

## **Agenda Setting und redaktionelles Zeitungsmarketing am Beispiel des „Kurier“ Eine Studie der Kaltenbrunner Medienberatung, Februar 2005**

### **Kurzversion der Ergebnisse**

Studienteam der Kaltenbrunner Medienberatung: Dr. Andy Kaltenbrunner, Univ.Prof. DDr. Matthias Karmasin, Dr. Daniela Kraus, Dr. Norbert Regitnig-Tillian

Die seit 3 Jahrzehnten etablierte Theorie des Agenda-Setting, der Beobachtung von Medien unter dem Gesichtspunkt ihrer Strukturierung der Wirklichkeit, wird in der neuen Studie in einem praxisnahen Setting mit strategischen Optionen des redaktionellen Zeitungsmarketings in Verbindung gebracht. Beispielhaft erfolgte dies an den Daten und in Kooperation mit der Redaktion der Tageszeitung "Kurier". Die Studie selbst war eingebettet in die Entwicklung eines Verfahrens zur Daten- und Lesemarktevaluierung gemeinsam mit den leitenden Mitarbeitern der Zeitung. In Seminaren und Workshops wurden dabei auch externe Journalismus-Experten (erfahrene internationale Journalisten) einbezogen.

Eine Grundlage des neuen Verfahrens ist eine detaillierte Sonderauswertung der Media-Analyse-Daten nach Lebenswelt-Clustern der jeweiligen Zeitungsleserschaft. Diese Daten wurden für redaktionsinterne Debatte und Expertengespräche aufbereitet. In einem mehrmonatigen Beobachtungsprozess wurden diesen Lebensweltdaten der Leser und den damit identifizierten Interessen die (Einzel-)Verkaufszahlen der Zeitung (des Kurier) gegenübergestellt. Dazu wurde ein Verfahren zur Definition von "Norm-Ergebnissen" im Verkauf (und weitgehend Ausschaltung von verzerrenden Sonderfaktoren) entwickelt. Auffälligkeiten der Verkaufszahlen wurden im Hinblick auf ihre inhaltliche Aussagekraft zur Zeitungsgestaltung (Aufmacher, generelle Themenschwerpunkte im Blatt, Marketing für bestimmte Serien und Supplements, etc.) in Bezug auf die bereits identifizierten lebensweltlichen Interessen der Leser überprüft.

Als ein Ergebnis der Studie liegen einige quantitative und qualitative Erkenntnisse zu Leserpotenzialen der Zeitung vor, die durch gezielteres und bewussteres Agenda-Setting besser erreicht werden können. Gleichzeitig wurde damit ein Verfahren entwickelt und in der Praxis erfolgreich erprobt, das die Aufbereitung empirischer Marktdaten und medienwissenschaftlicher Theorien zu Zeitungsgestaltung und -marketing für den redaktionellen Alltag verständlich macht. Die Kurier-internen Daten und -ergebnisse können im veröffentlichten Teil der Studie vereinbarungsgemäß nicht veröffentlicht werden.

Die summierten Ergebnisse werden am Ende dieses rund einjährigen Forschungsprojektes in abschließenden Seminaren und Workshops neuerlich für den Redaktionsalltag aufbereitet und den leitenden Redakteuren (Chefredaktion und Ressortleiter) präsentiert, mit ihnen - unter wissenschaftlich-methodischer Moderation - diskutiert. Die Studienergebnisse skizzieren damit Leitlinien und strategische Optionen der Zeitung für erfolgreiches Agenda-Setting – für künftige thematische Schwerpunktsetzung, Serien- und Supplemententwicklung oder Aufmachergestaltung.