nachwuchsorganisationen

76 Judikative

7611 Gerichte

7612 Justizbehörden

77 Supranationale Organisationen (Uno, Unesco,
Opec, Weltbank,...)

78 sonstige politische Gruppen und Organisationen

7811 Bürgerinitiativen

7812 Aktionsgruppen

7813 Hochschulen

7814 Freiheitsbewegungen

79 Wirtschafts- und Gewerkschaftsverbände

7911 Gewerkschaften

7912 Arbeiterverbände

7913 Wirtschaftsunternehmen

7914 Wirtschaftsverbände

7915 Berufsstände

80 sonstige Interessensverbände

8011 Kirche

8012 Jugendorganisationen

8013 Verbraucherverbände

8014 Heimatvertriebene

8015 Automobilclubs

8016 Massenmedien

8017 sonstige Interessensgruppen

81 Berufsgruppen

8111 Künstler/Prominenz

8112 Wissenschaft

8113 Ärzte

8114 Juristen

8115 Journalisten

8116 Arbeiter

8117 Angestellte

8118 Sportler

8119 Sonstige

82 Privatpersonen

83 Vereine

84 Experten

85 gesamter Staat/gesamtes Land

Soziale Funktionen

1001 Sozialisationsfunktion

100111 Bildung und Erziehung

Bildung und Erziehung
Bildungseinrichtungen
Bildungsthemen
Festgelegte Regeln zur Bildung/Lernen durch
Belehrung

100112 Information über Geschichte und Tradition

Volkstanz/Volksmusik
Bräuche der Heimat
Region
Ort
Landschaft
Sprache

100113 Habitualisierungsfunktion: Vermittlung von Werten und Normen/Leitbilder

Informationen über Verhaltensweisen, Werten und Normen
Kriminalitätsberichterstattung
Rechtswidrigkeit von Handlungen (Verbrechen mit Lebensbedrohung, Verbrechen ohne Lebensbedrohung, ordnungswidrige Vergehen)
Achtung, Missachtung von Personen

100114 Geborgenheit, Vermittlung von Sicherheit

großer Erfolg
weitreichender, qualitativer Durchbruch auf einem bedeutenden Gebiet, aufsehenerregende neue Entwicklung
Entdeckung oder Veranstaltung mit großer Bedeutung für die Menschheit oder einzelne Nationen
mittlerer Erfolg
Verbesserung auf bedeutendem Gebiet
Fortentwicklung eines bestehenden Zustandes
kleiner Erfolg
persönlicher Erfolg
geringer Fortschritt auf bedeutendem Gebiet

1002 Soziale Orientierung: Erweiterung der Sozialisationsfunktion

100211 kurze Dauer

- Punktueller Ereignis (Unfälle, Brände, Morde, PK)
 - 2-3 Stunden: Ende klar abgrenzbar
- Tagesereignis: (Debatte, Empfänge,...)
 - Geschehen Anfang und Ende klar abgrenzbar
 - max. 24 Stunden

100212 lange Dauer

- mehrtätiges Ereignis
 - bis zu 7 Tagen
- Langzeitereignis
 - langfristig eingeführtes intensiv behandeltes Thema
 - langfristig eingeführtes peripher behandeltes Thema

100213 zurechtfinden in der Umwelt – Überschaubarkeit

- Grafiken
- Statistiken
- bekannte Muster (Rituale, Ereignistypen in Form von Staatsbesuchen, Pressekonferenzen, etc.)
- wenige Beteiligte im Spiel
- keine Unterthemen

100214 Meinungsbildung durch Kommentare

- zur Lösung und Bewältigung von Alltagsproblemen
- Meinungsäußerung bzw. Berichte zu Ereignissen, die ohne Medien nicht stattfinden würden (Pressekonferenzen)
- dadurch Kompensation mangelnder Primärerfahrungen

100215 Veranstaltungen/Aktion als Thema/Berichterstattungsanlass

100216 Wohnen, Erholung

100217 Personalia

10021711 Todesfälle

10021712 Geburten

10021713 Hochzeiten

10021714 Ehen

10021715 Geburtstage

10021716 Ehrungen

10021717 Vereinsveranstaltungen

10021718 Sonstige

100218 Freizeitkalender/Veranstaltungshinweise

1003 Identitätsstiftung und Integrationsfunktion (NRF Identifikation)

100311 Personalisierung

- eine oder mehrere Personen
- handelndes Subjekt Ursache oder Mittelpunkt des Ereignisses
- Gegenteil abstraktes Ereignis
- strukturelles Geschehen drückt sich überwiegend in Handeln der Personen aus
- Prominenz (Sänger, Künstler, Schauspieler, Sportler, bekannte Personen im Raum Vorarlberg, Österreich, International)

100312 Ethnozentrismus

- Bezug zu Nationalität, Regionalität, Lokalität
- Nähe Gefühl der Zusammengehörigkeit
- allgemeine Annahme, dass Menschen über die berichtet wird von der Nähe des berichteten Geschehens abhängig ist (Sänger, Künstler, Schauspieler, Sportler, bekannte Personen im Raum Vorarlberg, Österreich, International)

100313 Erzeugung einer kollektiven Identität

- Thematisierung von Ereignissen – „Wir-Gefühl“ (langfristig eingeführtes Thema)
- Funktion pluralistischer Kompensation
 - Thematisierung unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen, Lebensformen und Subkulturen
 - Präsentation von Randgruppen

100314 Integrationskommunikation. Explizite Thematisierung von Integration

100315 Porträts nationaler/regionaler/lokaler erfolgreicher Sportler

- personalisierte Sportberichterstattung

100316 Einrichtungen mit Integrationsbezug

- Hilfsdienste, Einrichtungen, Organisationen, Behörden, Arbeitsplätze, Ausbildungsstätten, Begegnungszentren, Bürgergruppen, Selbsthilfe-Initiativen

1004 Enkulturationsfunktion	1006 Unterhaltungsfunktion	1008 Chronistenfunktion/Diskurs- und Meinungsäußerungsfunktion
<u>100411 Kunst- und Kulturvermittlung (Theater, Musik, Filme, ...)</u> Ritual und Kulturfunktion	<u>100611 Definierte Human-Interest-Themen</u>	<u>100811 Meinungen zur Grundlage der Meinungsbildung</u> - Kommentierung - Bewertung - Durch Journalisten und medienexternen Personen
<u>100412 Lehr- und Bildungstoffe zu Kultur und kultureller Unterhaltungsangebote</u>	<u>100612 Schaden</u> - schwere Schäden - Naturkatastrophe und schweren Unfällen mit vielen Toten - mittlere Schäden - Unglücke und Unfälle mit relativ wenigen Toten, mit Schwerverletzten oder Sachschaden - leichte Schäden - Leichtverletzte oder geringer Sachschaden	<u>100812 unterschiedliche Sprecher</u>
<u>100413 Vermittlung kultureller Perspektiven – verschiedene Meinungen aufzeigen</u>	<u>100613 Überraschung</u> - Unerwartet - Verlauf unvorhersehbar - ungewöhnliches, seltenes, kurioses Resultat	<u>100813 Erwähnung von Bürgern und Organisationen</u>
<u>100414 Kulturelle Entwicklungen vermitteln</u>	<u>100614 Sport</u>	<u>100814 Relevanz</u> - großer Kreis von Betroffenen - Mehrheit der Bundesbürger, Mehrheit auf regionaler, lokaler Ebene - Ereignis ist von existentieller Bedeutung - Nation, Region, Lokalität: Leben oder Bestand von Personen, Gruppen, Nationen berührt
<u>100415 Information über unterschiedliche kunstschaftende Gruppen</u>	<u>100615 Witze</u>	Konsequenzen des Ereignisse sind dauerhaft
<u>100416 Information über unterschiedliche Kulturen</u>	<u>100616 Rätsel</u>	
1005 Ratgeberfunktion	<u>100617 Gerüchte, Satire, Poesie...</u>	
<u>100511 Leserservice</u>	1007 Funktion der Statusverleihung	
<u>100512 Ombudsmann/Leseranwalt/telefonischer Bürgerservice</u>	<u>100711 Porträts über Privatpersonen/Porträts von Mitbürgern</u>	
<u>100513 Information zur Bewältigung von Alltagsproblemen</u> - Ratgeber zu Medizin, Gesundheit, Unfallschutz, Kinder, Schule, Natur - Adressen von Hilfsdiensten	<u>100712 Porträts über Prominenz</u>	
<u>100514 Einkaufstipps</u> - Ratschläge, Preise, Trends,... - Geschäftseröffnungen	<u>100713 Besondere Leistungen von Menschen</u>	
	<u>100714 Vorstellung von Organisationen und Vereinen</u>	

Politische Funktionen

2001 Herstellung von Öffentlichkeit

200111 kurze Dauer

- Punktueller Ereignis (Unfälle, Brände, Morde, PK)
 - 2-3 Stunden: Ende klar abgrenzbar
- Tagesereignis: (Debatte, Empfänge,...)
 - Geschehen Anfang und Ende klar abgrenzbar
 - max. 24 Stunden

200112 lange Dauer

- mehrtätiges Ereignis
 - bis zu 7 Tagen
- Langzeitereignis
 - langfristig eingeführtes intensiv behandeltes Thema
 - langfristig eingeführtes peripher behandeltes Thema

200113 Podium um Konflikte auszutragen

- Unterschiedliche Standpunkte aufzeigen

200114 Sitzung als Thema/Berichterstattungsanlass

2002 Artikulationsfunktion

200211 Status

- regionale und nationale Zentralität
- persönlicher Einfluss und politische Macht der beteiligten Personen

200212 Thematisierungsfunktion als Frühwarnsystem

200213 Grad der Betroffenheit

- großer Kreis von Betroffenen (Mehrheit der Bundesbürger, Mehrheit auf regionaler, lokaler Ebene)
- Ereignis ist von existentieller Bedeutung (Nation, Region, Lokalität: Leben oder Bestand von Personen, Gruppen, Nationen berührt)
- Konsequenzen des Ereignisses sind dauerhaft

200214 Aktivierungs- und Mobilisierungsfunktion bei Missständen

200215 Legitimation: Politik kommuniziert Informationen über Entscheidungen

200216 Repräsentation unterschiedlicher gesellschaftlicher Interessen

- Bürger/Journalisten informieren die Politik

2003 Politische Sozialisation

200311 Struktur

- Überschaubarkeit politischer Themen
- bekannte Muster
 - Rituale, Ereignistypen in Form von Staatsbesuchen, Pressekonferenzen, etc.
- wenige Beteiligte im Spiel
- keine Unterthemen
- Tabellen
- Grafiken

200312 Meinungs- und Willensbildungsprozess

- politische Bildung (Fakten, Daten zur Politik, grundsätzliche Erklärungen)
- Kommentare zur tagesaktuellen Politik

200313 Analyse politischer Themen zur Orientierung/Bewertung und Beurteilung

200314 Aktualisierung von Identitätsvorstellungen

- Personalisierung
 - eine oder mehrere Personen
 - handelndes Subjekt, Ursache oder Mittelpunkt des Ereignisses
 - Gegenteil abstraktes Ereignis
 - strukturelles Geschehen drückt sich überwiegend in Handeln der Personen aus

200315 Berichterstattung über demokratisches System

2004 Herstellung von Transparenz

200411 Konflikt

- Grad der Aggressivität politischer Ereignisse
 - Krisen, Bedrohung des Friedens, Ungewissheit zu Ausgang
- offene Aggression im Zuge von Waffengewalt
- latente Aggression im Zuge von Androhung von Gewalt bzw. kriegerischen Auseinandersetzungen
- verbale Kontroversen

200412 Kriminalität durch Politiker in ihrer politischen Funktion verursacht

- Verbrechen mit Lebensbedrohung
- Verbrechen ohne Lebensbedrohung
- ordnungswidrige Vergehen

200413 Offenlegen von Entscheidungen (Zeitung der Offenlegung)

Bauvorhaben, Stadtplanung, Arbeitsplätze, Wirtschaftspolitik,...

200414 Hintergrundberichterstattung zu Entscheidungen:

- Offenlegen der Einflüsse auf Entscheidungen, Interessen politischer Probleme, Abhängigkeiten und Motive politischer Entscheidungsträger
- Analyse: Ursachen, Prozesse, überörtliche Zusammenhänge, Alternativen, Zukunftsperspektiven
- Rückblickende Analyse von Entwicklungen

200415 Verschiedene Akteure/Sprecher/Objektakteure sind beteiligt

200416 Deutlich machen von Alternativen

200417 Informationen zu Planungen und Veränderungen

- U.a. auch Bauvorhaben

2005 Kritik- und Kontrolle	2006 Forum für Öffentlichen Diskurs/Partizipationsfunktion	2008 Transportfunktion
<u>200511 Aufdecken von Missständen/Skandalen</u> • großer Kreis von Betroffenen (Mehrheit der Bundesbürger, Mehrheit auf regionaler, lokaler Ebene) • Ereignis ist von existentieller Bedeutung (Nation, Region, Lokalität: Leben oder Bestand von Personen, Gruppen, Nationen berührt) • Konsequenzen des Ereignisses sind dauerhaft	<u>200611 Plattform (für Minderheiten) und Artikulation von Interessen</u> <u>200612 Anregung von Diskussionsprozessen</u> <u>200613 Partizipationsfunktion in Form von Leserbriefen zu politischen Themen</u>	<u>200811 Hinweis auf zukünftige politische Ereignisse</u> <u>200812 Behördentermine</u>
<u>200512 Kritik an Exekutive, Legislative und Judikative</u>	<u>200614 Entscheidungsprozesse</u>	<u>2009 Funktion der Statusverleihung</u>
<u>200513 Kritik an Parlament und Regierung/ Kritik an politischen Machthägern</u>	<u>200615 Grundlage zur Meinungsbildung</u> • unterschiedliche Sprecher • Kommentare • Darstellung von Argumentationen • Bürgerinitiativen und Interessensgruppen bekommen einen Platz • Bürgerbefragungen, Repräsentativerhebungen	<u>200911 Porträts politischer Akteure</u>
<u>200514 Grad der Betroffenheit</u> • Deutlichmachen von Konsequenzen und Einflüssen • somit auch Themen mit Vorarlbergbezug zu nationalen und internationalen Begebenheiten • nicht nur Kritik und Kontrolle der Landesregierung		<u>200912 Leistungen politischer Akteure</u>
<u>200515 Überprüfung politischer Versprechungen</u>	2007 Anwalts-, Artikulations- und Repräsentationsfunktion	
<u>200516 Berichterstattung über Handlung von Politikern</u>	<u>200711 Funktion pluralistischer Kompensation</u> • Thematisierung unterschiedlicher Gesellschaftsgruppen, Lebensformen und Subkulturen • Präsentation von Randgruppen	
<u>200517 Arbeit in Ausschüssen</u>	<u>200712 Angebot der Telefonberatung durch Experten</u>	
<u>200518 Bewertung politischer Handlungen</u>	<u>200713 Angebot von Leserforen, Gesprächs- und Beratungsgruppen</u>	
<u>200519 Musterbeispiele gelungener Problemlösungen aus anderen Städten, Ländern,...</u>		

Wirtschaftliche Funktionen

3001 Zirkulationsfunktion

- Entscheidungs- und handlungsrelevante Themen (Ratgeber zu Konsum und Tourismus)

3002 Kapitalverwertung durch Werbung

- Verhältnis Werbung und redaktioneller Teil (messen)

300211 Anzeigen

- Geschäftsanzeigen
- Stellenanzeigen
- Familienanzeigen
- Immobilienanzeigen
- Veranstaltungsanzeigen

300212 Werbung

3003 Regenerative Funktion/Sozialtherapie /Unterhaltungsfunktion

300311 Definierte Human-Interest-Themen

300312 Schaden

- schwere Schäden
 - Naturkatastrophe und schweren Unfällen mit vielen Toten
- mittlere Schäden
 - Unglücke und Unfälle mit relativ wenigen Toten, mit Schwerverletzten oder Sachschaden
- leichte Schäden
 - Leichtverletzte oder geringer Sachschaden

300313 Überraschung

- Unerwartet
- Verlauf unvorhersehbar
- ungewöhnliches, seltenes, kurioses Resultat

300314 Sport

300315 Witze

300316 Rätsel

300317 Gerüchte, Satire, Poesie...

3004 Herrschaftliche Funktion

- Artikel zur Legitimation des Wirtschaftssystems beziehungsweise

300411 allgemeine positive Information über wirtschaftliche Unternehmen

- dazu Vergleich an negativ konnotierten Artikeln zu Wirtschaftsunternehmen

3005 Wirtschaftliche Informationsfunktion

300511 Wissensvermittlung zu wirtschaftlichen Themen

300512 Darstellung unterschiedlicher Sprecher

300513 Kommentierung wirtschaftlicher Informationen

300514 Wirtschaftliche Konflikte

- Schaden verursacht durch Manager, Unternehmen, etc.
- Konkurs
- Mergers and Aquisitions
- Ungewisser Ausgang eines Unternehmens

300515 Erfolg

- Durchbruch eines Unternehmens – gute Bilanzen, neue Produkte,...

300516 Situation am Arbeitsmarkt

300517 Service

300518 Zurechtfinden

Anhang 2: Themenübersicht

VN		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Soziales	kommt nicht vor	70021	31,2%
	Sozialpolitik	962	,4%
	Familienpolitik	28	,0%
	Gesundheit	3338	1,5%
	Umweltschutz	1460	,7%
	Gesetzgebung und Justiz	3845	1,7%
	Kriminalität und Polizeimaßnahmen	4147	1,8%
	Unfälle	2340	1,0%
	Gesellschaft	5503	2,5%
	Kuriosa	1704	,8%
	Klatsch	4105	1,8%
	Personalia	4308	1,9%
	Freizeit und Hobbies	4026	1,8%
	Tiere	1161	,5%
	Heimatgeschichte	1940	,9%
	Vereinsveranstaltungen	582	,3%
	Sonstige Veranstaltungen	23892	10,6%
	Erfolgsgeschichte	2749	1,2%
	Prominenz	1000	,4%
	Integrationsthemen	457	,2%
	Menschen im Beruf	2856	1,3%
	Allgemeine Gesellschaftsgeschichte	819	,4%
	Wetter	4462	2,0%
	Sonstige	19995	8,9%
	Unglücke		,0%
	Naturkatastrophen	2325	1,0%
	Sanierungen/Umbauten	2015	,9%
	Veranstaltungsankündigung en	613	,3%
	VN-Aktion	21317	9,5%
	Sport	32496	14,5%

VN		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Kultur	kommt nicht vor	174953	77,9%
	Kunst	31357	14,0%
	Massenmedien	13633	6,1%
	Wissenschaft und Forschung	1885	,8%
	Bildung und Erziehung	1870	,8%
	Kirche und Religion	691	,3%
	Sonstige	74	,0%

VN		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Politik	kommt nicht vor	201004	89,5%
	Wahlen	3161	1,4%
	zwischenstaatliche Beziehungen	1449	,6%
	Militär/Verteidigung	841	,4%
	Wirtschafts- und Finanzpolitik	4254	1,9%
	Sozialpolitik	2764	1,2%
	Verkehrspolitik	1044	,5%
	Gesundheitspolitik	352	,2%
	Kulturpolitik	27	,0%
	Umweltpolitik	351	,2%
	Landschaftsplanung	780	,3%
	öffentliche Bauten	2654	1,2%
	Sitzungen	521	,2%
	EU-Politik	1808	,8%
	Sonstige	3453	1,5%

VN		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Wirtschaft	kommt nicht vor	201972	90,0%
	Industrie	2745	1,2%
	Handwerk	388	,2%
	Handel	2506	1,1%
	Banken	246	,1%
	Landwirtschaft	109	,0%
	Arbeit und Beruf	3471	1,5%
	Konjunkturlage	1051	,5%
	Konkurse	535	,2%
	Aktienberichte	2182	1,0%
	Währung und Finanzen	341	,2%
	Verkehr und Touristik	1013	,5%
	Wirtschaftslage von Branchen allgemein	4320	1,9%
	Verbraucherverhalten	1268	,6%
	Sonstige	2317	1,0%

VN-Heimat		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Soziales	kommt nicht vor	2026,00	18,0%
	Sozialpolitik	.	,0%
	Familienpolitik	728,25	6,5%
	Gesundheit	521,75	4,6%
	Umweltschutz	.	,0%
	Gesetzgebung und Justiz	.	,0%
	Kriminalität und	.	,0%
	Polizeimaßnahmen	.	,0%
	Unfälle	.	,0%
	Gesellschaft	613,00	5,4%
	Kuriosa	.	,0%
	Klatsch	.	,0%
	Personalia	1148,00	10,2%
	Freizeit und Hobbies	796,75	7,1%
	Tiere	211,00	1,9%
	Heimatgeschichte	.	,0%
	Vereinsveranstaltungen	243,00	2,2%
	Sonstige Veranstaltungen	1233,00	10,9%
	Erfolgsgeschichte	197,00	1,7%
	Prominenz	.	,0%
	Integrationsthemen	.	,0%
	Menschen im Beruf	.	,0%
	Allgemeine	.	,0%
	Gesellschaftsgeschichte	.	,0%
	Wetter	.	,0%
	Sonstige	.	,0%
	Unglücke	.	,0%
	Naturkatastrophen	.	,0%
	Sanierungen/Umbauten	2201,50	19,6%
	Veranstaltungsankündigungen	.	,0%
	VN-Aktion	1212,25	10,8%
	Sport	129,00	1,1%

VN-Heimat		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Kultur	kommt nicht vor	9586,25	85,1%
	Kunst	1468,00	13,0%
	Massenmedien	.	,0%
	Wissenschaft und Forschung	.	,0%
	Bildung und Erziehung	206,25	1,8%
	Kirche und Religion	.	,0%
	Sonstige	.	,0%

VN-Heimat		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Politik	kommt nicht vor	10575,50	93,9%
	Wahlen	.	,0%
	zwischenstaatliche Beziehungen	.	,0%
	Militär/Verteidigung	.	,0%
	Wirtschafts- und Finanzpolitik	.	,0%
	Sozialpolitik	.	,0%
	Verkehrspolitik	482,00	4,3%
	Gesundheitspolitik	70,00	,6%
	Kulturpolitik	.	,0%
	Umweltpolitik	133,00	1,2%
	Landschaftsplanung	.	,0%
	öffentliche Bauten	.	,0%
	Sitzungen	.	,0%
	EU-Politik	.	,0%
	Sonstige	.	,0%

VN-Heimat		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Wirtschaft	kommt nicht vor	11198,75	99,5%
	Industrie	.	,0%
	Handwerk	.	,0%
	Handel	.	,0%
	Banken	.	,0%
	Landwirtschaft	.	,0%
	Arbeit und Beruf	.	,0%
	Konjunkturlage	.	,0%
	Konkurse	.	,0%
	Aktienberichte	.	,0%
	Währung und Finanzen	.	,0%
	Verkehr und Touristik	.	,0%
	Wirtschaftslage von	.	,0%
	Branchen allgemein	.	
	Verbraucherverhalten	.	,0%
	Sonstige	61,75	,5%

VN lokal/regional		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Soziales	kommt nicht vor	28776	21,4%
	Sozialpolitik	909	,7%
	Familienpolitik	28	,0%
	Gesundheit	3268	2,4%
	Umweltschutz	1435	1,1%
	Gesetzgebung und Justiz	3494	2,6%
	Kriminalität und Polizeimaßnahmen	2154	1,6%
	Unfälle	1464	1,1%
	Gesellschaft	3735	2,8%
	Kuriosa	149	,1%
	Klatsch	435	,3%
	Personalia	4265	3,2%
	Freizeit und Hobbies	3427	2,5%
	Tiere	430	,3%
	Heimatgeschichte	1940	1,4%
	Vereinsveranstaltungen	582	,4%
	Sonstige Veranstaltungen	23506	17,5%
	Erfolgsgeschichte	2091	1,6%
	Prominenz	479	,4%
	Integrationsthemen	457	,3%
	Menschen im Beruf	2856	2,1%
	Allgemeine Gesellschaftsgeschichte		,0%
	Wetter	4219	3,1%
	Sonstige	3085	2,3%
	Unglücke		,0%
	Naturkatastrophen	168	,1%
	Sanierungen/Umbauten	1618	1,2%
	Veranstaltungsankündigun- gen	613	,5%
	VN-Aktion	21168	15,7%
	Sport	17719	13,2%

VN lokal/regional		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Kultur	kommt nicht vor	102428	76,2%
	Kunst	27857	20,7%
	Massenmedien	2660	2,0%
	Wissenschaft und Forschung	48	,0%
	Bildung und Erziehung	1458	1,1%
	Kirche und Religion	18	,0%
	Sonstige	.	,0%

VN lokal/regional		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Politik	kommt nicht vor	125661	93,5%
	Wahlen	999	,7%
	zwischenstaatliche Beziehungen	.	,0%
	Militär/Verteidigung	.	,0%
	Wirtschafts- und Finanzpolitik	1170	,9%
	Sozialpolitik	1208	,9%
	Verkehrspolitik	616	,5%
	Gesundheitspolitik	226	,2%
	Kulturpolitik	.	,0%
	Umweltpolitik	207	,2%
	Landschaftsplanung	711	,5%
	öffentliche Bauten	2654	2,0%
	Sitzungen	203	,2%
	EU-Politik	156	,1%
	Sonstige	660	,5%

VN lokal/regional		Größe	
		Summe	Summe als Tabellen%
Wirtschaft	kommt nicht vor	124431	92,5%
	Industrie	1019	,8%
	Handwerk	388	,3%
	Handel	1311	1,0%
	Banken	56	,0%
	Landwirtschaft	.	,0%
	Arbeit und Beruf	661	,5%
	Konjunkturlage	32	,0%
	Konkurse	46	,0%
	Aktienberichte	254	,2%
	Währung und Finanzen	.	,0%
	Verkehr und Touristik	435	,3%
	Wirtschaftslage von Branchen allgemein	3042	2,3%
	Verbraucherverhalten	931	,7%
	Sonstige	1866	1,4%

Anhang 3: Interviewleitfaden

Eugen Russ

Worin liegt die zentrale Aufgabe der VN, wenn die journalistischen Aufgaben kurz außer Acht gelassen werden? Was ist die wichtigste Aufgabe der VN? Was ist unabdingbar?

Tragen die VN zu einer kollektiven Identität, also einem „Wir-Gefühl“ der Vorarlberger bei?

Oder konzentriert sich die VN eher auf die kollektive Identität der VN-Leser?

Oder gehört das VN-Lesen schon zum Vorarlberger sein?

Identifikation mit der Zeitung vs. Identifikation mit Vorarlberg – Wo liegt der Unterschied?

Welche Rolle spielt die Kommentierung im Journalismus? Welchen Zweck erfüllt sie?

Gilt Kommentierung als Grundlage der Meinungsbildung der Leser?

Warum werden vergleichsweise wenige Ereignisse kommentiert?

Wann wird ein Ereignis „kommentierungswert“?

Ist Zeitungsmachen und Unterhaltung ein Widerspruch?

Wie kann Unterhaltung im Printbereich definiert werden?

Sieht sich die VN als Informationsvermittler oder als Ratgeber?

Wie können die VN sich in diesem Sinne positionieren? (Ratgeber, Information, Forum, Unterhalter,...?)

Ist die VN somit eher Akteur der Öffentlichkeit – Kommentiert – oder Vermittler von Informationen – Forum?

Wie kann eine Zeitung Transparenz schaffen? Zum Beispiel bei politischen Entscheidungen.

Wirtschaftliche Bedeutung bzw. Stellung der VN in Vorarlberg

Wirtschaftliche Bedeutung der VN-Heimat

Unterstützt die Größe und Lage des Marktes (also eigentlich das kleine Vorarlberg im Westen) die starke Positionierung in Vorarlberg?

Steigt das Nähebedürfnis der Leser wieder?

Liegt die Zukunft der Zeitung tatsächlich im lokalen bzw. regionalen?

Wie positioniert sich ein lokales Medium wie die VN in einer globalisierten Welt?

Wie hat sich der Stellenwert der VN in der Gesellschaft verändert? (neue Leistungen, Aufgaben erforderlich? Herausforderungen?) (seit Bestehen – welche Einschnitte gab es)

Sieht sich die VN auch als Vermittler von Werten und Normen? (Leitbilder, moralische Instanz)

Kann die VN politische Entscheidungen beeinflussen? Kann Sie intervenieren und Missstände aufdecken? (Statusverleihung)

Kann sie als 4. Gewalt in Vorarlberg angesehen werden?

Über welches Sanktionspotential verfügen die VN? Wie mächtig ist die Zeitung?

Wo liegen die großen Erfolge des kritischen Journalismus der VN?

Wie würden Sie die Kritik- und Kontrollfunktion der VN heute einschätzen?

Die VN in drei Sätzen: Was ist sie, was macht sie so besonders, was leistet sie?

Die VN ist im Kern tätig (European Newspaper Congress) – Wie wichtig ist dabei User-generated content?

Welchen Einfluss kann dieser auf die Leistung einer Zeitung haben?

Wird er für die Zeitung oder nur online angedacht?

Kann der user-generated-content auch problematisch sein?

Was passiert mit dem Journalismus wenn die Leistungen nicht mehr von professionellen Journalisten ausgeübt werden?

Wie positioniert sich ein lokales Medium wie die VN in einer globalisierten Welt?

Die Besonderheit der VN sind die unterschiedlichen Rubriken (Bezug Präsentation Newspaper Congress). Dazu gehört zum Beispiel die Vorstellung von Betrieben in Vorarlberg. Welche Absicht liegt hinter dieser Rubrik? (möglicherweise auch wirtschaftliches Kalkül – Schaltungen...)

Christian Ortner

Die VN begleitet die Leser von der Wiege bis zur Bahre (European Newspaper Congress). Wie können die Leser denn für eine so lange Zeit an die Zeitung gebunden werden?

Welche Aktionen gibt es in den VN?

Können die VN als Diskursplattform auch für eine europäische und österreichische Identität angesehen werden oder wird hier stärker die Abgrenzung, also das besondere Vorarlbergerische betont?

Was macht die Leser betroffen? Wann ist ein Thema für den Leser relevant?

Wo liegen die Prioritäten bei der Berichterstattung?

Wie stark wird politische Berichterstattung mit einbezogen?

Warum wird politischen Themen vergleichsweise wenig Platz eingeräumt?

Verliert die politische Berichterstattung durch Personalisierung an Inhalt bzw. mangelt es dadurch an der Hintergrundberichterstattung?

Wo liegen die großen Erfolge des kritischen Journalismus der VN?

Kulturelle Veranstaltungen, Musiker, Schauspieler, Literaten, etc. nehmen mehr Platz ein als die Politik?

Warum gibt es kein eigenes bzw. eigentlich tägliches Kulturressort mehr, wodurch kulturelle Veranstaltungen abgehoben werden können?

Weshalb werden so wenige Integrationsthemen aufgegriffen?

Warum ist Einwanderung oder das Zusammenleben verschiedener Kulturen kein Thema in der Berichterstattung?

Bei Human-Interest-Themen sehr stark (rund die Hälfte) – können Human-Interest-Themen und ernsthafte Diskurse auf sozialer, politischer oder wirtschaftlicher Ebene nebeneinander bestehen?

Wessen Interessen werden artikuliert/müssen artikuliert werden?

Können die VN als Forum der Vorarlberger Angesehen werden? (Welche Aktionen, Ombudsmann,...)

Bedeutung der Leserbriefe

Leisten die VN die Funktion eines Frühwarnsystems? Welche politische Bedeutung haben sie heute? Wie hat es sich verändert? Sind Aktionen wie die Fußach Affäre oder Pro Vorarlberg heute überhaupt noch möglich?

Wie tragen die VN zum Meinungs- und Willensbildungsprozess bei?
(fast 20 % Anteil der Bilder – direkte Analyse hätte Umfang der quantitativen
gesprengt ABER) Was ist wichtig an Bildern? Was wird beachtet?
Wie werden Geschichten bebildert?
Welche Rollen spielen dabei Landkarten, Grafiken und Landschaften?
Oder ist die Bildberichterstattung stark personalisiert?

Welche Rolle spielt die Kommentierung im Journalismus? Welchen Zweck erfüllt sie?
Gilt Kommentierung als Grundlage der Meinungsbildung?
Warum werden vergleichsweise wenige Ereignisse kommentiert?
Wann wird ein Ereignis „kommentierungswert“?

Wie positioniert sich die VN in Vorarlberg. Können Sie möglicherweise die Leistung
der Zeitung definieren? (Ist die VN also eher Akteur der Öffentlichkeit – Kommentiert –
oder Vermittler von Informationen – Forum)

Wie hat sich der Stellenwert der VN in der Gesellschaft verändert? (neue Leistungen,
Aufgaben erforderlich? Herausforderungen?...)

Worin liegt die zentrale Aufgabe der VN, wenn die journalistischen Aufgaben kurz
außer Acht gelassen werden? Was ist die wichtigste Aufgabe der VN? Was ist
unabdingbar?

Die VN in drei Sätzen: Was ist sie, was macht sie so besonders, was leistet sie?

Gerold Riedmann

Was macht eine Lokal- beziehungsweise Regionalzeitung interessant? Bzw. was macht das Lokale und Regionale interessant?

VN-Heimat berichtet ganz lokal und „nah an den Lesern“. Ist die VN-Heimat die stärkste Beilage?

Stellenwert der Beilagen der VN

Prioritäten der Berichterstattung VN Hauptblatt und VN-Heimat

Wie wichtig ist die Darstellung von Hintergründen in der Berichterstattung zur Lokalpolitik bzw. lokalpolitischen Entscheidungen und Planungen?

Warum werden politische Ereignisse in Gemeinden nicht in die VN-Heimat reingenommen? Welchen Grund gibt es für den hohen Anteil an der Berichterstattung „sozialer Themen“? (Ergebnisse. Lokalpolitische Berichterstattung wird vernachlässigt – auch in der VN-Heimat wenig Politik)

Ermöglichen die VN die Beteiligung von Bürgern an Debatten und Kontroversen? (an politischen Konflikten? Podium)

Geben Sie als Grundlage der Beteiligung Einblick in das politische System?

Welche Themen berühren die Leser von Lokal- bzw. Regionalmedien? (Umbauten, Stadtplanungen, etc. sind stärkere Themen als andere politische Entscheidungen auf lokaler Ebene (bspw. Bildung, Verkehr, ...).

Welche anderen(nicht-politischen) Themen werden in den VN hervorgehoben? Und warum?

Welche Rollen spielen dabei Privatpersonen und Vereine?

Welche Akteure sind im Lokaljournalismus am wichtigsten? Welche werden am meisten beachtet?

Worin liegt hier der Unterschied zwischen VN und VN-Heimat? (Akteurs- und Themenbezogen)

Wie werden Themen selektiert? Wo liegt die Schwelle? Wann schafft es ein Thema in die Berichterstattung wann nicht? (Bildungsthemen, Terminjournalismus – viele Veranstaltungen)

Wie kann eine Lokalzeitung zur Orientierung der Leser beitragen? (Wie kann ein Thema übersichtlich und verständlich aufbereitet werden?) Wie können die VN zu einem Wir-Gefühl beitragen?

Ist es die Aufgabe eines Lokalmediums Sicherheit zu vermitteln?
Ist die VN Helfer in vielen Situationen? (Lösung von Alltagsproblemen)

Wie wichtig sind die Todes-, Hochzeits- und Geburtstanzeigen? Welchen Stellenwert nehmen diese ein?

Wie funktioniert die Society Berichterstattung auf lokaler Ebene? Wie wird unterschieden wer prominent ist und wer nicht?

Wie lässt sich die große Bedeutung der Sportberichterstattung begründen?

Welche Rolle spielt der Dialekt in der Berichterstattung?

Welche Spezialausgaben begleiten die VN? Was leisten bzw. bieten diese Spezialausgaben?

Wie positioniert sich die VN in Vorarlberg. Können Sie möglicherweise die Leistung der Zeitung definieren? (Ist die VN also eher Akteur der Öffentlichkeit – Kommentiert – oder Vermittler von Informationen – Forum)

Wie hat sich der Stellenwert der VN in der Gesellschaft verändert? (neue Leistungen, Aufgaben erforderlich? Herausforderungen?...)

Die VN in drei Sätzen: Was ist sie, was macht sie so besonders, was leistet sie?

Anhang 4: Transkriptions- und Auswertungstabelle der Interviews

Fallnummer	Text	Paraphrasen	Generalisierung auf das Abstraktionsniveau
Worin sehen Sie die zentrale Aufgabe bzw. die zentrale Leistung der VN?			
ER1	Die zentrale Aufgabe ist, wir stellen eine Plattform dar für das Verbreitungsgebiet Vorarlberg und das ist unsere erste und wichtigste Aufgabe diese Plattform darzustellen.	Wichtigste Aufgabe ist eine Plattform für das Verbreitungsgebiet Vorarlberg darzustellen.	Die VN sind eine Plattform für das Verbreitungsgebiet Vorarlberg. (ER 1)
ER2	Und darüber hinaus ist natürlich die Aufgabe auch über Österreich und die Welt zu berichten und das in einen Kontext zu bringen.	Aufgabe über Österreich und die Welt zu berichten und das in einem Kontext mit dem Land zu bringen. (ER2-3)	Aufgabe der VN: Über Österreich, die Welt zu berichten und in einen Kontext mit Vorarlberg zu bringen. (ER 2-3)
ER3	Wenn es möglich ist dies natürlich auch in einen Kontext mit dem Land zu bringen.		
ER4	Das wichtigste ist überhaupt, dass wir eine Plattform sind, wo der Zusammenhalt der Region ganz wesentlich gefördert wird.	Eine Plattform, die den Zusammenhalt der Region fördert.	VN sind eine Plattform, die den Zusammenhalt der Region fördert. (ER 4)
Dann sehen sich die VN nicht unbedingt nur als Vermittler von Information sondern richtig als Akteur in Vorarlberg im politischen und gesellschaftlichen Leben?			
ER5	Nein, gar nicht. Wir sehen uns als Plattform und eine Plattform agiert nicht, eine Plattform steht zur Verfügung.	Eine Plattform agiert nicht, sondern steht nur zur Verfügung.	Die VN agieren nicht aktiv, sondern stehen als Plattform passiv zur Verfügung. (ER 5-6)
ER6	Wir sind was Passives und nicht was Aktives.	Eine Plattform ist passiv und nicht aktiv.	
Was für einen Beitrag, was können die VN zu einem „Wir-Gefühl“ beitragen? Was leisten die VN für eine kollektive Identität in Vorarlberg?			
ER7	Dieser Plattformgedanke, der lässt sich weiter spinnen.		
ER8	Wenn es diese Plattform nicht gibt, dann ist es auch schwer ein „Wir-Gefühl“ zu entwickeln.	Ohne Plattform ist es schwer ein „Wir-Gefühl“ zu entwickeln.	

ER9	Ein „Wir-Gefühl“ kommt natürlich über so eine solche Plattform zustande.	Ein Wir-Gefühl kommt nur über eine Plattform zustande.	Ein Wir-Gefühl kommt nur über eine Plattform zustande. (ER8-9)
ER10	Also wie zum Beispiel auch ein Landtag eine wichtige Funktion hat um ein „Wir-Gefühl“ zu entwickeln. Das sind wichtige Einheiten und ein starkes Lokalmedium erfüllt natürlich diese Aufgabe.	Ein Landtag hat auch die Funktion ein Wir-Gefühl zu entwickeln. Ein starkes Lokalmedium auch.	Ein Landtag und ein Lokalmedium haben die Funktion ein Wir-Gefühl zu entwickeln. (ER 10)
ER11	Ich kann auch ein Beispiel dazu bringen. Das sind die Todesanzeigen. Die Todesanzeigen sind eben nicht lokal geschaltet bei uns wie in manchen anderen lokalen Medien oder regionalen Medien in Deutschland beispielsweise.	Todesanzeigen sind in den VN nicht lokal sondern regional geschaltet. In Deutschland sind sie meistens lokal geschaltet, z.B. nur in Lindau in der Lindauer Zeitung, die ein Teil der schwäbischen Zeitung ist, aber nur eine Auflage von 5000 Exemplaren hat. (ER11-12)	Todesanzeigen sind in den VN regional geschaltet. In Deutschland sind sie meistens lokal geschaltet, z.B. nur in Lindau in einer Auflage von 5.000 Exemplaren. (ER 11-12)
ER12	Da gibt es dann Lokalausgaben, wo die Todesanzeigen nur in Lindau geschaltet werden.		
ER13	Obwohl die Lindauerzeitung ja nur ein Teil der schwäbischen Zeitung ist – also nur in einer Auflage von 5.000 Exemplaren etwa diese Todesanzeige geschaltet wird. Bei uns wird die Todesanzeige durch alle Exemplare gedruckt.		
ER14	Es gibt nur eine Ausgabe der Vorarlberger Nachrichten und da entsteht natürlich schon ein „Wir-Gefühl“ in ganz Vorarlberg, weil mit den Todesanzeigen die Chance auch da ist, dass die Menschen ein Mitgefühl entwickeln für andere, dieses Mitgefühl auch dann zum Ausdruck bringen und das ist eine ganz wesentliche Funktion, die die Vorarlberger Nachrichten auch einnehmen.	Die VN haben nur eine Ausgabe und da entsteht ein „Wir-Gefühl“ in ganz Vorarlberg. Mit den Todesanzeigen wird Mitgefühl für andere entwickelt und dieses zum Ausdruck gebracht – das ist eine wesentliche Funktion.	Die VN haben nur eine Ausgabe und fördert somit das „Wir-Gefühl“ in ganz Vorarlberg. (ER 14) Eine wesentliche Funktion ist, dass mit den Todesanzeigen Mitgefühl entsteht, welches zum Ausdruck gebracht werden kann. (ER 14)

ER15	Und wir bekennen uns auch zu dieser Funktion. Wir haben da überhaupt keine xx (19: 50) dabei, dass die Todesanzeigen in Summe der meistgelesene Teil der Vorarlberger Nachrichten darstellen und wir gehen mit dem bewusst um, das ist ganz offensichtlich eine wichtige Funktion, die wir hier erfüllen und diese Funktion nehmen wir mit Freude war.	Die Todesanzeigen sind in Summe der meist gelesene Teil der VN.	Die Todesanzeigen sind der meist gelesene Teil der VN. (ER 15)
Kann man die VN noch von der Vorarlberger Identität wegdenken? Ist sie ein fixer Bestandteil?			
ER16	Also ich hoffe schon, dass wir eine ganz eine wichtige Funktion wahrnehmen.		
ER17	Wir verstehen uns auch ein bisschen als Werkzeug der Region.	Die VN als Werkzeug, Toolset der Region (ER 17-18)	Die VN sind Werkzeug, Toolset der Region. (ER 17-18)
ER18	So wie ein Toolset, das irgendwo dazu gehört und so verstehen wir uns auch – insgesamt auch als Medienhaus.		
ER19	Vorarlberg Online ist ja auch ähnlich aufgebaut.		
ER20	Vorarlberg Online hat eine sehr passive Funktion, aber schon eine Werkzeugfunktion.	<u>VOL hat eine passive Funktion, eine Werkzeugfunktion.</u>	
ER21	Das man das Ding nutzt, dass damit das Leben in meiner Region einfacher wird.	Das Medienhaus macht das Leben in der Region einfacher.	Das Medienhaus macht das Leben in der Region einfacher. (ER 21)
ER22	Es gibt ja auch in den USA drüben den Vergleich, dass Lokalmedien der „Glue“ einer Region ist, also der Kleb, der die Menschen zusammenhält und eine Region zusammenhält und in dieser Funktion sehen wir uns sehr stark.	Lokalmedien sind der Kleb einer Region, der die Menschen zusammenhält, dabei sind die VN sehr stark.	Lokalmedien halten wie ein Menschen die Region zusammen, dabei sind die VN sehr stark. (ER 22)
ER23	Wir haben uns überhaupt so ganz gut mit den amerikanischen Grundprinzipien von Regionalzeitungen leben können und darin auch viel Ideen und Gedanken wieder finden, die sich in den Vorarlberger Nachrichten auch umsetzen lassen.	VN leben gut mit den amerikanischen Grundprinzipien von Regionalzeitungen.	VN richten sich nach den amerikanischen Grundprinzipien von Regionalzeitungen. (ER 23)

ER24	Ich weiß nicht, ob sie diese Readershipstudie kennen, readership.org, das ist eine ganz wesentliche.	Readership.org	
ER25	Wir haben viel aus dem Bauch heraus gemacht, aber viel gemeinsam mit den Leuten vom Media Management Center von Chicago, viel mit ihnen gemeinsam gemacht, auch gemeinsam erarbeitet und wir glauben grundsätzlich an deren Forschung, die mit etwa 40.000 Interviews in den USA über viele Jahre gemacht wurde und wirklich gute Ergebnisse wie eine Regionalzeitung oder ein Regionalmedium auszusehen hat, um erfolgreich zu sein.	Es wurde viel spontan gemacht und viel gemeinsam mit dem Media Management Center in Chicago erarbeitet. Ergebnisse von 40.000 Interviews wie eine Regionalzeitung auszusehen hat.	Die VN richtet unter anderem sich nach den Ergebnissen von 40.000 Interviews des Media Management in Chicago, wie eine Regionalzeitung auszusehen hat. (ER 25)
Sie haben vorher von Grundprinzipien gesprochen. Was sind denn die Grundprinzipien von den VN oder sogar vom ganzen Medienhaus?			
ER26	Grundprinzipien sind, dass wir ganz normale Menschen in der Zeitung haben und über deren Leben berichten.	Grundprinzipien der Regionalzeitung sind, dass ganz normale Menschen und ihre Leben in der Zeitung sind.	Grundprinzipien der Regionalzeitung: Ganz normale Menschen und ihr Leben abzubilden. (ER 26)
ER27	Und dass wir versuchen das Leben in der Region leichter zu gestalten und der Wegweiser für diese Region zu sein.	Grundprinzipien der Regionalzeitung sind das Leben in der Region leichter zu gestalten und Wegweiser zu sein.	Grundprinzipien der Regionalzeitung: Leben in der Region erleichtern und Wegweiser sein. (ER 27)
Und als Plattform kommentieren sie ja auch Ereignisse. Es werden in den VN Ereignisse kommentiert. Wie wichtig ist Kommentierung im Journalismus für Sie oder in den VN an sich?			
ER28	Ganz offen gesagt nicht übertrieben wichtig. Darum gibt es auch keine Linie, es gibt keine Mission der Zeitung, die sie zu erfüllen hat, sondern Gedankenanstöße und diese Gedankenanstöße sollten fundiert sein und da versuchen wir wirklich allen Richtungen, allen gesellschaftlichen Richtungen die es gibt, eine Plattform zu bieten.	Kommentierung ist nicht übertrieben wichtig. Eine Zeitung soll Gedankenanstöße geben, die in alle Richtungen fundiert sind und eine Plattform bieten.	Kommentierung ist nicht übertrieben wichtig. (ER 28) Aufgabe einer Zeitung: Als Plattform fundierte Gedankenanstöße in alle Richtungen zu geben. (ER 28)

ER29	Darum schreibt vom ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden bis hin zum Kaisersohn, der jetzt leider altersbedingt ausgeschieden ist, schreiben verschiedenste Kommentatoren in der Zeitung, die sicherlich nicht einer Richtung unterzuordnen sind.	Kommentatoren vom ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden bis zum Kaisersohn, die keiner Richtung unterzuordnen sind kommen vor.	In den VN vielseitige in keine Richtung einzuordnende Kommentierung von ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden bis zum Kaisersohn. (ER 29)
ER30	Also das ist nicht das Thema, das sind eben wirklich herausragende Persönlichkeiten, die wir als Gastkommentatoren einladen oder als Kommentatoren an uns zu binden.		
Und die Kommentierung durch die Journalisten? Wie wichtig ist diese?			
ER31	Es ist ein Element, aber aus meiner Sicht kein besonders wichtiges Element.	Kommentierung ist ein Element, aber kein besonders wichtiges, weil Menschen nicht viel blöder sind als ich. (ER 31--32)	Kommentierung ist ein Element, aber nicht besonders wichtig. (ER 31-32)
Und warum halten Sie es nicht für so wichtig?			
ER32	Ich gehe immer davon aus, dass andere Menschen nicht viel blöder sind als ich.		
ER33	Und ich lege relativ wenig Wert darauf von einem Journalisten eine Meinung aufoktroziert zu bekommen.	Nicht wertvoll journalistische Meinung oktroyiert zu bekommen.	Menschen sind nicht blöder als ich und es ist nicht wertvoll journalistische Meinung oktroyiert zu bekommen. (ER 32-33)
ER34	Ich gehe einfach davon aus, dass das was mir jetzt passiert ist, dass das vielen anderen so geht, dass die Menschen nicht viel blöder sind, als man selber ist – im Gegenteil.		
ER35	Dass es viele gibt, die sogar noch vernünftiger oder gescheiter sind.		
ER36	Darum halte ich Kommentare für ein Element das Gedankenanstregend sein kann, aber sicher nicht für kriegsentscheidend.	Kommentare sind ein Element, aber nicht kriegsentscheidend.	Kommentare sind nicht kriegsentscheidend. (ER36)

ER37	Das ist nicht das Element, das die Menschen heute suchen, das halte ich für sehr altes Mediendenken.	Kommentierung nicht das Element das Menschen suchen. Das ist sehr altes Mediendenken. Hat sich mit den Möglichkeiten der Interaktion durch das Internet überholt (ER 37-38)	Kommentierung ist nicht das Element, das Menschen suchen. Das ist altes Mediendenken. Die Kommentierung wurde mit den Möglichkeiten der Interaktion durch das Internet überholt (ER 37-38)
ER38	Sie hat sich spätestens mit dem Internet und den Blogs und den Möglichkeiten der Interaktion ziemlich überholt.		
Und wonach suchen die Leser wenn sie die VN öffnen?			
ER39	Ich glaube sie bietet einen unvergleichbaren Überblick darüber, was in dem Land passiert und sich in dem Land anbietet und das ist überhaupt eine USP der Zeitung.	Die USP der VN ist, dass sie einen Überblick darüber bieten, was im Land passiert und sich im Land anbietet. VN bietet den perfekten Browser (ER39-40)	USP der VN: Sie bieten als einen perfekten Browser und einen Überblick darüber, was im Land passiert und was sich im Land anbietet. (ER 39-40)
ER40	Wenn wir jetzt also über die VN im spezifischen reden, dann hat sie natürlich den größten Vorteil darin, dass sie den perfekten Browser darstellt.		
ER41	Wenn du verschiedenen Mediengattungen vergleichst, da können wir anfangen von Radio aus.		
ER42	Also Radio hat im Normalfall drei, vier, fünf Meldungen und das Ganze ist auf einer Viertel Manuskriptseite etwa zu bringen, mehr Nachrichten bringst du in einer Radiosendung nicht unter, weil es geht einfach nicht mehr. Radio ist im Prinzip Musik mit ein bisschen Nachrichtenteil dran. Ist die Welt untergegangen oder nicht.	Im Radio kann man nicht mehr als drei bis fünf Meldungen unterbringen.	Innerhalb von 20-30 Minuten: Radio: drei bis fünf Meldungen Fernsehen: sieben bis acht Beiträge VN: 800 Meldungen (ER 42-44)
ER43	Dann gibt es das Fernsehen, das Lokalfernsehen, dass wir ja auch kennen vom ORF. Das sind 15 Minuten, 20 Minuten. Darin kommen etwa sieben Beiträge vor, sieben, acht Beiträge vor, mehr ist einfach im Format nicht drin, mehr lässt sich da nicht unterbringen. Und für diese sieben, acht Beiträge wirst du 20, 25 Minuten Zeit ausgeben vor dem Fernseher.	Im Fernsehen können sieben bis acht Beiträge untergebracht werden.	

ER44	Und dann vergleichen wir eben beispielsweise die Vorarlberger Nachrichten, sie haben etwa 800 Meldungen drinnen.	In den VN sind etwa 800 Meldungen drinnen.	
ER45	Das beginnt von der internationalen Meldung und geht hin über die Politik über die Kommentare in der Politik, die ganzen Lokalinformationen, aber dann ist es auch der Wetterbericht, dann ist es auch das Fahrrad das verschenkt wird in der Region, dann ist es der Notdienst der Apotheke bis hin zum Fernsehprogramm, geht weiter zu den Sportmeldungen, welches Ergebnis hat mein Fußballclub erzielt.	Themenspektrum: Internationale Meldungen über Politik über Kommentare in der Politik, die ganzen Lokalinformationen, Wetterbericht, das Fahrrad das verschenkt wird, Apotheken Notdienst, bis hin zum Fernsehprogramm, Sportmeldungen, Ergebnisse meines Fußballclubs.	Themenspektrum der VN: Internationale Meldungen und Kommentare über Politik, Lokalinformationen, Wetterbericht, das zu verschenkende Fahrrad, Apotheken Notdienst, Fernsehprogramm, Sportmeldungen, Ergebnisse meines Fußballclubs (ER 45)
ER46	Also es sind einfach 800 Meldungen, also 800 Einzelmeldungen, die du in 20 Minuten, 25 Minuten so durch scannen kannst, dass du eigentlich nichts übersiehst, was dich interessiert.	800 Meldungen, die die Leser in rund 25 Minuten scannen können, wo man nichts übersieht, was persönlich interessiert.	VN bietet 800 Meldungen, die Leser in 25 Minuten scannen können und nicht übersehen, was persönlich interessiert (ER 46)
ER47	Das ist die USP der Zeitung und das ist das besondere an diesem Produkt, dass du in 20, 25 Minuten weißt, was passiert lokal, was ist in meiner Nachbarschaft passiert, was ist in Vorarlberg passiert oder was ist auch in Österreich passiert oder in der Welt passiert.	Innerhalb von 25 Minuten, weiß man was in der Nachbarschaft, in Vorarlberg, in Österreich oder in der Welt passiert.	In 25 Minuten sind VN-Leser über die Nachbarschaft, Vorarlberg, Österreich und die Welt informiert (ER 47)
ER48	Und da gibt es kein Medium, das auch nur annähernd an diese Überblicksfunktionalität herankommt, ich glaube das ist so die Besonderheit der Zeitung.	Überblicksfunktionalität ist die USP der Zeitung.	USP der VN: Überblicksfunktionalität (ER 48)
Wenn wir nun beim regionalen oder lokalen Charakter einer Zeitung sind. Wie schätzen sie es ein, steigt das Nähebedürfnis jetzt wieder, auch mit der EU und der gesamten Globalisierung. Es gibt auch starke Thesen, dass das Nähebedürfnis wieder steigt. Was macht das Lokale und Regionale denn so interessant?			
ER49	Also ich kann es schwer beurteilen, ob es steigt oder nicht steigt. Ich glaube es war immer da, also wenn man sieht, wie wichtig den Vorarlbergern Vorarlberg immer war.	Ein Nähegefühl war immer schon da und in Vorarlberg schon immer wichtig, von der Schiffstaupe bis weit zurück in die Landesgeschichte. (ER 49-50)	Nähegefühl gab es immer und war in Vorarlberg schon immer wichtig, von der Schiffstaupe bis weit zurück in die Landesgeschichte (ER 49-50)

ER50	Von der Schiffstaupe bis weit zurück in die Landesgeschichte, dann kann ich das schwer feststellen, ob sich das verstärkt hat oder nicht, aber es ist auf jeden Fall wichtig, es ist auch extrem wichtig und es ist auch logisch, dass einfach die Menschen im direkten Umfeld sind.		
ER51	Ganz ein guter Hinweis darauf wie wichtig ganz gewöhnliche Menschen sind, liefert uns auch Facebook.		
ER52	Der Erfolg von Facebook ist ja ein deutliches Indiz dafür, dass sich Menschen für gewöhnliche Menschen interessieren, also nicht nur für Politiker, nicht nur für Celebrities, sondern die ganz gewöhnlichen Menschen im direkten Umfeld.		
ER53	Und eine Regionalzeitung ist nicht viel was anderes wie ein ganz großes Facebook.		
ER54	Das Facebook beschränkt sich dann meistens doch auf 50, 100 Leute im direkten Umfeld und eine regionale Tageszeitung ist deutlich weiter in diesem Umfeld und bietet mir einige Überraschungen mehr, einerseits und andererseits bietet sie auch den besseren Überblick als Facebook.	Der Erfolg von Facebook ist ein wichtiger Hinweis. Es beschränkt sich meist auf 50 bis 100 Leute im direkten Umfeld. Eine regionale Tageszeitung ist deutlich weiter und bietet eine Überraschungen und einen besseren Überblick. (ER 53-55)	Facebook beschränkt sich meist auf 50 bis 100 Personen im direkten Umfeld, eine regionale Tageszeitung geht deutlich weiter und bietet Überraschungen und einen besseren Überblick (ER 53-55)
ER55	In Facebook hast du nicht den Überblick an Meldungen, wie sie du in Tageszeitungen hast.		
Jetzt im Zeitalter von Internet und Blogs, ist es noch möglich als VN Ereignisse wie die Schiffstaupe oder Pro Vorarlberg, dass man diese quasi so steuert oder dass man als Zeitung noch intervenieren kann. Ist das noch möglich?			
ER56	Keine Ahnung. Wir beschäftigen uns mit dem seit 30 Jahren nicht mehr.		

Gäbe es vergleichbare Fälle in der Gegenwart?			
ER57	Die Vorarlberger Nachrichten haben es weder geprobt in den letzten 30 Jahren, noch beabsichtigen wir es in der Zukunft zu tun. Das ist für uns kein Thema.	Schiffstaufer/Pro Vorarlberg: In den letzten 30 Jahren weder geprobt noch beabsichtigt dies auch wieder zu tun.	Die VN haben in den letzten 30 Jahren Aktivismus wie bei der Schiffstaufer/Pro Vorarlberg weder geprobt noch beabsichtigt dies wieder zu tun. (ER57)
Wie hat sich der Stellenwert seit der Gründung der VN an sich verändert? Wo hat es starke Einschnitte gegeben in der Geschichte von der VN in der Gesellschaft?			
ER58	Es gab eben diese Schiffstaufer, es gab Rüthi und es gab die Anti-Atomkraft-Bewegung der Zeitung und seit 25 Jahren gibt es das Thema nicht mehr.		
ER59	Da gibt es diese Themen nicht mehr. Seit 25 Jahren stellen wir diese Plattform dar und was vor einem Viertel Jahrhundert oder früher war, da fällt es mir schwer das wirklich im Detail zu beurteilen.	Kann nicht im Detail beurteilen, was vor 25 Jahren war.	
ER60	Ich weiß, dass es immer noch ein gewisses Nachhinken aus dieser Zeit gibt, das mag auch sein, aber ich mag das nicht befördern.		
ER61	Wer immer einen Hinweis hat, dass es in den letzten 25 Jahren so etwas gab, der soll konkret nachfragen, ansonsten ist es ein Thema, dass mich in den letzten 25 Jahren nicht mehr sehr beschäftigt.		
ER62	Wir sind heute eine Plattform und versuchen diese Plattform darzustellen und versuchen diese ernsthaft darzustellen und versuchen Meinungspluralismus zu bieten.	Die VN sind eine Plattform und wollen den Meinungspluralismus in Vorarlberg fördern.	Die VN sind eine Plattform und wollen den Meinungspluralismus in Vorarlberg fördern. (ER 62)
ER63	Ich glaube das ist relativ unbestritten von allen gesellschaftlichen Gruppierungen im Land auch, dass da in den letzten 25 Jahren es keinen Hinweis auf eine andere Richtung gab.		

ER64	Und warum soll ich mich mit Themen beschäftigen, die 25 Jahre und länger zurückliegen.		
ER65	Ich beschäftige mich auch nicht damit, dass es irgendwann ein Twistverbot in Vorarlberg gab und das als völlig gesellschaftlich gerechtfertigt angesehen wurde.		
In der Jubiläumsausgabe war es aber auch wieder groß drinnen.			
ER66	Das Twist-Verbot?		
Nein, die Schiffstaupe. Ist es quasi die Identität der VN?			
ER67	Nein überhaupt nicht. Es ist die Entwicklung dieses Landes.	Schiffstaupe etc. kein Teil der Identität der VN nur der Entwicklung des Landes.	Ereignisse wie die Schiffstaupe etc. sind nicht Teil der Identität der VN sonder von der Entwicklung des Landes. (ER 67)
ER68	Es ist aus dem Geschichtsbuch auch nicht wegzudenken.		
ER69	Das würde auch keinen Sinn machen, auch wenn man es heute anders macht, tot zu schweigen, aber es ist nicht die Identität der VN.		
ER70	Die Identität der VN in den letzten 25 Jahren ist eine ganz andere geworden.	Die Identität der VN änderte sich in den letzten 25 Jahren.	Die Identität der VN änderte sich in den letzten 25 Jahren. (ER 70)
Wie schaut es denn mit Kritik und Kontrolle aus? Medien als Watchdog, Kritik- und Kontrollfunktion, 4. Gewalt,...			
ER71	Also ich glaube nicht groß an die 4. Gewalt, aber ich glaube daran, dass es investigativen Journalismus gibt und das sich Journalisten mit Themen auseinander zu setzen haben.	Medien sind keine vierte Gewalt, aber investigativer Journalismus ist zu bestimmten Themen wichtig.	Medien sind keine 4. Gewalt. Investigativer Journalismus zu bestimmten Themen ist wichtig. (ER 71)
Dann hätte ich noch eine Frage zum User-generated-Content. Ist dies eher durch die Konvergenz zwischen Print und Online möglich oder will man das mit den Leser-Reportern auch für den Printjournalismus verstärken?			

ER72	Das ist gar nicht irgendetwas Teuflisches, sondern die neuen technischen Möglichkeiten schaffen es einfach die Gelegenheit, dass man ganz normale Nutzer stärker in die Arbeit der Medien einbindet.	Durch technische Möglichkeiten können Nutzer stärker in die Arbeit der Medien mit eingebunden werden.	User generated content: Die Nutzer können durch neue technische Möglichkeiten stärker in die Arbeit mit einbinden. (ER 72)
ER73	Die Vorarlberger Nachrichten, das ist eine relativ alte Geschichte, haben immer von der Interaktion mit den Leserinnen und Lesern gelebt.	Die VN haben schon immer von der Interaktion mit den Lesern gelebt. Die Leserbriefseite war immer bedeutend. Die VN waren dabei Pionier (ER 73-74)	Die VN haben immer von der Interaktion mit den Lesern gelebt. Die Leserbriefseite war immer sehr bedeutend. Die VN waren dabei Pionier (ER 73-74)
ER74	Also die Leserbriefseite war schon eine bedeutende Seite bevor es andere überhaupt gewusst haben, dass es so etwas gibt in Österreich.		
ER75	Und wir haben Leserboten (04:35) , und wir haben die Forumsbeiträge auf vol und wir haben den Versuch die Leserinnen und Leser in unsere Arbeit einzubinden, eben schon seit vielen Jahren und jetzt gibt es neue technische Möglichkeiten übers Internet und wir finden das großartig, dass das so ist und wir versuchen jetzt einfach, dass wir diesen Usergenerated content oder den content unserer freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unserer bezahlten Journalisten, dass wir den möglich perfekt miteinander mischen und dass wir einfach alle Schienen, die es dort gibt in unsere Arbeit mit einbinden und damit weiterhin die nützlichste und breiteste Plattform in diesem Land darstellen.	Versuchen schon seit vielen Jahren Leser in die Arbeit einzubinden. Es gibt den user generated content, den der freien und der festangestellten Journalisten und dieser soll perfekt gemischt werden, um die nützlichste Plattform des Landes zu sein.	Die VN versuchen seit vielen Jahren Leser in die Arbeit einzubinden. User generated content, jener der freien Mitarbeiter und jener der festangestellten Journalisten soll perfekt gemischt werden, um die nützlichste Plattform des Landes zu sein. (ER 75)
ER76	Das geht im Grundsatz so weit, dass wir da sehr pragmatisch und präventiv auch froh sind, wenn wir einen Bericht haben über eine Straßenkreuzung, die durch einen wuchernden Strauß in der Sicht verdeckt wird und dass wir das Problem dort lösen können.	Berichte über eine Straßenkreuzung mit einem wuchernden Strauß oder eine zu kurze Ampelphase in der Stadt oder der Geldverschwendung der Landesgesellschaft widmen sich die VN sehr gerne.(ER 76-77)	Berichten über eine Straßenkreuzung mit einem wuchernden Strauß, über eine zu kurze Ampelphase in der Stadt, über Geldverschwendung der Landesgesellschaft widmen sich die VN sehr gerne. (ER 76-77)

ER77	Oder dass eine Ampelphase über der Stadtstraße in Donbirn, es den alten Menschen nicht erlaubt in nützlicher Zeit über die Straße zu kommen, dann ist das für uns ein Thema, dem wir uns gerne widmen, genauso wie den möglichen Geldverschwendung einer Landesgesellschaft.		
Dadurch kommt man noch näher an die Leser?			
ER78	Damit erfüllen wir die Funktion eines Werkzeuges.		
ER79	Damit machen wir das Land ein bisschen besser.		
ER80	Indem wir eine Plattform darstellen und den Menschen ermöglichen da durchaus auch Druck aufzubauen gegenüber der Politik.	Die Plattform und die Möglichkeit dadurch Druck gegenüber der Politik aufzubauen machen das Land ein bisschen besser. (ER 78-80)	VN sind eine Plattform und ermöglichen Druck gegenüber der Politik aufzubauen. Sie machen das Land ein bisschen besser. (ER 78-80)
Vorarlberg liegt im Westen Österreichs. Profitieren die VN von dieser Lage?			
ER81	Wir machen das nicht nur in Vorarlberg.		
ER82	Wir haben die Regionalmedien genauso in Ungarn und Rumänien und in der Ukraine und gute Formate und gute Prinzipien funktionieren international.	Gute Formate und Prinzipien funktionieren international mit ähnlichen Reichweiten und dies hat nichts mit der besonderen Lage Vorarlbergs zu tun. (ER 81-84)	Gute Formate und Prinzipien funktionieren international und liegt nicht an der besonderen Lage Vorarlbergs. (ER 81-84)
ER83	Und wir haben ähnliche Reichweiten und ähnliche Marktanteile auch in diesen Regionen erreicht.		
ER84	Mit der besonderen Lage hinterm Arlberg dürfte das relativ wenig zu tun haben.		
Wie schätzen Sie wirtschaftlich die Stellung der VN als Werbeträger ein? Oder auch von der VN-Heimat?			
ER85	Ich schätze Sie stark ein.	Starke wirtschaftliche Funktion.	Starke wirtschaftliche Funktion.
Und die VN-Heimat?			

ER86	Das ist ein toller Werbeträger, wenn die lokale Wirtschaft natürlich ein tolles Instrument hat die Menschen anzusprechen und gegenüber internationalen Marken eine Position zu finden.	VN als toller Werbeträger und sich gegenüber internationalen Marken zu positionieren. Die Firma Sutterlütty hat sich beispielsweise als starke regionale Marke etablieren können. Wäre sie auf nationales Werbefernsehen angewiesen, wäre das nicht so. (ER86-90)	Die VN sind toller Werbeträger, um sich als lokale Marke gegenüber internationalen Marken zu positionieren. Die Firma Sutterlütty konnte sich durch diesen Werbeträger als regionale Marke etablieren. (ER 86-90)
ER87	Ein sehr schönes Beispiel ist die Firma Sutterlütty.		
ER88	Die Firma Sutterlütty ist natürlich auch froh, dass sie einen lokalen Werbeträger hat, dass sie nicht nur auf das nationale Werbefernsehen angewiesen ist.		
ER89	Wenn das so wäre, könnte eine lokale Marke wie jetzt zum Beispiel Sutterlütty niemals so prosperieren, wie sie es heute tut.		
ER90	Oder Ländlemilch, oder Mohrenbräu, da gibt es viele lokale Marken, Hypobank, die stark – Vorarlberger Volksbank – die stark davon leben, dass sie einen lokalen Werbeträger haben.	Viele Marken profitieren von lokalem/regionalem Werbeträger: Ländlemilch, Mohrenbräu, Hypobank, Vorarlberger Volksbank.	Viele Marken profitieren von lokalem/regionalem Werbeträger: Ländlemilch, Mohrenbräu, etc.
ER91	Insofern sind wir natürlich ein wichtiges Instrument auch für diese lokale Wirtschaft, die in der Wertschöpfungskette natürlich für Landes wichtig ist, dass es lokale Marken gibt.	VN sind ein wichtiges Instrument für die lokale Wirtschaft. Es ist wichtig dass es lokale Marken gibt.	VN sind ein wichtiges Instrument für die lokale Wirtschaft/für lokale Marken. (ER 91)
Das war auch in der Analyse interessant.			
ER92	Lokale Werbung ist auch ein sehr wichtiger Lesestoff.	Lokale Werbung ist ein sehr wichtiger Lesestoff.	Lokale Werbung ist wichtiger Lesestoff. (Er 92)
Abschließend noch eine Frage. Die VN in drei Sätzen: Was sie leistet, was sie anbietet, nochmals zusammenfassend.			
ER93	Die VN sind die Plattform für Vorarlberg und verstehen sich als Werkzeug der Bürgerinnen und Bürger.	VN als Plattform für Vorarlberg und Werkzeug der Bürger.	Die VN sind eine Plattform für Vorarlberg und ein Werkzeug der Bürger. (ER 93)

Fallnummer	Text	Paraphrasen	Generalisierung auf das Abstraktionsniveau
Bei Ihrer Präsentation beim European Newspaper Congress haben Sie gesagt, die VN begleitet die Leser von der Wiege bis zur Bahre. Jetzt interessiert es mich wie man Leser an eine Zeitung binden kann, wie man es schaffen kann, dass sich die Leser tatsächlich mit den VN identifizieren.			
CO1	Ich glaube es gibt einfach Inhalte, ich glaube eine Zeitung hat sicher die Aufgabe Menschen ein bisschen zum Gewohnheitstier zu erziehen.	Eine Zeitung hat die Aufgabe den Menschen zum Gewohnheitstier zu erziehen.	Aufgabe einer Zeitung: Menschen zum Gewohnheitstier zu erziehen. (CO 1)
CO2	Es hat glaube ich jede Zeitung, dass du sagst, womit machst du das. Du machst es damit, dass du in gewissen Dingen, zum Beispiel eine Vollabdeckung gibst.		
CO3	Zum Beispiel die VN bieten jedem Vorarlberger die Möglichkeit durch das Lesen der VN zu wissen wer gestorben ist.	Die VN bieten jedem Vorarlberger die Möglichkeit zu wissen wer gestorben ist, wer Nachwuchs bekommen und wer geheiratet hat. (CO3-5)	Die VN ermöglichen jedem Vorarlberger zu wissen wer gestorben ist, wer Nachwuchs bekommen und geheiratet hat. (CO 3-5)
CO4	Aber wenn wir das Thema von der Wiege bis zur Bahre nehmen, er weiß eigentlich auch, hat der Bekannte oder der Arbeitskollege oder der ehemalige Schulkamerad Nachwuchs bekommen.		
CO5	Er weiß wer geheiratet hat und so ganz viele Dinge, wir haben einen Veranstaltungskalender, wo du eigentlich, wenn du sagst, ich schaue Mal was ich heute mache, dann hast du ein Kinoprogramm.	Der Veranstaltungskalender bietet Vorschläge zur Tages- bzw. Abendgestaltung, auch durch das Kino- und Fernsehprogramm. (CO5-6)	Der Veranstaltungskalender bietet Vorschläge zur Tages- bzw. Abendgestaltung, auch mit Kino- und Fernsehprogramm. (CO 5-6)
CO6	Wenn ein VN-Leser ins Kino will, dann nimmt er die VN, wenn er wissen will was um viertel nach acht im Fernsehen kommt, dann hilft ihm die VN.		
CO7	Du brauchst eine ganze Vielzahl nützlicher Dinge, die das Leben erleichtern, wo er einfach sagt, wenn ich die Zeitung abbestelle, dann verliere ich so viel, ich habe so viel Berührung am Tag mit der Zeitung.	Die VN bieten eine Vielzahl nützlicher Dinge, die das Leben erleichtern. Wenn ein Leser die Zeitung abbestellt verliert er viel.	Die VN erleichtern das Leben, wenn ein Leser die Zeitung abbestellt, verliert er viel. (CO 7)

CO8	Vom Morgen, wo ich einmal lese und weiß wer gestorben ist, zum Beispiel viele Banken, sie müssen wissen wer gestorben ist, weil es war vielleicht ein Kunde bei der Bank.	Todesanzeigen: Viele Banken müssen bspw. Wissen wer gestorben ist, vielleicht war er Kunde.	Todesanzeigen: Viele Banken müssen bspw. wissen wer gestorben ist, vielleicht war er Kunde. (CO 8)
CO9	Und anderes spüren wir natürlich auch, wenn ein Suchtverhalten erzeugt wird für viele Leute durch ein Kreuzworträtsel, durch ein Sudoku.	Suchtverhalten wird durch Kreuzworträtsel, Sudoku erzeugt.	Suchtverhalten durch Kreuzworträtsel bzw. Sudoku (CO 9)
CO10	Also du findest ganz viele Dinge, wo man sagen kann, er wird nervös, wenn er die Zeitung nicht hat und dadurch ihm das angeboten werden kann.	Viele Dinge, die einen besonders und den Leser nervös machen, wenn er die Zeitung nicht hat. Es geht darum einzigartig zu sein. (USP) (CO 10-11)	Wenn der Leser die Zeitung nicht hat, wird er nervös. Es geht darum einzigartig zu sein (USP). (CO 10-11)
CO11	Es geht immer darum, dass man mit gewissen Dingen einzigartig ist. Heute heißt es ja USP, wenn du einzigartig bist.		
CO12	Ein typisches Beispiel wo wir einzigartig sind: Die einzige Zeitung, die du um sechs am Morgen hast in Vorarlberg sind wir, aber auch die NEUE.	USP: Die einzige Zeitung, die man verlässlich um sechs Uhr am Morgen zum Frühstück hat und sich informieren kann, dass man mitreden kann. (ER-12-15)	USP: Die einzige Zeitung, die um sechs Uhr da ist, um sich zu informieren und mitreden zu können. (ER 12-15)
CO13	Aber nicht der Standard, nicht der Kurier, nicht die Presse, nicht die Krone.		
CO14	Also das heißt, du hast einfach einen Service, wo du weißt, ich kann mich darauf verlassen, ich bekomme die Zeitung, ich habe sie zum Frühstück, ich werde so informiert, dass ich mitreden kann.		
CO15	Und ich habe so viele Dinge, die ich nutze, dass es mir 244 Euro im Jahr wert ist.		
CO16	Also dort hast du die inhaltliche Komponente, du hast aber auch die ganzen Servicekomponenten, die du einfach hast. Das geht einfach weiter, wenn du am Abend nicht mehr weißt, wie das Champions League Spiel ausgegangen ist, dann weiß ich das zumindest beim Frühstück.	Wichtig ist die inhaltliche aber auch die Servicekomponente. Bsp. Weiß am Morgen wie das Champions League Spiel ausgegangen ist.	Inhaltliche und Servicekomponente ist wichtig, bspw. Ergebnisse eines Spiels am nächsten Morgen. (CO 16)
Wie schätzen Sie ein, was die Leser am meisten betroffen macht. Oder welche Themen sind am relevantesten?			

CO17	Aus dem engsten lokalen Bereich. Wo wirklich die enge Betroffenheit da ist.	Im engsten lokalen Bereich ist wirklich die Betroffenheit da.	Betroffenheit ist im engsten lokalen Bereich da. (CO 17)
CO18	Also ich sage, ich lese über einen Unfall in der VN, nur wenn ich davor lese, dass dieser in Lustenau passiert ist [Anm.: Christian Ortner wohnt in Lustenau] und nicht in Hörbranz.	Lese nur über einen Unfall im engsten lokalen Bereich.	Nur Unfall im engsten lokalen Bereich ist interessant. (CO 18)
CO19	Jetzt ist es auch komisch, dass ich es in Lustenau lese, weil eigentlich ist es egal, aber es ist dieser Lokalpatriotismus.		
CO20	Bei uns ist ja egal well Gouverneur von Kalifornien ist. Eigentlich ist es egal, ob das ein Österreicher, ein Chinese oder ein Japaner ist, aber jeder Mensch hat so seine Beziehung zu etwas und ich glaube am engsten ist die Beziehung zum unmittelbaren Kreis, darum machen wir das.	Jeder Mensch hat eine Beziehung zu etwas. Am engsten ist die Beziehung zum unmittelbaren Kreis, über diesen will man informiert sein. (CO20-21)	Am engsten ist die Beziehung zum unmittelbaren Kreis, über den man informiert sein will. (CO 20-21)
CO21	Du möchtest über deinen unmittelbaren Kreis informiert sein.		
CO22	Also ich will wissen als Vizepräsident von der Austria erfahre ich über die Todesanzeigen, ob ein Ehrenmitglied von uns gestorben ist.		
CO23	Klar theoretisch durch ein Mail vom Verein erfahre ich es vielleicht auch, aber es ist oft einmal so, dass ich sehe, aha, ja genau, dass ist ein Fan von uns und er war seit 20 Jahren auf jedem Match, jetzt frage ich nicht am nächsten Tag die Frau, wie es ihrem Mann geht, das wär ja blöd, und ich weiß es auch, sodass ich sage, ok ich gehe auf die Totenwache.		
CO24	Ich glaube, dass sind diese Dinge, die deinen Tag ein bisschen mitbestimmen.		
CO25	Und dann ist es natürlich auch eine emotionale Verbundenheit.		

CO26	Deswegen diese Wiege bis zur Bahre: Eine Taufe, eine Geburt, eine Hochzeit, der erste Klasse einstieg, eine Matura ist emotional.	Die VN stellen auch eine emotionale Verbundenheit dar. Eine Taufe, eine Geburt, eine Hochzeit, ein Einstieg in die erste Klasse oder eine Matura ist emotional (CO 25-26)	Die VN stellen eine emotionale Verbundenheit her. (Taufe, Geburt, Hochzeit, Einstieg in die erste Klasse, Matura) (CO 25-26)
CO27	Ich glaube wenn ich nicht so begleite – ein kleine Beispiel, mein Sohn spielt jetzt U7-Fußball, sie hatten ein Turnier in Fußach und als guter Papa habe ich gesagt ich gehe mit, als guter VNler habe ich gesagt, ich mache ein Foto und habe zehn Zeilen für das Eingesendet der VN-Heimat geschickt und dort schauen heute oder gestern zehn Mütter, Väter, Tanten, Onkel, Schulkollegen in Summe vielleicht 300 Leute haben eine Freude, weil der siebenjährige Fußball spielt und von ihm ein schönes Foto drinnen ist und alle sind stolz.	Bei einem lokalen Fußballturnier (U7 bspw.) können Fotos und ein paar Zeilen für das Eingesendet der VN-Heimat geschickt werden. Diese werden dann auch veröffentlicht und erreichen rund 300 Menschen (Mütter, Väter, Tanten, Onkel, Schulkollege, etc.) und erfüllt viele mit stolz.	Ein lokales Kinderfußballturnier findet im Bereich Eingesendet der VN-Heimat mit Bild und ein paar Zeilen statt. Wird es veröffentlicht, erreicht es rund 300 Menschen und macht es stolz (Mütter, Väter, Tanten, Onkel, Schulkollege, etc.). (CO 27)
CO28	Ich glaube emotionale Betroffenheit ist die stärkste Bindung und emotional betroffen bist du natürlich auch über eine gute Berichterstattung in Sachen Testament, dort fühlt sich jeder emotional betroffen, weil jeder hat irgendwann einmal in seinem Leben mit Erbschaft zu tun, als Erbender, als Vererbender, als Übergangener, vielleicht als Hintergangener.	Emotionale Bindung ist die stärkste Betroffenheit. Bei einer Berichterstattung in Sachen Testament fühlt sich jeder betroffen, weil er irgendwann einmal damit zu tun hat (Erbender, Vererbender, Übergangener, Hintergangener).	Die stärkste Betroffenheit ist die emotionale Bindung. Eine Berichterstattung in Sachen Testament fühlt sich jeder betroffen, weil jeder irgendwann damit was zu tun hat. (CO28)
CO29	Das heißt du brauchst viele emotionale Berührungen die dich binden.	Emotionale Berührungen binden die Leser.	Emotionale Berührungen binden die Leser. (CO 29)
CO30	Die guten Marken schaffen es ja über emotionale Bindung.	Gute Marken brauchen schaffen eine emotionale Bindung.	Guten Marken schaffen emotionale Bindung. (CO 30)
CO31	Also die üblichen Verdächtigen. Red Bull schafft über emotionale Bindung, nicht weil das Getränk gut schmeckt, es schmeckt ja nicht gut. Es ist lässig, es ist emotional, weil es trinken ja so wilde Menschen, die über Klippen springen und das schafft auch Nike.	Red Bull schafft es über die emotionale Bildung, weil es lässig und emotional ist dies zu trinken, weil es wilde Menschen trinken.	Red Bull schafft eine emotionale Bindung. Es ist lässig, emotional, Extremsportler trinken es. (CO 31)
CO32	Seit einer Woche redet jeder über den neue Nike-Spot zur Fußball-WM.		

CO33	Das Trikot ist nicht besser wie das im NKD oder im Bayer Diskont, oder wie die Geschäfte alle heißen, Bayer Diskont gibt es glaube ich gar nicht mehr.	Nike schafft es über die emotionale Bindung, weil das Trikot qualitativ nicht besser ist als von einem Textildiskonter, aber emotional besetzt ist.	Nike schafft eine emotionale Bindung, das Trikot ist qualitativ nicht besser als beim Diskonter. (CO 33)
CO34	Aber es ist emotional besetzt, dass mein kleiner Sohn mit sieben Jahr sucht schon bewusst einen Puma-Fußballschuh aus, weil die Austria, wo er spielt, die haben Puma und deshalb will er einen Puma-Schuh. Und der ist nicht besser, wie jener, auf dem nichts steht.		
CO35	Darum sage ich, dass die emotionale Betroffenheit für jede Marke glaube ich überhaupt des wichtigste.		
Also hat auch die VN einen Sekundärnutzen?			
CO36	Wir müssen das auch haben.		
CO37	Das beste Beispiel: Welcher Zeitung ist es am besten gelungen? Am besten ist es dem Standard gelungen.		
CO38	Niemand erzeugt bei gewissen Gruppen so viel emotionale Betroffenheit wie der Standard.		
CO39	Ich finde den Standard nicht allzu gut, aber ich finde, dass er eine unfassbar gute und starke Marke ist, obwohl sie nicht mehr Zeitungen als die Presse verkaufen, sondern dies fast gleich ist, sagen bei der Media Analyse fast doppelt so viele, dass sie den Standard lesen.	Der Standard ist eine unfassbar gute und starke Marke und ein Musterbeispiel. Sie haben einen Ruf innovativ und einzigartig zu sein und als erste auf das Internet gesetzt und darum eine so hohe Reichweite. Niemand war wie Standard-Online. (CO36-40)	Der Standard ist eine starke Marke und hat den Ruf innovativ und einzigartig zu sein. Der Standard setzte als erster aufs Internet und erreichte so eine hohe Reichweite. (CO 36-40)
CO40	Das ist sicher ein Musterbeispiel und sie haben ein Ruf innovativ, einzigartig, damals Organe statt Grau und als erstes voll aufs Internet gesetzt, darum haben sie auch eine so hohe Reichweite.		
CO41	Weil kein einziger war wie der Standard Online, sie wirken als wahnsinnig innovativ, obwohl sie zehn Jahre keine Innovation mehr gehabt haben.		
Der Standard gilt aber ja nicht unbedingt als Konkurrent.			

CO42	Der Standard ist für uns keine Konkurrenz, also Konkurrenz ist ja immer mein Meinungsbildner und wir wissen ja dass ein sehr politisch Interessierter mit der VN alleine nicht glücklich wird.	Ein sehr politisch Interessierter wird mit der VN alleine nicht glücklich. Ein größerer Umfang an Politik bringt nicht mehr Leser. Auch 3 Seiten Politik schlagen den Standard bspw. Nicht. (CO 42-44)	Stark politisch Interessierte werden mit den VN alleine nicht glücklich, doch ein größerer Umfang an Politik schlägt den Standard bspw. auch nicht. (CO 42-44)
CO43	Wir machen auch nicht mehr. Ob wir eine Seite Politik machen oder drei und damit die dreifachen Ressourcen einsetzen, haben wir keinen Leser mehr.		
CO44	Weil auch drei Seiten Politik den Standard mit 20 Seiten Politik nicht schlagen.		
Wenn wir schon bei der politischen Berichterstattung sind: Hier liegen die Prioritäten dann offensichtlich nicht. Bei meiner Analyse nimmt die politische Berichterstattung neun Prozent des gesamten Platzes ein. Warum wird politischen Themen so wenig Platz eingeräumt, warum wird nicht auch tiefer auf die Lokalpolitik eingegangen?			
CO45	Also ich glaube, dass wir bei der Lokalpolitik eigentlich sehr tief sind.		
CO46	Also Lokalpolitik teile ich ein in Landespolitik und in Gemeindepolitik.	Lokalpolitik ist Landes- und Gemeindepolitik.	Lokalpolitik ist Landes- und Gemeindepolitik. (CO 46)
CO47	Die Landespolitik gibt nicht mehr her, als wir bringen. Da ist nicht mehr.	Landespolitik gibt nicht mehr her.	Landespolitik gibt nicht mehr her, als die VN bringen. (CO 47)
CO48	Das hat vielleicht auch mit den politischen Verhältnissen des Landes zu tun.		
CO49	Gemeindepolitik glaube ich, dass wir sehr tief sind, weil wir auch über sehr viele Gemeindevertretersitz berichten und jede lokale Entscheidung, ob man ein Radweg macht, ob man ein Müllsammeltag macht, es ist immer eine politische Entscheidung, aber das heißt nicht immer, wir lassen es nicht immer über Politiker verkünden, da muss man ein bisschen aufpassen.	Die VN sind in der Lokal- bzw. Gemeindepolitik sehr tief. Sie berichten über viele Gemeindevertretersitze und lokale Entscheidungen. Der Bau eines Radwege oder ein Müllsammeltag ist immer eine politische Entscheidung. Die VN lassen es nur nicht immer über Politiker verkünden. (CO 45; 49)	Die VN sind in der Lokal- bzw. Gemeindepolitik sehr tief. Sie berichten über lokale Entscheidungen. (CO 45; 49) Der Bau eines Radwegs, ein Müllsammeltag ist immer eine politische Entscheidung. Die VN lassen es nur nicht immer über Politiker verkünden. (CO 45; 49)

CO50	Die Analyse wird vielleicht nicht ganz stimmen, weil einige Dinge politische nicht zugeordnet wurden, aber wir machen nicht mehr aus eben diesem genannten Grund.		
CO51	Wir haben begrenzte Ressourcen, das hat jede Zeitung.		
CO52	Und der Standard sagt, ich habe auch begrenzte Ressourcen, meine Leser holen sich die Sportinformation wo anders, oder Kultur oder feuilletonistische Sachen.		
CO53	Also konzentriere ich mich auf die Dinge, wo ich glaube, dass ich eigentlich die meisten Marktanteile mir holen kann. Da sagen wir klipp und klar:	Die VN konzentriert sich auf die Dinge, wo sie glauben am meisten Marktanteile zu erreichen.	Die VN konzentrieren sich darauf, wo sie glauben, die meisten Marktanteile zu erreichen. (CO 53)
CO54	Der Mitteleinsatz und die Relation von Input/Output ist bei uns am stärksten, wenn wir uns aufs Lokale konzentrieren und wär wesentlich geringer, wenn man die Politik verstärkt.	Der Mitteleinsatz und die Input-Output-Relation ist am stärksten, wenn sich die VN auf das Lokale konzentrieren und wäre bei einer Verstärkung der Politik geringer, das ist auch eine kaufmännische Entscheidung. (CO 54-55)	Der Mitteleinsatz, die Input-Output-Relation ist am stärksten, wenn sich die VN auf das Lokale konzentrieren. Das ist eine kaufmännische Entscheidung. Dieser wäre bei einer Verstärkung der Politik geringer. (CO 54-55)
CO55	Das ist auch eine kaufmännische Entscheidung: Ein doppelter, dreifacher Mitteleinsatz für Politik würde uns nicht mehr Abonnenten bringen.		
Wenn wir bei kaufmännischen Entscheidungen sind. Ist es vielleicht auch ein wenig – im nicht negativen Sinne – ein Kalkül, wenn ihr im Marktteil die Unternehmen vorstellt. Hofft man auch auf eine Schaltung?			
CO56	Das muss man etwas differenzierter sehen.		
CO57	Also ich glaube, wir haben in den letzten ein, zwei Jahren hier eine massive Änderung gemacht, wo wir sagen: Bei totaler Disziplin jeden Tag ein Firmenporträt.	Bei totaler Disziplin jeden Tag ein Firmenporträt.	Die VN bringen jeden Tag ein Firmenporträt. (CO 57)
CO58	Damit haben wir aber nur was gemacht, was wir immer schon gesagt haben, dass wir meinen, dass wir es machen.		

CO59	Natürlich sagten wir immer: Lokale Firmen in den Vordergrund und täglich. Nur immer wenn eine Griechenlandkrise ausgebrochen ist oder eine Eurokrise oder was auch immer, hat man das einfach vergessen oder hat gesagt, wir haben keine Zeit oder keinen Platz mehr und haben dann oft über zwei, drei, vier Tage oder über eine Woche, typisches Thema wäre jetzt die Eurokrise, da hätten wir wahrscheinlich eine gute Woche keine Vorarlberger Firma in der Zeitung gehabt.	Bei Krisen wie bspw. der Eurokrise standen lokale Firmen nicht täglich in der Zeitung.	Bei Krisen wurde oft auf die täglichen Porträts verzichtet. (CO 59)
CO60	Stand ist jetzt eigentlich das, dass unsere klare USP lokale Information ist und im Wirtschaftsteil bilden wir Daumen mal Pi immer die selben 50 Firmen ab.	Die klare USP ist lokale Information und im Wirtschaftsteil waren bisher immer nur die selben 50 Firmen.	Lokale Information ist die klare USP. (CO 60)
CO61	Wir haben aber ein paar 1000 Firmen in Vorarlberg und wir haben immer nur über den Blum, den Doppelmayer, den Zumtobel, den Gras, Alpla. Sie haben zusammen vielleicht schon 30 Prozent der Arbeitsplätze, auch wenn es nur 50 Firmen sind und die anderen 1000 haben die restlichen 70 Prozent.	Rund 1000 Firmen machen in Vorarlberg etwa 70 Prozent der Arbeitsplätze aus, 50 Firmen etwa 30 Prozent.	Bisher waren immer die selben 50 Firmen im Wirtschaftsteil. Rund 1.000 Firmen machen in Vorarlberg etwa 70 Prozent der Arbeitsplätze aus, 50 Firmen etwa 30 Prozent. (CO 60 -61)
CO62	Wir haben gesagt, wir müssen tiefer runter gehen und spüren das in einer viel stärkeren Leser-Blatt-Bindung.	Mit der Firmenvorstellung gehen die VN tiefer und stärken die Leser-Blatt-Bindung.	Mit der Vorstellung von Firmen gehen die VN tiefer und stärken die Leser-Blatt-Bindung. (CO 62)
CO63	Es ist natürlich so, dass diese Berichterstattung einen positiven Nebeneffekt hat oder haben kann, dass du dadurch automatisch wenn du jedes Jahr 300 Firmen porträtiert einmal einen Inserenten porträtiert, also ihm eigentlich etwas bietest kannst, ohne dass du dich prostituierst und es kann durch das natürlich schon entstehen, dass du sagst, wenn sie spüren, Mensch das wird ja gelesen, da sprechen mich so viele an auf mein Ding, dann könnten wir schon den Effekt auslösen, ja wenn ich einfach inseriere, das wird ja wirklich gelesen, das wird in die Hand genommen.	Die Berichterstattung kann einen positiven Nebeneffekt haben, wenn man 300 Firmen pro Jahr porträtiert, wenn die Firmen merken, dass solch ein Porträt einen positiven Effekt auslösen kann. Das könnte auch die Firmen ermutigen zu inserieren. (CO 63-64)	Werden 300 Firmen pro Jahr porträtiert, kann dies einen positiven Nebeneffekt haben. Merken die Firmen, dass das Porträt einen positiven Effekt haben, kann das die Firmen ermutigen zu inserieren. (CO 63-64)

CO64	Und das könnte schon einen ermutigen zu sagen, die Zeitung wird gelesen, die wird in die Hand genommen, die wirkt, also inseriere ich dort auch.		
Aber die primäre Intention ist das nicht?			
CO65	Die Vertiefung der Leser-Blatt-Bindung.		
CO66	Wieder ein Inhalt bieten, wo wir sagen, ein Wirtschaftstreibender kommt dann nicht mehr drum herum, die VN nicht zu haben.	Die primäre Intention der lokalen Firmenporträts ist aber die Vertiefung der Leser-Blatt-Bindung – eine Information, bei der ein Wirtschaftstreibender nicht mehr um die VN herum kommt, weil er dadurch weiß, was die anderen Firmen machen. (CO 65-67)	Die Vertiefung der Leser-Blatt-Bindung ist die primäre Intention der Firmenporträts. Die Information ist für Wirtschaftstreibende wichtig, um zu wissen, was die anderen Firmen machen. (CO 65-67)
CO67	Weil er einfach dadurch weiß, haargenau, was in anderen Firmen passiert, wo er sonst keine Ahnung hätte.		
CO68	Es wissen heute nicht einmal 90 Prozent was im Alpa passiert, was mit ihm passiert, aber wer weiß schon was im Elektro Streu passiert.		
CO69	Oder beim Dorfelektriker, er hat auch 50 Mitarbeiter, das ist eigentlich eine riesige Firma für Vorarlberg.		
Die Analyse zeigte, dass kulturelle Veranstaltungen, Musiker, Schauspieler etc. schon viel Platz einnehmen. Darum habe ich mich gefragt warum das Kulturressort an sich gekürzt wurde?			
CO70	Es war eigentlich immer so. Kultur war eigentlich immer Standard eine Seite und am Samstag im wesentlich mit der Bücherseite vier Seiten, immer mit der Möglichkeit diese auszudehnen.	Kultur hat immer Standard eine Seite und am Samstag mit der Bücherseite vier Seiten.	Kultur hat eine Seite und samstags mit der Bücherseite vier. (CO 70)
CO71	Also letztes Wochenende haben wir eine Doppelseite gemacht zu allen Festivals, Open Airs, die in dem Land stattfinden.	Bspw. Doppelseite zu Festivals und Open Airs, die in Vorarlberg stattfinden.	
CO72	Wir haben natürlich Wohin am Wochenende eigentlich nochmals eine Kultur, also haben wir es eigentlich nochmals ausgedehnt.	Mit „Wohin am Wochenende“ wurde die Kultur nochmals ausgedehnt. (Berichte über Vereine, Theatergruppen und Chöre)	Mit „Wohin am Wochenende“ wurde die Kultur ausgedehnt. (Berichte über Vereine, Theatergruppen, Chöre) (CO 72)

CO73	Es ist seit ewigen Zeiten so, dass wir eine Seite haben, doch bei uns ist alles plus x.	Die Kulturseite kann auch ausgedehnt werden.	Die Kulturseite kann ausgedehnt werden. (CO 73)
CO74	Wenn irgendetwas passiert und die Kultur sagt, ich habe so viele wichtige Dinge, dann hat die Kultur auch einmal eineinhalb Seiten, am Samstag normalerweise vier.		
CO75	Wir haben im Wohin jetzt über viele Monate Vereine, Theatergruppen, Chöre vorgestellt.		
CO76	Wir haben „Verein im Fokus“ bei der VN-Heimat eingeführt, wo wir sehr viele Kulturvereine vorstellen.	In der VN-Heimat stellen die VN durch „Verein im Fokus“ viele Kulturvereine vor.	In den VN-Heimat werden durch „Verein im Fokus“ Kulturvereine vorgestellt. (CO 76)
CO77	Und auch bei der Kultur, das ist ähnlich wie bei der Wirtschaft. Du kannst immer über die großen zehn berichten: Festspiele, Schubertiade, etc.		
CO78	In Wahrheit erreichst du damit nur einen ganz ganz kleinen Teil der Vorarlberger, weil auf die Schubertiade gehen fast keine, zu den Festspielen höchstens die Hälfte, ich glaube nicht einmal die Hälfte und das andere ist eben die Blasmusik, Trachtenmusik, Amateurtheater, dort findet eigentlich wieder die breite Masse statt und dem räumen wir eigentlich sehr viel Platz ein.	Wie bei der Wirtschaft könnte man immer über die zehn großen Kulturereignisse berichten, da erreicht man aber nur einen kleinen Teil der Vorarlberger. Eben bei der Blas- und Trachtenmusik, beim Amateurtheater findet die breite Masse statt.	Vergleichbar zu Wirtschaft könnte man über die zehn großen Kulturereignisse berichten, es wird aber nur ein kleiner Teil der Vorarlberger erreicht. Bei der Blas- und Trachtenmusik, beim Amateurtheater findet die breite Masse statt. (CO 78)
CO79	Auch über die Heimat, also wir haben effektiv nicht nur eine Seite Kultur.		
Warum werden Integrationsthemen nicht aufgegriffen, da es auch in Vorarlberg ein großes Thema ist?			
CO80	Integration sind natürlich auch wieder gewisse Schübe.		
CO81	Was wir nicht tun ist dass wir sagen, wir standardisieren, wir schreiben in der Woche eine Seite über Integration.	Die VN haben keine Standardisierte Integrationsberichterstattung.	Die VN habe keine standardisierte Integrationsberichterstattung. (CO 81)
CO82	Wir müssen dann schreiben, wenn es was zu schreiben oder zu sagen gibt.		

CO83	Es gibt Phasen wo es mehr gibt, vielleicht um eine Wahl, wie um die letzte, und Dinge wo es wieder weniger wird.	Es gibt Phasen in denen Integration stärker thematisiert wird. (Bspw. Wahl)	Es gibt Phasen in denen Integration stärker thematisiert wird. (bspw. Wahl) (CO 83)
CO84	Und auch dort darf man Empfinden nicht unterschätzen.		
CO85	Vereinsberichterstattung berichtet auch über Integration.	Vereinsberichterstattung ist auch Integration.	Vereinsberichterstattung ist Integration (CO 85)
CO86	Wenn man über Fußballnachwuchs berichten, dann berichten wir über das Feld, wo mit Abstand am meisten Integration passiert.	Fußballnachwuchs ist das Feld, wo am meisten Integration passiert. (CO86-87)	Beim Fußballnachwuchs passiert am meisten Integration. (CO 86-87)
CO87	Es passiert nirgends so viel Integration wie im Jugendfußball beispielsweise.		
CO88	Wir hatten oft den Vorwurf, dass wir nur über jugendliche Türken berichten, weil sie eine Bank überfallen oder ein Autorennen machen.	Es gab den Vorwurf, dass nur über 'Menschen mit Migrationshintergrund in kriminellen Zusammenhang berichtet wird. Das stimmt nur teilweise. (CO 88-89)	Vorwurf existiert, dass nur in kriminellen Zusammenhang über Menschen mit Migrationshintergrund berichtet wird. Das stimmt nur teilweise. (CO 88 - 89)
CO89	Das stimmt teilweise stimmen und Dinge überlagern, aber nur teilweise.		
CO90	Also wir stellen über diese Schienen wie Vorarlberger über die man spricht und anderen Dingen eigentlich sehr sehr viele vor.	Viele Menschen mit Migrationshintergrund werden auch über „Vorarlberger über die man spricht“ vorgestellt.	Menschen mit Migrationshintergrund werden auch in „Vorarlberger über die man spricht“ vorgestellt (CO 90)
CO91	Wir haben kein sklavisches Konzept und es kann schon sein, wenn du auch einmal ein Untersuchungszeitraum hast von zwei, drei Wochen, vier Wochen, wie auch immer, dann kann es auch sein, dass auch einmal gar nichts drinnen steht.		
Darum ist das Interview wichtig, um Lücken zu füllen.			
CO92	Wir machen schon viel.		
CO93	Wir hatten schon ganze Serien über Ausländer, die sich hier integriert haben, die eigene Geschäfte haben.	Die VN hatten schon eine Serie über integrierte Ausländer.	VN berichteten schon in einer Serie über integrierte Ausländer. (CO 93)
CO94	Wir haben wirklich Schwerpunkte gemacht.		

CO95	Auch in der politischen Berichterstattung, wenn es um eine eigene Liste geht.		
CO96	Oder wir hatten vor zwei Wochen eine Geschichte drinnen von einem Türken, der sich einen österreichischen Namen gegeben hatte und nun Mitglied der FPÖ ist und einmal ein völlig anderes Beispiel ist.	Es gab auch Schwerpunkte bei der politischen Berichterstattung, wenn es um eine eigene Liste geht oder bspw. Ein Türke, der nun einen österreichischen Namen hat und Mitglied bei der FPÖ ist als völlig anderes Beispiel. (CO95-96)	Zu Integrationsthemen gab es Schwerpunkte in der politischen Berichterstattung, zum Beispiel bei einer eigenen Liste, oder bspw. ein Türke der nun einen österreichischen Namen hat und Mitglied der FPÖ ist als völlig anderes Beispiel (CO 95-96)
CO97	Aber man muss auch da wahnsinnig aufpassen, zum Beispiel Sport ist in vielen Dingen gelebte Integration.	Sport ist gelebte Integration, v.a. Fußball und Handball. (CO97-98)	Sport, vor allem Fußball und Handball, ist gelebte Integration. (CO 97-98)
CO98	Auch Handball, nicht Golf und Eishockey, aber Fußball und Handball sind klassische Integrationsthemen.		
Welche bzw. wessen Interessen werden in den VN artikuliert bzw. müssen artikuliert werden?			
CO99	Wer was zu sagen hat, kommt vor.	Wer was zu sagen hat, kommt vor.	Wer was zu sagen hat, kommt vor. (CO 99)
CO100	Also, wenn ein Politiker nichts zu sagen hat und wenn ein Landeshauptmann ein Monat nichts zu sagen hat und wir sagen wir glauben, dass da nichts ist, was die Bevölkerung wissen muss, dann kann es dem Landeshauptmann genauso passieren, dass er zwei, drei Wochen nicht vorkommt, weil er einfach nichts absondert und sagt, dass es unbedingt reinkommen muss.	Es kann sein, dass der Landeshauptmann ein Monat nichts zu sagen und so auch für zwei, drei Wochen nicht vorkommt.	Hat der Landeshauptmann einen Monat nichts zu sagen, kann er auch zwei, drei Wochen nicht vorkommen. (CO 100)
CO101	Also wir gehen heute auch auf ein Regierungsfoyer, dann machen wir ein Einspalter dazu, weil wir sagen, sie machen es eigentlich nur weil es jede Woche auf dem Terminkalender steht und uns noch was erzählen mussten.	Nur weil die Landesregierung eine Veranstaltung abhält, wird nicht gleich groß darüber berichtet.	Nur weil die Landesregierung eine Veranstaltung abhält, wird nicht gleich groß darüber berichtet. (CO 101)

CO102	Also ich glaube es müssen wirkliche jene vorkommen, die was zu sagen haben, das können die Kulturschaffenden sein, das können alte Leute und junge Leute sein, das können Fußballfunktionäre sein, das können Theaterdirektoren sein, das können Mütter von einer Firmrunde sein.	Es müssen jene vorkommen, die was zu sagen haben (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von einer Firmrunde, etc.)	Jene müssen vorkommen, die was zu sagen haben. (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.) (CO 102)
CO103	Also wer was zu sagen hat, kommt vor, auch da gibt es kein Konzept.		
CO104	Wir haben ein paar Themen die uns wichtig sind.		
CO105	Die wir schon immer im Hinterkopf haben, das ist immer Einsetzen für Vorarlberger Anliegen. Föderalismus ist ein ganz großes Thema.	Themen, die wichtig sind, sind der Föderalismus (Einsetzen für Vorarlberger Anliegen), der Umweltschutz (erneuerbare Energie). (CO 105-106)	Wichtige Themen sind Föderalismus (Einsetzen für Vorarlberger Anliegen) und der Umweltschutz (erneuerbare Energie) (CO 105-106)
CO106	Ein Thema bei dem wir bewusst viel Raum einräumen ist Umweltschutz, jetzt im Moment erneuerbare Energie.		
CO107	Das waren früher Themen wie gegen Atomkraft, für freies Bodenseeufer, da haben wir auch Fußspuren hinterlassen.	Frühere Themen: Atomkraft, Bodenseeufer	Themen früher: Atomkraft, Bodenseeufer
CO108	Also das Bodenseeufer ist darum so wenig verbaut auf der österreichischen Seite, weil die VN dazu beigetragen hat.	Das Bodenseeufer ist so wenig verbaut, weil die VN dazu beigetragen hat.	VN haben dazu beigetragen, dass das Bodenseeufer nur wenig verbaut ist (CO 108)
CO109	Das waren Aufforstungsaktionen damals beim Waldsterben und das ist heute diese Felix-Kooperation mit der VKW als Umweltschutz.	Aufforstungsaktionen und die Felix-Kooperation mit der VKW als Umweltschutz.	Umweltschutz: Aufforstungsaktion, Felix-Kooperation mit der VKW als Umweltschutz (CO 109)

CO110	Da muss man sagen, also dem Umweltschutz möchten wir immer eine wichtige Stimme geben, dem Föderalismus möchten wir eine wichtige Stimme geben und wir möchten den Benachteiligten, die keine Lobby haben eine wichtige Stimme geben – darum „Ma hilft“, VN-Ombudsmann, darum Bürgerforum, dass Leute, die sonst keine Chance haben, sich mit dem Bürgermeister zu matchen, plötzlich durch das Bürgerforum mit dem Bürgermeister auf Augenhöhe sind, weil es publik gemacht wird, weil die VN im Hintergrund steht. So kann man es zusammenfassen.	Umweltschutz und Föderalismus bekommen eine wichtige Stimme, weil sie keine Lobby haben. „Ma hilft“, der VN-Ombudsmann, die Bürgerforen sind wichtig, um die Chance zu geben, Druck auf den Bürgermeister zu machen, auf Augenhöhe zu sein.	Umweltschutz und Föderalismus bekommen eine wichtige Stimme, auch Benachteiligte ohne Lobby. „Ma hilft“, der VN-Ombudsmann, die Bürgerforen sind wichtig als Chance Druck auf den Bürgermeister zu machen, auf gleicher Augenhöhe. (CO 110)
Und wie sehen sich die VN? Bleibt man nur Vermittler?			
CO111	Ombudsmann, Vermittlerfunktion und Plattform.	VN: Ombudsmann, Vermittlerfunktion, Plattform, Helfer (CO 111-112)	Die VN sind Ombudsmann, Vermittler, Plattform, Helfer (CO 111-112)
CO112	Wir versuchen den Menschen zu helfen.		
CO113	Das kann erstens durch publik machen durch aufmerksam machen und dann bis hin zum Ombudsmann, der durchaus auch bei politischen Stellen vorstellig wird.	Durch publik und aufmerksam machen, durch den Ombudsmann kann man bei politischen Stellen Druck machen.	Durch den Ombudsmann publik, aufmerksam und Druck auf politische Stellen zu machen. (CO 113)
Also Ratgeber?			
CO114	Ratgeber, Durchsetzer von legitimen Interessen und rechtlichen Interessen, die den Menschen zustehen.	VN als Ratgeber und Durchsetzer von legitimen und rechtlichen Interessen. (bspw. Gebietskrankenkassa) (CO 114-115)	VN als Ratgeber, Durchsetzer von legitimen und rechtlichen Interessen (bspw. GKK) (CO 114-115)
CO115	Er ruft schon bei der Gebietskrankenkassa an und sagt: Ich habe da ein Fall, ich bin der Meinung, hier ist noch was fällig.		
CO116	Und Gebietskrankenkassa kann Nein sagen und sie kann auch Ja sagen und in 90 Prozent der Fälle haben wir Erfolg der mit.		
Übernehmen die VN dann auch eine Kritik- und Kontrollfunktion?			
CO117	Wir erfüllen eine Kontrollfunktion.		

CO118	Wir sind die Wichtigste Kontrollfunktion des Landes.	VN erfüllen die wichtigste Kontrollfunktion des Landes.	Die VN erfüllen die wichtigste Kontrollfunktion des Landes (CO 11)8
CO119	Wir sind im Land mit der absoluten Mehrheit als Kontrollfunktion notwendig, dass wir schon Ombudsstelle für jeden sind.	Mit der absoluten Mehrheit sind die VN als Kontrollfunktion notwendig, eine Ombudsstelle für jeden.	Die VN sind mit der absoluten Mehrheit als Kontrollfunktion notwendig, sie sind Ombudsstelle für jeden. (CO 119)
CO120	Also ich glaube wir sind neben dem Landesrechnungshof sind wir die wirksamste Kontrollinstanz, wobei wir uns noch weit weit vor den Landesrechnungshof stellen.	Neben dem Landesrechnungshof sind die VN die wichtigste Kontrollinstanz des Landes.	Die VN sind die wichtigste Kontrollinstanz neben dem Landesrechnungshof. (CO 120)
Was für eine Rolle spielt dabei die Kommentierung? Wenn Ereignisse durch Gastkommentatoren oder Journalisten an sich kommentiert werden?			
CO121	Das ist eine relativ einfache Antwort. Jeder Kommentar ist die persönliche Meinung desjenigen der das kommentiert und bei den Gastkommentatoren gibt es überhaupt keinen Eingriff. Null.	Kommentierung ist die persönliche Meinung des Kommentierenden. Bei Gastkommentaren wird nicht eingegriffen und bisher auch nicht bei jenen der Journalisten. (CO121-122)	
CO122	Ich hab auch noch in meinen acht Jahren als Chef noch keinen einzigen Kommentar eines Kollegen nicht zugelassen.		
Und wie wichtig sind Kommentare?			
CO123	Ich glaube das Kommentare wichtig sind für eine Zeitung.	Kommentare sind wichtig für die Zeitung, sie geben ihr ein Gesicht. Internet hat kein Gesicht. (CO123-124)	Kommentare sind wichtig, sie geben der Zeitung ein Gesicht. Internet hat kein Gesicht (CO 123-124)
CO124	Erstens geben sie der Zeitung ein Gesicht.		
CO125	Internet hat kein Gesicht.		
CO126	Im Internet kennst du meistens den Journalisten nicht.		
CO127	Und ich glaube dass sich das natürlich auch zur Marke entwickelt.		

CO128	Also ich glaube dass dadurch zum Beispiel der Thomas Matt zur Marke geworden ist und ich heute eine viel stärkere Marke seit ich regelmäßig den Leitartikel mache am Samstag, als zu der Zeit, zu der ich es noch nicht machte, das spüre ich auch.	Durch Kommentierung entwickelt man sich zur Marke (bspw. Thomas Matt). Christian Ortner wurde mit dem wöchentlichen Leitartikel zu einer stärkeren Marke.	Durch Kommentierung entwickelt man sich zu einer Marke. Auch der CR wurde mit dem wöchentlichen Leitartikel zu einer stärkeren Marke. (CO 128)
CO129	Also ich glaube Meinung ist wichtig. Nicht wahnsinnig und etwas was unbedingt noch mehr, aber ich glaube, dass bei uns fremde Meinung wichtig ist in einer Zeitung bei so einem Marktanteil sind auch Gastkommentare wichtig.	Meinung ist wichtig, fremde Meinung ist wichtig, deshalb sind Gastkommentare wichtig, v.a. Wenn sie aus Lagern kommen, die den VN nicht zugeordnet werden. (ehem. SPÖ Obmann) (CO129-131)	Meinung und fremde Meinung ist wichtig. Gastkommentare sind wichtig, vor allem wenn sie aus Lagern kommen, die den VN nicht zugeordnet werden (ehemaliger SPÖ Obmann) (CO 129-131)
CO130	Vor allem wenn sie auch aus Lagern kommen, die uns politisch überhaupt nicht zugeordnet werden, von Leuten.		
CO131	Also dass der ehemalige SPÖ-Obmann heute für die VN schreibt, da sagen viele alte Menschen: Was dass einmal ein ehemaliger Roter für euch schreiben darf, was er will auch noch, das ist der Wahnsinn, das hätte ich nie geglaubt...		
CO132	Also es tut uns gut, dass wir über die Gastkommentatoren das ganze Meinungsspektrum abbilden, es tut uns sicher auch gut, dass wir eine Meinung haben. Das erwartet man von einer Zeitung.	Durch Gastkommentatoren wird das ganze Meinungsspektrum abgebildet.	Über Gastkommentatoren wird ganzes Meinungsspektrum abgebildet. (CO 132)
Sind die Leserbriefe auch Teil davon?			
CO133	Die Leserbriefe sind eine der wichtigsten Inhalte der Zeitung – eindeutig.	Leserbriefe sind die wichtigsten Inhalte der Zeitung.	Leserbriefe sind die wichtigsten Inhalte der Zeitung. (133)
CO134	Der Top-Inhalt sind die Leserbriefe.		
Wie wird dort selektiert?			
CO135	Im Prinzip gilt, dass jeder Leserbrief veröffentlicht wird, sofern er denn strafrechtlich ok ist, den 200 Worten entspricht und es keine Dauerleserbriefschreiber sind. Sie sind reduziert auf höchstens zwei im Monat.	Jeder Leserbrief wird veröffentlicht. (200 Wörter, strafrechtlich konform und nicht mehr als zwei im Monat – Ausnahme bei Verhetzung) (CO 135-136)	Jeder Leserbrief wird veröffentlicht (200 Wörter, strafrechtlich konform, nicht mehr als zwei pro Monat, bei Verhetzung) und wenn dann nur vom Chefredakteur abgelehnt (CO 135-137)
CO136	Und wir haben jetzt auch wieder etwas stärker eingegriffen, bei verhetzenden Dingen.		

CO137	Aber eigentlich Leserbriefe die abgelehnt werden, gehen über den Schreibtisch des Chefredakteurs. Also wenn dann wird es von mir abgelehnt, kommt aber selten vor.	Leserbriefe würden nur vom Chefredakteur abgelehnt werden.	
Was für eine Rolle haben Bilder bei euch in der Berichterstattung?			
CO138	Ganz eine wichtige Rolle.		
Sie haben einen hohen Platzanteil, fast 20 Prozent.			
CO139	Das wird fast nicht reichen.		
CO140	Ein ganz hohe Bedeutung. Leute reagieren auf Bilder, ich glaube sonst gäbe es kein Fernsehen, sondern immer noch nur das Radio.	Bilder haben eine hohe Bedeutung, Menschen reagieren auf sie. Sie wollen überall Bilder und Videos sehen. (CO140-141)	Bilder haben eine hohe Bedeutung, Menschen reagieren auf sie und wollen Bilder und Videos sehen. (CO 140-141)
CO141	Die Menschen wollen überall Bilder auf dem Handy. Sie wollen Videos.		
CO142	Bild ist ein journalistisches Element, nicht wegzudenken, hat oft mehr Aussage als ein Text.	Bild ist ein journalistisches Element und nicht wegzudenken, hat oft mehr Aussage als ein Text.	Bild ist als journalistische Element nicht wegzudenken, hat oft mehr Aussage als ein Text und muss einen Zusatznutzen bringen (CO 142-143)
Was muss auf einem Bild zu sehen sein?			
CO143	Eine Aussage. Es muss einen Zusatznutzen zum Text bringen.	Bild muss einen Zusatznutzen bringen.	
Personalisiert oder auch in Grafikform, Landkarte,...			
CO144	Grafik ganz wichtig, weil es einfach ein Erklärelement ist und du komplexe Inhalte sehr einfach auf wenig Platz darstellen kannst.	Grafiken und Landkarten sind als Erklärelemente bei komplexen Inhalten ganz wichtig.	Grafiken und Landkarten sind als Erklärungselemente bei komplexen Inhalten sehr wichtig (CO 144)
CO145	Bilder müssen eigentlich zu 99,9 Prozent Menschen abbilden.	Bilder müssen zu 99,9 Prozent Menschen abbilden.	Bilder müssen zu 99,9 Prozent Menschen abbilden. (CO 145)
Wie hat sich der Stellenwert der VN in der Gesellschaft verändert? Seit Bestehen oder in den letzten zehn Jahren...			

CO146	Der Stellenwert hat sich – das muss man glaube ich teilen – bei den älteren Menschen ganz unwesentlich verändert.	Stellenwert hat sich bei älteren Menschen unwesentlich verändert. Bei jüngeren ist das Mediennutzungsverhalten ein anderes (CO 146-147)	Stellenwert der VN hat sich bei älteren Menschen unwesentlich verändert, bei jüngeren ist das Mediennutzungsverhalten ein anders (CO 146-147)
CO147	Jene, die mit dem Internet aufgewachsen sind; der Stellenwert hat sich bei den Jungen sehr verändert, weil das Nutzungsverhalten, das Mediennutzungsverhalten ein anderes ist.		
CO148	Das hat sich auch hinsichtlich Fernsehen verändert.	Mediennutzungsverhalten hat sich aber auch hinsichtlich TV verändert.	
CO149	Also wir haben sich noch mehr Fernsehen geschaut als 17, 18-jährige heute, weil wir kein Internet hatten.		
CO150	Aber der Stellenwert hat sich sicher – das ist die Schwierigkeit, dass wir die Leserzahlen halten müssen, müssen wir den jüngeren Leuten erklären, die voll mobil aufgewachsen sind, da müssen wir den Stellenwert sicher härter erkämpfen.	Stellenwert hat sich sicher verändert. Die Schwierigkeit ist, die Leserzahlen zu halten. Bei den Jüngeren ist es schwerer den Stellenwert zu erkämpfen.	Stellenwert der VN hat sich verändert. Schwierigkeit besteht darin die Leserzahlen zu halten. Bei den Jüngeren ist es schwerer den Stellenwert zu erkämpfen. (CO 150)
Zum Abschluss: Die VN in drei Sätzen: Was ist sie, was macht sie so besonders, was leistet sie?			
CO151	Landeszeitung, setzt sich für Vorarlberger Menschen ein. Marke in die die Menschen des Landes Vertrauen haben. Das sind die wesentliche Dingen.	VN als Landeszeitung, die sich für die Vorarlberger einsetzt und eine Marke in die die Vorarlberger Vertrauen haben.	Die VN setzen sich als Landeszeitung für die Vorarlberger ein und sind eine Marke in die die Vorarlberger Vertrauen haben. (CO 151)

Fallnummer	Text	Paraphrasen	Generalisierung auf das Abstraktionsniveau
Ist die VN-Heimat die stärkste Beilage der VN?			
GR1	Mit Abstand und auch die meist gelesene, die wo man aus allen Leserschaften die größten, die meisten Rückmeldungen haben.	Die VN-Heimat ist die stärkste und meist gelesene Beilage der VN, wo auch aus allen Leserschaften am meisten Rückmeldungen kommen.	Die VN-Heimat ist die stärkste und am meisten gelesene Beilage. (GR1)
GR2	Die VN-Heimat ist so ein integraler Bestandteil der VN, dass wir sie auch weiterentwickeln wollen.	VN-Heimat ist ein integraler Bestandteil der VN und soll ausgebaut werden.	Die VN-Heimat ist integraler Bestandteil der VN. (GR 2)
GR3	Wir sind derzeit dabei diesen hyperlokalen Bereich im Journalismus stark auszubauen, auch in Verbindung mit crossmedialen Projekten, also „Meine Gemeinde“ spielt da sehr mit.	Der hyperlokale Bereich wird corssmedial ausgebaut (Meine Gemeinde)	Der hyperlokale Bereich wird ausgebaut (Meine Gemeinde) (GR 3)
GR4	Wir haben den Workflow in den Gemeinderedaktionen und in den Heimatredaktionen in den letzten Monaten komplett umgekrempelt.	VN haben den Workflow in den Gemeinde- und Heimatredaktionen umgekrempelt.	
GR5	Die Befüllung bzw. der Contentfluss geht mittlerweile aus dem Online Portal oder über das Online Portal in das Print Produkt, weil das Print Produkt einfach einen Überblick gibt, der von der Effizienz her, aber das wirst du vorher gehört haben, unschlagbar ist.	Content fließt über das Online Portal in das Print Produkt, welches einen Überblick gibt und von der Effizienz her unschlagbar ist.	Content fließt über das Online Portal in das Print Produkt. (GR 5) Das Print Produkt gibt einen Überblick und ist von der Effizienz her unschlagbar (GR 5)
GR6	Die Meldungen vor allem im hyperlokalen Bereich – wo mich nur das interessiert was in meiner Nähe ist – sind so schnell über die Heimat erkennbar.	Die Meldungen aus dem hyperlokalen Bereich sind schnell über die Heimat erkennbar.	Meldungen aus dem hyperlokalen Bereich sind über die VN-Heimat schnell erkennbar. (GR6)
GR7	Und für uns ist die Heimat natürlich etwas: Jeder Bezirk hat sein eigenes Produkt, es wird in Zukunft noch mehr Heimate geben.	VN-Heimat: Jeder Bezirk hat sein eigenes Produkt und in Zukunft soll es noch mehr Heimate geben.	Jeder Bezirk hat eine VN-Heimat. (GR 7) Die VN-Heimat wird ausgebaut. (GR 7)
GR8	Also ein Ausbau auf eine geringere Fläche ist innerhalb dieses Jahres in Umsetzung, ich kann mir bis zu im ersten Schritt sieben, acht Heimate vorstellen für Vorarlberg. Momentan haben wir ja fünf.	Der Ausbau der VN-Heimat auf eine geringere Fläche ist bereits in Umsetzung. Es soll sieben oder acht Heimate geben, die fünfte wird derzeit bereits im Bregenzerwald getestet. (GR 8-9)	Eine fünfte Ausgabe der VN-Heimat wird im Bregenzerwald getestet. Es soll sieben oder acht geben. (GR 8-9)

GR9	Wir haben mit dem Bregenzerwald schon eine ausgekoppelt. Es gibt einen Testbetrieb im Bregenzerwald, wo sie eine eigene Heimat bekommen, nicht mehr die Heimat Bregenz, also die Heimat Bregenz zum Schluss ein Schaufenster bringt, aber es wird schlussendlich die Heimat Bregenzerwald.		
GR10	Am liebsten hätte ich natürlich für jedes Dorf eine eigene Heimat.	Am besten wäre es für jedes Dorf eine Heimat zu haben.	Am besten wäre für jedes Dorf eine VN-Heimat zu haben. (GR 10)
Wäre das wirtschaftlich überhaupt möglich?			
GR11	Grundsätzlich ist es so, dass die Heimaten derzeit in der Auflage bis über 10.000 gedruckt werden, aber das passiert bereits seit 20 Jahren.	Die Heimaten haben seit 20 Jahren eine gedruckte Auflage von etwa 10.000 Stück.	Die VN-Heimaten haben seit 20 Jahren eine gedruckte Auflage von etwa 10.000 Stück. (GR 11)
GR12	Es hat sich in der Zeit einiges getan, auch im Druckbereich, auch in Sachen Makulatur und was man umändern kann.		
GR13	Wir haben heute Kunden in Deutschland und die Deutschen sind die Meister der Mutation es gibt keine Zeitung, die nicht irgendwie zwölf Untermutationen hat. Straubinger Tagblatt und Tölzer Kurier und in Wahrheit ist eh alles die Süddeutsche.		
GR14	Aber die gehen runter bis auf 1000 Stück. Wir sind dabei von 10.000 oder 20.000 auf 5000 oder 6000 Auflagen, es ist noch viel Musik nach unten drin.	In Deutschland gehen die Mutationen bis auf 1000 Stück runter. Die VN-Heimat ist bei 10.000 oder 20.000 Stück und soll auf 5.000 oder 6.000 runter gehen. (GR13-14)	Die VN-Heimat ist bei 10.000 oder 20.000 Stück Auflage und soll auf 5.000 oder 6.000 runter gehen. (GR 13-14)
GR15	Natürlich wird es sich nicht für Sibratsgfall lohnen ein eigenes Printprodukt zu machen, aber im Onlinebereich können wir das und machen das mit Sibratsgfall auch schon.	Printprodukte rentieren sich nicht in allen Gemeinde, aber dafür gibt es ein Onlineportal.	Es kann nicht für jede Gemeinde ein Print Produkt geben, dafür gibt es für jede Gemeinde ein Onlineportal. (GR 15)
Wie unterscheiden sich die VN-Heimat und das Hauptblatt Themen- und akteursbezogen?			
GR16	Akteure im Sinn von Redakteuren?		
Nein, jene, die in der Berichterstattung vorkommen.			

GR17	Der einzige Unterschied ist der, dass ich in der Heimat Platz habe noch tiefer ins Lokale vorzustößen.	Der einzige Unterschied zwischen VN-Hauptblatt und VN-Heimat ist, dass in der VN-Heimat tiefer ins Lokale vorgestoßen wird. Die Themen sollten die gleichen bleiben (GR 17-18)	Die VN-Heimat geht tiefer ins Lokale als die VN. Die Themen sind die gleichen. (GR 17)
GR18	Die Themen sollten nach Möglichkeit die selben sein.		
GR19	Wir haben auch vom Arbeitsfluss es folgendermaßen gestaltet, dass wir Kompetenzzentren für Gemeinden gegründet haben.		
GR20	Die Bezirksredaktion in Feldkirch, für die du ja auch gearbeitet hast, ist Kompetenzzentrum für Rankweil, Göfis und alles im Bezirk Feldkirch, wenn in Göfis die Grünen gegen den Bürgermeister opponieren, dann habe ich eine Telefonnummer, die ich anrufe und zwar die Redaktion in Feldkirch um zu fragen, was ist da.	Die VN haben Kompetenzzentren für die Gemeinden gegründet, die für die Bezirke zuständige sind und gemeindepolitisch wichtige Auskunftsstellen für die Redakteure des Hauptblatts sind. Die Bezirksredaktionen betreuen auch die Kurzmeldungen im Lokalteil autonom und liefert auch größere Artikel für den Lokalteil des Hauptblattes. (GR19-23)	Die VN gründeten Kompetenzzentren für die Gemeinde. Diese sind wichtige Auskunftsstellen für die Redakteure des Hauptblatts, liefern auch größere Artikel für das Hauptblatt und betreuen die Kurzmeldungen im Lokalteil autonom. (GR 19-23)
GR21	Sie sollen mir das – und das ist ja auch das Konzept von „Meine Gemeinde“ mit der Heimat zusammen – in der Heimat, im Hauptblatt, aber auch im Internet entsprechend eigentlich entsprechend sagen können und darum betreut die Redaktion in Feldkirch die Kurzmeldungen für den Lokalteil autonom, natürlich nach unseren Vorgaben.		
GR22	Aber sie bespielt die Flächen, die sie hat autonom.		
GR23	Sie liefert größere Artikel fürs Lokale zu und sie kümmern sich auch um die Heimat, wobei bei der Heimat oft auch freie Mitarbeiter zusätzlich in den Ort gehen und im Hauptblatt doch die Geschichten, dann hauptsächlich von fest angestellten Redakteuren verfasst werden, aber auch von guten freien Mitarbeitern.	Bei der VN-Heimat sind oft auch freie Mitarbeiter vor Ort, im Hauptblatt schreiben hauptsächlich fest angestellte Redakteure.	Bei den VN-Heimat sind oft freie Mitarbeiter vor Ort. Im Hauptblatt schreiben fast nur fest angestellte Redakteure. (GR 23)

GR24	Die Personen, die Leute und die Geschichten sollten eigentlich die selben sein, denn wir wollen auch bei der richtigen Zeitung unter Anführungszeichen gleich nah bei den Menschen sein, als ein der Heimat.	Die Personen, die Leute und Geschichte sollten die gleichen sein. Das VN-Hauptblatt soll gleich nah an den Menschen sein, als die VN-Heimat.	Die VN sollen gleich nah an den Menschen sein, wie die VN-Heimat. (GR 24)
Warum ist der Anteil „Sozialer Themen“ höher als jener politischer Themen? Wo werden die Prioritäten gesetzt?			
GR25	Man muss das insgesamt sehen. Nur in der Heimat oder generell?		
Generell.			
GR26	Grundsätzlich gibt es eine Politikverdrossenheit. Soziale Themen...	Grundsätzlich gibt es eine Politikverdrossenheit.	
GR27	Wenn man es für das gesamte Blatt ausdrückt, dann muss man es größer einteilen.		
GR28	Die VN sind eine Regionalzeitung. Eine Regionalzeitung, unsere Stärke, die wir uns auch am liebsten vor das Haus schreiben würden, sind die drei Worte „lokal, lokal, lokal“ .	Die Stärke der VN liegt im lokalen. In der Außenpolitik sind sie nicht gut, weshalb ein Kombi-Abo mit der NZZ angeboten wird. (GR28-29)	Die Stärke der VN liegt im Lokalen. (GR 28) Außenpolitikinteressierten wird ein Kombi-Abo mit der NZZ angeboten. (GR 29)
GR29	Außenpolitik sind wir nicht gut, wir bieten ein Kombi-Abo mit der NZZ an, wo man die NZZ zum Inlandstarif in Vorarlberg auch zustellen jeden Morgen um 6.30 Uhr.		
GR30	Das heißt wer sich für außenpolitische Zusammenhänge interessiert, bekommt von uns ein Angebot, wo das weltweite Korrespondentennetz der NZZ auf Seiten ausbreitet.		
GR31	Ob Obama beim Klimagipfel mit und ich weiß es nicht.		
GR32	Aber das ist kein Wert, den man den VN zutraut.	Außenpolitik ist kein Wert der VN.	Außenpolitik ist kein Wert der VN. (GR 32)
GR33	Die VN kennen sich sehr gut aus, was in Vorarlberg passiert.	Die VN kennen sich sehr gut aus, was in Vorarlberg passiert.	Die VN wissen, was in Vorarlberg passiert. (GR 33)

GR34	Bei der Lokalpolitik möchte ich schon daran erinnern, nur weil ein Politiker nicht abgebildet wird bei einem Thema, heißt es nicht, dass es kein politisches Thema ist.	Lokalpolitik ist nicht Lokalpolitik nur weil Politiker abgebildet werden. Nur weil Politiker nicht abgebildet sind, kann es trotzdem ein politisches Thema sein.	Nur weil keine Politiker abgebildet sind, kann es trotzdem ein politisches Thema sein. (GR 34)
GR35	Die Lokalpolitik geht nicht aus dem Landtag, der übrigens ein Konstrukt in dem sich nur noch ein Teil der Bevölkerung wiederfindet darstellt, es sind Lehrer, Bauern und Funktionäre im Landtag.	Der Landtag besteht aus Lehrern, Bauern und Funktionäre und ist ein Konstrukt, in dem sich die Bevölkerung nicht wiederfindet, da auch kaum Wirtschaftstreibende drinnen sind. (GR 35-36)	Im Landtag kann sich nicht die gesamte Bevölkerung wiederfinden. (GR 35-36)
GR36	Es sind kaum Wirtschaftstreibende drin, das ist eine Minderheitenveranstaltung.		
GR37	Deshalb ist Landespolitik für mich nicht Landtag sondern Themen.	Landespolitik ist nicht der Landtag sondern Themen.	Landespolitik sind Themen, nicht der Landtag. (GR 37)
GR38	Am Schluss sind es immer Themen, die die Leute interessieren und da spielen beispielsweise Verkehrslösungen im mittleren Rheintal, sprich Verkehrsumfahrung in Feldkirch, Raumplanungsthemen, sind ganz ganz wichtige Themen für die VN im Lokalteil.	Themen, die die Menschen interessieren, sind zum Beispiel Verkehrslösungen, Verkehrsumfahrungen und Raumplanungsthemen.	Verkehrslösungen, Verkehrsumfahrungen, Raumplanungen sind Themen, die die Menschen interessieren. (GR 38)
GR39	Nur wenn nicht bei jeder Geschichte der Landeshauptmann abgebildet ist, heißt es nicht, dass es keine politische Geschichte ist. Aber während Politiker die Welt gerne in das einteilen, was sie bei Pressekonferenzen erzählen, das sind wahrscheinlich nicht unsere Geschichten.	Wenn bei einer Geschichte nicht der Landeshauptmann abgebildet ist, kann es trotzdem ein politisches Thema sein. Was Politiker bei Pressekonferenzen erzählen sind nicht die Geschichten der VN.	Auch wenn der Landeshauptmann nicht abgebildet wird, kann es ein politisches Thema sein. (GR 39) Was Politiker bei Pressekonferenzen erzählen, sind nicht die Geschichten der VN. (GR 39)
GR40	Dafür haben sie ein Vorarlbergmagazin, der Bürgermeister ein Gemeindeblatt. Wir möchten mit Themen die Leute bekommen.	Für Landtagsgeschichten gibt es ein Vorarlbergmagazin, für den Bürgermeister ein Gemeindeblatt.	Es gibt das Vorarlberg Magazin für Landtagsgeschichten, das Gemeindeblatt für den Bürgermeister. (GR 40)
GR41	Die Mischung machts und die sozialen Themen und die weichen Themen sind für die Tageszeitung immens wichtig.	Die sozialen und weichen Themen sind für die VN sehr wichtig.	Soziale und weichere Themen sind in den VN sehr wichtig. (GR 41)
GR42	Ich weiß nicht ob der Vergleich vorher kam mit dem Frühstückstisch, wo wir wahlweise – ob ich oder Eugen es nun sagt – am Frühstückstisch sitzen oder Haustier sind. Ich weiß nicht ob das kam?		
Nein bisher noch nicht.			

GR43	Schöner Vergleich. Wir sitzen bei etwa 200.000 Menschen jeden Tag am Frühstückstisch, sind eingeladen, dürfen mit frühstücken, sind ab 6.30 Uhr da, werden gelesen, können aufgeteilt werden, von allen, wir kommen jeden Tag daher.	Die VN sitzen bei etwa 200.000 Menschen jeden Tag am Frühstückstisch.	Die VN sitzen bei etwa 200.000 Menschen täglich am Frühstückstisch. (GR 43)
GR44	Wir erzählen heitere Geschichten, böse Geschichten, wir sind manchmal watchdog, wo wir dem Gericht sagen, dass es bei den Testamenten so nicht funktioniert, wo wir Landesräte zurechtweisen, welche Kompetenzen sie haben.	Die VN erzählen heitere und böse Geschichten und sind auch watchdog und weisen Gerichte oder Landesräte zurecht. Das kann aggressiv sein, deshalb müssen auch schöne Geschichten erzählt werden. (GR 44 -46).	Die VN erzählen böse und heitere Geschichten, sind watch dog und weisen Gerichte oder Landesräte zu Recht. (GR 44) Es braucht auch schöne Geschichten. (GR 45)
GR45	Das ist ungut, das hat gewisse Aggressivität drinnen, wir müssen schöne Geschichten erzählen, wo man sich denkt: Mei wie toll ist doch alles.		
GR46	Wir müssen den Finger in Wunden legen, aber auch eine Ausgeglichenheit finden, weil wir sind jeden Tag da.		
GR47	Es ist wie ein Frühstücksgast.		
GR48	Wenn jeden Tag einer da ist, der nur wütend auf den Tisch schlägt, dann werde ich ihn spätestens nach einer Woche ausladen. Nicht mehr holen. Abo abbestellen.	Die VN ist jeden Tag da und soll kein wütender Frühstücksgast sein, sonst wird man sie nicht mehr bestellen.	Die VN soll kein wütender Frühstücksgast sein, sonst wird sie abbestellt. (GR 48)
Was sind denn die VN im gesamten? Vermittler von Information, Plattform, Akteur?			
GR49	Wir sehen uns grundsätzlich als Bühne, wollen so viele Bühnen wie möglich zur Verfügung stellen, auf denen die Vorarlberger Menschen wirken können.	Die VN sind eine Bühne auf der die Vorarlberger wirken können.	Die VN sind eine Bühne auf der die Vorarlberger wirken können. (GR 49)
GR50	Es gibt aber sicher einen Grundauftrag für die community. Es gibt immer noch kein schönes deutsches Wort, weil es Gemeinschaft nicht wirklich ausdrückt.		
GR51	Aber wir sind sowas schon wie der Kleb der Vorarlberg zusammenhält.	Die VN sind der Kleb, der Vorarlberg zusammenhält.	Die VN sind der Kleb, der Vorarlberg zusammenhält. (GR 51)

GR52	Wir haben eine Meinung, aber die kennzeichnen wir klar als Meinung, es werden nicht Berichte in eine bestimmte Richtung geschrieben, sondern es wird ganz klar davon die Meinung des Redakteurs oder der Redaktion abgekoppelt und wir sind eine Plattform und viele Vorarlberger sagen, was nicht in der VN steht ist nicht passiert, zumindest bei den Todesanzeigen stimmt es wirklich, wer nicht in den VN gestorben ist, ist wahrscheinlich gar nicht wirklich tot.	Die VN haben eine Meinung und kennzeichnen diese klar. Sie sind eine Plattform. Was nicht in der VN steht ist nicht passiert, zumindest bei den Todesanzeigen stimmt das wirklich.	Die VN haben eine Meinung und kennzeichnen diese klar. (GR 52) Die VN sind eine Plattform. (GR 52) Was nicht in den VN steht ist nicht passiert. Bei den Todesanzeigen stimmt das wirklich. (GR 52)
GR53	Aber wir sind verpflichtet ein möglichst umfangreiches Bild von Vorarlberg dem Leser zu bieten.	Die VN sind verpflichtet ein möglichst umfangreiches Bild von Vorarlberg zu bieten.	Verpflichtung der VN ein möglichst umfangreiches Bild von Vorarlberg zu bieten. (GR 53)
GR54	Sonst sind wir eigentlich eine Bühne und natürlich auch ein Vermittler von Information, aber auch ein Kommentator, nur nicht alles zusammen, schön abgegrenzt.	Die VN sind eine Bühne und Vermittler von Information, auch Kommentator, aber das alles abgegrenzt.	Die VN sind Bühne, Vermittler von Information und Kommentator, aber alles schön abgegrenzt. (GR 54)
Wie lässt sich ein Thema übersichtlich und verständlich aufbereiten? Wie wird das im Lokalbereich gemacht?			
GR55	Mit den Mitteln arbeiten, die die Leute auch sonst kennen.		
GR56	Am Beispiel eines Unfalls dargestellt: wenn jemand zufällig und man setze jetzt voraus er interessiert sich jetzt sehr stark - und an den Klickzahlen von Vorarlberg Online wissen wir, dass sich die Leute überproportional stark für Unfälle interessieren, weil örtliche Nähe, Betroffenheit vielleicht noch eine Rolle spielt, also journalistische Grundprinzipien funktionieren da noch sehr gut und kann man auch sehr gut nachbilden.	Die VN stellen Themen mit alltäglichen Mittel übersichtlich dar. Beispiel Unfall, da sich die Menschen dafür überproportional interessieren, da die Betroffenheit sehr groß ist. (GR55-56)	Die VN stellen Themen mit alltäglichen Mitteln übersichtlich dar. (GR 55) Unfälle interessieren Menschen überproportional, da die Betroffenheit sehr groß ist. (GR 56)
GR57	Beim Unfall ist es so, wenn ich ein Foto hätte vom Unfall auf meinem Handy, ich würde es dir zeigen, also sollte ich es auch dem Leser zeigen.		

GR58	Wenn ich es beschreiben kann, wie das ganze passiert ist, würde ich es erzählen, also ich schreib einen Text dazu.		
GR59	Wenn ich mit Leuten geredet hätte, die das gesehen haben, im Gegensatz zu mir, oder der Augenzeuge, die Authentizität ist ja ganz wichtig, dann würde ich mit dem auch reden oder sagen, er kann es besser erzählen, er hat es gesehen, also einen Augenzeugen, den ich freigestellt.	Die VN zeigen Bilder, wenn sie diese haben, sie schreiben einen Text und reden mit Augenzeugen. Authentizität ist wichtig. Helden werden erwähnt, die die Straße abgesichert oder Menschen gerettet haben. Solche Geschichten machen einen Unfall noch interessanter. Ebenso gibt es oft eine kleine Infografik zum Unfallort oder -hergang. (GR 57-64)	Übersichtlichkeit durch... ... Bilder ... Text ... Augenzeugenberichte (Authentizität) ... Heldengeschichten (Straße abgesperrt, Retter) ... Infografiken zu Unfallort- oder Hergang (GR 57-64)
GR60	Und jeder Unfall hat einen Held, der die Rettung gerufen hat, die Straße abgesichert hat, den aus dem Auto rausgezogen hat.		
GR61	Solche Geschichten kann man auch erzählen und machen den Unfall noch interessanter, als nur Auto fährt gegen Baum, was eine Meldung wäre.		
GR62	Und das nächste ist dann, Vorarlberg ist sehr klein, jeder ist schon einmal die Straße gefahren und oft passieren die Unfälle unter Anführungszeichen an dem Eck wo die Unfälle immer passieren, also eine kleine Grafik dazu.		
GR63	Wenn wir miteinander reden würden und du würdest nicht genau wissen, wo das ist oder wie man da hin kommt, du würdest irgendwo auf einem Papier aufzeichnen, also haben wir schon die Infografik.		
GR64	Und wenn es dann komplex ist mit fünf Autos und sieben Leute überlebt haben, dann ist die Infografik die zeigt wie der Unfall passiert ist, ohne, dass ich eine Zeile vom Artikel gelesen habe, eigentlich unser Erfolgsrezept.		
Sport ist in den VN sehr wichtig und hat einen großen Anteil. Warum ist Sport bzw. Sportberichterstattung in einer Gesellschaft so wichtig?			

GR65	Die Sportberichterstattung ist, wenn man sich die Umfänge ansieht, beispielsweise der morgigen Zeitung, der Samstagszeitung ungefähr die Hälfte dessen, was wir an Lokalberichterstattung im A- und im B-Teil haben.	Sportberichterstattung ist ungefähr die Hälfte der Lokalberichterstattung und hat den zweithöchsten Umfang. Am Montag ist der Umfang mit 10 Seiten deutlich höher. (GR 65-67)	Sportberichterstattung hat den zweit höchsten Umfang (Hälfte der Lokalberichterstattung). Am Montag ist der Umfang deutlich höher. (GR 65-67)
GR66	Das heißt, der Umfang ist sicher der zweithöchste, ich würde sagen, dass der Umfang mittlerweile mit dem Marktteil bei uns einhergeht mit den ganzen Seiten die hinten sind ist der Marktteil ungefähr wertig.		
GR67	Der Montag wird die Statistik zerschlagen, weil der Montag natürlich mit 10 Seiten Sport ein deutliches Übermaß gibt.		
10,7 Prozent sinds beim Sport, Sonstiges hat 17 Prozent und Lokal/Chronik 18 Prozent.			
GR68	Ja das deckt sich. Gut, dass der Blattmacher das ähnlich sieht, das deckt sich mit dem wie es auch vorgesehen ist.		
GR69	Sport ist ein ganz ein wichtiger Bestandteil schon aus dem Grund, weil nirgends so viel Emotionalität aufeinander prallt.	Sport ist wichtig, da dort am meisten Emotionalität aufeinander prallt.	Sport ist wichtig, da dort am meisten Emotionalität aufeinander prallt. (GR 69)
GR70	Wir unterteilen das Land in Betroffenheitsgruppen. Wenn ich einen Feuerwehrbericht auf der Unfallseite...		
GR71	Warum haben wir eine Unfallseite? Es gibt im Land 6000 Feuerwehrleute, die haben Frauen, weil die meisten erwachsen sind, oder Freundinnen die Angst um sie haben, wenn sie im Einsatz sind, da sind wir ungefähr bei 12.000, konservativ gerechnet bei 10.000 Leuten im Betroffenenkreis.	Die Unfallseite erklärt sich wie folgt: es gibt 6000 Feuerwehrleute, die meisten sind erwachsen, haben Frauen und Freundinnen, das ist ein Betroffenenkreis von 10.000 Menschen. Zusätzlich ehemalige Feuerwehrleute, Mütter, Eltern, Kinder, Geschwister, ergibt wahrscheinlich 40.000 Menschen, die die VN durch Feuerwehrberichte ansprechen (GR 71-72)	Unfallseite. 6000 Feuerwehrleute in Vorarlberg mit Frauen und Freundinnen. Betroffen: 10.000 Personen. Zusätzlich ehemalige Feuerwehrleute, Mütter, Eltern, Kinder, Geschwister. Insgesamt: rund 40.000 Personen, die die VN durch Feuerwehrberichte ansprechen. (GR 71-72)
GR72	Die haben ehemalige Feuerwehrleute, die haben Mütter, Eltern, Kinder und Brüder. Da sind wir wahrscheinlich bei 40.000 Menschen, die wir über Feuerwehrberichte ansprechen.		

GR73	Beim Sport ist es so, dass in Vorarlberg bei einem Derby in Lustenau 10.000 oder 8000 Leute im Stadion sind, sich auf Sky bundesweit Menschen das ansehen, das Ganze auch über die, die direkt dahin kommen, diese Gruppe an Leute, die sich für Fußball interessiert ist sehr groß und dann sind wir aber schon bei den Hauptgruppen. Fußball, Formel 1 und dann lange nichts.	Bei einem Derby in Lustenau sind 8000-10.000 Menschen im Stadion und es ist auf Sky bundesweit zu sehen. Die Gruppe, die sich für Fußball interessiert ist sehr groß, dann Formel 1 und dann lange nichts.	Derby in Lustenau: 8.000-10.000 im Stadion und bundesweite Übertragung auf Sky. Große Gruppe, die sich für Fußball und Formel 1 interessiert, dann kommt lange nichts. (GR 73)
GR74	Die Radsportler aus Meinigen mögen es mir verzeihen, aber es ist eine Randsportart genauso wie die Ringer es in Götzis sind oder es die Handballer, die vielleicht auf gleicher Ebene wie die Eishockeyler mit großem Respektabstand zu Fußball agieren.	Radsport, Ringen, Handball sind Randsportarten. Eishockey agiert auch mit großem Respektabstand zu Fußball.	Radsport, Ringen, Handball sind Randsportarten.
GR75	Aber Fußball geht noch viel weiter. Fußball geht in die Orte, da sind viele Mannschaften, Alberschwende spielt gegen Bezau, jetzt weiß ich nicht ob diese in der gleichen Liga spielen, so gut kenne ich mich im Detail nicht aus, aber da stellen sich bis zu 1000 Leute an einem verregneten Samstag in Rankweil wärs die Gastra dahin und schauen dort zu.	Fußball geht in die Orte, in die lokalen Liga, wo man viele Geschichten erzählen kann. Die VN drucken wöchentlich Tabellen des Nachwuchsfußballs, wo Enkelkinder, Kinder und Neffen gefunden werden können, die sonst nirgends aufscheinen.	Fußball geht in die Orte, in die lokalen Ligen, wo man viele Geschichten erzählen kann. (GR 75) Die VN drucken wöchentlich Tabellen des Nachwuchsfußballs, wo man Enkelkinder, Kinder, Neffen finden kann, die sonst nicht aufscheinen. (GR 75)
GR76	Da kann man viele Geschichten erzählen und da darf man nicht unterschätzen, dass im Nachwuchsfußball, von dem wir jede Woche einmal die Tabellen abdrucken, so viele Enkelkinder, Kinder, Neffen finden, die dort tätig sind, die sonst nirgends vorkommen.		
GR77	Sie stehen nicht im ORF-Teletext, sie sind nicht verfügbar auf irgendwelchen anderen Medien, sie gibt es de facto nur bei uns und im Internet – Klammer nur dort findets keiner Klammer zu.		

GR78	Und deshalb wird schon klar, dass Sport und diese Vereinsmeierei auf lokaler Basis für uns schon zusätzlich zu dem, das jeder die WM und die großen Fußballspiele und die Champions League und was man alles haben muss, die Formel 1 in Bahrein und ich weiß nicht wo, das ist schon eine ganz eigentümliche Mischung aus dem was international passiert und dem was man auch lokal abbilden kann.	Sport und Vereinsmeierei sind auf lokaler Basis zusätzlich zur WM und großen Fußballspielen und der Formel 1 wichtig. Die eigentümliche Mischung aus lokal und international ist wichtig.	Sport und Vereinsmeierei sind auf lokaler Basis zusätzlich zur WM und großen Fußballspielen und der Formel 1 wichtig. Die eigentümliche Mischung aus lokal und international ist wichtig. (GR 78)
GR79	Und weil es so tief in die Gemeinden geht und so nah zu den Menschen geht ist Sport ja die schönste Nebenbeschäftigung der Welt und deshalb räumen wir dem auch so viel Platz ein.	Weil Sport so tief in die Gemeinden geht, bilden die VN so viel ab.	Die VN bilden so viel Sport ab, weil er so tief in die Gemeinden geht. (GR 79)
GR80	Aber wir hatten das Problem, dass der Sport ein sehr männlicher Teil war, weil die Begeisterung, die die Herren der Schöpfung für Fußball haben nicht immer von ihren Gattinnen geteilt wird.	Das Problem war, dass Sport ein sehr männlicher Teil war, deshalb wurde dieser Teil durch Menschenberichterstattung ergänzt. So trifft männlicher auf weiblichen Content (GR 80-84)	Sport war ein sehr männlicher Teil und wurde deshalb durch Menschenberichterstattung ergänzt. So trifft männlicher auf weiblichen Content. (GR 80-84)
GR81	Wir haben deshalb auch versucht – so sexistisch das klingen mag – den Sportteil mit etwas weiblicheren Content anzufüttern.		
Was wäre das zum Beispiel?			
GR82	Ja zum Beispiel die Menschenberichterstattung. Also die Hauptleserschaft der Gala ist nun einfach weiblich, das lässt sich nicht weg diskutieren, deshalb ist die Menschenseite auch die letzte auf dem Sportteil.		
GR83	Wir haben sehr viele Rückmeldungen bekommen, dass die Damen mit den Herren um den Sportteil streiten, weil der Papa in der Familie den Sportteil jetzt nicht mehr zuerst lesen darf.		
GR84	Wir haben das bewusst gemacht, weil dadurch männlicher auf weiblicher Content trifft.		
GR85	Es gibt ganze Untersuchungen in der Zeitungen in männlichen und weiblichen Content getrennt werden und üblicherweise dominieren die harten männlichen Themen.		

GR86	Diese müssen dann immer wieder mit weiblicheren Themen angereichert werden, weil sie sonst gerne vergessen werden.		
Wie hat sich der Stellenwert der VN in der Gesellschaft verändert?			
GR87	Wir haben sehr viel über diese Frage diskutiert. Gut dass du sie stellst.		
GR88	Wir sind derzeit in einem ... wir analysieren unsere Marke und wollen auch die strategische Ausrichtung für die nächsten 10 Jahre festlegen, etwas was wir bisher nicht getan haben.		
GR89	Mit der Marke VN ist es relativ einfach in Vorarlberg. Sie ist – das zeigen uns unsere Erhebungen, nicht nur unsere Erhebungen – die stärkste Vorarlberger Marke.	Die Marke VN ist die stärkste Vorarlberger Marke. Es gibt keine stärkere mit einer höheren Bekanntheit in Vorarlberg im Handelsbereich. (GR 89-91)	Die Marke VN ist die stärkste in Vorarlberg. Es gibt keine bekanntere Marke im Handelsbereich in Vorarlberg. (GR 89-91)
GR90	Ich kenne keine stärkere Vorarlberger Marke, sei es im Medienbereich, im Foodbereich, im Handelsbereich.		
GR91	Es gibt keine Marke mit einer höheren Bekanntheit in Vorarlberg als die VN.		
GR92	Das ist bei Alma-Käse nicht so, das ist bei Rupp nicht so, Rauch, die mag in Rankweil eine hohe Bekanntheit haben, sonst auch, aber die VN ist stärker.		
GR93	Industriebetriebe wie der Blum, die spielen im Alltag nicht so die Rolle und an Marken, an Vorarlberger Marken ist VN sicher mit Abstand die stärkste Marke.		
GR94	Der Stellenwert in der Gesellschaft hat sich während der Zeit der VN auch mit der Berichterstattung, auch mit den Chefredakteuren sehr verändert.		
GR95	Wenn die VN früher bekannt waren, Politik zu machen, aktiv zu machen.		

GR96	Die meisten Menschen mit denen wir sprechen reagieren ja verwundert, wenn wir mit unserer Vergangenheit kritisch umgehen, die fragen sich, die stellen fest, ah die VN meint, sie könne auch Fehler machen – ja natürlich können wir auch Fehler machen.	Der Stellenwert hat sich auch in der Berichterstattung mit den wechselnden Chefredakteuren geändert. Die VN haben früher Politik gemacht und waren aktiv. (GR 94-96)	Der Stellenwert der VN änderte sich auch in der Berichterstattung mit den wechselnden Chefredakteuren. Die VN haben früher Politik gemacht und waren aktiv. (GR 95-96)
GR97	Sie veröffentlichen Leserbriefe, die auch gegen sie sind. Ja gerne, was Besseres kann mir gar nicht passieren, als dass die Menschen auf meiner Plattform mich diskutieren, wesentlich besser, als dass sie auf einer anderen Plattform die VN diskutieren.	Die VN veröffentlichen Leserbriefe, die auch gegen sie sind. Es kann ihnen nichts Besseres passieren, als auf der eigenen Plattform diskutiert zu werden.	Die VN veröffentlichen Leserbriefe, die auch gegen sie sind. Kann nichts Besseres passieren, als auf der eigenen Plattform diskutiert zu werden. (GR 97)
GR98	Und wir absolute Verfechter von Pluralität und von vielem Einfluss von Meinungen, die bei uns aufeinander prallen.	Die VN sind absolute Verfechter von Meinungspluralismus.	Die VN sind absolute Verfechter von Meinungspluralismus. (GR 98)
GR99	Weil noch einmal, wenn man alle Marktanteile der Produkte hier zusammen zählt, dann sind wir in einem sehr hohen Bereich.	Die Marktanteile der VN-Produkte liegen in einem sehr hohen Bereich.	
GR100	Die VN allein ist wenn die Krone immer als Weltmeister bezeichnet wird, im Vergleich auf ihr Verbreitungsgebiet – wir haben halt ein wesentlich höhere Verbreitung als die Krone und in Vorarlberg auf das Hauptverbreitungsgebiet bezogen, in Vorarlberg sind es halt 70 Prozent, 7 von 10, je nach Wochentag.	Die VN hat im Vergleich zur Krone auf ihr Verbreitungsgebiet eine wesentlich höhere Verbreitung.	Die VN hat im Vergleich zur Krone auf ihr Verbreitungsgebiet eine wesentlich höhere Verbreitung. (GR 100)
Vorarlberg ist das einzige Land wo die Krone sich nicht wirklich durchringen konnte.			
GR101	Sieben Prozent. Sie probierens immer wieder.		
GR102	Der Stellenwert in der Gesellschaft hat sich verändert.		
GR103	Die VN ist eine Marke die sich verändert.	Die VN haben sich als Marke verändert.	Die VN haben sich als Marke verändert. (GR 103)

GR104	Wir sehen das von unseren Lesern, dass 7 von 10 Vorarlbergern die Gruppe ist das, sehr viel Sympathie entgegen gebracht wird, aber wir polarisieren natürlich auch, es gibt auch einen kleinen Kern an Menschen, die uns nicht mögen, weil... Das kann man ihnen nicht verübeln.	7 von 10 Vorarlberger bringen der VN viel Sympathie entgegen. Die VN polarisieren.	7 von 10 Vorarlbergern finden die VN sympathisch. (GR 104) Die VN polarisieren. (GR 104)
GR105	Der Stellenwert in Vorarlberg ist aus meiner Perspektive aus dem Innenleben der VN betrachtet ein sehr wichtiger, weil was nicht in der VN steht ist nicht passiert und die VN auch zur Einordnung von verschiedenen Themen Gold wert ist.	Die VN sind zur Einordnung von Themen wichtig, was nicht bedeutet dass sie Politik machen. Die VN bringen jedes Jahr 100.000 Menschen in die Zeitung, die bei ihnen diskutieren. (GR 105-106)	Die VN sind wichtig zur Einordnung von Themen, aber machen keine Politik. (GR 105-106) Die VN bringen jedes Jahr 100.000 Menschen in die Zeitung, die bei ihnen diskutieren. (GR 106)
GR106	Ich schau einmal was sie in der VN dazu sagen. Das heißt nicht, dass wir Politik machen, sondern einfach für uns ist viel wichtiger, dass wir die 100.000 Menschen jedes Jahr in die Zeitung bringen, dass sie bei uns diskutieren und die VN sind sowas wie common sense in Vorarlberg.		
GR107	Wenn du irgendwo bist und du willst nicht über das Wetter reden, dann red ich über ein Thema, dass in den VN stand.	Die VN bieten als Gesprächsstoff nicht nur das Wetter. 7 von 10 werden es gelesen haben. (GR 107-108)	Die VN bieten wichtigen Gesprächsstoff, nicht nur das Wetter. (GR 107-108)
GR108	Wahrscheinlich wird ... also 7 von 10 Vorarlbergern werden wissen, wovon du sprichst.		
GR109	Von dem her ist die Bedeutung eines Printmediums für Vorarlberg sicher hoch, der VN so, dass man halt Landeszeitung dazu sagt, obwohl wir mit dem Land selbst nichts zu tun haben.	Die VN werden auch als Landeszeitung bezeichnet, was nichts mit dem Land selbst zu tun hat.	Die VN sind auch Landeszeitung, was mit dem Land selbst nicht zu tun hat. (GR 109)
Dann haben Ereignisse wie die Fußach-Affäre und Pro-Vorarlberg schon mehr an Bedeutung verloren?			
GR110	Ganz klar, das ist Kampagnen-Journalismus.		
GR111	Ich glaube nicht, dass sich heute Kampagnen-Journalismus in den VN findet, wobei es uns immer vorgeworfen wird.	Heute wird kein Kampagnen-Journalismus mehr betrieben.	Heute wird kein Kampagnenjournalismus mehr betrieben. (GR 111)

GR112	Wir fahren Kampagnen gegen das Gericht, wir fahren Kampagnen gegen den Bischof, wer sich die VN ansieht, wird spüren, dass wir beispielsweise im Fall des Bischofs sehr zurückhaltend sind.	Der Vorwurf bleibt, dass die VN Kampagnen gegen das Gericht und bspw. den Bischof fahren.	Vorwurf bleibt, dass die VN Kampagnenjournalismus betreiben. (GR 112)
GR113	Warum soll ich als Zeitung einen Bischof wegschreiben, wie es das Profil beispielsweise seit Wochen versucht.		
GR114	Der Bischof wird nächstes Jahr seinen Rücktritt einreichen, weil er altersmäßig nicht mehr weitermachen kann.		
GR115	Das ist für eine Zeitung nicht erstrebenswert, zu demonstrieren, wir könnten auch den Bischof wegschreiben.		
GR116	Und übrigens die Leute da draußen sind mündig.	Die Leute da draußen sind mündig.	Die Leser sind mündig. (GR 116)
GR117	Sie spüren sehr schnell, wenn eine Zeitung was will, wenn eine Zeitung sich verbiegt oder was herschreiben will.	Die Menschen spüren schnell, wenn eine Zeitung was will, wenn sie sich verbiegt oder was vorschreiben will.	Menschen spüren, wenn eine Zeitung was will, wenn sie sich verteidigt oder was vorschreiben will. (GR 117)
GR118	Ich glaube auch, es würde nicht mehr funktionieren. Ich möchte auch nicht mehr, dass das funktioniert.		
GR119	Wir sind nicht da um Politik zu machen, sondern wir sind eigentlich da um die Leute zu vernetzen, um Geschichten, Gesprächsstoff zu liefern, das ist das wichtigste überhaupt.	Es würde nicht mehr funktionieren als Zeitung Politik zu machen. Wir sind da, um Leute zu vernetzen, um Geschichten und Gesprächsstoff zu liefern und einen gewissen Anteil an Information und Unterhaltung zu bieten (GR 118-120)	Es würde heute nicht mehr funktionieren als Zeitung Politik zu machen. (GR 119) Die VN vernetzten Menschen, um Geschichten und Gesprächsstoff zu liefern und einen gewissen Anteil an Information und Unterhaltung zu bieten. (GR 118-120)
GR120	Und einen gewissen Anteil an Information und Unterhaltung zu bieten.		
GR121	Wir haben mit dem Chefredakteur der NZZ gesprochen, der uns im Rahmen eines gegenseitigen Verlagsbesuchs gesagt hat:		

GR122	„Wissen Sie die NZZ muss nicht angenehm zu lesen sein. Es ist ein Arbeitswerkzeug, man liest sie nicht zum Vergnügen, aber man muss sie lesen.“	Stv. Chefredakteur NZZ: „Wissen Sie die NZZ muss nicht angenehm zu lesen sein. Es ist ein Arbeitswerkzeug, man liest sie nicht zum Vergnügen, aber man muss sie lesen.“ Die VN sehen das anders. Die VN sollen auch Spaß machen.	Die VN sollen auch Spaß machen und angenehm zu lesen sein. (GR 122)
GR123	Das sehen wir insofern anders, also das war der stellvertretende Chefredakteur, der Schwarz der aus Bregenz kommt. „Man muss sie lesen“.		
GR124	Er hat das Schweizer Idiom mittlerweile schon angenommen. Bei der VN soll es Spaß machen.		
Also ist bei der VN Zeitungsmachen und Unterhaltung kein Gegensatz?			
GR125	Ich will jetzt nicht sagen, dass wir Infotainment bieten.		
GR126	Wir wollen den Menschen am Morgen in 20 Minuten oder in 30 Minuten – das durchschnittliche Lesen sind 30 Minuten – die Information bieten, die sie brauchen um gut informiert, mit bestem Gewissen informiert in den Tag zu gehen und nicht den ganzen Tag auf vol.at rumsurfen müssen, ob etwas passiert oder nicht.	Die VN bieten kein Infotainment in dem Sinn, sie informieren in rund 30 Minuten über das, was interessiert und wichtig ist mit bestem Gewissen und übersichtlich.	Die VN bieten kein Infotainment in dem Sinn. (GR 126) Die VN informieren in rund 30 Minuten mit bestem Gewissen und übersichtlich. (GR 126)
GR127	Weil die Leute sind keine Newsjunkies, sie wollen verlässliche, verbindliche Informationen und wer uns 20 Minuten gibt, bekommt die.		
GR128	Das ist so effizient wie nichts anderen.	Die VN sind so effizient wie nichts anderes.	Die VN sind so effizient wie nichts anderes. (GR 128)
GR129	Der Effizienzvergleich ist für mich so überzeugend [Anm. siehe Bsp. Russ Radio, Tv...], warum eine Zeitung in 20 Jahren auch noch gibt. Ob es diese als Printprodukt gibt, oder als I-Pad, ob die auf Skateboards ausgeliefert werden.	Es wird eine Zeitung auch noch in 20 Jahren geben, fraglich ist nur, ob Sie noch auf Papier erscheint. Aber Menschen werden immer ein großes Interesse an Gesprächsstoff haben. (GR 129-130)	Eine Zeitung wird es in 20 Jahren noch geben, fraglich ist, ob Sie noch auf Papier erscheint. Menschen werden aber immer ein großes Interesse an Gesprächsstoff haben. (GR 129-130)

GR130	Das ist mir egal. Ich glaube und ich bin fest davon überzeugt, dass die Leute auch in 30, 40, 50 Jahren; 100 Jahren großes Interesse an Gesprächsstoff haben, außer wir reden nicht mehr miteinander, das kann ja auch passieren.		
GR131	Aber die Leute haben Interesse an guten Geschichten. Wie diese guten Geschichten zum Menschen kommen...		
Also liegt die Zukunft der Zeitung im Lokalen?			
GR132	Eine Zukunft der Zeitungen liegt im Lokalen, das ist die die wir sehen.	Eine Zukunft der Zeitungen liegt im Lokalen, das ist die die wir sehen.	Die Zukunft die die VN sehen liegt im Lokalen. (GR 132)
GR133	Ich sehe aber auch die Zukunft von Zeitungen im Qualitätssegment.	Ich sehe aber auch die Zukunft von Zeitungen im Qualitätssegment.	Es gibt aber auch die Zukunft der Zeitung im Qualitätssegment. (GR 133)
GR134	Die Zeit beispielsweise wird es, da bin ich ganz fest davon überzeugt auch in 20 Jahren geben, weil die Zeit eine wöchentliche Einordnung des Ganzen vornimmt, die erfrischend hintergründig ist.	Die Zeit wird es bspw. In 20 Jahren noch geben, die eine wöchentlich erfrischende hintergründige Einordnung von Geschehnissen vornimmt.	
GR135	Ob es jetzt die 15 ehemaligen Lokalzeitungen geben wird, die versuchen auszusehen wie die Zeit und das gleiche zu machen, da bin ich mir nicht sicher, aber Zeitungen, die noch auf die Menschen zugehen und sich nicht fürchten mit echten Menschen zu reden, die wird es – aber noch einmal ob die jetzt auf Papier gedruckt werden, oder auf Handtaschen – das muss man dann schauen, was am besten oder am effizientesten ist.		
GR136	Aber so lange Papier so effizient ist wie jetzt, dürften wir auf Papier gedruckt werden.		
Abschließend: Die VN in drei Sätzen: Was ist sie, was macht sie so besonders und was leistet sie?			
GR137	Das erste bei der VN ist die Innovation.		

GR138	Erklärungssatz dazu: Wenn du die VN jeweils am Monatsersten vom Jänner aneinander legst, sie schaut kein Jahr gleich aus, kein Jahr ist es das gleiche, also du kannst die Jahre unterscheiden.	Die VN sind Innovation, weil sie jedes Jahr unterschiedlich sind und das nicht nur in der Relaunch-Phase. (GR 137-138)	Die VN sind Innovation. Sie sind jedes Jahr unterschiedlich auch ohne Relaunch. (GR 137-138)
GR139	Nicht nur weil wir einen Relaunch hatten sondern immer. Innovation.		
GR140	Das zweite ist das schwierige Wort.		
GR141	Ich möchte nicht heimatverbunden sagen, obwohl wir das sind, aber es klingt so kärntnerisch.		
GR142	Wir sind lokal oder Vorarlberg.	Die VN sind lokal, die VN sind Vorarlberg. (GR 142-143)	Die VN sind lokal, sie sind Vorarlberg. (GR 142-143)
GR143	Wir sind Vorarlberg eigentlich.		
GR144	Wir sind Innovation, wir sind Vorarlberg und das dritte Wort ist einfach wir sind verlässlich.		
GR145	Verlässlichkeit. Wir kommen seit 1945 jeden Morgen.	Die VN sind verlässlich und kommen seit 1945 jeden Morgen. Kein Streik konnte eine Erscheinung verhindern (GR 145-146)	Die VN sind verlässlich. Sie kommen seit 1945 jeden Morgen. (GR 145-146)
GR146	Kein Streik hat bisher verhindert, dass wir nicht erschienen sind.		
GR147	Wir sind da und versuchen in der bestmöglichen Qualität – also wir haben die beste Redaktion im Lande.	Die VN sind da und haben die beste Redaktion im Lande.	Die VN haben die beste Redaktion im Lande. (GR 147)
GR148	Es gibt größere, aber ob die besser ist, das glaube ich nicht und das bringt auch eine Verpflichtung mit sich und sicher nicht für Kampagnenjournalismus, sondern für Pluralität der Meinungen, gibt viele die sich da auch noch nicht daran gewöhnt haben, die meinen die VN muss für oder gegen etwas sein, aber wichtig ist wenn die Geschichten bei uns passieren.	Die VN bringen eine Verpflichtung mit sich für die Pluralität der Meinungen und dafür, dass die Geschichten bei ihnen passieren und nicht für Kampagnenjournalismus.	Die VN bringen eine Verpflichtung für Pluralität der Meinungen mit sich und dafür, dass Geschichten bei ihnen passieren und nicht für Kampagnenjournalismus. (GR 148)

Anhang 5: Kategoriensystem der Interviewauswertung

Selbstbild VN/VN-Heimat

Die VN sind...

- ... eine **Plattform**. (ER1;4; 62; 92; GR 52)
 - eine Bühne, auf der Vorarlberger wirken können. (GR 49)
 - für das Verbreitungsgebiet Vorarlberg (ER 1)
 - die den Zusammenhalt der Region fördert. (ER 4; GR 51)
 - wollen Meinungspluralismus in Vorarlberg fördern. (ER 62)
- ... ein **Werkzeug**. (ER 17-18; 93)
 - Toolset der Region (ER 17-18)
- ... **Ombudsmann** und Helfer. (CO 111-112)
- ... **Vermittler**. (CO 111-112)
- ... **watchdog**. (GR 44)
 - weisen auch Gerichte/Landesräte zurecht. (GR 44)
- ... **Kommentator** (GR 54)
- ... **nah** an den Vorarlbergern. (GR 106)
 - jährlich 100.000 Vorarlberger in den VN. (GR 106)
- ... eine **Landeszeitung**, was mit dem Landtag selbst nicht zu tun hat. (GR 109)
- ... **Innovation**. Sie sind jedes Jahr unterschiedlich auch ohne Relaunch. (GR 137-138)
- ... **lokal**, sie sind Vorarlberg. (GR 142-143)
- ... **verlässlich**. Sie kommen seit 1945 jeden Morgen. (GR 145-146)

Die VN-Heimat...

- ... ist die **stärkste** und am meisten gelesene **Beilage**. (GR1)
- ... gibt einen **Überblick** (GR 5)
- ... ist **effizient**. (GR 5)
- ... bringt Meldungen aus dem **hyperlokalen Bereich**. (GR 6)
- ... erscheint in jedem **Bezirk** (GR 7)
- ... wird **ausgebaut**. (GR 3; 8-9)
 - Meine Gemeinde (GR 3)
 - Testung bereits im Bregenzerwald (GR 8-9)
 - soll insgesamt sieben oder acht geben (GR 8-9)
- ... haben seit 20 Jahren eine gedruckte Auflage von etwa 10.000 Stück (GR11)
 - soll auf 5.000 bis 6.000 runter gehen. (GR 13-14)
 - Kann nicht für jede Gemeinde ein Print-Produkt geben. (GR 15)

Hauptfunktion der VN

Über Österreich und die Welt berichten und in einen **Kontext mit Vorarlberg** bringen. (ER 2-3)

Als Plattform fundierte **Gedenkanstöße** in alle Richtungen geben. (ER 28)

USP der VN: **Überblicksfunktionalität** (ER 48; GR 5; ER 42-44; GR 126)

- effizient im Überblick (VN-Heimat) (GR 5)
- Innerhalb von 20-30 Minuten: Radio: drei bis fünf Meldungen; Fernsehen: sieben bis acht Beiträge; VN: 800 Meldungen (ER 42-44)
- informieren in rund 30 Minuten übersichtlich. (GR 126)
- Die VN sind so effizient wie nichts anderes. (GR 128)

Ein möglichst **umfangreiches Bild von Vorarlberg** zu bieten (GR 53)

Einordnung von Themen erleichtern (GR 105-106) / Verpflichtung für **Pluralität der Meinungen** (GR 148)

- machen keine Politik (GR 105-106)
- betreiben keinen Kampagnenjournalismus (GR 111) – Leser sind mündig (GR 116) – Sie spüren, wenn eine Zeitung was will, wenn sie sich verteidigt oder was vorschreiben will. (GR 117)

Gesprächsstoff bieten (GR 107-108; GR 118-120)

- Menschen vernetzen, Information und Unterhaltung bieten (GR 118-120)

Die VN sollen auch Spaß machen und angenehm zu lesen sein. (GR 122)

Sonstiges zum Selbstbild

VN

Die Identität der VN änderte sich in den letzten 25 Jahren. (ER 70)

Die VN setzen sich als Landeszeitung für die Vorarlberger ein und sind eine Marke in die die Vorarlberger Vertrauen haben. (CO 151)

Die Stärke der VN liegt im Lokalen. (GR 28)

Die VN wissen, was in Vorarlberg passiert. (GR 33)

Die VN sitzen bei etwa 200.000 Menschen täglich am Frühstückstisch. (GR 43)

Die VN soll kein wütender Frühstücksgast sein, sonst wird sie abbestellt. (GR 48)

Was nicht in den VN steht ist nicht passiert. Bei den Todesanzeigen stimmt das wirklich. (GR 52)

7 von 10 Vorarlbergern finden die VN sympathisch. (GR 104)

Die VN polarisieren. (GR 104)

Die Zukunft die die VN sehen wir im Lokalen. (GR 132)

Es gibt aber auch die Zukunft der Zeitung im Qualitätssegment. (GR 133)

VN-Heimat

Die VN gründeten Kompetenzzentren für die Gemeinde. Diese sind wichtige Auskunftsstellen für die Redakteure des Hauptblatts, liefern auch größere Artikel für das Hauptblatt und betreuen die Kurzmeldungen im Lokalteil autonom. (GR 19-23)

Bei den VN-Heimat sind oft freie Mitarbeiter vor Ort. Im Hauptblatt schreiben fast nur fest angestellte Redakteure. (GR 23)

Themenspektrum

(Internationale Meldungen und Kommentare über Politik, Lokalinformationen, Wetterbericht, das zu verschenkende Fahrrad, Apotheken Notdienst, Fernsehprogramm, Sportmeldungen, Ergebnisse meines Fußballclubs (ER 45))

SOZIALES

Themen, nah am Leser

Lokale Information ist die klare USP. (CO 60)

Wer was zu sagen hat, kommt vor. (CO 99; 102) (Kulturschaffende, junge/alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.)

VN gleich nah an den Menschen wie die VN-Heimat (GR 24)

Differenz VN-Heimat und VN-Hauptblatt

VN-Heimat geht tiefer ins Lokale als die VN. (GR 17)

Die Themen sind die gleichen. (GR 17)

Leserbriefe

die wichtigsten Inhalte der Zeitung. (133)

- jeder wird veröffentlicht (CO 135-137)
- (200 Wörter, strafrechtlich konform, nicht mehr als zwei pro Monat, bei Verhetzung) und wenn dann nur vom Chefredakteur abgelehnt (CO 135-137)

Personalia

Todesanzeigen sind der meist gelesene Teil (ER 15)

Lokale/Regionale Probleme

Straßenkreuzung mit einem wuchernden Strauß (ER 76-77)

zu kurze Ampelphase in der Stadt (ER 76-77)

Verkehrslösungen, Verkehrsumfahrungen, Raumplanungen (GR 38)

Geborgenheit/Sicherheit

Es braucht auch schöne Geschichten. (GR 45)

Die VN soll kein wütender Frühstücksgast sein, sonst wird sie abbestellt. (GR 48)

Die VN erzählen böse und heitere Geschichten (GR 44)

Unfallseite

Unfälle interessieren Menschen überproportional, da die Betroffenheit sehr groß ist. (GR 56)

Unterhaltung/Sport

Die VN bieten kein Infotainment in dem Sinn. (GR 126)

Inhaltliche und Servicekomponente ist wichtig: Ergebnisse eines Spiels am nächsten Morgen. (CO 16)

Sportberichterstattung zweit höchsten Umfang (GR 65-67)

- Sport und Vereinsmeierei sind auf lokaler Basis zusätzlich zur WM und großen Fußballspielen und der Formel 1 wichtig. Die eigentümliche Mischung aus lokal und international ist wichtig. (GR 78)

Emotionalität prallt bei Sport aufeinander (GR 69; GR 73)

- Derby in Lustenau: 8.000-10.000 im Stadion, bundesweite Übertragung auf Sky. (GR 73)
- Große Gruppe, die sich für Fußball und Formel 1 interessiert (GR 73)
- Radsport, Ringen, Handball sind Randsportarten. (GR 73)

Fußball geht in die Orte, in die lokalen Ligen, darum bilden die VN so viel Sport ab. (GR 75; GR 79)

- bringt viele Geschichten mit sich (GR 75)

Wöchentlicher Überblick durch Tabellen des Nachwuchsfußballs (GR 75)

- Enkelkinder, Kinder, Neffen kommen dort vor (GR 75)

Feminisierter Sportteil durch Menschenberichterstattung (GR 80-84)

POLITIK

Politische vs. Soziale Themen

Bau eines Radwegs, Müllsammeltag ist immer politische Entscheidung. Die VN lassen es nur nicht immer über Politiker verkünden. (CO 45; 49)

- Auch wenn der Landeshauptmann nicht abgebildet wird, kann es ein politisches Thema sein. (GR 39)

Landeshauptmann kann auch nicht vorkommen, wenn er nichts zu sagen hat (CO 100)

Nur weil keine Politiker abgebildet sind, kann es trotzdem ein politisches Thema sein. (GR 34)

- Was Politiker bei Pressekonferenzen erzählen, sind nicht die Geschichten der VN. (GR 39)
- Nur weil die Landesregierung eine Veranstaltung abhält, wird nicht gleich groß darüber berichtet. (CO 101)
- Es gibt das Vorarlberg Magazin für Landtagsgeschichten, das Gemeindeblatt für den Bürgermeister. (GR 40)

Die Bevölkerung findet sich im Landtag nicht wieder. (GR 35-36)

Soziale und weichere Themen sind in den VN sehr wichtig. (GR 41)

Politik

Wichtige Themen sind Föderalismus (Einsetzen für Vorarlberger Anliegen) (CO 105-106)

Landespolitik

Landespolitik gibt nicht mehr her, als die VN bringen. (CO 47)

über Geldverschwendung der Landesgesellschaft (ER 76-77)

Umwelt

Umweltschutz (erneuerbare Energie) (CO 105-106) (Atomkraft, Bodenseeufer)

Aktionen und Kooperationen zum Umweltschutz (mit VKW) (CO 109)

VN-Aktionen

„Ma hilft“ (CO 110)

VN-Ombudsmann (CO 110)

Bürgerforen

- Chance Druck auf gleicher Augenhöhe zu machen (CO 110)

BILDER

Große Bedeutung der Bilder: Menschen reagieren auf sie (CO 140-141)

Bild ist als journalistisches Element nicht wegzudenken, hat oft mehr Aussage als ein Text, muss Zusatznutzen bringen (CO 142-143)

Grafiken und Landkarten sind als Erklärungselemente bei komplexen Inhalten sehr wichtig (CO 144)

Bilder müssen zu 99,9 Prozent Menschen abbilden. (CO 145)

KOMMENTIERUNG

Kommentierung ist ein Element, aber nicht übertrieben wichtig und nicht kriegsentscheidend. (ER 28; 31-32,36)

Dass Menschen Kommentierung suchen, ist altes Mediendenken, Kommentierung wurde durch die neuen Möglichkeiten der Interaktion überholt (ER 37-38)

Kommentare geben der Zeitung ein Gesicht; Internet hat kein Gesicht (CO 123-124)

Mit Kommentierung wird man zur Marke. CR mit wöchentlichem Leitartikel eine stärkere Marke (CO 128)

Es ist nicht wertvoll journalistische Meinung oktroyiert zu bekommen. (ER 32-33)

Soziale Funktionen

Sozialisationsfunktion

Habitualisierungsfunktion

Ereignisse wie die Schiffstau etc. sind nicht Teil der Identität der VN sondern von der Entwicklung des Landes. (ER 67)

Aufgabe einer Zeitung: Menschen zum Gewohnheitstier zu erziehen. (CO 1) Der Leser muss die Zeitung brauchen. Es geht darum einzigartig zu sein (USP). (CO 10-11)

Die VN vernetzen Menschen, sie liefern Geschichten und Gesprächsstoff, Information und Unterhaltung. (GR 118-120)

Geborgenheit

VN fördert als Plattform den Zusammenhalt der Region. (ER 4)

Wir-Gefühl kommt nur über Plattform zustande. (ER8-9)

Nähegefühl war in Vorarlberg schon immer wichtig, von der Schiffstau bis weit zurück in die Landesgeschichte (ER 49-50)

Die VN stellen emotionale Verbundenheit her. (Taufe, Geburt, Hochzeit, Einstieg in die erste Klasse, Matura) (CO 25-26)

Braucht auch schöne Geschichten. (GR 45)

Die VN bringen jedes Jahr 100.000 Menschen in die Zeitung, die bei ihnen diskutieren. (GR 106)

Soziale Orientierung

Zurechtfinden/Überschaubarkeit

Grundprinzipien der Regionalzeitung: Leben in der Region erleichtern und Wegweiser sein. (ER 27; 21)

USP: Perfekter Browser und Überblick, was im Land passiert und was sich anbietet. (ER 39-40)

VN bietet 800 Meldungen, die Leser in 25 Minuten scannen können und nicht übersehen, was persönlich interessiert und sind dann über die Nachbarschaft, Vorarlberg und Österreich informiert. (ER 46-47)

Die engste Beziehung besteht zum unmittelbaren Kreis, über den man informiert sein will. (CO 20-21)

Die VN stellen Themen mit alltäglichen Mitteln übersichtlich dar. (GR 55) (Bilder, Text, Augenzeugenberichte (Authentizität), Heldengeschichten (Straße, abgesperrt, Retter), Infografiken zu Unfallort- oder Hergang) (GR 57-64)

Fußball geht in die Orte, in die lokalen Ligen, wo man viele Geschichten erzählen kann. (GR 75)

Veranstaltungen

Veranstaltungskalender: Vorschläge zur Tages- bzw. Abendgestaltung, auch mit Kino- und Fernsehprogramm. (CO 5-6)

Personalia

Wissen wer gestorben ist, wer Nachwuchs bekommen und geheiratet hat. (CO 3-5)

Die VN stellen eine emotionale Verbundenheit her. (Taufe, Geburt, Hochzeit, Einstieg in die erste Klasse, Matura) (CO 25-26)

Eine wesentliche Funktion ist, dass mit den Todesanzeigen Mitgefühl entsteht, welches zum Ausdruck gebracht werden kann. (ER 14)

Freizeitkalender

Ein lokales Kinderfußballturnier findet im Bereich Eingesendet der VN-Heimat mit Bild und ein paar Zeilen Platz. Wird es veröffentlicht, erreicht es rund 300 Menschen, die stolz sind. (Mütter, Väter, Tanten, Onkel, Schulkollege, etc.). (CO 27)

Wöchentliche Tabellen des Nachwuchsfußballs, wo man Enkelkinder, Kinder, Neffen finden kann (GR 75)

Identitätsstiftung/Integrationsfunktion

Personalisierung

Menschen mit Migrationshintergrund werden auch in „Vorarlberger über die man spricht“ vorgestellt (CO 90)

Bilder müssen zu 99,9 Prozent Menschen abbilden. (CO 145)

Die VN bringen jedes Jahr 100.000 Menschen in die Zeitung, die bei ihnen diskutieren. (GR 106)

kollektive Identität/Ethnozentrismus

VN sind eine Plattform, die den Zusammenhalt und Wir-Gefühl der Region fördert. (ER 4; 14)

Wir-Gefühl nur über Plattform. (ER8-9)

Landtag und Lokalmedium entwickeln ein Wir-Gefühl. (ER 10)

Todesanzeigen regional geschaltet. (ER 11-12)

Wesentliche Funktion: Entstehung von Mitgefühl mit den Todesanzeigen Mitgefühl, das zum Ausdruck gebracht werden kann. (ER 14)

Integrationskommunikation/Einrichtungen mit Integrationsbezug

Die VN habe keine standardisierte Integrationsberichterstattung. (CO 81)

Phasen in denen Integration stärker thematisiert wird. (bspw. Wahl) (CO 83)

Vereinsberichterstattung ist Integration (CO 85)

Fußballnachwuchs (Fußball und Handball allgemein) ist gelebte Integration. (CO 86-87; CO 97-98)

Vorwurf, dass nur über kriminelle Menschen mit Migrationshintergrund berichtet wird, stimmt nur teilweise. (CO 88 – 89)

Menschen mit Migrationshintergrund werden auch in „Vorarlberger über die man spricht“ vorgestellt (CO 90)

VN berichteten schon in einer Serie über integrierte Ausländer. (CO 93)

Zu Integrationsthemen gab es Schwerpunkte in der politischen Berichterstattung, zum Beispiel bei einer eigenen Liste, oder bspw. ein Türke der nun einen österreichischen Namen hat und Mitglied der FPÖ ist als völlig anderes Beispiel (CO 95-96)

Enkulturationsfunktion

Kunst- und Kulturvermittlung

Während der Woche hat Kultur eine Seite, am Wochenende mit der Bücherseite vier. (CO 70)

Kulturseite kann ausgedehnt werden. (CO 73)

Mit den großen Kulturereignisse, wird nur ein kleiner Teil der Vorarlberger erreicht. Bei der Blas- und Trachtenmusik, beim Amateurtheater findet die breite Masse statt. (CO 78)

Unterhaltungsangebote

Mit „Wohin am Wochenende“ wurde die Kultur ausgedehnt. (Berichte über Vereine, Theatergruppen, Chöre) (CO 72)

kulturschaffende Gruppen

In den VN-Heimat werden durch „Verein im Fokus“ Kulturvereine vorgestellt. (CO 76)

Ratgeberfunktion

Leserservice

Das Medienhaus macht das Leben in der Region einfacher. (ER 21)

Inhaltliche und Servicekomponente ist wichtig (Ergebnisse eines Spiels am nächsten Morgen). (CO 16)

Ombudsmann

Benachteiligte ohne Lobby bekommen eine Stimme. „Ma hilft“, der VN-Ombudsmann, die Bürgerforen sind wichtig als Chance Druck auf gleicher Augenhöhe zu machen (bspw. Auf den Bürgermeister). (CO 110)

- Mit Ombudsmann publik, aufmerksam und Druck auf politische Stellen (CO 113)

VN in der Kontrollfunktion als Ombudsstelle (CO 119)

Bewältigung des Alltags

Grundprinzipien der Regionalzeitung: Leben in der Region erleichtern, Wegweiser sein. (ER 27)

USP: Einzige Zeitung um sechs Uhr morgens gelieferte Zeitung zur Information und Gesprächsstoff (ER 12-15)

Unterhaltung

Die VN sollen Spaß machen und angenehm zu lesen sein. (GR 122)

Die VN bieten kein Infotainment in dem Sinn. (GR 126)

Human Interest

Wissen, wer gestorben ist, wer Nachwuchs bekommen und geheiratet hat. (CO 3-5)

Der Veranstaltungskalender bietet Vorschläge zur Tages- bzw. Abendgestaltung, auch mit Kino- und Fernsehprogramm. (CO 5-6)

Die VN stellen eine emotionale Verbundenheit her. (Taufe, Geburt, Hochzeit, Einstieg in die erste Klasse, Matura) (CO 25-26)

Soziale und weichere Themen sind in den VN sehr wichtig. (GR 41)

Schaden

Unfall im engsten lokalen Bereich ist interessant. (CO 18)

Unfälle interessieren Menschen überproportional, da die Betroffenheit sehr groß ist. (GR 56)

- Unfallseite. 6000 Feuerwehrleute in Vorarlberg mit Frauen/Freundinnen. Betroffen: 10.000 Personen. Zusätzlich ehemalige Feuerwehrleute, Mütter, Eltern, Kinder, Geschwister. Insgesamt: rund 40.000 Personen, die die VN durch Feuerwehrberichte ansprechen. (GR 71-72)

Vernetzten Menschen, liefern Geschichten und Gesprächsstoff, Information und Unterhaltung. (GR 118-120)

Sport

Ergebnisse eines Spiels am nächsten Morgen. (CO 16)

Lokales Kinderfußballturnier im Bereich Eingesendet der VN-Heimat mit Bild und ein paar Zeilen. Erreicht rund 300 Menschen (stolze Mütter, Väter, Tanten, Onkel, Schulkollege, etc.). (CO 27)

Sportberichterstattung hat zweit höchsten Umfang (Hälfte der Lokalberichterstattung). Umfang am Montag deutlich höher. (GR 65-67)

Sport ist wichtig, da dort am meisten Emotionalität aufeinander prallt. (GR 69)

Derby in Lustenau: 8.000-10.000 im Stadion und bundesweite Übertragung auf Sky. (GR 73)

Wöchentliche Tabellen des Nachwuchsfußballs, wo Enkelkinder, Kinder, Neffen aufscheinen. (GR 75)

Sport und Vereinsmeierei auf lokaler Basis sind zusätzlich zur WM und großen Fußballspielen und der Formel 1 wichtig.

Die eigentümliche Mischung aus lokal und international ist wichtig. (GR73; 78)

Die VN bilden so viel Sport ab, weil er so tief in die Gemeinden geht. (GR 79)

Rätsel

Suchtverhalten durch Kreuzworträtsel bzw. Sudoku (CO 9)

Statusverleihung

Porträts über Privatpersonen/Prominenz

Grundprinzipien der Regionalzeitung: Ganz normale Menschen und ihr Leben abzubilden. (ER 26)

User generated content: Stärkere Einbindung der Nutzer können durch neue technische Möglichkeiten (ER 72)

Lokales Kinderfußballturnier im Bereich Eingesendet der VN-Heimat mit Bild und ein paar Zeilen. Erreicht rund 300 Menschen (stolze Mütter, Väter, Tanten, Onkel, Schulkollege, etc.). (CO 27)

Jene müssen vorkommen, die was zu sagen haben. (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.) (CO 99; 102)

Die VN bringen jedes Jahr 100.000 Menschen in die Zeitung, die bei ihnen diskutieren. (GR 106)

Besondere Leistungen

Leserbriefe sind die wichtigsten Inhalte der Zeitung. (133)

- Jeder Leserbrief veröffentlicht (200 Wörter, strafrechtlich konform, nicht mehr als zwei pro Monat, bei Verhetzung) und wenn dann nur vom Chefredakteur abgelehnt (CO 135-137)

Chronistenfunktion

Meinung als Grundlage zur Meinungsbildung

Kommentierung ist ein Element, aber nicht übertrieben wichtig und nicht kriegsentscheidend. (ER 28; 31-32,36)

Es ist altes Mediendenken, dass Menschen nach Kommentierung suchen. Neue Möglichkeiten der Interaktion durch Internet (ER 37-38)

Kommentare geben der Zeitung ein Gesicht. Internet hat kein Gesicht (CO 123-124)

Mit Kommentierung wird man zur Marke. CR mit wöchentlichem Leitartikel eine stärkere Marke (CO 128)

Die VN haben eine Meinung und kennzeichnen diese klar. (GR 52)

Die VN sind absolute Verfechter von Meinungsppluralismus. (GR 98)

USP der VN: Perfekter Browser und Überblick darüber, was im Land passiert und was sich anbietet. (ER 39-40)

unterschiedliche Sprecher

Vieleitige in keine Richtung einzuordnende Kommentierung von ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden bis zum Kaisersohn. (ER 29)

Benachteiligte ohne Lobby bekommen eine Stimme. „Ma hilft“, der VN-Ombudsmann, die Bürgerforen sind wichtig als Chance Druck zu machen (auf politische Machthaber). (CO 110)

Gastkommentare sind wichtig. (CO 129-131) Über Gastkommentatoren wird ganzes Meinungsspektrum abgebildet. (CO 132)

Bürger und Organisationen

Versuch Leser in die Arbeit einzubinden (User generated content), freie und fest angestellte Journalisten, um die nützlichste Plattform des Landes zu sein. (ER 75)

Hat der Landeshauptmann einen Monat nichts zu sagen, kann er auch rund drei Wochen nicht vorkommen. (CO 100)

Jene müssen vorkommen, die was zu sagen haben. (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.) (CO 102; 99)

Die VN sind eine Bühne auf der die Vorarlberger wirken können. (GR 49)

Relevanz

Ereignisse wie die Schiffstau etc. sind nicht Teil der Identität der VN sondern von der Entwicklung des Landes. (ER 67)

Beziehung zum unmittelbaren Kreis am engsten, über den man informiert sein will. (CO 20-21)

Die VN stellen eine emotionale Verbundenheit her. (Taufe, Geburt, Hochzeit, Einstieg in die erste Klasse, Matura) (CO 25-26)

Stärkste Betroffenheit ist die emotionale Bindung. (CO28)

- Eine Berichterstattung in Sachen Testament fühlt sich jeder betroffen, weil jeder irgendwann damit was zu tun hat. (CO28)

Was nicht in den VN steht ist nicht passiert. Bei den Todesanzeigen stimmt das wirklich. (GR 52)

Unfallseite. 6000 Feuerwehrleute in Vorarlberg mit Frauen und Freundinnen. Betroffen: 10.000 Personen. Zusätzlich ehemalige Feuerwehrleute, Mütter, Eltern, Kinder, Geschwister. Insgesamt: rund 40.000 Personen, die die VN durch Feuerwehrberichte ansprechen. (GR 71-72)

Politische Funktionen

Herstellung von Öffentlichkeit

VN genügen stark politisch Interessierten nicht; größerer Umfang an Politik ändert nichts an der Marktstellung (CO 42-44)

Konzentrieren sich die VN auf das Lokale ist die Input-Output-Relation ist am stärksten (kaufmännische Entscheidung). (CO 54-55)

- Dieser wäre bei einer Verstärkung der Politik geringer. (CO 54-55)
- Außenpolitikinteressierten wird ein Kombi-Abo mit der NZZ angeboten. (GR 29)

Außenpolitik ist kein Wert der VN. (GR 32)

Podium für Konflikte

Die VN haben immer von der Interaktion mit den Lesern gelebt. Die VN waren Pionier in Bezug auf die sehr wichtige Leserbriefseite. (ER 73-74)

Die VN sollen gleich nah an den Menschen sein, wie die VN-Heimat. (GR 24)

Die VN haben in den letzten 30 Jahren Aktivismus wie bei der Schiffstaufe/Pro Vorarlberg weder geprobt noch beabsichtigt dies wieder zu tun. (ER57)

Artikulationsfunktion

Status

Hat der Landeshauptmann einen Monat nichts zu sagen, kann er auch zwei, drei Wochen nicht vorkommen. (CO 100)

Nur weil die Landesregierung eine Veranstaltung abhält, wird nicht gleich groß darüber berichtet. (CO 101)

Thematisierungsfunktion

User generated content: Durch technische Möglichkeiten Nutzer stärker in die Arbeit mit einbinden. (ER 72)

Umweltschutz: Aufforstungsaktion, Kooperation mit der VKW als Umweltschutz (CO 109)

VN ermöglichen als Plattform Druck gegenüber der Politik aufzubauen. (ER 78-80)

Betroffenheit

Betroffenheit ist im engsten lokalen Bereich da. (CO 17)

Am engsten ist die Beziehung zum unmittelbaren Kreis, über den man informiert sein will. (CO 20-21)

Aktivierungs- und Mobilisierungsfunktion

Die VN haben in den letzten 30 Jahren Aktivismus wie bei der Schiffstaufe/Pro Vorarlberg weder geprobt noch beabsichtigt dies wieder zu tun. (ER57)

Themen früher: Atomkraft, Bodenseeufer: VN haben dazu beigetragen, dass das Bodenseeufer nur wenig verbaut ist (CO 108)

VN als Ratgeber, Durchsetzer von legitimen und rechtlichen Interessen (bspw. GKK) (CO 114-115)

Der Stellenwert der VN änderte sich auch in der Berichterstattung mit den wechselnden Chefredakteuren. Die VN haben früher Politik gemacht und waren aktiv. (GR 95-96)

Legitimation

Die VN sind in der Lokal- bzw. Gemeindepolitik sehr tief. Sie berichten über lokale Entscheidungen. (CO 45; 49)

Repräsentation

User generated content: Einbinden von Lesern in die Arbeit, um gemeinsam mit freien und fest angestellten Journalisten die nützlichste Plattform des Landes zu sein. (ER 75)

Jene müssen vorkommen, die was zu sagen haben. (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.) (CO 99; 102)

Politische Sozialisation

Meinungs- und Willensbildungsprozess

Kommentierung ist ein Element, aber nicht übertrieben wichtig und nicht kriegsentscheidend. (ER 28; 31-32,36)

Dass Menschen Kommentierung suchen, ist altes Mediendenken, Kommentierung wurde durch die neuen Möglichkeiten der Interaktion überholt (ER 37-38)

Kommentare geben der Zeitung ein Gesicht; Internet hat kein Gesicht (CO 123-124)

Mit Kommentierung wird man zur Marke. CR mit wöchentlichem Leitartikel eine stärkere Marke (CO 128)

Es ist nicht wertvoll journalistische Meinung oktroyiert zu bekommen. (ER 32-33)

Meinung und fremde Meinung, auch Gastkommentare aus allen Lagern sind wichtig. (CO 129-131)

Über Gastkommentatoren ganzes Meinungsspektrum abbilden. (CO 132)

Die VN haben eine Meinung und kennzeichnen diese klar. (GR 52)

Analyse

VN genügen stark politisch Interessierten nicht; größerer Umfang an Politik ändert nichts an der Marktstellung (CO 42-44)

Identitätsvorstellungen

VN sind eine Plattform, die den Zusammenhalt der Region fördert. (ER 4)

Herstellung von Transparenz

Konflikt/Kriminalität durch Politiker

Die VN erzählen böse und heitere Geschichten, sind watch dog und weisen Gerichte oder Landesräte zurecht. (GR 44)

Offenlegung von Entscheidungen/Informationen zu Planung und Veränderungen

Die VN sind in der Lokal- bzw. Gemeindepolitik sehr tief. Sie berichten über lokale Entscheidungen. (CO 45; 49)

Alternativen

Die VN sind absolute Verfechter von Meinungspluralismus. (GR 98)

Kritik- und Kontrollfunktion

Aufdecken von Missständen

VN widmen sich heute gerne Berichten über eine Straßenkreuzung mit einem wuchernden Strauß, über eine zu kurze Ampelphase in der Stadt, über Geldverschwendung der Landesgesellschaft. (ER 76-77)

Themen früher: Atomkraft, Bodenseeufer VN haben dazu beigetragen, dass das Bodenseeufer nur wenig verbaut ist (CO 108)

Die VN erfüllen die wichtigste Kontrollfunktion (neben Landesrechnungshof) des Landes (CO 118; 120)

- Die VN sind mit der absoluten Mehrheit als Kontrollfunktion notwendig, sie sind Ombudsstelle für jeden. (CO 119)

Kritik an Exekutive, Legislative, Judikative, an Machtträgern

Medien sind keine 4. Gewalt. (ER 71)

VN als Plattform, um Druck gegenüber der Politik aufbauen zu können. (ER 78-80)

- Durch den Ombudsmann publik, aufmerksam und Druck auf politische Stellen zu machen. (CO 113)

Betroffenheit

Die stärkste Betroffenheit ist die emotionale Bindung. (CO 28)

- Eine Berichterstattung in Sachen Testament fühlt sich jeder betroffen, weil jeder irgendwann damit was zu tun hat. (CO 28)

VN als Ratgeber, Durchsetzer von legitimen und rechtlichen Interessen (bspw. GKK) (CO 114-115)

Die VN erzählen böse und heitere Geschichten, sind watch dog und weisen Gerichte oder Landesräte zurecht. (GR 44)

Überprüfung von Versprechen

Die VN sind in der Lokal- bzw. Gemeindepolitik sehr tief. Sie berichten über lokale Entscheidungen. (CO 45; 49)

Forums- und Partizipationsfunktion

Plattform

Die VN sind nicht aktiv, sie stehen als Plattform passiv zur Verfügung. (ER 5-6)

User generated Content: Versuch die Leser in die Arbeit einzubinden und mit freien und fest angestellten Journalisten die nützlichste Plattform des Landes zu sein. (ER 75)

Partizipationsfunktion

User generated content: Nutzer durch neue technische Möglichkeiten stärker in die Arbeit mit einbinden. (ER 72)

Jene müssen vorkommen, die was zu sagen haben. (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.) (CO 102; 99)

Umweltschutz und Föderalismus bekommen eine wichtige Stimme, auch Benachteiligte ohne Lobby. „Ma hilft“, der VN-Ombudsmann, die Bürgerforen sind wichtig als Chance Druck auf politische Machtträger zu machen, auf gleicher Augenhöhe. (CO 110)

Im Landtag kann sich nicht die gesamte Bevölkerung wiederfinden. (GR 35-36)

Die VN sind eine Bühne auf der die Vorarlberger wirken können. (GR 49)

Leserbriefe

Die VN haben immer von der Interaktion mit den Lesern gelebt. Die VN waren Pionier bei der sehr bedeutenden Leserbriefseite. (ER 73-74)

Leserbriefe sind die wichtigsten Inhalte der Zeitung. (133)

- Jeder Leserbrief wird veröffentlicht (200 Wörter, strafrechtlich konform, nicht mehr als zwei pro Monat, bei Verhetzung), wenn dann nur vom Chefredakteur abgelehnt (CO 135-137)
- Veröffentlichten Leserbriefe, die auch gegen sie sind. Kann nichts Besseres passieren, als auf der eigenen Plattform diskutiert zu werden. (GR 97)

Grundlagen zur Meinungsbildung

In den VN vielseitige in keine Richtung einzuordnende Kommentierung von ehemaligen SPÖ-Vorsitzenden bis zum Kaisersohn. (ER 29)

Kommentierung ist ein Element, aber nicht übertrieben wichtig und nicht kriegsentscheidend. (ER 28; 31-32,36)

Dass Menschen Kommentierung suchen, ist altes Mediendenken, Kommentierung wurde durch die neuen Möglichkeiten der Interaktion überholt (ER 37-38)

Kommentare geben der Zeitung ein Gesicht; Internet hat kein Gesicht (CO 123-124)

Mit Kommentierung wird man zur Marke. CR mit wöchentlichem Leitartikel eine stärkere Marke (CO 128)

Es ist nicht wertvoll journalistische Meinung oktroyiert zu bekommen. (ER 32-33)

Meinung und fremde Meinung und Gastkommentare aus allen Lagern sind wichtig. (CO 129-131) Über

Gastkommentatoren wird ganzes Meinungsspektrum abgebildet. (CO 132) Die VN sind absolute Verfechter von Meinungspluralismus. (GR 98)

Anwaltsfunktion

Funktion pluralistischer Kompensation

User generated content: Die Nutzer durch neue technische Möglichkeiten stärker in die Arbeit mit einbinden. (ER 72)
Die VN haben immer von der Interaktion mit den Lesern gelebt. VN waren Pionier der sehr bedeutenden

Leserbriefseite. (ER 73-74)

User generated content: Versuch Leser in die Arbeit mit einzubinden, um gemeinsam mit freien und fest angestellten Journalisten die nützlichste Plattform des Landes zu sein. (ER 75)

VN ermöglichen als Plattform Druck gegenüber der Politik aufzubauen. (ER 78-80)

Jene müssen vorkommen, die was zu sagen haben. (Kulturschaffende, junge und alte Menschen, Fußballfunktionäre, Theaterdirektoren, Mütter von Firmrunden, etc.) (CO 102;99)

Auch Benachteiligte ohne Lobby bekommen eine wichtige Stimme. „Ma hilft“, der VN-Ombudsmann, die Bürgerforen sind wichtig als Chance Druck auf politische Machtträger zu machen, auf gleicher Augenhöhe. (CO 110)

- Durch den Ombudsmann publik, aufmerksam und Druck auf politische Stellen zu machen. (CO 113)

Im Landtag kann sich nicht die gesamte Bevölkerung wiederfinden. (GR 35-36)

Die VN veröffentlichen Leserbriefe, die auch gegen sie sind. Kann nichts Besseres passieren, als auf der eigenen Plattform diskutiert zu werden. (GR 97)

Wirtschaftliche Funktionen

Zirkulationsfunktion

Gute Formate und Prinzipien funktionieren international und liegt nicht an der besonderen Lage Vorarlbergs. (ER 81-84)

Lokale Werbung ist wichtiger Lesestoff. (ER 92)

Emotionale Berührungen binden die Leser. (CO 29) Guten Marken schaffen emotionale Bindung. (CO 30)

Red Bull schafft eine emotionale Bindung. Es ist lässig, emotional, Extremsportler trinken es. (CO 31)

Nike schafft eine emotionale Bindung, das Trikot ist qualitativ nicht besser als beim Discounter. (CO 33)

Der Standard ist eine starke Marke und hat den Ruf innovativ und einzigartig zu sein. Der Standard setzte als erster aufs Internet und erreichte so eine hohe Reichweite. (CO 36-40)

Die VN konzentrieren sich darauf, wo die meisten Marktanteile zu erreichen sind. (CO 53)

Die Input-Output-Relation ist am stärksten, wenn sich die VN auf das Lokale konzentrieren. Diese wäre bei einer Verstärkung der Politik geringer. Das ist eine kaufmännische Entscheidung. (CO 54-55)

Stellenwert der VN hat sich bei älteren Menschen unwesentlich verändert, bei jüngeren ist das

Mediennutzungsverhalten ein anders (CO 146-147) Schwierigkeit besteht darin die Leserzahlen zu halten. Bei den Jüngeren ist es schwerer den Stellenwert zu erkämpfen. (CO 150)

Die Marke VN ist die stärkste in Vorarlberg. Es gibt keine bekanntere Marke im Handelsbereich in Vorarlberg. (GR 89-91)

Die VN hat im Vergleich zur Krone auf ihr Verbreitungsgebiet eine wesentlich höhere Verbreitung. (GR 100)

- Die VN haben sich als Marke verändert. (GR 103)

Kapitalverwertung durch Werbung

Viele Marken profitieren von lokalem/regionalem Werbeträger: Ländlemilch, Mohrenbräu, etc.

VN sind ein wichtiges Instrument für die lokale Wirtschaft/für lokale Marken. (ER 91)

Die VN sind toller Werbeträger, um sich als lokale Marke gegenüber internationalen Marken zu positionieren. Die Firma Sutterlütty konnte sich durch diesen Werbeträger als regionale Marke etablieren. (ER 86-90)

Werden 300 Firmen pro Jahr porträtiert, kann dies einen positiven Nebeneffekt haben. Merken die Firmen, dass das Porträt einen positiven Effekt haben, kann das die Firmen ermutigen zu inserieren. (CO 63-64)

Herrschaftliche Funktionen

allgemeine positive Information über wirtschaftliche Unternehmen

Die VN bringen jeden Tag ein Firmenporträt. (CO 57)

- Bei Krisen wurde oft auf die täglichen Porträts verzichtet. (CO 59)

Bisher waren immer die selben 50 Firmen im Wirtschaftsteil. Rund 1.000 Firmen machen in Vorarlberg etwa 70 Prozent der Arbeitsplätze aus, 50 Firmen etwa 30 Prozent. (CO 60 -61)

Mit der Vorstellung von Firmen gehen die VN tiefer und stärken die Leser-Blatt-Bindung. (CO 62)

Wirtschaftliche Informationsfunktion

Arbeitsmarkt

Bisher waren immer die selben 50 Firmen im Wirtschaftsteil. Rund 1.000 Firmen machen in Vorarlberg etwa 70 Prozent der Arbeitsplätze aus, 50 Firmen etwa 30 Prozent. (CO 60 -61)

Service

Mit der Vorstellung von Firmen gehen die VN tiefer und stärken die Leser-Blatt-Bindung. (CO 62)

Die Vertiefung der Leser-Blatt-Bindung ist die primäre Intention der Firmenporträts. Die Information ist für Wirtschaftstreibende wichtig, um zu wissen, was die anderen Firmen machen. (CO 65-67)

Zurechtfinden

Die VN stellen Themen mit alltäglichen Mitteln übersichtlich dar. (GR 55) (Bilder, Text, Augenzeugenberichte (Authentizität), Heldengeschichten (Straße abgesperrt, Retter), Infografiken zu Unfallort- oder Hergang (GR 57-64)

Anhang 6: Daten-CD

- Datenerfassung VN
- Themenliste VN
- Datenerfassung VN-Heimat
- Themenliste VN-Heimat
- Interview-Transkription

Abstract: Die Leistungen lokaler/regionaler Medien für die Gesellschaft

Verschiedene Funktionenkataloge weisen in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft auf die normativen Anforderungen von Massenmedien hin. Von der Orientierungs- über die Forums- bis hin zur Kritik- und Kontrollfunktion, Medien haben in der modernen, ausdifferenzierten Gesellschaft viel zu leisten und tragen eine beachtliche Verantwortung. Sehr wohl befasste sich die Forschung theoretisch mit den Funktionen der Massenmedien, einzelne Funktionen wurden ebenso empirisch untersucht. Ein klares Forschungsdefizit tritt dennoch hervor. Lokal- beziehungsweise Regionalmedien stellen einen stiefmütterlich behandelten Forschungsbereich dar. Studien über die Auswirkung eines „Lokalmonopols“, die Rolle der Redakteure, das kritische Potential der Lokalmedien und die „sozial-integrative“ Funktion regionaler beziehungsweise lokaler Medien zeichnen den gesamten Forschungsüberblick. Was Lokal- beziehungsweise Regionalmedien aber tatsächlich für die Gesellschaft leisten, welche Funktionen sie zu erfüllen vermögen, wurde bisher außer Acht gelassen.

Nach einem Forschungsüberblick wurde eine Zusammenführung der bisher bestehenden Forschungsliteratur zu Lokal- beziehungsweise Regionalmedien, den Nachrichtenfaktoren und den Funktionenkatalogen dargestellt. In weiterer Folge wurden die Vorarlberger Nachrichten als – im Vergleich zu anderen „Bundesländermedien“ – reichweitenstärkstes und bedeutsames Medium im Zuge einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht. Die Experteninterviews mit Eugen Russ (VN-Herausgeber), Christian Ortner (VN-Chefredakteur) und Gerold Riedmann (stv. Chefredakteur und Leiter des VN-Lokalressorts) dienten der Verdichtung der deskriptiven Ergebnisse, somit nicht nur das WAS sondern ebenso das WIE beantwortet werden konnte.

Soziale Orientierung, die Unterhaltungsfunktion und ebenso der Status als Ratgeber traten im Ergebnis deutlich hervor. Veranstaltungshinweise, VN-Aktionen sowie Sport und Personalia stellten die stärksten Themenbereiche dar. Als Gesamtkonzept berichten die VN in der untersuchten künstlichen Woche sowohl wenig über politische Ereignisse, als auch über wirtschaftliche Geschehnisse. Im Hauptblatt sind über 60 Prozent des Platzanteils mit Themen lokaler oder regionaler Natur geprägt, die lokale Beilage VN-Heimat bringt auf rund 90 Prozent des Platzes lokale Themen unter. So werden die politischen Funktionen nur zu einem kleinen Teil geleistet, auch wirtschaftliche Funktionen werden für die Leser in nur geringem Ausmaß erfüllt. Dennoch zeigt sich, dass die VN starker Werbeträger sind und einen großen Stellenwert für das wirtschaftliche System haben. Wichtig dabei ist aber, dass die sozialen Funktionen in dem untersuchten Regional- und Lokalmedium, besonders die Soziale Orientierung, die Unterhaltung und die Ratgeberfunktion, sehr deutlich überwiegen. Auch die Forschung bestätigt: Gerade in Zeiten der Globalisierung, ziehen sich Menschen wieder in den sogenannten „Nahraum“ zurück, sie suchen eine Identität und ebenso eine Hilfe zur Orientierung. Denn:

„Alles, was wir erleben, erleben wir nicht im luftleeren Raum, sondern am konkreten Ort, wir erleben es lokal.“ (Dieter Golombek In: Wittkämper 1992, 92)

Abstract: The function of local/regional media for society

In communication science many different listings of functions can be found. These lists indicate normal standards of mass media. Mass media has many different functions, one of which is orientation. In addition to orientation, Mass media provides an opportunity to control and criticise important issues in society by way of a forum. This function is vital in a modern and differentiated society. They have to bear huge responsibility. There are researchers who studied on a theoretical base the functions of mass media. There is also some empirical based research on single functions. But a deficit is quite obvious as well. Local and regional media are neglected. There are some studies on the effect of local monopolies as well as the role of local journalists. In addition, some research in the field of the critical potential of local media as well as their function of integration was undertaken. There exists, however, a lack belonging in relation to what local and regional media do for the society.

After showing the fields of research, the literature about local and regional media, the news values and the lists of functions were combined. The content of Vorarlberger Nachrichten was then analysed quantitatively as it has the strongest coverage compared to the other regions in Austria. An Interview with the experts Eugen Russ (VN publisher), Christian Ortner (VN chief editor) and Gerold Riedmann (VN chief editor representative and head of the local department) was made for comparing the results of the quantitative content analysis. This was also made to be able to answer the HOW next to the WHAT.

Social orientation, the function of entertainment and also the state of a mentor or guidebook were clearly the strongest functions. Details about events, activities of the newspaper as well as sports and personal news were the strongest subject areas in the Vorarlberger Nachrichten. In this newspaper, social topics were mentioned more than political and economical topics. In the main paper 60 percent of the space was used for local and regional issues as opposed to the local supplement which consumed 90 percent of the space with local topics

As a consequence, the political functions are only represented in a small portion of the newspaper. For readers, the economical function is also weaker than social functions. But the newspaper is a strong advertising media and very important for the economy. To sum up it is important that the social functions, in particular, social orientation, entertainment, mentoring and being a guidebook, are predominate functions.

The research also affirmed that in times of globalisation, people tend to go back to the close area; they search for identity and also for help and orientation. As Dieter Golombek (In: Wittkämper 1992, 92) said: Everything we experience, we don't experience in an evacuated place, but at a precise area. It is experienced local.

LEBENS LAUF

Persönliche Angaben

Name	Birgit Entner
E-Mail	birgit.entner@gmx.at
Geburtsdatum	21. Juli 1986
Staatsangehörigkeit	Österreich

Ausbildung

März 2008 – November 2010	Universität Wien: Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Oktober 2005 – Februar 2008	Universität Wien: Bakkalaureatsstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
September 2000 – Juni 2005	BHS Handelsakademie Feldkirch

Arbeitserfahrung/Praktika

Ab Oktober 2009	Oikocredit Austria: PR-Angestellte
Ab Juni 2009	Wiener Bezirkszeitung: Freie Redakteurin
August – September 2009	Vorarlberger Nachrichten: Praktikum in der Lokal-Redaktion
Mai 2009 – August 2009	Jugendwebsite www.chilli.cc : außerordentliche Redakteurin
Juni 2008	Der Standard: Volontärin im Chronik Ressort
Juli 2007 – April 2008	Vorarlberger Nachrichten: freie Mitarbeiterin der VN-Heimat Feldkirch

Veröffentlichung

Mai 2009	Beitrag gemeinsam mit Ulrike Fleschhut: <i>vielgestaltig, widersprüchlich, anerkannt? Der „offizielle“ Erinnerungsdiskurs zum „Anschluss“ in österreichischen Tageszeitungen.</i> In: <i>medien & zeit</i> 1/2009, Jg. 24, Thema: Pflege und Träger der Erinnerungskultur
----------	---

