

Interview:

Armut ruiniert Gesellschaft

Enthüllungsjournalist Günter Wallraff
über die schöne neue Welt 8

Schwerpunkt:

Die Meinungswirtschaft

Wer in Österreichs Medienlandschaft
wirklich regiert 12

Internationales:

Die Bananenrepublik

Der zentralamerikanische Staat
Costa Rica und die Wirtschaftskrise 44

Arbeit & Wirtschaft

Herausgegeben von AK und ÖGB

N° 1 | 2010 | 64. Jahrgang | € 2,-

www.arbeit-wirtschaft.at



© ÖGB-Verlag/Paul Sturm

Die Macht der Medien

ab Seite 8



© ÖGB-Verlag/Paul Sturm



© ÖGB-Verlag/Paul Sturm



© ÖGB-Verlag/Paul Sturm



© ÖGB-Verlag/Paul Sturm

Schwerpunkt:

Meinungswirtschaft **12**

Wie schaut die Medienlandschaft in Österreich aus, wer bestimmt sie, wem dient sie, wer verdient daran?

Sterbendes »Gewerbe«? **14**

Der Journalismus in Österreich steht mehr denn je im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Demokratie.

Unter Druck **16**

Die Wirtschaftskrise hat auch Österreichs Medien erreicht und sorgt bei GewerkschaftsvertreterInnen für schlaflose Nächte.

In der Medienarena **18**

Fritz Plasser hat ein topaktuelles Buch über die Praxis politischer Kommunikation in Österreich herausgegeben.

Medientrends **20**

In der Medienwelt bleibt kein Stein auf dem anderen. Was sind die Trends dahinter?

Prinzip Propaganda **22**

Warum ArbeitnehmervertreterInnen eigene Medien brauchen. Und warum Web 2.0 überschätzt wird.

Frauenbild – Mannsbild **24**

Gendergerechte Sprache hat längst Einzug in die Politik gehalten und sich auch in den ÖGB-Medien durchgesetzt.

Augustin, Okto & Co ... **26**

Die meisten Medien schmücken sich mit Überparteilichkeit – manch alternatives Medium bekennt sich bewusst zu Parteinehmer.

Ein Boulevardstück **28**

2002 drehte die belgische Journalistin Nathalie Borgers eine Dokumentation über Österreichs populärste Zeitung.

Berlusconi und die Medien **30**

Decken JournalistInnen in Italien schmutzige Geschäfte von PolitikerInnen auf, treten diese nicht zurück.

LeserIn 2.0 **32**

Die Printmedien leiden unter dem Internet – viele lesen Zeitung nur noch online. Für Qualitätsjournalismus fehlen Zeit und Geld.

Freie JournalistInnen **34**

Der Ausübung des freien kritischen Journalismus kommt Erfahrung im Krieg zugute.

Facebook: Gefällt mir? 36

Kommentieren – teilen – schützen? »Kampfgespräch« über Nutzen und Schaden von Facebook.

Erratum erwünscht 38

Wie mit Studien eine verzerrte Sozialstaatsdebatte auf Kosten der sozial Schwächeren geführt wird.

Interview:**Ich bin Zweckoptimist** 8

Günter Wallraff über Veränderungen in der Arbeitswelt, BILD- und Kronen Zeitung und die Verteilungsdebatte.

Aus AK und Gewerkschaften:**Schreiben Sie Geschichte** 40**Internationales:****Alles Banane oder was?** 44**Wirtschaft&Arbeitsmarkt:****Fair steuern** 42**Standards:****Standpunkt: Und stolz darauf** 4**Veranstaltung: 50 Jahre bfi** 5**Aus AK & Gewerkschaften** 6/7**Historie: Tarnung Kommunikation** 11**Verbraucherpreise** 41**Man kann nicht alles wissen** 46

Erklärungen aller grün-markierten Worte.

www.arbeit-wirtschaft.at

Alle Beiträge finden Sie auch auf unserer Homepage sowie die eine oder andere Ergänzung zu einzelnen Themenschwerpunkten, die wir aus Platzgründen in der Zeitschrift nicht mehr berücksichtigen konnten.



Dieser Code kann mit einem internet fähigen Kamera-Handy abfotografiert werden. Ein »Reader« entschlüsselt den Code und führt Sie auf die gewünschte Website. Die Reader-Software erhalten Sie zum Beispiel hier: www.beetag.com/downloadreader/

Medien für die Massen

»Lernt noch einen anständigen zweiten Beruf, damit ihr nicht nachher darauf angewiesen seid und euch verbiegen müsst«, rät der bekannte Enthüllungsjournalist Günter Wallraff jungen Menschen, die sich für den Journalismus interessieren. Im Interview mit der »Arbeit&Wirtschaft« 1/2010 mit dem Themenschwerpunkt »Die Macht der Medien« erzählt Wallraff auch, wie ihn Hans Dichand einst für die Kronen Zeitung anwerben wollte.

Mehr über die große Auflage des Kleinformats lesen Sie ab Seite 12 – Wilfried

Leisch wirft einen genauen Blick auf die Besitzverhältnisse in Österreichs Medien. Das Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Demokratie im Journalismus, unter dem auch mancher Medien-Betriebsrat leidet, ist Thema ab Seite 14. Auf Seite 18 stellen wir das neue Buch von Fritz Plasser »Politik in der Medienarena« vor. Unsere eigenen Zeitschriften in AK und ÖGB nehmen wir – auch mit Blick auf internationale Trends – ab Seite 20 unter die Lupe. Weitere Artikel zu unserem Schwerpunkt befassen sich mit alternativen Medien (S. 26), der Filmdokumentation

über die Kronen Zeitung (S. 28) oder dem sozialen Netzwerk Facebook (S. 36).

Außerdem finden Sie in diesem Heft Vorschläge für ein gerechteres Steuersystem (S. 42) und einen Artikel über Costa Rica (S. 44).

Besuchen Sie uns auch im Internet: Auf der Homepage www.arbeit-wirtschaft.at haben Sie die Möglichkeit, Artikel zu kommentieren und E-Cards zu versenden. Wir freuen uns übrigens stets über Kritik und Anregung: aw@oegb.at

Für das Redaktionskomitee
Katharina Klee

Redaktion intern



Standpunkt

Und stolz darauf

Oh, sagen die Menschen, wenn ich mich als Journalistin vorstelle, und das klingt alles andere als begeistert. Medien und ihre MacheurInnen haben nicht unbedingt den besten Ruf. Das wundert mich nicht, wenn ich mich von Casting-Show zu Kochsendung zappe, aus dem Radio die größten Hits aller Zeiten plärren und mir am Kiosk dumpfe Überschriften entgegenschreien. Dazu kommt Werbung allerorten und die bittere Erkenntnis, dass Wichtiges zwischen versteckter PR und Oberflächlichkeiten untergeht. Die Internet-Recherche führt oft nur zu größerer Verwirrung.

Wer baute das siebentorige Theben?

Und doch bin ich stolz Journalistin zu sein, was mein Umfeld nicht immer verstehen kann. Denn ich habe mich aus durchaus idealistischen Gründen für den Beruf, in den ich – wie viele – hineingelitten, gewachsen bin, entschieden. Ich wollte Unrecht aufdecken, Menschen informieren und Geschichten erzählen. Das alles zugleich ist schwierig bis unmöglich.

»Wer baute das siebentorige Theben?«, schreibt Bert Brecht in dem Gedicht »Fragen eines lesenden Arbeiters«: »In den Büchern stehen die Namen von Königen. Haben die Könige die Felsbrocken herbeigeschleppt?« Für mich ist es eine Kernaufgabe des Journalismus, die-

se Fragen zu beantworten, zu berichten, wer die Felsbrocken herbeischleppt, wie diese Menschen leben, wer vom »siebentorigen Theben« profitiert, wer dafür bezahlt und natürlich auch, welche Straße dafür gesperrt werden muss.

In vielen Redaktionen nimmt die letzte Frage den meisten Platz ein neben den Namen der Könige. Wer davon profitiert, und wer dafür bezahlt, lässt sich nicht immer recherchieren. Und wie diese Information unterbringen in einem 90-Sekunden-Radiobeitrag, einem 1.500-Zeichen-Artikel. So bleibt auch kaum Platz für die Menschen, die die Felsbrocken herbeischleppen.

Ich habe meinen Preis bezahlt, schlampig recherchiert, die Schere im Kopf zensieren lassen, die Würde der Menschen nicht immer geachtet, im Rennen um die »G'schicht« – das, was Sie, die LeserInnen, HörerInnen, SeherInnen, fesseln könnte. Denn Sie konsumieren die Medien, Ihre Aufmerksamkeit interessiert die InserentInnen und Sie zahlen unsere Honorare.

Den meisten JournalistInnen geht es ganz ähnlich. Auch sie sind einst idealistisch an ihren Beruf herangegangen und kämpfen jetzt zwischen eigenem Anspruch und Marktzwang. Immer öfter endet der Kampf im Privatkonkurs.

Und doch gab und gibt es immer wieder Sternstunden des Journalismus. Dokumentationen, Reportagen, Analysen

und Berichte, die mich berühren, die meine Sicht der Welt erweitern, die Klarheit schaffen, aufdecken, entlarven. Dann ist es an mir als Medienkonsumentin, ein Zeichen zu setzen.

»Würde und Bedeutung der Arbeit«

In einer immer stärker von den Gesetzen des Marktes regierten Medienwelt empfinde ich daher ein Medium wie die »Arbeit&Wirtschaft« als großen Luxus. In der Erstausgabe 1923 bekannten sich ihre Herausgeber dazu »der Würde und Bedeutung der Arbeit entsprechend, den richtigen Ausdruck für die Ansichten der Arbeiter und Angestellten zu finden«. Es tut noch immer und gerade heute gut, sich darauf berufen zu können, ohne Rücksicht auf InserentInnen und Werbepreise nehmen zu müssen. Das verdanken wir auch Ihnen, unseren LeserInnen, AK- und ÖGB-Mitgliedern.

»Jede Seite ein Sieg, Wer kochte den Siegesschmaus? Alle zehn Jahre ein großer Mann. Wer bezahlte die Spesen? So viele Berichte. So viele Fragen«, endet das Brecht-Gedicht. In der »A&W« haben wir Platz (und Anspruch) die »Fragen eines lesenden Arbeiters« zu beantworten. Darum werden wir uns auch in Zukunft bemühen, das verspreche ich – schon damit ich weiterhin stolz darauf sein kann, Journalistin zu sein.

Wir feiern 50 Jahre bfi

Am 14. Jänner 2010 wurde in der ÖGB-Fachbuchhandlung in Wien der Jubiläumsband »50 Jahre Berufsförderungsinstitut« von den AutorInnen präsentiert.

Als 1959 von engagierten Funktionären des ÖGB und der AK in Wien das Berufsförderungsinstitut (bfi) gegründet wurde, war nicht absehbar, wie weitreichend und zukunftsfruchtig diese Entscheidung war. 50 Jahre später ist das Berufsförderungsinstitut aus der österreichischen Bildungslandschaft nicht mehr wegzudenken. Von Anfang an war es zentrales Anliegen des bfi, ArbeitnehmerInnen durch Aus- und Weiterbildung in ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung zu unterstützen. Heute präsentiert es sich als moderne Non-Profit-Organisation mit einem reichhaltigen Dienstleistungsangebot, das

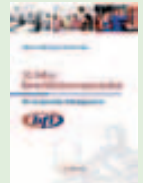
sich flexibel an den Bedürfnissen der Menschen und an den aktuellen Anforderungen des Arbeitsmarktes orientiert.

Anlässlich des runden Geburtstags wurde vor interessiertem Publikum in der ÖGB-Fachbuchhandlung in Wien ein von Mag. Sabine Lichtenberger vom Institut für Gewerkschafts- und AK-Geschichte und bfi-Geschäftsführer Dr. Michael Sturm erstellter Jubiläumsband präsentiert. Auch der langjährige bfi-Leiter Prof. Dr. Bernard Ingrisch ließ es sich nicht nehmen, einige Worte über diese wichtige Institution der Erwachsenenbildung zu verlieren.

BUCHTIPP

50 Jahre Berufsförderungsinstitut

Ein kompetenter Bildungspartner
Mag. Sabine Lichtenberger, Dr. Michael Sturm
2009, 84 Seiten, € 14,80
ISBN: 978-3-7035-1398-5



Vorbestellung:

ÖGB-Fachbuchhandlung, 1010 Wien,
Rathausstr. 21, Tel.: (01) 405 49 98-132
fachbuchhandlung@oegbverlag.at



Dr. Peter Autengruber, Leiter des Fachbuchverlags, mit den AutorInnen Mag. Sabine Lichtenberger und Dr. Michael Sturm.



Erwachsenenbildner Prof. Dr. Bernard Ingrisch erinnerte sich an seine Zeit als Leiter des Berufsförderungsinstituts bfi.



Viele waren in die Fachbuchhandlung gekommen, um sich über die Geschichte dieser wichtigen Institution zu informieren.



Das Prinzip lebenslanges Lernen ist heute notwendiger denn je. Im bfi-Programm finden ArbeitnehmerInnen interessante Kurse.

IMPRESSUM

Redaktion »Arbeit&Wirtschaft«:

1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1
Tel.: (01) 534 44-39263 Dwl., Fax: (01) 534 44-100222 Dwl.
Katharina Klee (Chefredakteurin): 39269 Dwl.
Sonja Adler (Sekretariat): 39263 Dwl. (bis 14.00 Uhr)

E-Mail: sonja.adler@oegb.at

Internet: www.arbeit-wirtschaft.at

Abonnementverwaltung und Adressänderung:

Karin Stieber, 1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1
Tel.: (01) 662 32 96-39738 Dwl., Fax: (01) 662 32 96-39793 Dwl.
E-Mail: karin.stieber@oegbverlag.at

Redaktionskomitee

Arthur Ficzo (Vorsitz), Nani Kauer (Stellvertretender Vorsitz),
Thomas Angerer, Gerhard Bröthaler, Lucia Bauer,
Günther Chaloupek, Thomas Fessler, Andreas Gjecaj,
Elisabeth Glantschnig, Katharina Klee (Chefredakteurin),
Karl Kollmann, Georg Kovarik, Barbara Lavaud, Sabine Letz,
Ruth Naderer, Katharina Painer, Brigitte Pellar, Fritz Plasser,
Alexander Schneider, Paul Sturm, Erik Türk

Redaktionsmitglieder

Katharina Klee (Chefredakteurin),
Sonja Adler (Sekretariat),
Dietmar Kreuzberger (Grafik und Layout)

Mitarbeiter/-innen dieser Ausgabe:

Katharina Klee (Chefredaktion), Sonja Adler, Lucia Bauer,
Ruth Bauer, Kai Biehl, Gerhard Bröthaler, Adolf Buxbaum,
Astrid Fadler, Nani Kauer, Wilfried Leisch, Franz Mangelberger,
Amela Muratovic, Gabriele Müller, Maja Nizamov, Brigitte Pellar,
Reinhold Russinger, Paul Sturm, Gerhard Treiber

Herausgeber:

Bundesarbeitskammer, 1040 Wien,
Prinz-Eugen-Straße 20–22, und Österreichischer
Gewerkschaftsbund, 1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1

Medieninhaber:

Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes GmbH,
1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1,
Tel.: (01) 662 32 96-39744 Dwl., Fax: (01) 662 32 96-39793 Dwl.
E-Mail: Renate.Wimmer@oegbverlag.at,
Internet: www.oegbverlag.at

Hersteller: Verlag des ÖGB GmbH

Verlagsort: Wien

Herstellungsort: Wien

Preise (inkl. MwSt.):

Einzelnummer: € 2,-; Jahresabonnement Inland € 20,-;
Ausland zuzüglich € 12,- Porto; für Lehrlinge, Studenten und
Pensionisten ermäßigtes Jahresabonnement € 10,-.
Bestellungen an den Verlag des ÖGB, 1020 Wien,
Johann-Böhm-Platz 1, Tel.: (01) 662 32 96-39738 Dwl.,
E-Mail: karin.stieber@oegbverlag.at

ZVR-Nr. 576439352 • DVR-Nr. 0046655

Die in der Zeitschrift »Arbeit&Wirtschaft« wiedergegebenen
Artikel entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung
von Redaktion und Herausgeber. Jeder/jede AutorIn trägt
die Verantwortung für seinen/ihren Beitrag. Es ist nicht die
Absicht der Redaktion, die vollständige Übereinstimmung
aller MitarbeiterInnen zu erzielen. Sie sieht vielmehr in einer
Vielfalt der Meinungen die Grundlage einer fruchtbaren
geistigen Auseinandersetzung.

Die Redaktion übernimmt keine Gewähr für unverlangt einge-
sandte Manuskripte.

Leserzuschriften können auch gekürzt wiedergegeben werden.
Nachdrucke, auch auszugsweise, nur mit Zustimmung der
Redaktion und mit Quellenangabe.

Arbeiterkammer:

ORF-Publikumsratswahl

Konsumentenschützerin Daniela Zimmer kandidiert.

Vom 26. Jänner bis zum 1. Februar 2010 findet die Wahl zum ORF Publikumsrat statt, der die Interessen der HörerInnen und SeherInnen gegenüber dem ORF vertritt. Sechs der 35 Mitglieder können Sie direkt per Fax wählen. Die sechs VertreterInnen im Publikumsrat, die von den ORF-SeherInnen und HörerInnen direkt gewählt werden können, vertreten die Bereiche KonsumentInnen, Bildung, Jugend, ältere Menschen, Eltern bzw. Familien und Sport.

Die Arbeiterkammer hat Daniela Zimmer (43) als unabhängige Kandidatin für die ORF-Publikumsratswahl nominiert. Sie kandidiert als Konsumentenvertreterin. Zimmer arbeitet seit 15 Jahren in der AK und ist derzeit schon Mitglied im ORF-Publikumsrat.

Im Bereich Jugend hat der ÖGB den Bundesjugendvorsitzenden der Österreichischen Gewerkschaftsjugend, Jürgen Michlmayr (23), nominiert. Er meint: »Die Jugend hat in allen Gesellschaftsbereichen mitzureden, sie ist schließlich die Zukunft des Landes. Der ORF darf sich diesen Stimmen nicht verschließen.«

»Handy-Tarifdschmelze, unzulässige Werbeanrufe, unfaire Tricks im Internet oder Datenschutz – die KonsumentInnen brauchen mehr Schutz«, sagt Daniela Zimmer. »Da braucht es eine kritische und informative Berichterstattung im ORF, und da braucht es eine kritische und informierte Vertreterin der Konsu-

mentInnen im ORF.« Aus ihrer Tätigkeit in der AK-Konsumentenabteilung, weiß sie, wo die KonsumentInnen der Schuh drückt. »KonsumentInnen brauchen Unterstützung, da kann der ORF viel tun«, so Zimmer. Sie will sich künftig im ORF für kritische, objektive Informations- und Ratgebersendungen einsetzen, vor allem zum VerbraucherInnenschutz.

Sie will auch darauf achten, dass Werbung und Information nicht vermischt werden. Außerdem strebt Zimmer einen frischen Programmwind für Jugendliche an, etwa mehr praxisnahe Beiträge zu Ausbildung, Arbeitswelt oder Konsumentenfallen.

Fax-Nummer

Gewählt werden kann ab 26. Jänner bis 1. Februar (24 Uhr) ausschließlich per Fax an die Gratis-Fax-Nummer 0800 208 108. Wahlberechtigt sind alle ORF-Kunden/-innen, die mit Stichtag 1. Dezember 2009 eine gültige Rundfunkbe-
willigung hatten.

Sollten Sie kein Faxgerät besitzen und auch an Ihrer Arbeitsstelle keinen Zugang zu einem Faxgerät haben, kommen Sie zu uns! Sie können das Formular in allen AK-Zentralen, AK-Beratungszentren und AK-Außenstellen in ganz Österreich gratis faxen.

Mehr Infos:

publikumsratswahl.orf.at

OFFENLEGUNG GEMÄSS MEDIENGESETZ § 25

Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes GmbH, 1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1.

Unternehmensgegenstand: Herstellung und Verbreitung literarischer Werke aller Art, Datenverarbeitung für Dritte, Handelsgewerbe und Handelsagenden, Werbung und Marktkommunikation.

Geschäftsführung: Mag. Gerhard Bröthaler, DI Gerald Wödl

Einzigster Gesellschafter: Österreichischer Gewerkschaftsbund, Österreichische Gewerkschaftliche Solidarität Privatstiftung

Sitz: Wien

Betriebsgegenstand: Herstellung und Verbreitung sowie der Verlag literarischer Werke aller Art, insbesondere von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften, Kunstblättern, Lehrmitteln und Buchkalendern; die Erbringung von Dienstleistungen in der Informationstechnik, der Handel mit dem Betriebsgegenstand dienenden Waren sowie das Ausüben der Tätigkeiten einer Werbeagentur.

Die Blattlinie entspricht jenen Grundsätzen, die in den Statuten und der Geschäftsordnung des Österreichischen Gewerkschaftsbundes (Fassung gemäß Beschluss durch den 17. Bundeskongress des ÖGB) festgehalten sind.

ÖGB-Zentrale:

Wir sind übersiedelt

Seit Jahresbeginn finden Sie die ÖGB-Zentrale und das Servicecenter am Johann-Böhm-Platz 1.

Neues Jahr, neues Quartier: Der ÖGB hat die Feiertage genutzt, um an den neuen Standort im zweiten Wiener Gemeindebezirk zu übersiedeln.

Vier Fachgewerkschaften werden demnächst folgen. So übersiedelt die Gewerkschaft Bau-Holz (GBH) von 15. bis 17. Jänner, die Gewerkschaft der Post- und Fernmeldebediensteten (GPF) von 22. bis 24. Jänner, die PRO-GE von 12. bis 14. Februar und die vda von 26. bis 28. Februar 2010.



BERATUNGSANGEBOTE IM ÖGB-SERVICECENTER

ÖGB-Servicecenter
1020 Wien, Johann-Böhm-Platz 1
Tel.: 01/534 44-39100
E-Mail: servicecenter@oegb.at

Für alle Beratungen
ist eine Terminvereinbarung erforderlich!

Flexpower-Beratung

Die Flexpower-Beratung bietet eine einmalige persönliche Erstberatung für freie DienstnehmerInnen und Neue Selbstständige. Die Beratung umfasst das Sozialversicherungs-, Steuer- und Vertragsrecht, ist kostenlos und steht auch Nicht-Gewerkschaftsmitgliedern offen.

Beratung jeden Mittwoch von 16 bis 18 Uhr

Mobbing-Beratung

Mobbing am Arbeitsplatz verursacht psychische und gesundheitliche Schäden. Deshalb ist es wichtig, bereits bei den ersten Anzeichen von Mobbing durch KollegInnen oder Vorgesetzte professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Unsere ExpertInnen beraten vertraulich und vermitteln bei Bedarf weitere Supervision und psychologische/psychotherapeutische Beratung.

Muttersprachliche Beratung

Oft ist es schwierig, mit der österreichischen Gesetzeslage zurechtzukommen – besonders wenn die notwendigen Deutschkenntnisse fehlen. Der ÖGB hilft, diese Barrieren bei der Bewältigung des Arbeitsalltags durch muttersprachliche Beratung zu überbrücken. **Im Servicecenter erhalten Sie arbeits- und sozialrechtliche Beratung auf Bosnisch, Kroatisch und Serbisch, Türkisch und Kurdisch, Tschechisch und Slowakisch.**

Online-Abwicklung der ArbeitnehmerInnenveranlagung

Das ÖGB-Servicecenter unterstützt Mitglieder bei der Einreichung der ArbeitnehmerInnenveranlagung über FinanzOnline und telefonisch im Vorfeld bei der Beantragung des Online-Codes.

Beratung jeden ersten Montag im Monat von 13 bis 16 Uhr, zeitgerechte Terminvereinbarung unbedingt erforderlich.

Pensionsberatung in Kooperation mit der PVA

Das Pensionsrecht ist nicht einfach verständlich. Für einen möglichen Pensionsantritt sind viele Faktoren (Alter, Versicherungszeiten etc.) ausschlaggebend. Daher bieten wir unseren Mitgliedern in Zusammenarbeit mit der PVA Unterstützung bei pensionsrechtlichen Fragen an.

Beratung findet jeden zweiten Montag im Monat von 13 bis 16 Uhr statt.

Ich bin Zweckoptimist

Der Enthüllungsjournalist Günter Wallraff über Veränderungen in der Arbeitswelt, BILD- und Kronen Zeitung und die Verteilungsdebatte.

ZUR PERSON



Günter Wallraff

geboren am 1. Oktober 1942 in Burscheid ist ein deutscher Enthüllungsjournalist und Schriftsteller. Er ist durch seinen **investigativen** Journalismus bekannt geworden.

Zwischen 1963 und 1965 war Wallraff als Arbeiter in diversen Großbetrieben tätig. Die Gewerkschaftszeitung Metall druckte 1965 erste Reportagen ab. 1966 veröffentlichte Wallraff einen ersten Sammelband »Als Arbeiter in deutschen Industriebetrieben«.

1974 wurde er nach einer Protestaktion in Athen gegen die griechische Militärdiktatur gefangen genommen, gefoltert und kam erst nach Zusammenbruch des Regimes im August frei.

Berühmt wurde auch Wallraffs Anti-BILD-Trilogie, für die er 1977 vier Monate lang als Redakteur der Boulevardzeitung in Hannover arbeitete. Die Axel Springer AG verklagte ihn daraufhin mehrfach. Wallraff behielt in letzter Instanz Recht.

In Deutschland recherchiert Wallraff seit Mai 2007 für das wiederbelebte Zeit-Magazin »Leben«. Soeben ist sein Bestseller, die Reportagensammlung »Aus der schönen neuen Welt«, und der Film »Schwarz auf Weiß« erschienen.

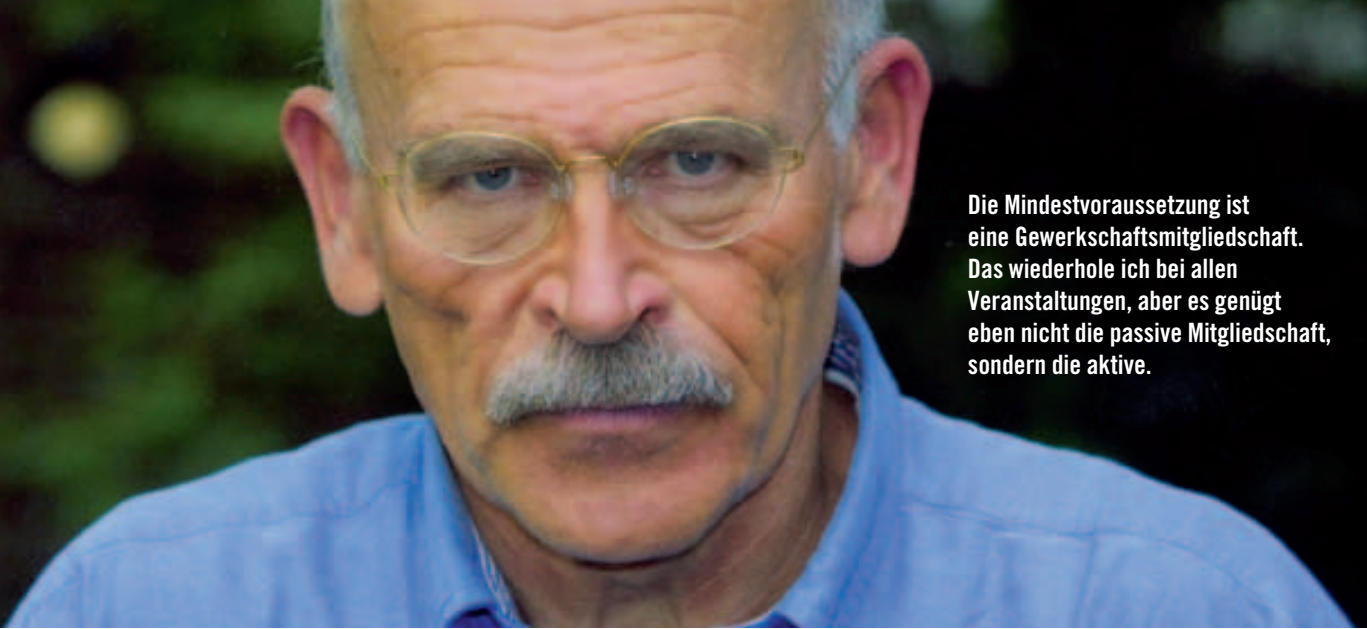
Arbeit&Wirtschaft: *Vor 45 Jahren haben Sie, Günter Wallraff, die ersten Reportagen in der Gewerkschaftszeitung Metall veröffentlicht. Noch immer sind Sie als Enthüllungsjournalist in der Arbeitswelt tätig – was hat sich verändert?*

Günter Wallraff: Das ist vielfältig. Ursprünglich ging ich von dem Geschichtsverständnis aus, dass sich die Gesellschaft kontinuierlich zu besseren, sozialeren, gerechteren Formen hin entwickelt. Ich war und bin für den evolutionären Weg und glaube, ich selber hätte da einen gewissen Anteil daran, sozusagen als Beschleunigerteilchen. Ich habe einiges erreicht: Bewusstseinsveränderungen ohne Drogenkonsum, aber auch Verbesserungen vor Ort: Behörden mussten einschreiten, Gesetze eingehalten werden, Menschen kamen zu ihrem Recht. Insgesamt erkenne

ich, dass das, was man langfristig erhoffte, heute in Frage gestellt ist. In Deutschland erfolgt das im freien Fall. Die seit Generationen von Gewerkschaften erkämpften Rechte sind teilweise schon abhanden gekommen. Man muss also wieder ziemlich von vorne anfangen. Andererseits sind Standards erreicht worden, die vorher als utopisch galten, d. h. Kinder-, Minderheiten- und Frauenrechte. Diese bestehen zumindest in Gesetzesform, inwieweit sie durchgesetzt werden ist eine andere Frage. Aber es ist inzwischen so etwas wie ein Weltgewissen entstanden. Das Internet sorgt mit dafür. Ich bin Zweckoptimist und tue so, als ob alles möglich wäre.

Auch bei Gewerkschaften und ArbeiterInnenbewegung hat sich in den vergangenen 45 Jahren eine Menge geändert. Wie sind Ihre Erfahrungen dazu?

Ich war immer Wechselwähler und stehe den Parteien nahe, die versuchen soziale Standards durchzusetzen. Mir wurde zweimal von verschiedenen Parteien ein Bundestagsmandat angeboten, was ich ablehnte. Dies ist nicht mein Weg, mich einzubringen. Damit bin ich womöglich in einem Fall meinem Parteiausschluss durch Nichteintritt zuvorgekommen. (lacht) Die Mindestvoraussetzung ist eine Gewerkschaftsmitgliedschaft. Das wiederhole ich bei allen Veranstaltungen, aber es genügt eben nicht die passive Mitgliedschaft, sondern die aktive. Ich sehe das Problem der Gewerkschaften bei uns in Deutschland – übrigens viel stärker als in Österreich – darin, dass sie keine gestaltende Kraft mehr sind, sondern zum Teil mit dem Rücken zur Wand stehen. Die Mitglieder laufen ihnen weg. Viele nehmen Gewerkschaften erst wahr,



Die Mindestvoraussetzung ist eine Gewerkschaftsmitgliedschaft. Das wiederhole ich bei allen Veranstaltungen, aber es genügt eben nicht die passive Mitgliedschaft, sondern die aktive.

wenn sie selber Rechtsschutz in Anspruch nehmen müssen. Ich arbeite mit den Gewerkschaften zusammen, die an der Basis wirken, aber auch mit FunktionärInnen, die basisorientiert sind. Da gibt es gerade in der IG Metall, ver.di, IG Nahrung Genuss, IG Bau etc. viele KollegInnen, mit denen ich im Austausch bin.

Haben in unserer »schönen neuen Welt« Gewerkschaften noch Platz?

Es gibt in Deutschland sehr viele – junge – Menschen, die durch unsere Pseudo-spaßgesellschaft die Orientierung verloren haben. Wir haben hier einen extremen Bildungsnotstand, da brauchten wir Entwicklungshilfe z. B. von den skandinavischen Ländern. Zu meinen Veranstaltungen kommen wieder viele jüngere Menschen. Die Spaßgesellschaft, das dumpfe Entertainment, hat ausgejuxt. Die Probleme sind zu drastisch und viele merken, dass sie trotz guter Schulabschlüsse, Studium, Praktika nicht einmal einen Arbeitsplatz bekommen, der ihnen ein menschenwürdiges Leben garantiert. Eine soziale Bewegung ist überfällig, die aus den Fehlern der Vergangenheit lernt, parteiübergreifend und antidogmatisch, keiner starren Ideologie verhaftet ist.

Welche Rolle spielt dabei das Internet?

Es sollte im Schulunterricht gelehrt werden, mit dem Internet umzugehen. Langfristig sehe ich große Chancen darin. Es wird alles bekannt. Es gibt keine geheimen Welten mehr. Jeder kann das Unrecht weltweit wahrnehmen und seinen persönlichen Wissensstand erweitern.

Aber ich sehe gleichzeitig das ganz große Verwirrspiel im Internet. In einem Unterrichtsfach müsste man lernen, Seriöses von Wahnwelten zu unterscheiden. Wenn Jugendliche sich nur auf das Internet verlassen und nicht mehr lesen und sich anderweitig informieren, dann kann es zur großen Desorientierung kommen.

Vor 33 Jahren haben Sie als Hans Esser in der BILD-Zeitung Mediengeschichte geschrieben. Wo steht die BILD heute?

Der Springer-Konzern selbst ist nicht mehr der monolithische Block, der er zur Zeit von Axel Springer war. Aber die BILD-Zeitung hat sich in ihrem Charakter nicht grundsätzlich geändert. Sie ist immer noch ein Blatt, das die Verblödung fördert, Vorurteile schafft und immer noch aus Häme und Hetze besteht. Vor allem zu Wahlkampfzeiten ist diese Zeitung das Flaggschiff des jeweils »rechtsten« Kandidaten. Die Auflage ist in den Vorjahren dramatisch eingebrochen, das ist das Positive. Zusammenfassend: Immer wieder ein gefährliches Blatt. Zum Glück komme ich dort gar nicht vor oder wenn, dann negativ. Wenn die anfangen, mich zu loben, müsste ich mich fragen, was ich falsch gemacht habe.

Sie wurden damals ja auch geklagt?

Ja, es gab jahrelange Prozesse, die ich schließlich in letzter Instanz beim Bundesverfassungsgericht gewonnen habe. Auch meine Methode wurde als legitim angesehen. Das Oberste Gericht hat damals erklärt: »Wenn es um gravierende Missstände geht, hat die Öffentlichkeit

BUCHTIPP

Günter Wallraff
Aus der schönen neuen Welt

Expeditionen ins Landesinnere
Kiepenheuer & Witsch,
2009, 325 Seiten, € 14,40
ISBN: 978-3-462-04049-4



Vorbestellung:

ÖGB-Fachbuchhandlung, 1010 Wien,
Rathausstr. 21, Tel.: (01) 405 49 98-132
fachbuchhandlung@oegbverlag.at

das Recht, darüber informiert zu werden, auch wenn diese Informationen unter anderer Identität zustande gekommen sind.« Das hat den Spielraum auch von anderen KollegInnen erweitert.

Wir haben ja in Österreich die »Kronen Zeitung«. Ist Ihnen die ein Begriff?

In den 70er-Jahren bekam ich Besuch. Da kam ein aufgeschlossener, freundlicher Mann zu mir und bot mir an, doch regelmäßig für seine Zeitung Sozialreportagen aus aller Welt zu schreiben, Honorarspiele keine Rolle, Themen könne ich selbst wählen. Ich habe ihn damals in meiner Küche empfangen. Ich kannte Hans Dichand nicht und sagte, er solle mir doch vorher mal seine Zeitung zusenden. So lernte ich die Kronen Zeitung kennen. Die war garniert mit Hetzkolumnen eines gewissen Staberl. Ich habe Dichand freundlich geantwortet, dass dies wohl nicht ganz das Umfeld für mich sei.

Wie sehen Sie die Lage der JournalistInnen in Deutschland? In Österreich häufen sich Privatkonkurse.

In Deutschland wird es auch immer schwieriger. Ich rate Jüngeren, die den Beruf erlernen wollen: Lernt noch einen anständigen zweiten Beruf, damit ihr nicht nachher darauf angewiesen seid und euch verbiegen müsst. Der Spielraum wird immer mehr eingeengt. Qualitätszeitungen verlieren an Auflage. Werbung und redaktioneller Teil werden oft vermischt. Viele Lokalzeitungen bringen zunehmend versteckte Werbung. Da sehe ich große Probleme. Man sollte über öffentlich rechtliche Zeitungen wie in Schweden diskutieren.

Sie werden immer wieder angegriffen. Zuletzt wegen des Films »Schwarz auf weiß«, in dem Sie als Schwarzer Deutschland bereisen.

Es gab sehr differenzierte Debatten und das finde ich erstmal positiv. Wenn es nur wohlwollende, laue Zustimmung gäbe, hilft das dem Thema nicht. Dem Anliegen kann nichts Besseres passieren als eine kontroverse Diskussion und hier gibt es jetzt zunehmend Vertreter von Schwarzen-Organisationen, die den Film nutzen, um ihre eigenen viel tiefer und weiter gehenden Probleme in die Öffentlichkeit zu bringen. Da kann ich mich nicht beklagen. Manche meiner Kritiker machen den Boten nieder, um die Botschaft nicht an sich ranzulassen. Aber der Zuspruch ist größer, vor allem von in Deutschland lebenden Schwarzen. Und darum geht es.

Bei Ihren Reportagen schlüpfen Sie nicht nur in die Opferrolle. Wie weit mussten Sie sich überwinden, als Call-Center-Agent Menschen am Telefon abzuzocken?

Ich habe mir immer heimlich die Telefonnummern notiert, um die erpressten Abschlüsse abends rückgängig zu machen. Diejenigen, die zu dieser Arbeit teils über die Arbeitsagenturen zwangsverpflichtet worden sind – wer sich weigert bekommt eine Sperre – sind die Bedauernswertesten. Die müssen sich da zu Betrügnern ausbilden lassen. Daher ist dort die Fluktuation extrem hoch. Das ist wider die mensch-

liche Natur. Es ist dennoch ein boomendes Gewerbe. Da habe ich durch meine Arbeit erreicht, dass ein neues Gesetz erlassen wurde. Die Bußgelder wurden erhöht, Telefonnummern dürfen nicht mehr unterdrückt werden und auch das Widerrufsrecht wurde erweitert.

Es ist gar nicht so einfach, als 67-Jähriger Jobs zu bekommen – sind Sie an Ihrer biologischen Grenze angelangt?

Ich habe eine gute Maskenbildnerin, die kriegt mich gerade noch so als 49-Jährigen hin. Mir ist aber bewusst, dass ich das irgendwann nicht mehr machen kann. Ich erarbeite gerade mit Gewerkschaften ein Konzept für ein Wallraff-Stipendium. Da sollen KollegInnen – JournalistInnen, SchriftstellerInnen, auch ArbeiterInnen oder Angestellte – ihre Erfahrungen beschreiben, aber auch gezielt in Bereiche hineingehen, um dann in Zeitschriften, Büchern, Filmbeiträgen, ihre Erfahrungen darzulegen. Ich werde mitberatend tätig sein, eine Jury soll dann diese Projekte bezuschussen.

Eine Art Verbote findet sich in der Reportage »Unfeine Küche« im Buch.

Hier hatte ein Lehrling den Mut, sich zu widersetzen. Jede Woche treten etliche Menschen an mich heran und bitten mich, Unrecht aufzudecken. Ich kann nicht alle bearbeiten. Im Fall von gravierendem Unrecht wende ich mich an die Firmenleitung und weise sie auf die Missstände hin. Von Zeit zu Zeit passiert dann etwas. Manchmal bringe ich als Mediator Leute an einen Tisch, auch gemeinsam mit GewerkschaftsvertreterInnen. Neuerdings wenden sich häufiger Menschen in leitenden Positionen an mich, z. B. der Deutschen Bahn. Leitende, die zu Leidenden wurden. Da bleibe ich dran.

Ich persönlich versuche bewusst zu konsumieren. Wie geht es dem wohl informierten Konsumenten Günter Wallraff?

Nachdem ich in dieser Lidl-Zulieferer-Brotfabrik gearbeitet hatte, habe ich auch noch in einer Bio-Bäckerei gearbeitet: Ein Unterschied wie Tag und Nacht. Ich wäre sehr für Positivlisten von Unternehmen, von denen man sagen kann, die sind

glaubwürdig, da stimmen die Arbeitsbedingungen und auch die Produkte sind zu empfehlen. Ich bin bewusster Verbraucher. Ich bin allerdings auch bequem und ertappe mich, dass ich manchmal aus Zeitgründen in Geschäften einkaufe, die ich eigentlich boykottieren sollte. Ich bin also nicht in allem konsequent.

Wäre nach den vielen Reportagen über die »ganz unten« – nicht auch solche über die »ganz oben« notwendig?

Ich finde es für eine Gesellschaft gefährlich und ruinierend, wenn sie in immer verarmendere Schichten zerrissen wird, wo Armut weiter vererbt wird, wo es auch schulisch kaum Aufstiegschancen gibt und in der gleichzeitig große Vermögen immer mehr begünstigt werden. Wir haben ja nicht einmal eine Vermögenssteuer. Dies sichtbar zu machen wäre sicher ein Thema. Es muss nicht gleich eine Neiddebatte daraus entstehen. Wo Reichtum verprasst und auf Kosten von anderen schamlos ausgebeutet wird, das muss sichtbar gemacht werden. Dagegen sollte man aber auch diejenigen positiv herausstellen, die den Satz »Eigentum verpflichtet«, der im deutschen Grundgesetz steht, durch soziale und kulturelle Leistungen leben.

Sie haben viele Reportagen gemacht, auf welche sind Sie am meisten stolz?

Stolz – erst recht Nationalstolz – geht mir ab. Da fällt mir ein Sprichwort ein: Dummheit und Stolz wachsen aus einem Holz. Ich kann auch nicht sagen, welche meiner fünf Töchter mir am liebsten ist. Die haben sich alle dank ihrer Mütter trotz oft abwesenden Vaters hervorragend und eigenständig entwickelt.

Wir danken für das Gespräch.

Katharina Klee für Arbeit&Wirtschaft

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Redaktion
aw@oegb.at

Tarnung Kommunikation

Fachblätter und Zentralorgane spielten zu Beginn der Gewerkschaftsbewegung eine wichtige Rolle.

Gewerkschaften waren ab 1870 nicht mehr verboten, aber wenn die Regierungsbehörden ihre Forderungen und Ziele als »staatsgefährdend« einstuften, konnten sie noch immer aufgelöst werden. Das passierte 1897 auch den ersten aus der sozialdemokratischen Arbeiterbewegung hervorgegangenen Freien Gewerkschaften der EisenbahnerInnen. Sie hatten es gewagt, ein demokratisches Wahlrecht zu fordern – und das auch für Frauen. Auch die Beteiligung am Aufbau der »Internationalen Transportarbeiterföderation« wurde als Auflösungsgrund angeführt. In einem Vierteljahrhundert der Verfolgung durch die österreichische Halbdiktatur hatten die Fachvereine Methoden gefunden, die Auflösungsbescheide zu unterlaufen, bis wieder legales Arbeiten möglich wurde. Die Fachblätter und Zentralorgane spielten dabei eine wichtige Rolle. Sie waren von Anfang an unverzichtbares Kommunikationsmittel der jungen Gewerkschaftsbewegung. Fast alle anderen Zeitungen standen aufseiten ihrer GegnerInnen. So regten sich alle größeren Blätter auf, als 1892 die erste EisenbahnerInnenorganisation gegründet wurde. »Das **Neue Wiener Tagblatt** schrieb: *Der Fachverein ist einer der letzten in einer Reihe von Gründungen, aber einer der gefährlichsten, dem eine große Bedeutung für unser öffentliches Leben nicht abzusprechen ist. Möge die Regierung darüber wachen, dass er sich nicht zum Schaden des Staates entwickle.*«

Die Überlebensstrategie bestand darin, statt der Organisation selbst, den Redakteur und/oder Zentralsekretär (oft eine Person) als Eigentümer und Herausgeber anzumelden. Das schützte nicht vor Beschlagnahme einzelner Nummern und



Archiv der Gewerkschaft Vida

vor Zensur, ermöglichte aber oft – bei BuchdruckerInnen und EisenbahnerInnen – das Weiterbestehen des Fachblatts und seiner Redaktion im Fall der behördlichen Auflösung des Vereins. So konnte Josef Tomschik, ursprünglich Werkstättenarbeiter bei der Westbahn, einer der Gründer der EisenbahnerInnenorganisation, Zentralsekretär, Herausgeber und Redakteur des »Eisenbahners«, die Gewerkschaftsarbeit nach dem Verbot über ein Jahr lang unter diesem Deckmantel weiterführen. Natürlich gingen die Mitgliederzahlen dramatisch zurück, aber die 11.000 AbonnentInnen bildeten den verlässlichen harten Kern. Trotz Zensur stärkten die Artikel das Gewerkschaftsbewusstsein. Selbst Protestaktionen fanden statt, wenn diese auch – oft nach der damaligen Gesetzgebung widerrechtlich – von der Polizei abgewürgt wurden. Zum Gewerkschaftsjubiläum 1932 berichtete Josef Tomschik:

»An die Stelle der aufgelösten Organisation trat das Fachblatt »Der Eisenbahner«. Der Mitgliedsbeitrag wurde als Abonnement-Beitrag an das Fachblatt abgeführt, und die ganze Organisationsarbeit wurde so wie bisher geleistet. Rechtsschutz wurde erteilt, Unterstützungen wurden gegeben, Versammlungen wurden abgehalten usw., bis es gelang, eine neue Organisation, und zwar mit dem Titel »Allgemeiner Rechtsschutz- und Gewerkschaftsverein für Österreich« zu gründen. Das Wort »Eisenbahner« durfte im ganzen Statut nicht vorkommen.«

Zusammengestellt und kommentiert
von Dr. Brigitte Pellar
brigitte.pellar@aon.at

Meinungswirtschaft

Wie schaut die Medienlandschaft in Österreich aus, wer bestimmt sie, wem dient sie, wer verdient daran?

Autor: Dr. Wilfried Leisch

Freier Journalist

Laut Mediaanalyse 2008/2009 erzielt die »Kronen Zeitung« eine Reichweite von knapp über 41 Prozent oder 2,92 Mio. LeserInnen. An zweiter Stelle rangiert die »Kleine Zeitung« mit fast zwölf Prozent, gefolgt von »Österreich« mit 9,7 Prozent, Kurier 8,8 Prozent und Standard sechs Prozent.

»KroKu-Deal«

Die hohe Verbreitung der »Kronen Zeitung«, die »Westdeutsche Allgemeine Zeitung« (WAZ) als gemeinsamer Eigentümer von Krone und Kurier sowie die Mediaprint als gemeinsames Verlagshaus machen Österreich zu einem Land mit einer der höchsten Medienkonzentrationen. Zudem betreibt die Mediaprint mit den »Salzburger Nachrichten« gemeinsam ein Druckzentrum und hat in einer gemeinsamen Firma die Hauszustellungen im Land Salzburg zusammengelegt. Seit Jänner 2010 wird auch der »Standard« in ihrem Druckzentrum gedruckt. Die Mediaprint (1.880 Beschäftigte, 485 Mio. Euro Umsatz) ist über den »Kurier« mit der Raiffeisenbank verbunden und an der News-Gruppe beteiligt.

Die News-Verlagsgruppe (540 Beschäftigte, 150 Mio. Euro Umsatz), ist der marktbeherrschende Magazinkonzern (Profil, Format, Trend, News, e-media, tv-media, Woman usw.). Eigentümer sind neben der Familie Fellner (18,6 Pro-

zent), die seit 2006 die Tageszeitung »Österreich« herausgibt, die deutsche Bertelsmanntochter Gruner + Jahr (56 Prozent) und der Kurier (25,4 Prozent). Nachdem schon früher »Format« und Profil (»Formil«) zum News-Verlag kamen und dann Mediaprint- und News-Gruppe fusionierten, entstand der »Mediamil-Komplex«, quasi als Kern und Symbol der österreichischen Medienverfälschung, mit Hans Dichand, WAZ, Raiffeisenbank, Gruner + Jahr und dem Haus Fellner als »Big Player«.

Eigentümer der Styria Media Group AG (»Kleine Zeitung«, »Die Presse«, »Wirtschaftsblatt« – 3.300 Beschäftigte, 486 Mio. Euro Umsatz) ist die Katholische Medien Privatstiftung der Diözese Graz-Seckau. Mit der Styria Multi Media (Diva, Wiener, Wienerin, Sportmagazin) besitzt sie die nach der News-Gruppe zweitgrößte Magazinholding. Kooperiert wird auch mit dem drittgrößten Printmedienkonzern, der Moser Holding AG (221 Mio. Euro Umsatz, 1.230 Beschäftigte), die die »Tiroler Tageszeitung«, TT-kompakt sowie Bezirkszeitungen und gemeinsam mit Styria Gratisblätter österreichweit herausgibt. An der Moser Holding ist Raiffeisen Oberösterreich mit knapp 15 Prozent beteiligt.

Was »Onkel Hans« mit Kleinformat, Sohn und Schwiegertochter sowohl bezahlt als auch gratis (»Heute«) schon hat, »Giebelkreuzkonrad« immer mehr ausbaut, das will der »Fellner-Clan« auch erreichen. Via News-Gruppe und seit 2006 mit »Österreich« mischt Fellner kräftig mit.¹ Was an Macht und Geld fehlt, soll durch Infotainment und Aggressivität am Medienmarkt erzielt werden. Auf das

Konto der Fellners geht »eine Verlüderung der journalistischen Kultur und ein Niedergang der professionellen Ethik, die schlechthin desaströs sind ... öffnet den Blick in schauernde Abgründe – den aller Demokratie Hohn sprechenden Filz von Politik und Fellnerismus, der im Faymannland zum Alltag geworden ist.«²

Ra(i)ffgold

Raiffeisen ist nicht nur ein Lagerhaus und eine Bank, sondern auch ein Medienhaus, und somit nicht nur an der Moser Holding, sondern auch am Niederösterreichischen Pressehaus, das die regionalen Wochenzeitungen NÖN und BVZ herausgibt, neben der Erzdiözese St. Pölten (80 Prozent) zu 20 Prozent beteiligt. Über die Medicur-Holding Gesellschaft m. b. H. (Raiffeisen-Holding NÖ, RZB und UNIQA), hält sie wesentliche Beteiligungen an Medienunternehmen in den Bereichen Print (Kurier, News-Verlagsgruppe, Profil, APA, Mediaprint, Krone Hitradio), Privat-TV (Sat1 Österreich) sowie Plakat- und Außenwerbung (Epamedia). Bereits 2005 unter ORF-Generaldirektorin Monika Lindner hat sich Raiffeisen zu 40 Prozent in die ORF-Rundfunksendergesellschaft **ORS** – sie betreibt für den ORF 1.795 Sendeanlagen an 477 Standorten – eingekauft. Anfang 2009 übernahm die Medicur die Epamedia ganz. Raiffeisen-Vertreterin in einigen dieser Firmen: Monika Lindner.

¹ Harald Fidler: »Österreichs Medienwelt von A bis Z«, Falter Verlag 2008; und: Österreichs manischer Medienmacher. Die Welt des Wolfgang Fellner, Styria 2009.

² Wolfgang Langebuecher, früherer Vorstand des Wiener Publizistik-Instituts, Standard, Album, 3./4. 10. 2009

KonsumentInnen bezahlen über die Kosten für die Produkte und Dienstleistungen der InserentInnen oder über die Presseförderung ohnehin für das kurz darauf im Altpapier landende bedruckte Dre..., pardon, Druckwerk.



Ende 2008, mitten in der Finanzkrise, konnte sich Raiffeisen-General Christian Konrad eine Privatisierung von ORF 1 vorstellen und interessierte sich dafür.³

Über Gebühr?

Führendes audiovisuelles Medienunternehmen in Österreich ist der ORF (3.370 Beschäftigte, 886 Mio. Euro Umsatz). Ca. ein Drittel seiner Einnahmen kommen aus der Werbung. KritikerInnen meinen, dass sich der ORF von Privat-TV-Sendern nicht mehr sehr unterscheidet.

Immer wieder entflammt die Gebührendebatte: Die ORF-Inkasso-Tochter GIS möchte schon Gebühren einheben dürfen, wenn der Senderempfang prinzipiell möglich ist, unabhängig davon, ob jemand ein Gerät betreibt oder nicht.⁴

Die in Österreich meist genutzten Nachrichtenagenturen sind neben der **APA**, mit u. a. ihrem Original-Text-Service (OTS), v. a. die weltweite **Agentur Reuters** und die »presstext austria« (pte). Die APA ist eine Genossenschaft aus ORF und den österreichischen Kaufzeitungen exklusive der Krone. Vorteil, auch des OTS-Services: vorbereitete Infos in leicht weiter verarbeitbaren Häppchen. Nachteil: Immer mehr Medien schreiben – nicht zuletzt durch Kürzungen bei Personal und Geld – das Gleiche. Hinterfragen wird Luxus. Diesen Umstand macht sich PR und Lobbying zunutze. Es sind

³ Standard, 7.11.2008; Raiffeisen Archiv, 15. Juli 2005, www.raiffeisen.at; zu Medicur und Epamedia: APA, OTS0205, 2.2.2009

⁴ Kurier, 30.12.2009

⁵ BENTELE, G., HALLER M. (Hg): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz 1997

⁶ S. Broczka, Das Meinungskartell, »Datum«, 7–8/2009

vorwiegend PR-Leute und nicht JournalistInnen, die Themen forcieren und die publizistische Wirklichkeit gestalten.⁵

2009 schlossen sich bekannte österreichische LobbyistInnen, PR- und PolitikberaterInnen (Helmut Brandstätter, Monika Langthaler, Peter Filzmaier, Maria Rauch-Kallat, Sophie Karmasin) unter der Führung der Branchen-Gurus Wolfgang Rosam und Dietmar Ecker in der Über-Agentur »Lead – Leading Advisors Group GmbH« zusammen. Bedenklich ist die entstehende Machtfülle und -konzentration, die Verquickung von Markt- und Meinungsforschung und PR und Lobbying sowie die mangelnde Transparenz nach außen: Es entsteht »ein Meinungsbeeinflussungskartell von ungeahntem Ausmaß.«⁶

Für die »Verluderung« des Journalismus und der Medienlandschaft in Österreich sind mehr als ein Medium oder eine Person verantwortlich. Die gegenseitigen Verschränkungen im Verdrängungswettbewerb des Meinungsmachergewerbes zeigen letztlich doch, dass im Kampf um Quoten und Millionen eine Hand die andere wäscht, und den Schmutz die schweigende Mehrheit auszubaden hat.

»Heute« gratis – morgen teuer

Die sogenannten Massenmedien sind Mittel zum Zweck zur Beeinflussung breiter Bevölkerungsschichten. Mehr oder weniger werden via in Werbung, Marketing, Lobbying, Event- und PR-Journalismus oder Infotainment eingebettete »Berichte« und Kommentare bloß die unterschiedlichen Polit- und Geschäftsinteressen der InserentInnen und

WEBLINKS

Mehr Infos unter:
www.media-analyse.at
www.rtr.at
www.firmenabc.at

EigentümerInnen unters Volk gebracht. Immer öfter gratis, aber wohl nicht umsonst: Medienkonzerne flüchten durch Ausgliederungen in branchenfremde KV und untergraben bestehende arbeits- und sozialrechtliche Standards. KonsumentInnen bezahlen über die Kosten für die Produkte und Dienstleistungen der InserentInnen oder über die Presseförderung ohnehin für das kurz darauf im Altpapier landende bedruckte Dre..., pardon, Druckwerk. Auch für die Folgen der in den Medien schön geschriebenen oder scheinbar kritisierten Wirtschaft und Politik – usw. sehr, sehr teuer, wie gerade die Krise zeigt. Wie sagte eine Betriebsrätin auf einem AK-Medienseminar unlängst: Das beste Massenmedium sind wir selbst, wenn wir uns kein »X« für ein »U« vormachen lassen, uns solidarisch und gemeinsam für unsere Anliegen einsetzen und bemerkbar machen.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
 an den Autor
w.leisch@aon.at
 oder die Redaktion
aw@oegb.at

Sterbendes »Gewerbe«?

Der Journalismus in Österreich steht in den vergangenen Jahren mehr denn je im Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Demokratie.

Zugegeben, Betrachtungen über die Zukunft des Journalismus mit einer Rückblende auf Gutenberg zu beginnen, klingt weder besonders originell noch besonders kurzweilig. Dennoch – ein Blick zurück auf die Geschichte der Buchdruckerkunst kann recht hilfreich sein, wenn es um die Zukunft journalistischer Tätigkeit geht.

Frisch aus der Presse

Also **Gutenberg**. Als dieser um 1450 den Buchdruck entwickelte (das Verdienst des Mainzers besteht darin, damals bereits bekannte Techniken weiterzuentwickeln und zu kombinieren – »erfinden« im eigentlichen Sinn hat Gutenberg den Buchdruck nicht) gab es eine eher überschaubare Nachfrage nach Büchern: Die Kunst des Lesens war nur mäßig verbreitet, aber auch das Angebot an Literatur war überschaubar.

Um die Kapazitäten der Druckpressen besser zu nutzen, begannen die frühen Buchdrucker unter anderem, Flugblätter mit – meist chronikalen – Nachrichten zu produzieren, die von Lesekundigen erworben und oft gegen Entgelt an öffentlichen Plätzen vorgetragen wurden: Es waren die Vorgänger der Zeitung. Wir vermerken: Die ersten Zeitungen erschienen aus einem rein öko-

nomischen Grund, nämlich um Überschusskapazitäten der Druckerpressen zu nutzen.

Eine wichtige Rolle spielten Zeitungen in der französischen Revolution und der »bürgerlichen Revolution« 1848. Zeitungen wurden zur Speerspitze der Bewegung, Verleger verbanden deren Herausgabe oft mit politischen Zielen.

Medien sind Unternehmen

Beides – wirtschaftliche und politische Ziele – sind Motive, die sich auch heute in den Medien finden, freilich in unterschiedlicher Ausprägung. Medien sind längst nicht mehr die Speerspitzen politischer Bewegungen. Medien sind Unternehmen, an denen sogar Finanzinvestoren Gefallen finden, und damit ändern sich die Motive. Gewinnstreben steht im Vordergrund, Renditedenken bestimmt Investitions- (und Deinvestitions-)entscheidungen. JournalistInnen verstehen sich zwar teils immer noch als KämpferInnen für die Rechte Unterdrückter, VerteidigerInnen der Demokratie, WächterInnen über den Rechtsstaat – doch »in Wirklichkeit«, nämlich in der ökonomischen Realität einer Wirtschaftskrise, sind sie für die Verlage in erster Linie Kostenfaktoren. Und es gilt, diese Kostenposition so niedrig wie möglich zu halten. Aber – wie niedrig ist möglich? Der journalistische Arbeitsmarkt ist hoffnungslos überbesetzt. Universitäre und außeruniversitäre Ausbildungsstätten produzieren einen stetig wachsenden Überschuss an Menschen, die in den Journalismus drängen und bereit sind, den Berufseinstieg um fast je-

BUCHTIPP

Harald Fidler:
Österreichs Medienwelt von A bis Z

Das komplette Lexikon mit 1.000 Stichwörtern von »Abzockfernsehen« bis »Zeitungssterben« 2008, 630 Seiten, € 48,- ISBN: 978-3-8543-9415-0



Vorbestellung:

ÖGB-Fachbuchhandlung, 1010 Wien, Rathausstr. 21, Tel.: (01) 405 49 98-132
fachbuchhandlung@oegbverlag.at

den Preis – spricht: jede noch so geringe Entlohnung – zu versuchen.

Für die Medienunternehmen ergibt sich daraus die Versuchung, das Angebot zu nutzen, und zwar ohne Rücksicht auf Kollektivverträge und Arbeitsrecht. Die Anstellung wird zur Ausnahme, die freie Mitarbeit als Medien-TagelöhnerIn zur Regel und immer häufiger drängen Verlage ihre MitarbeiterInnen sogar in die Rolle von unfreiwilligen Gewerbetreibenden. Journalismus als Gewerbe, als »unternehmerische Tätigkeit«? »Freie UnternehmerInnen« in völliger Abhängigkeit von Medienkonzernen? Eine wahrhaft perverse Zukunftsperspektive.

JournalistInnen-KV schützt

Die Gefahren, die sich daraus ergeben, betreffen alle: die JournalistInnen, die MedienkonsumentInnen, die Demokratie, letztlich auch die Medienunterneh-

WEBLINK

Infos zur JournalistInnengewerkschaft in der GPA-djp
www.journalistengewerkschaft.at

JournalistInnen verstehen sich zwar teils immer noch als KämpferInnen für die Rechte Unterdrückter, VerteidigerInnen der Demokratie, WächterInnen über den Rechtsstaat – doch »in Wirklichkeit«, nämlich in der ökonomischen Realität einer Wirtschaftskrise, sind sie für die Verlage in erster Linie Kostenfaktoren.

men selbst. Zunächst zu den unmittelbar Betroffenen, den JournalistInnen: Ausschließlich eine Anstellung unter einem Journalisten-Kollektivvertrag ist der Garant für innere Meinungsfreiheit und seriöses Arbeiten. Die Kündigungsbestimmungen schützen JournalistInnen vor den unmittelbaren Folgen von Interventionen und Willkür.

Luxus investigativer Journalismus

Die Haftungsbestimmungen schützen vor ruinösen Klagen, Urlaubs- und Krankenstands-Regeln entsprechen den gesundheitlichen Gefahren eines Stressjobs, die (allerdings verwaschenen und unklaren) Urheberrechtsbestimmungen sind das (verbesserungsfähige) Ergebnis der Erkenntnis, dass es ohne JournalistInnen gar keine Urheberrechte geben kann.

Nur angestellte JournalistInnen haben die Zeit, komplizierte und langwierige Recherchen anzustellen, wie sie investigativer und kritischer Journalismus erfordert – mit dem Risiko, dass die Arbeit mehrerer Tage oder auch Wochen vielleicht das eine oder andere Mal ergebnislos abgebrochen werden muss. Für freie MitarbeiterInnen würde dies einen wirtschaftlich nicht tragbaren Einkommensausfall bedeuten.

Wenn Medien also immer stärker auf »Freie« setzen, dann setzen sie damit eine verhängnisvolle Automatik in Gang: Aufwendige, komplizierte Recherchen sind immer weniger möglich, weil aus der Sicht der nicht angestellten JournalistInnen zu zeitraubend und wirtschaftlich daher nicht vernünftig.

»Infotainment« oder »Advertorials« – seichte Unterhaltung oder die Vermischung von Werbetexten mit journalistischen Inhalten – bringen da, scheinbar, viel mehr. Dies führt allerdings zu einer immer stärkeren Uniformierung der Medienszene. LeserInnen sind immer weniger bereit, für sinkende Qualität Geld auszugeben, also müssen Gratismedien her, mit einer weiteren Nivellierung nach unten – eine verhängnisvolle Spirale aus Kostendruck, Qualitätsminderung und sinkenden Auflagen oder ebensolchen Einschaltquoten.

Es sind also scheinbar ökonomische »Gesetze«, die einen Sparkurs in Medien »erzwingen«. Das Ergebnis ist ein ähnliches wie in Diktaturen: Medien werden unkritisch, stromlinienförmig, seicht. Das westliche Wirtschaftssystem schafft seine Kontrollinstanz, die Medien, durch die Wirksamkeit scheinbarer wirtschaftlicher Zwänge ab – ein sanfterer Weg als in Diktaturen, aber ebenso effizient und im Ergebnis ähnlich: Am Ende dieses Weges steht das Ende der Medien als Kontrollinstanz wirtschaftlicher und politischer Macht. Wirtschaftlich gut geht es da nur jenen Medienunternehmen, denen es gelungen ist, selbst Macht auszuüben.

Wege aus der Krise

Gibt es einen Weg aus der Krise? Vermutlich ja, aber dieser führt nicht über Kaputtsparen und Absenkung des Niveaus. Derzeit verhandeln Journalistengewerkschaft und Verband der österreichischen Zeitungen über einen neuen Kollektivvertrag. Aus Sicht der Gewerkschaft soll

INFO & NEWS

Journalistengewerkschafts-Präsidium

In seiner konstituierenden Sitzung Anfang Jänner hat das neu gewählte Präsidium der Journalistengewerkschaft – identisch mit der Leitung des Wirtschaftsbereichs 25/Medien in der GPA-djp – Franz C. Bauer, (trend, profil) wieder zum Präsidenten/Wirtschaftsbereichsleiter bestellt. Zu Vizepräsidenten wurden Eike Kullmann (Oberösterreichische Nachrichten) und Ute Gross (Kleine Zeitung) gewählt. .

dieser jene Gruppen, die bisher zum Teil widerrechtlich abseits stehen mussten, erfassen: Freie, Online-RedakteurInnen, Agenturen und jene, die Opfer einer Kollektivvertragsflucht durch Ausgliederungen wurden.

Aus Sicht der UnternehmerInnen soll der neue Kollektivvertrag die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Unternehmen berücksichtigen, also »billiger« werden. Gelingt es, ein Vertragswerk zu schaffen, in dem sich beide Positionen finden, dann wäre das ein wichtiger erster Schritt für die Gesundung eines Wirtschaftszweiges, der über weit mehr als ausschließlich wirtschaftliche Bedeutung für dieses Land verfügt.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Redaktion
aw@oegb.at

Unter Druck

Wirtschaftskrise, sinkende Werbeeinnahmen, Konkurrenz via Internet sorgen bei GewerkschaftsvertreterInnen in Österreichs Medien für schlaflose Nächte.

Autorin: Astrid Fadler

Freie Journalistin

Besondere Zeiten erfordern besondere Maßnahmen: Nach Fusionen und Verlagsszusammenschlüssen nahmen Österreichs Medienunternehmen zuletzt die Wirtschaftskrise zum Anlass für Auslagerungen, KV-Flucht, Null-Lohnrunden und Personalreduktion. Von Wien bis Vorarlberg wurden mitunter ganze Redaktionsteams ausgegliedert. So gründete die Moser Holding AG (Tiroler Tageszeitung, Weekend-Magazin, Life Radio Tirol etc.) nach Massenkündigungen bei der Oberösterreichischen Rundschau das MOHO-Newscenter. Die »Presse« (Styria Media Group AG) transferierte im Jänner 2009 im Zuge von Umstrukturierungen und der Einführung der »Presse am Sonntag« 26 JournalistInnen und FotografInnen sowie rund ein Dutzend freie MitarbeiterInnen in die sogenannte Content Engine (CE).

Leere Worte

Michael Lohmeyer, Betriebsratsvorsitzender und stv. Vorsitzender Styria Konzernvertretung: »Offizielle Begründung für die Ausgliederung war, dass diese KollegInnen auch für den Online-Bereich arbeiten. Tatsächlich werden die meisten Print-Texte in die Online-Ausgabe übernommen und nach wie vor arbeiten auch andere KollegInnen außerhalb der Content Engine für den Online-Bereich.

Nach welchen Kriterien das CE-Team zusammengestellt wurde, ist bis heute unklar.« Der Zweck der Übung allerdings ist offensichtlich: Die betroffenen MitarbeiterInnen wurden nicht nach dem Journalisten-KV, sondern nach dem Gewerbe-KV eingestuft, was den Unternehmen Kosten erspart. Lohmeyer: »Es geht nicht nur um den Verlust wohlverborener Rechte, sondern um das Grundrecht der freien Meinungsäußerung. Der Gewerbe-KV kennt beispielsweise auch kein Redaktionsgeheimnis. Hier geht es um die Zukunft des Journalismus.«

Klage bei Arbeits- und Sozialgericht

Da sowohl die Gespräche mit der Styria als auch mit der Presse-Geschäftsführung im Sande verliefen, reichte der Betriebsrat Ende Juni die Klage beim Arbeits- und Sozialgericht ein. Erklärtes Ziel ist, die Ausgliederung rückgängig zu machen. Mittlerweile hat »Presse«-Geschäftsführer Reinhold Gmeinbauer in einem Interview mit der Zeitschrift »Der österreichische Journalist« anlässlich seiner Wahl zum Medienmanager des Jahres konstatiert, dass »mit der derzeitigen Form der Content Engine einige Mitarbeiter, der Betriebsrat und auch der Verlag nicht zufrieden sind. Das sollten wir raschest ändern ...« Bleibt abzuwarten, in welcher Form und wie rasch diese Veränderungen tatsächlich stattfinden werden.

Im übrigen kritisieren GewerkschaftsvertreterInnen die allgemein verbreitete Praxis, dass die Online-Redaktionen von Anfang an ausgegliedert wurden. Eine von der Gewerkschaft in Auftrag gegebene Umfrage hat ergeben, dass knapp

INFO & NEWS

Der ORF-Redakteursrat

Entsprechend dem Mediengesetz gibt es beim ORF abseits des BR eine weitere Form der Personalvertretung für die RedakteurInnen, die unter anderem für Verhaltensregeln punkto Trennung von Werbung und Redaktion zuständig ist, ein Vetorecht bei der Einsetzung der Chefredakteure hat etc.: Die RedakteurInnen eines Betriebsbereiches (Landesstudios, Hauptabteilung), aber auch der ORF-Töchterfirmen mit journalistischen MitarbeiterInnen bilden die sogenannte Redakteursversammlung. Für jeweils zehn RedakteurInnen wird ein Redakteurssprecher für zwei Jahre gewählt. Diese SprecherInnen müssen seit mindestens drei Jahren für den ORF tätig sein. Die RedakteurssprecherInnen bilden den Redakteursausschuss, der aus seiner Mitte den Redakteursrat mit drei Mitgliedern plus Ersatzmitglieder wählt. Vorsitzender des Redakteursrats ist Fritz Wendl.

80 Prozent der Online-RedakteurInnen eigene Geschichten schreiben, 60 Prozent Interviews führen und rund 30 Prozent regelmäßig Pressekonferenzen besuchen. Doch nur 13,5 Prozent sind nach dem Journalisten-KV angestellt.

Judith Reitstätter, Sekretärin der Journalistengewerkschaft in der GPA-djp: »Auch wir sehen die Notwendigkeit von Reformen bei den bestehenden Journalisten-KV und sind seit einiger Zeit in Verhandlungen mit dem Verband Österreichischer Zeitungsherausgeber (VÖZ). Auslagerungen von Redaktionsteams

»Die meisten JournalistInnen brennen für das, was sie tun«, so Andrea Tretter, BR-Vorsitzende bei der APA. »Im Notfall kann man sie Tag und Nacht anrufen, und wenn sie nicht grad in den Wehen liegen oder weit weg auf Urlaub sind, dann kommen sie und arbeiten falls nötig auch 30 Stunden durch.«



durch verschiedene Medienhäuser sind hier alles andere als hilfreich. Im Gegenteil, die GPA-djp fordert, dass auch Online-JournalistInnen und freie MitarbeiterInnen einbezogen werden.«

Immerhin haben die aktuellen Veränderungen zum Teil auch positive Nebeneffekte, erzählt Michael Lohmeyer: »Die Ereignisse des vergangenen Jahres haben mir zwar einige schlaflose Nächte beschert, aber insgesamt sind die Belegschaft und das Betriebsrat-Team dadurch näher zusammengedrückt.

Und im vergangenen Halbjahr sind 26 freie und angestellte MitarbeiterInnen der Gewerkschaft beigetreten, bei einem Redaktionsteam von insgesamt rund 300 ständig Beschäftigten.«

Billige LohnschreiberInnen

Keineswegs neu, aber immer noch aktuell ist das Thema der freien MitarbeiterInnen, die nicht selten wie Angestellte arbeiten, aber schlechter bezahlt werden und von Sozialleistungen wie Urlaubs- und Weihnachtsgeld meist nur träumen können. Nach einer anonymen Umfrage unter den freien MitarbeiterInnen einer großen europäischen Tageszeitung sind knapp 80 Prozent täglich in der Redaktion, 70 Prozent machen Wochenendienste im Haus.

Die Situation all dieser MitarbeiterInnen, aber auch die der wirklich Freien, die für mehrere Medien tätig sind, wurde in letzter Zeit immer schwieriger. Im Rahmen von Sparmaßnahmen wird deren Arbeit zum Teil den angestellten KollegInnen zugeteilt. Zusätzlich ist der Konkurrenzdruck durch StudentInnen bzw.

JungakademikerInnen, die zum Teil gratis arbeiten (müssen), immer stärker spürbar.

Einem Arbeitsmarkt von derzeit 7.000 journalistisch Tätigen (Tendenz sinkend) stehen jährlich 1.300 AbsolventInnen einschlägiger Ausbildungen gegenüber, zehnmal so viele, wie eigentlich gebraucht werden. Honorarreduktionen von zehn Prozent und mehr sind keine Seltenheit.

»Die meisten JournalistInnen brennen für das, was sie tun«, so Andrea Tretter, BR-Vorsitzende bei der Austria Presse Agentur (APA). »Im Notfall kann man sie Tag und Nacht anrufen, und wenn sie nicht grad in den Wehen liegen oder weit weg auf Urlaub sind, dann kommen sie und arbeiten falls nötig auch 30 Stunden durch. Diese Mentalität wird natürlich von vielen Medienunternehmen auch ausgenutzt.« Bei der APA sollen die ständigen freien MitarbeiterInnen übrigens in naher Zukunft angestellt werden. Die Bedingungen stehen noch nicht fest, angestrebt wird der KV für Tageszeitungen.

Leerstellen

Beim ORF wurden 2004 mehr als 1.200 Freie mit einem neuen Kollektivvertrag angestellt, darunter auch der jetzige Zentralbetriebsrat-Vorsitzende Gerhard Moser: »International werden wir um dieses Modell beneidet, das damals unter anderem durch den Druck der Betroffenen, die auch bei der Betriebsratswahl wahlberechtigt waren, erst möglich wurde.«

Wie sähe der Journalismus ohne freie MitarbeiterInnen aus? Das demonstriert derzeit in Deutschland ein Verband freier JournalistInnen. Die Initiative »Frei-

WEBLINK

Berufsverband freier JournalistInnen:
www.freischreiber.de

schreiber« stellt bis Ende Jänner jede Woche ein neues Medium vor: In einer Vorher-Nachher-Grafik werden jeweils die Original-Seiten gezeigt und anschließend dieselben Seiten – nur ohne die Beiträge der freien MitarbeiterInnen. In manchen Medien bleiben so über 60 Prozent der Seiten weiß!

In Österreich sind derzeit rund 50 Prozent der JournalistInnen angestellt. Keineswegs alle Freien wünschen sich unbedingt ein fixes Arbeitsverhältnis, viele wären beispielsweise schon mit adäquater Bezahlung zufrieden, die gründliche Recherche und unabhängige Berichterstattung ermöglicht.

Die GPA-djp nennt konkrete Möglichkeiten für Verbesserungen der freien MitarbeiterInnen: regelmäßige Honorarerhöhungen, Honoraranpassung an die Gehälter der angestellten KollegInnen (hier wird die Schere immer größer), Stellenausschreibungen auch für Freie, Pensionsvorsorgemodelle etc.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
afadler@aon.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

In der Medienarena

Politikwissenschaftler Fritz Plasser hat ein topaktuelles Buch über die Praxis politischer Kommunikation in Österreich herausgegeben.

Politik in der Medienarena« heißt das vor kurzem erschienene Buch, das aktuelle Befunde zur politischen Kommunikationskultur Österreichs reflektiert. Der Herausgeber, Univ.-Prof. Dr. Fritz Plasser, Dekan der Fakultät für Politikwissenschaft und Soziologie der Universität Innsbruck, präsentiert darin Ergebnisse einer Befragung von SpitzenpolitikerInnen und innenpolitischen JournalistInnen sowie Daten zum tatsächlichen Einfluss der Kronen Zeitung und bietet einen kritischen Blick auf die politische Kommunikationspraxis in Österreich. Wir präsentieren ausgewählte Ergebnisse daraus.

Spannungs- und Konfliktzonen

Befunde einer Befragung von 146 Angehörigen der politischen Elite in Österreich und 154 führenden innenpolitischen JournalistInnen verweisen auf erhebliche Spannungs- und Konfliktzonen im Verhältnis JournalistInnen und politische Eliten. So unterschätzen PolitikerInnen die Relevanz professioneller Normen wie Machtkontrolle, Ausgewogenheit und Interpretation im journalistischen Rollenverständnis. In der Wahrnehmung der PolitikerInnen orientieren sich JournalistInnen vorrangig an den flüchtigen Erwartungen und Stimmungslagen des Massenpublikums, die sie mit marktgerecht aufbereiteten Nachrichten bedienen. Was die Eigen- und Außenwahrnehmung des journalistischen Selbstverständnisses betrifft, herrschen zwischen JournalistInnen und PolitikerInnen erhebliche Auffassungsunterschiede.

Aus Sicht der JournalistInnen sind die Beziehungen zwischen Journalismus und Politik deutlich angespannt. Rund ein Drittel der innenpolitischen JournalistInnen geht davon aus, dass das Verhältnis zwischen JournalistInnen und PolitikerInnen in den vergangenen Jahren deutlich konflikthaltiger geworden sei. Aber auch jeder dritte Angehörige der politischen Elite konstatiert eine verstärkte Konfliktintensität in den Beziehungen zum Journalismus.

Mediengerechte Pseudo-Ereignisse

Neben der Professionalisierung der PolitikerInnen und deren MedienberaterInnen beim strategischen Nachrichten-Management wie der Inszenierung mediengerechter Pseudo-Ereignisse begründen JournalistInnen die verstärkte Konfliktintensität auch mit dem Durchbruch eines interpretierenden, analytischen Journalismus, der in einer wachsenden Distanz zu politischen Eliten und verstärkter Kritikbereitschaft resultiert.

PolitikerInnen wiederum führen die erhöhten Spannungen im Verhältnis zum Journalismus auf die erhöhte Negativität der redaktionellen Berichterstattung, die Boulevardisierung wie den Kampagnenjournalismus einzelner Redaktionen zurück. Beide Seiten verweisen aber unisono auf negative Konsequenzen des verstärkten betriebswirtschaftlichen Drucks auf die Redaktionen. Drei Viertel der befragten JournalistInnen und PolitikerInnen gehen von starken Einflüssen der verstärkten Quoten- und Profitorientierung auf die politische Berichterstattung aus.

BUCHTIPP

Politik in der Medienarena
Praxis politischer
Kommunikation in Österreich
Hrsg. v. Fritz Plasser
Facultas Universitätsverlag
2009, 320 Seiten, € 31,20
ISBN: 978-3-7089-0501-3



Vorbestellung:

ÖGB-Fachbuchhandlung, 1010 Wien,
Rathausstr. 21, Tel.: (01) 405 49 98-132
fachbuchhandlung@oegbverlag.at

Umgekehrt konstatieren 73 Prozent der PolitikerInnen und 57 Prozent der JournalistInnen, dass gleichzeitig auch der Druck der Massenmedien auf politische EntscheidungsträgerInnen stärker geworden sei. Beide Stressfaktoren – der Quoten- und Auflagedruck auf die Medien wie der verstärkte Druck der Massenmedien auf politische EntscheidungsträgerInnen – werden auch vom Medienpublikum registriert. Jeweils 50 Prozent des Medienpublikums vermuten erhöhten Quotendruck auf die Berichterstattung wie erhöhten medialen Druck auf Entscheidungen der PolitikerInnen.

Druck und Gegendruck

Politische Eliten erleben die veränderten redaktionellen Handlungslogiken als erhöhten medialen Druck, dem sie durch eine offensive, proaktive Öffentlichkeitsarbeit gegenzusteuern versuchen. JournalistInnen wiederum nehmen dies als verstärkte Versuche der Einflussnahme auf

Ein engmaschiges Eliten-Netzwerk verbindet einen exklusiven Kreis leitender JournalistInnen mit SpitzenpolitikerInnen, der sich durch dichte informelle Kontakte, Essensverabredungen, private Treffen und Freundschaftsnetzwerke auszeichnet und in das zehn bis fünfzehn Prozent der führenden innenpolitischen JournalistInnen eingebunden sind.

die redaktionelle Berichterstattung wahr, auf die sie ihrerseits mit erhöhter Kritikbereitschaft, härteren akzentuierten Interviews und auf Entscheidungsschwächen und Versäumnisse der politischen Eliten fokussierten Kommentaren und Analysen antworten. Durch den wechselseitigen Druck steigt der Stress in der politischen Kommunikationskultur Österreichs.

Im Unterschied zu einer medienorientierten Kommunikationskultur wie die der USA, in der sich JournalistInnen und PolitikerInnen vergleichsweise distanziert gegenüberstehen, zeichnet sich eine parteientorientierte Kommunikationskultur wie die Österreichs durch eine überdurchschnittliche Nähe und Interaktionsdichte zwischen beiden Seiten aus. Tatsächlich ist die Dichte der Interaktionen beachtlich. Rund ein Drittel der innenpolitischen JournalistInnen wird mehrmals in der Woche von PolitikerInnen kontaktiert. Von den PolitikerInnen nimmt jede/r zweite mehrmals in der Woche von sich aus Kontakt mit JournalistInnen auf, was gleichzeitig bedeutet, dass sich die aktiven Kontaktversuche der PolitikerInnen auf einen ausgewählten Kreis von JournalistInnen konzentrieren.

Engmaschiges Eliten-Netzwerk

Ein engmaschiges Eliten-Netzwerk verbindet einen exklusiven Kreis leitender JournalistInnen mit SpitzenpolitikerInnen, der sich durch dichte informelle Kontakte, Essensverabredungen, private Treffen und Freundschaftsnetzwerke auszeichnet und in das zehn bis fünfzehn

Prozent der führenden innenpolitischen JournalistInnen eingebunden sind.

Sucht die Mehrheit der PolitikerInnen die privat-informelle Nähe zu ausgewählten Journalisten, bevorzugt die Mehrheit der JournalistInnen eine professionelle Distanz, die freilich mit Blick auf das eng verflochtene Eliten-Kontaktnetzwerk aus SpitzenpolitikerInnen und SpitzenjournalistInnen nicht mehr erkennbar ist.

Versuche der Einflussnahme

Rund 50 Prozent der innenpolitischen JournalistInnen haben aus ihrer beruflichen Erfahrung den Eindruck, dass Versuche politischer Eliten auf die redaktionelle Berichterstattung Einfluss zu nehmen in den vergangenen Jahren intensiver geworden wären. Häufigste Praxis der Einflussnahme ist die klassische Intervention, mit der 52 Prozent der JournalistInnen – 80 Prozent der ORF-FernsehjournalistInnen – häufig konfrontiert werden.

Österreichische PolitikerInnen investieren beachtliche Zeitspannen ihres Arbeitsalltags in persönliche Kontakte mit MedienvertreterInnen bzw. die Vorbereitung auf massenmediale Auftritte. Jeder/jede dritte SpitzenpolitikerIn verbringt täglich mehr als zwei Stunden mit persönlichen oder telefonischen Kontakten mit JournalistInnen bzw. der Vorbereitung auf Pressekonferenzen bzw. Studiointerviews. Ein weiteres Viertel widmet sich täglich ein bis zwei Stunden der Vorbereitung auf Medienkontakte.

In ihrer persönlichen Mediennutzung unterscheiden sich redaktionelle

WEBLINK

Zentrum für
angewandte Politikforschung:
www.zapol.at

und politische Eliten deutlich vom Informationsverhalten des Publikums. Für alle sind Tageszeitungen die beruflich wichtigsten Medien. Jeder/jede dritte PolitikerIn bezeichnet die Kronen Zeitung als persönliches Leitmedium, ebenso nennen 37 Prozent des Publikums die Kronen Zeitung als ihre wichtigste persönliche Informationsquelle, während nur sieben Prozent der JournalistInnen die Kronen Zeitung als berufliches Leitmedium bezeichnen.

Talk-Show statt Parlament

Wie sehr sich ein redaktionelles Politikverständnis unter Angehörigen der politischen Elite ausgebreitet hat, verdeutlicht die Einschätzung der PolitikerInnen, mit welchen Mitteln man am wirksamsten öffentliche Aufmerksamkeit wecken könne. 80 Prozent der Politiker halten für am wirksamsten, ausgewählten Journalisten gezielt Informationen zuzuspielen.

Knapp die Hälfte bezeichnet auch Auftritte in politischen Talk-Shows als wirksames Mittel. Eine Rede im Plenarsaal des Parlaments halten hingegen nur sieben Prozent der befragten SpitzenpolitikerInnen für ein wirksames Mittel öffentliche Aufmerksamkeit zu gewinnen.

Medientrends

*In der Medienwelt bleibt kein Stein auf dem anderen.
Was sind die Trends dahinter?*

Autor: Mag. Gerhard Bröthaler

Sprecher der Geschäftsführung
der Verlag des ÖGB GesmbH

Lehrbeauftragter für Projektmanagement
am Studiengang Medienmanagement
der Fachhochschule St. Pölten

Es bleibt kein Stein auf dem anderen! Diese Aussage über die Veränderungen des Informations- und Kommunikationsverhaltens der Gesellschaft, die um die Jahrtausendwende vielfach getroffen wurde, hat sich bewahrheitet. Zwar ein paar Jahre später als damals angenommen, aber die Veränderung ist voll im Lauf und sie beschleunigt sich sogar noch in den nächsten Jahren.



Quelle: Infinita, Tokio

WEBLINKS

Mehr Infos unter:
www.oegbverlag.at



Dieser Code kann mit einem internetfähigen Kamera-Handy abfotografiert werden. Ein »Reader« entschlüsselt den Code und führt Sie auf die gewünschte Website. Die Reader-Software erhalten Sie zum Beispiel hier:
www.beetagg.com/downloadreader/

»Wie heute politische Kampagnen gefahren werden, hat man sich in dieser Form vor einigen Jahren noch überhaupt nicht vorstellen können. Die Entwicklungen im Bereich Web 2.0, die Bedeutung von Social Networks und vor allem neue Technologien und Endgeräte haben die gesamten Mobilisierungs- und Durchsetzungsstrategien über den Haufen geworfen«, erläutert David Droga, Geschäftsführer von Droga5 – eine der führenden Agenturen, die für den erfolgreichen Wahlkampf von Barack Obama verantwortlich waren – die neuen Rahmenbedingungen.

Aber was sind die genauen Trends, die zu diesen dramatischen Veränderungen geführt haben?

Digitalisierung

Ausgangspunkt der neuen Möglichkeiten ist die Digitalisierung der Inhalte und der Produktions-Prozesse. Damit ist eine Massen-Distribution mittels Web, Mail, Mobil usw. wesentlich schneller und kostengünstiger möglich.

Infrastruktur

Hat www vor einigen Jahren noch »weltweites warten« geheißen, so ist das Thema »Bandbreite« mittlerweile kein Thema mehr. Durch die Investitionen von Mobil- und Telekom-Unternehmen in die Infrastruktur werden vor allem Video- und Multimedia-Informationen deutlich

an Bedeutung in der Informationsvermittlung gewinnen.

Daten

Aus Kundendatenverwaltungen werden immer stärker Kundenbindungs- und Kundengewinnungs-Instrumente. Für Mitgliedsorganisationen ist die Zeit für MRM (Member Relationship Management) statt CRM gekommen.

Personalisierung

Die Digitalisierung und die Bereitschaft von NutzerInnen, immer stärker Daten über sich selbst preiszugeben, führen zu einer Entwicklung in Richtung One-to-One-Kommunikation, also dass alle UserInnen genau die auf ihn/sie maßgeschneiderte Information erhalten.

Konvergenz

Das Zusammenfließen von Technologien und Endgeräten bringt neue Möglichkeiten der Informationsübermittlung. Vor allem die Entwicklung von extrem leistungsfähigen Endgeräten ist hier der Treiber: Video am Handy, Internet am Fernseher, Bücher und Zeitschriften am e-Reader – dies alles ist bereits Realität. Das iPhone ist hier wohl das beste Beispiel dafür, dass Information und Kommunikation der NutzerInnen innerhalb von kürzester Zeit komplett verändert wurden.

Social Media

Die Entwicklung, in welcher Dynamik Social Networks wachsen, hat selbst die größten Optimisten überrascht. Aktivierung und Information solcher Communities ist aus keiner größeren Kampagne mehr wegzudenken. Aber Achtung: Es sind nicht nur Facebook und Twitter, die hier relevant sind. Allein im Obama-Wahlkampf waren es Tausende größere und kleinere Plattformen, die hier entstanden sind.

Mobile

Der Megatrend der nächsten Jahre wird die weitere Durchdringung von Mobilkommunikation sein. Die Endgeräte-

INFO & NEWS

Der Verlag des ÖGB wurde im Jahr 1947 mit dem Ziel gegründet, die Medienlandschaft von ÖGB und Gewerkschaften zu betreuen sowie arbeitsrechtliche und sozialpolitische Schriften herauszubringen. Diese Kernaufgabe hat sich auch nach sechs Jahrzehnten noch nicht verändert. In den vergangenen drei Jahren hat sich der ÖGB-Verlag in einem strukturierten Change-Management von einem klassischen Print-Zeitschriften- und Buch-Verlag zu einem modernen **Cross-Media**-Kommunikations-Unternehmen entwickelt. Im Jahr 2009 wurden 37 **Bücher** hergestellt, die **Zeitschriften**-Landschaft von ÖGB und Gewerkschaften gestaltet und koordiniert, über 30 **Internet-Portale** und **Rechtsapplikationen** betreut, Österreichs umfangreichstes Kollektivvertrags-Informationssystem weiterentwickelt, zehn **e-Learning**-Einheiten aktualisiert bzw. erstellt, 13 **Videos** zur politischen Kommunikation gedreht, über 4.300 Betriebsratskörperschaften, 450 Bibliotheken, Rechtsanwälte, Judikatur, Universitäten, Ministerien usw. mit **Fachliteratur** serviciert, 20 **Diskussions-Veranstaltungen** und Buch-Präsentationen organisiert, ca. 150 **Veranstaltungen** mit **Büchertischen** betreut, 38.000 **Ehrungssets** und Ehrungsbücher »Eine andere Geschichte Österreichs« für langjährig verdiente Mitglieder hergestellt, ca. 1.600 **Agenturprojekte** von der Visitenkarte bis zur großen cross-medialen Kampagne für ÖGB, Gewerkschaften, Arbeiterkammern, Sozialpartner und NGOs – darunter z. B. der ÖGB-Bundeskongress, das neue Corporate Design der PRO-GE, das EU-Jugendprojekt »film-it!«, das Sozialpartner-Projekt »Arbeit&Alter« usw. – von der Idee bis zum fertigen Projekt umgesetzt sowie das **Projektmanagement** für gewerkschaftsübergreifende Synergieprojekte übernommen.

Der ÖGB-Verlag ist mit diesen Produkten und Dienstleistungen als **Österreichs führender Cross-Media-Verlag im Bereich »Arbeit – Recht – Soziales«** am Medienmarkt positioniert.

Hersteller, die Inhalteanbieter und natürlich die Mobilfunkunternehmen werden alles unternehmen, um in die allerletzten Winkel unserer Mediennutzung vorzudringen.

Cross Media

Wurde vor wenigen Jahren noch unter Cross Media propagiert, dass der gleiche Inhalt über unterschiedliche Medienkanäle gleich transportiert wird, so ist heute der Ansatz, dass die Medien miteinander »spielen« sollen, und die Vorteile jedes einzelnen Mediums, wie Reichweite oder Interaktivität, genutzt werden sollen. Heute starten Kampagnen oftmals online und führen erst danach in die PR und die Print- und TV-Kommunikation.

Forschung

Durch die immer stärkere Granulierung der Gesellschaft und durch die neuen Technologiemöglichkeiten gewinnt Markt-, Media- und Meinungsforschung stark an Bedeutung, um Budgets effizient einzusetzen.

Fazit

Douglas Latino, Leiter der Abteilung »Research & Development« bei der New York Times formulierte die aktuelle Medienentwicklung treffend: »Es ist jeden Tag alles anders, keiner weiß genau, wo es hingehet, und man muss leider jeden Trend genau beobachten, um den Zug nicht zu versäumen, wenn irgendetwas abhebt.«

Für Unternehmen und Organisationen, heißt es jedenfalls »Nachdenken« für die nächsten Kommunikationskonzepte, wie die Botschaft in der entsprechenden Aufbereitung an die gewünschten Zielgruppen gelangt.

Es bleibt spannend ...

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an den Autor
gerhard.broethaler@oegbverlag.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Prinzip Propaganda

Es rauscht im gewerkschaftlichen Blätterwald: Warum ArbeitnehmervertreterInnen eigene Medien brauchen. Und warum Web 2.0 überschätzt wird.

Autorin: Maja Nizamov MA

Freie Journalistin

Die Zeitschrift, die Sie gerade in der Hand halten hat mehr als 20 Geschwister. Sie heißen unter anderem »Solidarität«, »AK-Aktuell«, »glück auf«, »hallo!« oder »Wirtschaft und Gesellschaft«. Sie unterhalten, sie informieren, und sie bieten Service an – die breite Palette der Medien der ArbeitnehmervertreterInnen Österreichs. Die Bedeutung der Medien in Unternehmen wird oft unterschätzt, besonders bei Organisationen wie Arbeiterkammer und den Gewerkschaften. Aber brauchen die ArbeitnehmerInnenvertretungen überhaupt eigene Medien? Wenn ja – wieso überhaupt? Und: Leisten die Gewerkschaftsmedien gute Arbeit?

Weltmeister im Multitasking

Medien, besonders Printzeitungen und das Fernsehen, tragen eine besonders hohe Verantwortung auf den Schultern, ihre Leistungen und Funktionen für die Gesellschaft sind so vielfältig und maßgebend wie sonst kaum etwas Vergleichbares. Auf der einen Seite sorgen sie für Unterhaltung, Orientierung und Integration. Auf der anderen Seite stellen sie Öffentlichkeit her und geben Platz für politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Diskurs. Medien informieren nicht nur, sie fungieren als Plattform für verschiedene Meinungen und sorgen durch Kritik und Kontrolle für Transparenz und

Aufklärung – **Multitasking** deluxe. Medien – im Klartext: Information und Service – stehen bei AK und ÖGB ohnehin an der Tagesordnung. Und sie gehören zur Kommunikation eines jeden Unternehmens, jeder noch so kleinen Organisation und zu jeder Partei wie die Butter auf das Brot. Ohne Öffentlichkeitsarbeit kann ein Unternehmen in dieser schnellen und komplexen Zeit schwer bestehen. Und ohne Medien ist Öffentlichkeitsarbeit sinnlos. Zu den klassischen Instrumenten der PR gehören allerdings nicht nur die Klassiker Kundenzeitschriften (in diesem Falle Mitgliederzeitschriften), Broschüren und Prospekte, sondern auch e-Newsletter, Flyer, Homepage, Betriebszeitung etc. All diese Medien sind das Gesicht der Organisation sowohl nach innen als auch nach aussen und zeichnen für die Imagepflege eines Betriebes verantwortlich. Im speziellen Falle der ArbeitnehmervertreterInnen sind die Medien allein jedoch zu wenig. Deren Image hängt vor allem von zwei Faktoren ab: der Kommunikation und den FunktionärInnen. Dabei haben es die MedienmacherInnen der Arbeiterkammer etwas leichter als jene der Gewerkschaften. Denn während ArbeitnehmerInnen automatisch auch von der Arbeiterkammer vertreten sind, müssen die Gewerkschaften sich zweifach anstrengen, um neue Mitglieder und damit LeserInnen zu gewinnen.

Spagat zwischen Diskurs und Info

Die bunten Blätter der Gewerkschaften haben kein leichtes Los, denn sie müssen gleichzeitig mehrere Zielgruppen bedie-

INFO & NEWS

AK und ÖGB zum Lesen

Während der ÖGB sich medienmäßig an bestimmte Zielgruppen wendet, betören Medien der Arbeiterkammer mit ihrer Themenvielfalt. »AK aktuell« bietet universelle Information und Service. Zeitschriften wie »Wirtschaft und Gesellschaft« oder »Wirtschaft und Umwelt« warten dank Ihrer Schwerpunkte mit mehr Hintergrundinfos auf. Weiters bietet die AK noch Periodika, Schriftenreihen und Materialien u. a. zu Sozialpolitik, Verkehr und Wirtschaft.

Der ÖGB informiert seine Mitglieder über die Monatszeitung »Solidarität«. Für Betriebsräte erscheint monatlich der ÖGB-Nachrichtendienst und die »Arbeit&Wirtschaft«, Jugendliche lesen »hallo!«, KulturliebhaberInnen »cult&card«. Jede Fachgewerkschaft veröffentlicht ihre eigene Zeitschrift.

nen: Auf der einen Seite die (Nicht-)Mitglieder, die aus mehreren heterogenen Gruppen bestehen wie Jugendliche, MigrantInnen etc. Und andererseits müssen die Interessen der FunktionärInnen, BetriebsrätInnen, MitarbeiterInnen etc. befriedigt werden. Der größte Spagat ist jedoch der zwischen **Stakeholder** »Nicht-Mitglieder« und Stakeholder »alle anderen«. Da stellt sich die Frage, ob mit der Zeitschrift Service geboten werden oder ein Diskurs geführt werden soll. »Der Informationsauftrag wird ganz gut erfüllt«, mein Eva Zeglovits vom Meinungsforschungsinstitut SORA. »Einen poli-

Sie heißen unter anderem »Solidarität«, »AK-Aktuell«, »glück auf«, »hallo!« oder »Wirtschaft und Gesellschaft«. Sie unterhalten, sie informieren, und sie bieten Service an – die breite Palette der Medien der ArbeitnehmervertreterInnen Österreichs.

tischen Diskurs zu führen ist nett und wichtig, aber nur begrenzt möglich. Die Medien sind für jene Leute relevant, die schon dabei sind, für BetriebsrätInnen und Mitglieder. Ihnen werden durch die Zeitschriften Informationen und Service geboten. Aber Nicht-Mitglieder kann ich damit nicht erreichen – ganz gleich wie gut die Zeitschrift auch sein mag.«

Um eine Hintergrundgeschichte in der »Solidarität« lesen zu wollen, muss ein Interesse seitens potenzieller LeserInnen vorhanden sein. Um das Interesse an einer Organisation wie ÖGB und/oder AK zu wecken, geht wiederum nichts über persönlichen Kontakt. Und das werden die RedakteurInnen in den Presseabteilungen, die sich wahrscheinlich schon die Finger für die nächste »GPA-djp Kompetenz« oder »Arbeit und Umwelt« wundertippen, nicht so gerne hören. Denn ganz gleich wie gut oder schlecht die Medien der Gewerkschaften sind – nichts kann den persönlichen Kontakt zwischen BetriebsrätIn bzw. JugendvertrauensrätIn zu den ArbeitnehmerInnen ersetzen. Die Macht der FunktionärInnen und BetriebsrätInnen darf keinesfalls unterschätzt werden, denn sie erreichen jene Personen in den kleinen Strukturen, oder Jugendliche, die heutzutage in prekären Beschäftigungsverhältnissen arbeiten, wo keine Basis gegeben ist.

Leitmedium Betriebsrat

Hier kann durch gelungene, intensive Kampagnen und einen guten Betriebsrat, der sich um die Jugendlichen kümmert, mehr erreicht und erwirkt werden als mit Hilfe des besten Mediums der Welt. Ge-

rade die Jugendlichen werden zu einer immer wichtigeren Zielgruppe, denn sie unterschätzen die Rolle der ArbeitnehmervertreterInnen nach wie vor. Ihnen ist zwar bewusst, dass AK und ÖGB für sie da sind, aber sie wissen nicht, inwiefern der ÖGB an der Gesetzgebung beteiligt ist. Hier kommt noch viel Arbeit auf die Gewerkschaften zu.

Wer liest uns?

Und wie beurteilen die LeserInnen der Gewerkschaftsmedien die Flut der bunten Blättchen? Eva Zeglovits kennt die Antwort: »Die Mitglieder stehen den Zeitschriften neutral bis positiv gegenüber, es gibt relativ wenig Kritik. Allerdings stellt sich da die Frage, wie viel wie gelesen wird. Viele kriegen nicht einmal mit, dass sie es bekommen.«

Die Zeitung ist tot! Lang lebe die e-Zeitung! Während die Wirtschaft gerade an der Finanzkrise laboriert, leiden die Printmedien bereits seit geraumer Zeit an einer Existenzkrise. Denn der größte Konkurrent, das Internet, ist drauf und dran, die Printmedien vom Markt zu verdrängen. Heutzutage reicht es nicht mehr, eine simple Homepage zu haben. Ein Facebookprofil und Twitteraccount muss her, um zumindest die jungen Zielgruppen zu (unter-)halten. Während inzwischen jedes noch so kleine Café von Feldkirch bis Podersdorf sowohl einen Internetauftritt als auch ein Facebookprofil vorweisen kann, zeigen sich AK und ÖGB den neuen Medien gegenüber sehr verschlossen. Ist das eine vertane Chance oder standesgemäßes Verhalten? »Web 2.0 wird manchmal wirklich überschätzt«,

meint Zeglovits. »Das funktioniert nur, wenn es authentisch ist. Aber wenn der ÖGB- oder AK-Präsident ein eigenes Facebook-Profil hat, und öfters seinen Status ändert oder Fotos kommentiert, nimmt ihm dies keiner ab. Da merkt man, dass jemand von der Presseabteilung hinter dem Bildschirm sitzt und sich dauernd neue Meldungen ausdenkt.« Auf der anderen Seite bleibt die Frage, wie viele Menschen man mit einem Twitteraccount oder Facebookprofil tatsächlich erreichen kann.

Bei den StudentInnenprotesten im Herbst oder der Lichterkette vor dem Parlament vergangenen Sommer hat sich diese Taktik hervorragend bewährt, die Proteste wurden fast ausschließlich über Facebook organisiert und verbreitet. Auch hier zeigt sich Zeglovits skeptisch: »Mit Facebook allein kann ich keine Leute mobilisieren. Man hat nur die, die man auch schon so hat.

Es ist schwer, mit diesen Mitteln neue Menschen zu gewinnen. In dieser Hinsicht ist die Macht der persönlichen Kommunikation einfach unschlagbar.« Die richtige Antwort auf die Frage von korrekter Web-2.0-Anwendung ist einfach zielgruppengerechtes Agieren – und anpassen, dass es nicht peinlich wird.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
maja.nizamov@gmx.net
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Frauenbild – Mannsbild

Eine gendergerechte Sprache hat längst Einzug in die Politik gehalten und sich auch in den ÖGB-Medien durchgesetzt. In anderen Medien auch?

Autorin: Amela Muratovic

Mitarbeiterin der Öffentlichkeitsarbeit im ÖGB

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit sind, wenn im Folgenden von Lesern die Rede ist, Leserinnen mitgemeint.« So oder ähnlich formulieren Autoren und – leider immer noch – auch Autorinnen die Eingangssequenzen ihrer schriftlichen Veröffentlichungen. Zugegebenermaßen sind heutzutage solche Anmerkungen seltener als noch vor zwanzig Jahren. Nichtsdestotrotz beobachtet man immer noch, dass manche Schreibende den Sprachwandel in Bezug auf das Einbeziehen beider Geschlechter ignorieren.

Viele Ausreden

Die meisten Menschen wehren sich gegen Neues, gegen gendergerechte Sprache. Die gewohnten Bahnen zu verlassen ist nicht immer einfach. Es ist oft schwieriger Altes zu ver-, als Neues zu erlernen. Ausreden bei der Argumentation gegen geschlechtergerechte Formulierungen gibt es viele. Von »Das Innen überall schreiben, kostet viel zu viel Platz« bis hin zu »Die Sprache selbst ist nicht sexistisch«.

Das sind nur zwei von vielen Argumenten und Begründungen. Und so beharren auch viele Menschen auf dem sogenannten «kulturellen Erbe der Sprache». Dabei ist Sprache nichts Statisches, das man festhalten und beibehalten kann! Sie entwickelt sich ständig weiter.

Der Ursprung gendergerechter Sprache findet sich im Gender Mainstreaming (GM). Der Begriff war anfangs für viele nicht mehr als eine neue Wortkreation – inzwischen wird GM immer mehr zu einer anerkannten Strategie zur Schaffung von Chancengleichheit. Beide Geschlechter sollen in die Gleichstellungsmaßnahmen eingebunden werden. GM ist heute sogar das offizielle Ziel der europäischen Gleichstellungspolitik. Durch geschlechtergerechte Sprache soll verhindert werden, dass Frauen diskriminiert werden. Sprache ist eines der wichtigsten Ausdrucksmittel in der Gesellschaft. Sie trägt die Kommunikation und drückt die Rolle und Wertigkeit der Geschlechter

aus. Frauen waren jedoch in unserer Sprache großteils unsichtbar und unhörbar. Wenn von Frauen und Männern die Rede ist, dann müssen wir sie auch explizit nennen. Frauen zu erwähnen, wo sie gemeint sind, ist der Ausgangspunkt gendergerechter Sprache. Frauen »mitzumeinen« genügt nicht.

Gender Mainstreaming in der EU

Der Startschuss für die anhaltende Entwicklung von Gender Mainstreaming war die dritte Weltfrauenkonferenz der UNO in Nairobi im Jahr 1985. 1999 wurde mit Inkrafttreten des Amsterdamer Vertrages am 1. Mai der Gender Mainstreaming-Ansatz zum ersten Mal auf EU-Ebene in rechtlich verbindlicher Form festgeschrieben und verpflichtete die Mitgliedsstaaten zu einer aktiven Gleichstellungspolitik. Die österreichische Bundesregierung bekannte sich im Jahr 2000 zu GM.

Tipps zur gendergerechten Formulierung

Männlich	Gendergerecht
Arbeiter	Arbeiterinnen und Arbeiter, Arbeiter/innen, ArbeiterInnen
Leiter	Leitung, Leiter/innen, LeiterInnen
Beispiele für Geschlechtsneutralisierung:	
die Studierenden die Beschäftigten die Jugendlichen	
Personenbezeichnungen umgehen:	
Jemand, der noch nie gearbeitet hat, ...	Wer noch nie gearbeitet hat ...
Die Antragsteller müssen folgende Hinweise beachten ...	Folgende Hinweise sind zu beachten

WEBLINK

Download »Ich Tarzan – du Jane?« unter:
www.alphabetisierung.at/fileadmin/pdf/GenderManual_OEGB.pdf

Wie zum Beispiel in der Dezemberausgabe der »Solidarität«. Ein Mann wird in einem eigentlich frauentypischen Beruf abgelichtet, und zwar als Kinderbetreuer.



Mittlerweile setzen viele österreichische Unternehmen kreative Maßnahmen zur Gleichstellung von Frauen und Männern. Auch für den Österreichischen Gewerkschaftsbund (ÖGB) ist die gesellschaftliche und betriebliche Gleichstellung ein wichtiges Anliegen. Im Juni 2004 vom ÖGB-Bundesvorstand beschlossen, wurden bis zum Jahr 2007 fünf Pilotprojekte zu GM durchgeführt. Vor allem das Pilotprojekt in der Öffentlichkeitsarbeit war sehr erfolgreich.

»Ich Tarzan – du Jane?«

Ein 25-köpfiges Team mit VertreterInnen des ÖGB, der Gewerkschaften und externen GM-ExpertInnen analysierte nach mehrtägigen Gender-Trainings die ÖGB Zeitschrift »Solidarität«. Die Ergebnisse der Textanalysen, Bildanalysen und Inhaltsanalysen wurden in der Broschüre »Ich Tarzan – Du Jane« präsentiert. Die Broschüre erklärt anschaulich die Grundprinzipien geschlechtergerechter Medienarbeit. Grundprinzipien hin oder her, so einfach wie die nachfolgenden Beispiele zeigen mögen, ist es aber nicht. Oft ist es schwer, die richtige Bezeichnung oder das passende Foto zu finden. Die Grundprinzipien sollen dabei helfen. Eines dieser ist wie anfangs schon erwähnt die Sichtbarmachung von Frauen, also wenn Frauen gemeint sind, müssen sie auch genannt werden. Die gleichwertige Medienpräsenz ist das zweite Grundprinzip. »Die Frau und der Mann« klingt doch eindeutig besser als »die Mutter und das Familienoberhaupt«, oder? Das Projektteam beschäftigte sich auch mit gendergerechter Bildsprache und ist zu dem

Schluss gekommen, dass auch in Bildern traditionelle Rollenklischees vermittelt werden. Diese seien aber leicht aufzubrechen, indem Frauen und Männer nicht nur in den traditionellen Berufen dargestellt werden, sondern in den verschiedensten Bereichen. Wie zum Beispiel in der Dezemberausgabe der »Solidarität«. Ein Mann wird in einem eigentlich frauentypischen Beruf abgelichtet – und zwar als Kinderbetreuer. Frauen kommen zwar zu Wort, auf den Bildern mit den Kindern sind jedoch Kinderbetreuer statt Kinderbetreuerinnen abgelichtet. Es gibt auch Frauen und Männer, die sich in »nicht-traditionelle« Berufe vorwagen. Und auch sie sollen sich in den Medien vorfinden.

Für die AutorInnen der »Kronen Zeitung« wäre der Besitz des Gender Manuals des ÖGB vielleicht von Vorteil. Beim Durchblättern der Tageszeitung ist kaum gendergerechte Sprache oder Schreibweise zu finden. Es scheint beinahe so, als würde das an sich normale Anliegen zur Chancengleichheit bekämpft werden. Eigentlich gar nicht so abwegig, da es zum Frauenbild der Zeitung passt. Keine Spur des sogenannten Binnen-I, wenige neutrale Bezeichnungen wie zum Beispiel Opfer. Dafür lesen Sie in der gesamten Ausgabe die männliche Schreibweise, es gibt Österreicher, Ausländer, Patienten und keine Österreicherinnen, Ausländerinnen, Patientinnen. Dazu passend die Fotos, die die Artikel illustrieren: Der praktizierende Arzt wird von einer Krankenschwester unterstützt, die Frau als helfende Hand aber nicht als Ausübende. Lediglich im Anzeigenteil wird sehr wohl darauf geachtet, beide Geschlechter zu

erwähnen. Eine andere Vorgangsweise wäre bei Stellenausschreibungen allerdings auch verboten.

Wir können uns an Neues gewöhnen

Nicht viel besser ergeht es LeserInnen einer anderen Tageszeitung: nämlich des Kuriers. Öfter als in der Kronen Zeitung aber seltener als in einer der Gewerkschaftsmedien wird die neutrale Formulierung für eine bestimmte Gruppe von Personen verwendet. Mitarbeiter sind MitarbeiterInnen. Genauso wenig wie Patienten zu PatientInnen umgedacht werden. Bilder von Frauen sind – jedenfalls in der Ausgabe vom 4. Jänner 2010 – fast keine vorhanden, außer es handelt sich explizit um die Justizministerin oder eine, in einer frauentypisch abgelichteten Pose, Schauspielerin. Wieso fällt es so vielen AutorInnen schwer ein wenig umzudenken? Fühlt es sich komisch an, wenn heute gesagt wird »Sehr geehrte Landeshauptfrau Burgstaller«, oder ist die gendergerechte Formulierung so sehr zum Alltag geworden, dass bei »Landeshauptmann Burgstaller« viel mehr Gelächter ausbrechen würde. Ein Vorurteil wäre damit schon abgewiesen: Menschen können sich sehr wohl an Neues gewöhnen.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
amela.muratovic@oegb.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Augustin, Okto & Co ...

Die meisten Medien schmücken sich mit dem Zusatz der Überparteilichkeit – manch alternatives Medium bekennt sich bewusst zu Parteinahme.

Autorin: Mag. Ruth Bauer

Freie Journalistin

Wer kennt sie nicht, die »Augustin«-VerkäuferInnen – sie sind aus dem Wiener Stadtbild schon ebenso wenig wegzudenken, wie der Kebabstand und das Altwiener Kaffeehaus. Rund 450 dieser meist freundlichen und oft unterhaltenden VerkäuferInnen sind in ganz Wien unterwegs. Man kann die unterschiedlichsten Menschen den »Augustin« verkaufen sehen. Sie kommen aus Nigeria, Meidling oder Tirol – wer sich die Mühe macht zu fragen, wird viele interessante Lebensgeschichten hören. Die »Augustin«-VerkäuferInnen gehören zu Wien und sind Teil der Wiener Stadtkultur.

Parteilicher Journalismus

Der Augustin »bekennt sich zu einem parteilichen Journalismus«, heißt es auf der Homepage der Wiener Alternativzeitung. Es muss nicht immer objektiv sein, was gut und richtig ist, sagen sich die HerausgeberInnen des »Augustin«. Es geht darum, Ausgrenzungen und Marginalisierungen widerzuspiegeln. Das kann auch der Fall sein, wenn eine gewisse Subjektivität des Artikels offensichtlich ist. Klarerweise wird im »Augustin« dennoch nicht einfach willkürlich abgedruckt, was man/frau so schreibt. Rassismus, Sexismus und Gewalt verherrlichende Ideologien sind auch dort verpönt. So steht es auch auf der Homepage der Zeitung zu

lesen. Die Alternativzeitung »Augustin« sieht sich als ein jeder Politik gegenüber misstrauisches Medium. Obwohl man/frau eventuell die Zeitung eher der linken Denkrichtung zuordnen könnte, verwehren sich die ZeitungsmacherInnen gegen eine solche Vereinnahmung. Keine Idee darf zum Dogma werden. Karitative Praktiken und radikale Gesellschaftskritik finden Seite an Seite Platz im »Augustin«. Da sich die Zeitung zu 100 Prozent selbst finanziert, ist die völlige Unabhängigkeit von jedweder Partei garantiert – es muss niemandem nach dem Mund geschrieben werden.

Idee dahinter?

Die Alternativzeitung »Augustin« wurde 1995 in Wien gegründet. Vorbild dafür waren Straßenzeitungen z. B. in Frankreich und Großbritannien. Der Gedanke dabei war, eine Chance und Stütze für alle Menschen – die Betonung liegt auf ausnahmslos ALLEN Menschen – zu schaffen, die aus welchen Gründen auch immer, vom Arbeitsmarkt ausgeschlossen sind. Die Zeitung wird um zwei Euro verkauft. Ein Euro davon geht an den/die VerkäuferIn. Damit kann man schon ein wenig Geld verdienen. Allerdings gibt es nicht nur die finanzielle Seite des »Augustin«-Verkaufes. Der »Augustin«, und seine verschiedenen Ausprägung wie »Radio Augustin«, »TV Augustin«, der »Augustin«-Chor »Stimmgewitter«, die »Augustin«-Schreibwerkstatt, die »Augustin«-Schauspielgruppe (11%K-Theater) und der Fußballclub »Schwarz-Weiß Augustin«, bietet Menschen, die am Rand der Gesellschaft leben müssen,

eine Chance, sich sportlich und kreativ zu betätigen und ihre verborgenen Talente zu entdecken und zu entwickeln.

Wenn im »Augustin« von Integration der VerkäuferInnen in die Gesellschaft gesprochen wird, dann ist damit nicht etwa gemeint, diese Menschen auf den ersten Arbeitsmarkt zu bringen und sie dort zu integrieren – eine Illusion, der ohnehin nur die verbohrtesten PolitikerInnen anhängen können, denn wer stellt einen 55-jährigen straffälligen Obdachlosen ohne Ausbildung und ohne Zähne im Mund schon ein? –, sondern man versucht, den Menschen Wege zu eröffnen, sich von den Zwängen der Straße zu befreien. Den angehenden VerkäuferInnen wird – vorurteilsfrei und ohne Barrieren – eine Möglichkeit geboten, sich wieder aufzurappeln.

Nicht wenige »Augustin«-VerkäuferInnen leben heute nicht mehr auf der Straße. Manche haben es sogar geschafft, wieder eine eigene Wohnung zu finden. Das Augustinvertriebsbüro selbst bietet zu den Öffnungszeiten den Bedürftigen außerdem eine Möglichkeit zum geselligen Beisammensein. Telefon, Internet, Fax und Büromaterial können benutzt werden. SozialarbeiterInnen bieten Zusage, Beratung und Unterstützung in rechtlichen, psychologischen und wirtschaftlichen Fragen an.

Kupfermucken aus Linz

Die Linzer Zeitung »Kupfermucken« nimmt Subventionen der Stadt und des Landes Oberösterreich in Anspruch, um damit Workshops und Exkursionen zu finanzieren. Dazu kommen Spenden-



Sie kommen aus Nigeria, Meidling oder Tirol – wer sich die Mühe macht zu fragen, wird viele interessante Lebensgeschichten hören. Die »Augustin«-VerkäuferInnen gehören zu Wien und sind Teil der Wiener Stadtkultur.

WEBLINKS

Radio Orange:
o94.at

Augustin:
www.augustin.or.at

biber:
www.dasbiber.at

Okto:
okto.tv

gelder, die die bei dieser Zeitung üblichen »Honorare« für die RedakteurInnen und der Kaffeeverbrauch abdecken. Wie der »Augustin« wird auch die "Kupfermücke" auf der Straße von Betroffenen verkauft. Jeden Mittwochnachmittag gibt es eine offene Redaktionssitzung, an der man/frau zuerst als Gast – nach einem Monat dann sogar als »echter/echte« RedakteurIn – teilnehmen kann. Pro veröffentlichtem Beitrag bekommen die Schreibenden 15 Euro.

Wer regelmäßig an den Redaktionssitzungen teilnimmt erhält darüber hinaus ein Fixum von 40 Euro monatlich – kein geringer Betrag, wenn man wie Rudi von 600 Euro Notstandshilfe leben muss. Damit kann Rudi gerade noch die Miete, Strom und Gas bezahlen. Im Kühlschrank ist da schon sehr wenig. »Aber«, so Rudi, »andere haben überhaupt keine Wohnung.« Da hat er leider Recht. Rudi hat sich aus Geldmangel dazu entschieden, bei der »Kupfermücken« einzusteigen. »Heute geht es mir allerdings nicht mehr nur ums Geld«, sagt er. »Die Redaktionssitzungen sind für mich auch ein

Treffpunkt, wo ich viel Kaffee trinke und mit Leuten quatsche«, grinst er.

Radio Orange

Orange 94,0 – das Freie Radio in Wien ist ein Alternativmedium. Freies Radio heißt, dass es weder öffentlich-rechtlich, noch privat-kommerziell ist. Freies Radio ist demnach die dritte Säule des Radiomachens. Als solches ist Radio Orange in Österreich immer noch eine Rarität – und wird entsprechend wenig subventioniert. Finanzielle Mängel werden durch Radioworkshops und Spenden recht und schlecht ausgeglichen. Doch leider hat Radio Orange chronisch mit Geldmangel zu kämpfen.

Grundsätzlich kann jede/r auf Radio Orange senden – und niemand bekommt Geld dafür. Die wichtigsten Grundsätze des freien Radios sind Meinungsvielfalt und Pluralität. Allerdings werden rassistische, sexistische, faschistische und die Würde der Menschen verletzende Inhalte, sowie Personen und Gruppen, die solche Inhalte vertreten, dezidiert ausgeschlossen. Radio Orange hat es sich zur Aufgabe gemacht, Gruppen und Themen ausdrücklich zu fördern, die in den Mainstream-Medien unterrepräsentiert sind. Dazu gehören ethnische, sprachliche und soziale Minderheiten, Kinder, Jugendliche und Frauen und deren Anliegen. Übrigens wird auch Radio Augustin über Radio Orange gesendet.

Okto TV

Der Fernsehsender Okto basiert auf sehr ähnlichen Grundsätzen wie Radio Oran-

ge. Auch hier wird nicht kommerzielles, nicht öffentlich-rechtliches Fernsehen gemacht. Auch hier erhalten Randgruppen die Möglichkeit, in den öffentlichen Diskurs einzutreten. Darum sendet TV Augustin über Okto. Okto bekennt sich auf seiner Homepage zu einer Politik der »affirmative action«, um Diskriminierungen zumindest ansatzweise zu kompensieren. Eine Programmatik, die man leider viel zu selten antrifft.

biber – mit scharf

Ein Pionierprojekt in der österreichischen Medienlandschaft ist auch »biber« – die erste Stadtzeitung mit scharf – ist: Das erste transkulturelle Magazin erscheint seit 2008 sechs Mal im Jahr kostenlos. Junge, ambitionierte JournalistInnen mit türkischem, bosnischem, serbischem, kroatischem, kurdischem, brasilianischem, kärntnerischem, oberösterreichischem, slowenischem, und sowie weiter-ischem Hintergrund, sorgen für authentische Berichte direkt aus der multiethnischen Community. Das Team wird von biber-Journalistin Ivana Cucujkic und Kurier-Redakteur Simon Kravagna koordiniert.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
ruth.bauer@gmx.net
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Ein Boulevardstück

2002 drehte die belgische Journalistin Nathalie Borgers eine Dokumentation über Österreichs populärste Zeitung. Für uns erinnert sie sich.

Filmemacherin Nathalie Borgers

aufgezeichnet von Dr. Franz Mangelberger

Österreich verfügt über die größte Tageszeitung der Welt, wenn man die Zahl der LeserInnen mit der EinwohnerInnenzahl ins Verhältnis setzt. Von acht Millionen ÖsterreicherInnen erreicht die »Kronen Zeitung« täglich 2,919.000 LeserInnen pro Ausgabe. Sonntags, zum Frühstück mit Kaisersemmel, kommen noch einmal rund 500.000 Krone-LeserInnen dazu. Ein Phänomen wie es weltweit einzigartig ist. Fast die Hälfte der österreichischen Bevölkerung liest das Blatt und holt sich seine Meinung über alles was gut oder böse, wahr oder falsch, recht und billig ist.

Kein Sendeplatz im ORF

Als der Dritte zum Ersten gekrönt wurde und Österreich vom Bannstrahl der Europäischen Gemeinschaft getroffen wurde, hat die belgische Journalistin und Filmemacherin Nathalie Borgers begonnen, sich mit dem Weltblatt »Kronen Zeitung« zu befassen. Entstanden ist ein Film mit distanzierendem Blick von außen in den Redaktionsalltag, Ansichten über das Maß an Selbstdarstellung der Porträtierten, ein Streifzug durch die Ressorts, der zeigt, wie ungeniert diese Zeitung Politik zum Spektakel erhebt. Die Regisseurin erinnert sich an die Vorbereitungen, Dreharbeiten und Erfahrungen ihres 2002 gedrehten Dokumentarfilms »Kronen Zeitung – Tag für Tag ein Boulevardstück«

für den bis heute der ORF »leider« keinen Sendeplatz gefunden hat. Ob Selbstzensur, die Macht der Zeitung, wer weiß?

Erinnerungen der Regisseurin

Nathalie Borgers: Die Idee zu dem Film fiel in eine Zeit, als die FPÖ zweitstärkste Partei in Österreich geworden ist. Ich hab damals gedacht, das ist schlimm. Ich lebte in Paris und hab mich mit einer Freundin aus Österreich darüber unterhalten. Ich wollte etwas zu diesem Thema machen, vor allem welche Rolle die Medien dabei spielten. Sie hat mir über die Kronen Zeitung erzählt, und ich hab das als ein unglaublich gutes Thema gefunden. Es gab damals in Belgien einen Wettbewerb für Projekte über Österreich und Demokratie – es war die Zeit der Sanktionen gegen Österreich –, den wir mit unserem Projekt gewonnen haben. So ist der Film entstanden.

Ich hab natürlich dem Hans Dichand gesagt, ich möchte einen Film machen wegen des Erfolges dieser Zeitung. Ich hab ihm von Anfang auch gesagt, es interessiert vielleicht auch die Menschen in anderen Ländern, weil Österreich jetzt wegen dieser Wahl im Mittelpunkt steht, und sie sagen ja die Zeitung reflektiert die österreichische Seele, und das möchte ich porträtieren und sehen wie das zusammenhängt. Das hat ihm gefallen, eine Anerkennung von außerhalb Österreichs zu haben. Am Anfang hat er sogar Geld angeboten, was ich natürlich abgelehnt habe, ich wäre nicht mehr frei gewesen.

Während des Drehs hat er mir irgendwann ein Fax geschickt – er hat mich nie direkt angesprochen –, ich würde ein

INFO & NEWS

Nathalie Borgers, Filmemacherin, geboren in Belgien, hat in Brüssel Journalismus studiert. Nach mehrjähriger Tätigkeit als Fernsehjournalistin in den USA lebt sie jetzt in Paris.

Filmtitel: Kronen Zeitung – Tag für Tag ein Boulevardstück

Buch und Regie: nach einer Idee von Lena Deinhardstein

Infos unter www.navigatofilm.at/krone

Bezugsadresse für die DVD:
info@navigatofilm.com

Komplott mit dem Standard vorbereiten. Ich konnte ihn überzeugen, dass ich das nicht mache, und so hat er wieder erlaubt, dass ich filmen konnte. Ich musste aber dann damals unterschreiben, dass er den Film sehen will, bevor er veröffentlicht wird.

Also bin ich vor der Ausstrahlung extra nach Wien geflogen und hab den Film gezeigt. Das war schrecklich für mich. Wir waren in einem Vorführraum, ich ganz vorne, Herr Dichand, ein Finanzdirektor, der Chefredakteur und die Sekretärin sind hinten gesessen. Ich konnte nicht sehen wie sie auf den Film reagiert haben. Nach etwa 17 Minuten, als Heide Schmid gesprochen hat, ist die Stimmung schlechter geworden. Am Ende hat er nichts gesagt, aber die anderen. Der »Finanzminister« hat gemeint, es gebe zu viel Heide Schmid, zu viel Tierecke, es gäbe ja viel anderes in der Zeitung. Sie meinten, sie fühlen sich in die rechte Ecke ge-



Hans Dichand ist ein optimaler Verkäufer für seine Zeitung, aber von Journalismus hat er keine Ahnung. Er könnte auch nur sagen, er möchte Geld, aber ich denke, er möchte auch Macht.

drückt. Ich habe ihnen gesagt, es geht um den Aufstieg der FPÖ, das gibt es auch in ihrer Zeitung. Sie wollten die Kasette unbedingt behalten, aber ich hab sie nicht dort gelassen. Der Druck war groß und nach der Ausstrahlung in ARTE wurde das Fernsehprogramm des Senders nicht mehr in der Zeitung gedruckt.

Die Stimmung in der Kronenzeitung reflektiert vielleicht die österreichische Seele. Vieles funktioniert nur auf Basis Instinkt und Frustration. Positives gibt es sehr wenig. Es ist immer eine schlechte Stimmung, die Leute können nicht positiv oder ein bisschen offen denken. Ich hatte nie das Gefühl, dass die Leute, die dort arbeiten, etwas für eine bessere oder offene Zukunft tun wollen. Es ist sehr schwierig, einen Film zu machen in einer Atmosphäre, die man nicht gerne hat und mit Menschen, die sich nicht mitteilen. Ich habe einige Jahre zuvor schon einen Film über Medien und Politik gemacht. Unabhängige Journalisten haben gegen Staatspropaganda für eine multikulturelle Welt gekämpft. Es war damals eine angenehmere Erfahrung, weil diese Kollegen für richtige Information und Fakten gekämpft haben.

Schreiben für Anerkennung

Natürlich gibt es auch einige Journalisten in der Zeitung mit guten »Absichten«. Zum Beispiel habe ich den Kindermann nicht als eine intelligente Person empfunden, aber er war menschlich ein netter Kerl. Er brauchte Anerkennung, und die hat er auch von der Kronen Zeitung bekommen. Aber er hat keine kritische Einstellung und das ist peinlich. Mit ihm Zeit

zu verbringen ist nicht so schlimm, da gibt es andere, das ist schrecklicher. Der Wolf Martin ist höflich, aber er ist ein armer Kerl, ich bin »sorry« für ihn, er ist ein einsamer Kerl. Seine Freunde sind diese jungen Neonazis, die ihn wahrscheinlich nur mögen, weil er in der Kronen Zeitung schreibt. Seine rassistische Einstellung finde ich erschreckend, und ich finde es skandalös, dass diese Zeitung sie veröffentlicht.

Hans Dichand ist einerseits ein normaler Mensch, andererseits ist er kein offener Mensch, er ist ein ordentlicher Mensch. Er ist überzeugt von seiner geordneten Idee was Österreich sein sollte.

Ich meine, die Krone ist eine »Volkszeitung« – an sich kein Problem – wäre sie nicht so populistisch. Wenn man die Kronen Zeitung liest, weiß man, in welche Richtung die Politik gehen wird. Das bedeutet nicht, dass die Parteien alles machen was die Kronen Zeitung schreibt, aber die Richtung in der sie denken werden. Sie meinen das ist die Meinung der Bevölkerung, Menschen, die Kronen Zeitung lesen sind keine schlechten Menschen, aber die Zeitung wird sie nicht besser machen.

Ich finde, das was dort gemacht wird, hat mit dem ursprünglichen Begriff von Journalismus überhaupt nichts mehr zu tun. Hans Dichand ist ein optimaler Verkäufer für seine Zeitung, aber von Journalismus hat er keine Ahnung. Er könnte auch nur sagen, er möchte Geld, aber ich denke, er möchte auch Macht. Ich habe Journalismus studiert, gelernt wie man recherchiert. Solche Sachen gibt es dort nicht. Ich finde es beispielsweise sehr wichtig, Informationsquellen zu nennen. Auch wenn sie dort recherchieren, ma-

chen sie trotzdem etwas anderes. Zum Beispiel als während des Afghanistan-Krieges ein junger Journalist wissen wollte, wie viele afghanische Flüchtlinge schon auf den Weg nach Österreich sind, hat er an zwei verschiedenen Stellen Informationen eingeholt. Die Fremdenpolizei sagte ihm mehrere Hundert würden erwartet, die andere Quelle sagte, es seien noch keine angekommen, aber man erwarte zehn. In der Zeitung liest man dann, dass 1.000 kommen werden. Sie sagen nicht: Die Fremdenpolizei sagt das, und die andere Quelle sagt, wir wissen es noch nicht genau. Das wäre die richtige seriöse Information gewesen. Wenn sie recherchieren, dann wissen sie genau was für sie am besten ist, nämlich Angst zu provozieren. Aber das ist kein Journalismus.

Österreich – Schöpfung der Krone?

Natürlich ist diese Zeitung eine gute Plattform, weil alle sie lesen. Ich finde es gefährlich, was man mit dieser Zeitung anrichten kann, aber MedienanalytInnen können eher sagen, wohin das wirklich führen kann. Zumindest ist es aber so, dass die Krone-LeserInnen oft falsch oder zumindest nicht richtig informiert werden, und die Stimmung des Landes ist sehr geprägt davon.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an den Autor
fmang@aon.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Berlusconi und die Medien

Decken JournalistInnen in Italien schmutzige Geschäfte von PolitikerInnen auf, treten diese nicht zurück, sondern verklagen die Medien wegen Rufschädigung.

Autorin: Mag. Lucia Bauer

Büro des Vorsitzenden GPA-djp

Als eine Reihe italienischer und internationaler Medien berichtete, der italienische Ministerpräsident lasse sich regelmäßig mit Escortgirls auf Staatskosten zu privaten Partys in seinen Villen fliegen, sahen sie sich prompt mit einer Klage auf drei Mio. Euro Schadenersatz konfrontiert. Die internationale Organisation »Reporter ohne Grenzen« und die Europäische Journalistenvereinigung bezeichneten dieses Vorgehen Berlusconis als »virulenten Angriff auf die Pressefreiheit in Europa«. Was in Europa noch auf Irritation und ungläubiges Kopfschütteln stößt, ist in Italien Alltag. Während Berlusconi gegen kritische JournalistInnen und Zeitungen gewohnheitsmäßig mit juristischen Mitteln vorgeht, bekämpfen seine eigenen Medien unabhängige RichterInnen und StaatsanwältInnen und stellen sie als UmstürzlerInnen dar. Für viele ItalienerInnen ist längst das Maß voll. Am 3. Oktober 2009 demonstrierten daher Zehntausende in Rom für Pressefreiheit und gegen die immer dreisteren Medienmanipulationen ihres Ministerpräsidenten.

Die EU soll handeln

Nicht nur Organisationen wie »Reporter ohne Grenzen« sehen die Medienkonzentration in Italien längst als ein Problem für die Informationsfreiheit. Wenige Ta-

ge nach der Großdemonstration in Rom debattierte auch das Europäische Parlament über das Thema Informationsfreiheit in Italien. SozialistInnen, Grüne und Liberale hatten Entwürfe für eine Entschließung eingebracht, die die Europäische Kommission aufforderten, Besitzverhältnisse bei europäischen Medienunternehmen zu untersuchen und gegen Medienkonzentration vorzugehen.

Recht auf Informationsfreiheit

»Das Recht auf Informationsfreiheit muss in allen Ländern Europas nach gleichen Maßstäben garantiert werden«, daher brauche man eine EU-Richtlinie mit Richtgrößen, die für alle gelten, begründete der italienische Abgeordnete der **S&D** (Fraktion der Progressiven Allianz der Sozialisten und Demokraten im Europäischen Parlament) die Notwendigkeit der Entschließung. Auch der Fraktionsvorsitzende der **ALDE** (Fraktion der Allianz der Liberalen und Demokraten für Europa) Guy Verhofstadt forderte das EU-Parlament auf, für die Entschließung zu stimmen und die EU-Kommission zu beauftragen, Medienpluralismus in Europa sicherzustellen. Denkbar knapp gestaltete sich schließlich die Abstimmung. Für den vorgelegten Text stimmten 338 Abgeordnete, genauso viele waren dagegen. Damit ist der Text abgelehnt, weil es laut Geschäftsordnung des EP eine Mehrheit geben muss, damit eine Entschließung angenommen wird.

Der italienische Ministerpräsident ist Italiens größter Fernsehunternehmer. Er kontrolliert mittelbar oder unmittelbar 90 Prozent des italienischen Fernsehens.

INFO & NEWS

Mediaset ist die Sendergruppe des mehrfachen italienischen Regierungschefs Silvio Berlusconi.

Die Mediengruppe Mediaset ist eingebettet in die Fininvest-Holding, an der die Familie Berlusconi knapp 51 Prozent hält. Sie besitzt drei überregionale Privat-Fernsehsender: Italia 1, Rete 4 und Canale 5. Sie ist an der italienischen Börse notiert.

Er ist Eigentümer der drei privaten Fernsehkanäle Mediaset. Dazu übt er indirekte Kontrolle über die drei öffentlichen Fernsehsender aus. Er besitzt außerdem Italiens größten Filmverleih Medusa Film, den Buchverlag Mondadori, die Werbeagentur Publitalia und ein Zeitschriftenimperium. Einzig die Tageszeitungen entziehen sich bisher erfolgreich seinem Zugriff. Zwar besitzt Berlusconis Bruder die Mailänder Zeitung »Il Giornale«, doch hat diese nur eine vergleichsweise geringe Auflage von 300.000 Stück.

Die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (**OSZE**) kritisierte wiederholt die Konzentration so vieler Medien in der Hand des Ministerpräsidenten und bezeichnete sie als eine Gefahr für die europäische Verfassungsarchitektur und ein schlechtes Beispiel für die neuen Mitgliedsstaaten. Kritik äußerte auch die UN-Kommission: Sie befürchtet, dass die Situation in Italien Selbstzensur begünstige. JournalistInnen würden in einem solchen Klima aus Angst vor Konsequenzen »freiwillig« auf eine Berichterstattung verzichten, wenn diese



Während Berlusconi gegen kritische JournalistInnen und Zeitungen gewohnheitsmäßig mit juristischen Mitteln vorgeht, bekämpfen seine eigenen Medien unabhängige RichterInnen und StaatsanwältInnen als UmstürzlerInnen.

von der Regierung als kritisch eingestuft werden könnte.

Die Medienkonzentration in der Hand des Ministerpräsidenten hat auch handfeste Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation von Medien außerhalb des Berlusconi-Imperiums – vor allem auf die von Berlusconi intensiv bekämpften unabhängigen Tageszeitungen. Berlusconis Werbeagentur kontrolliert etwa zwei Drittel der Fernsehwerbeseinschaltungen, und in den vergangenen Jahren haben immer mehr italienische Unternehmen ihr Werbebudget statt in Printmedien oder das öffentliche Fernsehen in Mediaset investiert. Im Juni 2009 forderte Berlusconi bei einem Industrielenkongress offen dazu auf, keine Inserate in Tageszeitungen zu schalten.

Eingriffe bei der RAI

Auch Berlusconis Rolle beim öffentlichen Fernsehen sorgt immer wieder für Diskussionen. Im April 2009 legte Berlusconi den neuen Stellenplan der RAI einfach fest, anstatt dies, wie es die Satzung der RAI eigentlich vorsieht, dem Verwaltungsrat zu überlassen. Berlusconi baute so seinen Einfluss bei der RAI aus und betraute ihm nahestehende JournalistInnen und MitarbeiterInnen mit der Leitung der verschiedenen Nachrichtensendungen und Kanäle. Prominentester Handlanger Berlusconis bei der RAI ist Augusto Minzolini, der kürzlich zum Chefredakteur der Abendnachrichtensendung TG1 ernannt wurde und der in Berlusconis Tageszeitung »Il Giornale« als »Berlusconis vertrauter Interviewer« bezeichnet wurde.

Berlusconis Kontrolle über das staatliche Fernsehen führt dazu, dass negative Schlagzeilen über den Ministerpräsidenten nur in abgemilderter Form erscheinen und JournalistInnen, die zu kritisch über die Regierung berichten, mit Disziplinarmaßnahmen rechnen müssen. Auch das Fernsehprogramm wird im Bedarfsfall ganz auf die Bedürfnisse Berlusconis abgestimmt und Nachrichtensendungen, in denen der Ministerpräsident eine prominente Rolle hat, einfach ins Hauptabendprogramm verlegt.

Um dem Ministerpräsidenten bestmöglich unter die Arme zu greifen, stimmen RAI und Mediaset ihre Programmplanung im Bedarfsfall einfach miteinander ab. Etwa kommt es vor, dass Mediaset eine Sendung mit hohen Einschaltquoten cancelt, wenn zeitgleich Berlusconi in der RAI auftritt.

Eine von der Journalistin Milena Gabanelli moderierte Sendung (»Report«) wurde dagegen zum Gegenstand einer Disziplinarmaßnahme, nachdem sie die Regierungspolitik im Bereich der sogenannten »social card« zu kritisch untersucht hatte. Ähnliches passierte auch Michele Santoro, der in der Sendung »Annozero« aufgetretene Probleme nach dem Erdbeben in den Abruzzen thematisierte. Er wurde zu einer »Richtigstellung« verpflichtet. Ein weiterer Journalist des RAI, Vauro Senesi wurde kurzerhand abgesetzt wegen einer Karikatur, die angeblich das Andenken an die Toten beschädigte.

Repressionen haben System

In einer Demokratie inmitten der EU kann eine Regierung nicht einfach eine

WEBLINK

Homepage von Mediaset:
www.mediaset.it/corporate/home_en.shtml

Zeitung schließen oder freie Meinungsäußerung generell verbieten. Offensichtlich sind solch totalitäre Methoden aber gar nicht notwendig. Die Regierung Berlusconi zeigt, dass man auch sehr viel diffiziler die politische Berichterstattung in den Medien filtern und gleichschalten kann: Indem man systematisch regierungskritischen Journalismus erschwert, die Arbeit von JournalistInnen diskreditiert und mit einer Klagsflut die Arbeit unabhängiger Medien behindert. Dass weitgehende staatliche Eingriffe in die Pressefreiheit in einem EU-Mitgliedsstaat kein rein nationales Problem sind, liegt auf der Hand. Die knapp gescheiterte Entschließung des Europäischen Parlaments wäre ein wichtiges Signal gewesen, um klarzustellen, dass die EU nicht nur bei neu beitretenden, sondern bei all ihren Mitgliedern die Einhaltung der Grundrechte einfordert.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
 an die Autorin
lucia.bauer@gpa-djp.at
 oder die Redaktion
aw@oegb.at

LeserIn 2.0

Die Printmedien leiden unter dem Internet – viele lesen ihre Lieblingszeitung nur noch online. Die Folge: Für Qualitätsjournalismus fehlen Zeit und Geld.

Autor: Dr. Franz Mangelberger

Freier Journalist

Die fetten Jahre sind vorbei. Früher waren Zeitungspresen eine Lizenz zum Geld drucken. Es gab Renditen bis zu 20 Prozent – aus heutiger Sicht ein Traum. Das Internet aber schadet dem Verlagsgeschäft, denn dort liest jeder fast alles gratis. Für die VerlegerInnen ist das Internet ein Alptraum. Für JournalistInnen auch. Nur für wenige Angebote wird bisher Geld verlangt. Bei Spiegel Online etwa ist alles kostenlos, nur die Printausgabe am Bildschirm muss bezahlt werden. Das Hamburger Abendblatt des Springerkonzerns bitte seine LeserInnen ebenfalls seit kurzem zur Kasse, und die Süddeutsche stellt Archiv-Geschichten der gedruckten Ausgabe und Dossiers in Rechnung.

Wie kräftig das Pendel auch in Österreich in Richtung Zeitung im Internet ausschlägt, belegen die Zahlen der jüngsten Median-Analyse. Darin geben 60,5 Prozent der österreichischen Bevölkerung an, mindestens einmal in den letzten sieben Tagen das Internet genutzt zu haben. Nahezu 30 Prozent haben in den vergangenen vier Wochen über das Internet eingekauft und rund 27 Prozent haben auf Zeitungsinhalte zugegriffen.

Neue Geschäftsfelder gesucht

Seit die Werbeeinnahmen einbrechen, wird auf Biegen und Brechen nach neuen Lösungen und Geschäftsfeldern gesucht.

Vor allem, um dem zu entgehen, was vielen meist kleinen Blättern in den USA zum Verhängnis wurde: monatlich 30 Mio. Kleinanzeigen aller Art geschaltet auf craigslist.com. Viele gute Zeitungen wurden dadurch in den Ruin getrieben. Die Diskussion um **Paid Content** im Internet wird die Branche auch weiterhin beschäftigen.

Unter anderem deshalb, weil der Medienmogul **Rupert Murdoch** Inhalte seiner Blätter im Netz nur noch gegen Bares herzeigen will und meint, damit Verlage vor größerem Ungemach bewahren zu können. Nicht alle teilen seine Meinung. So meint etwa der Online-Nachrichtenchef der »Financial Times Deutschland«, Joachim Dreykluft, es sei ein »Irrglaube, dass Leser tatsächlich für gedruckte Inhalte zahlen«.

Zudem sei es ein Streitpunkt, aus welchem Teil der Erlöse tatsächlich die JournalistInnen bezahlt werden, denn das, was die LeserInnen zahlen, reicht längst nicht, um den Inhalt zu generieren. Wichtiger wäre es seiner Meinung nach, darüber nachzudenken, wie es Verlagen gelingen kann, wieder Kontrolle über größere Teile der Distributionskette zu bekommen. Womit der Bogen zu einem Vortrag »Was wird aus den Zeitungen?« des früheren Herausgebers der Los Angeles Times, John S. Carroll, gespannt ist. Seine Prognose fällt nicht rosig aus: Zwischen EigentümerInnen und JournalistInnen gibt es keine Verständigung und keine gemeinsamen Zielvorstellungen mehr. Funktionen, die früher zu den Kompetenzen eines starken Herausgebers gehörten, werden neuerdings von FinanzmanagerInnen wahrgenommen. »Was

wollen die jetzigen Eigentümer von ihren Zeitungen? Die Antwort lautet schlicht und einfach: Geld. Und basta.«

Markenzeichen Zweitverwertung

Anstatt neue Erzählformen zu etablieren setzen Verlage auf Online-Journalismus, dessen Markenzeichen der hohe Anteil von Zweitverwertung ist. In den meisten Fällen beschränken sich Online-Redaktionen überwiegend auf Meldungen von Nachrichtenagenturen, die bei den meisten Angeboten 70 bis 80 Prozent des gesamten Inhaltes ausmachen, stellen die Autoren der Studie im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung »Wie das Web den Journalismus verändert« fest. Inhalte speziell fürs Internet produzieren nur wenige Redaktionen. Kurz gesagt: Die Hauptaufgabe der Online-JournalistInnen besteht in der onlinegerechten Aufbereitung komplett vorliegender Texte. Vornehmste Aufgabe von Online-RedakteurInnen – nicht nur in kleinen Lokalredaktionen, sondern auch in den Online-Redaktionen der überregionalen Qualitätszeitungen – ist das Einpflegen von Inhalten aus dem Agenturticker. Das Redigieren und Umschreiben haben das selbstständige Schreiben längst überholt. Artikel werden auf Rechtschreibfehler, überflüssige Trennungszeichen oder Zeitangaben geprüft, bekommen neue Überschriften, eine Zusammenfassung wird vorangestellt, die Texte werden verkürzt oder geteilt. Stilistische Überarbeitung fällt meistens unter den Tisch. Die Tätigkeit der Online-JournalistInnen, die sich im wesentlichen auf Zweitverwertung, Bearbeitung und Anpassung angelieferter Texte

Artikel werden auf Rechtschreibfehler, überflüssige Trennungszeichen oder Zeitangaben geprüft, bekommen neue Überschriften, eine Zusammenfassung wird vorangestellt, die Texte werden verkürzt oder geteilt. Stilistische Überarbeitung fällt meistens unter den Tisch.

beschränkt, ist aus ökonomischer Sicht sinnvoll und schafft einen hocheffizienten Veredelungsjournalismus.

McNews-Fastfoodinformation

Einfach vorhandene Inhalte auf neuen Kanälen zu verbreiten, dürfte nicht reichen, um LeserInnen auf den Bezahlknopf drücken zu lassen. Da müssen schon neue oder zumindest neu aufbereitete Inhalte geboten werden. Die »Welt am Sonntag« etwa versucht das mit einer digitalen Ausgabe, einem Magazin mit vielen Bildern und wenig Worten, das nur am Computer gelesen werden kann. Vieles davon sind Angebote, die bereits seit längerem existieren oder glatte Kopien vorhandener Portale. Obwohl Verlage immer wieder einmahnen, dass im Internet Materialien ungefragt, vor allem aber unbezahlt verwendet werden, machen sie selbst nichts anderes. Was etwa die Texte freier JournalistInnen angeht, liegen alle Rechte durch Bezahlen eines einmaligen Honorars beim Verlag oder Agentur, die Texte so oft sie wollen und wo sie wollen veröffentlichen können. Nie sind freie JournalistInnen schlechter bezahlt worden. Manche Texte werden überhaupt nicht mehr honoriert, wie zahlreiche Beispiele belegen. Die Folgen sind weit reichend, der Kreis schließt sich, die Qualität der Artikel leidet, warum sollten dann LeserInnen dafür auch noch etwas berappen.

Einen ganz anderen Weg aus der Krise nimmt die Internet-Zeitung ProPublica aus New York. Die größte Online-Zeitung für investigativen Journalismus in den USA kostet LeserInnen nichts. Dank

der Stiftung eines wohlmeinenden Milliardärs arbeiten 32 JournalistInnen daran, Missstände und Korruption aufzudecken. »Ziel sei es«, so der etwas sendungsbetonte Chefredakteur Paul Steiger, »Machtmissbrauch ans Licht der Öffentlichkeit zu bringen. Damit sich grundsätzlich in der Gesellschaft etwas ändern kann.« Doch das kostet Zeit und Geld. Für viele – nicht nur amerikanische – Medien ist das unbezahlbarer Luxus geworden. »Früher hatte fast jede Lokalzeitung Korrespondenten für die Politikberichterstattung. Heute sind das bis zu 90 Prozent weniger. Viele Geschichten über Korruption werden gar nicht erst aufgedeckt und nicht geschrieben. Politiker können sich heute Dinge erlauben, die sie sich früher gar nicht getraut hätten.« Um möglichst viele Menschen zu erreichen, werden alle Geschichten anderen Redaktionen kostenlos angeboten. Kaum verwunderlich, dass traditionelle Printmedien wie etwa New York Times sich des Gratisangebotes bedienen. Auch andere Online-Nachrichtenanbieter greifen zu, wie etwa flyp.com, die darüber hinaus die Qualität der Nachrichten mit gezielten Fragen an ihre LeserInnen überprüft, bevor Artikel veröffentlicht werden.

Netz-Manifest

Ein »Netz-Manifest« mit 17 Behauptungen, wie Journalismus heute funktioniert, hat eine Gruppe bekannter deutscher JournalistInnen verfasst und festgehalten: »Das Internet macht es möglich, direkt mit den Menschen zu kommunizieren und ihr Wissen zu nutzen. Nicht

WEBLINK

Internet-Manifest:
Wie Journalismus heute funktioniert.
www.internet-manifest.de

der besserwissende, sondern der kommunizierende Journalist ist gefragt.« Die Gruppe ist davon überzeugt, dass sich auch bei der Online-Berichterstattung Qualitätsjournalismus durchsetzt, sofern er sich von bloßer Veröffentlichung unterscheidet.

Todesspirale der Medienökonomie

Wenn Journalismus eine geistige Dienstleistung für eine funktionierende Demokratie ist, darf die journalistische Qualitätsarbeit nicht zu Tode gespart werden, wie Kommunikationswissenschaftler Christoph Fasel über die Zukunft des Journalismus feststellt. »Wer an Recherche spart verliert Leser, wer Kompetenz einspart verliert Interesse, wer Unabhängigkeit einspart verliert Vertrauen. Das ist die Todesspirale der Medienökonomie.«

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an den Autor
fmang@aon.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Freie JournalistInnen

Frei im Journalismus in Österreich zu arbeiten, ist schwierig. Der Ausübung des freien kritischen Journalismus kommt Erfahrung im Krieg zugute.

Autorin: Mag. Gabriele Müller

Freie Journalistin

Würde er nur von österreichischen Medien leben, meint Ralf Leonhard, wäre er längst verhungert. Seit er vor rund fünfzehn Jahren aus Zentralamerika heimgekehrt ist, hat er offensichtlich kein Gramm zugenommen. Das ist in seinem Fall Zeichen von Disziplin, keines von mangelndem Erfolg. Frei zu werden ist nicht schwer, frei zu sein dagegen sehr, lautet ein Spruch in der Branche. Wie viele freie JournalistInnen in Österreich tätig sind, steht nicht genau fest. Niemand wüsste, wie viele JournalistInnen es derzeit in Österreich gibt oder zu einem bestimmten Zeitpunkt gegeben hat, die Berufsgruppe sei zu klein, um vom Mikrozensus des Statistischen Zentralamtes erfasst zu werden, schreibt Roman Hummel, Professor für Journalistik an der Universität Salzburg, im Bericht 2006 »Journalismus in Österreich«. Im »Journalistenreport 2007« wird die Zahl auf rund 7.100 Personen geschätzt. Bereits 42 Prozent der journalistisch Tätigen sind Frauen.

Mehr Frauen

Damit hat sich zwar in den vergangenen zehn Jahren die Zahl der professionell Schreibenden deutlich erhöht (1999 waren rund ein Drittel der journalistisch Tätigen Personen weiblich). »Trotz dieses positiven Befundes zeigen deutliche genderspezifische Unterschiede, dass die

Journalistinnen ihren männlichen Kollegen nicht gleichgestellt sind«, heißt es im genannten Report.

Die Ressortwahl erfolgt immer noch entlang stereotyper Rollenbilder. So ist der Frauenanteil bei Lifestyle-Ressorts mit 73 Prozent am höchsten, im Sport am geringsten (zehn Prozent).

Wesentlich mehr Frauen als Männer sind in den Medien teilzeitbeschäftigt. Von den Journalisten sind es nur 18 Prozent, bei den Frauen 32. Auch bei den »Freien« ist der Frauenanteil mit 46 Prozent höher als in der Gesamtheit.

»Im Journalismus tätig zu sein, bedeutet in der Regel eine Bereitschaft, das 1,5-fache der Normalarbeitszeit zu erbringen«, berichtet die Studie »Soziale Lage von Journalisten/-innen in Oberösterreich«, (AK OÖ und GPA-djp, Juli 2007). Die 40-Stunden-Woche ist die Ausnahme, 40 bis 60 Stunden pro Woche sind die Regel. »Die »Mehrarbeit« wird von vielen »in Kauf genommen«, also freiwillig erbracht, von anderen auch unfreiwillig geleistet, um bessere Berufschancen zu haben.« Vor allem für »Freie«, so belegt der Bericht, sind zusätzliche Tätigkeiten notwendig, um »über die Runden zu kommen«.

Kann man als freier Journalist ausschließlich von dieser Tätigkeit in Österreich leben? »Man kann«, sagt Ralf Leonhard, studierter Jurist und Absolvent der Diplomatischen Akademie, »ich kann es nicht«. Allerlei Krimskrams habe er im vorigen Jahr zusätzlich erledigt, daneben Rechercheaufträge über »Landgrabbing«, den Diebstahl von Land in Afrika, oder eine Reiseleitung nach Zentralamerika.

Trotz aller Widrigkeiten haftet dem Journalismus ein **Nimbus** an. Freelancer

BUCHTIPP

Der Journalistenreport
Österreichs Medien und
Ihre Macher
Eine empirische Erhebung
AutorInnen:

Andy Kaltenbrunner,
Matthias Karmasin, Daniela Kraus,
Astrid Zimmermann
2007, 200 Seiten, € 9,20
ISBN: 978-3-7089-0106-0



Vorbestellung:

ÖGB-Fachbuchhandlung, 1010 Wien,
Rathausstr. 21, Tel.: (01) 405 49 98-132
fachbuchhandlung@oegbverlag.at

umgibt ein gewisser Hauch der Unabhängigkeit, aus der Zeit vor der Digitalisierung der Welt. So mancher, meist Mann, landete damals häufig in Cessnas unter Lebensgefahren auf brennenden Flughäfen, befand sich, stets mit Mikrofon bewaffnet, inmitten brodelnder Revolten. So manche, meist junge, Frau klärt heute noch – in TV-Krimis – komplizierte Zusammenhänge inmitten des Bösen. Dabei ist der »**embedded Journalism**«, die kontrollierte Berichterstattung, nicht nur auf Kriegsregionen beschränkt, sondern in Österreich eher der Normalfall.

Manchmal PR-Texte

Freie JournalistInnen hätten eher die Möglichkeit, interessante Geschichten zu recherchieren, meint die freie Journalistin Regina Sailer, die allerdings auch PR- und Werbetexte verfasst, in einem Internet-



Frei zu werden ist nicht schwer,
frei zu sein dagegen sehr, lautet ein
Spruch in der Branche. Wie viele
freie JournalistInnen in Österreich
tätig sind, steht nicht genau fest.

Beitrag zur Lage der JournalistInnen
Österreichs.

Teure Recherche

»Ha, ha«, sagt Leonhard. »Welches Medium in Österreich honoriert den Aufwand für eine interessante Geschichte? Aufwendige Geschichten sind ein Luxus, den sich eigentlich nur fest angestellte Journalisten leisten können, die dafür freigestellt werden. Oder jemand, der eine Förderung bekommt.«

Freie und fix angestellte JournalistInnen in Österreich stehen angesichts der Einnahmen der heimischen Printmedien (2009: minus 20 Prozent) vor derselben Problematik.

»Für ein paar Tausend Journalisten in Österreich – genauere Zahlenangaben sind seriöserweise nicht zu eruieren – stellt sich die dringende Frage, ob sie nicht selber aktiv nachdenken sollten, wie die Rahmenbedingungen ihrer beruflichen Umwelt in Zukunft beschaffen sein werden«, schreibt Engelbert Washietl, freier Journalist und Vorsitzender des Komitees Qualitätsjournalismus, in »Der Österreichische Journalist:online«. Darauf gebe es derzeit nur eine definitive Antwort: anders als bisher.

Nach einer Untersuchung von 15 Redaktionen (darunter Die Zeit, Spiegel Online, taz), kommt das deutsche Branchenblatt »Der Journalist«, zu einem alarmierenden Schluss. Für Recherche bleibt immer weniger Zeit, echte Nachforschungen werden durch Pseudo-Recherche ersetzt. Obwohl es in Österreich eine vergleichbare Studie nicht gibt, kann davon ausgegangen werden, dass die Ergeb-

nisse hierzulande mindestens ebenso drastisch ausfallen.

»Schreiben macht arm«, schreibt die freie Autorin Gabriele Bärtele in »Die Zeit« über das Erwachen aus ihrem Traumberuf Journalismus. Nach zehnjähriger Tätigkeit warnt sie davor, ihn zu ergreifen. »Jeder, der das so sieht, sollte den Beruf aufgeben«, rät Ralf Leonhard, seit über 20 Jahren in der Branche tätig ist. »Es gibt lukrativere Beschäftigungen. Wer davon arm wird, macht irgendetwas ganz falsch.«

»Manche journalistische Disziplinen, etwa der seriöse Aufdeckungsjournalismus, sind im Aussterben begriffen, weil zu teuer«, schreibt Engelbert Washietl. Andere könne sich nur der ORF – noch – leisten.

Einkommen

»Bei den Einkommensvergleichen ständig freier Journalistinnen und Journalisten wiederum fällt vor allem auf, dass rund die Hälfte der nicht angestellten Frauen lediglich Honorare bis maximal 1.500 Euro brutto monatlich bezieht«, stellt die empirische Erhebung »Österreichs Medien und ihre Macher« fest. Das hänge mit dem hohen Frauenanteil bei Fachmedien mit wesentlich geringeren Honorarsätzen und seltener Erscheinungsweise zusammen. Nur jeweils zwei bis sechs Prozent der Frauen befinden sich in den höheren Kategorien über 3.500 Euro monatlich. Allerdings ist der Anteil der Journalisten in diesen Einkommenskategorien auch nicht wesentlich höher.

»Die Kosten und Sparprogramme sind eine ganz große Gefahr für Frauen«, meinte die Journalistin Bettina Roither

WEBLINK

Europäische JournalistInnenföderation:
europe.ifj.org/en

am 11. Österreichischen Journalistinnenkongress, der am 14. Oktober 2009 in Wien stattfand. »Gleichzeitig mit dem Generationenproblem werden neue junge Frauen nach schlechteren Bedingungen bezahlt werden als noch die Generationen davor.«

Ein Problem des freien Journalismus liegt auch darin, ständig gute Leistungen bringen zu müssen. Wenn einem nichts einfällt, kann man mit copy and paste vorgehen, um die geforderte Zeilenanzahl zu erreichen. »Beinahe täglich entdecke ich Texte von mir im Internet, die sich jemand stillschweigend heruntergeladen hat, um seine Homepage damit zu schmücken«, schreibt Gabriele Bärtele. Die Rechtslage ist so, dass sie für diesen Diebstahl Honorar fordern könnte. »Das einzige was ich mir einhandle, sind pampige Antworten wildfremder Leute, die meinen, geistiges Eigentum sei so frei wie Luft und Sonne.«

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
gabriela.mueller@utanet.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Facebook: Gefällt mir?

Kommentieren – teilen – schützen? »Kampfgespräch« über Nutzen und Schaden von Facebook. Demokratischer Segen oder Datenschutz-Debakel?

*Nani Kauer, Early Refuser
Paul Sturm, Early Adopter*

Mitglieder im »A&W«-Redaktionskomitee

Sollten Sie einen Fachbegriff nicht kennen, nutzen Sie bitte das Internet – oder verwenden Sie ein Lexikon aus Papier ;-))

Demokratie

Paul: Facebook ist mit bald 400 Millionen NutzerInnen die erfolgreichste Social-Networking-Plattform weltweit. Mehr als 57 Prozent deutschsprachiger InternetuserInnen verwenden Social Networks (Benutzer-Analyse W3B, 2009). Herr/Frau ÖsterreicherIn verbringen jeden Tag 30 Minuten im World Wide Web, unter 30-Jährige 68 Minuten, AkademikerInnen und MaturantInnen noch mehr (IMAS-Studie zur Mediennutzung, 2009). So weit die Hard-Facts – sie sollen verdeutlichen, dass eben erwähnte Webdienste innerhalb des Internets als konkurrenzfähige Medienkanäle zu werten sind.

Nun zur demokratischen Kraft sozialer Medien: Jede/r kann sie nutzen und die Anmeldung erfolgt im Regelfall kostenfrei. Das gilt für Einzelpersonen, Firmen, NGO und Vereine. Damit erhält die Zivilgesellschaft die Möglichkeit auf gleicher Augenhöhe mit Konzernen oder Großparteien, um die Gunst der NutzerInnen zu konkurrieren.

User Generated Content: Redaktionelle Beeinflussung durch Inhaber/Gesellschafter oder zahlungskräftige Werbekunden – wie in klassischen Medien oft üblich –

fällt hier völlig weg. Die Kontrolle über die Inhalte übernehmen die BenutzerInnen gemeinsam und gleichberechtigt. Was wirklich Interesse weckt, entscheiden andere UserInnen mit ihren Reaktionen – nicht die PR-Abteilung oder die Geschäftsführung. Alle NutzerInnen werden zu Sender- UND EmpfängerInnen.

Nani: Auch bei Facebook gilt: Folge dem Geld. Denn Facebook ist ein Unternehmen, das auf einen Wert zwischen drei und 15 Mrd. Dollar geschätzt wird (sagt Wikipedia). Beteiligt sind Computer-/Software-Firmen, unter anderem Microsoft, nicht direkt uneigennützig Organisationen. Inwieweit Unternehmen und börsennotierte Konzerne demokratisch sind, nur weil sie »allen Menschen« kostenlos Strukturen zur Verfügung stellen, ist zweifelhaft. Es gibt auch Meldungen, wonach der US-Geheimdienst CIA über eine Risikokapitalfirma indirekt an Facebook beteiligt ist – wenn das nicht wahr ist, so ist es doch zumindest eine hübsche Verschwörungstheorie, die für kritische Distanz spricht. Dass die UserInnen die Inhalte selbst bestimmen ist richtig – aber ist es auch uneingeschränkt gut? In den USA laufen Gerichtsverfahren gegen Holocaust-Leugner auf Facebook, in Deutschland wurden Seiten mit derartigen Inhalten gesperrt.

Es haben außerdem längst nicht »alle Menschen« Zugang zum Internet, auch nicht im ach so reichen Österreich. Die Teilhabe am Facebook-Hype ist also nur denen möglich, die Geld (Anschaffung von PC inkl. Internet-Zugang oder Aufenthalt im Internet-Cafe) und Zeit dafür haben. Das heißt nicht, dass die totale

Ablehnung angebracht ist – eine gesunde, kritische Distanz aber allemal! Die deutsche Version von Facebook ist sprachlich übrigens eine männliche, es gibt nur Freunde, Gründer von Gruppen, Administratoren usw. ...

Kampagnen und Veranstaltungen

Paul: Ein Vorteil des Internet liegt in seiner Schnelligkeit, und Facebook bietet, über die normale Eingabe von Text- und Bildinhalten hinaus, die Möglichkeit, Gruppen zu gründen, Fan-Seiten zu erstellen oder Veranstaltungen zu **posten**. In Kombination mit hoher Vernetzung sind so beste Voraussetzungen für schnelle Kampagnen, spontane Veranstaltungen oder die Organisation von Demonstrationen bzw. Flashmobs gegeben.

Beispiele:

■ Die Facebook-Gruppe ›Freiheit im MQ‹ brachte es innerhalb eines Tages auf 4.500 Mitglieder.

■ Die Facebook-Initiative ›Grüne Vorwahlen‹ sorgte für 225 stimmberechtigte VorwählerInnen, diese konnten als Nicht-Parteimitglieder die Listenplätze der grünen KandidatInnen zur Gemeinderatswahl 2010 mitbestimmen – und somit die Themenschwerpunkte der Wiener Landesgruppe in demokratischer Weise mitgestalten.

■ Das Clubbing ›Südbahnhof Abriss Party‹ hatte innerhalb von zehn Tagen über 6.000 angemeldete TeilnehmerInnen.

Die gemeinsame Verwendung von Facebook mit mehreren Web-2.0-Plattformen wie Youtube, Flickr oder Twitter können die Qualität von Inhalten sowie Geschwindigkeit und Reichweite verbessern.



Nani: Die Mobilisierungskraft, die in Facebook steckt, ist sicherlich ein großer Vorteil, und mit im Paket kommt die Möglichkeit, ganz andere Zielgruppen anzusprechen als die, die man vielleicht mit Appellen im ORF-Mittagsjournal oder mit Inseraten in der gedruckten bürgerlichen Presse erreicht. Auch der ÖGB hat Facebook im Zuge der Kampagne »Play Fair – Olympia 2008« genutzt, um die Ziele der Kampagne unter die Menschen zu bringen.

Es gibt aber sehr wohl auch Gefahren oder zumindest Risiken, wenn sich Bewegungen, wie zuletzt die Uni-Besetzungen, zum Großteil im Web abspielen: Behörden können ganz leicht nachvollziehen, wer wann wo was gesagt und getan hat (**Livestreams** aus dem Audimax). »Früher« waren vor allem AktivistInnen linker Aktionen vorsichtiger, was die Veröffentlichung von Bildern bei Aktionen betraf, das Web 2.0 macht offenbar unvorsichtig – und das hat nichts mit Paranoia zu tun, siehe inhaftierte TierrechtsaktivistInnen.

Vernetzung und Kontakte

Paul: *Wie im echten Leben auch, entscheidet eine Art soziale Währung über Erfolg und Vernetzungsgrad innerhalb der Facebook-Community. Diese »Social Currency« setzt sich im Wesentlichen aus Originalität, Relevanz, Glaubwürdigkeit und Aktualität zusammen. Werden diese Regeln eingehalten, erfolgt die weitere Verbreitung und Vernetzung in viraler Form. Hat man interessante Inhalte, werden diese durch eigene Kontakte an deren Kontakte weitergegeben, diese haben dann wieder Kontakte und im*

Idealfall setzt sich diese kleine Erfolgsgeschichte endlos fort. Alle NutzerInnen werden so zu MultiplikatorInnen.

Nani: Um Kontakte zu knüpfen und sich mit Gleichgesinnten zu vernetzen ist Facebook sicherlich ein gutes Medium: Die alte Schulklasse ausfindig machen, mit Verwandten in fernen Ländern in Kontakt bleiben oder auch berufliche Verbindungen herstellen geht »digital« bestimmt schneller als »analog«. Und es mag für manche Menschen auch tatsächlich reizvoll sein, mit wildfremden Menschen in Facebook-Gruppen gleiche Interessen zu teilen, zum Beispiel »Klopapier, das nach hinten abrollt, ist falsch montiert« ...

Datenschutz

Paul: *Persönliche Profildaten sowie erstellte Inhalte sind leider nicht ausreichend geschützt. Mehr oder weniger betrifft das fast alle großen Social-Networking-Plattformen. Die gesammelten Daten werden für Werbezwecke verwendet und können an Dritte verkauft werden. Man kann diesen Preis zahlen, oder man entscheidet sich, digitaler Eremit zu werden.*

Nani: Datenschutz ist der größte und ernsthafteste Kritikpunkt – und dabei meine ich nicht, dass die Personendaten zu Marketingzwecken an Firmen gehen, denn das steht bestimmt wo im Kleingedruckten. Auch wer so dumm ist, Vorgesetzte oder nicht ganz wohlmeinende KollegInnen als Freunde zu akzeptieren, im Krankenstand fröhlich Partybilder im Krankenstand fröhlich Partybilder im Krankenstand postet, und dann verwarnt, im schlimms-

ten Fall gekündigt wird, hat nur mein begrenztes Mitleid. Bedenklicher sind die Verbindungen, die von wem auch immer hergestellt werden: Eine Bekannte hat einen Facebook-Account neu angemeldet und in der Sekunde des »Absendens« zig Vorschläge für »Freunde« bekommen. »Gruselig« findet sie das und wundert sich darüber, woher Facebook weiß, dass sie vor Jahren mit einer der vorgeschlagenen Personen studiert hat, mit der sie nicht einmal besonders eng befreundet war.

Sucht

Paul: *Man kann wegen Sexsucht nicht den Sex verbieten, genauso wenig das Essen wegen Bulimie – ähnlich sehe ich das auch bei allen anderen Verhaltenssüchten. Egal ob Internet-, Schokolade-, TV-, Arbeits-, Kauf- oder Sportsucht, die Ursache dafür liegt in der persönlichen Disposition, möglicherweise auch in einem gesellschaftlichen Zusammenhang, aber nicht an den Angeboten selbst.*

Nani: Die Dosis macht das Gift – das gilt auch bei Facebook. Neben allen anderen erwähnten Kritikpunkten gilt: Wer in vernünftigen Maß mit dem sozialen networking umgeht – bitteschön. Wenn das Verhalten allerdings so weit geht, dass bei Treffen mit echten Menschen im echten Leben immer das Facebook-fähige Handy dabei sein muss, und wenn man der Freundes-Community gleich nach der Nachspeise das komplette Menü posten muss, dann sollte man sich vielleicht doch überlegen, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen.

Erratum erwünscht

Wie mit Studien eine verzerrte Sozialstaatsdebatte auf Kosten der sozial Schwächeren geführt wird.

Autor: Mag. Adolf Buxbaum

Abteilung Sozialpolitik Arbeiterkammer Wien

Am Beginn dieser Reflexion über den offensiv sozialstaatskritischen Teil der österreichischen Medienlandschaft soll ein Zitat von **Thomas A. Edison** (1847–1931) stehen: »Das ist das Schöne an einem Fehler: Man muss ihn nicht zweimal machen.«

Einen journalistischen Fehler zu begehen und ihn in Zukunft zu vermeiden, kann durchaus als wünschenswert gesehen werden. Diesen Fehler dann auch offenkundig zu deklarieren und richtigzustellen, darin offenbart sich aus meiner Sicht wahre Größe. Aber wie oft hat man in österreichischen Medien z. B. im Zuge der aktuellen Verteilungsdebatte im österreichischen Sozialstaat ein fundiertes »Erratum« lesen dürfen?

Solidargemeinschaft

Dass bestehende Systeme und Strukturen verbessert und modernisiert werden können, ist naheliegend, das Grundverständnis einer Solidargemeinschaft aber medi-

al aushöhlen zu wollen, ist hingegen sehr problematisch.

Denn gerade die merkmals-, lebenssituationsbezogene und überwiegend auf sozialversicherungsrechtliche Prinzipien beruhende soziale Absicherung bedeutet den wünschenswerten sozialen Ausgleich innerhalb der Gesellschaft und über den kompletten Lebensabschnitt, z. B. von kinderlosen Haushalten zu Familien oder von den aktiv Beschäftigten zu den PensionistInnen.

Neuinszenierung von Mythen

Unseriöse, zu stark reduzierende Studien und tendenziöser Journalismus haben zu stark verzerrten Wahrnehmungen geführt. Als abschreckendes Beispiel ist in diesem Zusammenhang die im Herbst 2009 oft unsachlich geführte Debatte, wie auch der begleitende mediale Diskurs über das Wirken des Sozialstaats in Österreich zu nennen: Ein im internationalen Vergleich gut funktionierendes System wie der österreichische Sozialstaat wurde dadurch »todkrank geschrieben« und diffamiert; Mythen wurden moderner inszeniert und interessierte Menschen wurden eindeutig um qualitätsvollen Journalismus betrogen.

Mit der WIFO-Studie (Sept. 2009) »Umverteilung durch den Staat in Österreich« wurde eine breitere Diskussion zur »Verteilungsgerechtigkeit« und dem Wirken der Budgets öffentlicher Haushalte seriös begonnen. Die folgenden Präsentationen von »Gegenstudien« und manche Beiträge in Tageszeitungen ließen bereits eine verzerrte Darstellung eines so wichtigen Themas befürchten, das jeden

Menschen in Österreich direkt oder indirekt betrifft.

Abwertende Schlagzeilen von Zeitungsartikeln stellen dabei negative Belege dar: »Geldregen auf die sozial Schwachen«, »Lohnt sich Leistung noch?« oder »Sozialsystem schafft keinen Anreiz, die Leistung zu erhöhen«. Diese unseriösen Angriffe auf den Sozialstaat und die vermeintliche »Überversorgung« von sozial Schwächeren, Arbeitslosen, PensionistInnen usw. bildet sich in der Realität definitiv nicht ab.

Vielmehr ist das Gegenteil der Fall: Der armutsgefährdete Teil der Bevölkerung wird größer und dies oft trotz Beschäftigung. Sehr verwunderlich erscheint dabei eine gewisse mediale Verharmlosung der bestehenden »working-poor«- bzw. Prekariatsproblematik, die gerade in der journalistischen Szene keine Seltenheit darstellt. Nachdem sich der Großteil der Sozialleistungen in Österreich am zuvor bezogenen Einkommen orientiert, verschärfen sich die existenziellen Rahmenbedingungen zunehmend gerade für diese Gruppe, sobald diese Personen z. B. länger arbeitslos oder krank, arbeits- bzw. berufs unfähig werden oder spätestens wenn sie in Pension gehen.

Studien oder doch keine?

Während die WIFO-Studie mit rund 350 Seiten Umfang als umfassend und methodisch fundiert bezeichnet werden kann, stellen die dazu konkurrierenden »Studien« der Industriellenvereinigung (»Wohlstand, Armut & Umverteilung in Österreich«) oder des **Joanneum** Graz (bekannt als »Prettenthaler/Stern«-Stu-

WEBLINK

WIFO-Studie »Umverteilung durch den Staat in Österreich«
www.wifo.ac.at/www/jsp/index.jsp?fid=23923&id=36822&typeid=8&display_mode=2

Beschäftigungseffekte und Kosten von notwendigen Investitionen in soziale Infrastruktur

Bereiche	direkte Arbeitsplätze in Dienstleistung	Arbeitsplätze durch Bauinvestitionen und höhere private Konsumausgaben	Summe an neuen Arbeitsplätzen	Bauinvestitionen = »Sozialinfrastruktur-Milliarde«	Gesamtkosten (Personalkosten + Bauinvestitionen – Rückflüsse aus Abgaben/Steuern)
Pflege	6.000	4.500	10.500	300 Mio. €	476 Mio. €
Kinderbetreuung	12.000	3.800	15.800	200 Mio. €	551 Mio. €
Ganztageschule	10.000	7.900	17.900	500 Mio. €	890 Mio. €
Summen	28.000	16.200	44.200	1 Mrd. €	1,9 Mrd. €

Quelle: Berechnung der AK Wien

die) mit 59 bzw. ursprünglich mit gar nur neun publizierten Seiten eher Positionspapiere von »SozialstaatskritikerInnen« dar. Der wissenschaftliche Anspruch ist in beiden Fällen nur bedingt bis kaum gegeben.

Nach einer eindeutigen AK-Kritik an der Glaubwürdigkeit und Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse kam es zumindest in der Langfassung der Joanneum-Studie zu notwendigen Korrekturen, die aber den Gesamteindruck der »Studie« nicht verbessern konnten (vgl. auch Arbeit und Wirtschaft 12/09, S. 12f).

Was ist letztendlich von den »Studien« geblieben? Trotz der inhaltlichen Demontage blieb die Diskussion rund um die Einführung eines »Transferkontos« und das vermeintliche Bestehen einer »sozialen Hängematte«. Unter dem Vorwand der Intransparenz von sozialstaatlichen Geldflüssen an LeistungsbezieherInnen wurde eine Sozialabbau-Debatte in Gang gesetzt, die nur als gesellschafts- und wirtschaftspolitisch schädlich eingestuft werden kann.

Sozialstaat: Ausbau statt Abbau

Die Erfolge des heimischen Sozialstaats sind evident: Der Sozialstaat schützt in persönlichen und familiären Risikolagen, er hat sich als automatisch stabilisierende Säule selbst in Krisenzeiten bewährt und verhindert täglich ein zu starkes Auseinanderdriften der Gesellschaft.

Über den Lebenszyklus, also von der Geburt bis zum Tod, profitieren alle vom Sozialstaat – auch die selbsterklärten und scheinbar benachteiligten »LeistungsträgerInnen« und BefürworterInnen des So-

zialabbaus: Während ihrer Kindheit und Jugend haben auch sie öffentliche Unterstützung erhalten (z. B. Familienleistungen, Schul- bzw. Studienkosten) – vielleicht sogar mehr als viele andere. Und in höherem Alter werden auch sie Pensionen beziehen und Gesundheitsleistungen in Anspruch nehmen müssen. Aber selbst wer über das ganze Leben mehr einzahlt als er herausbekommt, profitiert letztlich von sozialer Sicherheit, sozialen Ausgleichsmechanismen und vom stabilen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld. Dauerhaft steigenden Wohlstand kann es nur geben, wenn alle – zumindest in einem gewissen Umfang – daran teilhaben können.

Die Forderung nach MEHR Sozialstaat ist angesichts stark steigender und sich verfestigender Arbeitslosigkeit unumgänglich: das beginnt beim Schließen von bestehenden Lücken im Sozialnetz bis hin zu notwendigen Strukturverbesserungen.

Notwendige Investitionen in die soziale Infrastruktur (Bildung, Pflege, Kinderbetreuung) in der Höhe von rund zwei Mrd. Euro können direkt und indirekt zwischen 40.000 und 50.000 neue Arbeitsplätze schaffen (siehe Tabelle). Direkte Effekte kommen dabei durch bauliche Maßnahmen wie auch durch das für die Dienstleistungen notwendige Personal zustande. Indirekt verbessert sich damit die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Qualität hat ihren Preis

Wie seriös, konstruktiv und öffentlich Diskurse zu wesentlichen Gesellschaftsfragen und -entwürfen sind, hängt we-

sentlich von der »Qualität« und Ethik der verschiedenen AkteurInnen sowie dem Freiheitsgrad der Forschung und Medien ab.

Zur Versachlichung der Diskussion

Was könnte im aktuellen parlamentarischen und journalistischen Raum zu einer Versachlichung der Diskussion über die Rolle und das Wirken der sozialstaatlichen Mechanismen beitragen?

■ Ein ehrlich gemeinter, überfraktioneller Anspruch der Politik, die Lebenssituation möglichst vieler Menschen in Österreich zu verbessern.

■ Faire Arbeitsbedingungen für prekarierte JournalistInnen und RedakteurInnen mit ausreichend Zeit zur fundierten inhaltlichen Reflexion.

■ Mehr inhaltliche und budgetäre Unabhängigkeit der heimischen Medien- und Forschungslandschaft.

Schön wäre es, als Ausdruck dieser neuen Diskurskultur, bereits in naher Zukunft z. B. auf einigen Titel- oder Startseiten heimischer Medien zu lesen: »Er-ratum: Der Sozialstaat nützt uns allen!«

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an den Autor
adolf.buxbaum@akwien.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Schreiben Sie Geschichte

Für ein historisches Kooperationsprojekt werden lebensgeschichtliche Erinnerungstexte zum Wandel der Arbeitswelten seit 1945 gesucht.

Arbeit ist das halbe Leben – wahrscheinlich sogar mehr als das. Und dennoch nehmen der Bereich der regelmäßigen Erwerbsarbeit und andere Arbeitsroutinen meist keinen allzu großen Raum ein, wenn Menschen im Alter ihr Leben Revue passieren lassen.

Ihre Arbeitsrealität

Offenbar misst man Eindrücken und Erfahrungen aus anderen Lebensbereichen heute einen höheren Stellenwert bei, hält sie für bedeutender und erzählenswerter als die Lebenszeit, die man auf diesem oder jenem Arbeitsplatz verbracht hat.

Wurde bzw. wird die Arbeitswelt als zu fremd oder allzu sehr fremdbestimmt erlebt, um sie als wesentlichen Teil persönlicher Lebensgestaltung betrachten zu können? Oder erscheinen die Erfordernisse der materiellen Existenzsicherung nach einigen Jahrzehnten relativen Wohlstands zunehmend als banal?

Ein Kooperationsprojekt der »Dokumentation lebensgeschichtlicher Aufzeichnungen« am Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Uni Wien mit dem Institut für Gewerkschafts- und AK-Geschichte, AK-Archiv, in der Arbeiterkammer Wien will mit diesem Schreibauftrag der tendenziellen Ausblendung der Arbeitsrealität aus dem öffentlichen Bewusstsein entgegenwirken.

Persönliche Erzählungen und Erfahrungsberichte sollen aus der alltäglichen und subjektiven Erzählperspektive der Betroffenen Einblicke in nachhaltige Veränderungen des Arbeitsalltags und in

die Art und Weise ihrer individuellen Bewältigung bringen.

Dabei interessieren Erinnerungen aus allen Berufsgruppen und Tätigkeitsbereichen: von Bauarbeitern ebenso wie von Hausfrauen, von Angestellten wie von Selbstständigen, von Leiharbeitskräften und SaisonarbeiterInnen wie von Beamten und Beamtinnen.

Weiter zurückliegende Erfahrungen sind ebenso berichtenswert wie Erlebnisse aus der jüngsten Vergangenheit. Gefragt sind – zumindest in wichtigen Ausschnitten – Ihre ganz persönlichen Erinnerungen an Ihre Berufslaufbahn, vom Beginn der Lehrzeit oder der ersten Anstellung bis zum Pensionsantritt.

Frauen und Hausarbeit

Die Veränderungen im Haushalt und in der Einstellung der Frauen zur Hausarbeit sind derzeit Thema einer Dissertation am Institut für Europäische Ethnologie der Universität Wien. Die Bearbeiterin des Themas, Ilse Bacher, erhofft sich, auf diesem Weg persönliche Erfahrungsberichte zu erhalten, in denen Frauen (oder auch Männer) über den Alltag der Haushaltsführung und den Stellenwert der Hausarbeit in ihren eigenen Familien erzählen.

Anhaltspunkte für die Textgestaltung:

■ Grundsätzlich freuen wir uns über möglichst umfassende, detaillierte Darstellungen aus Ihrem Arbeitsleben.

■ Lassen sie sich aber bitte nicht von Umfang und Komplexität des gestellten

Themas abhalten! Auch kleine Beiträge mit spontanen »Wortmeldungen« zu einzelnen Fragestellungen sind uns willkommen.

■ Notieren Sie Eindrücke und Episoden aus dem Arbeitsalltag, die Ihnen dazu in den Sinn kommen und bewahrenswert erscheinen!

■ Sie können Ihren Beitrag mit der Hand, mit der Maschine oder mit PC verfassen! Seitenumfang und äußere Form spielen keine Rolle – es kommt uns allein auf die erzählten Inhalte an!

Die gesammelten schriftlichen Materialien werden in den beiden beteiligten Einrichtungen archiviert und stehen dort für Forschungs- und Bildungszwecke zur Verfügung. Texte zur Geschichte der Hausarbeit finden unmittelbar als Quellenmaterial im Rahmen der Dissertation von Ilse Bacher wissenschaftliche Verwendung.

Wir freuen uns auf viele interessante Erzählungen über Ihren beruflichen oder häuslichen Arbeitsalltag!

KONTAKT

Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Wien
Dokumentation lebensgeschichtlicher Aufzeichnungen (»Doku«)
Dr.-Karl-Lueger-Ring 1, 1010 Wien
Tel. 01/42 77-413 06
lebensgeschichten@univie.ac.at

Statistiken sind Argumente

	Harmonisierte VPI	
	Okt. 09	Nov. 09
Belgien (BE)	-0,9	0,0
Deutschland (DE)	-0,1	0,3
Irland (IE)	-2,8	-2,8
Griechenland (EL)	1,2	2,1
Spanien (ES)	-0,6	0,4
Frankreich (FR)	-0,2	0,5
Italien (IT)	0,3	0,8
Zypern (CY)	-1,0	1,0
Luxemburg (LU)	-0,2	1,7
Malta (MT)	-0,5	-0,1
Niederlande (NL)	0,4	0,7p
Österreich (AT)	0,1	0,6p
Portugal (PT)	-1,6	-0,8
Slowenien (SI)	0,2	1,8
Slowakei (SK)	-0,1	0,0
Finnland (FI)	0,6	1,3
Eurozone (VPI-EWU)	-0,1	0,5p
Bulgarien (BG)	0,3	0,9
Tschech. Republik (CZ)	-0,6	0,2
Dänemark (DK)	0,6	0,9
Estland (EE)	-2,1	-2,1
Lettland (LV)	-1,2	-1,4
Litauen (LT)	1,0	1,3
Ungarn (HU)	4,2	5,2
Polen (PL)	3,8	3,8
Rumänien (RO)	4,3	4,6
Schweden (SE)	1,8	2,4
Vereinigtes Königreich (UK)	:	1,9
EU (EVPI)	0,5	1,0p
Island (IS)	13,8	12,4
Norwegen (NO)	0,8	1,9
EWU (VPI-EWR)	0,5	1,1p
Schweiz (CH)	-1,0	-0,1

Die monatlichen Übersichten über die Beschäftigungslage und die Kaufkraft sollen die Orientierung erleichtern. Die Tabellen sind wichtige Informationen für InteressenvertreterInnen und jede/n politisch Interessierte/n.

Der Arbeitsmarkt im November 2009				
	Stand Nov. 09	Veränderung zum Vormonat	Vorjahresmonat	
Unselbst. Beschäftigung ohne KUG/Präsenzdiener	3.356.379	-19.859	-52.712	
ArbeiterInnen	1.269.402	-20.083	-43.087	
Angestellte u. Beamte	2.086.977	224	-9.625	
Männer	1.784.310	-16.382	-42.951	
Frauen	1.572.069	-3.477	-9.761	
AusländerInnen	422.926	-1.172	-3.775	
InländerInnen	2.933.453	-18.687	-48.937	
Vorgemerkte Arbeitslose	257.745	12.222	32.155	
Männer	142.519	9.983	21.138	
Frauen	115.226	2.239	11.017	
AusländerInnen	50.306	3.229	6.186	
InländerInnen	207.439	8.993	25.969	
Jugendliche (bis unter 19)	10.138	-29	270	
Jugendliche (19 bis unter 25)	32.314	1.229	3.664	
Ältere (50 bis unter 55)	27.601	1.704	4.127	
Ältere (55 bis unter 60)	19582	1.169	2.313	
Ältere (über 60)	5003	196	391	
Arbeitslosenquote	7,1	0,4	0,9	
Offene Stellen	25.646	-2.138	-3.795	
Lehrstellensuchende	5.803	-342	-272	
Offene Lehrstellen	3.122	-415	229	
Geringfügige Beschäftigung *	292.611	7.797	6.520	
Männer	101.468	4.321	5.424	
Frauen	191.143	3.476	1.096	
ArbeiterInnen	165.472	4.263	3.930	
Angestellte	127.139	3.534	2.590	

* nicht in der unselbständigen Beschäftigung enthalten

Datenquellen: EUROSTAT, Ird. Monat;
Anm.: Der Harmonisierte VPI ist der zentrale Indikator für die Währungs-politik der EZB. Er stellt auch die beste statistische Basis für internationale Vergleiche unter europäischem Gesichtspunkt dar.
 EWU = Europäische Währungsunion; EWR = Europäischer Wirtschaftsraum.
 Die Schweiz berechnet seit Jänner 2008 einen HVPI.
r = revidiert; p = vorläufig; - = Daten nicht verfügbar

Fair steuern

Wie ein gerechtes Steuersystem aus Sicht der ArbeitnehmerInnen aussehen könnte, hat sich ein engagierter Betriebsrat überlegt.

Autor: Dr. Gerhard Treiber

BRV-Stellvertreter, Springer-Verlag GmbH

Viele ArbeitnehmerInnen denken beim Thema Steuern als erstes: langweilig und unangenehm. Wer sich schon einmal mit einer Einkommensteuererklärung herumgeschlagen hat, kennt zunächst eine Reaktion: Steuern sind viel zu kompliziert. Und der nächste Gedanke ist bei den meisten: Ich selbst zahle zu viel. Beschäftigt man sich jedoch mit sozialer Gerechtigkeit und den Gestaltungsmöglichkeiten einer fairen Gesellschaft, führt kein Weg an der Steuerpolitik vorbei. Denn in dem Wort »Steuer« steckt das Verb »steuern«, und das bedeutet lenken und gestalten.

Politisches Gestaltungsmittel

Steuern sind nämlich ein politisches Gestaltungsmittel, eine Gesellschaft zu lenken, und für den Staat die Voraussetzung, seine Aufgaben zu erfüllen. So werden etwa öffentliche Einrichtungen finanziert, die Güter und Dienstleistungen gewährleisten, die von privaten Unternehmen nicht oder nicht im notwendigen Ausmaß abgedeckt werden (z. B. Landesverteidigung, Schulen, Polizei, Gerichtswesen, öffentlicher Verkehr, Müllentsorgung usw.).

Weiters können mittels Steuern für die Allgemeinheit unerwünschte Verhaltensweisen im Rahmen der freien Marktwirtschaft sanktioniert werden (z. B. Ökosteuern). Durch Erhöhung oder Sen-

kung von Steuern kann auch ein stabilisierender Einfluss auf das Wirtschaftswachstum ausgeübt werden. Im Falle einer Wirtschaftskrise, wie z. B. derzeit, kann das Wachstum angekurbelt werden, indem durch Steuersenkungen die Kaufkraft der KonsumentInnen erhöht wird.

Der wichtigste Effekt einer gelungenen Steuer- und Sozialpolitik besteht jedoch in der Transferfunktion, d. h. in der Umverteilung des Vermögens innerhalb einer Gesellschaft, in der Einkommen und Vermögen meist sehr ungleich verteilt wären.

Einkommen- und Lohnsteuer

In der Regel sind Lohn- und Umsatzsteuer die wichtigsten Einnahmequellen des Staates. In Österreich etwa machen diese beiden ca. 64 Prozent der Steuereinnahmen aus. Um bei der Besteuerung von Einkommen und Löhnen/Gehältern gerecht zu sein, muss die Steuerpolitik das Kriterium der Leistungsfähigkeit heranziehen. Je höher das Einkommen ist, desto leistungsfähiger ist eine Person, d. h. einen umso höheren Anteil des Einkommens sollte die Steuerzahlung ausmachen. Dies wird durch einen progressiven Tarif gewährleistet. In Österreich wird derzeit bis zu einem Einkommen von 10.000 Euro keine Einkommensteuer eingehoben, darüber hinaus steigt der Satz in drei Stufen von 38,3 bis 50 Prozent (bei Einkommen über 60.000 Euro). Der Ansatzpunkt ist durchaus gerecht. Weniger gerecht für die Mehrzahl der ArbeitnehmerInnen erweist sich jedoch der Umstand, dass Einkommen in zu starkem Ausmaß belastet werden und die Abstu-

fung seit der Steuerreform 2005 zu groß ist. Deshalb wäre angebracht, bei der Lohnsteuer vor allem kleine und mittlere Einkommen zu entlasten und die Steuerprogression feiner abzustufen. Ein denkbare Modell wäre z. B. das Progressions-System von GPA-djp:

Bis 10.000 Euro	0 Prozent
10.000 bis 15.000 Euro	25 Prozent
15.000 bis 25.000 Euro	35 Prozent
25.000 bis 40.000 Euro	40 Prozent
40.000 bis 51.000 Euro	44 Prozent
51.000 bis 60.000 Euro	48 Prozent
60.000 bis 150.000 Euro	50 Prozent
Über 150.000 Euro	55 Prozent

Zumindest sollten die Forderungen von ÖGB und AK vom April 2008 umgesetzt werden: Bis 11.000 Euro: null Prozent, von 11.001 bis 25.500: 33 Prozent, zwischen 25.501 und 40.000: 43,5 Prozent, von 40.001 bis 51.000: 48 Prozent, über 51.000 Euro: ein Spitzensteuersatz von 50 Prozent.

Wertschöpfungsabgabe

Um die verringerten Einnahmen bei der Einkommensteuer aufzufangen, könnte die Einführung einer Wertschöpfungsabgabe, wie 1983 vom damaligen Sozialminister **Alfred Dallinger** vorgestellt, herangezogen werden. Sie hätte einen positiven Lenkungseffekt für den Arbeitsmarkt. Die hohe Besteuerung des Faktors Arbeit im Verhältnis zur Besteuerung des Faktors Kapital führt zum Ersetzen menschlicher Arbeitskraft durch Computer und Maschinen. Die Einführung einer Wertschöpfungsabgabe zur Finanzierung von Sozialleistungen könnte hier gegensteuern. Ein erster Schritt wäre eine Umba-

sierung der Beiträge zum Familienlastenausgleichsfonds (FLAF), mit einer Senkung des Beitragssatzes von derzeit 4,5 auf 2,5 Prozent. Kapitalintensive Branchen wie Energiewirtschaft, Banken, Versicherungen hätten dann mehr Beiträge zu leisten. Entlastet würden Industrie und Gewerbe, Handel und Bausektor. In einem nächsten Schritt könnte die Wertschöpfungsabgabe dann herangezogen werden, um Rationalisierungsmaßnahmen für Unternehmen weniger lohnend zu machen.

Vermögensbezogene Steuern

Neben der Wertschöpfungsabgabe sollte der Faktor Arbeit vor allem durch den Rückgriff auf vermögensbezogene Steuern entlastet werden. Damit ließe sich ein erwünschter Umverteilungseffekt erzielen, da in Österreich Vermögen wenig zum Steueraufkommen beitragen. Auch hier können die Vorschläge der GPA-djp den Weg weisen:

■ So sollte bei Wertzuwachsen von Wertpapieren die Aufhebung der Spekulationsfrist von einem Jahr erreicht werden (Vermögenszuwachssteuer). Kursgewinne sollten somit generell mit 25 Prozent endbesteuert werden. Die Spekulationsfrist bei Immobilien sollte auf 20 Jahre verdoppelt werden. Die bestehende Ausnahmeregelung für Hauptwohnsitze sollte jedoch beibehalten werden.

■ Die 2000 abgeschaffte Börsenumsatzsteuer sollte mit einem höheren Steuersatz von 0,25 Prozent wieder eingeführt werden. Diese erübrigt sich jedoch, wenn eine allgemeine Finanztransaktionssteuer eingeführt wird.

■ Für Vermögenserträge von Stiftungen sollte die volle Kapitalertragsteuer (KESt) abzuführen sein. Derzeit wird nur die halbe KESt für Zinsen und null Prozent KESt auf Dividenden eingehoben. Der Eingangssatz von fünf Prozent bei Stiftungen sollte beibehalten werden.

■ Abschaffung der steuerlichen Begünstigung von **Stock Options**: Steuerbegünstigte Zahlungen an SpitzenverdienerInnen sind verteilungspolitisch kontraproduktiv und daher abzulehnen.

■ Die seit Jahren von ATTAC geforderte Einführung einer Besteuerung von Devisentransaktionen (Tobin Tax) sollte zu einer allgemeinen Steuer auf Finanztransaktionen erweitert werden. Damit würden nicht nur Devisen-Transaktionen erfasst, sondern auch die von Wertpapieren und **Derivaten** (Optionen, Futures).

■ Da die zehn Prozent der Reichsten in Österreich 70 Prozent des Vermögens besitzen und sich diese Entwicklung in den vergangenen Jahrzehnten zulasten der Mehrheit entwickelt hat, sollte eine progressive Vermögenssteuer eingeführt werden, z. B. mit der von der GPA-djp geforderten progressiven Staffelung:

- Freibetrag von 500.000 Euro.
- Eingangssatz von 0,25 Prozent, der sich schrittweise auf 1,5 Prozent ab zwei Mio. Euro Vermögen erhöht.

Diese Form der Vermögenssteuer sollte nur für Privatpersonen und eigenständige Privatstiftungen gelten, nicht für Unternehmen.

■ Schließlich ist unbedingt die Einführung einer reformierten Erbschafts- und Schenkungssteuer anzudenken, da der Wegfall derselben vor allem einer kleinen Gruppe sehr Vermögender genützt hat. Eckpunkte für eine solche reformierte Erbschafts- und Schenkungssteuer hat die AK erstellt:

- Finanzvermögen sind wie jede Art des Vermögens steuerpflichtig (es gibt nur noch zwei Steuerklassen statt fünf);
- die Steuersätze bewegen sich zwischen vier Prozent und 20 Prozent;
- um kleine und mittlere Erbschaften nicht zu belasten, sollte es einen Steuerfreibetrag bis zu 400.000 Euro (auch für Betriebsvermögen) geben;
- faire Bewertung von Grundstücken.

Körperschaftsteuer

Bei der Besteuerung von Unternehmensgewinnen hat in den vergangenen zehn Jahren ein Steuerdumpingwettbewerb in der EU stattgefunden, der dringend beendet werden muss. So lange sich nämlich die EU-Mitgliedsstaaten gegenseitig mit ihren Angeboten unterbieten, kann es keine faire Besteuerung von Unternehmensgewinnen geben. Die Körperschaftsteuer (KöSt) liegt in Österreich

WEBLINKS

Weblog von Gerhard Treiber:
treiberagainstcapitalism.wordpress.com

Aktionsseite zur Vermögenssteuer:
www.reichebesteuern.at

mit 25 Prozent deutlich unter dem Durchschnitt der Einkommenbesteuerung in Europa. Deshalb müsste diese EU-weit einheitlich auf einen Wert von 32 bis 35 Prozent erhöht werden.

Österreich sollte außerdem die großzügige Verrechnung von Verlusten in Zusammenhang mit ausländischen Betriebsstätten und Beteiligungen einstellen, da diese Maßnahme zu einem zusätzlichen Rückgang der Einnahmen aus der KöSt geführt hat.

Umsatz- und Verbrauchersteuern

Als indirekte Steuern werden Umsatz- und Verbrauchersteuern auf Güter und Dienstleistungen eingehoben und damit von den UnternehmerInnen an das Finanzamt abgeführt.

Die Last wird jedoch von allen KonsumentInnen getragen. Sozial bedenklich an dieser Form der Besteuerung ist der Umstand, dass BezieherInnen von niedrigen Einkommen stärker belastet werden, weil diese Gruppe ihr Einkommen fast ausschließlich für Konsumzwecke verwenden muss.

Sozial gerechter wäre somit eine stärkere Diversifizierung der Umsatzsteuer in Form einer Entlastung der Güter des täglichen Bedarfs sowie die Einführung eines höheren Steuersatzes für Luxusgüter, die zurzeit innerhalb der EU aber nicht möglich ist, da nur zwei Abstufungen zulässig sind.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an den Autor
gerhard.treiber@chello.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Alles Banane oder was?

»Bananenrepublik«, »Schweiz Mittelamerikas« und neoliberaler Touristentraum – der zentralamerikanische Staat Costa Rica hat viele Seiten.

Autorin: Mag. Lucia Bauer

Büro des Vorsitzenden GPA-djp

Lange Zeit war Costa Rica, der kleine Staat in Zentralamerika, vor allem für eines bekannt: die gelbe, längliche Frucht mit der Krümmung. Seit dem 19. Jahrhundert arbeiteten landlose Bauern auf riesigen Bananenplantagen. Die USA investierten massiv in die ausländischen und costaricanischen Bananenpflanzungsgesellschaften und drängten das Land immer mehr in die Rolle der klassischen »Bananenrepublik«.

Schließlich wurden die Bananenplantagen während der Weltwirtschaftskrise (1929–33) zur Wiege der gewerkschaftlichen Organisation bzw. eines gesetzlichen Mindestlohnes und eines Sozialversicherungssystems. Massenstreiks zwangen die amtierende Regierung dieser Zeit, ein Streik- und Organisationsrecht zu billigen. Costa Rica blieb allerdings weiterhin vom Bananen-, Kaffee- und Zuckerexport abhängig, auch wenn immer wieder Versuche gemacht wurden, diese Situation zu entschärfen.

Wurzeln des neoliberalen Kurses

In den 1980er-Jahren war Costa Rica durch den Fall der Weltmarktpreise für Bananen, Kaffee und Zucker gezwungen, sich Auflagen des Internationalen Währungsfonds (IWF) zu beugen und seine Staatsausgaben drastisch zu kürzen, um die Auslandsschulden abzutragen.

Vor allem das Sozialsystem des Landes litt darunter massiv. Gleichzeitig begann in Costa Rica die groß angelegte Rinderrichtung ausländischer Konzerne, die vor allem der Fast-Food-Produktion diente. Besorgniserregende Urwaldrodungen waren die Folge dieser Entwicklung. Costa Rica entwickelte sich immer mehr zum neoliberalen Musterschüler. Im Zuge der Strukturreformen kam es zur Umwandlung von der Agrar- in eine Dienstleistungs- und Industriegesellschaft. Heute ist der Tourismus der wichtigste Wirtschaftszweig in Costa Rica – verständlich für jede/n, die/der einmal die traumhaften, tropischen Strände des Landes, seine Vulkane, Gebirge und Dschungel besucht hat.

Neutralität und Abhängigkeit

Als sich zu Beginn der Achtzigerjahre in Zentralamerika verschiedene Krisenherde bildeten, beschloss Costa Rica den politischen Status der permanenten, aktiven und unbewaffneten Neutralität in der Verfassung zu verankern. Schon in den Vierzigerjahren des vorigen Jahrhunderts hatte Präsident José Figueres Ferrer die Armee offiziell abgeschafft und frei werdende Mittel in den Aufbau des Bildungs- und Gesundheitswesens investiert.

Costa Rica stellte dadurch klar, dass es mit den Konflikten in und rund um Zentralamerika nichts zu tun hatte. Neben dem relativen Wohlstand und einem gut ausgebauten Sozialstaat trug das Costa Rica auch den Beinamen »Schweiz Mittelamerikas« ein. Da Costa Rica allerdings bis heute mit den USA einen

sehr engen Kontakt pflegt und wirtschaftlich faktisch von dem mächtigen Partner im Norden abhängig ist, unterstützte das Land während des Irakkrieges die Bush-Administration. Damit verstieß Costa Rica gegen seine eigene Verfassung, was zu zahlreichen Streiks und Protesten im Land führte.

Die Ticos und ihr Interesse an Politik

Die Ticos – so nennen sich die CostaricanerInnen selbst – sind traditionell ein an Politik interessiertes Volk. Immer wieder konnte sich im Laufe der Geschichte das costaricanische Volk durch Proteste bei den Regierenden durchsetzen. Die Ticos sind stolz auf eine demokratische Diskussionskultur und einen solidarischen Sozialstaat. Sie verhinderten wiederholt die Zerschlagung der Staatsmonopole im Versicherungs-, Elektrizitäts- und Telekommunikationssektor, die eine gute und unentgeltliche Gesundheitsversorgung und fast flächendeckende Versorgung mit Strom und Telefon garantierten.

Als im Jahre 2007 über das Freihandelsabkommen mit den USA entschieden wurde – es geschah dies international zum ersten Mal mittels einer Volksabstimmung – gab es beinahe ebenso viele GegnerInnen wie BefürworterInnen.

Schließlich ging die Abstimmung mit einer hauchdünnen Mehrheit für das CAFTA (Central American Free Trade Agreement) aus. Noch wenige Tage vor der Abstimmung hatte es so ausgesehen, als würden die Nein-Stimmen überwiegen. Dabei hatte die Regierung

Schließlich wurden die Bananenplantagen während der Weltwirtschaftskrise (1929–33) zur Wiege der gewerkschaftlichen Organisation bzw. eines gesetzlichen Mindestlohnes und eines Sozialversicherungssystems.

eine Million Dollar in die Kampagne für das Abkommen investiert, während die GegnerInnen fast ohne finanzielle Mittel auskommen mussten und vor allem auf unzählige persönliche Gespräche setzten.

Das knappe Ja zum Abkommen war schließlich das Ergebnis einer von den USA und den Massenmedien unterstützten Angstkampagne des amtierenden Präsidenten **Oscar Arias**, der die Ablehnung des Abkommens mit kollektivem Selbstmord gleichsetzte, während die USA damit drohten, alle Handelsprivilegien für Costa Rica zu stoppen.

Relativ hoher Lebensstandard

Das Abkommen öffnete nicht nur den USA Tür und Tor, den costaricanischen Markt zu überrollen. Die costaricanische Regierung nutzte den neoliberalen Rückenwind durch die gewonnene Abstimmung und brachte neben den für die Inkraftsetzung des CAFTA nötigen Gesetzen sofort eine Reihe weiterer Bestimmungen auf den Weg, die u. a. einen besseren Schutz für VertreterInnen ausländischer Unternehmen und Bestimmungen zur Öffnung des Versicherungs- und Telekommunikationssektors für Privatfirmen beinhalten.

Über weitere Freihandelsabkommen mit der EU, China und Singapur wird noch verhandelt.

Costa Rica hat generell einen relativen hohen Lebensstandard. In Costa Rica können beinahe 96 Prozent der Bevölkerung lesen und schreiben – ein außerordentlich beeindruckender Alphabetisierungsgrad für diese Region. Es herrscht

Schulpflicht, und es gibt kostenlose staatliche Bildungseinrichtungen, die beinahe von 90 Prozent der Bevölkerung besucht werden. Auch die Universitäten sind großteils kostenlos. Derzeit wohnen bereits fast 60 Prozent der CostaricanerInnen in den Städten des Landes, vor allem in der Hauptstadt San Jose – Tendenz steigend.

Der Großteil der Einheimischen ist in der Tourismusbranche beschäftigt. Trotz der relativ positiv anmutenden wirtschaftlichen Entwicklung lebt ungefähr ein Viertel der Ticos unter der Armutsgrenze. Kaum präsent ist in Costa Rica die indigene Bevölkerung. Sie macht nur etwa ein Prozent der Gesamtbevölkerung aus und lebt zurückgedrängt in unzugänglichen Gebieten.

Sinkende Exportraten, steigende Arbeitslosigkeit und schwindende Kaufkraft als Folge der Wirtschaftskrise dominierten auch in Costa Rica 2009 die politische Diskussion. Neben einer Reihe von Konjunkturprogrammen, reagierte die Regierung mit einem großen Arbeitsmarktflexibilisierungspaket.

12-Stunden-Tag erlaubt

KritikerInnen sprachen von einer »Zentralamerikanisierung« der Arbeitsrechte. Der 12-Stunden-Tag – bisher nur in Ausnahmefällen erlaubt – wurde damit an vier Tagen in der Woche zur Norm. Arbeitszeit kann damit in Zukunft flexibel an die Auftragslage angepasst werden: Zwischen zehn und 16 Stunden darf die tägliche Arbeitszeit variieren – mit entsprechend angepasster Bezahlung. Auch »Kurzarbeit« gehört zum Flexibilisie-

WEBLINK

Costa Rica auf Wikipedia:
de.wikipedia.org/wiki/Costa_Rica

rungspaket – anders als bei uns aber ohne Lohnausgleich. Das bestehende Arbeitsgesetzbuch sei bereits mehr als 60 Jahre alt und damit nicht mehr geeignet, um der aktuellen Krise beizukommen, argumentierte Präsident Arias seine Flexibilisierungsmaßnahmen. Costa Rica setzt damit auch in der Wirtschaftskrise seinen eingeschlagenen Weg fort.

Sonderweg ist Geschichte

Nicht ein wirtschaftspolitischer Neuanfang, sondern flexibilisierte Arbeitsgesetze und weitere Freihandelsabkommen sollen das Rezept gegen die Krise sein. Der Sonderweg Costa Ricas, der dem Land im 20. Jahrhundert nicht nur seinen Spitznamen, sondern auch bescheidenen Wohlstand und ein relativ gut ausgebautes soziales Netz beschert hatte, scheint damit Geschichte zu sein.

KONTAKT

Schreiben Sie Ihre Meinung
an die Autorin
lucia.bauer@gpa-djp.at
oder die Redaktion
aw@oegb.at

Affirmative action: gezielte Maßnahmen, welche die soziale Diskriminierung bestimmter Bevölkerungsgruppen verhindern sollen (Quotenregelung, spezielle Bildungsprogramme etc.). Erstmals eingeführt wurde dieses Prinzip in Zusammenhang mit Rassen-diskriminierung 1961 von Präsident John F. Kennedy. (Seite 27)

Agentur Reuters: 1851 in London gegründete Nachrichtenagentur mit heute rund 17.000 MitarbeiterInnen in mehr als 90 Ländern. 2008 fusionierte die weltweit größte Nachrichtenagentur mit der kanadischen Thomson-Gruppe und heißt seitdem Thomson Reuters, der Hauptsitz befindet sich jetzt in New York. (Seite 13)

ALDE (Allianz der Liberalen und Demokraten für Europa): 2004 entstandene Fraktion des Europäischen Parlaments, sie besteht aus den Abgeordneten der liberalen ELDR (Europäische Liberal-Demokratische Reformpartei), zu denen die deutsche FDP und die liberalen Parteien auf europäischer Ebene gehören, und der EDP (Europäische Demokratische Partei), einer Vereinigung von europäischen Zentrumsparteien. Insgesamt umfasst die ALDE-Fraktion 84 Mitglieder aus 27 europäischen Parteien, allerdings keine aus Österreich. Mit 11,4 Prozent der Mitglieder ist ALDE die drittstärkste Gruppe des Parlaments. (Seite 30)

APA (Austria Presse Agentur): größte österreichische Nachrichtenagentur, gegründet 1849; besteht heute aus der genossenschaftlich organisierten Nachrichtenagentur (Genossenschafter sind ORF und 15 Tageszeitungen) und mehreren Tochterunternehmen (z. B. APA-OTS Originaltextservice GmbH, APA-PictureDesk GmbH). Dadurch, dass alle Mitgliedsmedien – unabhängig von ihrer wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit – gleichen Zugang zu APA-Informationen haben, soll zur Medienvielfalt in Österreich beigetragen werden. (Seite 13)

Arias, Óscar: eigentlich Óscar Arias Sánchez, Staatspräsident von Costa Rica, geb. 1940, 1972–1977 Minister für Wirtschaftspolitik, 1986–1990 Staatspräsident, widmete sich vor allem der Korruptionsbekämpfung und dem wirtschaftlichen Aufschwung des Landes. Für den sogenannten Arias-Sánchez-Plan zur Sicherung des Friedens in Mittelamerika, den Honduras, Nicaragua, El Salvador und Guatemala mitunterzeichneten, erhielt Arias 1987 den Friedensnobelpreis. 2006 wurde er erneut zum Staatspräsidenten gewählt. (Seite 45)

CAFTA (Central American Free Trade Agreement): Freihandelsabkommen zwischen den USA, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua. Seit dem Beitritt der Dominikanischen Republik 2004: DR-CAFTA. Das Abkommen ist nicht unumstritten, da einerseits subventionierte US-Importe die Existenz mittelamerikanischer Kleinbauern und -betriebe bedrohen, andererseits US-Betriebe mit Billig-Produkten konkurrieren müssen, die ohne

Sozial- und Umweltstandards hergestellt werden. (Seite 44)

Crossmedia: Kommunikation über mehrere redaktionell verknüpfte Kanäle, die NutzerInnen gezielt über die verschiedenen Medien führt. (Seite 21)

Dallinger, Alfred: österreichischer SP-Politiker (1926–1989), 1980–1989 Sozialminister, Verfechter der Arbeitszeitverkürzung und der Wertschöpfungsabgabe, er starb bei einem Flugzeugabsturz in der Schweiz. (Seite 42)

Derivate: von Wertpapieren abgeleitete Finanzprodukte wie z. B. Optionen und Termingeschäfte (Seite 43)

Edison, Thomas Alva: US-amerikanischer Erfinder und Unternehmer (1847–1931), entwickelte die ersten wettbewerbsfähigen Glühlampen, entscheidend an der Elektrifizierung New Yorks beteiligt, aufgrund weiterer Erfindungen gilt Edison außerdem als Mitbegründer der Kinoindustrie. 1892 fusionierte sein Unternehmen Edison General Electric Co. mit der Thomson-Houston-Co. zur General Electric Co., heute einer der größten Konzerne der Welt. (Seite 38)

E-Learning: sämtliche Lernmethoden, bei denen elektronische Medien zum Einsatz kommen. (Seite 21)

Embedded journalism: Der Begriff stammt aus der Kriegsberichterstattung, wo erstmals 2003 im Irakkrieg zivile Kriegsberichterstatte der großen Massenmedien einer kämpfenden Einheit zugewiesen wurden. Damit waren Reportagen direkt von der Front möglich, gleichzeitig konnten die Journalisten von den Militärs kontrolliert werden, da die Berichte zensuriert wurden. (Seite 34)

Flickr: vom Englischen to flick through something (etwas durchblättern); Web-Portal, auf dem Fotos und Kommentare unter anderem auch vom Handy aus hochgeladen und damit auch anderen Nutzern zur Verfügung gestellt werden können. (Seite 37)

Gutenberg, Johannes: eigentlich Johannes Gensfleisch (1400–1468), Erfinder des Buchdrucks mit beweglichen Metall-Lettern, um 1450 entstand in Mainz die berühmte Gutenberg-Bibel. (Seite 14)

investigativ: aufdeckend, enthüllend (Seite 8)

Joanneum Graz: gemeint ist hier nicht das steirische Landesmuseum, sondern Joanneum Research, eine der größten außeruniversitären Forschungseinrichtungen in Österreich, die über 13 Forschungsstellen in Wien und der Steiermark verfügt.

www.joanneum.at (Seite 38)

Livestream: Fernsehen oder Radio hören via Internet (Seite 37)

Multitasking: gleichzeitiges Durchführen mehrerer Tätigkeiten (Seite 22)

Murdoch, Rupert: australischer Medienunternehmer, geb. 1931, Ende 2007 übergab er die Leitung seines Medienimperiums (20th Century Fox, Fox

Television, British Sky Broadcasting, Dow Jones-Verlag etc.) an seinen Sohn James. (Seite 32)

Neues Wiener Tagblatt: Wiener Tageszeitung, die zwischen 1867 und 1945 erschien, das umfangreiche Archiv war das einzige Zeitungsarchiv, das nach 1945 noch erhalten war. Es wurde vom Globus-Verlag übernommen und weiter geführt, danach an die Arbeiterkammer übergeben und befindet sich seit 2002 in der Wien-Bibliothek im Rathaus. (Seite 11)

Nimbus: Heiligenschein, besonderes Ansehen (Seite 34)

ORS: Österreichische Rundfunksender GmbH & Co.KG; das Tochterunternehmen von ORF und Mediacur (Raiffeisen Gruppe) ist der führende Anbieter für analoge und digitale Rundfunkübertragung in Österreich. (Seite 12)

OSZE: Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa, gegründet 1975, bis 1995 KSZE (Konferenz über Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa), 56 Teilnehmerstaaten (alle europäischen Länder, die Nachfolgestaaten der Sowjetunion, USA und Kanada); Sitz des Generalsekretariats ist in Wien. (Seite 30)

Paid Content: bezahlter Inhalt von Internet-Seiten (Seite 32)

posten: sich mit einer Frage, einer Antwort oder einem Kommentar an Newsgroups, Web-Communities etc. beteiligen. (Seite 37)

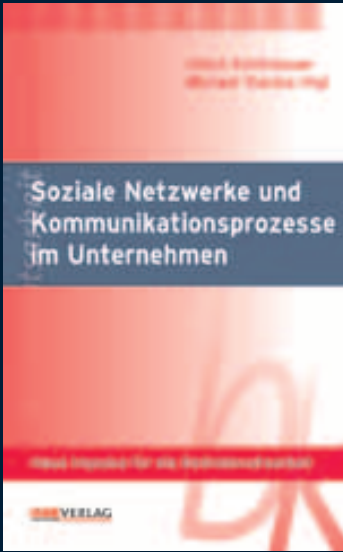
RAI: Radiotelevisione Italiana, öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt Italiens, mit 23 Fernseh- und 12 Radiosendern größter Rundfunkkonzern Europas. (Seite 31)

S & D (Progressive Allianz der Sozialisten und Demokraten im europäischen Parlament): im Juni 2009 gegründete Fraktion, die die Mitglieder der Sozialdemokratischen Partei Europas (SPE), die italienische Partito Democratico (PD) sowie weitere Mitglieder umfasst, die keiner Partei auf europäischer Ebene angehören, aber der Sozialdemokratie nahestehen. Mit 184 Europaabgeordneten ist sie derzeit die zweitgrößte Fraktion des Parlaments und die einzige mit Abgeordneten aus allen 27 EU-Mitgliedsstaaten. (Seite 30)

Stakeholder: Person oder Organisation, die auf Unternehmensentscheidungen Einfluss nehmen kann. (Seite 22)

Stock Options: Aktienoptionen für Führungskräfte, die diesen das Recht verleihen, innerhalb eines festgelegten Zeitraumes und zu einem vorher festgelegten Preis Aktien des eigenen oder eines verbundenen Unternehmens zu erwerben. (Seite 43)

User Generated Content (UGC): nutzergenerierter Inhalt; Bezeichnung für (Website-)Inhalte, die nicht vom Betreiber, sondern von den NutzerInnen erstellt werden. (Seite 36)



Neue Impulse für die Betriebsratsarbeit

Soziale Netzwerke und Kommunikationsprozesse im Unternehmen

Neuerscheinung

Die Autoren:

Dr. Ulrich Schönbauer (Sozialforscher in der Abteilung Betriebswirtschaft, AK Wien)

Dr. Michael Vlastos (Historiker, Berufsförderungsinstitut)

2009, 192 Seiten, € 28,50

ISBN: 978-3-7035-1369-5

Der erste Teil des Buches stellt die wichtigsten Meilensteine der Netzwerkentwicklung sowie die Erfolge des GEDIFO („gesellschaftspolitisches diskussionsforum“) dar. Der zweite Teil beschäftigt sich mit der Entwicklung und dem Einsatz von Projektgruppen. Auf Basis einer GEDIFO-Studie werden die geänderten Voraussetzungen für Betriebsratsarbeit skizziert. Danach folgt eine Auseinandersetzung, inwieweit neue Führungs- und Managementansätze auch für die Betriebsratsarbeit fruchtbar gemacht werden können. Weitere Beiträge widmen sich der sozialen Netzwerkanalyse. Ein Schwerpunkt des Buches ist die kreative Durchführung von Betriebsversammlungen. Weitere Kapitel beinhalten das Thema Online-Umfragen und Betriebsratsarbeit aus einer Marketingperspektive.

Bestellung

im Web: www.oegbverlag.at

per Mail: bestellung@oegbverlag.at oder

per Fax: +43 1 405 49 98-136

OGB VERLAG

garantiert gut informiert

Verlag des Österreichischen
Gewerkschaftsbundes GmbH
Johann-Böhm-Platz 1 | 1020 Wien
Telefon: +43 1 662 32 96-0
Fax: +43 1 662 32 96-39793
office@oegbverlag.at
www.oegbverlag.at

Bestellservice

In jeder Buchhandlung oder direkt in der Fachbuchhandlung des ÖGB-Verlags

OGB VERLAG

www.oegbverlag.at

Verlag des Österreichischen Gewerkschaftsbundes GmbH | Fachbuchhandlung

Telefon: +43 1 405 49 98-132, Fax: +43 1 405 49 98-136, Rathausstraße 21, 1010 Wien, E-Mail: fachbuchhandlung@oegbverlag.at

Name	
Firma/Institution	
Anschrift	
PLZ	Ort
Telefon	
Mitgliedsnummer	
E-Mail	Datum, Unterschrift

Ja, ich möchte den ÖGB-Verlag-Newsletter bis auf Widerruf per Mail an oben angeführte E-Mail-Adresse erhalten.

Eigentumsvorbehalt. Zahlbar bei Erhalt der Rechnung. Gemäß § 24 Datenschutzgesetz machen wir dich darauf aufmerksam, dass deine Daten zum Zweck der Kundenbetreuung und Verrechnung automationsgestützt verarbeitet werden. Zahlungsverzugskosten übernimmt der/die BestellerIn. Satz- und Druckfehler vorbehalten.

**24 Stunden
kreuz & quer,
hin & her?**



**Passt wer auf?
Und worauf?**



**Soziales Lernen?
Oder: Nur Lernen?**



WIEN WILLS WISSEN

Von 11. bis 13. Februar findet in Wien eine Volksbefragung statt. Mit der Volksbefragung haben die WienerInnen die Möglichkeit, die Zukunft ihrer Stadt mitzugestalten.

Mitbestimmung gewinnt an Bedeutung: Im Burgenland entscheiden zum Beispiel die BewohnerInnen von Eberau mittels Volksbefragung über die Errichtung eines neuen Erstaufnahmezentrums für AsylwerberInnen. Und die WienerInnen können eben-

falls mittels Volksbefragung die Zukunft ihrer Stadt mitgestalten.

Wer in Wien abstimmungsberechtigt ist, wie und wo abgestimmt werden kann, all das und vieles mehr gibt es bereits unter: **www.wahlen.wien.at**

Interessierte können sich im Internet auf einer Diskussionsplattform registrieren und ihre Meinungen posten und andere kommentieren, ebenso Fotos und Videos hochladen:

www.wienwillswissen.at

Ein Ersuchen des Verlages an den Briefträger:
Falls Sie diese Zeitschrift nicht zustellen können, teilen Sie uns bitte hier den Grund und gegebenenfalls die neue oder richtige Anschrift mit

Straße/Gasse Haus-Nr./Stiege/Stock/Tür
/ Postleitzahl Ort
Besten Dank

AW