I) Blattkritik Standard (Termin 16.Juni 2010/11.30 Uhr/Herrengasse 19-21/WIEN:

Motto: „Habe mir gestern kein Abendbrot, stattdessen Gedanken zum STANDARD gemacht“ ☺

RESÜMEE: Ich halte den **STANDARD mit Abstand für die beste, österr. Tageszeitung** und **bin daher seit Jahren STANDARD-Leser.**

Auch der **STANDARD-Online** hat insbesondere bei der jüngeren Generation einen **starken Auftritt** (Unit-Clients rd. 2,2 Mio.)

Als seinerzeitiger PRESSE- und 1 Jahr lang NZZ-Leser war ich mit keinem der beiden Medien auf Dauer zufrieden. Beim einen war es der oft erzkonservative Klienteljournalismus, beim anderen die verabsäumte Öffnung und Diversifizierung, um jüngere Menschen anzusprechen.

Verbesserungspotential :

a) Feuilletonjournalismus (mit +/- 1 Seite viel zu knapp im Vergleich zu anderen Medien z.B. NZZ mit +/- 3 Seiten.!). Nur das „Album“ am Wochenende ist vom Umfang her ausreichend.

b) Frauenthemen (die weibliche Leserin, wenn sie nicht gerade eine Businessfrau ist, geht im STANDARD weitgehend leer aus – in meinen Augen ein Versäumnis auch vergleichbarer Medien. Z.B. Lifestyle- und Gesundheitsthemen auch auf unterhaltsamere Weise, nicht nur in Form des montägigen MedStandards.

c) Unterhaltung (generell sagt man, eine Zeitung sollte zu 2/3 informierend und bildend sein, jedoch zu 1/3 Unterhaltung bieten, dazu gehört auch Tratsch, jedoch ansprechender aufbereitet, als es z.B. Traxler im „Blattsalat“ tun muss, weil er nur eine halbe Seite dafür erhält. Wo ist Unterhaltung/Humor im STANDARD zu finden? Zu glauben, dies belaste das Image der Seriosität des STANDARDS halte ich für einen Irrglauben.

d) Meinungsjournalismus (in meinen Augen das Zünglein an der Waage!!! für die Zukunft der Printmedien!). Der **Fakten-und Agenturjournalismus** ist für mich **austauschbar** und **Online sogar real-time** verfügbar. Der **STANDARD** ist **vorbildlich in der Faktenberichterstattung.**

Nicht austauschbar für mich ist der Meinungsjournalismus und alles, was den Meinungsjournalismus repräsentiert (politische u. wirtschaftliche Kommentare, Gastkommentare (mehr Farbe) , Expertenmeinungen, moderierte Leserbriefe, etc…).
Der STANDARD ist **sehr gut im politischen Meinungsjournalismus**, nicht immer optimal bei der Personenauswahl die Gastkommentare betreffend (Frage Promistatus/sich laufend Andienende) und für mich **suboptimal, was die Qualität des Meinungsjournalismus bei Wirtschaftsthemen betrifft**, weshalb ich auch das „Deutsche Handelsblatt“

online ergänzend nutze, inzwischen wurde es allerdings zahlungspflichtig, soweit es sich nicht um bloße Agenturmeldungen handelt (detto FT).
Ich wünsche mir für die Wirtschaftskommentare jemanden mit der Qualität eines Rauschers.

Für eine **Fehlbesetzung** halte ich die mit „**Corti**“ gezeichneten **Glossen auf Blatt 1**, auch wenn niemand einen Karl Kraus erwartet. „GRA“ geht gerade noch und Glattauer („Gut gegen Nordwind“) war sehr gut und begabt und ist abhanden gekommen..

Ich glaube, dass der Meinungsjournalismus gegenüber dem Faktenjournalismus zunehmend an Bedeutung im Wettbewerb der Printmedien gewinnt (Wissenstiefe der Kommentatoren ist gefragt) und da fällt mir beim Standard u.a. auch eine gewisse Sparsamkeit bei der Anzahl der **Leserbriefe** (+/- 5) auf (die Kleine oder NZZ oder FT hat doppelt so viele Leserbriefe (+/- 10).

Für den eigenen Meinungsbildungsprozess sind qualifizierte Gegenmeinungen in Medien für mich von großer Bedeutung, um eine gewisse Meinungsbildungs-Dialektik in Gang zu setzen. Künftig werde ich die Printmedien nach der Qualität des Meinungsjournalismus und Wissenstiefe der Kommentatoren auswählen.

e) Trotz des Erfolges des Online-STANDARDS erblicke ich auch große <u>Nachteile in der zu strikten Print/Online-Trennung</u>, wie sie von der NYT z.B. nicht gemacht wurde . Die Brücke ist sehr schwach und es fehlen gegenseitige Themenhinweise (siehe Detail).

f) <u>Regionalbeilagen</u> mögen manche Leser für wünschenswert halten, ich halte sie für **<u>verzichtbar,</u>** weil sie mangels regionalen Netzwerkes die Qualität gegenüber Regionalzeitungen nicht sicherstellen könnten. Es schadet aber nicht, Städte oder Bundesländer mit höherer Standard-Auflage auch öfters mit Regionalthemen zu erfreuen.

<u>DETAIL:</u>

POSITIVA	**Verbesserungs-POTENTIAL**
Politische Berichterstattung ausgezeichnet	keines
Politische Kommentare ausgezeichnet Rauscher: griffig, links, schonungslos – er würde mir fehlen.	keines, obwohl mir bei allen österr. Medien (bes. ZIB1) die Innenpolitik zu Lasten der Außenpolitik überkommentiert zu sein scheint.
Lendvai: Grand Doyen mit Niveau	zuweilen etwas abgestanden, wenig sexy
Sperl: kritisch liberal, niveauvoll	eine Spur weniger angriffig als Rauscher, jedoch rührte er das konservative Lager nach Beendigung seiner Karriere bei der Kleinen und Tagespost ordentlich auf („68-er“ in Graz).
Schmid: niveauvoll, charmant, seriös	
Coudenhove Calergie: Grande Dame	immer anspruchsvoll und bildend

Frey: ok; Traxler: ok.	**Blattsalat** zielgruppenspezifisch, er benötigt einen **Relaunch** , daher Tratsch-storytelling nicht im Telegrammstil, sondern er soll eine ganze Unterhaltungsseite mit ausführlicherem Tratsch erhalten, das wollen viele Leser.
Marin: Minusmann Corti: schwach etc……..	Glattauer fehlt! etc……..
Gastkommentare (Liessmann!!, Fleck, Schilcher?, Prisching?, Mayer/Verf., Pochtler nicht mehr? (falsches Boot?), etc…	Kritik generell an alle Medien (ganz bes. ORF-Clubs), dass **immer wieder die gleichen Kommentatoren eingeladen** werden. Mehr Streuung!!
Wissenschaftsseiten montags	gut, aber auch hier Streuung wichtig und selektivere Auswahl der Wissenschaftler (nicht die, die sich andienen), in letzter Zeit Themen wie moderne Hirnforschung, Stresserkrankungen, etc.. seltener geworden und manche hatten wenig oder gar keine Aussage (z.B. am 14.6.10/wie Anzeige)
Karin Bauer/Karrierestandard (die Dame ist sehr bemüht, liefert ausgezeichnete Summarys und wirkt sehr engagiert)	Problem dabei ist, dass sie es mit einer Dienstleistungsbranch (Consulting-Unternehmen, Auditoren, Personalisten, etc…) zu tun hat, die sich zwar wahnsinnig wichtig nimmt (=Selbstdarsteller), das Rad jedes Jahr neu erfinden will um ihre Honorare zu rechtfertigen, jedoch die gelieferten Inhalte oft eine unerträgliche Bandbreite von Worthülsenjournalismus und Realitätsferne aufweisen ….siehe auch mein Email.
ONLINE-Positionierung = vorbildlichst nicht nur im Österreichvergleich, sondern auch international – NZZ, SDZ, etc…sind sehr spät auf Onlinezug aufgesprungen. **Wer seine Leser nicht auch im Internet abholt, hat seine Zukunft verspielt und bekommt Negativimage.**	Asset bei der jungen Generation (Kunden von spätestens morgen). **MEIN SOHN HAT DAZU EXTRA SEITEN VORBEREITET, AUCH ZUM THEMA LAYOUT-KRITIK** ……
Zu scharfe Trennung Print/Online-STANDARD (Für genauere Beurteilung fehlt mir das Insiderwissen, aber es wäre für mich Controllingthema Nr 1 :) **Funktionierender Kommunikations-fluss zwischen Print und Online ist**	Als Außenstehender kann ich unterschwelliges Spannungsfeld zwischen Printjournalisten (= vermeintlichen „Qualitätsjournalisten“) und Onlinejournalisten (=„Fließbandarbeiter“, „Agenturmeldungsabkupferer“, „Expressjournalisten ohne Redaktionsschluss“, etc…) nicht ausschließen, aus betriebswirtschaftlicher Sicht eine **Kostenfalle,**

unverzichtbar!!	**wenn es in einem Haus 2 Contentproduzenten gibt** und nach China/Expo dann beide mitfahren.
ETAT-Standard	sehr erfreulich, andere Medien stehen im Regen
Netbusiness/Kommunikation sehr gut; Schludich liefert ausgezeichnete Kommentare	vorbildlich!
Schülerstandard, KinderUNI sehr gut	erfreulich!
KULTUR/FEUILLETON-Journalismus	Hier zitiere ich Meinungen von Freunden, wonach statt 1 ½ Seiten eine Ausweitung auf 2 bis 3 Seiten auch wochentags die Norm sein sollten.
WIRTSCHAFT: **a) Finanzfigures super!** **b) Wirtschaftsberichterstattung super!** **c) Meinungsjournalismus suboptimal**	Trotz gegenläufiger, quantitativer Statistik von Fr. F.-Schmid habe ich qualitativ das Gefühl, dass ich mich vom Meinungsjournalismus nicht ausreichend versorgt fühle. Insbesondere im Zuge der US-Subprimekredit -Immobilienkrise/ Finanzkrise / Bankenwelt/ Verschuldenskrise Staaten ergeben sich unzählige Ansatzpunkte für Qualitätskommentare und es ergibt sich ein massiver Meinungsbildungsbedarf für Leser in Richtung Umschichtung eigener Veranlagungen und Pensionsvorsorgen in krisensicherere Anlageinstrumente. Geldmengeninflation, Euroweichwährung, worst case Währungsreform wie 1947 sind Gedanken, die im Kopf herumgeistern. Hier musste ich auf den Meinungsjournalismus des deutschen ONLINE-**Handelsblatts** (denn die FTD ist schwach und hat deshalb auch hohe Verluste, kommt also nicht ihrer Mutter FT nach) zugreifen, um Orientierung für meine persönlichen Anlageentscheidungen zu finden.
Internationale Themenschwerpunkte finden statt, aber immer noch zu wenig. Mir gefallen in der „**IHT**“, dass für **Europa, Amerika und Asien** jeweils mindestens 1 Seite vorgesehen ist, damit die Berichterstattung noch stärker der Globalisierung Rechnung trägt. Jeder Kontinent soll immer wieder vorkommen.	z.B. Der **Boom in Brasilien** mit 192 Mio. EW (viel mehr als Russlands 142 Mio.) und ganz Südamerika mit seinen jungen Demokratien schreit nach mehr Berichterstattung… z.B. **Mehr von Indien oder China, mehr von Asien……..** Dafür 1 Seite weniger Innenpolitik, aber das werden vielleicht viele österr. Leser nicht mögen?
Wichtige innenpolitische Themen	**Thema Nr.1 = die Verwaltungsreform.** Wir

sollten endlich auch von den **Medien** in ihrer Funktion als **4. Gewalt** im Staat angepackt werden**.** **Kärnten und seine kriminellen Netzwerke wurden vom STANDARD ausreichend in den Brennpunkt** gerückt (für mich unfassbar, wenn ein Uwe Scheuch sagt:"…die Betrogenen sind selber schuld, wenn sie solche Tockern sind……in Zusammenhang mit dem Hypo Alpe Adria Skandal und das Land Kärnten mit 2.254 Mio. (dagegen Stmk. nur mit 339 Mio.) verschuldet ist. NÖ = 1.699 Mio.!	leisten uns einen **sagenhaften Folklorismus mit den Landtagen** und kommen auf über 700 Abgeordnete mit Bundesrat und Parlament. 80% der Gesetzgebung wird durch Brüssel mit 70.000 (z.T. abgehobenen, neoliberalen) Beamten durch EU-Richtlinien vorgegeben. Die Stadt Wien leistet sich 150.000 Beamte. Massive Kosteneinsparungen und Downsizing könnten, wenn dieses **Geld in der Bildungspolitik eingesetzt würde,** der Konkurrenzfähigkeit Österreichs Flügel verleihen. Die **NZZ (11.6.10) ätzt**, dass die Österreicher von der österr. Innenpolitik beschämt werden, weil sie ihr historisch unterstes Niveau erreicht hat. Ich **verurteile** auch das **familiäre Klima**, das mir bisweilen zwischen **Politikern und Journalisten** auffällt
Kleinigkeiten (**TV-Switchlist** finde ich sehr praktisch, das **ERRATA** spricht für die Seriosität einer Zeitung und findet sich nicht bei allen anderen Medien	Warum gibt es (in allen österr. Zeitungen) nicht mehr Gastkommentare von Lesern über die Leserbriefe hinausgehend? Dürfen Gastkommentare nur von Leuten mit „Promistatus" sein? Warum spart der Standard bei den Leserbriefen (ca. +/- 5, die KlZ +/- 10). Mehr Börsenindizes (zB. Bovispa,Shanghai, etc…), **Jahres H/T-Kurse** auch bei Devisenkursen und Indices; warum gibt es kein Rechtspanorama (ausg. Wirtschaftrecht – wie zuletzt ein guter RAKzl. Theiss-Kommentar über Börsenmarktmanipulation -) wie bei der Presse, etc….. …… …….. ……
Kein Gießkannenprinzip, sondern klare Positionierung – dem trägt der Standard ohnedies Rechnung (= kluges, betriebswirtschaftliches Prinzip)	Für mehr Sport, mehr Klatsch und mehr Seitenblickethemen gibt es genug andere Medien, der Standard braucht sich nicht überall positionieren und tut es richtigerweise auch nicht. Trotzdem sollte **1 Seite für Unterhaltung** reserviert werden, der Leser will auch unterhalten und nicht nur informiert werden.

II) Journalismus – Factsheet (wegen Zeitaufwand jedoch nicht geordnet):

Agatha Christie: "Ich habe Journalisten nie gemocht. Ich habe sie deswegen alle in meinen Büchern sterben lassen" :☹

Schopenhauer: „Zeitungen sind die Sekundenzeiger der Geschichte“

Du Mont : " Zeitungen sind keine Ware, so habe ich es von meinem Vater gelernt" (weil 4.Gewalt in der Demokratie)

NN: „Nichts ist älter, als eine 1 Tag alte Zeitung“

Printmedien schneiden insbesondere bei Jugendlichen zugunsten der Onlinemedien katastrophal ab und gemäß US-Medienberichte 2009 schlägt Internet bereits Print.

Onlinemedien haben zwar viele Leser, aber keine Zahler (Erlösproblem Onlinejournalismus trotz Werbung).

Verarmt unsere Demokratie und "4. Gewalt" im Staat an zunehmendem Vulgärjournalismus (Quoten-TV, Gutterpress, Boulevard,…)?

Die Globalisierung hat uns den „Quotenjournalismus“ eingebrockt.

Schlittern unsere Medien (insb. USA) immer tiefer in eine Krise (qualitativ und finanziell)? Qualitäts- /Recherche- und Korrespondentenjournalismus ist kaum mehr finanzierbar.

Kosten runter, aber Qualität soll bleiben ist eine Quadratur des Kreises.

Für Kilz (Chefredakteur der SDZ) heißt Sparen immer auch Qualitätsverlust.

(Conclusio: Eine angebliche Dissertation von **Pirker/Kleine** über **"Content-GmbH's",** die nur mehr Fließbandcontent zur crossmedialen Verteilung produzieren mit MA ohne Journalistenkollektivvertrag/Handelsangestellte....um Kosten zu senken aber damit sinkt auch massiv die Qualität; dem Vernehmen nach soll Pirker beim Personalmanagement nicht zimperlich sein)

Ein ZEIT-Redakteur meinte : "Im Seichten kann man nicht ertrinken"

Geht die Öffentlichkeit einem **Bildungsnotstand** entgehen? (Affluent-u. Shoppingsociety statt Bildungsgesellschaft) **Hat künftig humanistische Bildung (**general knowledge **statt** joboriented education**) wie schon immer in den USA** (= be good at sport, but you are beaten, if you look intelligent at school; akademische Titel sind auch verpönt in USA und werden nicht verwendet) **beim Durchschnittsbürger keinen Stellenwert mehr?**

Leben wir zunehmend in einer **REMIX-Kultur** nach dem **Copy & Paste-Prinzip**, wodurch nur wenig neues Wissen produziert wird?

Tina Brown: „Vanity Fair“ Exchefin, Herausgeberin **„The Daily Beast“** und **Starjournalistin** sieht den Weg der Zukunft in billigen Onlinemedien und in seichten Gewässern. Sie unterrichtet Journalismus an der **Columbia University.**

Online- versus Printjournalismus (kein Leserschwund, aber massiver Erlöseschwund)?

Ist das **Modell der gedruckten Tageszeitungen ein veraltetes aus dem Industriezeitalter** wegen der viel höheren Kosten? Auch bietet es nicht die multimediale Flexibilität (real time, Videos, Leserfeedback, Fotostrecken (besonders schöne hat der „Boston Globe“, etc…).

Wird Online einmal Print querfinanzieren?

Man sagt, Leitprintmedien werden bleiben !?

Das beste Journalismusbuch am Markt: „**The Elements of Journalism**“ von **Bill Kovach**, Chef der NYT (Washingtonbüro).

Der internationale Zeitungsdachverband **"World Association of Newspapers"(WAN)** vertritt über 100 Länder mit über 18.000 Publikationen inkl. Magazine (davon über 10.000 Tageszeitungen), ein rd. 200 Mrd. $-Geschäft mit 1,6 Mrd. Lesern pro Tag und ist quasi Arbeitgeber von 2 Mio. Menschen. Fördert auch die „Reporter ohne Grenzen“.
Als Advertising-Medium haben die Printmedien einen zwar zugunsten der Onlinemedien sinkenden Anteil, aber immerhin noch knapp über 40%.

Österreich hat 2 Besonderheiten zu bieten, nämlich dass die **"Krone"** die **auflagenstärkste Zeitung der Welt** mit einer Auflage von über 40% ist; dagegen liegen die durchschnittlichen Auflagen international zwischen unter 5% und unter 20%. Eine SUN oder BILDZEITUNG erreicht nicht einmal 20%.

Die "**Wiener Zeitung**" ist die **älteste noch bestehende deutschsprachige Zeitung der Welt,** seit 1702 (die NZZ erst seit 1780).
Die österr. Medienlandschaft bietet +/- 17 größere Tageszeitungen, in der 1.Republik waren es noch 40!

Die weltweit älteste Nachrichtenagentur ist die **"Agence France-Presse" (AFP)**, dagegen die heute weltweit führende, US-dominierte "**Associated Press" (AP**) und **"Reuters".**
Die österr. Presseagentur ist die **APA**, die deutsche **DPA** und die britische **PA** (=Press Association).

.

Auswahl der wichtigsten Zeitungen der Welt:

USA: New York Times/NYT (Sulzberger/so hohe Verluste von 30 Mio aufwärts, sodass der US-Senat eine Krisensitzung machte. Es fehlten 250 Mio. Liquidität!!!/es geht ihr so schlecht, dass sie ihr Haus verkaufen und zurückmieten musste "sale & lease back" mit 14% Zinsen!!); Linie = ganz leicht linksliberal

Wall Street Journal/WSJ (von Murdoch 2008 eine Katze im Sack gekauft, weil von 5Mrd. auf 3 Mrd. $ später wertberichtigt**).** Murdoch will jetzt mit Preisdumping beim WSJ die finanziell angeschlagene NYT angreifen. Das WSJ soll jedoch an Qualität abgebaut haben.

International Herold Tribune / IHT (100% NYT/Sulzberger; die Onlineausgabe ist mit NYT vereint; in 180 Ländern verkauft, nur 242/m Auflage; über 300 MA)

USA-Today / 17% Auflageverlust

Washington Post / Verluste (vormals zu 50% an IHT beteiligt),

Los Angeles Times INSOLVENT, **Boston Globe /** starke Verluste**; Chicago Tribune** INSOLVENT**;**

In den **USA** sank das Werbeaufkommen um 43% in den letzten 2 Jahren.
15.000 Journalisten verloren ihren Job. Albträume am US-Medienmarkt. Es wurde kaputtgespart.

Die Zahl der Onlineleser (z.B. NYT) stieg rapid, jedoch nicht die Erlöse. Es gibt daher keine Leserkrise, sondern eine Erlöskrise.

<u>Internationale Magazine weltweit:</u>

Conde Nast-Verlag/USA = gibt die Trendmagazine „**Vogue**"(seit 1892) und „**Vanity Fair**" heraus und bestimmt die internationale Mode. Time Square/Conde Nast Building (48 Etagen, 247 m hoch, 150.000 m2 Bürofläche. Topfotografen.

TIME (Magazine), Newsweek (angeschlagen), Businessweek, Forbes, Economist, Spiegel, Capital, Stern, GEO, Manager Magazin, etc……..

<u>GB:</u> Financial Times/FT - es geht ihr gut, **beste Zeitung der Welt (**bei den Radiostationen gilt **gleiches für BBC)**, wirtschaftsliberal mit vielen auch polit. Artikeln im Gegensatz zum deutschen Handelsblatt; Auflage rd. 430/m weltweit, davon 100/m in GB verkauft**;** Verlagsgruppe Pearson)
The Times (= The London Times/Murdoch) - Verluste (einmal waren es 30 Mio.)
Magazine inkl. US (Time, Newsweek/zweistellige Mio.Verluste**, Economist/**Auflage über 1400/m in 200 Ländern, **Businessweek, Forbes)**
Guardian - eine solide Zeitung **(**Stiftung, deshalb unabhängiger); Verluste!
Daily Telegraph
Independent (14 Mio. Jahresverlust!! nur 90.000 Auflage,von einem Russen/Milliardär und ehem. GKB-Agenten Lebedew gekauft)
Observer
Gutterpress (Sun/Murdoch**, Daily Mirror, Daily Mail, Daily Star, News of the World/**Murdoch**, etc..); Evening Standard-**Gratisblatt (von Russen Lebedew gekauft);
Metro = U-Bahngratisblatt;

Murdoch ist mit Times, Sun , News of the World und in USA WallStreetJournal und weiteren Zeitungen auf der ganzen Welt der **Printmedienkaiser.**

<u>BRD:</u> Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) –meinungsbildend - rechtsliberal bis konservativ; Auflage +/- 365/m; Herausgeber Schirmmacher fällt durch kritische Bücher positiv auf (Methusalemkomplott; etc…).
Süddeutsche Zeitung (SDZ) linksliberal; Auflage über +/- 400/m fast 800 MA;

Welt (Axel Springer Verlag) rechtsliberal
Financial Times Deutschland (FTD) ; verlustreich!!, schwacher deutscher Ableger der FT
The German Times
Zeit (vormals Dönhoff, jetzt u.a. Ex-Bundeskanzler Schmidt) langatmig;
Handelsblatt
Berliner Morgenpost
Bildzeitung (Boulevardzeitung/ Axel Springer Verlag - Axel Springer starb 1985, war Zielscheibe der 68er und RAF, welche auf die Firmenzentrale in Hamburg ein Bombenattentat verübte ; er war unbeliebt, sein Sohn beging Suizid. Auch "Bravo" und "Eltern" gehörte zu Springer); rechts

Magazine (Spiegel, Stern, Capital, ...). Der Spiegel mit 1 Mio. Auflage gehörte Augstein, der 2002 starb. Der neue Chefredakteur Aust musste inzwischen auch schon gehen. Linksliberal.
Der bayrische Ministerpräsident J. Strauß ließ Augstein 103 Tage in Haft nehmen wegen der Behauptung, die BRD sei laut geheimer Dokumente nicht abwehrfähig. Verfahren danach eingestellt, Herausforderung für die Pressefreiheit.

CH: **Neue Zürcher Zeitung (NZZ)** schreibt - nicht die Holding – Verluste; starker Personalabbau und hat nur das Glück eines extrem hohen Eigenkapitalpolsters.
In besseren Zeiten hatte sie 1000 Mitarbeiter und vorbildliches Korrespondentennetz.
Basler Zeitung

Österreich: **Presse** (Styria Media Group AG /Eigentümer = Katholischer Medienverein Privatstiftung ex "Kathpress"/120 m Reichweite/ Pirker Umsatz 55 Mio. inkl.Wirtschaftsblatt/263 MA/3,6%/seit Jahren nicht unbeträchtliche Verluste!!!!)
Presse machte 2004/2,4 Mio. Verlust und 2005/6,2 Mio.Verlust.
Weitere Jahre mir nicht bekannt, aber man kann hochrechnen, wieviel sich bisher an Verlusten angesammelt hat. Linie rechtsliberal (war schon konservativer und stark klientelorientiert).
Unterberger (Ex-Chefredakteur) polemisierte gegen Pirker, es gab Klagen. Er meinte, Pirker habe das Glück, einem kaufmännisch wenig versierten Eigentümer Rechenschaft ablegen zu müssen. Pirker hatte meiner Meinung nach zum Wohl der Presse kein Erbarmen mit Unterberger.
Klagen gab es übrigens unter (streitsüchtigen) Verlegern immer wieder zu Hauf (z.B. Krone gegen Österreich, weil die Krone über die Passivseite von Österreich spekulierte), alle scheinen sehr sensibel zu sein. Unterberger wurde inzwischen auch als Schüsselaffiner Chefredakteur der Wiener Zeitung entfernt und betreibt jetzt angeblich einen eigenen, erzkonservatien Weblog.

Standard (5,6%/Bronner Privatstiftung/117/m Reichweite/EGT 2,7 Mio./Ums.Print 48Mio./Online 9 Mio./294 MA..mehr als Presse!!) (leicht links) liberal;
Nachdem Herausgeber Bronner (auch Bilderbergermitglied) den 49%-Anteil der SDZ wieder übernahm (Finanzierung Tabuthema), wurde aus dem „schwäbischen Standardle“ wieder ein reinrassiger „Österr. STANDARD“.
Kurier (8%/Konrad/Raiffeisen + WAZ) geht bergab**...**wienlastig**;**
Wiener Zeitung (Rep.Österr.) für mich nicht lesbar
Wirtschaftsblatt (Pirker/39/m/ 123 MA/massiver Umsatzeinbruch auf 15 Mio.)

Regionalzeitungen (OÖN, **Salzburger Nachrichten**, etc...)
Kleine Zeitung (309/m/Pirker/12%-regional über 50%) steht stark da in der Geschäftsentwicklung); Konzern 2.800 MA;
Kronenzeitung (Dichand+WAZ/950/m/42%//Umsatz inkl. Kurier = 463 Mio., jedoch starker Gewinneinbruch von 35 Mio. auf 1,3 Mio.). Wer sich mit ihr nicht arrangierte, dessen politische Karriere war gefährdet (z.B. Plassnik, etc..)
Heute (481/m/Eva Dichand/Umsatz 38 Mio.) nach Krone-Dichant Reichweitenkaiserin (37%) in Wien/OÖ/NÖ.
Österreich (Fellner/322/m/überhaupt keine Angaben und man hört so Verschiedenes)
Magazine (News, Gewinn, Trend, Profil, Format,...)

Die Mediaprint liegt umsatzmäßig wieder knapp vor Styria 2009. Gasser vom Wirtschaftsblatt wurde neuer Chef des **VÖZ(=Zeitungsverband).**
Pirker dagegen übernimmt die Führung des Zeitungsweltverbandes. Alle österr. Medien hatten nicht unbeträchtliche Umsatzrückgänge
(Mediaprint - 21%, Styria - 32% wegen geplatzter Fusion Moserholding, der Rest im Schnitt zwischen 5% und 10%). Der ORF/Umsatz 869 Mio. machte 45 Mio. Verlust mit 3500 Mitarbeitern.

Spanien: El Pais

Frankreich: **Le Monde** (Ums. > 600 Mio.€)/massive Verluste!!! und weit über 100 Mio Schulden, rd**.** 1500 Mitarbeiter, es gab massive Sparpläne und Belegschaftsstreiks; dzt. laufen verschiedene Verkaufsverhandlungen. Auflage über 300/m
Le Figaro
Liberation
Aujourd'hui
France Soir

Italien: **Il Messagero**
La Stampa
Corriere della Sierra

Griechenland: Griechenlandzeitung dtsch. zur Info
http://www.griechenland.net

China: China Daily
Shanghai Daily

Japan: Asahi Shimbun
Nikkan Kogyo Shimbun (Business)

Israel: Jerusalem Post

Indien: The Times of India

Australien: Sydney Morning Herold

Eine Studie (GFK) über Mediennutzung 2008 ergab:

Die **Jugend** verbringt ca. 60% beim Internet, ca. 25% beim TV, max. 10% bei Büchern, 4% Radio und über 1% Printmedien.

Bei **Erwachsenen** nimmt die digitale Nutzung mit steigendem Alter ab bis zur **digital divide** und digitalen Analphabetismus.

Kernthema der Zukunft ist das internationale Zeitungssterben, insb. der Printmedien.

Aufgabe des Journalisten:

Schleusenwärterfunktion (gate-keeper) in der **Informationsflut** auszuüben.
Wir sind overnewsed, und weil wir die Fülle an Information nicht mehr aufnehmen können, under-informed, deshalb brauchen wir einen Qualitätsjournalisten als Schleusenwärter.

Der **Journalist der Zukunft muss multimedial ausgebildet sein**, um auf allen Klavieren (Online, Print, Video, social networks, etc...) spielen zu können.

Auf Grund der Kostenstruktur ist der **Onlinejournalismus der einzige Weg in die Zukunft, aber Content muss bepreisbar** werden.
Für mich persönlich wäre nur ein Pauschalpreis (max. Hälfte eines Print-Abos) für einen Zeitungstopf vorstellbar, gekoppelt mit einem Aufteilungsmechanismus nach Maßgabe der Leserbewertung einzelner Artikel, für Einzelartikel zahle ich keine 1 bis 2 € und als Abonnent zweier Printmedien zahle ich keinen dritten Vollpreis für Onlinemedien.

Eine einfache Erklärung, **warum Printmedien oder Bücher nie sterben** werden und der bauchige, neue **Apple I-Pad kein Buchersatz** wird:
Laut moderner Hirnforschung benötigt das Gehirn infolge des permanenten Bildaufbaues wesentlich mehr Rechenleistung und damit Energie. Wenn ich 2 Stunden am Bildschirm lese statt in einem Printmedium, bin ich nachher alles andere als entspannt. Printmedien sind daher viel entspannender und man kann danach auch einschlafen.

Das **Deutsche Handelsblatt** macht einen Mix, Agenturnachrichten eher gratis, aber Kommentare, Meinungen, Dossiers, Berichte mit viel Recherchearbeit zahlungspflichtig.
Die **Financial Times** (beste Zeitung der Welt) ist online zahlungspflichtig, vermutlich auch noch das **Wall Street Journal.**

Die **Journalisten müssen mehr hinaus und nicht die Agenturmeldungen abkupfern.**

Die **Leute wollen nicht nur Fakten, sondern vor allem qualitative Meinungen hören.**

Der Journalist der Zukunft muss ein "**crossmedial arbeitender Content-Produzent**" sein.
Er muss ein **Schnittstellenspezialist** (Print/online/video/social-networks/ Customer-Feedbackschleifen/etc…werden.

Internet ist für mich persönlich eine tolle Sache, weil ich mich bildungsmäßig dadurch stark bereichern konnte und ich nehme auch an den **Social networks** (Facebook, Twitter, etc..) teil. Digitalen Analphabetismus halte ich für beschämend.

Wir haben **rd. 7000 Journalisten in Österreich**, eine wesentlich höhere Dichte als in USA(=Hälfte) oder BRD!!!
Jedoch nur eine schlanke Kostenstruktur ermöglicht das Überleben des Printjournalismus.

Bei einem **Portischvortrag** hörte ich über (heute nicht mehr einhaltbaren) **Prinzipien des Journalismus:**
a) **check** (Erstinfo…)/**recheck** (6 W's…)/**double check** (Umfeldrecherche…)
b) **„audiatur in altera pars"** (auch den anderen anhören)
c) **„in dubio pro reo"** (und nicht Vorverurteilung)

<u>Erlöskrise (nicht Leserkrise) der Printmedien:</u>

Der Internet-User hat sich daran gewöhnt, dass Content im Internet free ist und die Einführung von zahlungspflichtigem Content (z.B. FT, WSJ oder jüngst Handelsblatt) führt sofort zu massivem Leserschwund und bringt dabei Probleme für den Anzeigenmarkt, der schon über 2/3 im Zeitungsgeschäft ausmacht.
Der Abonnementenmarkt macht max. noch 1/3 aus.

Google hat in Österreich 70 Mio. abgeschöpft, Facebook 50 Mio. und der ORF nur 11 Mio. im Anzeigengeschäft.

Was den Onlinemedien an Anzeigenerlösen zuwächst, wird den Printmedien weggenommen. Es muss eine auch ertragsmäßig **sinnvolle Koexistenz zwischen Online-und Printmedien** gefunden werden.

Bildung (gemeint humanistische Allgemeinbildung und nicht job-oriented skills) verliert im Zuge des Neoliberalismus an Stellenwert, wir gehen auf Kosten des Qualitätsjournalismus einem Bildungsnotstand entgegen.
Ich glaube, dass der Journalismus zunehmend in seichte Gewässer führen wird/muss!?, weil sich dort die meisten Menschen tummeln.

Online hat deshalb Zukunft, weil aus **Kostensicht die 4 P's wegfallen** (**Print, Paper, Post it,** weniger **Personal**) und dadurch die Kosten um über 1/3 reduziert werden können.
ONLINE ist der einzig realistische Weg in die Zukunft wegen der schlanken Kostenstruktur.

Für **Wunschdenken** halte ich, **wenn Printmedienjournalisten glauben,** dass man den **Qualitätsjournalimus den Printmedien** und den weniger **qualitätsvollen Expressjournalismus (Fließbandjournalismus, Agenturmeldungs-Abkupferer) den Onlinemedien** zuschieben kann.
Das kann´s wohl nicht sein!! In diesem **Spannungsfeld ist eine Chefredakteurin besonders gefordert**, ihre Managementqualitäten unter Beweis zu stellen.

Die **Printmedien haben viel Anzeigengeschäft an die Onlinemedien verloren**.

Die Onlinemedien haben **noch nicht den Stein der Waisen** gefunden, **wie man Online-User zum Zahlen bringt**. Meiner Meinung nach eher über Pauschalpakete, wo sich mehrere Zeitungen zusammenschließen.

Qualitätsmedien haben vielfach (z.B. NZZ, auch SDZ etc…) das Internet und die Social Networks lange Zeit verschlafen und haben Probleme, sich den Interessensgebieten der Jugend (Kunden der Zukunft) mehr zu öffnen, mehr zu diversifizieren.

Vorteil eines qualitativeren Printmediums:
Man verblödet nicht und kann sich zurücklehnen und nachdenken, sich auf ein Thema einlassen.

ZUKUNFT:

Der Journalist der Zukunft muss nahe beim Kunden sein, Moderator werden auf Augenhöhe des Lesers

Infotainment

Hybridmedien, die aus einem guten Mix aus Online- und Printjournalismus bestehen. Jedoch eine Doppelredaktion schafft ein Kostenproblem:☹

Citizenjournalismus (=Bürgerjournalismus) über Social Networks, Blogs, etc..... Zunehmende Konkurrenz für Journalisten.
Meiner Meinung nach kaum, denn die Blogs liest meistens keiner. Sie sind wie ungeöffnete Liebesbriefe im Internet.
Mein Blog lautet z.B.:
http://campesino.twoday.net/
und behandelt das Thema Burnout .
Nachteil: keine Qualitätskontrolle, keine Geltung der journalistischen Prinzipien, die aber auch in Printmedien oft nicht mehr gelten (z.B. **gezinkte Leserbriefe** bei mehr als einer österr. Tageszeitung, **Fertigcontent 1:1 von Presseabteilungen** größerer Firmen und politischen Institutionen übernehmen wegen Abhängigkeit von Werbeeinnahmen, falsche Studien im Sinne Churchills („Ich glaube keiner Statistik/Studie, die ich nicht selbst gefälscht habe“), etc….

Problem "Gratiszeitungsmarkt" (i.d.R. nicht kostendeckend).....
Pirker hat Eva Dichand mit ihrer in Graz neu eingeführten Gratiszeitung "OK" wieder vertrieben bzw. hat sich abgesprochen, das spricht auch dafür, dass der Styria Konzern gut aufgestellt sein muss, wobei **Presse und Wirtschaftblatt sicherlich Sorgenkinder für Pirker** sein dürften. **Auch** dürfte die **Onlineimplementierung nicht durch Profite gesegnet** gewesen sein.

Community-Papers (Bezirksblätter, etc…) werden wegen ihrer Bürgernähe überleben, sofern ihnen eine schlanke, flache Kostenstruktur gelingt.

US-Medien haben auch Maßnahmen gesetzt:
(aber bitte nicht zuviele **Relaunches**, wo „Berge kreisen und ein Mäuslein geboren wird“)

- **50:50 (Bildanteil, Textanteil)**
- **Textverkürzungen/Todsünde Endlostexte**
  (Leser haben max. 20 Min. für Zeitungslektüre)
- **Formate verkleinern**
- **Eye-catcher, auffällige Bilder** und mehr Bildqualität bei Auswahl
  Titel soll nicht viel mehr als 3 Worte habe.
- **Klare Trennung Werbung/redaktioneller Teil** (denn Firmen schicken schon fertige Pressetexte)
- **Text-Prägnanz:** Ich habe mir schon oft nach Lesen eines Artikels die Frage gestellt, was habe ich eigentlich gelesen, was war die Message. Am **schlimmsten** finde ich, **wenn** kurze **Agenturmeldungen durch Füllworte aufgepeppt** werden, ohne dass dadurch mehr Aussage entsteht.
- **Jugendsupplements** (Veranstaltungskalender, um die Jugend an der Stange zu halten)

Was ist für mich persönlich Qualität:

a) **subjektiv:** Wenn ich im Kaffeehaus sitze, eine Zeitung lese und plötzlich Lust bekomme, daraus unauffällig einen Artikel heraus zu reißen, um ihn mit nach Hause zu nehmen (Spaß beiseite, ich mache aber öfters Handyfotos).

b) **objektiv:** **Nicht Abkupfern von Agenturmeldungen**, sondern Qualität durch **Korrespondentennetzwerke** (wie die NZZ) und **Journalisten mit Tiefenwissen**. Problem dabei sind die Kosten. Jedenfalls muss er seine **Schleusenwärterfunktion verantwortungsvoll wahrnehmen**. Der Journalist muss **nahe beim Leser sein**, **Hintergrundberichterstattung** machen und **Netzwerke recherchieren und transparent machen**. Er muss am **multimedialen Klavier spielen können**, wobei **Interaktivität** und Feedbackschleifen wichtig sind.