



Kurzbericht zum Projekt

Konvergenz in Österreichs Zeitungen

Transfer internationaler Forschungsergebnisse und Evaluierung
crossmedialer Strategien in österreichischen Verlagshäusern

durchgeführt mit Unterstützung der KommAustria
gemäß §11 Abs. 3 PresseFG 2004

Projektteam:

Dr. Andy Kaltenbrunner
Dr. Daniela Kraus
Dr. Klaus Meier
Dr. José Garcia Avilés
Dr. Miguel Carvajal
Mag. Judith Leitner

Inhalt

Ausgangsbasis.....	3
Ablauf	4
Team.....	7

Theoretischer Ansatz, Methodik und Ergebnisse des Projekts „Konvergenz in Österreichs Zeitungen“ werden in folgenden Publikationen im Detail beschrieben:

- Carvajal, Miguel/García-Avilés, José/Meier, Klaus/Kaltenbrunner, Andy/Kraus, Daniela (2009): Newsroom Integration in Austria, Spain and Germany: Models of Media Convergence. Erscheint In: Journalism Practice 3/2009.
- Carvajal, Miguel/García-Avilés, José/Meier, Klaus/Kaltenbrunner, Andy/Kraus, Daniela (2009a): Newsroom-Konvergenz in Tageszeitungen im internationalen Vergleich. Erscheint In: Birgit Stark und Melanie Magin (Hrsg.): Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Relation: Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung, N. F., Band 3. Verlag der österreichischen Akademie der Wissenschaften. Wien S. 261-292.
- Carvajal, Miguel/García-Avilés, José/Meier, Klaus/Kaltenbrunner, Andy/Kraus, Daniela (2009): Integración de redacciones en Austria, España y Alemania: Modelos de convergencia de medios. Erscheint In: Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura.
- Daniela Kraus (erscheint 2009): Austria: The Success Story of Separate Newsrooms. Erscheint in: Natascha Fioretti (ed.), Merging Media, Converging Newsrooms, Casagrande. Bellinzona.
- „Konvergentes Arbeiten“, als Kapitel 5 in: Kaltenbrunner, Andy/Karmasin, Matthias/Kraus, Daniela/Zimmermann, Astrid (2008): Der Journalisten Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Facultas. Wien.
- Kraus, Daniela/Stark, Birgit (2008): Crossmediale Strategien überregionaler Tageszeitungen. In: Media Perspektiven 6/2008, 307-317.

Kontakt:

Dr. Daniela Kraus
<http://www.medienhaus-wien.at>
M daniela.kraus@medienhaus-wien.at
T +43/1/406 32 32

Ausgangsbasis

2007/2008 untersuchte Medienhaus Wien (Team: Dr. Andy Kaltenbrunner, Dr. Daniela Kraus, Mag. Judith Leitner) gemeinsam mit Partnerinstitutionen aus Deutschland (Klaus Meier, Hochschule Darmstadt) und Spanien (José Garcia Aviles, Universidad Miguel Hernández, Elche) im Forschungsprojekt „Konvergenz im Newsroom“ vergleichend Modelle und aktuelle Konvergenz-Strategien in europäischen Verlagshäusern anhand von ausgewählten Case-Studies in Deutschland, Spanien und Österreich. Zur systematischen Beurteilung von Konvergenzstrategien wurde eine „Konvergenz-Matrix“ entwickelt. Diese Matrix wurde im vorliegenden Projekt „Konvergenz in Österreichs Zeitungen“ (2008/2009) erweitert und verfeinert und in der Anwendung erprobt.

Anhand von 32 Konvergenz-Deskriptoren können so die Konvergenz-Entwicklungen von Redaktionen analysiert werden: Von Medien- und Redaktionsmanagern selbst als Unterstützung bei strategischen Überlegungen, Strukturierung und Entwicklung eigener Konvergenzkonzepte, in künftigen Forschungsprojekten zur Ein- und Zuordnung von Newsroom-Entwicklungen.

Die Deskriptoren selbst wurden in vier wesentliche Bereiche von Medienkonvergenz-Prozessen gruppiert:

- Projektrahmen im Unternehmen
- Newsroom Management
- Journalistische Praxis
- Arbeitsorganisation und Personalentwicklung.

In Folge wurden drei Modelle von Newsroom-Konvergenz definiert: „Vollständige Integration“ mit Konzentration der notwendigen Infrastruktur für multimediale Produktion in einem einzigen Newsroom; „Cross Media“ mit einer überwiegenden Mehrheit spezialisierter Journalisten, aber zentraler und übergreifender Steuerung von Workflows und Content-Verwertung; „Koordination von eigenständigen Plattformen“, wo mehrmediale Produktion kein strategisches Ziel ist.

Forschungsansatz, Modellentwicklung und Forschungsergebnisse des vorliegenden Projekts werden vom Projektteam im Beitrag „Newsroom-Konvergenz in Tageszeitungen im internationalen Vergleich“ im Sammelband „Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch“ der Österreichischen Akademie der Wissenschaften sowie in anderen Publikationen (siehe Seite 2) im Detail beschrieben und wurden bei mehreren Fachveranstaltungen¹ präsentiert.

¹ u.a. bei der DGPUK-Jahrestagung 2008 in Lugano, der Konferenz zu «Merging Media, Converging Newsrooms» von EJO und MAZ in Luzern im Frühjahr 2008, dem APA IT-Forum im September 2008 und dem Medienseminar „Gutenbergs Albtraum“ von Reporter ohne Grenzen Österreich im Februar 2009.

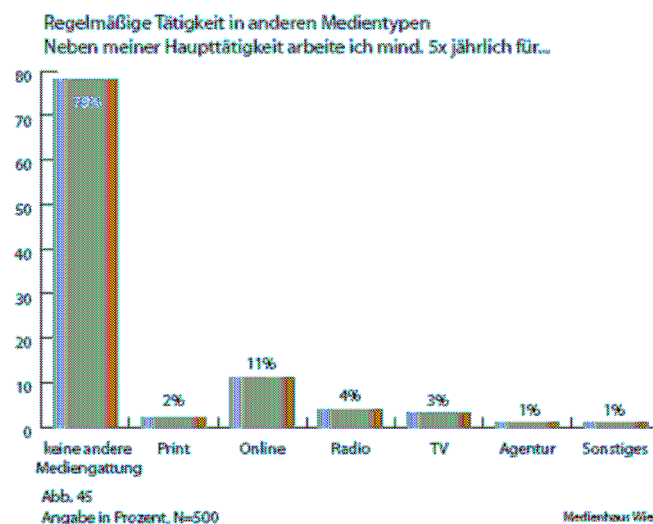
Ablauf und Ergebnisse

Ausgehend von dieser Matrix war Ziel des vorliegenden Projekts, einen Überblick über Konvergenz- und Crossmedia-Entwicklung in österreichischen Tageszeitungen zu gewinnen sowie, zweitens, Forschungsergebnisse in die österreichische Medienpraxis zu transferieren. Im Rahmen einer Befragung von 500 Journalisten und Journalistinnen wurde ein Schwerpunkt auf die Fragestellung nach konvergentem Arbeiten gelegt. In Experteninterviews sowie in einem Workshop mit Vertretern der überregionalen Tageszeitungen (Kurier/kurier.at, Kleine Zeitung, Der Standard/derstandard.at, Österreich/oe24, Wiener Zeitung, Die Presse/diepresse.com) und der APA im November 2008 wurden zentrale Fragestellungen und internationale Best Practice-Beispiele entlang der Konvergenz-Matrix diskutiert. Neben Mitgliedern der Teams von *Medienhaus Wien* und den Partnern aus Deutschland und Spanien konnte dafür Romanus Otte, der für Konzeption und Leitung des Newsroom-Konzepts von Welt/Welt am Sonntag/Berliner Morgenpost und deren Online-Ausgaben zuständig ist, als Inputgeber gewonnen werden.

Wie sich in den Expertengesprächen und -diskussionen zeigte, gehen die österreichischen Tageszeitungen sehr unterschiedliche Wege in der plattformübergreifenden Vernetzung. Allerdings lässt sich generell beobachten: Das Zusammenspiel zwischen Print und Online ist, etwa im Hinblick auf Zielgruppendefinitionen und inhaltliche Schwerpunktsetzung, eher von bestehenden Strukturen, Routinen und Workflows geprägt als von systematischen strategischen Überlegungen. Auch wenn die wachsende Bedeutung mehrmedialer Contentverwertung erkannt wird, wird den Printausgaben nach wie vor höherer Stellenwert beigemessen. Das zeigt sich etwa an Ressourcenausstattung, Bezahlung der Journalist/innen oder dem Umgang mit Exklusiv-Inhalten (Stichwort „online first“). Wesentliche Begründung dafür ist, wenig überraschend, die Erlössituation: Die meisten Online-Ableger von Tageszeitungen schreiben rote Zahlen, wenn sie Gewinn machen, ist doch die Wertschöpfung der Printprodukte noch immer ungleich höher. Daten zum Werbemarkt zeigen zwar eine Internet-Wachstumsrate von 77% (das umfasst allerdings nicht nur die Angebote traditioneller Medienunternehmen), bei Tageszeitung nur ein Werbewachstum von 8% - gleichzeitig ist aber der Anteil der Tageszeitungen am gesamten Werbemarkt mit 29% insgesamt noch immer deutlich höher als jener des Internet mit 2,6%. Neben ökonomischen Überlegungen sind aber auch die unterschiedlichen Kulturen in Print- und Onlineredaktionen wesentliches Hindernis für die Implementierung von Konvergenzstrategien. Selbst dort, wo Strukturen und Abläufe - etwa in Form von Newsroom-Konzepten – umgestellt werden, können (noch) kaum „konvergente“ Arbeitsweisen beobachtet werden. Keine der österreichischen Tageszeitungsredaktionen

kann daher in der „Konvergenz-Matrix“ dem Modell der „Vollständigen Integration“ zugeordnet werden; in den meisten Fällen handelt es sich in wesentlichen Aspekten um eine „Koordination eigenständiger Plattformen“, in einigen Fällen um „Crossmedia“-Modelle. Dabei ist klar: Keines dieser drei Modelle aus der „Konvergenz-Matrix“ existiert in seiner puren Form in der Zeitungsrealität.

Dass redaktionelle Konvergenzentwicklungen noch weniger weit gediehen sind, als der Boom des Begriffs „Konvergenz“ vermuten lässt, wird auch bei einem Blick auf journalistische Arbeitsweisen deutlich. Im Rahmen einer repräsentativen Befragung von 500 österreichischen Journalistinnen und Journalisten, die Medienhaus Wien 2008 durchführte, wurde im Rahmen des Projekts ein Schwerpunkt auf multimediales Arbeiten gelegt. Dabei gaben 78% der Befragten an, ausschließlich monomedial zu arbeiten²:



Von den Tageszeitungsjournalisten arbeiten – nach eigenen Angaben - überhaupt nur 8% regelmäßig aktiv an Online-Ausgaben mit. Das Bewusstsein für die wachsende Bedeutung des mehrmedialen Arbeitens ist hingegen sehr stark ausgeprägt: 81% der Journalisten halten Weiterbildung in diesem Bereich für sehr wichtig oder wichtig. Wie bei anderen professionellen Veränderungen des Journalismus wird also auch für Strategien der Medienkonvergenz und Newsroomentwicklungen das begleitende Angebot an Aus- und Weiterbildung zu einem wesentlichen Qualitäts-Parameter. In großen Verlagen, wie *Springer*, werden traditionelle Ressourcen der Mitarbeiterqualifikation dann auch gezielt für diese neuen Schwerpunkte genutzt. Von den Journalisten des Berliner Newsrooms haben bisher 2008 rund 100 Journalisten an einschlägigen internen Workshops und Seminaren teilgenommen.

Aus- und Weiterbildung wurde auch von österreichischen Branchenvertretern als zentrales Thema bestätigt und problematisiert. Dies vor allem vor dem Hintergrund einer generellen

² Aus: Kaltenbrunner/Karmasin/Kraus/Zimmermann: Der Journalisten-Report II, Seite 98.

„kulturellen“ Differenz zwischen Print- und Online-Redaktionen, die erst überwunden werden muss. Neben der Weiterbildung müssen Arbeitsregelungen und Verträge für konvergentes Arbeiten erst vereinheitlicht werden.

Als ein Ergebnis des Forschungsprojektes schlagen wir daher vor, den Einstieg zu konkreten Konvergenzstrategien in den Unternehmen zu überdenken: Vielfach wird beim Zusammenwachsen von verschiedenen Plattformen der Medienhäuser zuerst architektonischer und technischer Newsroom- Ausstattung Beachtung geschenkt. Sie sollte aber den strategischen Überlegungen nachgeordnet sein. Häufig wird Konvergenz in Medienunternehmen als Synergie- und Sparprogramm verstanden. Das stellt sich in den Fallstudien als wenig realistisches Ziel heraus.

Für alle Leser, die an Detailergebnissen unter speziell österreichischer Perspektive interessiert sind, empfehlen wir den Beitrag „Newsroom-Konvergenz in Tageszeitungen im internationalen Vergleich.“ Erscheint In: Birgit Stark und Melanie Magin (Hrsg.): Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch. Relation: Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung, Band 3. Verlag der österreichischen Akademie der Wissenschaften. Wien S. 261-292.

Team:

Dr. Andy Kaltenbrunner; Studium Politikwissenschaft und Pädagogik in Wien, ab 1981 Ressortleiter und Redakteur bei Neue AZ und ab 1990 in der Politikredaktion von profil. In den achtziger Jahren parallel Mitbegründer und Leiter des "Medienzentrums der Stadt Wien". Von 1995 bis 1999 leitend in der trend/profil/Orac-Magazingruppe u.a. als Chefredakteur und Entwickler mehrerer Verlagsprodukte tätig (z.B profil extra, trend online, profil online, u.a.m.). Seit 2000 im Rahmen der Kaltenbrunner-Medienberatung Durchführung von Marktstudien sowie Entwicklung von Unternehmenskonzepten für Verlage im In- und Ausland. Kaltenbrunner ist (Mit-) Herausgeber der "Österreichischen Zeitschrift für Politikwissenschaft", unterrichtet Medienpolitik und journalistische Praxisfächer u.a. an den Universitäten Wien und Klagenfurt, sowie am FH-Studiengang Journalismus. Initiator und 2001-2003 Leitung der Vorstudien und des Aufbaus des Fachhochschul-Studiengangs „Journalismus“ in Wien; Seit 2005 Gesellschafter der Medienhaus Wien GmbH.; in diesem Rahmen u.a. Koordination des Studienprojektes „Mediencampus Wien/ Mediencluster Wien“ im Auftrag der Stadt Wien, Mitarbeit an zahlreichen wissenschaftlichen Projekten; Durchführung von Weiterbildungsseminaren und Coachings für Redaktionen in mehreren Ländern.
siehe <http://www.medienhaus-wien.at>

Dr. Klaus Meier ist seit 2001 Professor für Journalistik an der Hochschule Darmstadt, wo er den Studiengang Online-Journalismus mit aufgebaut und von 2003 bis 2005 geleitet hat. Seit 2005 ist er Gründungsstudiengangsleiter des Studiengangs Wissenschaftsjournalismus. Er war wissenschaftlicher Mitarbeiter am Studiengang Journalistik der Universität Eichstätt (1997 bis 2001) und lehrte an den Universitäten in Bamberg (2001) und Zürich (2003/04). Davor war er Zeitungs- und Fernsehjournalist (u.a. Frankenpost Hof und Bayerischer Rundfunk München). In mehr als 40 Workshops hat er seit 1999 Journalisten weitergebildet und Redaktionen beraten (u.a. in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Singapur und Thailand). Forschungsprojekte zu Redaktionsmanagement, Online-Journalismus, Wissenschaftsjournalismus, Journalistenausbildung. Zu Innovationen der Redaktionsorganisation forscht er seit 1997.
siehe <http://www.klaus-meier.net>

Dr. José A. Garcia Avilés ist seit 2006 Leiter des Journalismus-Instituts der Universität Miguel Hernandez in Elche (Alicante); er studierte davor u.a. an der Universität in Dublin und dissertierte an der Universität Navarra, wo er auch in der Lehre tätig war. Zwischen 2000 und 2002 arbeitete er an einer Vergleichsstudie zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf TV-Newsrooms in Spanien und Großbritannien (Telecinco, Antena 3, Telemadrid, BBC News, ITN und Skynews). Er war gleichzeitig Forschungsleiter eines Projektes des spanischen Ministeriums für Wissenschaft und Technologie zur Auswirkung digitaler Technologie auf die Produktion von Nachrichtenprogrammen. Er arbeitete 2000-2001 an einem Projekt zu Globalisierung und Medienentwicklung im Auftrag des EU-Parlaments mit und ist Mitglied des akademischen Komitees von Newsplex, einem integrierten Newsroom an der Universität South Carolina (USA), der seit 2002 als Laboratorium zur Konvergenz-Praxis dient.
siehe <http://elnautilus.wordpress.com/>

Dr. Daniela Kraus, Historikerin, war ab Mitte der neunziger Jahre neben ihren Studien freiberuflich in verschiedenen Medien tätig, 1998/99 zugleich Stipendiatin der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. 2000 – 2004 Mitarbeiterin der Kaltenbrunner-Medienberatung. Koordination des Aufbaus neuer Medienunternehmen, Mitarbeit bei der Entwicklung von Print- und Onlineprojekten der Medienberatung im Auftrag österreichischer Verlage sowie öffentlicher Einrichtungen. Koordination der Entwicklung des FH-Studiengangs Journalismus; Lehrtätigkeit am Studiengang Journalismus und an der Universität Klagenfurt. Seit 2005 geschäftsführende Gesellschafterin der Medienhaus Wien GmbH.; in diesem Rahmen Konzeption und Durchführung von Forschungsprojekten mit den Schwerpunkten Journalismus- und Konvergenzforschung.
(siehe <http://www.medienhaus-wien.at>)

Mag. Judith Leitner; Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Wien mit dem Schwerpunkt auf Theorie und Methodik. Seit 2005 wissenschaftliche Assistentin im Medienhaus Wien GmbH mit Arbeitsschwerpunkt empirische Erhebung und Datenanalysen.

Dr. Miguel Carvajal Prieto, Studium der Kommunikationswissenschaften und der Publizistik an mehreren spanischen Universitäten mit Schwerpunkt Medienökonomie, Dissertation 2005 an der Universität Navarra, seit 2006 Assistenzprofessor am Journalismus-Institut der Universität Miguel Hernandez in Elche.

Kontakt & weitere Informationen:

<http://www.medienhaus-wien.at>