

Agrarjournalismus in Österreich

**Eine Untersuchung zum Berufsbild und Selbstverständnis
österreichischer Agrarjournalisten**

D I P L O M A R B E I T

zur Erlangung des Magistergrades der
Philosophie

an der Fakultät für

Sozialwissenschaften der Universität Wien

eingereicht von

Ute Scharmer

Wien, April 2005

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
1. Vorwort	1
2. Einleitung	2
2.1. Problemstellung	2
2.2. Forschungs- und Quellenstand	6
2.3. Ausrichtung	8
2.4. Methodik und Gliederung	10
3. Theoretische Grundlagen	13
3.1. Massenkommunikation und Massenmedien	13
3.1.1. Funktionen der Massenmedien	17
3.1.2. Zeitungen und Zeitschriften	22
3.1.3. Fachpresse und Fachjournalismus	27
3.2. Der Journalist als Kommunikator	28
3.2.1. Journalistische Kompetenzen	30
3.2.2. Berufs- bzw. Selbstverständnis	32
3.2.3. Berufsnormen und Qualitätsansprüche	34
3.2.4. Recherche	37
3.3. Journalistische Strukturen	39
3.3.1. Redaktion	39
3.3.2. Journalistenverbände	40
3.3.3. Journalistenpreise	41
3.4. Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	42
3.5. Systemtheoretischer Ansatz	45
3.5.1. Journalismus als System	49
3.5.2. Das Subsystem Agrarjournalismus	51

4. Landwirtschaft und Agrarpolitik	52
4.1. Entwicklungstrends, Funktionen und Zielsetzungen	52
4.2. Interessenvertretung der Landwirtschaft	56
4.2.1. Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern (Präko).....	57
4.2.2. Österreichischer Bauernbund	60
4.2.3. Österreichischer Raiffeisenverband	62
5. Das Agrarische Informationszentrum AIZ	64
5.1. Entstehung der Agrarischen Nachrichtenzentrale ANZ.....	64
5.2. Von der ANZ zum Agrarischen Informationszentrum AIZ	68
5.3. Der AIZ-Pressedienst als Quelle	71
5.4. Online-Dienste des AIZ.....	72
6. Agrarjournalistische Entwicklungen	73
6.1. Historischer Rückblick.....	73
6.2. Funktionen und Themen der Agrarpresse	75
6.3. Typisierung der Agrarzeitschriften	77
6.3.1. Funktionelle und räumliche Unterschiede	83
6.3.2. Personelle und institutionelle Unterschiede	84
7. Agrarische Printmedien.....	85
7.1. Übersicht.....	85
7.1.1. Verbreitung der agrarischen Printmedien.....	86
7.1.2. Auflage einzelner Agrarzeitschriften	87
7.2. Beispiel Österreichische BauernZeitung	89
7.3. Herausgeber und Agrarzeitschriften	92
7.3.1. Printmedien der überparteilichen Organisationen	92
7.3.2. Printmedien der parteipolitischen Organisationen.....	95
7.3.3. Landwirtschaftliche Fachzeitschriften	97
7.4. Leseranalyse landwirtschaftlicher Fachzeitschriften	100
7.4.1. Leser pro Nummer (LpN) – Trendvergleich.....	101
7.4.2. Weitester Leserkreis (wLk) – Trendvergleich	102

7.4.3. Qualitative Beurteilung und Image	103
7.4.4. Ergebnisse und weitere Schwerpunkte	107
7.5. Fachzeitschrift Agrarjournalist.....	108
8. Verband der Agrarjournalisten und -publizisten in Österreich VAÖ	109
8.1. Von der Entstehung bis heute.....	109
8.2. Der Eduard-Hartmann-Preis	112
8.3. Die Josef-Steininger-Urkunde	113
8.4. Goldene Ehrennadel	114
8.5. Vorstand.....	115
8.6. Berufsbild des Agrarjournalisten	117
9. Untersuchung.....	118
9.1. Schriftliche Befragung	118
9.2. Fragebogenaufbau.....	120
9.3. Teilnehmerkreis und Rücklauf.....	122
9.4. Darstellung der Ergebnisse.....	123
9.4.1. Allgemein	125
9.4.1.1. Verteilung der Geschlechter und Altersgruppen	125
9.4.1.2. Bäuerlich Erwerbstätige im Angehörigenkreis.....	126
9.4.2. Redaktionelle Strukturen.....	127
9.4.2.1. Funktionen der Befragten.....	127
9.4.2.2. Dominierendes Arbeitsverhältnis	129
9.4.2.3. Voraussetzungen für eine Bewerbung	130
9.4.2.4. Spezialisierung.....	131
9.4.2.5. Redaktionsgröße.....	132
9.4.2.6. Autonome oder heteronome Redaktion	133
9.4.3. Ausbildung	134
9.4.4. Selbstverständnis der Agrarjournalisten.....	136
9.4.4.1. Definition von Agrarjournalismus	136
9.4.4.2. Intention der Berichterstattung	137
9.4.4.3. Funktionen des Agrarjournalismus.....	138

9.4.5. Recherche: Verwendete Dienste und Quellen	140
9.4.6. Mitgliedschaft in Verbänden oder Einrichtungen.....	143
9.4.7. Zukünftige Entwicklungen oder Trends.....	147
10. Resümee.....	148
10.1. Zusammenfassung	148
10.2. Schlussbemerkungen und Ausblick	154
Anhang	157
A Daten der agrarischen und themenrelevanten Printmedien	157
B Eduard-Hartmann-Preisträger	184
C Josef-Steininger-Urkunden.....	189
D Fragebogen	191
E Quellenverzeichnis	195
F Curriculum vitae.....	208

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gruppe A: Zeitschriften der überparteilichen Organisationen .	79
Abbildung 2: Gruppe B: Zeitschriften der parteipolitischen Organisationen .	80
Abbildung 3: Gruppe C: Landwirtschaftliche Fachzeitschriften	81
Abbildung 4: Anzahl der agrarischen Printmedien	86
Abbildung 5: Österreichische Auflagenkontrolle Jahresschnitt 2004.....	87
Abbildung 6: Österreichische Auflagenkontrolle Halbjahresschnitt 2004	88
Abbildung 7: Österreichische Auflagenkontrolle Jahresschnitt 2003.....	88
Abbildung 8: Leser der Österreichischen BauernZeitung nach Alter.....	90
Abbildung 9: Reichweite der Österreichischen BauernZeitung	91
Abbildung 10: Leser pro Nummer - Trendvergleich	101
Abbildung 11: Weitester Leserkreis - Trendvergleich.....	102
Abbildung 12: Am informativsten bei Betriebsführung	104
Abbildung 13: Berichten am ehesten über neue Trends	105
Abbildung 14: Besonders praxisnahe Berichterstattung	106
Abbildung 15: Verteilung der Altersgruppen	125
Abbildung 16: Bäuerlich Erwerbstätige im Angehörigenkreis.....	126
Abbildung 17: Funktionen der Befragten.....	127
Abbildung 18: Dominierendes Arbeitsverhältnis.....	129
Abbildung 19: Spezialisierung auf einen bestimmten Bereich	131
Abbildung 20: Zahl der Mitarbeiter in den Redaktionen	132
Abbildung 21: Autonome oder heteronome Redaktion	133
Abbildung 22: Ausbildung	135
Abbildung 23: Intention der Berichterstattung	137
Abbildung 24: Wichtigste Funktion des Agrarjournalismus	139
Abbildung 25: Verwendung spezieller Dienste.....	141
Abbildung 26: Quellen der Berichterstattung	142
Abbildung 27: Mitglied beim VAÖ	143
Abbildung 28: Mitglied bei anderen Einrichtungen	145
Abbildung 29: Kombinationen der Mitgliedschaften	146

1. Vorwort

Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit war eine Anregung von Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch, eine Diplomarbeit über Agrarjournalismus zu verfassen. Da es auch dem Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich VAÖ ein Anliegen war und ist, die Forschung in diese Richtung weiterzuführen, und dieses Thema in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft nur wenig Beachtung findet, fiel die Entscheidung, darüber eine Diplomarbeit zu verfassen.

An dieser Stelle möchte ich dem Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich, der an der Entstehung dieser Diplomarbeit maßgeblich beteiligt war und zur Veröffentlichung der Leseranalyse landwirtschaftlicher Fachzeitschriften seine freundliche Genehmigung erteilte, danken. Vor allem gilt diese Dankbarkeit dem Präsidenten dieses Verbandes und Pressesprecher der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, Dr. Josef Siffert, der mich mit Unterlagen und Hilfestellungen stets unterstützt hat.

Besonderer Dank gilt auch meinem Diplombetreuer Univ.-Prof. Dr. Wolfgang Duchkowitsch, der bei allen Fragen und Zweifeln hilfreich zur Seite stand, und in Gesprächen immer wieder wertvolle Hinweise und Anstöße gab. Seine Tipps und sein großes Verständnis sowie seine Ermunterungen zur Weiterarbeit waren mir eine große Hilfe.

Weiters gilt mein Dank dem Österreich-Korrespondenten des deutschen Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL, Mag. Jürgen Kremb, für sein Entgegenkommen und sein Interesse, sowie vor allem auch meinen Eltern und Großeltern für die jahrelange Unterstützung.

2. Einleitung

2.1. Problemstellung

Die österreichische Landwirtschaft hat in den vergangenen Jahrzehnten einen radikalen Umstellungsprozess durchlebt. Durch die umfassende Modernisierung nach dem Zweiten Weltkrieg und die damit verbundene Westintegration der österreichischen Gesellschaft wurde diese Veränderung beschleunigt, woraus eine „Deagrarisierung“ Österreichs – als Kehrseite der Industrialisierung¹ folgte.

Die Krise des fordistischen Entwicklungsmodells in Österreich Ende der 70er bzw. Anfang der 80er Jahre ging mit zunehmender Infragestellung der Industrialisierung und ihrer Folgen einher, wodurch sich für die Landwirtschaft neue Perspektiven ergaben. Neben der weiteren Modernisierung durch Anpassung an den internationalen Wettbewerb entstand auch die Möglichkeit einer ökologischen und doch weltmarktverträglichen Neuausrichtung der Landwirtschaft. Dabei war der EU-Beitritt im Jahre 1995 ein forcierender Faktor, da er zum einen weitere Modernisierungsprozesse erforderte, und zum anderen einen wichtigen Grund zur Neugestaltung der Agrarpolitik darstellte.²

Die mit diesen Veränderungen einhergehende Übernahme von industrie- und in Folge informationsgesellschaftlichen Gewohnheiten der Landwirte schlug sich auch in der Entwicklung der agrarischen Medien nieder. Gesellschaftliche Anpassung, gleich ob aus wirtschaftlichen, politischen, sozialen oder kulturellen Intentionen, stellt außerdem eine Frage der Kommunikation dar.

¹ Rammer, 1999, S. 7.

² Vgl. ebenda.

Dem Agrarjournalisten werden heute höhere Anforderungen denn je gestellt, er gilt als Mittler zwischen den Bauern und der übrigen Gesellschaft, und hat dadurch für Vertrauen in die Landwirtschaft sowie für Verständnis ihrer Aufgaben zu sorgen. Dafür sind sowohl Fachkenntnisse erforderlich, als auch Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Land- und Forstwirtschaft und gegenüber den Konsumenten. Die Agrarjournalisten spielen eine außerordentlich wichtige und unverzichtbare Rolle als Kommunikationsdrehscheibe, denn es ist ihre Aufgabe, die Gesellschaft mit Informationen über Ereignisse und Anliegen der Bauern zu versorgen.

Die Aktualität landwirtschaftlicher Themen hat mit dem EU-Beitritt Österreichs und mit der EU-(Ost)Erweiterung einen neuen Stellenwert erhalten. Strukturelle Anpassungen, erhöhter Wettbewerbsdruck, aber auch Themen wie Gentechnik etc. werden immer wieder in der Öffentlichkeit diskutiert. Agrarjournalisten sind gefordert, für die Unersetzbarkeit bäuerlicher Leistungen, für mehr Verständnis für die Bauern und ihrer Probleme einzustehen, sowie die Öffentlichkeit über agrarische Entscheidungen und Hintergründe zu informieren.

Journalismus als allgemeiner Kommunikator und Agrarjournalismus als spezieller Kommunikator stehen in einem wechselseitigen Beziehungs- und Konkurrenzverhältnis. Beide versuchen, im Mediensystem mehr Einfluss und Macht zu erlangen. Sie stehen mit anderen Systemen der Gesellschaft z.B. der Landwirtschaft in einem Abhängigkeitsverhältnis. Die Rolle, die dem Agrarjournalisten als Vermittler spezieller Information dabei zukommt, sowie die Funktionen und Leistungen, die er für die Öffentlichkeit erfüllt, sind Mittelpunkt dieser Arbeit.

Die Entwicklung des Agrarjournalismus in Österreich, die mit den Veränderungen in der Landwirtschaft und Agrarpolitik einherging, sowie Vielfalt, Dichte und Spezifika der agrarischen Zeitschriften stehen ebenso im Erkenntnisinteresse wie das Berufs- bzw. Selbstverständnis der Agrarjournalisten und die Besonderheiten auf diesem publizistischen Sektor.

Folgende leitende Fragestellungen stehen im Zentrum des Forschungsinteresses:

- Wie hat sich der österreichische Agrarjournalismus in historischer und gegenwärtiger Sicht entwickelt?
- Welche Funktionen und Leistungen erfüllt der Agrarjournalismus in Österreich? Welche Funktionen erfüllt das Agrarische Informationszentrum AIZ?
- Welche agrarischen Medien gibt es in Österreich und worin liegt ihre Besonderheit? Welche Unterscheidungskriterien gibt es? Welche Zeitschrift gibt es für die Agrarjournalisten selbst?
- Wie hat sich der Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich VAÖ entwickelt? Welche Auszeichnungen und Preise werden von ihm verliehen?
- Wie gestaltet sich das Berufsbild der Agrarjournalisten? Welchen Berufszugang bzw. welche Ausbildung haben sie?
- Wie sind die agrarischen Redaktionen strukturiert? Welche Rechercheinstrumente werden verwendet?
- Wie sehen sich die Agrarjournalisten selbst? Welche Normen gelten unter Agrarjournalisten? Welche Funktion des Agrarjournalismus ist für sie am wichtigsten? Welche Intentionen stehen hinter der Berichterstattung?

Ziel dieser Arbeit ist es, den Agrarjournalismus in seiner Gesamtheit und in seinen spezifischen Ausformungen zu erfassen, seine speziellen Funktionen

und Leistungen aufzuzeigen, die agrarischen Printmedien Österreichs und ihre Besonderheiten darzustellen sowie vor allem das Berufsbild und Selbstverständnis der Agrarjournalisten zu skizzieren.

2.2. Forschungs- und Quellenstand

Die vorliegende Arbeit kann sich auf keine vergleichbaren Untersuchungen stützen, da der Bereich Agrarjournalismus in Österreich erst in den späten 60er Jahren Einzug in die kommunikationswissenschaftliche Beschäftigung gefunden hat. Bei der Bearbeitung dieser Thematik in jüngeren Arbeiten liegen die Schwerpunkte eher im Bereich Public Relations und deren Einfluss auf den Journalismus. Im Erkenntnisinteresse der vorliegenden Arbeit stehen jedoch vor allem die agrarischen Printmedien Österreichs, das Berufsbild des Agrarjournalisten sowie sein Berufs- bzw. Selbstverständnis.

In der deutschen Kommunikatorforschung beschäftigen sich unter anderem Belz, Haller und Sellwein mit den Berufsbildern im Journalismus und boten damit einen Überblick über alle wichtigen Berufsbilder und Tätigkeitsfelder. Klassische Tätigkeitsbereiche und deren Profilveränderung wie auch neue Aufgabenbereiche wurden dabei berücksichtigt.³ Zur österreichischen Kommunikatorforschung lieferten Gottschlich und Karmasin eine Imageanalyse der Journalisten aus Sicht der Journalisten selbst, der Politiker und der Bevölkerung.⁴ Fabris beschäftigte sich mit dem Selbstbild sowie mit Einstellungen und Verhaltensweisen von Redakteuren bei Tageszeitungen.⁵ Das Institut für Kommunikationswissenschaft der Salzburger Universität veröffentlicht in periodischen Abständen einen Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich, der sich vor allem mit infrastrukturellen Voraussetzungen für die Qualitätssicherung im Journalismus und den sich verändernden Rahmenbedingungen journalistischer Qualität beschäftigt.⁶

Die Forschungslage auf agrarjournalistischem Gebiet beschränkt sich auf wenige Untersuchungen dieser Thematik. Im Gegensatz dazu wurde das Thema Massenkommunikation bzw. Journalismus im Allgemeinen häufig als

³ Vgl. Belz/Haller/Sellwein, 1999.

⁴ Vgl. Gottschlich/Karmasin, 1979.

⁵ Vgl. Fabris, 1974.

⁶ Vgl. Fabris, 2004.

Untersuchungsgegenstand herangezogen. Die Berichterstattung über agrarische Themen blieb jedoch weitgehend unbeachtet.

Zu den Arbeiten auf dem Gebiet Agrarjournalismus in Österreich zählen Schuhs Untersuchung der Agrarpresse der Republik Österreich von 1948 bis 1968 und Sifferts Analyse des Agrarischen Informationszentrums AIZ als Nachrichtenquelle für die agrarische Berichterstattung in österreichischen Tageszeitungen.⁷

Schuh beschäftigte sich mit den Funktionen der Massenkommunikation im Allgemeinen und den Funktionen der Agrarpresse im Speziellen. Er nahm eine Typisierung der österreichischen Agrarpresse nach Interessenvertretungen, politischen Organisationen und Fachpresse vor.⁸

Siffert behandelte die Frage der Wirkung und des Einflusses bäuerlicher Öffentlichkeitsarbeit mit dem Instrument des AIZ-Pressedienstes vor allem in nichtagrarischen Medien, und wie sich die Beziehung zwischen den Systemen Pressedienst und Tageszeitung konstituiert. Er unternahm den Versuch, die Entwicklung der Agrarischen Nachrichtenzentrale ANZ und des Pressedienstes des Agrarischen Informationszentrums AIZ zu rekonstruieren.⁹

Wie bei der kommunikationswissenschaftlichen Forschung im Bereich Agrarjournalismus fällt auch die Literaturlage zu dieser Thematik bescheiden aus. Eine wichtige Informationsquelle stellt das Internet dar, wo unter anderem einige Agrarzeitschriften, der Verband der Agrarjournalisten und -publizisten Österreichs VAÖ, die Landwirtschaftskammern, der Bauernbund, der Raiffeisenverband sowie viele andere mit dem Thema Landwirtschaft verbundene Organisationen Informationen rund um agrarische Themen veröffentlichen.

⁷ Vgl. Schuh, 1969 und Siffert, 1995.

⁸ Vgl. Schuh, 1969.

⁹ Vgl. Siffert, 1995, S. 2ff.

2.3. Ausrichtung

Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Thema Journalismus ist sehr vielfältig und komplex, dennoch gibt es bisher keine einheitliche Theorie. Laut Rühl lassen sich „allerdings aus verschiedenen sozialwissenschaftlichen Disziplinen, namentlich aus der Kommunikationswissenschaft, Ansätze heranziehen, um Gemeinsames für das sichtbar zu machen, was im praktischen Journalismus, in seinem Alltagshandeln und in seiner Organisationsbildung, als schier unübersichtliche Komplexität auftritt.“¹⁰

Auch Wagner beklagt das Defizit an Medientheorien, wo es um die Medien der sozialen Kommunikation geht und spricht von einer Inflation von Medien-Bezeichnungen. Weiters führt Wagner an, „daß Medientheorien, die als solche auftreten und Gewicht beanspruchen, nicht aus dem Fach Kommunikationswissenschaft, sondern aus anderen Disziplinen stammen, aus der Soziologie, aus der Philosophie sowie aus diversen Sprachwissenschaften vor allem.“¹¹

In der Auseinandersetzung mit den Funktionen der Massenmedien fand in der kommunikationswissenschaftlichen Literatur immer wieder das Systemdenken Einzug. Die Systemtheorie soll eine ganzheitliche Darstellung der Beziehungen zwischen Systemen und ihrer Umwelt ermöglichen. In systemtheoretischer Sichtweise wird Massenkommunikation als ein gesellschaftliches Teilsystem verstanden, das in Subsysteme gegliedert werden kann und mit anderen Systemen in Wechselbeziehungen steht.¹²

Die Funktionen und Leistungen des Agrarjournalismus im Speziellen, aber auch der Massenkommunikation im Allgemeinen werden in der vorliegenden Arbeit thematisiert, die gesellschaftlichen Zusammenhänge des

¹⁰ Rühl, 1995, S. 117.

¹¹ Wagner, 1993, S. 170.

¹² Vgl. Maletzke, 1988, S. 42ff.

Mediensystems mit dem System Agrarjournalismus und mit anderen Teilsystemen aufgezeigt, sowie die Person des Kommunikators dargestellt. Um die Gesamtheit dieser Phänomene zu erfassen, wird die systemtheoretische Betrachtungsweise als Grundlage dafür herangezogen.

2.4. Methodik und Gliederung

Die Schwerpunkte dieser Arbeit bilden die Bereiche theoretische Grundlagen und Agrarpolitik, die agrarischen Printmedien Österreichs sowie die Untersuchung zum Berufsbild und Selbstverständnis der Agrarjournalisten. Themenrelevante Begriffsdefinitionen werden im Rahmen der jeweiligen Kapitel gegeben.

Der theoretische Teil stützt sich auf die Analyse der kommunikationswissenschaftlichen Literatur und soll eine Annäherung an die Themenbereiche Massenkommunikation, Journalismus und Öffentlichkeit bieten und diese in Folge durch eine systemtheoretische Betrachtung miteinander in Beziehung stellen.

Agrarpolitische Hintergründe und die wichtigsten Interessenvertretungen der Landwirtschaft werden als Übergang zur Beschäftigung mit der agrarjournalistischen Situation beleuchtet, um einen Einblick in die Struktur der agrarischen Organisationen zu gewähren.

Zur Untersuchung der Situation der Agrarjournalisten und ihres Berufs- bzw. Selbstverständnisses und Normenbewusstseins wurde ein Fragebogen eingesetzt, um die verschiedenen Sichtweisen zu ermitteln. Den Ergebnissen ist eine genauere Darstellung der empirischen Vorgehensweise vorangestellt.

Die Funktionen der Massenmedien, die Unterschiede zwischen Zeitung und Zeitschrift, Fachjournalismus, journalistische Kompetenzen, Berufs- und Selbstverständnis, Berufsnormen, Qualitätsansprüche sowie Recherchemethoden und journalistische Strukturen, aber auch Öffentlichkeit und öffentliche Meinung werden im dritten Kapitel erörtert, und die Systemtheorie auf ihre Verwendbarkeit hinsichtlich eines Systems Agrarjournalismus betrachtet und kritisiert.

Das vierte Kapitel gewährt einen Einblick in die österreichische Agrarpolitik mit ihren Funktionen und Zielsetzungen sowie einen Überblick über die Interessenvertretung der Landwirtschaft.

Die Entstehung und Entwicklung des Agrarischen Informationszentrums AIZ, seine Quellenfunktion und die Online-Dienste des AIZ werden im fünften Kapitel wiedergegeben.

Im sechsten Kapitel werden die historische Entwicklung des Agrarjournalismus sowie die Funktionen und Themen der Agrarpresse dargestellt. Ferner wird eine Typisierung der Agrarzeitschriften präsentiert und Unterscheidungsmerkmale aufgezeigt.

Das Kapitel sieben stellt eine Übersicht über die agrarischen Printmedien in Österreich und ihrer Herausgeber dar. Beispiele für Auflage und Reichweite einzelner Agrarzeitschriften werden vorgestellt und als spezielles Beispiel die Österreichische Bauernzeitung herangezogen. Eine Leseranalyse agrarischer Fachzeitschriften wird auszugsweise vorgeführt und die Fachzeitschrift Agrarjournalist kurz vorgestellt.

Das achte Kapitel beschreibt den Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich VAÖ von seiner Entstehung bis heute. Die vom Verband verliehenen Preise und Auszeichnungen werden ebenso thematisiert.

In Kapitel neun werden die Methoden der Untersuchung und die empirische Vorgangsweise erläutert. Weiters werden Fragebogaufbau, Teilnehmerkreis und Rücklauf besprochen sowie eine Darstellung der Ergebnisse geboten.

Kapitel zehn fasst die wichtigsten Ergebnisse zusammen und verweist auf die Beantwortung der gestellten Fragen. Schließlich werden die relevanten

Erkenntnisse und Überlegungen sowie ein Ausblick auf mögliche zukünftige Entwicklungen des österreichischen Agrarjournalismus geboten.

3. Theoretische Grundlagen

3.1. Massenkommunikation und Massenmedien

Der Begriff Massenkommunikation fand erst in den 60er Jahren Eingang in den deutschen Sprachgebrauch, womit allgemein „alle politischen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Prozesse im Bereich der Massenmedien“¹³ verstanden werden. Für die Kommunikationswissenschaft lieferte Gerhard Maletzke eine grundlegende Definition:

„Massenkommunikation ist jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft) durch technische Verbreitungsmittel (Medien) indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmendem) an ein disperses Publikum (...) vermittelt werden.“¹⁴

Unter einem dispersen Publikum versteht Maletzke „die gemeinsame Zuwendung mehrerer, in der Regel vieler Menschen zu einem gemeinsamen Gegenstand“.¹⁵ Nach Beendigung des Kommunikationsvorgangs löse sich das disperse Publikum auf.

Kommunikator, Aussage, Medium und Rezipient sind in Maletzkes Feldschema der Massenkommunikation die Grundfaktoren, welche er nach allgemeinen psychologischen Aspekten und nach ihren gegenseitigen Feldbeziehungen untersuchte.

Massenkommunikation wird als gesamtgesellschaftliche Erscheinung verstanden, womit „die Eingebundenheit aller Prozesse von Massenkommunikation in das soziopolitische Gesamtsystem“¹⁶ gemeint ist. Die wechselseitigen Wirkungen, die von Gesellschaft, Politik, Medien und

¹³ Pürer, 1993, S. 20.

¹⁴ Maletzke, 1978, S. 32.

¹⁵ Ebenda, S. 28.

¹⁶ Pürer, 1993, S. 21.

Kultur aufeinander ausgehen sowie die politischen und wirtschaftlichen Gegebenheiten, sind für die Art der Massenkommunikation von Bedeutung.

Massenmedien stellen Massenkommunikation her. Die Kommunikation verläuft apersonal, also ohne personal vermittelte Interaktion. Als klassische Medien der Massenkommunikation gelten die Druckmedien Zeitung, Zeitschrift, Flugblatt und Flugschrift, Plakat und die elektronischen Medien wie Rundfunk, Fernsehen und Film. Im weiteren Sinne der Massenkommunikation gehören auch Buch, Schallplatte, CD, Video etc. zu diesen Medien.

Obwohl Maletzke 1963 eine noch heute vielfach grundlegende Definition des Begriffs Massenkommunikation lieferte, stellt sich die Frage, inwieweit dieser Massenkommunikationsbegriff auf die verschiedenen Formen der technisch vermittelten Gruppen- oder Individualkommunikation zu übertragen ist bzw. ob es überhaupt Sinn macht, diesen darauf anzuwenden. Denn technische Innovationen wie Digitalisierung und Datenkompression führen zu Aus- oder Umbau des Mediensystems. Die Definition dessen, was Massenkommunikation ist, und die Einordnung der Medien wird zunehmend schwieriger. Schlagwörter wie Multimedia und Interaktivität regen eine Erweiterung von Maletzkes Begriff der Massenkommunikation an, denn für ihn sind Rezipienten ein disperses Publikum und nicht isolierte Individuen. Die integrierende Funktion der Massenkommunikation steht bei ihm im Vordergrund. Medientechnische Innovationen ermöglichen es aber zunehmend, die Grenzen zwischen Individual- und Massenkommunikation aufzuheben, und erschließen Kommunikationsformen, die dazwischen liegen wie beispielsweise Teleshopping, Bildschirmtext, Video-on-demand oder Online-Dienste.¹⁷

„Die für Gerhard Maletzke konstitutiven Merkmale der zeitgleichen Rezeption eines gemeinsamen Inhaltes und das Postulat der

¹⁷ Vgl. Mast, 1997, S. 213ff. bzw. Jarren/Donges, 1997, S. 231ff.

Einbahnstraße („Alle Massenkommunikation verläuft einseitig“) werden zwar durch die Entwicklung der Medien schwächer, das Ende der Massenkommunikation läuten sie jedoch keineswegs ein.“¹⁸

Hoffmann-Riem und Vesting empfehlen, Massenkommunikation mehr von der Produktions- als der Rezeptionsseite her zu sehen, denn jede Form von Massenkommunikation setze die Existenz von Massenmedien voraus, welche nicht in erster Linie durch eine spezifische Rezeptionsweise, sondern vor allem durch sich daraus ableitende Produktionsformen, Produktionswerte und Beeinflussungsmöglichkeiten gekennzeichnet seien.¹⁹

Mast ist der Auffassung, dass die Kennzeichen des Kommunikationswandels Grenzaufhebungen bisher getrennter Bereiche sind, und kommunikationstheoretische Konzepte dadurch an Erklärungskraft verlieren würden.²⁰

Es werde prognostiziert, „daß es alsbald eine Art interaktives Medienverbundsystem mit multifunktionalen Endgeräten geben werde, das die Massenkommunikation generell in Frage stelle (...)“²¹, ein Ende der Massenkommunikation sei aber nicht zu erwarten, so Jarren und Donges. In dieser Diskussion müsse jedoch Maletzkes Definition aus anderen Blickwinkeln betrachtet werden. Im Hinblick auf die mögliche Einwirkung auf Prozesse der Meinungs- und Willensbildung seien die Produktionsseite und die mediale Struktur, d.h. die Angebotsformen, von besonderer Bedeutung. Die Unterscheidung von Individual- und Massenkommunikation könne durch die Kriterien der Möglichkeit des Rollenwechsels und des Grads an Öffentlichkeit in der spezifischen Kommunikation gegeben werden. Dadurch würden nur wenige der neuen technischen Kommunikationsformen Individualkommunikation darstellen. Phänomene wie Pay-TV, Pay-per-view

¹⁸ Mast, 1997, S. 216.

¹⁹ Vgl. Hoffmann-Riem/Vesting, 1994, S. 386.

²⁰ Vgl. Mast, 1997, S. 217.

²¹ Vgl. Jarren/Donges, 1997, S. 231.

usw. stellen Massenkommunikation dar, wenn die Definition von Maletzke in punkto Rollenwechsel und Öffentlichkeit erweitert werde.²²

²² Vgl. ebenda, S. 235ff.

3.1.1. Funktionen der Massenmedien

Der Begriff Funktion impliziert in Zusammenhang mit Massenkommunikation eine gewisse Art von Wirkungen.

„'Funktion' ist – ähnlich wie 'Wirkung' – einer jener Schlüsselbegriffe der Kommunikationsforschung, welche die Beziehungen zwischen der Gesellschaft und den Medien sowie zwischen den Medien und dem Medienpublikum kennzeichnen sollen.“²³

Funktionen der Massenmedien können als normative Aufgaben, die ihnen in der Gesellschaft zugeschrieben werden, erscheinen. Mit Leistungen sind eher beobachtbare Leistungen gemeint, welche die Medien für die Gesellschaft erbringen. Funktionen und mögliche Dysfunktionen der Massenmedien sind mit der Gesellschaftsform, dem politischen System und anderen Systemen eng verknüpft. In demokratischen Gesellschaften sind die Funktionen der Massenmedien andere, als in totalitären Systemen, und hängen auch vom Entwicklungsstand des spezifischen Landes ab.

Ronneberger verweist darauf, dass „in jeder Gesellschaft die Funktionen der Massenkommunikation schwerpunktmäßig verschieden verteilt und auch von den Medien unterschiedlich wahrgenommen werden.“²⁴ Demnach können sich auch andere Unterscheidungen und Bezeichnungen auf tun. Die Bandbreite medialer Funktionen ist so umfangreich, dass sich Systematisierungen nur schwer vornehmen lassen. Jene Funktionen, welche die Massenmedien für die Gesellschaft als Ganzes erfüllen, gelten als klassischer Bereich der Funktionen der Massenmedien. Allgemein können soziale, politische und ökonomische Funktionen unterschieden werden. Zu den sozialen Funktionen werden alle Leistungen der Massenmedien gezählt, die sie in Hinsicht auf die Gesellschaft als soziales System erbringen.

Vor allem für Printmedien ist die Informationsfunktion sehr wichtig, die weiteren Funktionen stehen damit in engem Zusammenhang. Durch

²³ Weischenberg, 1995, S. 93.

²⁴ Ronneberger, 1990, S. 159.

Vermittlung von Wissen und Erfahrungen sollen Medien zur Erweiterung des Kenntnisstandes über alle Bereiche beitragen. Medien liefern als Institutionen der ständigen Weltbeobachtung durch ihre Berichte Sekundärerfahrung und prägen dadurch das Bild der Bevölkerung im Wesentlichen mit. Die Informationsfunktion ist für die politische Meinungs- und Willensbildung wie auch für öffentliche Diskurse bedeutsam. Daher werden Qualitätskriterien wie Objektivität, Vollständigkeit und Verständlichkeit der Berichterstattung gefordert.

Durch Darstellung der gesellschaftlichen Normen und Werte sollen Medien außerdem zur Sozialisation des Individuums beisteuern. Sie sollen zum Erlernen von Verhaltensmustern und Normenbewusstsein beitragen, indem sie Kenntnisse von unterschiedlichen Verhaltensweisen vermitteln oder Berichte über Erfahrungen Anderer liefern. Laut Ronneberger lässt sich der Sozialisationsfunktion eine allgemeine soziale Orientierungsfunktion vor- oder zuordnen.²⁵ Medien sollen Kenntnisse vermitteln, die eine soziale Orientierung in einer immer komplizierter werdenden Umwelt ermöglichen, und die Versorgung mit Details, die es möglich machen, sich in dieser unübersichtlichen Welt zurecht zu finden, sicherstellen.

Minderheiten und unterrepräsentierte Gruppen sollen mit Hilfe der Medien in die Gesellschaft integriert werden, wobei die Erfüllung dieser Leistung den Medien oft aberkannt wird. Trotz zunehmender Ausdifferenzierung der Gesellschaft sollen Medien für Integration sorgen, womit auch die Integration von Randgruppen, das Aufzeigen der Vielfalt der Kulturen, Lebensformen und Ansichten gemeint ist. Der Mensch soll durch die Medien die Gesellschaft als Ganzes sehen und gesamtgesellschaftliche Themen erkennen. Dadurch soll dem Auseinanderklaffen der Gesellschaft entgegengewirkt werden. Maletzke führt in seinen Ausführungen zur Integrationsfunktion die Dysfunktionen Desintegration und Überintegration an, wobei ersteres im Sinne eines zu wenig an gesellschaftlicher Integration

²⁵ Vgl. ebenda, S. 159.

gemeint ist und letzteres als ein zu viel an Integration.²⁶ Mast vertritt die These, dass die gesellschaftliche Integrationsleistung der Medien auch durch den Umbau im Mediensystem verändert und geschwächt werde, denn bei der Rezeption von medialer Kommunikation werde die Entwicklung von der Standardisierung zur Individualisierung, von der Synchronisierung zur Asynchronisierung und von der räumlichen Integration zur Überwindung der Räume führen.²⁷

Durch die Unterhaltungsfunktion tragen Medien zu einer beruhigenden Entlastung des Rezipienten bei. Neben Kunst und Musik sollen auch unterhaltende Beiträge das Bedürfnis nach Zerstreuung und Entspannung in der Freizeit erfüllen. Die Rekreativfunktion dient der Erholung und Ablenkung vom Alltag und der Arbeit, Abenteuer oder Vergnügen werden gesucht.

Für Politik und Wirtschaft ist das Herstellen von Öffentlichkeit durch die Medien eine wichtige Funktion, denn durch Thematisierung der Erwartungen der Gesellschaft und der Entscheidungen des politischen Systems wird der Austausch von Informationen zwischen Parteien und Bürger erst möglich. Öffentlichkeit entsteht dadurch, dass Massenmedien Informationen verbreiten, d.h. öffentlich zugänglich machen.

Die politische Bildungsfunktion ist für die Meinungsbildung des Bürgers in der Demokratie eine wesentliche Aufgabe der Massenmedien. Die politische Sozialisation umfasst das Schaffen von Grundlagen wie die Kenntnis über politische Rollen oder politische Funktionen, politische Entscheidungen, befassete Beschlüsse oder auch Missstände. Politische Sozialisation und Integration sorgen nach Ronneberger für Stabilisation des Vertrauens in politisches Handeln, machen den Stellenwert politischer Entscheidungen für

²⁶ Maletzke, 1990, S. 165ff.

²⁷ Vgl. Mast, 1997, S. 213ff.

den Alltag transparent und verbessern das Bewusstsein für gesellschaftspolitische Prozesse.²⁸

Die politische Kritik- und Kontrollfunktion gilt in einer demokratischen Gesellschaft ebenfalls als signifikante Leistung der Medien, da durch sie die Möglichkeit zur Kritik an Macht- und Würdenträgern gegeben wird. Kritischen Äußerungen von Personen oder Verbänden wird Gehör verschafft, und damit ein vielstimmiger Dialog von Meinungen der Gesellschaft erzeugt. Das gesamtgesellschaftliche Umfeld und das Medienumfeld werden beobachtet, kritisiert und kontrolliert. Oftmals wird in diesem Zusammenhang von einer Institutionalisierung der Medien als vierte Gewalt im Staat gewarnt.

Je nach Spezifizierung des Mediums leistet es die Aufgaben auf eigene Weise. Überschneidungen und Vielfalt der Funktionen der Massenkommunikation verdeutlichen, dass einzelne Funktionen weder von allen Medien in gleicher Weise und Qualität erfüllt werden, noch sich einem bestimmten Medium zuteilen lassen. Jedes einzelne Medium hat einen anderen Funktionsschwerpunkt und seine spezifischen Stärken, d.h. es stehen jeweils andere Aspekte im Vordergrund. Während Funkmedien dem Anspruch der schnellen Informationsvermittlung genüge leisten, schafft die Presse eine Überschaubarkeit der Informationsflut. In Hinsicht auf die Erfüllung der politischen Funktionen hat die Presse den Vorteil der Möglichkeit einer differenzierten Hintergrundberichterstattung und einer umfassenden Kommentierung des politischen Geschehens.

Nach Ronneberger haben bei der Ausübung der politischen Funktionen auch politische Wochenzeitungen und Zeitschriften eine bedeutende Rolle. Er weist ihnen die demokratiepolitischen Aufgaben wie Herstellung von Öffentlichkeit, Kritik und Kontrolle, politische Wertediskussion und politische Sprachpflege zu. Zeitungen und Zeitschriften haben für Ronneberger die Stärke, Themen nicht erst zu behandeln, wenn gesicherte Erkenntnisse aus

²⁸ Vgl. Ronneberger, 1990, S. 158ff.

Forschung und Praxis vorliegen, sondern schon wenn sich entsprechende Entwicklungen abzuzeichnen beginnen. Weiters halten sie die politischen Akteure auf dem aktuellen Stand, und können durch die größere Distanz zum tagesaktuellen Geschehen sowie durch die Möglichkeit, sich komplexen politischen und gesellschaftlichen Themen zu widmen, diese Funktionen besser erfüllen als die Tagespresse.²⁹

Für Weischenberg machen die Funktionen der Massenmedien erst durch Verbindung zu den bestimmten Bezugssystemen Sinn, um Wechselbeziehungen oder Richtungen von den Medienleistungen verdeutlichen zu können.³⁰

²⁹ Vgl. ebenda, S. 158ff.

³⁰ Vgl. Weischenberg, 1995, S. 96.

3.1.2. Zeitungen und Zeitschriften

Die Zeitung gilt als universelles Medium der Massenkommunikation und ist nach Otto Groth charakterisiert durch folgende Merkmale:³¹

- Periodizität
- Universalität
- Aktualität
- Publizität

Laut Groth vermag die Zeitung mit kurzen und genauen Perioden ihres universellen Stoffes Herr zu werden, wogegen sich die stofflich begrenzten Zeitschriften einen recht großen Spielraum in ihrer Erscheinungszeit gestatten dürften. Die Universalität betreffend sieht Groth die Zeitung als „Mittlerin alles Wissenswerten aus den Gegenwelten aller“.³² Die Zeitung helfe, den Menschen in seine Gesamtheiten einzugliedern, und hat für Groth dadurch eine gemeinschaftsbildende bzw. sozifizierende Wirkung. Die Gegenwart sei für jeden das unmittelbar Wichtigste.

Die Zeitung hat zur Aufgabe, „Aktuelles, also Gegenwärtiges, Jetziges, Zeitgemäßes, Neues zu bieten, zu vermitteln. Aktuell ist aber nicht identisch mit neu.“³³ Die wichtigste Funktion der Zeitung sei die Integration aller Themen und Gruppen in eine umfassende und ganzheitliche Berichterstattung. Der Leser sei als Individuum, aber auch in seiner sozialen Welt, in Subkulturen des Lebens und deren speziellen Kommunikationskreisen verwurzelt.³⁴

Publizität bedeutet nach Groth die Zugänglichkeit für jedermann, d.h. dass prinzipiell niemand vom Empfang des Inhaltes ausgeschlossen ist, bzw. jeder davon Kenntnis nehmen kann.

³¹ Vgl. Groth, 1995.

³² Ebenda, S. 29.

³³ Ebenda, S. 40.

³⁴ Vgl. Starkulla, 1993, S. 130.

Starkulla zufolge verbirgt das Zeitschriftenwesen eine komplexe Struktur, verschiedenste Erscheinungsformen versuchen, den Wünschen der Konsumenten gerecht zu werden. Zeitschriften nehmen sich im Gegensatz zu verwandten Medien wie Zeitung, Rundfunk und Fernsehen „offensichtlich auch der speziellsten Themen und Stoffbereiche des sozialen Lebens in *selbständigen* periodischen Publikationen an und suchen so ganz bestimmte, *partikulare* Unterrichts-, Meinungs- und Unterhaltungsbedürfnisse in der Gesellschaft laufend zu befriedigen (...).“³⁵

Die zunehmende Differenzierung des sozialen Lebens bedingt eine Tendenz zur Spezialisierung. Die Massenmedien vollbringen in einer differenzierten Industriegesellschaft durch Publizität eine kommunikative Integration der räumlich entzweiten Menschen und Gruppen, die zum Großteil durch technische Mittel aufrechterhalten wird. „Mit Hilfe der Zeit-Schriften findet das Individuum Zugang zu den Bereichen, die seine engeren Sozialbindungen überschreiten, und dadurch vor allem ist es in die Lage versetzt, das, was sich ihm als „seine“ Gruppe und schließlich als „seine“ Gesellschaft darstellt, zu erleben und mitzugestalten.“³⁶

Zeitschriften beschränken sich demnach auf die periodische Vermittlung von spezieller bzw. partikularer Information. „Somit kann man die *Zeitschrift mit gutem Grund als Zeitung eines sachlich, räumlich, zeitlich, personell oder institutionell differenzierten Lebensbereichs, einer Sub- oder Sonderkultur im Rahmen des sozial-kulturell umfassenden Ganzen bezeichnen.*“³⁷

Für Starkulla sind Zeitschriften „*Versammlungsräume und Tagungsstätten sozialkommunikativer Begegnung*“³⁸, welche im engeren Sinne „*die Binnenkommunikation spezieller Gesinnungs-, Interessen- oder*

³⁵ Vgl. ebenda, S. 126.

³⁶ Ebenda, S. 130.

³⁷ Ebenda, S. 131.

³⁸ Ebenda, S. 132.

Geselligkeitszirkel, formaler oder informeller „Vereinigungen“, die sich die Zeitschrift als mittelbaren Kommunikationsraum zulegen³⁹, repräsentieren.

Groth legt der Trennung von Zeitung und Zeitschrift das einheitliche Prinzip der Begrenzung des Unbegrenzten zugrunde, und bestimmt die Zeitung als die Unbegrenzte und die Zeitschrift als die Begrenzte, wobei jede Begrenzung ein Unbegrenztes voraussetzt. Die Begriffsbestimmung der Zeitschrift müsse demnach vom Begriff Zeitung und ihren vier Merkmalen ausgehen, und müsse des Weiteren klären, „welche Möglichkeiten der Begrenzungen in der Unbegrenztheit der Zeitungen für die Schaffung von Zeitschriften gegeben sind.“⁴⁰ Die Zeitschrift könne nur als Begrenzung der Zeitungsmerkmale bestimmt werden.

„Die unbegrenzte Zeitung war der Ausgang, das Vorbild periodischer Vermittlung geistiger Güter, an diesem Vorbild setzten immer neue Begrenzungen an; in immer engeren Beschränkungen und immer reicheren Variationen suchte der schaffende Geist sowohl mit der Zeitung als auch mit der Zeitschrift der ungeheueren Entfaltung des gesellschaftlichen und kulturellen Lebens Genüge zu tun, spezialisierend und kombinierend, die geistigen Bedürfnisse der Menschen immer vollständiger und vollkommener zu befriedigen und von sich aus zu steigern.“⁴¹

Das Verhältnis von Zeitung und Zeitschrift bezeichnet Groth als graduell, die Merkmale seien an Zahl und Art die gleichen, und ließen sich nur in ihren Größenbeziehungen von den Zeitungsmerkmalen unterscheiden.

Bei der Zeitschrift sei die Begrenzung durch die Wirklichkeit gegeben, da sie sich ein bestimmtes soziales, räumliches oder sonst wie inhaltlich abgegrenztes Betätigungsfeld aussucht. „Bei der *Zeitschrift* gehört die *Begrenzung zu ihrem Wesen*; sie nimmt die Begrenzung freiwillig, aus ihrer „Idee“ heraus, auf sich, es handelt sich (...) bei ihr um einen „von vornherein

³⁹ Ebenda, S. 133.

⁴⁰ Groth, 1995, S. 74.

⁴¹ Ebenda, S. 74f.

bestimmten Ausschnitt“⁴². Die Zeitung definiert er nach seinen Überlegungen folgendermaßen:

„Die Zeitung ist ein Kulturwerkzeug, dazu bestimmt, einer unbegrenzten, das heißt nicht von vornherein nach Zahl und Person bestimmten Empfängerschaft (Publikum) fortlaufend das Wissen von den jeweils mit der unbegrenzt abrollenden Gegenwart in die Gegenwelten (Um- oder Mitwelten) der Empfänger fallenden, daher in erster Linie aktuellen oder doch aktualisierten Gegenständen (Tatsachen, Urteilen, Erdichtungen) aus allen Lebensgebieten, soweit erforderlich und möglich, zu vermitteln.“⁴³

In Bezug auf die Begriffsbestimmung der Zeitung definiert Groth die Zeitschrift als

„(...) Kulturwerkzeug, dazu bestimmt, einer von vornherein unbegrenzten oder lediglich sachlich (nicht persönlich und numerisch) begrenzten Empfängerschaft (Publikum) fortlaufend das Wissen von den jeweils mit der fortschreitenden Gegenwart in die Gegenwelten der Empfänger fallenden Gegenständen entweder aus allen Lebensgebieten, aber dann nur in beschränkter Aktualität, oder aus besonderen Lebensausschnitten, sei es in unbeschränkter, sei es in beschränkter Aktualität, soweit erforderlich oder möglich, auf unbegrenzte oder begrenzte Zeitdauer zu vermitteln.“⁴⁴

Für die Typologie der Zeitschriften entwickelte Groth ein Schema der Begrenzungen, wobei er die Typenreihe den inhaltlichen Merkmalen Universalität und Aktualität – dem Wesen der Zeitschrift – entnahm. Daraus ergibt sich dieses Schema:⁴⁵

1. universelle – beschränkt aktuelle Zeitschriften
2. selektive (spezialisierte) – (hoch-)aktuelle Zeitschriften
 - a) Fachzeitschriften
 - b) Einzelne allgemeinmenschlichen Interessen dienende Zeitschriften
 - c) Institutionell-kollektiv gebundene und abgegrenzte Zeitschriften
 - d) Okkasionell abgegrenzte Zeitschriften

⁴² Ebenda, S. 76f.

⁴³ Ebenda, S. 83.

⁴⁴ Ebenda, S. 84.

⁴⁵ Vgl. ebenda, S. 78f.

3. selektive (spezialisierte) – beschränkt aktuelle Zeitschriften
 - a) Fachzeitschriften
 - b) Einzelne allgemeinmenschlichen Interessen dienende Zeitschriften
 - c) Regional abgegrenzte Zeitschriften
 - d) Sozial abgegrenzte Zeitschriften
 - e) Institutionell-kollektiv gebundene und abgegrenzte Zeitschriften
 - f) Okkasionell abgegrenzte Zeitschriften

Zur Gruppe 1 gehören Magazine, Revuen, Illustrierte, Familienzeitschriften etc., wobei die Übergänge flüssig sind. Die Gruppe 2 bilden Sport- und Filmzeitschriften, vor allem aber aktuelle Fachzeitschriften aus dem Wirtschaftsbereich. Schließlich sind der Gruppe 3 Fachzeitschriften, die nur beschränkt aktuell sind, sowie Wochen- und Monatszeitschriften von allgemeinmenschlichem Interesse zuzuordnen.

Dieses formale Schema sagt über das Sachliche des Inhalts nur wenig aus, „aber es hebt die entscheidenden Züge der Zeitschriften hervor, aus denen sich für die Art und Bedeutung der Erscheinungen viel entnehmen läßt.“⁴⁶

Den Sinn des Periodikums sieht Groth aus zeitungswissenschaftlicher Sicht nicht in der Mitteilung, sondern in der vermittelten Mitteilung bzw. in der Vermittlung von Mitteilungen. Das „Werk als Träger des Gedankenaustausches“⁴⁷ finde seinen Sinn im „Transport geistiger Güter“⁴⁸. Das Vermitteln verweise weiters auf die Wechselseitigkeit der Beziehungen zwischen Produzenten, Periodikum und Konsumenten.

⁴⁶ Ebenda, S. 80.

⁴⁷ Ebenda, S. 93.

⁴⁸ Ebenda, S. 93.

3.1.3. Fachpresse und Fachjournalismus

Da auch die agrarischen Printmedien als Fachzeitschriften gelten, sollen im Folgenden die Begriffe Fachpresse und Fachjournalismus kurz erörtert und eine Definition des Fachjournalisten gegeben werden.

Im Gegensatz zu Magazinen und großen Publikumszeitschriften steht die Fachpresse nicht im Fokus der breiten Öffentlichkeit und hat im Unterschied dazu auch relativ kleine Auflagen; ihre Bedeutung wird dadurch aber nicht gemindert. Denn gerade die Fachpresse ist es, die mit ihren Zeitschriften vor allem berufliche Entscheidungen mit beeinflusst. Fachzeitschriften dienen daher vor allem der beruflichen Information und Fortbildung klar definierbarer und nach fachlichen Kennzeichen eingrenzbarer Zielgruppen sowie auch der Informationsweitergabe von einem Experten zum anderen. Für wirtschaftliche, wissenschaftliche, gewerbliche etc. Institutionen gebe es ohne die Fachzeitschriften keine entsprechende Medienform. Einige dieser Printerzeugnisse nutzen beispielsweise auch das Internet, das hauptsächlich als Marketinginstrument für das Print-Objekt gesehen wird, oder Newsletter und Messen, um eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen.⁴⁹

Nach Tiberius und Teichmann ist unter Fachjournalismus der fachlich auf ein bestimmtes Themengebiet spezialisierte Journalismus zu verstehen. Praxisorientierte Themen wie beispielsweise aus dem Berufsleben werden von Experten dieses Wissensbereiches veröffentlicht.⁵⁰

„Fachjournalisten sind Menschen, die ihr Expertenwissen neben oder im Rahmen ihres wissensintensiven Hauptberufs journalistisch verwerten.“⁵¹ Sie zeichnen sich hauptsächlich durch ihre hohe Sachkompetenz, d.h. dem speziellen Wissen in einem bestimmten Fachbereich, aus.

⁴⁹ Vgl. Burska-Erler/Paulus, 2004, S. 39ff.

⁵⁰ Vgl. Tiberius/Teichmann, 2004, S. 19.

⁵¹ Ebenda.

3.2. Der Journalist als Kommunikator

„*Kommunikatoren* im engeren Feld der Publizistik sind (...) alle Journalisten und Medienmitarbeiter bei Presse, Rundfunk (= Hörfunk und Fernsehen), Film usw., die direkt oder indirekt, offen oder verdeckt an der Entstehung, Be- und Verarbeitung, Selektion, Präsentation und Publikation journalistischer Aussagen – oder besser: der über die Medien vermittelten Inhalte, welcher Art auch immer – beteiligt sind.“⁵²

Bei Maletzke findet sich im Rahmen seiner Ausführungen und seines Feldschemas der Massenkommunikation folgende Definition:

„Kommunikator im Rahmen der Massenkommunikation ist jede Person oder Personengruppe, die an der Produktion von öffentlichen, für die Verbreitung durch ein Massenmedium bestimmten Aussagen beteiligt ist, sei es schöpferisch-gestaltend oder selektiv oder kontrollierend.“⁵³

Für Maletzke ist der Kommunikator nicht nur eine Einzelperson, sondern auch eine Gruppe, für die er weiters Determinanten einführt, welche den Zeitpunkt von Aussagen, deren Gestaltung nach Form, Inhalt und Verbreitungsumfang sowie die gewählten Mittel ausmachen bzw. beeinflussen. Dazu gehören unter anderem die Persönlichkeit des Kommunikators und sein Selbstbild, seine sozialen Beziehungen, die Einflüsse der Gruppe, der Organisation und der Öffentlichkeit.

Für den Massenkommunikationsprozess sind die Intentionen des Kommunikators und die Selektion des Stoffes entscheidende Aspekte, wobei die Intentionen mit verschiedenen Bereichen der Persönlichkeit korrelieren. Maletzke nennt hier die Dimensionen subjektiv – objektiv, manifest – latent und streuend – zielend. Im Gegensatz zur subjektiven fasse die objektive Intention Ziele, Zwecke und Effekte ins Auge. Bei der latenten Intention versuche der Kommunikator unterschiedlich zur manifesten Intention seine Absichten und Motive zu verschweigen oder zu tarnen. Wenn der Kommunikator einen bestimmten Rezipientenkreis ansprechen möchte,

⁵² Pürer, 1993, S. 32.

⁵³ Maletzke, 1978, S. 43.

dann stehe diese zielende Intention im Widerspruch mit der nicht näher charakterisierten großen Rezipientenzahl der streuenden Intention.⁵⁴

Maletzkes Kommunikatorbegriff gelte laut Bentele vorwiegend für Akteure der Massenkommunikation, andere Akteure der öffentlichen Kommunikation würden nicht als Kommunikatoren, „sondern vor allem in ihrer Rolle als *Faktoren* gesehen, die Kommunikatoren und den massenkommunikativen insgesamt Prozeß *beeinflussen*.“⁵⁵ Bentele verweist darauf, dass der Kommunikatorbegriff in späterer Folge nicht nur mehr auf journalistische Kommunikatoren reduziert wurde, sondern auch auf PR-Kommunikatoren angewandt wurde. Lange Zeit wurde die Kommunikatorforschung jedoch primär als Journalistenforschung betrieben, was die deutschsprachige Forschung beweist. Frank Böckelmann verwendet in seiner Bilanz der Kommunikatorforschung den Begriff Journalist bisweilen als Substitut für Kommunikator.⁵⁶ Bentele beklagt, dass Organisationen (Parteien, Verbände, Firmen etc.) und deren Akteure, die Kommunikationsleistungen erfüllen, zu wenig Behandlung in der Kommunikationswissenschaft finden. Ein erweiterter Kommunikatorbegriff wird gefordert.⁵⁷

⁵⁴ Vgl. ebenda, S. 90ff.

⁵⁵ Bentele, 1997, S. 170.

⁵⁶ Vgl. Böckelmann, 1993, S. 18.

⁵⁷ Vgl. Bentele, 1997, S. 169ff.

3.2.1. Journalistische Kompetenzen

An journalistische Kommunikatoren werden durch die verschiedenen Medien spezifische Anforderungen gestellt. Die Voraussetzungen und Tätigkeitsbereiche werden immer vielfältiger, weshalb Journalisten neben Allgemeinbildung auch über Kenntnisse der Möglichkeiten und Grenzen der journalistischen Arbeit verfügen sollten.

In der kommunikationswissenschaftlichen Literatur lassen sich folgende journalistische Kompetenzen unterscheiden.⁵⁸

Ein Journalist sollte für seine Arbeit über Fachkompetenz verfügen, d.h. er sollte sein Handwerk und die dafür benötigten Fertigkeiten beherrschen. Dazu zählt die Recherche, die Selektion, das Redigieren aber auch die Arbeitsorganisation. Vor allem das Fachwissen der Medien- und Berufskunde fällt in den Bereich der Fachkompetenz.

Die Sachkompetenz bezieht sich auf das Hintergrund- und Orientierungswissen, welches für die Recherche und die Vermittlung von (speziellen) Themen benötigt wird. Die Kenntnis von Quellen und Techniken spielt dabei eine wichtige Rolle.

Journalisten benötigen für ihre medienspezifischen Angebote eine Art Vermittlungskompetenz, d.h. sie sollten die Möglichkeiten und Besonderheiten ihres Mediums nutzen können. Auch das Wissen über die verschiedenen journalistischen Genres sollte der Kommunikator einsetzen können.

Schließlich sollte ein Journalist auch über technische Kompetenz wie die Handhabung eines Computers und dessen Software, Internet, Gestaltungsmöglichkeiten von Informationen etc. verfügen.

⁵⁸ Vgl. u.a. Mast, 1999, S. 38ff. bzw. Weischenberg, 1994, S. 252ff.

In Hinsicht auf den speziellen Bereich des Fachjournalismus hat die Differenzierung dieser Kompetenzen zum Ergebnis, „dass sich Fachjournalisten vor allem durch eine ausgesprochen hohe Sachkompetenz auszeichnen“⁵⁹, wie die Ergebnisse einer Befragung unter Fachjournalisten zeigten. Auch kommt der Fachjournalismus ohne die entsprechenden journalistischen Kenntnisse und Fertigkeiten sowie die Fähigkeit, komplexe Thematiken verständlich zu vermitteln, nicht aus.⁶⁰

⁵⁹ Dernbach, 2004, S. 36.

⁶⁰ Vgl. ebenda.

3.2.2. Berufs- bzw. Selbstverständnis

Das Bild, das der Kommunikator von sich selbst hat, d.h. wie er sich sieht, seine Aufgabe und soziale Rolle interpretiert, bestimmt den Prozess der Massenkommunikation bzw. der Aussagenproduktion in erheblichem Maße mit. Neben der Selbstinterpretation des einzelnen Kommunikators ist es auch entscheidend, wie der Kommunikator seine Berufsgruppe und seine Kollegen mit gemeinsamen Zielen und Interessen sieht und interpretiert.

„Es ist anzunehmen, dass hier in weitem Ausmaß die allgemeine von der Sozialpsychologie und Soziologie untersuchte soziale Dynamik vorliegt, dass beispielsweise die Produzenten einerseits untereinander in heftiger Konkurrenz um die Gunst, die Aufmerksamkeit, die Zeit und das Geld des Publikums oder auch um das Wohlwollen von Vorgesetzten, Behörden, Interessensverbänden kämpfen, sich andererseits aber in der Abwehr gegen Angriffe und Bedrohungen nach außen solidarisch fühlen, so etwa im Kampf um die Presse- und Meinungsfreiheit.“⁶¹

Das Berufs- und Selbstverständnis von Journalisten ist wie die Medienrealität selbst ziemlich vielfältig; die Auffassungen divergieren. Jedoch wird nur äußerst selten eine einzige Einstellung verfolgt, eher wechseln Journalisten die Rollen je nach Thema und Art der Berichterstattung. Selbst wenn das Berufsverständnis nicht homogen ist, gibt es dennoch bestimmte Leitbilder, zu denen Journalisten je nach persönlicher Auffassung und Arbeitsaufgabe tendieren.

Bei diesem beruflichen Selbstverständnis sind individuelle, aber auch medienspezifische Faktoren von Bedeutung. Lebenslauf, Ausbildungsweg, Berufserwartung, berufliche Sozialisation, Sachzwänge des medienspezifischen Umfeldes, redaktionelle Arbeitsbedingungen, Funktion bzw. Position eines Journalisten innerhalb des Mediums und prinzipielle Einstellungen spielen eine wichtige Rolle für die Ausprägung des journalistischen Berufsverständnisses.⁶²

⁶¹ Maletzke, 1978, S. 45.

⁶² Vgl. Pürer, 1996, S. 355ff. bzw. Mast, 1999, S. 31ff.

Die verschiedenen Berufsauffassungen sollen im Folgenden kurz erläutert werden.⁶³

Der objektive Vermittler stellt vor allem neutrale Vermittlungsaufgaben und Objektivität in den Vordergrund. Auf Wertung oder Bewertung wird verzichtet, was in der Praxis aber sehr schwer zu verwirklichen ist.

Der Kritiker und Kontrolleur hingegen nimmt in meinungsbildenden Beiträgen zu bestimmten Geschehen prüfend, kritisch und wertend Stellung. Dieses Berufsverständnis ist oft von der Vorstellung der Medien als vierte Gewalt geprägt.

Der anwaltschaftliche Journalismus ergreift auch bewusst Partei für Personen und deren legitime Sache. Journalisten verstehen sich in diesen Fällen als Anwälte, die vor allem für Interessen der unterprivilegierten Gruppen eintreten.

Investigativer Journalismus bringt verschwiegene, geheime oder vorenthaltene Informationen an die Öffentlichkeit, und sorgt durch die Aufdeckung von Skandalen immer wieder für Diskussionen.

Journalisten, die sich als Erzieher oder Pädagogen sehen, möchten vordergründig anspruchsvolle Medieninhalte durchsetzen, sowie bildend und erziehend auf das Publikum einwirken.

Beim Verständnis von Journalisten, die sich als Berater oder Ratgeber sehen, geht es primär darum, Ratschläge bei Problemen sowie Lebenshilfe für den Alltag zu bieten, was ein hohes Maß an Sachwissen und Distanz fordert.

⁶³ Vgl. u.a. Haller, 2004a, S. 81ff., Pürer, 1996, S. 355ff.

3.2.3. Berufsnormen und Qualitätsansprüche

Als Basis der Vermittlungsstrategie ist das jeweilige Berufs- bzw. Selbstverständnis entscheidend für die Qualität der Berichterstattung. Wenn der Journalist als Produzent von Medienrealität betrachtet wird, erlangen auch die Selektions- und Definitionskriterien eine große Bedeutung. Von Journalisten aus allen Bereichen wird Objektivität gefordert. Dieser Objektivitätsanspruch beinhaltet auch die Forderungen nach Vielfalt und Ausgewogenheit in der Berichterstattung, und ist daher mit demokratiepolitischen Rechten der Meinungs- und Informationsfreiheit verbunden.

Ethisches Handeln im Journalismus ist

„(...) bekanntlich ein sittlich begründetes Handeln, das allgemein anerkannte, moralisch begründete Grenzen achtet; das gesellschaftliche Tabus zur Kenntnis nimmt und nicht mutwillig bricht; und das sich nicht zuletzt an presse- bzw. medienrechtlichen Bestimmungen sowie journalistischen (Ehren-)Kodizes orientiert. So gesehen erscheint journalistische Arbeit primär als persönliches Handeln des einzelnen Journalisten.“⁶⁴

Die Persönlichkeit des Kommunikators, seine Interessen und Fähigkeiten, Meinungen, Werte und Intentionen sowie seine Erlebniswelt und sein Selbstbild bestimmen nach Maletzke den Akt der Selektion, der sich weit in den Gestaltungsprozess hineinzieht, mit. Aber auch andere Faktoren wie das Bild des Journalisten vom Rezipienten oder die Bedingungen und Voraussetzungen des Mediums würden die Selektion beeinflussen und begrenzen. Der Kommunikator stehe unter einem „Zwang des Mediums“⁶⁵, denn durch Wesenseigenarten seien die spezifischen Möglichkeiten und Grenzen gegeben, die der Journalist berücksichtigen müsse.

⁶⁴ Pürer, 1996, S. 369.

⁶⁵ Maletzke, 1978, S. 98.

Vor allem im Nachrichtenjournalismus gilt der Grundsatz der Trennung von Nachricht und Meinung als wichtige Berufsnorm, wobei diese Trennungsnorm die Vorstellung eines professionellen Konsenses vermittelt, der nach Erbring nicht der Manipulation unterliegen darf.

„Es ist sicherlich unbestreitbar und unvermeidlich, daß die jeweilige Nachrichtenperspektive in ihren Konsequenzen keineswegs neutral ist, d.h. daß die Vermittlung eines Ereignisses durch Massenmedien – ob elektronisch oder Print – immer zugleich eine Filterung bedingt.“⁶⁶

Erbring sieht professionelle Standards als den einzigen „Schutz des Journalisten vor der eigenen Subjektivität und des Publikums vor fremdgesteuerter Manipulation“⁶⁷. Die Frage, ob das Ausklammern der eigenen Subjektivität von Journalisten als Norm akzeptiert oder abgelehnt wird, sei von entscheidender Bedeutung. Weiters unterscheidet Erbring Manipulation als gewollte Fehlleistung und Manipulation als bewusste Strategie.

Nach der Auffassung Schönhagens verfügt der deutschsprachige Journalismus über eine eigenständige Tradition der Berufsnorm der Unparteilichkeit, die vom wissenschaftlichen und praktischen Fachdiskurs kaum zur Kenntnis genommen werde. Die Unparteilichkeit würde allenfalls am Rande der Objektivitätsmaxime betrachtet. Schönhagen meint, Berufsnormen wie Objektivität und Unparteilichkeit seien an eine Funktionsbestimmung des Journalismus gebunden. Entscheidend für die Relevanz dieser Normen sei weiters, welche soziale Funktion der Journalismus erfüllen solle.⁶⁸

In der wissenschaftlichen Diskussion um die Unparteilichkeitsmaxime ist das zentrale Prinzip die allseitige Vermittlung. Neben der Trennung von Nachricht und Meinung gelten auch Quellentransparenz, Glaubwürdigkeit und getreue Vermittlung als Qualitätskriterien im Journalismus.

⁶⁶ Erbring, 1989, S. 305.

⁶⁷ Ebenda, S. 303.

⁶⁸ Vgl. Schönhagen, 1998, S. 234ff.

Bei der Suche nach Kriterien zur qualitativen Bewertung journalistischer Produkte kommt Wallisch dagegen zu dem Erkenntnis,

„daß es keinen festgelegten Maßstab geben kann. Zu differenziert sind die Anforderungen der verschiedenen Konzepte des Genres, um die Qualität eines Artikels (...) normativ auf einer einzigen Skala zu bestimmen. Die journalistische Qualität schlechthin kann es nicht geben.“⁶⁹

Schon im journalistischen Entstehungsprozess sei diese Differenzierung sichtbar, denn jedes von einem Journalisten aufgegriffene und behandelte Thema bedürfe eines auf die Thematik abgestimmten Zugangs.

⁶⁹ Wallisch, 1995, S. 233.

3.2.4. Recherche

„Eine qualifizierte Recherche bildet (...) die unverzichtbare Basis für eine qualitativ hochwertige Berichterstattung.“⁷⁰ Einerseits erschwert laut Mast die zunehmende Arbeitsverdichtung des Journalismus die Recherche, andererseits rüsten PR-Stellen immer mehr auf. Während die Zahl der fest angestellten Journalisten eher sinke, weise das Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit hohe Wachstumsraten auf. Auch die Bedingungen für eine profunde Recherchearbeit würden schwieriger.⁷¹

Journalistische Recherche solle Zusammenhänge und Hintergründe aufdecken, die bei oberflächlicher Betrachtung im Verborgenen blieben. Für Journalisten solle sie vor allem ein erlernbares Handwerk sein, welches die Grundvoraussetzungen des journalistischen Rüstzeuges und ein großes Maß an publizistischer Verantwortung mit sich bringen solle.⁷²

Pürer versteht unter Recherche „die Beschaffung und (Ab-)Sicherung von Basisinformationen über ein zur Veröffentlichung in der Zeitung (oder in einem anderen Medium) vorgesehenes Thema.“⁷³

Kindel definiert die Recherche als die „Methode, nichts als selbstverständlich hinzunehmen, sondern über zu berichtende Sachverhalte möglichst viele Informationen einzuholen.“⁷⁴

„Das Recherchieren ist im engeren Sinne ein Verfahren zur Beschaffung und Beurteilung von Aussagen über reales Geschehen, die ohne dieses Verfahren nicht preisgegeben, also nicht publik würden. Im weiteren Sinne ist es ein Verfahren zur Rekonstruktion erfahrbarer, d.h. sinnlich wahrgenommener Wirklichkeit mit den Mitteln der Sprache.“⁷⁵

⁷⁰ Mast, 2004, S. 203.

⁷¹ Vgl. Mast, 2004, S. 203.

⁷² Vgl. Mast, 2004, S. 204f.

⁷³ Pürer, 1996, S. 12.

⁷⁴ Kindel, 2004, S. 113.

⁷⁵ Haller, 2004b, S. 246.

Beim Recherchieren müssen jedoch die durch Verfassung, Gesetze und publizistischen Anstand gezogenen Grenzen gewahrt werden. Vor allem der Schutz der Menschenwürde und der Persönlichkeit sind zu respektieren.⁷⁶

Der Inhalt der Berichterstattung muss also von Journalisten in medienrechtlicher und publizistischer Hinsicht verantwortet werden. Die Hauptmerkmale der publizistischen Verantwortung sind nach Mast die Relevanz des Themas, die Gültigkeit der Informationen und die Verstehbarkeit der Zusammenhänge und der Bedeutung.⁷⁷

Die Recherche diene nach Kindel nicht nur dem Zweck, Informationen einzuholen, sondern auch bereits vorliegende Informationen auf ihre Richtigkeit hin zu überprüfen und gegebenenfalls zu erweitern. Gesicherte Fakten und zuverlässige Quellen seien Voraussetzung, weshalb Quellen wenn notwendig geprüft werden sollten.⁷⁸

Die Informationsquellen sind u.a.: Presseämter und Pressestellen, Nachrichtenagenturen, (Presse-)Archive, Datenbanken, Internet, Suchmaschinen, Nachschlagewerke, Behörden und Institutionen, staatliche Organisationen, Unternehmen, Verbände, nichtstaatliche Organisationen, Experten, Universitäten, Forschungseinrichtungen, Informanten, Kontakte etc.⁷⁹

⁷⁶ Vgl. Haller, 2000, S. 150.

⁷⁷ Vgl. Mast, 2004, S. 205.

⁷⁸ Vgl. Kindel, 2004, S. 113ff.

⁷⁹ Vgl. u.a. Mast, 2004, S. 206ff., Kindel, 2004, S. 117ff.

3.3. Journalistische Strukturen

3.3.1. Redaktion

Nach Meier geben die thematischen und zeitlichen Erwartungen der Rezipienten die Organisation, Struktur und Arbeitsweise einer Redaktion vor. Die Struktur einer Redaktion richte sich daher im Idealfall nach der publizistischen Strategie, d.h. den journalistischen Konzepten und Zielen.⁸⁰

Auch die institutionellen, ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Mediums spielen dabei eine entscheidende Rolle. Wenn sich jedoch Wünsche und Interessen des Publikums ändern und sich die gesellschaftliche Anforderung bezüglich der themenspezifischen Herangehensweise wandelt, und dadurch die Inhalte eines Mediums modernisiert werden sollen, müsse laut Meier vor allem die Redaktion umgeformt werden.⁸¹

Die Spezialisierung der Redaktionen erfolge entweder nach Themengebieten bzw. Ressorts oder nach der Tätigkeit bzw. Funktion der Journalisten. Die Erscheinungsweise und die Redaktionstechnik eines Mediums beeinflussen nach Meier die zeitlichen Strukturen, Arbeitsweisen und Abläufe einer Redaktion.⁸²

Für die Koordination und den Informationsfluss innerhalb der Redaktion sei das Informationsmanagement ein äußerst wichtiger Faktor, wobei Redaktionskonferenzen aber auch das Intranet eine tragende Rolle spielen.⁸³

⁸⁰ Vgl. Meier, 2004, S. 95ff.

⁸¹ Vgl. ebenda.

⁸² Vgl. ebenda.

⁸³ Vgl. ebenda.

3.3.2. Journalistenverbände

Branchen- und Berufsverbände vertreten primär die Interessen ihrer Mitglieder und gelten als Bezugspunkte bzw. Ansprechpartner für Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit. Für Huber sind sie ein unverzichtbares Element unserer Gesellschaftsordnung, da das einzelne Individuum in der wirtschaftlichen und sozialen Ordnung des modernen Massenstaates nicht mehr agieren könne. Solche Verbände haben daher im Interesse der Bürger bzw. der jeweiligen Berufsgruppe eine erforderliche Funktion zu erfüllen. Weischenberg assoziiert die Verbindung in Berufsverbänden mit der zunehmenden Professionalisierung.⁸⁴

Auch Gewerkschaften vertreten die Interessen ihrer Mitglieder, bekanntermaßen die der Arbeitnehmer. In Österreich ist die Gewerkschaft Teil der Sozialpartnerschaft, zu welcher auch die Landwirtschaftskammern zählen. Sie hält eine funktionelle und organisatorische Verbindung zur Politik und zu Staatsorganen.⁸⁵

Die Geschichte der Organisation von journalistischen Interessen reicht weit in die Vergangenheit, der Presseclub Concordia beispielsweise wurde bereits 1859 gegründet. Nach dem Zweiten Weltkrieg organisierten sich Journalisten gewerkschaftlich, 1946 die Zeitungsherausgeber und –verleger im Verband Österreichischer Zeitungen VÖZ sowie der Österreichische Zeitschriften-Verband ÖZV.⁸⁶

⁸⁴ Vgl. Huber, 1998, S. 241, Weischenberg, 1995, S. 507ff.

⁸⁵ Vgl. Huber, 1998, S. 242.

⁸⁶ Vgl. Huber, 1998, S. 242.

3.3.3. Journalistenpreise

Auszeichnungen und Preise sind Teil der Menschheitsgeschichte, Beispiele dafür gibt es in Sport, Technik, Kunst und Literatur, Wissenschaft, Politik und in vielen anderen Sparten.

„In unserem heutigen Gesellschaftssystem, in dem der Leistung und dem Wettbewerb ein besonders hoher Stellenwert zukommt, tragen Preise und Auszeichnungen dazu bei, sich von anderen unterscheiden und eine höhere soziale Position einnehmen zu können. Ein Preis bzw. eine Auszeichnung kann als positive Sanktion für eine besondere Leistung definiert werden, wobei es dem menschlichen Streben entspricht, belobigt und belohnt zu werden.“⁸⁷

Prinzipiell lassen sich Journalistenpreise in zwei Kategorien einteilen: in unabhängige Journalistenpreise und interessengebundene Preise. Unabhängige Preise prämiieren Arbeiten in Bezug auf das öffentliche Interesse, interessengebundene Preise dagegen werden primär durch Interessenverbände oder PR-Abteilungen der privaten Firmen oder öffentlichen Institutionen vergeben.⁸⁸

„Die interessengebundenen Preise sind 'affirmativ' in dem Sinne, daß sie solche Journalisten honorieren, deren Arbeit nach Meinung der (auch interessengebunden besetzten) Jurys die Angelegenheiten bestimmter Unternehmenszweige oder Interessensgruppen verständlich und positiv in der Öffentlichkeit verbreiten.“⁸⁹

Im Hinblick auf die journalistische Qualität müsse laut Wallisch zwischen diesen beiden Kategorien unterschieden werden, da nur unabhängige Preise Kriterien für objektive Qualität aufweisen könnten. Vor allem österreichische Journalistenpreise seien kaum zu eruieren, denn das Material bliebe meist weitgehend unveröffentlicht, und nur selten seien schlüssige Hinweise auf das prämierte Publikationsmaterial zu finden. Auch das Verhältnis zwischen unabhängigen und interessengebundenen Preisen sei in Österreich sehr unausgewogen.⁹⁰

⁸⁷ Huber, 1998, S. 263.

⁸⁸ Vgl. Huber, 1998, S. 263ff., Wallisch, 1995, S. 181ff.

⁸⁹ Rust, 1986, S. 123.

⁹⁰ Vgl. Wallisch, 1995, S. 183ff., Huber, 1998, S. 264.

3.4. Öffentlichkeit und öffentliche Meinung

Die Entwicklung von Öffentlichkeit ist eng mit der bürgerlichen Emanzipation verwoben. Als repräsentative Öffentlichkeit der Machtdarstellung von Königen, Militär oder öffentlichen Hinrichtungen war sie bis zum 18. Jahrhundert eingeschränkt. Durch die Aufklärung und der damit verbundenen Abkehrung von der Geheimhaltung entstand die Öffentlichkeit als Forum für den Diskurs und die Entscheidungsfindung des gesamtgesellschaftlichen Handelns. Die Forderungen der bürgerlichen Revolution – Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit – wurden als Rechte in Verfassungen verankert. Gleichzeitig entwickelten sich aber neue, auf politisch motivierten oder privatwirtschaftlichen Interessen fußende Postulate, welche die erhobenen Ansprüche der bürgerlichen Revolution erheblich durchkreuzten.⁹¹

Moderne Gesellschaften werden als funktional differenzierte Gesellschaften angesehen. Die verschiedenen Teilsysteme der Gesellschaft sind auf unterschiedliche Bezugsprobleme der Gesellschaft spezialisiert, und sind „autonom in dem Sinne, daß sich die Handlungen im System in erster Linie an den systemeigenen Kriterien orientieren und nicht an der Rationalität anderer Systeme.“⁹² Der Öffentlichkeit wurde die Funktion zugeschrieben, dass sie zwischen Gesellschaft und Politik vermitteln und in beide Richtungen Orientierung und Kontrolle leisten sollte. Weiters sollte sie verschiedenen Meinungen und Interessen eine Möglichkeit der Darstellung und Erklärung bieten.

Gerhards und Neidhardt gehen davon aus, dass Öffentlichkeit ein intermediäres, zwischen Politik und anderen Teilsystemen vermittelndes, System verkörpert. Sie verstehen Öffentlichkeit als Wissen erzeugendes Kommunikationssystem, da sich öffentliche Meinungen und Einstellungen zu bestimmten Themen entwickeln. Öffentliche Meinung ist in diesem Sinne

⁹¹ Vgl. Baum, 1994, S. 84ff.

⁹² Gerhards/Neidhardt, 1993, S. 55.

„eine Meinung, die in öffentlichen Kommunikationen mit breiter Zustimmung rechnen kann, eine Meinung, die sich in den Arenen öffentlicher Meinungsbildung durchgesetzt hat und insofern „herrschende“ Meinung darstellt.“⁹³

Öffentlichkeit vollziehe drei Prozesse: Informationssammlung, deren Verarbeitung und deren Anwendung. Für die Bildung von öffentlicher Meinung stelle die Informationssammlung nach Gerhards und Neidhardt zunächst einmal einen Rohstoff dar, der zusätzliche Bearbeitung benötige. Es sei aber für die Informationssammlung bedeutsam, inwieweit die Öffentlichkeit offen für ihre relevanten Umwelten sei, bzw. deren Thematiken und Aktivitäten wahrnehme.

Öffentlichkeit und öffentliche Meinung bieten die Möglichkeit, Entscheidungen der Politik zu beeinflussen, die Gesellschaft zu verändern, und eigene Interessen geltend zu machen.

„Gesellschaftliche Akteure wissen um diese Chance, haben als kollektive Akteure (Parteien, Interessengruppen, soziale Bewegungen) häufig selbst Spezialisten und Öffentlichkeitsabteilungen ausgebildet, die mit der Öffentlichkeit „arbeiten“, auf den verschiedenen Ebenen des Öffentlichkeitssystems aktiv sind, Veranstaltungen durchführen, Proteste organisieren, selbst über Massenmedien verfügen oder versuchen, ihre „Produkte“ in die Massenmedien zu lancieren.“⁹⁴

Die öffentliche Meinung ist in Wirklichkeit eine Vielzahl verschiedener Einzel- und Gruppenmeinungen, welche unter anderem für die Öffentlichkeitsarbeit von besonderem Interesse sind. Die veröffentlichte Meinung kann zwar auf die öffentliche Meinung entscheidenden Einfluss haben, ist ihr jedoch durchaus nicht gleichzustellen.⁹⁵

Klier verweist auf die wechselseitige Abhängigkeit von Öffentlichkeit und Demokratie, da die Verwirklichung des demokratischen Prinzips an die Verwirklichung des Prinzips Öffentlichkeit gebunden sei. Das

⁹³ Gerhards/Neidhardt, 1993, S. 58.

⁹⁴ Ebenda, S. 75.

⁹⁵ Vgl. Bogner, 1990, S. 106ff.

Demokratieprinzip verwirkliche sich durch die öffentliche Kommunikation. Nach Klier hat die Öffentlichkeit folgende Hauptfunktionen zu erfüllen:⁹⁶

- Information und Aufklärung der Bürger über politische Prozesse
- Kontrolle und Überwachung der Politik
- Förderung und Beeinflussung der Politik durch Meinungsbildung

Normative Vorstellungen der Gesellschaft von Aufbau und Funktionsweise der Öffentlichkeit liegen diesen Aufgaben zugrunde. In den Demokratie-Vorstellungen Kliers wird Öffentlichkeit als Art modernes Forum bzw. Marktplatz der Informationen und Meinungen verstanden. Wichtigstes Mittel der Kommunikation in der Öffentlichkeit seien die Massenmedien, da politische Öffentlichkeit nur durch Massenmedien hergestellt werden könne.⁹⁷

Die Notwendigkeit der Legitimation von politischen Entscheidungen und die Mediatisierung von gesellschaftlichen Bereichen lässt öffentliches Vertrauen immer wichtiger werden, wobei den Medien einerseits als Vertrauensvermittler bezüglich anderer Institutionen und Personen sowie andererseits als Institutionen selbst mehr oder weniger Vertrauen entgegengebracht wird.⁹⁸

⁹⁶ Vgl. Klier, 1990, S. 24f.

⁹⁷ Ebenda, S. 25ff.

⁹⁸ Vgl. Bentele, 1994, S. 131ff.

3.5. Systemtheoretischer Ansatz

Im Allgemeinen wird ein System als eine Menge von Elementen gesehen, zwischen denen Wechselbeziehungen bestehen und die ein Ganzes darstellen. Das System ist durch Strukturen, d.h. durch sein Ordnungsgefüge bzw. die Beschaffenheit des Ganzen und seiner Teile, sowie Funktionen, den erwünschten und beabsichtigten Leistungen, die das System erbringt, gekennzeichnet. Zu den Leistungen sozialer Systeme zählen Reduktion von Umweltkomplexität und Umweltvariabilität.⁹⁹

Die Kritikpunkte an den systemtheoretischen Ansätzen sind sehr vielfältig, unter anderem wird die verwirrende Begriffsvielfalt kritisiert. Oftmals heißt es auch, die Begriffe würden nach der Brauchbarkeit für den jeweiligen Ansatz verwendet, modifiziert und demnach unterschiedlich definiert.

Für Kunczik sind allgemeine Theorien wirklichkeitsfremd, die funktional-strukturelle Analyse von Massenkommunikation habe den Kontakt zur gesellschaftlichen Realität vollkommen verloren. Es gebe keine konkreten Institutionen oder Menschen, auf die die Analyse anwendbar sei.¹⁰⁰

Maletzke führt als wichtigste Kritik gegen die Systemtheorie an, dass man ihr formales, abstraktes Konzept auf beinahe jedes denkbare Phänomen anwenden könne. Er sieht es weiters als bedenklich, wenn die Person oder das Individuum ganz aus der Systemlehre verschwinde.¹⁰¹

Saxer ist dagegen der Auffassung, dass sich eben diese abstrakten Konstrukte der Systemtheorie für die interdisziplinäre Anwendung eignen. Allerdings sei diese Sichtweise durch das Einschließen möglichst vieler Faktoren auch nur schwer falsifizierbar. „Ihre Stärke liegt ja aber auch

⁹⁹ Vgl. Pürer, 1993, S. 153ff.

¹⁰⁰ Kunczik, 1984, S. 235.

¹⁰¹ Vgl. Maletzke, 1988, S. 47.

anderswo, nämlich bei der Organisation von möglichst vielen Phänomenen unter einem jeweils relativ einheitlichen Bezugsrahmen und ihrem heuristischen Potential.¹⁰²

Luhmann, der maßgeblich an der Entwicklung der Theorie sozialer Systeme beteiligt war, sieht die Abstraktion als erkenntnistheoretische Wichtigkeit. Der Begriff Systemtheorie ist für ihn ein Sammelbegriff für sehr viele Bedeutungen und verschiedene Analyseebenen. Die Systemtheorie ist eine Supertheorie, d.h. sie erhebt universalistische Ansprüche.¹⁰³

Einen weiteren Nutzen der Systemtheorie sieht Blöbaum im Versuch das Problem der Mikro- und Makroebene zu lösen, dadurch dass „Phänomene auf der Ebene der Personen (Akteure, Rollen) und Organisationen (kollektive Akteure) mit der Ebene der Gesellschaft verbunden werden.“¹⁰⁴

Nach der allgemeinen sozialwissenschaftlichen Systemlehre von Luhmann ist ein System folgendermaßen zu definieren:

„Von System im allgemeinen kann man sprechen, wenn man Merkmale vor Augen hat, deren Entfallen den Charakter eines Gegenstandes als System in Frage stellen würde. Zuweilen wird auch die Einheit der Gesamtheit solcher Merkmale als System bezeichnet.“¹⁰⁵

Faulstich benennt ein System „Elemente oder Objekte, die durch bestimmte Merkmale und Attribute in Beziehung zueinander, in Interaktion miteinander und damit in einen Sinnzusammenhang gebracht werden.“¹⁰⁶

Ein solches Element oder Objekt des Systems Massenkommunikation bildet auch das Subsystem Agrarjournalismus.

¹⁰² Saxer, 1995, S. 95.

¹⁰³ Vgl. Luhmann, 1993, S. 7ff.

¹⁰⁴ Blöbaum, 1994, S. 79.

¹⁰⁵ Luhmann, 1993, S. 15.

¹⁰⁶ Faulstich, 1991, S. 153.

Die Verwendung des Begriffs System ist eine Überlieferung aus der Antike, und bedeutet soviel wie Ganzheiten, die aus Teilen bestehen. Das Ganze ist eine Einheit und zugleich Gesamtheit der Teile. In der Systemtheorie wurde die Differenz von Ganzem und Teil durch die Differenz von System und Umwelt ersetzt. Diese Systemdifferenzierung impliziert „die Wiederholung der Differenz von System und Umwelt innerhalb von Systemen.“¹⁰⁷ Demnach besteht ein differenziertes System aus mehreren System- und Umweltdifferenzen, die an Schnittpunkten das Gesamtsystem als Einheit von Teilsystem(en) und Umwelt wiederherstellen. Das Gesamtsystem benutzt sich dabei selbst als Umwelt für die Bildung eigener Teilsysteme.

In der Systemtheorie Luhmanns ist der Sinn der Grundbegriff, denn Sinnbildung ermögliche erst Komplexitätsreduktion. Der Sinnbegriff wird auf den Funktionsbegriff bezogen, wobei Systeme als Sinn stiftend gesehen werden. Kommunikation heißt in diesem Zusammenhang nicht Informationsvermittlung sondern Selektion, und setzt Sinn voraus. Soziale Systeme werden als sich durch Stabilisierung einer Innen/Außen-Differenz in komplexer und veränderlicher Umwelt erhaltende Identitäten verstanden, die als Ergebnis funktionaler Differenzierung der Gesellschaft das Ziel der Sinnabgrenzung verfolgen. Steigende Systemkomplexität ergibt nach Luhmann einen erhöhten Bedarf an Selektionsleistungen. Zur Leistungssteigerung und Anpassung an die Umwelt muss ein soziales System im Kontext Luhmanns seine Eigenkomplexität durch funktionale Spezifizierung bzw. Ausdifferenzierung von Subsystemen und Integration der Subsysteme durch Entwicklung adäquater Steuerungssysteme steigern.¹⁰⁸ Autopoietische Systeme operieren nach Luhmann selbstbezüglich und stellen ihre Komponenten selbstorganisierend her; eine Ausdifferenzierung von Systemen kann nur durch Selbstreferenz entstehen.

„Systeme müssen, um dies zu ermöglichen, eine Beschreibung ihres Selbst erzeugen und benutzen, sie müssen mindestens die Differenz

¹⁰⁷ Luhmann, 1993, S. 22.

¹⁰⁸ Vgl. Kunczik, 1984, S. 82ff.

von System und Umwelt systemintern als Orientierung und als Prinzip der Erzeugung von Informationen verwenden können.“¹⁰⁹

Unter Ausdifferenzierung versteht Luhmann die Emergenz eines besonderen Teilsystems der Gesellschaft, das die folgenden Merkmale besitzt: Systembildung, autopoietische Selbstreproduktion, Selbstreproduktion, Selbstorganisation, Strukturdeterminiertheit und Selbstrealisierung der operativen Schließung.¹¹⁰

In funktional differenzierten Gesellschaften können daher zahlreiche Funktionssysteme unterschieden werden. Beispiele sind unter anderem:¹¹¹

- das System Politik
Funktion: Herbeiführung von kollektiv verbindlichen Entscheidungen
- das System Wirtschaft
Funktion: Besorgung und Vorsorge für Güter und Dienstleistungen, sowie Regulation der Verteilung derselben
- das System Wissenschaft
Funktion: Hervorbringen von Wissen als Produktion von Wahrheit
- das System Recht
Funktion: Regulierung von Streit auf der Grundlage festgelegter Normen
- das System Journalismus
Funktion: Her- und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation

Das Informationssystem der Massenkommunikation hat auch die Funktion der Reduktion von (Umwelt)Komplexität und leistet einen Beitrag zum gesellschaftlichen Konsens. Informationen werden gesammelt, weitergeleitet sowie andere Systeme damit versorgt.

¹⁰⁹ Luhmann, 1993, S. 25.

¹¹⁰ Vgl. Luhmann, 1996, S. 49.

¹¹¹ Vgl. Blöbaum, 1994, S. 80.

3.5.1. Journalismus als System

„Journalismus bildet sich als eigenständiges System in der sich funktional ausdifferenzierten Gesellschaft des 18. und 19. Jahrhunderts. In dem Netzwerk sozialer Systeme wird Journalismus zu einem eigenen Sinnbereich.“¹¹² Im Verlauf der gesellschaftlichen Differenzierung entwickelte sich aus einer stratifizierten eine funktional differenzierte Gesellschaft. Die Entstehung des Systems Journalismus wird bei Blöbaum in Anlehnung an die Differenzierungstheorie in drei Segmenten verfolgt: journalistische Organisationen, journalistische Programme und journalistische Rollen.¹¹³

„Journalismus als System zu beschreiben heißt, die spezifische Funktion des Journalismus in der Gesellschaft zu identifizieren sowie jene Leistungen zu benennen, die Journalismus für andere Teilsysteme erbringt, die dadurch in ihren Vollzügen entlastet werden.“¹¹⁴

Eine Funktion des Journalismus für die anderen Systeme ist die Informationsversorgung und die damit verbundene Reduktion von Komplexität. Das Massenkommunikationssystem schafft die Möglichkeit, Einzel- und Gruppeninteressen einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren. Für den Erfolg von spezifischen Gruppeninteressen ist für Kepplinger die massenmediale Berichterstattung eine wichtige und „funktionale Voraussetzung“.¹¹⁵

Das Beziehungsgeflecht der publizistischen Massenkommunikation bildet das System Journalismus, wobei die Struktur dieses Systems durch die gesamten Medien eines politischen Systems geschaffen wird, welche für die Gesellschaft oben genannte Funktionen erfüllen. Die strukturelle Plattform für Kommunikation wird vom jeweiligen Gesellschaftssystem bereitgestellt.

¹¹² Ebenda, S. 127.

¹¹³ Vgl. ebenda.

¹¹⁴ Ebenda, S. 256.

¹¹⁵ Kepplinger, 1986, S. 176.

Luhmanns Theorie beschäftigt sich mit dem Begriff Massenmedien, die als „Verbreitungsmedien“ gesehen werden. Damit werden alle Einrichtungen der Gesellschaft definiert, „die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen.“¹¹⁶ Das System Massenmedien operiert im Sinne Luhmanns mit dem Leitcode Information/Nichtinformation, wie auch das von Blöbaum entworfene System Journalismus. Für Luhmann liegt die wichtigste Besonderheit des Codes Information/Nichtinformation in dessen Verhältnis zur Zeit.

„Informationen lassen sich nicht wiederholen; sie werden, sobald sie Ereignis werden, zur Nichtinformation. Eine Nachricht, die ein zweites Mal gebracht wird, behält zwar ihren Sinn, verliert aber ihren Informationswert. Wenn Information als Codewert benutzt wird, heißt dies also, daß die Operationen des Systems ständig und zwangsläufig Information in Nichtinformation verwandeln.“¹¹⁷

Das System Massenmedien führe den eigenen Output – die Bekanntheit von Sachverhalten – als Nichtinformation ständig neu ein, und Sorge dadurch selbst immer wieder für neue Information. Massenmedien bewirken daher unmittelbaren Bedarf an neuer Information. Ein besonderer Code ist für Luhmann Voraussetzung für die Ausdifferenzierung eines besonderen gesellschaftlichen Funktionssystems.¹¹⁸

¹¹⁶ Luhmann, 1996, S. 10.

¹¹⁷ Ebenda, S. 41.

¹¹⁸ Vgl. ebenda, S. 42ff.

3.5.2. Das Subsystem Agrarjournalismus

Das Subsystem Agrarjournalismus ist ein Element oder Objekt des Systems Massenkommunikation. Ohne dieses Subsystem würde es den Herausgebern der agrarischen Zeitschriften an der Möglichkeit der Darstellung der eigenen Thematik mangeln. Wie das Subsystem Agrarjournalismus ist auch das Massenkommunikationssystem Teil des gesamtgesellschaftlichen Kommunikationsprozesses, und beide tragen durch ihre Kommunikationsfunktion das Systemganze.

Agrarjournalisten versorgen das System Massenkommunikation, das System Gesellschaft und das System Politik mit Informationen über das spezifische gesellschaftliche Sonderinteresse. Die Informationen sind den journalistischen Kriterien der Meinungsvielfalt und Objektivität sowie der demokratischen Konkurrenz der verschiedenen gesellschaftlichen Gesinnungen, wie sie auch die Medien in ihrer Vielfalt darstellen, unterworfen.

Für die öffentliche Kommunikation ist der Agrarjournalismus ein äußerst wichtiges Mittel, denn durch seine Leistungen trägt er unter anderem zur Erhaltung und Stabilisierung der demokratisch pluralistischen Gesellschaftsordnung bei.

4. Landwirtschaft und Agrarpolitik

4.1. Entwicklungstrends, Funktionen und Zielsetzungen

In den letzten Jahrzehnten hat sich der gesellschaftspolitische Stellenwert der Landwirtschaft von Grund auf verändert. Zum früheren Streben nach Produktionssteigerung kam nach dem Zweiten Weltkrieg ein großer Technisierungs- und Mechanisierungsschub, wodurch die Arbeitsproduktivität gesteigert wurde und sich das traditionelle Bild der Landwirtschaft grundlegend wandelte. Durch den Rückgang der landwirtschaftlich Erwerbstätigen und damit der Zahl der bäuerlichen Familien hat der soziale und gesellschaftliche Stellenwert des Agrarsektors einen klaren Wandel vollzogen.

Neben der Stagnation des wirtschaftlichen Stellenwerts ist die Verflechtung des Agrarsektors mit vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen aufgrund der Auslagerung traditioneller Arbeitsbereiche enorm gestiegen. Seit den 70er Jahren treten zudem in zentralen Produktionsbereichen strukturelle Angebotsüberschüsse auf. Erzeugerpreise und das Sektoreinkommen geraten dadurch langfristig unter Druck, Abwanderung oder Zu- und Nebenerwerb sind die Folge.¹¹⁹

Nach Hofreither erfüllt die österreichische Land- und Forstwirtschaft heute zumindest drei Funktionen:¹²⁰

- Erzeugung von Nahrungsmitteln und Rohstoffen (Erzeugungsfunktion)
- Aufrechterhaltung der Besiedelungsdichte ländlicher Orte und der ländlichen Infrastruktur (Infrastrukturfunktion)
- Beitrag zur Risikominderung im Hinblick auf Naturkatastrophen durch Bewirtschaftung von Almen und Gebirgswäldern sowie Beeinflussung

¹¹⁹ Vgl. Hofreither, 1997, S. 641f.

¹²⁰ Vgl. ebenda, S. 642f.

des ökologischen Gleichgewichts durch hohen Flächenbedarf (Ökologiefunktion)

Die Zielsetzungen der österreichischen Agrarpolitik umfassen die Erhaltung des Bauernstandes und des ländlichen Raumes, den Ausbau der Erwerbs- und Beschäftigungskombination zwischen der Landwirtschaft und anderen Wirtschaftsbereichen, die Förderung der Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Landwirtschaft durch strukturelle Maßnahmen, die Ermöglichung der Teilnahme der in der Landwirtschaft Tätigen am sozialen und wirtschaftlichen Fortschritt und die Förderung der Landwirtschaft unter Bedacht der Gesamtwirtschaft und der Verbraucherinteressen.¹²¹

In den Arbeitseinkommen der Bundesregierung wird dieser über die Erzeugungsfunktion hinausreichende Stellenwert der Landwirtschaft betont. Mit dem Etikett der ökosozialen Agrarpolitik wurden diese Ziele um die ökologische Dimension erweitert. „Das Dominanzparadigma der österreichischen Agrarpolitik ist (...) auf die Erhaltung einer vom Typus des bäuerlichen Familienbetriebs geprägten Betriebsstruktur ausgerichtet.“¹²² Diese Form der Landwirtschaft soll oben angeführte Funktionen langfristig sicherstellen.

Bezüglich der Zielsetzungen der österreichischen Agrarpolitik brachte der mit 1. Jänner 1995 vollzogene EU-Beitritt laut Hofreither keine grundlegende Veränderung, sondern lediglich gewisse Anpassungen der gesetzlichen Grundlagen. Die Übernahme der Gemeinsamen Agrarpolitik hatte die Verabschiedung einer Reihe von Verordnungen zur Folge, nichtagrarische Gesetze wie beispielsweise das Lebensmittelgesetz wirkten sich auf den Gestaltungsspielraum der Agrarpolitik aus. Weiters veränderten sich Markt-

¹²¹ Vgl. ebenda, S. 644.

¹²² Ebenda.

und Wettbewerbsverhältnisse im Agrarsektor, wobei der wesentlichste Effekt des EU-Beitritts in der deutlichen Senkung der Erzeugerpreise bestand.¹²³

Für Hofreither präsentieren sich die Herausforderungen der Agrarpolitik in diesen Problemfeldern: Überschüsse bei wichtigen Erzeugnissen, ungleiche Einkommensverteilung, kritische Umweltbilanz intensiver landwirtschaftlicher Produktionsformen, Gefahr regional konzentrierter Betriebsaufgaben und Liberalisierungsbestrebungen auf internationalen Agrarmärkten.¹²⁴

„Generell drängt sich der Eindruck auf, daß die Versäumnisse und Fehler in der Anpassung der marktlichen und agrarpolitischen Rahmenbedingungen an die gegenüber früher grundlegend geänderte Situation weniger durch das Fehlen geeigneter Lösungsansätze bedingt sind, sondern primär mit der Trägheit des politischen Entscheidungssystems zusammenhängen.“¹²⁵

Diese Trägheit werde nicht zuletzt durch die Einbindung von mächtigen Partikularinteressen wie den der Landwirtschaft vor- und nachgelagerten Industriebereichen hervorgerufen.

Als Folge des EU-Beitritts ergab sich ferner eine Verschiebung der politischen Gewichte, weil die Grundgedanken der Gemeinsamen Agrarpolitik fortan in Brüssel festgelegt wurden. Der regionale Standpunkt lobbyistischer Aktivitäten verlagerte sich dadurch zumindest teilweise von Wien nach Brüssel.¹²⁶

Zu den Akteuren der Agrarpolitik gehören neben den Landwirtschaftskammern und der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs der Österreichische Bauernbund, landwirtschaftliche Genossenschaften wie der Raiffeisenverband und vor allem auch das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. Diesem obliegen die gesamtösterreichische

¹²³ Vgl. ebenda, S. 644ff.

¹²⁴ Vgl. ebenda, S. 649.

¹²⁵ Ebenda.

¹²⁶ Vgl. ebenda, S. 646f.

Ausrichtung und die internationale Abstimmung der Agrarpolitik. Neben dem jährlichen Tätigkeitsbericht über verschiedene Bereiche wird vom Ministerium auch ein Bericht über die Lage der österreichischen Landwirtschaft, der so genannte Grüne Bericht, veröffentlicht.¹²⁷

¹²⁷ Vgl. ebenda.

4.2. Interessenvertretung der Landwirtschaft

Der Großteil der landwirtschaftlichen Fragen fällt in den Kompetenzbereich der Länder, die Interessenvertretung erfolgt durch die auf Landesebene arrangierten Landwirtschaftskammern. Berufliche Vertretungen der Land- und Forstwirtschaft sind von der Bundeskompetenz ausgenommen. Die Interessen dieser werden auf Bundesebene von der als privatrechtlichen Verein geführten Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs (Präko), die durch einen Zusammenschluss der neun Landwirtschaftskammern und des Raiffeisenverbandes entstand und als Sozialpartner anerkannt ist, wahrgenommen.

Die Präko soll als vom Gesetzgeber akzeptierte zentrale Interessenvertretung der Land- und Forstwirtschaft einen Interessenausgleich zwischen Landwirtschaftskammern und Raiffeisenverband schaffen sowie diesen nach außen und gegenüber den anderen Sozialpartnern vertreten, während die Landwirtschaftskammern neben der Interessenvertretung für Beratungs- und Bildungsaufgaben wie auch für die Durchführung von Förderungen zuständig sind.¹²⁸

„Die Landwirtschaftskammern und die Präsidentenkonferenz erheben den Anspruch, die Interessen der Land- und Forstwirtschaft in umfassender Weise zu vertreten, sowohl was den Interessenbereich als auch den betroffenen Personenkreis anbelangt.“¹²⁹

Neben der Präko und den Landwirtschaftskammern, bei denen wie bei anderen gesetzlichen Interessenvertretungen in Österreich Pflichtmitgliedschaft besteht, zählt der Österreichische Bauernbund, eine Teilorganisation der Österreichischen Volkspartei, und der Österreichische Raiffeisenverband zu den wesentlichen landwirtschaftlichen Interessenvertretern.

¹²⁸ Vgl. Krammer, 1997, S. 406 ff.

¹²⁹ Ebenda, S. 411.

4.2.1. Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern (Präko)

Nach Ansätzen der Organisation agrarischer Interessen im 18. und 19. Jahrhundert in Form von Landwirtschafts- oder Ackerbaugesellschaften und Landeskulturräten kam es in Österreich erst nach dem Ersten Weltkrieg zur Entstehung autonomer und gesetzlich eingeführter Berufsvertretungen in Form der Landwirtschaftskammern. Mit dem Anschluss an Deutschland im Jahre 1938 wurden die Landwirtschaftskammern außer Kraft gesetzt und nahmen erst nach dem Zweiten Weltkrieg ihre Tätigkeit 1945 wieder auf.¹³⁰

Die österreichische Bundesverfassung bildet die rechtliche Basis der Landwirtschaftskammern. Die Einrichtung einer beruflichen Vertretung auf land- und forstwirtschaftlichem Gebiet ist von der Bundeskompetenz ausgenommen, die Gesetzgebung obliegt auf diesem Gebiet den einzelnen Bundesländern. Die Gründung einer Bundeslandwirtschaftskammer war bisher trotz Bemühungen in diese Richtung unter anderem aufgrund der bestehenden Gesetze nicht möglich. 1923 schlossen sich die Kammern der Bundesländer als freiwilliger Verein zur Präsidentenkonferenz der landwirtschaftlichen Hauptkörperschaften Österreichs zusammen, der 1946 als Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs wieder errichtet wurde.¹³¹

Auf der Website Landwirtschaftskammern werden das Organisationsziel und der Organisationszweck der Präko folgendermaßen beschrieben:

„Das ausschließliche **Ziel** des Vereins ist es, eine „Zentralorganisation der österreichischen Landwirtschaftskammern“ zu bilden. (...) **Vereinszweck** ist die Förderung der gesamtwirtschaftlichen Aufgaben der Land- und Forstwirtschaft und die Vertretung der gemeinsamer [!] Interessen.“¹³²

¹³⁰ Vgl. ebenda, S. 405.

¹³¹ Vgl. ebenda, S. 406.

¹³² URL: <http://www.agrarnet.info> [21.10.2004].

Als Repräsentant der Landwirtschaftskammern hat die Präko auch die Vertretung landwirtschaftlicher Interessen auf Bundesebene und im Agrarverband auf Ebene der Europäischen Union inne. Die Präko gilt als die zentrale österreichische Interessenvertretung der Land- und Forstwirtschaft, hat ausdrückliche Begutachtungs-, Anhörungs-, Mitwirkungs- und Entsendungsrechte, und nimmt eine wichtige Funktion als gleichberechtigter Sozialpartner ein.¹³³

Die Mitglieder der Präko sind zum einen die neun Landwirtschaftskammern, die durch ihre Präsidenten vertreten werden, und zum anderen der Österreichische Raiffeisenverband, welcher für die landwirtschaftlichen Genossenschaften eintritt. Zu ihren Organen zählen der Präsident, der aus der Reihe der neun Kammerpräsidenten gewählt wird, das Präsidium und der als Präsidentenkonferenz betitelte Vorstand sowie die Vollversammlung.¹³⁴

Die Landwirtschaftskammern und die Präko beanspruchen eine Vertretung der Mitgliederinteressen in umfassender Weise.¹³⁵

„Der Auftrag zur Interessenvertretung beinhaltet daher auch Kontakte zu politischen Parteien und ihren Mandataren, um diese wirksam von der Notwendigkeit von gesetzlichen Maßnahmen im Interesse der Bauern zu überzeugen.“¹³⁶

Krammer ist der Auffassung, dass durch zunehmende Differenzierung der Landwirtschaft und der Interessenlagen für die Landwirtschaftskammern und die Präko ein vergrößerter Handlungsbedarf nach interner Interessenabwägung und internem Interessenausgleich entstand. Durch Bildung von Arbeitsgemeinschaften und Ausschüssen wurde diesem Problem entgegengewirkt, und auf Bundesebene zur Präko gehörende produktionsspartenspezifische Fachorganisationen geschaffen. Die Präko ist dabei Anlaufstelle zur Interessenartikulation und –durchsetzung, wobei

¹³³ Vgl. Krammer, 1997, S. 409.

¹³⁴ Vgl. Figl, 1994, S. 89f.

¹³⁵ Vgl. Krammer, 1997, S. 411f.

¹³⁶ URL: <http://www.agrarnet.info> [21.10.2004].

einerseits ein interner Interessenausgleich erreicht werden soll, und andererseits spezifische Interessen nach außen getragen und durchgesetzt werden sollen. Dies ist jedoch von der wirtschaftlichen Stärke der hinter der Fachorganisation stehenden Produktionssparte und dem Organisationsgrad der Interessengruppe in erheblichem Maße abhängig. Fachorganisationen, die aufgrund ihrer wirtschaftlichen Stärke, des hohen Organisationsgrades und des politischen Hintergrundes auch ohne Präko ihre Interessen durchsetzen können wie beispielsweise die Rübenbauern, haben laut Krammer auch innerhalb der Präko am ehesten die Möglichkeit, eine Interessenartikulation bzw. –durchsetzung zu erreichen. Wenig organisierte Gruppen wie die Bergbauern haben hingegen geringere Chancen auf Interessendurchsetzung, da auch deren Interessen weniger artikulierbar seien.¹³⁷

Zwischen der Präko als gesetzlicher Interessenvertretung und dem Österreichischen Bauernbund, einer Teilorganisation der Österreichischen Volkspartei (ÖVP), bestehen enge Beziehungen, denn die meisten Funktionäre der Präko und der Großteil der Landeskammerräte sind auch politische Vertreter des Bauernbundes. Über die Liste des Bauernbundes, der bei Kammerwahlen als Wahlwerber erscheint, werden die Präko-Funktionäre in die einzelnen Landwirtschaftskammern gewählt.¹³⁸

¹³⁷ Vgl. Krammer, 1997, S. 411f.

¹³⁸ Vgl. ebenda, S. 413.

4.2.2. Österreichischer Bauernbund

„Die Anfänge des Bauernbundes stellen die seit 1886 in einzelnen Ländern entstandenen politischen Bauernvereinigungen dar: 1899 wurde der Katholisch-konservative Verein in der Steiermark gegründet, der sich seit 1934 „Bauernbund“ nannte, ähnliche Vereinigungen bildeten sich 1886 in Kärnten, 1904 in Tirol, 1906 in Niederösterreich und Salzburg, 1919 in Oberösterreich und Vorarlberg, 1921 in Burgenland, sowie 1936 in Wien.“¹³⁹

1919 erfolgte aus diesen politischen Bauernvereinigungen die Gründung des Österreichischen Reichsbauernbundes, dem vorerst nicht alle Bundesländer angehörten. Als politische Vertretung der selbständigen oder unselbständigen in der Land- und Forstwirtschaft Tätigen wurde dieser im Bundesgesetz verankert, hatte aber nur bis zur Eingliederung Österreichs in Deutschland 1938 Bestand. Die offizielle Neugründung des Bauernbundes als Zusammensetzung der neun Landesorganisationen im Rahmen der ÖVP erfolgte erst 1945. Neben dem Wirtschaftsbund und dem Arbeiter- und Angestelltenbund stellt der Bauernbund seitdem die bedeutendste und mitgliederstärkste Teilorganisation der ÖVP dar.¹⁴⁰

„Das weltanschauliche Naheverhältnis der Bauernbünde zur christlich-sozialen Tradition führte nach dem 2. Weltkrieg auch dazu, daß maßgebliche Bauernvertreter zu den entscheidenden Mitbegründern der ÖVP wurden. Damit wurde das Ideengut der bäuerlichen Interessenvertretung fester Bestandteil dieser Partei.“¹⁴¹

Seine organisatorische Stärke – 1920 zählte der Bauernbund ca. 220.000 Mitglieder, 1948 waren es ca. 405.000 und 1997 ca. 322.600 Mitglieder¹⁴² – und die Dominanz der Volkspartei im Bereich der demokratisch legitimierten Interessenvertretungen machen den Bauernbund seit seiner Gründung zu einer wichtigen Kraft bei der Gestaltung der Agrarpolitik. Deshalb gelang es anderen landwirtschaftlichen Interessenvertretungsorganisationen wie dem Allgemeinen Österreichischen Bauernverband, den SPÖ-Bauern oder der

¹³⁹ URL: <http://www.bauernbund.at> [21.10.2004].

¹⁴⁰ Vgl. Bamberger u.a., 1995, S. 91.

¹⁴¹ Hofreither, 1997, S. 647.

¹⁴² Vgl. URL: <http://www.bauernbund.at> [21.10.2004].

Freiheitlichen Bauernschaft nicht, den Bauernbund in den Landwirtschaftskammern grundlegend zu schwächen bzw. seine agrarpolitische Vormachtstellung zu überwinden.¹⁴³ „Als stärkste politische Kraft im ländlichen Raum versteht sich der Bauernbund als Lobbying- und Kommunikationsplattform für die vielfältigen Anliegen der Bevölkerung des ländlichen Raums.“¹⁴⁴

Zwischen dem Österreichischen Bauernbund und der Präko sowie den Landwirtschaftskammern in den Bundesländern bestehen enge Verbindungen.

¹⁴³ Vgl. Krammer, 1997, S. 413 f.

¹⁴⁴ URL: <http://www.bauernbund.at> [21.10.2004].

4.2.3. Österreichischer Raiffeisenverband

Ende des 19. Jahrhunderts wurden die landwirtschaftlichen Genossenschaften als wesentliches Instrument der Bauernschutzpolitik in Österreich eingerichtet, in späterer Folge wurden daraus agrarische Großunternehmen mit internationalen Verflechtungen.¹⁴⁵ Nach Mayrhofer verfüge Österreich im Verhältnis zu seiner Größe und Bevölkerungszahl über eine der größten wirtschaftlich fortgeschrittenen Raiffeisenbewegungen der ganzen Welt.¹⁴⁶

Nach dem Modell des deutschen Sozialreformers Friedrich Wilhelm Raiffeisen bildeten die Landwirte Genossenschaften, die nicht gewinnorientiert sondern auf die Förderung der Mitglieder und damit auf Solidarität und Subsidiarität aufgebaut waren. 1886 wurde in Mühldorf bei Spitz an der Donau die erste Raiffeisenkasse und 1898 die erste Lagerhaus-Genossenschaft in Pöchlarn errichtet. Ebenfalls 1898 wurde ein Zentralverband der Genossenschaften gegründet, der Vorläufer des heutigen Österreichischen Raiffeisenverbandes, der seit 1960 unter diesem Namen tätig ist. Bis 1938 wurden Bundesländerzentralen eingerichtet, die genossenschaftliche Selbstbestimmung fand jedoch mit dem Anschluss an Deutschland ein Ende. 1946 wurde der Verband wieder errichtet und beschloss die Herausgabe einer eigenen Zeitung: Die Genossenschaft, deren Vorläufer die im Jahre 1904 erstmals erschienene Österreichische landwirtschaftliche Genossenschaftspresse war, welche als Vorläufer der heutigen RAIFFEISENZEITUNG gilt.¹⁴⁷

Auf seiner Internetseite definiert sich der Raiffeisenverband folgendermaßen:

„Der Österreichische Raiffeisenverband ist der Revisionsverband und die Interessenvertretung für die österreichische Raiffeisen-Gruppe. (...)“

¹⁴⁵ Vgl. Krammer, 1997, S. 412

¹⁴⁶ Vgl. Mayrhofer, 1988, S. 223.

¹⁴⁷ Vgl. URL: <http://www.raiffeisenverband.at> [21.10.2004].

Die Belange der Gruppe gegenüber allen relevanten nationalen und internationalen Institutionen und Behörden werden vertreten.¹⁴⁸

Im Netzwerk agrarischer Entscheidungsstrukturen gilt auch der Raiffeisenverband als nicht unbedeutender Mitgestalter. Die Raiffeisenkassen als Hauptpfeiler des Verbandes mit ihrer enormen wirtschaftlichen Potenz und die vielfach dominierende Stellung auf wichtigen Agrarmärkten sicherten dem Verband einen gewichtigen Einfluss bei agrarpolitischen Entscheidungen.¹⁴⁹

Der Einfluss der Raiffeisenorganisation auf die Landwirtschaftskammern und die Präsidentenkonferenz läuft einerseits über personelle Verflechtungen zwischen Kammerfunktionären, „andererseits über die finanziellen Zuwendungen des Raiffeisenverbandes insbesondere zur Finanzierung der Präsidentenkonferenz.“¹⁵⁰

¹⁴⁸ Ebenda.

¹⁴⁹ Vgl. Hofreither, 1997, S. 647.

¹⁵⁰ Krammer, 1997, S. 412.

5. Das Agrarische Informationszentrum AIZ

5.1. Entstehung der Agrarischen Nachrichtenzentrale ANZ

Schon bevor 1926 die ANZ gegründet wurde, gaben der Niederösterreichische Bauernbund und der Landbund eine eigene Agrarkorrespondenz heraus. Beide Dienste mussten nach kurzer Zeit ihr Erscheinen einstellen, da die Breitenwirkung aufgrund der ausschließlichen Parteikorrespondenz nicht gegeben war.¹⁵¹

Der Hauptausschuss der Niederösterreichischen Landeslandwirtschaftskammer beriet am 7. Dezember 1926 die Schaffung eines eigenen Pressedienstes, um „eine periodisch erscheinende Zeitungskorrespondenz auf rein fachlicher Basis ins Leben zu rufen.“¹⁵² Am 23. Dezember 1926 wurde die Gründung der ANZ bei einer Vollversammlung der Kammer Wirklichkeit. Eigentümer waren die NÖ-Landwirtschaftskammer und die Herausgeber, Kammer-Vizepräsident Dr. Leopold Barsch sowie Kammeramtsdirektor Dr. Engelbert Dollfuß. Die erste Ausgabe der ANZ erschien am 7. Jänner 1927 mit dem Untertitel Aktueller fachlicher Nachrichtendienst über alle Zweige der Land- und Forstwirtschaft und ihre Hilfsgewerbe. Die erste Auslandsausgabe wurde am 24. Jänner 1927 in Wien und Prag veröffentlicht, und Der Feierabend, der Feuilletondienst der ANZ, erschien erstmals Anfang Juli 1927.¹⁵³

Nach ihrer Entstehung wurde die ANZ sämtlichen Tages- und landwirtschaftlichen Fachzeitungen sowie deutschen und tschechischen Zeitungen zugestellt, und später auch von einigen Zeitungen bezogen.

„Das Arbeitsfeld der ANZ war breit: Sämtliche landwirtschaftliche Fragen, die Berichterstattung über Tagungen und sonstige

¹⁵¹ Vgl. Siffert, 1995, S. 195.

¹⁵² Ebenda, S. 196.

¹⁵³ Vgl. ebenda, S. 196ff.

landwirtschaftliche Veranstaltungen, Interviews mit in- und ausländischen Bauernfunktionären, fachliche Artikel, Marktberichte, und ein umfangreicher Auslandsnachrichtendienst gehörten zum Pensum, das zu bewältigen war. Dazu hatte die ANZ auch Korrespondenten in Prag, Pressburg, Agram und Berlin.¹⁵⁴

Ende 1928 ging die ANZ in das Eigentum des Agrarischen Verlagsvereines für Österreich über, welcher vom Hauptausschuss der NÖ-Landeslandwirtschaftskammer ins Leben gerufen wurde und dessen absolute und dauernde Mehrheit die Landwirtschaftskammer besitzen sollte. Später wurde der Verlag in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung umgewandelt und schließlich 1938 in den Reichsnährstandsverlag überführt.¹⁵⁵

Als Folge der Machtübernahme der Nationalsozialisten wurde die ANZ vom Agrarverlag getrennt und der Reichsnährstand richtete eine eigene Pressestelle ein. Einige Zeit erschien die ANZ noch in der alten Aufmachung, die Eingliederung in den Zeitungsdienst des Reichsnährstandes erfolgte jedoch wenig später. Die ANZ erschien nun als Ostmarkbeilage zum Zeitungsdienst des Reichsnährstandes. Herausgeber war der Reichsnährstandsverlag Berlin.¹⁵⁶

Die zweimal pro Woche erscheinende Korrespondenz wurde noch einmal auf Landesbeilage Alpen Donau (Ostmark-Beilage) zum Zeitungsdienst des Reichsnährstandes umbenannt, am 30. Juni 1942 wurde sie jedoch eingestellt.¹⁵⁷

Nach dem Zweiten Weltkrieg erkannte die agrarische Führung sofort die Notwendigkeit moderner Öffentlichkeitsarbeit für die Landwirtschaft, „vor allem aufgrund eines Imagedefizits von Teilen der bäuerlichen Bevölkerung

¹⁵⁴ Ebenda, S. 202.

¹⁵⁵ Vgl. ebenda, S. 203ff.

¹⁵⁶ Vgl. ebenda, S. 207ff.

¹⁵⁷ Vgl. ebenda, S. 212.

vor allem in den mittleren und größeren Städten im gesamten Bundesgebiet und in der Bundeshauptstadt Wien.“¹⁵⁸

Eine der ersten Weisungen des von der russischen Besatzungsmacht mit dem Wiederaufbau der österreichischen Land- und Forstwirtschaft bevollmächtigten Staatssekretärs Dipl.-Ing. Leopold Figl betraf im April 1945 die Wiedererrichtung der ANZ. Doch die fehlende Bewilligung der zuständigen Stellen der russischen Besatzungsmacht ließ das Wiedererscheinen zunächst nicht zu. Erst am 1. August 1945 erschien die erste Nummer des XVIII. Jahrganges der ANZ.¹⁵⁹

Aufgrund wachsender Erkenntnis, dass der Aus- bzw. Aufbau einer zentralen Stelle für das agrarische Nachrichtenwesen eine Notwendigkeit darstellt, wurde im Frühjahr 1957 ein konkreter Vorschlag zum Ausbau der ANZ gemacht. Im November bzw. Dezember desselben Jahres wurde dieses Vorhaben zum ersten Mal umfassend in den landwirtschaftlichen Institutionen thematisiert.¹⁶⁰

„Die damalige Verbreitung der ANZ machte diese ausgeprägten Reformwünsche auch verständlich: Die ANZ bezogen lediglich sieben Tages- und neun Wochenzeitungen. Im Agrarbereich hatte sie (...) nicht mehr als 137 Abnehmer.“¹⁶¹

Die ANZ genügte den Anforderungen nicht mehr, und der Unzufriedenheit zufolge gründeten agrarische oder private Einrichtungen eine Reihe eigener Pressedienste. Denn die Kritik an der ANZ war breit: sie sei nicht aktuell, zu langsam, habe redaktionelle Mängel, fachliche Gesichtspunkte würden nicht berücksichtigt, Auslands- und Forschungsinformationen würden fehlen, sie sei unübersichtlich gestaltet und habe zu frühen Redaktionsschluss. Der Entwurf zum Ausbau der ANZ wurde noch mehrmals adaptiert.¹⁶²

¹⁵⁸ Ebenda, S. 252.

¹⁵⁹ Vgl. ebenda, S. 212ff.

¹⁶⁰ Vgl. ebenda, S. 282f.

¹⁶¹ Ebenda, S. 283.

¹⁶² Vg. S. 284ff.

Laut Siffert war in Unterlagen stets von Reformplänen der ANZ die Rede, von einer Umbenennung der ANZ nur ein einziges Mal. Ein Dokument vom Juli 1958 belegt die Neugründung des Vereins Agrarisches Informationszentrum AIZ. Dieses Projekt war im Einvernehmen mit der Präsidentenkonferenz ausgearbeitet und unter Mitwirkung anderer zentraler Agrarinstitutionen wie Bauernbund oder Genossenschaften mit dem Ziel der Errichtung eines agrarischen Presse- und Informationszentrums entstanden.¹⁶³

In ihrer letzten Ausgabe vom 1. Februar 1960 berichtete die ANZ von der Gründung des Agrarischen Informationszentrums AIZ durch die Spitzenorganisationen der Landwirtschaft, welches ab 1. Februar 1960 den AIZ-Pressedienst herausgeben würde.¹⁶⁴

¹⁶³ Vgl. ebenda.

¹⁶⁴ Vgl. ebenda, S. 214.

5.2. Von der ANZ zum Agrarischen Informationszentrum

AIZ

„Die Gründung des AIZ einer einzigen Person bzw. Institution zuzuschreiben, wäre, historisch betrachtet, nicht haltbar. Es gab gleichzeitig auf mehreren Ebenen (LW-Kammern bzw. Präsidentenkonferenz, Raiffeisen, Bauernbund, Landwirtschaftsministerium, Agrarjournalisten bzw. Pressereferenten und Agrarverlag ...) Initiativen, die agrarische Pressearbeit zu optimieren und die ANZ zu reformieren oder zu ersetzen.“¹⁶⁵

Am 24. Oktober 1958 wurden in einer Sitzung der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs die Statuten des neuen Vereins AIZ verabschiedet. Zweck des Vereins sei die Gestaltung der agrarischen Publizistik als wirksames Instrument im Dienste der Aufklärung, Beratung, und Werbung. Weiters solle das AIZ für ein gutes Verständnis gegenüber der österreichischen Land- und Forstwirtschaft werben, und den Interessen der heimischen Landwirtschaft auch in der nichtagrarischen Publizistik Geltung verschaffen. Außerdem fallen die Schaffung eines agrarischen Bildarchivs, die Unterstützung oder Herausgabe eines Pressedienstes, die Zusammenarbeit am Werbesektor, Markt- und Meinungsforschung usw. in den Tätigkeitsbereich des Vereins.¹⁶⁶

Zu den ordentlichen Mitgliedern des Agrarischen Informationszentrums zählten:¹⁶⁷

- Österreichischer Bauernbund
- Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs
- Allgemeiner Verband für das landwirtschaftliche Genossenschaftswesen in Österreich
- Hauptverband der Wald- und Grundbesitzerverbände Österreichs

¹⁶⁵ Ebenda, S. 254.

¹⁶⁶ Vgl. ebenda, S. 307ff.

¹⁶⁷ Vgl. ebenda, S. 312.

„Der Pressedienst des AIZ, heute Synonym für den gesamten Verein, war ursprünglich nur einer von insgesamt sechs geplanten Aufgabenbereichen. Diese sind (...) neben dem (...) Pressedienst die Archivtätigkeit samt dem nationalen und internationalen Informationstätigkeit, der Bilder- und Materndienst, die Herstellung von Aufklärungs-, Beratungs- und Werbefilmen, die Markt- und Meinungsforschung und “die Schaffung aller sonstigen zweckmäßigen Einrichtungen, die der agrarischen Aufklärung, Beratung und Werbung dienen“, was auf die damals beabsichtigte Gründung einer PR- und Werbeagentur hinweist.“¹⁶⁸

Das politische Umfeld, das eine Neugründung des AIZ forcierte, war seit 1957 geprägt von Verhandlungen über das Landwirtschaftsgesetz, welches einerseits den Absatz der Agrarprodukte sichern, und andererseits die ausreichende Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln gewährleisten sollte. 1959 wurde Hartmann Landwirtschaftsminister und stellte seine erste Pressekonferenz unter das Motto „Agrarpolitik geht alle an“. Zur selben Zeit forderten agrarische Institutionen einen soliden Pressedienst zu landwirtschaftlichen Themen. Am 1. Februar 1960 erschien die Nummer 1 des neuen AIZ.¹⁶⁹

Noch im Jahre 1960 wurde eine Umfrage durchgeführt, an der die Landwirtschaftskammern Österreichs, internationale bäuerliche Interessenvertretungen im deutschsprachigen Raum, nationale und auch manche internationale Agrarzeitungen und –zeitschriften sowie der in- und ausländische Rundfunk teilnahmen, um den neuen Pressedienst zu beurteilen. Auch das Institut für Zeitungswissenschaft der Universität Wien gab damals ein Gutachten über den Pressedienst ab. Dr. Kurt Paupié beschrieb darin z.B. die Aufmachung und Gestaltung als vorbildlich, der Pressedienst sei aktuell, modern gestaltet und entspreche der publizistischen Zielsetzung.¹⁷⁰

¹⁶⁸ Ebenda, S. 313.

¹⁶⁹ Vgl. ebenda, S. 323ff.

¹⁷⁰ Vgl. ebenda, S. 337ff.

Im Laufe der Jahre gab es immer wieder Vorschläge und Konzepte zur Um- oder Neugestaltung des AIZ. Jedoch erst seit 1. März 1992 erschien ein weiterer AIZ-Dienst als Beilage zum schriftlichen AIZ-Pressedienst, das AIZ-International.¹⁷¹

Heute fungiert der Verein Agrarisches Informationszentrum als Medieninhaber und Herausgeber. Obmann dieses Vereins ist Dipl.-Ing. August Astl, Geschäftsführer Dr. Karl Guschlbauer und Chefredakteur Christian Posekany.¹⁷²

¹⁷¹ Vgl. ebenda, S. 342ff.

¹⁷² Vgl. URL: <http://www.aiz.info> [02.12.2004].

5.3. Der AIZ-Pressedienst als Quelle

Eine von Siffert durchgeführte Umfrage unter Agrarjournalisten ergab, dass beinahe 80 Prozent der Journalisten den AIZ-Pressedienst als Quelle für ihre agrarische Berichterstattung heranziehen. Ca. 59 Prozent verwenden andere Pressedienste selten oder nie, zum AIZ-Pressedienst greifen ca. 79 Prozent häufig oder weniger oft. Allerdings nutzen ca. 21 Prozent der befragten Journalisten den AIZ-Pressedienst selten oder nie.¹⁷³

Bei einer Inhaltsanalyse verschiedener Tageszeitungen gelangte Siffert zu einem ähnlichen Ergebnis. So sind im Durchschnitt der Untersuchungsperioden ca. 56 Prozent aller Artikel mit agrarischer Thematik auf den AIZ-Pressedienst als Quelle zurückzuführen.¹⁷⁴

Die Verwendungsquoten lagen in den untersuchten Zeiträumen mit einer Ausnahme zwischen 40 und 60 Prozent.¹⁷⁵

Der Pressedienst des Agrarischen Informationszentrums AIZ gilt bei Agrarjournalisten daher als wichtige Quelle für die Recherche und die Berichterstattung über landwirtschaftliche Themen.

¹⁷³ Vgl. Siffert, 1995, S. 445ff.

¹⁷⁴ Vgl. ebenda, S. 423ff.

¹⁷⁵ Vgl. ebenda, S. 434.

5.4. Online-Dienste des AIZ

Auf der eigenen Homepage definiert das Agrarische Informationszentrum seinen Vereinszweck folgendermaßen: „Unabhängige Informationsplattform der österreichischen Land- und Forstwirtschaft“. Das AIZ sei ein „Presse- und Informationsdienst der österreichischen Landwirtschaft mit tagesaktuellen News für und über die Landwirtschaft national und international.“¹⁷⁶

Das AIZ stellt seinen Nutzern auf der Internetseite an Werktagen rund 250 Updates im Jahr mit den tagesaktuellen Informationen zur Verfügung, wobei die veröffentlichten Meldungen vom Berechtigten auch kopiert bzw. heruntergeladen oder als E-Mail versandt werden können. Neben dem AIZ Mail Service, das dem Berechtigten eine Nutzung des AIZ unmittelbar nach Fertigstellung in Form einer Mail ermöglicht, gibt es eine Internet-Archivdatenbank mit AIZ-Meldungen seit dem 1. Jänner 2000 und einen Überblick über die aktuellen Termine wie agrarpolitische Ereignisse, Medientermine, Veranstaltungen oder Messen etc. Weiters können durch Auswahlmöglichkeiten individuelle Sammlungen von AIZ-Meldungen sowie Beiträge aus den verschiedenen Kategorien angelegt und bearbeitet werden, und außerdem eine Selektion der Meldungen des AIZ Mail Service vorgenommen werden.¹⁷⁷

¹⁷⁶ URL: <http://www.aiz.info> [02.12.2004].

¹⁷⁷ Vgl. ebenda.

6. Agrarjournalistische Entwicklungen

6.1. Historischer Rückblick

„Frühe publizistische Zeugnisse agrarischen Inhalts in Österreich stammen aus der Zeit des Reform-Kaisers und Sohn Kaiserin Maria Theresias Kaiser Joseph II. Damals wurden die Pfarreien mit wichtigem landwirtschaftlichem Informationsmaterial in Form von gedruckten Rundbriefen versorgt. Diese hatten die Aufgabe, die Pfarreien bei der Aufklärungsarbeit der Bauern in Sachen Landeskultur zu unterstützen.“¹⁷⁸

Die Entwicklung der Agrarpresse nahm erst nach dem Entstehen der Ackerbau- und Landwirtschaftsgesellschaften einen großen Aufschwung. Von privater Seite wurden bereits seit dem 18. Jahrhundert landwirtschaftliche Zeitschriften herausgegeben, seit ca. 1900 nahm die Zahl der Erscheinungen jedoch ab. Schuh verweist auf die 1785 von Michael Ambros veröffentlichte Bauernzeitung zur Belehrung und Bildung des gemeinen Mannes, welche sich neben allgemeinen Problemen auch der Entwicklung der Agrarpreise widmete. 1792 fiel diese Zeitschrift jedoch der Zensur zum Opfer.¹⁷⁹ Bis dahin erschien sie zweimal pro Woche und enthielt in ihrer Beilage auch wirtschaftliche Beratung für die bäuerliche Bevölkerung. Dem mehrmonatigen Verbot durch die Zensur Leopolds II. folgte ein Desinteresse der bäuerlichen Leserschaft. 1796 fand die Existenz der Zeitung schließlich ein Ende.¹⁸⁰

Erst durch die Entstehung der Ackerbau- und Landwirtschaftsgesellschaften erfuhr die Herausgabe agrarischer Printmedien eine Beschleunigung durch diese Institutionen. Folgende Gründe waren dafür ausschlaggebend: „Fachleute der Institutionen sorgten für die fachlichen Beiträge und Artikel,

¹⁷⁸ Siffert, 1995, S. 227.

¹⁷⁹ Vgl. Schuh, 1969, S. 29.

¹⁸⁰ Vgl. Siffert, 1995, S. 227f.

die Mitglieder der Vereinigungen für die garantierte Auflage und so die finanzielle Basis.“¹⁸¹

Die Gründung der Landeskulturräte und der Landwirtschaftskammern als Pflichtorganisationen und das Entstehen von politischen Bauernvereinigungen und Genossenschaften gegen Ende des 19. und zu Beginn des 20. Jahrhunderts beschleunigten die Entwicklung des agrarischen Pressewesens ein weiteres Mal. Die Presse der landwirtschaftlichen Organisationen entwickelte sich auf noch breiterer Basis. Die Zusammenschlüsse der sozialdemokratischen und christlichsozialen Land- und Forstarbeiterbünde in überparteiliche Landarbeiterkammern und Gewerkschaften sowie das Aufkommen der Landjugendorganisationen leisteten dazu ebenfalls einen Beitrag, denn jede Organisation gab sofort nach ihrer Gründung ein eigenes Blatt heraus.¹⁸²

Die Entwicklung von agrarwissenschaftlichen Zeitschriften ist hingegen eng mit der Gründung wissenschaftlicher Institutionen wie Universitäten und landwirtschaftlichen Versuchsanstalten sowie mit der Einrichtung des Landwirtschaftsministeriums verknüpft. Diese Zeitungen und Zeitschriften wurden daher als Organe der wissenschaftlichen bzw. staatlichen Institutionen herausgegeben.¹⁸³

¹⁸¹ Ebenda, S. 228.

¹⁸² Vgl. Schuh, 1969, S. 30.

¹⁸³ Vgl. ebenda, S. 31.

6.2. Funktionen und Themen der Agrarpresse

„Der Journalist (Kommunikator) tritt in der Agrarpresse als Informator, als Kommentator und als „imaginärer Gesprächspartner“ in Erscheinung:

- a) Neben allgemein Wissenswertem übermittelt er seinen Lesern vor allem solche Nachrichten, die für sie aus beruflicher und fachlicher Sicht interessant sind.
- b) In seinen Kommentaren nimmt er zu allen Problemen Stellung, die für die landwirtschaftliche Bevölkerung in politischer, wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Hinsicht von Bedeutung sind.
- c) In fachlichen und allgemein menschlichen Angelegenheiten berätet er die bäuerliche Bevölkerung entweder selbst oder überläßt dies einem Fachexperten.
- d) Er versorgt seine Leser auch mit unterhaltendem und allgemein bildenden Lesestoff.“¹⁸⁴

Im engeren Sinn sei der Agrarjournalist jedoch nur als landwirtschaftlicher Fachberater sowie als agrarpolitischer Informator und Kommentator anzusehen.¹⁸⁵

Die von Schuh definierten Funktionen der Agrarpresse können auch für den gegenwärtigen Agrarjournalismus gelten. Daraus ergeben sich folgende Funktionen oder Leistungen, die der Agrarjournalismus heute wie damals für die Gesellschaft erfüllt:

- (Hintergrund-)Information vor allem von beruflicher und fachlicher Seite, aber auch Informationen über allgemeine Themen
- Stellungnahme oder Kommentar zu landwirtschaftlich bedeutsamen Themen
- Beratung in fachlicher und allgemeiner Sache (durch den Agrarjournalisten selbst oder durch einen Experten)
- Bildung
- Unterhaltung

¹⁸⁴ Ebenda, S. 22.

¹⁸⁵ Vgl. ebenda.

Die Themen der Agrarpresse umfassen nach Schuh die praktische und theoretische Agrarpolitik, wobei mit theoretischer Agrarpolitik die Wissenschaft gemeint ist, die ihrerseits die Ziele, Methoden und Ergebnisse der praktischen Agrarpolitik prüft und wertet, und sich auf eine Reihe anderer Wissenschaftszweige stützt.¹⁸⁶

Wissenschaftlich ausgerichtete Zeitschriften werden laut Schuh meist von agrarwissenschaftlichen Institutionen, von landwirtschaftlichen Versuchsanstalten und vom Landwirtschaftsministerium herausgegeben.

Die Zeitschriften der landwirtschaftlichen Interessenvertretungen stehen dagegen ganz im Zeichen der praktischen Agrarpolitik. Diese treten unter anderem für die Schaffung gesunder wirtschaftlicher und sozialer Voraussetzungen für die in der Landwirtschaft Beschäftigten ein. Weitere dem Gebiet der praktischen Agrarpolitik entsprechende Themen dieser Zeitschriften seien:¹⁸⁷

- Agrarverfassungspolitik
- Landes- und Kulturerzeugungspolitik
- Agrarstrukturpolitik
- Preis- und Marktpolitik

Im landwirtschaftlichen Beratungswesen erfüllen für Schuh Presse, Rundfunk und Fernsehen nur eine Teilfunktion. Damit ein möglichst hoher Wirkungsgrad bei Bauern erreicht werden könne, müssten verschiedene Beratungsmethoden gleichzeitig angewandt werden. Die Inhalte der agrarpublizistischen Fachberatung umfassen nach Schuh:¹⁸⁸

- Beratung bezüglich der Betriebsorganisation
- Beratung bezüglich der laufenden Betriebsführung; d.h. Beratung in technischen, biologischen und juristischen Fragen sowie in Marktfragen und hauswirtschaftliche Beratung

¹⁸⁶ Vgl. ebenda, S. 23.

¹⁸⁷ Vgl. ebenda, S. 23f.

¹⁸⁸ Vgl. ebenda, S. 24f.

6.3. Typisierung der Agrarzeitschriften

Schuh unternahm den Versuch, die agrarischen Printmedien Österreichs aufgrund ihrer fachlichen und agrarpolitischen Ausrichtung zu typisieren, in ihrer historischen Entwicklung darzustellen und sie nach inhaltlichen Schwerpunkten zu untersuchen.

„In Frage kommen aber nur solche Periodika, die in zeitungswissenschaftlichem Sinn als Zeitschriften anzusehen sind. Ein Agrarperiodikum ist nur dann als Zeitschrift zu bezeichnen, wenn es die von der Zeitungswissenschaft allgemein festgelegten Wesensmerkmale aufweist.“¹⁸⁹

Bei seiner Klassifizierung ging Schuh nach Groth davon aus, dass bei Agrarzeitschriften Universalität und Aktualität begrenzt sind, und auch eine Begrenzung der Publizität und der Periodizität festzustellen ist.

Die inhaltliche Begrenzung ergebe sich aus mehreren Faktoren. Die österreichischen Agrarzeitschriften gehören zur Fachpresse im engeren Sinn, da sie der Landwirtschaft (sowie verwandten Fächern) nur in beruflicher Sicht nützen, und nicht für Außenstehende bestimmt seien, wie es bei der Fachpresse im weiteren Sinn der Fall sei. Deshalb sei die Spezialisierung nicht nur durch das Fachgebiet, sondern auch durch die berufliche Interessenvertretung gegeben. Demnach unterteilte er die agrarischen Zeitschriften Österreichs in drei Gruppen:¹⁹⁰

- A) „Zeitschriften der überparteilichen landwirtschaftlichen Organisationen, die sich der beruflich standesmäßigen Interessenvertretung aus wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Sicht widmen.

¹⁸⁹ Ebenda, S. 26.

¹⁹⁰ Vgl. ebenda, S. 26f.

- B) Zeitschriften, welche die Interessen der landwirtschaftlichen Bevölkerung nach parteipolitischen Gesichtspunkten vertreten.

- C) Zeitschriften, die sich mit der fachlichen Entwicklung in der Landwirtschaft befassen.“¹⁹¹

Innerhalb dieser drei Kategorien ergeben sich nach Schuh noch weitere Unterscheidungsmerkmale, nach denen Agrarzeitschriften eingeteilt werden können. Eine institutionell, eine funktionell, eine räumlich und eine personell bedingte Spezialisierung können außerdem unterschieden werden, wie die folgenden Abbildungen zeigen:¹⁹²

¹⁹¹ Ebenda, S. 27.

¹⁹² Vgl. Abbildungen aus ebenda, S. 28f.

Institutionell	Funktionell	Räumlich	Personell
Landwirtschaftsgesellschaften Landeskulturräte Landwirtschaftskammern	Beruflich standesmäßige Interessenvertretung aus wirtschaftlicher, kultureller und sozialer Sicht	Bundesland	Arbeitgeber (In Tirol und Vorarlberg auch Arbeitnehmer)
Genossenschaften	wie oben	Österreich Bundesland Region	Arbeitgeber
Gewerkschaft der Land und Forstarbeiter	Beruflich standesmäßige Interessenvertretung aus sozialer u. kultureller Sicht	Österreich	Arbeitnehmer
Landarbeiterkammern	wie oben	Bundesländer	Arbeitnehmer
Landjugend	Beruflich standesmäßige Interessenvertretung aus kultureller Sicht	Österreich Bundesland	Arbeitgeber Arbeitnehmer

Abbildung 1: Gruppe A: Zeitschriften der überparteilichen Organisationen

Institutionell	Funktionell	Räumlich	Personell
Katholischer bzw. Österreichischer Bauernbund Landbund Großdeutscher Hauer und Bauernbund	Beruflich standesmäßige Interessenvertretung nach parteipolitischen Gesichtspunkten	Bundesland	Arbeitgeber
Sozialistischer Arbeitsbauernbund Freiheitliche Bauerngewerkschaft Allgemeiner Bauernverband Kommunist. Kleinbauernbund	wie oben	Österreich Bundesland	Arbeitgeber
Sozialdemokratischer Land und Forstarbeiterverband Christliche Land und Forstarbeiterbünde	wie oben	Österreich Bundesland	Arbeitnehmer

Abbildung 2: Gruppe B: Zeitschriften der parteipolitischen Organisationen

Institutionell	Funktionell	Räumlich	Personell
Bundesministerium für Land und Forstwirtschaft Agrarwissenschaftliche Institutionen Private Herausgeber	Behandlung von Themen aus dem Bereich der theoretischen Agrarpolitik sowie Veröffentlichung agrarwissenschaftlicher Erkenntnisse	Österreich Ausland	Wissenschaftler, Agrarexperten der Interessenvertretungen, Funktionäre der verschiedenen Verbände und gebildete Praktiker
Private Herausgeber	Beratung der Praktiker in allen Bereichen der Landwirtschaft	Österreich Bundesland Region	Arbeitgeber Arbeitnehmer
Landwirtschaftliche Fachverbände	Beratung der Praktiker über ein Teilgebiet der Landwirtschaft	Österreich Bundesland	Arbeitgeber Arbeitnehmer

Abbildung 3: Gruppe C: Landwirtschaftliche Fachzeitschriften

Die grundlegenden Unterscheidungen dieser Einteilung zwischen Zeitschriften der überparteilichen Organisationen, Zeitschriften der parteipolitischen Organisationen und landwirtschaftlichen Fachzeitschriften können ebenso wie die institutionelle, die funktionelle, die räumliche und die personell bedingte Differenzierung für gegenwärtig erscheinende Agrarzeitschriften gelten.¹⁹³

¹⁹³ Siehe dazu Kapitel 7.

6.3.1. Funktionelle und räumliche Unterschiede

Zeitschriften der überparteilichen Interessenvertretungen halten sich nach Schuh aus parteipolitischen Diskursen heraus, erörtern stattdessen landwirtschaftliche Probleme und konzentrieren sich in hohem Maß auf Fachaufklärung. Agrarzeitschriften politischer Parteien stehen für politische Meinungsbildung auf dem Agrarsektor und für Landes- und Bundespolitik, Fachberatung spielen nur eine geringe Rolle. Landwirtschaftliche Fachzeitschriften dagegen dienen zur Publizierung von Forschungsergebnissen, der Erläuterung neuer Erkenntnisse und der Veröffentlichung wissenschaftlicher Artikel. Zeitschriften, die für den Praktiker bestimmt seien, und die Belange der Landwirtschaft nur universell oder nur aus einem Spezialgebiet behandeln, dienen in erster Linie der beruflichen Weiterbildung. Sie geben den Lesern Anleitungen und Beratung zur Durchführung der Arbeit, zur Produktion oder auch zur Rationalisierung.¹⁹⁴

Durch die in jedem Bundesland unterschiedlichen landwirtschaftlichen Voraussetzungen ergeben sich auch verschiedene Produktionsgebiete. Deswegen bestehe nach Schuh auch die österreichische Agrarpresse vorwiegend aus Landesblättern. Die landwirtschaftlichen Printmedien Österreichs seien dadurch auch auf die unterschiedlichen Landesverhältnisse spezialisiert.

So wurden am Beginn des Jahres 1969 von 35 erscheinenden Agrarzeitschriften 26 auf Landesebene verbreitet, eine Zeitschrift hatte regionale Verbreitung, aber nur 8 Blätter wurden im gesamten Bundesgebiet gelesen. Allerdings wurden dabei nur Zeitschriften berücksichtigt, die nicht auf ein Teilgebiet der Landwirtschaft spezialisiert sind, sondern der praktischen Agrarpolitik dienen.¹⁹⁵

¹⁹⁴ Vgl. ebenda, S. 31f.

¹⁹⁵ Vgl. ebenda, S. 32.

6.3.2. Personelle und institutionelle Unterschiede

Schuh unterteilte die österreichischen Agrarzeitschriften in eine Arbeitgeber- und eine Arbeitnehmerpresse. Überdies gebe es aber auch Zeitschriften, die von beiden Seiten gelesen werden wie die Landjugendblätter oder privat herausgegebene Fachzeitschriften, die nicht auf eine institutionell bedingte Interessenvertretung ausgerichtet seien. Agrarwissenschaftliche Zeitschriften dagegen „sind vorwiegend für Wissenschaftler, Beamte der Interessenvertretungen, für landwirtschaftliche Fachlehrer [!], für Funktionäre sowie für Praktiker mit höherer Schulbildung bestimmt.“¹⁹⁶

Die Begrenzung der vier Kategorien nach einem institutionellen, funktionellen, räumlichen und personellen Prinzip erfolge ebenso wie die Begrenzung der Publizität der entsprechenden Erscheinung.¹⁹⁷

¹⁹⁶ Ebenda, S. 33.

¹⁹⁷ Vgl. ebenda.

7. Agrarische Printmedien

7.1. Übersicht

In dem vom Verband Österreichischer Zeitungen herausgegebenen Pressehandbuch 2004 sind im Fachgebiet Agrarwesen und Landwirtschaft insgesamt 48 Printmedien genannt, in der Gruppe Landwirtschaftskammern sind es fünf. Im Rahmen dieser Arbeit wurden alle diese 53 Zeitschriften sowie zusätzlich 30 themenrelevante Printmedien zu einem Überblick herangezogen. Unbeachtet blieben lediglich der Landkalender und der Steirische Bauernkalender.

Die Einteilung der Zeitungen und Zeitschriften erfolgt nach räumlichen und institutionellen Kriterien. Einige Printerzeugnisse werden zum Teil neben dem Hauptverbreitungsgebiet auch in anderen Gebieten verbreitet, was in dieser Übersicht jedoch nicht berücksichtigt wurde.

Österreichweit erscheinen u.a. die RAIFFEISENZEITUNG, die Österreichische BauernZeitung, Der österreichische Bauernbündler, Der Winzer, BLICK INS LAND oder Die Bodenkultur. Mit einer Druckauflage von knapp 150.000 Exemplaren ist die Österreichische BauernZeitung die am meisten verbreitete Agrarzeitschrift. Auch in den Bundesländern erscheinen Versionen dieses Mediums mit teils beträchtlicher Auflage. Die RAIFFEISENZEITUNG erreicht ebenfalls einen großen Teil der bäuerlichen Bevölkerung in ganz Österreich.

7.1.1. Verbreitung der agrarischen Printmedien

Im gesamten österreichischen Bundesgebiet werden von den insgesamt 83 herangezogenen Medien 33 verbreitet, 50 Printerzeugnisse erscheinen auf Landesebene.¹⁹⁸ Mit 14 Agrarzeitschriften hat die Steiermark die größte Anzahl der Erscheinungen in den Bundesländern, gefolgt von Wien, Niederösterreich, Tirol, Salzburg, Oberösterreich, Kärnten, Burgenland. Das Schlusslicht Vorarlberg zählt nur eine einzige Agrarzeitschrift zu seinem Hauptverbreitungsgebiet: die Mitteilungen der Landwirtschaftskammer Vorarlberg.

Die nachstehende Grafik verdeutlicht diese Unterschiede in der Verbreitung und Anzahl der Agrarzeitschriften in Österreich und den Bundesländern:

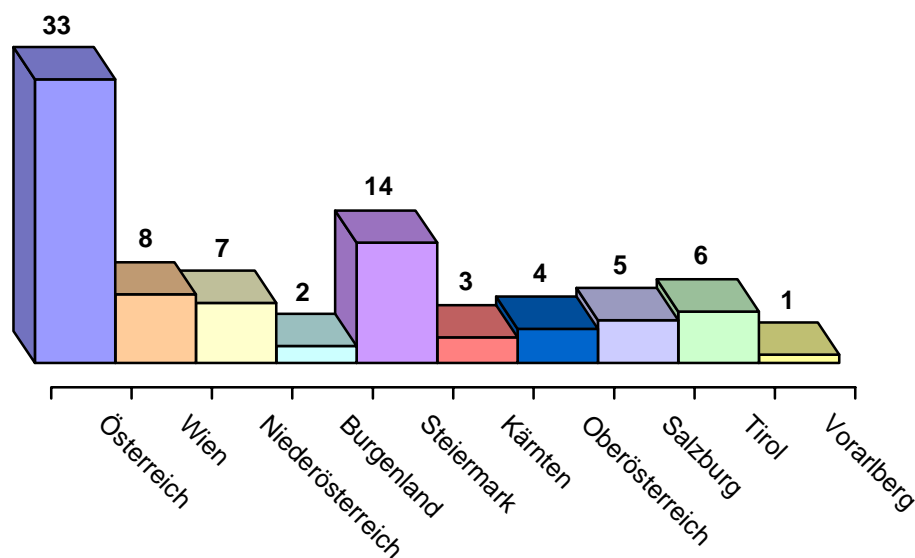


Abbildung 4: Anzahl der agrarischen Printmedien

¹⁹⁸ Siehe dazu auch Anhang A.

7.1.2. Auflage einzelner Agrarzeitschriften

Mit einer Auflage von 148.342 Stück im Jahresschnitt 2004 ist die Österreichische BauernZeitung, die von der Agrar Media Verlags GmbH. herausgegeben wird, die am häufigsten gelesene Agrarzeitschrift. An zweiter Stelle steht Der österreichische Bauernbündler des NÖ-Bauernbundes mit 59.847 aufgelegten Exemplaren. Die drittplatzierte Agrarzeitschrift ist die RAIFFEISENZEITUNG des gleichnamigen Verbandes mit einer Druckauflage von 46.020. Die Österreichische BauernZeitung für Oberösterreich und Salzburg liegt mit 34.430 knapp vor der Österreichischen BauernZeitung – Neues Land für die Steiermark mit 32.745 Exemplaren. Schließlich belegt die Österreichische BauernZeitung – Tirol mit 21.186 noch einen Platz vor der Zeitschrift Der Winzer mit einer Druckauflage von 16.358.

Titel	Druckauflage	Verbreitete Auflage Inland	Verkauf Gesamt
Der Winzer	16.358	15.755	579
Österreichische BauernZeitung- KOMBI	148.342	147.382	3.282
Österreichische BauernZeitung Neues Land	32.745	32.055	690
Der österreichische Bauernbündler	59.648	59.200	855
Landwirtschaftszeitung Oberösterreich / Salzburg	34.430	34.396	836
Tiroler BauernZeitung	21.186	21.088	902
RAIFFEISENZEITUNG	46.020	44.658	5.585

Abbildung 5: Österreichische Auflagenkontrolle Jahresschnitt 2004¹⁹⁹

¹⁹⁹ Vgl. Abbildung aus Österreichische Auflagenkontrolle, Jahresschnitt 2004.

Titel	Druckauflage	Verbreitete Auflage Inland	Verbreitete Auflage
Der Winzer	16.700	15.898	579
Österreichische BauernZeitung	149.547	148.548	3.262
Österreichische BauernZeitung - Neues Land	34.204	33.747	679
Österreichischer Bauernbündler	59.847	59.454	855
Österreichische BauernZeitung Oberösterreich / Salzburg	34.157	34.109	837
Österreichische BauernZeitung Tirol	21.339	21.237	891
RAIFFEISENZEITUNG	46.027	45.013	39.691

Abbildung 6: Österreichische Auflagenkontrolle Halbjahresschnitt 2004²⁰⁰

Titel	Druckauflage	Verbreitete Auflage Inland	Verbreitete Auflage
Der Winzer	16.850	16.275	585
Österreichische BauernZeitung	149.157	147.804	4.306
Österreichische BauernZeitung - Neues Land	30.048	29.616	1.016
Österreichischer Bauernbündler	61.417	60.931	1.596
Österreichische BauernZeitung Oberösterreich / Salzburg	32.948	32.832	871
Österreichische BauernZeitung Tirol	21.290	21.016	823
RAIFFEISENZEITUNG	46.304	44.569	39.272

Abbildung 7: Österreichische Auflagenkontrolle Jahresschnitt 2003²⁰¹

²⁰⁰ Vgl. Abbildung aus Österreichische Auflagenkontrolle, Halbjahresschnitt 2004.

²⁰¹ Vgl. Abbildung aus Österreichische Auflagenkontrolle, Jahresschnitt 2003.

7.2. Beispiel Österreichische BauernZeitung

Die Österreichische BauernZeitung versteht sich durch ihren Untertitel als Österreichs größte Wochenzeitung für den ländlichen Raum. Laut eigener Homepage zählt sie 392.000 Leser und hat sich seit 2001 am Medienmarkt bewährt. Die Bundesausgabe ist aus dem Zusammenschluss der vier Agrarzeitungen Der österreichische Bauernbündler, Landwirtschaftszeitung Oberösterreich, Österreichische BauernZeitung – Tirol und Österreichische BauernZeitung – Neues Land entstanden, wobei sechs Redaktionen an einer agrarischen Wochenzeitung arbeiten.²⁰²

„Die Österreichische Bauernzeitung bringt wöchentlich den Überblick über das politische Geschehen mit Schwerpunkt Landwirtschaft, gibt der Landtechnik, den Fachthemen und den landwirtschaftlichen Marktberichten breiten Raum und bindet die nicht-agrarische Wirtschaft und Lebensbereiche der Menschen im ländlichen Raum mit ein.“²⁰³

Die Website weist auf die Regionalität als große Stärke der Österreichischen BauernZeitung, denn sie unterhält in Wien, St. Pölten, Linz, Salzburg, Innsbruck und Graz eigens Länderredaktionen, um direkt „am Puls der Landwirtschaft“ die ländliche Bevölkerung mit Informationen zu versorgen.²⁰⁴

Die Österreichische BauernZeitung ist als einzige Agrarzeitschrift in der Mediaanalyse (MA) vertreten. In der Österreichischen Auflagenkontrolle (ÖAK) ist sie neben anderen - auch agrarischen - Printmedien wie Der Winzer oder die RAIFFEISENZEITUNG aufgelistet. Mit einer von der ÖAK geprüften Auflage von fast 150.000 Exemplaren erreicht die Österreichische BauernZeitung laut Mediaanalyse Jahresschnitt 2004 insgesamt 4,6 Prozent der Bevölkerung, davon 5,0 Prozent Männer und 4,3 Prozent Frauen.²⁰⁵

²⁰² Vgl. URL: <http://www.bauernzeitung.at/OEBZ-Inhalt/oebz-ueberuns.html> [15.11.2004].

²⁰³ Ebenda.

²⁰⁴ Vgl. ebenda.

²⁰⁵ Vgl. Österreichische Auflagenkontrolle, Jahresschnitt 2004, Verein Media-Analysen, Jahresschnitt 2004.

Alter	Prozent	in 1000
14 bis 19	1,9	11
20 bis 29	4,2	42
30 bis 39	4,8	64
40 bis 49	5,5	68
50 bis 59	5,2	49
60 bis 69	5,3	44
über 70	3,8	33

Abbildung 8: Leser der Österreichischen BauernZeitung nach Alter²⁰⁶

Wie Abbildung 8 zeigt, ist der größte Anteil der Leser der Österreichischen BauernZeitung zwischen 40 und 49 Jahren alt.

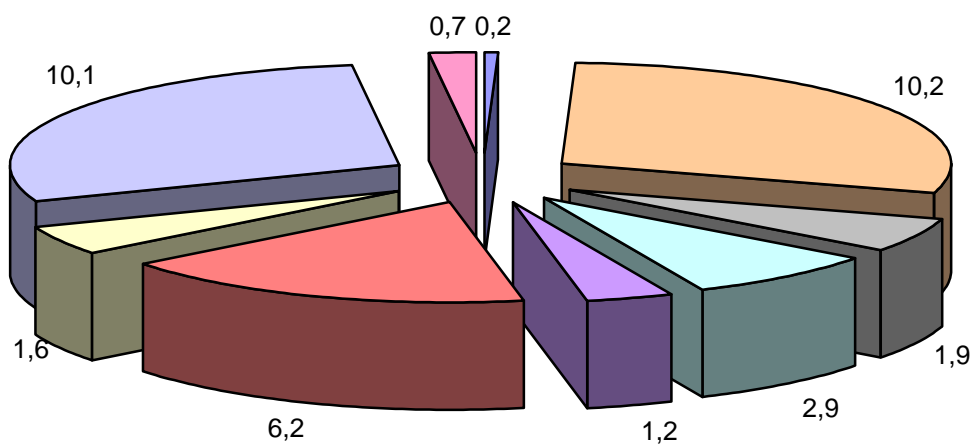
Der Bauernbund beliefert seine ländliche Leserschaft jedoch nicht nur mit der Österreichischen BauernZeitung, sondern unterhält auch Redaktionen und Ableger des Stammmediums in den Bundesländern, die ebenfalls als auflagenstarke Agrarzeitschriften gelten. „NEUES LAND ist die älteste und auflagenstärkste steirische Wochenzeitung für den ländlichen Raum“²⁰⁷, wirbt beispielsweise der steirische Bauernbund auf seiner Homepage. Doch auch Der österreichische Bauernbündler des Landes Niederösterreich und die Ableger in Tirol sowie Oberösterreich und Salzburg erreichen hohe Auflagezahlen.

Die Österreichische BauernZeitung selbst erzielt vor allem in Niederösterreich, Tirol und Oberösterreich eine relativ große Reichweite, hingegen in Wien, Kärnten und Vorarlberg ist die Reichweite eher gering, wie die folgende Abbildung zeigt:

²⁰⁶ Vgl. Abbildung aus Verein Media-Analysen, Jahresschnitt 2004.

²⁰⁷ URL: http://www.stbb.at/4000_196.htm [15.11.2004].

Reichweite der Österreichischen Bauernzeitung in Prozent



■ Wien	■ Niederösterreich	■ Burgenland
■ Steiermark	■ Kärnten	■ Oberösterreich
■ Salzburg	■ Tirol	■ Vorarlberg

Wien	0,2
Niederösterreich	10,2
Burgenland	1,9
Steiermark	2,9
Kärnten	1,2
Oberösterreich	6,2
Salzburg	1,6
Tirol	10,1
Vorarlberg	0,7

Abbildung 9: Reichweite der Österreichischen Bauernzeitung²⁰⁸

²⁰⁸ Vgl. Abbildung aus Verein Media-Analysen, Jahresschnitt 2004.

7.3. Herausgeber und Agrarzeitschriften

In Anlehnung an Schuhs Typisierung der österreichischen Agrarpresse²⁰⁹ erfolgt die Einteilung einiger aktueller agrarischer Printmedien und ihrer Herausgeber, wobei auf funktionelle und personelle Differenzierungen nicht eingegangen wurde.

7.3.1. Printmedien der überparteilichen Organisationen

Kammern für Land- und Forstwirtschaft / Landwirtschaftskammern

Wien

Die Information

Wiener Wein & the city

Niederösterreich

Die Landwirtschaft

Untertitel: *Die Zeitschrift der Niederösterreichischen Landes-
Landwirtschaftskammer*

Burgenland

Mitteilungsblatt der Burgenländischen Landwirtschaftskammer

Steiermark

Landwirtschaftliche Mitteilungen

Untertitel: *Organ der Landeskammer für Land- und
Forstwirtschaft in Steiermark*

Murauer Land

Untertitel: *Informationsblatt der Bezirkskammer für Land- und
Forstwirtschaft Murau*

Kärnten

Kärntner Bauer

Untertitel: *Die Wochenzeitschrift der Kammer für Land- und
Forstwirtschaft in Kärnten*

²⁰⁹ Vgl. Schuh, 1969, S. 26ff.

Oberösterreich*Der Bauer*

Untertitel: *Mitteilungsblatt der Oberösterreichischen
Landwirtschaftskammer*

Salzburg*Salzburger Bauer*

Untertitel: *Die Wochenzeitung der Salzburger
Landwirtschaftskammer*

Tirol*Landwirtschaftliche Blätter*

Untertitel: *Wochenzeitung der Tiroler Landwirtschaftskammer
für Bauern, Bäuerinnen und ländlichen Raum*

Vorarlberg*Unser Ländle*

Untertitel: *Mitteilungen der Landwirtschaftskammer Vorarlberg*

LandarbeiterkammernNiederösterreich*Kammermitteilungsblatt*

Untertitel: *Informationsblatt für die land- und
forstwirtschaftlichen Dienstnehmer in Niederösterreich*

Steiermark*Land- und Forstarbeit heute*

Untertitel: *Mitteilungsblatt der Steiermärkischen
Landarbeiterkammer*

Kärnten*Mitteilungen (Landarbeiterkammer Kärnten)*

Untertitel: *der Landarbeiterkammer für Kärnten*

Salzburg*Mitteilungsblatt der Landarbeiterkammer für Salzburg*

Amt der NÖ Landesregierung

Abteilung Naturschutz

Österreich

Natur

Untertitel: *Näher beim Naturschutz, Informationen aus erster Hand*

Abteilung Landwirtschaftliche Bildung

Niederösterreich

„Bildungsjournal“

Untertitel: *Magazin für Pädagogik, Kommunikation und Gesellschaft der Idw. Fachschulen NÖ*

Österreichischer Raiffeisenverband

Österreich

RAIFFEISENZEITUNG

Untertitel: *Die wöchentliche Information für Gesellschaft, Wirtschaft & Kultur*

Oberösterreich

Genossenschaftsbrief

Untertitel: *Mitteilungen des Raiffeisenverbandes Österreich*

Sozialversicherungsanstalt der Bauern

Österreich

SVB aktuell

SVB Info

7.3.2. Printmedien der parteipolitischen Organisationen

Österreichischer Bauernbund

Österreich

Österreichische BauernZeitung

Untertitel: *Österreichs größte Wochenzeitung für den ländlichen Raum*

Österreichische BauernZeitung – Niederösterreich (Österreichischer Bauernbündler)

Untertitel: *Österreichs größte ländliche Wochenzeitung*

Burgenland

Burgenländischer Agrarkurier

Untertitel: *Organ des Burgenländischen Bauernbundes*

Steiermark

Österreichische BauernZeitung – Neues Land

Salzburg

Österreichische BauernZeitung – Oberösterreich / Salzburg

Untertitel: *Österreichs größte ländliche Wochenzeitung*

Tirol

Österreichische BauernZeitung – Tirol

Untertitel: *Österreichs größte ländliche Wochenzeitung*

Land- und Forstarbeiterbund

Oberösterreich

Der Land- und Forstarbeiterbrief

Untertitel: *Mitteilungsblatt des Oberösterreichischen Land- und Forstarbeiterbundes*

Tirol

Der Landarbeiter

Untertitel: *Organ des Tiroler Land- und Forstarbeiterbundes mit den Mitteilungen der Landarbeiterkammer für Tirol*

Oberösterreichische SPÖ-Bauern

Oberösterreich

Mitteilungen der oberösterreichischen SPÖ-Bauern

7.3.3. Landwirtschaftliche Fachzeitschriften

Bundesministerium für Land und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

Österreich

Nachwachsende Rohstoffe

Untertitel: *Mitteilungen der Fachbereichsarbeitsgruppe*

Herausgeber, Redaktion, Verwaltung: Bundesanstalt für
Landtechnik

Wien

Ländlicher Raum

Untertitel: *Zeitschrift für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und
Wasserwirtschaft – Print und Online*

Abteilung Wasserhaushalt

Österreich

Mitteilungsblatt des Hydrographischen Dienstes in Österreich

Ökosoziales Forum Österreich

Österreich

Agrarische Rundschau

Ökoenergie

Untertitel: *Magazin zur Förderung erneuerbarer Energie und der
Energieeffizienz*

Österreichisches Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung

Österreich

Land & Raum

Untertitel: *Zeitschrift zur Verbreitung guter Ideen im ländlichen
Raum*

Universität für BodenkulturÖsterreich*BLICK INS LAND*Untertitel: *Das Magazin für den ländlichen Raum**Die Bodenkultur*Untertitel: *Austrian Journal of Agricultural Research*Hauptverband der Land- und Forstwirtschaftsbetriebe ÖsterreichsÖsterreich*Aktuell*Untertitel: *Mitteilungen des Hauptverbandes der Land- und Forstwirtschaftsbetriebe Österreichs*Verband Österreichischer SchweineerzeugerÖsterreich

VÖS Magazin

Untertitel: *Fach- & Mitteilungsblatt des Verbandes österreichischer Schweineerzeuger*Österreichische BergbauernvereinigungÖsterreich*Wege für eine bäuerliche Zukunft*Untertitel: *Zeitschrift der Österreichischen Bergbauernvereinigung (ÖBV) – Initiativen für eine bäuerliche Zukunft*Österreichischer AgrarverlagÖsterreich*Agrarische Rundschau**Besseres Obst*Untertitel: *Fachorgan des österreichischen Bundesobstbauverbandes*

Der Pflanzenarzt

Untertitel: *Fachzeitschrift für Pflanzenschutz, Vorratsschutz,
Pflanzenernährung*

Der Winzer

Untertitel: *Fachblatt des österreichischen Weinbaues,
Mitteilungsblatt des Bundesverbandes der Weinbautreibenden
Österreichs*

Holzkurier

Untertitel: *Forst- und holzwirtschaftlicher Wochendienst*

Niederösterreich*Österreichische Forstzeitung*

Untertitel: *Die Zeitung für Wald, Forstwirtschaft und Landschaft*

Leopold-Stocker-VerlagSteiermark*Alpenländische Bienenzeitung*

Untertitel: *Fachzeitschrift für den Imker*

Bienenwelt

Untertitel: *Fachzeitschrift für den Imker*

Der fortschrittliche Landwirt (Die Grüne)

Untertitel: *Fachzeitschrift für die bäuerliche Familie*

*Fleckviehzucht in Österreich**Sunnseit'n*

Untertitel: *Zeitschrift für bäuerliche Vermieter/Innen*

Agrar-Post-Verlag Dr. Bruno Müller GmbH.*Agrar Post*

Untertitel: *Unabhängige österreichische Zeitschrift*

7.4. Leseranalyse landwirtschaftlicher Fachzeitschriften

Die im Folgenden dargestellte Untersuchung ist ein Kooperationsprojekt des Fessel-GfK Instituts für Marktforschung mit der HBLA Raumberg-Trautenfels und wurde im Rahmen einer repräsentativen Landwirte-Mehrthemenumfrage durchgeführt. Die Daten wurden in einer persönlichen Befragung erhoben.²¹⁰

Zu den Zielpersonen zählten Hofbesitzer bzw. Betriebsführer bei landwirtschaftlichen Großbetrieben. Die repräsentative Stichprobe wurde nach den Kriterien Bundesland und Betriebsgröße gewählt und betrug 1.800. Der Erhebungszeitraum war von 17. Februar bis 23. Februar 2003 bzw. von 21. März bis 30. April 2003.²¹¹

Diese Analyse wird in dieser Arbeit auszugsweise mit freundlicher Genehmigung des Verbandes der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich VAÖ veröffentlicht.

²¹⁰ Vgl. Fessel-GfK Institut für Marktforschung, 2003, S. 2.

²¹¹ Vgl. ebenda, S. 2f.

7.4.1. Leser pro Nummer (LpN) – Trendvergleich

Das Fessel-GfK Institut definiert Leser pro Nummer als „jene Respondenten (...), die die betreffende Zeitschrift innerhalb eines Zeitintervalls, welches dem Erscheinungsrhythmus entspricht *gelesen oder durchgeblättert* haben.“²¹²

	2003	1996	1993
Der Bauer	16	17	17
Kärntner Bauer	7	7	6
Der Salzburger Bauer	4	3	4
Unser Ländle	2	2	*
Tiroler landwirtschaftliche Blätter	5	*	*
Der fortschrittliche Landwirt (die Grüne)	29	19	24
Landwirtschaftliche Mitteilungen für die Steiermark	20	17	20
Mitteilungsblatt der burgenländischen Landwirtschaftskammer	4	6	9
BLICK INS LAND	69	59	67
Die Information	1	*	*
Die Landwirtschaft	16	16	12
Fleckviehzucht in Österreich	8	*	*
Top Agrar Österreich Journal	16	10	9
Unser Land	24	17	12

* nicht erhoben

Abbildung 10: Leser pro Nummer - Trendvergleich²¹³

²¹² Ebenda, S. 5.

²¹³ Vgl. Abbildung aus ebenda, S. 7ff.

7.4.2. Weitester Leserkreis (wLk) – Trendvergleich

Als weitesten Leserkreis bezeichnet das Fessel-GfK Institut jene Personengruppe, „die die betreffende Zeitschrift innerhalb eines größeren Zeitintervalls, welches sich am Erscheinungsrhythmus orientiert *gelesen oder durchgeblättert* haben.“²¹⁴

	2003	1996	1993
Der Bauer	19	24	25
Kärntner Bauer	9	9	8
Der Salzburger Bauer	4	5	5
Unser Ländle	2	3	*
Tiroler landwirtschaftliche Blätter	6	*	*
Der fortschrittliche Landwirt (die Grüne)	38	28	37
Landwirtschaftliche Mitteilungen für die Steiermark	21	19	23
Mitteilungsblatt der burgenländischen Landwirtschaftskammer	4	8	10
BLICK INS LAND	65	69	77
Die Information	1	*	*
Die Landwirtschaft	18	9	10
Fleckviehzucht in Österreich	12	*	*
Top Agrar Österreich Journal	25	15	16
Unser Land	28	19	14

* nicht erhoben

Abbildung 11: Weitester Leserkreis - Trendvergleich²¹⁵

²¹⁴ Ebenda, S. 12.

²¹⁵ Vgl. Abbildung aus ebenda, S. 14ff.

7.4.3. Qualitative Beurteilung und Image

Die agrarischen Titel wurden auf Basis des weitesten Leserkreises und des Erscheinungsgebietes anhand folgender Kriterien bewertet:

- „... am informativsten, was Informationen über die Betriebsführung betrifft“
- „... die am besten über neue Trends in der Landwirtschaft berichten“
- „... die eine besonders praxisnahe Berichterstattung bieten, die dem Landwirt direkt nutzbare Entscheidungshilfen gibt“²¹⁶

Diese den jeweiligen Medien zugeordneten Eigenschaften wurden als Merkmale in Bezug auf die qualitative Beurteilung und das Image der landwirtschaftlichen Fachzeitschriften gewertet, wie die folgenden Abbildungen zeigen.²¹⁷

²¹⁶ Ebenda, S. 19.

²¹⁷ Vgl. Abbildungen aus ebenda, S. 20ff.

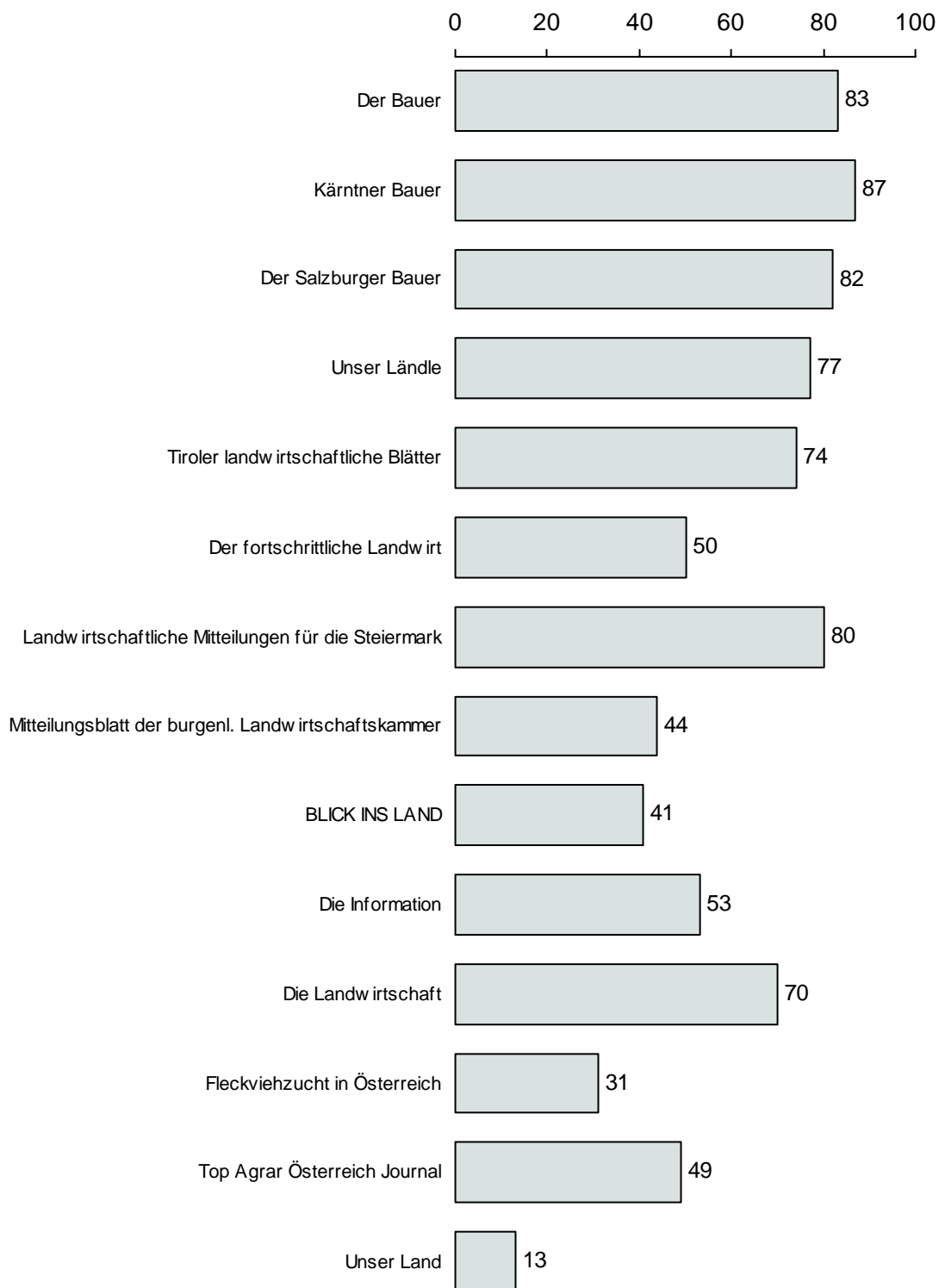


Abbildung 12: Am informativsten bei Betriebsführung



Abbildung 13: Berichten am ehesten über neue Trends

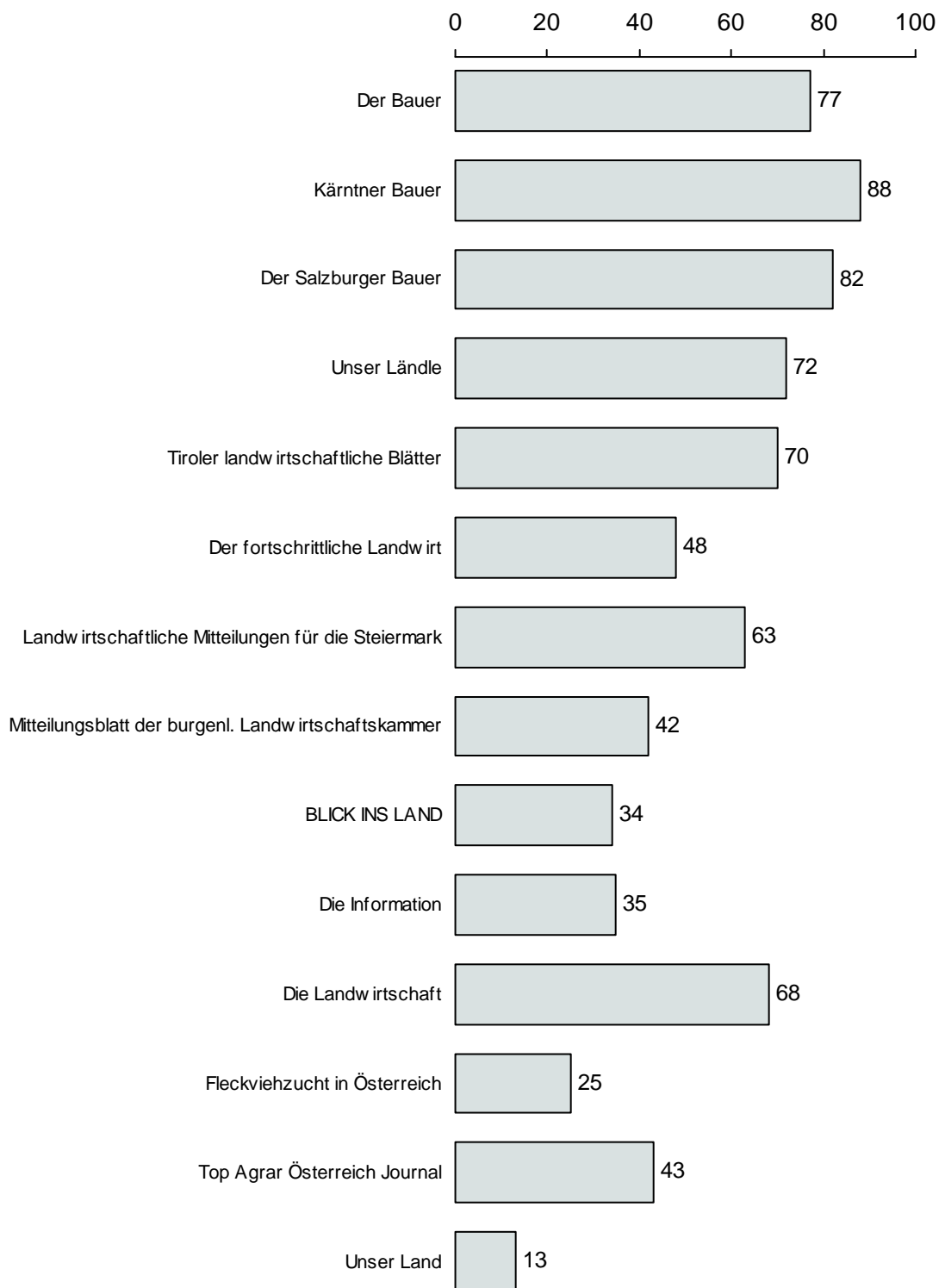


Abbildung 14: Besonders praxisnahe Berichterstattung

7.4.4. Ergebnisse und weitere Schwerpunkte

Im Trendvergleich des Leser pro Nummer und des weitesten Leserkreises wird allen voran BLICK INS LAND von der Zielgruppe gelesen.

Am informativsten bei Informationen über die Betriebsführung zeigte sich der Kärntner Bauer mit kleinem Vorsprung. Am ehesten über neue Trends in der Landwirtschaft berichtet laut dieser Studie ebenfalls der Kärntner Bauer und auch eine besonders praxisnahe Berichterstattung, die dem Landwirt direkt Entscheidungshilfen gibt, wird vor allem dem Kärntner Bauer zugeschrieben.

Diese Erhebung wurde im Jahr 2003 durchgeführt, eine neue Umfrage könnte daher auch andere Ergebnisse zutage bringen.

Neben den oben beschriebenen Faktoren wurden auch die Leser-Blatt-Bindung, d.h. ob der Rezipient die einzelne Zeitschrift vermissen würde, wenn er sie nicht mehr bekäme, die Leseintensität, d.h. wie viel im allgemeinen von einer Ausgabe der Zeitschrift gelesen wird, sowie die Reichweiten und Kennzahlen der einzelnen Zeitschriften näher analysiert, die PC- bzw. Internetnutzung untersucht und auf landwirtschaftliche Betriebe hochgerechnet.²¹⁸

Da sich die vorliegende Arbeit jedoch nicht unbedingt mit der Rezeption agrarischer Printmedien beschäftigt, wurden nur ausgewählte Untersuchungskriterien dargelegt.

²¹⁸ Vgl. ebenda.

7.5. Fachzeitschrift Agrarjournalist

Speziell für Fachjournalisten der Agrarbranche sowie für Wirtschaftsjournalisten und wichtige Entscheidungsträger erscheint die Sonderedition Agrarjournalist des Medienfachverlages Oberauer in Zusammenarbeit mit dem Verband Deutscher Agrarjournalisten VDAJ mit einer Auflage von 10.000 Exemplaren.²¹⁹

Die geografische Verbreitung liegt in Österreich und der Schweiz bei jeweils 15 Prozent, in Deutschland bei 70 Prozent.²²⁰

Neben dem Agrarjournalist verlegt der Medienfachverlag Oberauer auch weitere Fachinformationen für Journalisten wie Der Österreichische Journalist oder Wirtschaftsjournalist etc.

²¹⁹ Vgl. URL: http://www.oberauer.com/download/md_aj.pdf [12.01.2005].

²²⁰ Vgl. ebenda.

8. Verband der Agrarjournalisten und -publizisten in Österreich VAÖ

8.1. Von der Entstehung bis heute

Nach Ende des Zweiten Weltkrieges sollte das Verständnis für die Belange der Bauern gefördert werden, um die Differenzen zwischen Stadt und Land zu überbrücken. Unter dem Motto „Stadt und Land reicht euch die Hand“ veranstaltete die damalige Niederösterreichische Landwirtschaftskammer Pressekonferenzen und –veranstaltungen. Im Jahre 1949 formierte sich während einer Pressefahrt der Kern einer Journalistenrunde, die am 25. Mai 1951 in Wien den Österreichischen Agrarjournalisten-Klub gründete.²²¹

Der erste Unterstützer des Grundgedankens, eine Fachorganisation für die österreichischen Agrarjournalisten ins Leben zu rufen, war jedoch Kammeramtsdirektor Leo Müller. Dessen Stellvertreter und Bauernbunddirektor Eduard Hartmann brachte den Impuls, den Klub am 2. Februar 1953 der Öffentlichkeit vorzustellen.²²²

In jedem Bundesland wurden am Sitz der Landwirtschaftskammer Filialklubs eingerichtet, die parallel zu Veranstaltungen in Wien und Niederösterreich Pressekonferenzen oder -fahrten abhielten. Mit der zunehmenden Veranstaltungs- und Mitgliederzahl erfolgte eine Eingliederung in den Presseclub Concordia, deren Vorstandsmitglied Prof. Mag. Dr. Theo Fischlein war und auch die Fachgruppe Agrarjournalisten leitete. Am 15. Juni 1962 wurde der Agrarjournalisten-Klub mit mehrheitlicher Zustimmung in einen Verein umgewandelt, damit nicht mehr nur Berufsjournalisten sondern auch andere Journalisten Mitglieder werden konnten. Der Verein repräsentierte folgende drei Säulen: Niederösterreichische

²²¹ Vgl. Fischlein, 2001, S. 23.

²²² Vgl. ebenda, S. 23ff.

Landwirtschaftskammer, Raiffeisenverband und Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern. 1957 stieß noch der Verband der Wald- und Gutsbesitzer dazu und der Österreichischen Journalisten-Klub nannte sich nun Verband der Agrarjournalisten in Österreich - kurz VAÖ.

Präsident des Verbandes war ab Oktober 1962 Dr. Erhard Bobersky, Chefredakteur der Wochenzeitschrift Die Genossenschaft, der 1970 von Dipl.-Ing. Paul Esterházy, Chefredakteur der Zeitschrift Der Land- und forstwirtschaftliche Gutsbetrieb, abgelöst wurde. Später wurden Prof. Dipl.-Ing. Rudolf Wicha, Agrarpublizist und von 1973 bis 1989 Landfunk-Koordinator, und dann Prof. Ing. Paul Gruber, Chefredakteur des Österreichischen Bauernbündlers, zum Vereinspräsidenten gewählt. Zu den Presseterminen wurden nun auch Vertreter der nicht-agrarischen Medien eingeladen und in Folge traten etliche dem VAÖ als Mitglieder bei.²²³ Der Nachfolger von Gruber und derzeitiger Vereinspräsident ist Dr. Josef Siffert, Pressesprecher der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs.

Die Attraktivität des VAÖ war durch interessante Aktivitäten im ländlichen Gebiet gewährleistet. Hochrangige Persönlichkeiten aus Politik und Wissenschaft nahmen im Rahmen des VAÖ zu aktuellen Agrarfragen Stellung und erzielten dadurch auch eine hohe Öffentlichkeitswirkung.

Die Erneuerung und Neugestaltung alter bäuerlicher Sitten und Bräuche, wie etwa die Weintaufe, war ebenfalls Teil des Betätigungsfeldes des Verbandes.²²⁴

Die Entwicklungen in Österreich und anderen Ländern führten am 16. November 1956 in Paris zur Gründung eines Internationalen Agrarjournalistenverbandes, der Union Internationale des Journalistes Agricoles UIJA. Österreich war Mitbegründer dieser Union, aus der in Folge die Internationale Föderation der Agrarjournalisten IFAJ hervorging. Der

²²³ Vgl. ebenda.

²²⁴ Vgl. ebenda.

Präsident des österreichischen Verbandes wurde auch in das Generalsekretariat gewählt und entwarf die erste internationale Legitimation für Agrarjournalisten.

Das 10jährige Jubiläum des VAÖ war Anlass, den 5. Internationalen Agrarjournalistenkongress von 17. bis 23. Juni 1961 erstmals in Österreich abzuhalten. Aber auch später war Österreich erneut Standort internationaler Agrarjournalistenkongresse.²²⁵

Seit 1990 lädt der VAÖ jährlich jeweils in einem anderen Bundesland zum Österreichischen Agrarjournalistenkongress. Ziele dieser Veranstaltung sind die Betonung der Agrarstruktur und der agrarjournalistischen Besonderheiten des jeweiligen Bundeslandes, die Behandlung rein journalistischer Fragen und die Intensivierung der Kontakte zu den Mitgliedern. Von Beginn an wurden zu den Kongressen auch Journalisten aus den Nachbarländern eingeladen, um Sach- und Fachinformationen auszutauschen. Eine enge Beziehung unterhält der VAÖ seit vielen Jahren zu Deutschland und der Schweiz, in jüngerer Zeit auch zu Ungarn. Etwa 15 Presseveranstaltungen pro Jahr werden vom VAÖ arrangiert, die Verleihung der Eduard-Hartmann-Preise gilt als Höhepunkt des Jahres.²²⁶

1999 änderte der Verband seinen Namen in Verband der Agrarjournalisten und -publizisten in Österreich, um den aktuellen Entwicklungen im Journalismus zu entsprechen. 2001 feierte der VAÖ sein 50jähriges Bestehen und zählte 170 ordentliche, 38 emeritierte und 20 fördernde Mitglieder.²²⁷ Im Jahr 2005 sind es bereits 212 ordentliche, 39 emeritierte und 21 fördernde Mitglieder.²²⁸

²²⁵ Vgl. ebenda.

²²⁶ Vgl. ebenda, S. 31ff.

²²⁷ Vgl. ebenda.

²²⁸ Vgl. Verband Deutscher Agrarjournalisten, 2005, S. 172ff.

8.2. Der Eduard-Hartmann-Preis

In der Generalversammlung des VAÖ vom 17. Mai 1967 wurde unter Präsident Dr. Erhard Bobersky die Errichtung eines Eduard-Hartmann-Preises für Agrarpublizistik beschlossen.²²⁹

Dipl.-Ing. Eduard Hartmann war unter anderem Direktor des Niederösterreichischen Bauernbundes, Abgeordneter zum Nationalrat, Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft und Landeshauptmann von Niederösterreich. Mit dem Landwirtschaftsgesetz legte er einen Grundstein für den Bestand und die Konkurrenzfähigkeit der Landwirtschaft. „Zeit seines Wirkens trat Hartmann immer wieder publizistisch hervor und fühlte sich dem Agrarjournalismus, dem er höchste Bedeutung zumaß, eng verbunden.“²³⁰ Seine erste Pressekonferenz als Landwirtschaftsminister gab er unter dem Motto „Agrarpolitik geht alle an“.²³¹

Seit 1967 hat der VAÖ jährlich mit wenigen Unterbrechungen bis ins Jahr 2004 insgesamt 59 Journalisten mit dem Eduard-Hartmann-Preis geehrt. Eine Jury aus ehemaligen Preisträgern wählt je einen Preisträger aus den allgemeinen Medien und einen aus den Agrarmedien. Die jährliche Preisverleihung im Herbst gilt als agrarpolitisches Ereignis, denn Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens fungieren als Festredner. Darunter u.a. Dr. Wolfgang Schüssel, Dr. Alfons Gorbach, Dr. Benita Ferrero-Waldner, Rudolf Schwarzböck, Dr. Alois Schwarz und viele andere.²³²

Eduard-Hartmann-Preisträger siehe Anhang B.

²²⁹ Vgl. Verband der Agrarjournalisten und -publizisten in Österreich, 2001, S. 41.

²³⁰ Ebenda.

²³¹ Vgl. Fischlein, S. 26.

²³² Vgl. URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/vaoe> [14.07.2004].

8.3. Die Josef-Steininger-Urkunde

Seit dem Jahre 1995 verleiht der VAÖ „an Journalisten oder Publizisten, die sich in ihren Arbeiten in hervorragender Weise wichtiger Fragen der Land- und Forstwirtschaft annehmen, die Josef-Steininger-Urkunde. Die Steininger-Urkunde wird nur an Mitglieder des Verbandes vergeben.“²³³

1877 gründete der Weinbauer Josef Steininger die Zeitschrift Mittelstraße, mit deren Hilfe er für die Anliegen der Landwirtschaft werben konnte. 21 Jahre fungierte Steinhauer als Herausgeber dieser Zeitschrift und wurde dadurch zu einem „Pionier des Agrarjournalismus in Österreich.“²³⁴

Empfänger der Josef-Steininger-Urkunde siehe Anhang C.

²³³ URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/vaoe/index.cfm?showfile=steiningeru> [12.01.2005].

²³⁴ Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich, 2001, S. 45.

8.4. Goldene Ehrennadel

Beim VAÖ-Kongress 2004 wurde vom Verband der Agrarjournalisten und -publizisten in Österreich erstmals die Goldene Ehrennadel verliehen, die als Nachfolgeauszeichnung der so genannten VAÖ-Medaille gilt. Damit werden jene Persönlichkeiten geehrt, „die sich in eigenem Namen oder als Repräsentanten einer Organisation für den Agrarjournalistenverband außerordentlich verdient gemacht haben.“²³⁵

Die ersten Preisträger der Ehrennadel waren Dr. Willi Weber, Vorsitzender des Verbandes Deutscher Agrarjournalisten VDAJ und Ing. Leo Sommergruber, Presse- und Marketingchef der Rieder Messe. Der Geschäftsführer der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, Dr. Stephan Mikinovic, wurde im Rahmen des „Festes des Agrarjournalismus“, in dem auch die Verleihung des 58. und 59. Eduard-Hartmann-Preises stattfand, ebenfalls mit der Goldenen Ehrennadel des VAÖ ausgezeichnet.²³⁶

²³⁵ URL: <http://www.agrarnet.info> [22.10.2004].

²³⁶ Vgl. ebenda, URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/> [12.01.2005].

8.5. Vorstand

Zu den Mitgliedern des Vorstands des Verbandes der Agrarjournalisten und -publizisten in Österreich zählen:²³⁷

Präsident:

Dr. Josef Siffert

Pressesprecher Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, Chefredakteur BauernJournal

Vizepräsident und Finanzreferent:

Klaus Orthaber

Geschäftsführer SPV Printmedien GesmbH, BLICK INS LAND

Vizepräsident:

Josef A. Standl

Chefredakteur Salzburger Bauer, Chefredakteur BauernJournal

1. Schriftführer:

Kurt Ceipek

Chefredakteur Raiffeisenzeitung

2. Schriftführer:

Ing. Wilhelm Tritscher

Chefredakteur-Stellvertreter Der fortschrittliche Landwirt

Beiräte (in alphabetischer Reihenfolge):

Ing. Hans Adler

Publizist

²³⁷ Vgl. Verband Deutscher Agrarjournalisten, 2005, S. 172f. bzw. URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/vaoe> [12.01.2005].

Elisabeth Fischlein
Beirätin Emeritierte

Dipl.-Ing. Heinz Krichbaumer
Chefredakteur Der Bauer

Dipl.-Ing. Martin Kugler
Redakteur Die Presse

Dipl.-Ing. Oskar Wawschinek
Pressesprecher Agentur für Gesundheit- und Ernährungssicherheit (AGES)

Mag. Hermine Wittmann-Eibinger
Leiterin der Unternehmenskommunikation Agrarmarkt Austria (AMA)

8.6. Berufsbild des Agrarjournalisten

Der Verband Deutscher Agrarjournalisten VDAJ definiert das Berufsbild des Agrarjournalisten im Rahmen eines Taschenbuches für Agrarjournalisten aus Deutschland, Schweiz und Österreich auf Basis des Berufsbildes für die allgemeinen Journalisten. Auch für Agrarjournalisten gelten im Prinzip die Tätigkeitsbereiche unter Beachtung folgender Ergänzungen:

1. „Die Arbeit des Agrarjournalisten erstreckt sich auf den Gesamtbereich der Agrar- und Ernährungswirtschaft unter Einbeziehung sämtlicher Spezial- und Randgebiete sowie des Umweltschutzes. Seine Arbeit ist sowohl auf die (...) Zielgruppen als auch auf die breite Öffentlichkeit ausgerichtet.
2. Der Zugang zum Beruf des Agrarjournalisten ist grundsätzlich frei. Zur optimalen Erfüllung der gestellten Aufgaben sind in der Regel eine abgeschlossene Fachausbildung (z. B. Fachhochschule/Universität) sowie praktische Erfahrungen im Berufsfeld Voraussetzung.
3. Eine zweijährige journalistische Ausbildung (Volontariat) wird für notwendig und angemessen gehalten. Je nach Vorbildung und Eignung kann diese Regelzeit verkürzt werden.“²³⁸

Dieses Berufsbild gehört zu den verbindlichen Grundsätzen und Richtlinien für den Verband Deutscher Agrarjournalisten VDAJ.

Die Unterschiede zum „allgemeinen“ Journalismus ergeben sich größtenteils aus dem Fachgebiet Agrarwesen und Landwirtschaft selbst.

²³⁸ Verband Deutscher Agrarjournalisten, 2005, S. 160f.

9. Untersuchung

9.1. Schriftliche Befragung

In der empirischen Sozialforschung wird die Befragung häufig als Datenerhebungsverfahren angewendet. Laut Atteslander erscheine Nichts einfacher, als das Sammeln von Informationen durch Fragen.²³⁹ Auch für Friedrichs erscheint das Fragen als „eines der in den Sozialwissenschaften am häufigsten verwendeten Vorgehen“.²⁴⁰

Die Wissenschaftlichkeit einer Befragung beruhe auf der systematischen Zielgerichtetheit und Theorie, so Atteslander. Den entscheidenden Unterschied zur alltäglichen Befragung sieht er „in der *theoriegeleiteten Kontrolle der gesamten Befragung*“.²⁴¹

Jede Befragung stelle eine soziale Situation dar, selbst dann, wenn der Befragte für sich allein einen schriftlichen Fragebogen beantworte.²⁴²

Die Motivation der Befragung sei allerdings asymmetrisch, da der Interviewer stärker interessiert sei, Antworten zu bekommen, als der Befragte, diese zu geben.²⁴³

Als Hauptproblem der schriftlichen Befragung wird in der sozialwissenschaftlichen Literatur vor allem die „*Rücklaufquote*, d.h. der Anteil der zurückgesandten an den insgesamt verschickten Fragebögen“²⁴⁴ angeführt. Diese Methode sei jedoch gut verwendbar, wenn es sich bezüglich des Themas um eine homogene Gruppe handle.²⁴⁵ Atteslander

²³⁹ Vgl. Atteslander, 1995, S. 132.

²⁴⁰ Friedrichs, 1980, S. 193.

²⁴¹ Atteslander, 1995, S. 135.

²⁴² Vgl. Atteslander, 1995, S. 132 ff.

²⁴³ Vgl. Atteslander, 1995, S. 155.

²⁴⁴ Friedrichs, 1980, S. 237.

²⁴⁵ Vgl. ebenda.

sieht in der schriftlichen Befragung „geschlossener, homogener Gruppen, z. B. einer Interessengemeinschaft“²⁴⁶ ebenfalls eine Ausnahme. Bei geographisch stark verstreuten Adressaten sei die schriftliche Befragung oft die einzige Lösung der Erhebungsprobleme.²⁴⁷

„Bei der *netzbasierter* oder *Online-Befragung* werden die Fragebögen im Internet verschickt. Diese Art der Befragung kann prinzipiell per E-Mail, per Newsgroup oder im WWW stattfinden. Der erste Weg ist allerdings nur in geringem Maß erfolgreich, da viele Nutzer unerwünschte kommerzielle E-Mails abblocken. Zudem fallen die Telefonkosten zum Herunterladen beim Nutzer an.“²⁴⁸

Die vorliegende Untersuchung verwendet die Methode der netzbasierter bzw. Online-Befragung per E-Mail als Erhebung von Informationen über das Berufsbild und Selbstverständnis der Agrarjournalisten.

²⁴⁶ Atteslander, 1995, S. 168.

²⁴⁷ Vgl. Friedrichs, 1980, S. 236 f.

²⁴⁸ Scholl, 2003, S. 46.

9.2. Fragebogaufbau

Friedrichs verlangt von Fragen, dass sie aus dem Interesse des Forschers gestellt werden.²⁴⁹ Nach Atteslander hängt der logische Aufbau des Fragebogens vom Untersuchungsgegenstand, dem Forschungsziel sowie den theoretischen Forschungsregeln ab.²⁵⁰

Der dieser Untersuchung zugrunde liegende Fragebogen orientiert sich daher an den eingangs gestellten Forschungsfragen.²⁵¹

Die Antworten auf die Fragen nach den redaktionellen Strukturen geben Aufschluss über das Medium, die Funktion des Interviewten im Medium, das dominierende Arbeitsverhältnis, die Eigenständigkeit der Redaktion und die Größe der Redaktion.

Die Fragen nach den Voraussetzungen für eine Bewerbung als Agrarjournalist in der jeweiligen Redaktion bzw. aus welchen Bereichen die Mitarbeiter des Mediums stammen und der Ausbildungsweg des Befragten, sollen dazu beitragen, ein Berufsbild des Agrarjournalisten zu skizzieren.

Die Beantwortung der Fragen nach einer Definition von Agrarjournalismus, der Absicht der Berichterstattung und der wichtigsten agrarjournalistischen Funktion geben Auskunft über Wertung und (Selbst-)Verständnis der Journalisten.

Die Fragen nach den Diensten und Quellen, welche für die Recherche genutzt werden, sollen dazu beitragen, die Recherchemethoden der Agrarjournalisten zu erörtern.

²⁴⁹ Vgl. Friedrichs, 1980, S. 204.

²⁵⁰ Vgl. Atteslander, 1995, S. 194.

²⁵¹ Siehe dazu Kapitel 2.1.

Die Frage nach der Mitgliedschaft in Verbänden wurde gestellt, um Erkenntnisse über die Relevanz dieser Organisationen im Agrarjournalistenkreis zu gewinnen.

Schließlich wurden die Journalisten nach zukünftigen Entwicklungen oder Trends des Agrarjournalismus in Österreich gefragt, um Auskunft über die vorherrschenden Meinungen darüber zu erhalten.

9.3. Teilnehmerkreis und Rücklauf

Die für diese Untersuchung zu befragenden Journalisten sind für agrarische Printmedien in ganz Österreich tätig und somit auf alle Bundesländer verteilt. Da es sich hinsichtlich des Themas um eine homogene aber geographisch verstreute Gruppe handelt, wurde die Methode der schriftlichen Befragung per E-Mail angewandt.

Als Befragungszeitraum wurden die ersten beiden Februarwochen 2005 gewählt, wobei die Befragten zur Beantwortung zwei Wochen Zeit hatten. In die Auswertung sind jedoch auch später eingelangte Fragebögen eingeflossen. Durch einen persönlichen Begleitbrief wurden die Journalisten auf den Grund der Umfrage und das Interesse der Forscherin hingewiesen. Nach einer Woche wurde der Teilnehmerkreis mit einem weiteren Schreiben an die Antwort bzw. Rücksendung erinnert.

Die Grundgesamtheit wurde aufgrund der Vielfältigkeit der Agrarzeitschriften und der themenrelevanten Zeitschriften gewählt. Insgesamt wurden an 64 Redaktionen bzw. Emailadressen, die dem Pressehandbuch 2004 entnommen wurden, Fragebögen versandt.

Der von Scholl dargestellte Nachteil der Befragung per E-Mail zeigte sich bei der vorliegenden Untersuchung nur in geringem Maße, da sehr wenige der versandten E-Mails abgeblockt wurden. Wie sich durch Telefonate mit den betreffenden Adressaten herausstellte, war dies jedoch in den meisten Fällen auf im Pressehandbuch 2004 falsch angegebene oder bereits erneuerte E-Mailadressen zurückzuführen. Die betreffenden Redaktionen wurden ein weiteres Mal mit der neuen Adresse angeschrieben bzw. in einem Fall auf Wunsch per Fax mit dem Fragebogen konfrontiert. Nur ein Adressat konnte nicht kontaktiert werden, zwei E-Mailadressen stellten sich dagegen überhaupt als Irrläufer heraus. Insgesamt wurden 24 Fragebögen zurückgesendet, was einer Rücklaufquote von 37,5 Prozent entspricht.

9.4. Darstellung der Ergebnisse

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung beanspruchen weder vollständig noch repräsentativ zu sein. Die quantitativ ausgewerteten Antworten auf die gestellten Fragen zeigen jedoch aussagekräftige Tendenzen.

Journalisten aus den Redaktionen folgender Agrarzeitschriften haben an dieser Umfrage teilgenommen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Agrar Post – Unabhängige österreichische Zeitschrift
- Agrarische Rundschau
- Agrarjournal – Zeitschrift des Absolventenverbandes der Diplomingenieure für Landwirtschaft
- BauernJournal (monatliches Supplement in allen neun Landwirtschaftskammerzeitungen)
- BLICK INS LAND – Das Magazin für den ländlichen Raum
- Der Bauer – Mitteilungsblatt der Oberösterreichischen Landwirtschaftskammer
- Der fortschrittliche Landwirt (Die Grüne) – Fachzeitschrift für die bäuerliche Familie
- Der Weinbau
- Die Landwirtschaft – Die Zeitschrift der Niederösterreichischen Landes-Landwirtschaftskammer
- ERNTE – Neues aus der Landesorganisation Salzburg
- ERNTE – Zeitschrift für Ökologie und Landwirtschaft
- Kärntner Bauer – Die Wochenzeitung der Kammer für Land- und Forstwirtschaft in Kärnten
- Landwirtschaftliche Blätter – Wochenzeitung der Tiroler Landwirtschaftskammer für Bauern, Bäuerinnen und ländlichen Raum

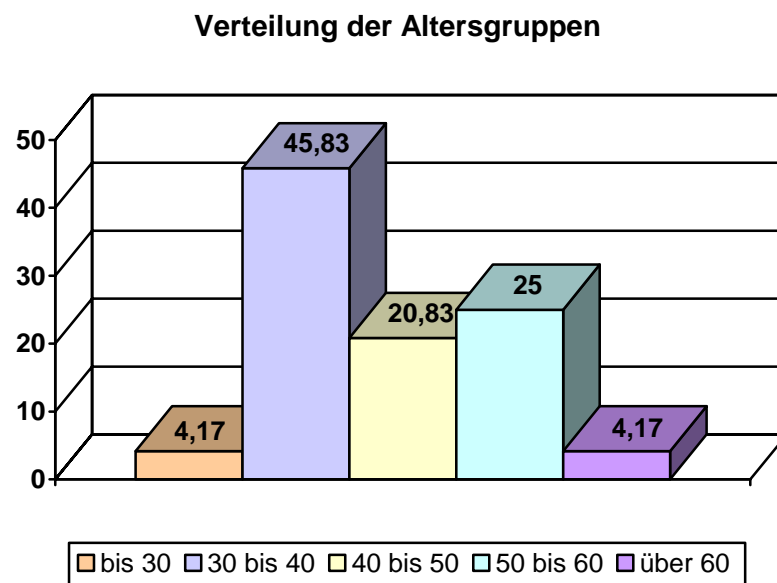
- Murauer Land - Informationsblatt der Bezirkskammer für Land- und Forstwirtschaft Murau
- Österreichische Bauernzeitung - Tirol – Österreichs größte ländliche Wochenzeitung
- Rossinger International – Magazin zur Förderung der Kaltblutpferdezucht
- SVB-Aktuell
- Unser Land – agrarmagazin mit lagerhaus-news
- Unser Ländle – Mitteilungen der Landwirtschaftskammer Vorarlberg
- VÖS Magazin – Fach- & Mitteilungsblatt des Verbandes österreichischer Schweineerzeuger

9.4.1. Allgemein

9.4.1.1. Verteilung der Geschlechter und Altersgruppen

Insgesamt beantworteten 19 Männer und 5 Frauen den Fragebogen, d.h. 79,17 Prozent der Befragten sind männlich und 20,83 Prozent weiblich.

Beinahe die Hälfte der befragten Agrarjournalisten (45,83 Prozent) sind zwischen 30 und 40 Jahren alt, 25 Prozent sind zwischen 50 und 60 Jahren, 20,83 Prozent sind zwischen 40 und 50 und jeweils 4,17 Prozent sind über 60 bzw. unter 30 Jahren alt.



	bis 30	30 bis 40	40 bis 50	50 bis 60	über 60
Wert	1	11	5	6	1
Prozent	4,17%	45,83 %	20,83 %	25 %	4,17 %

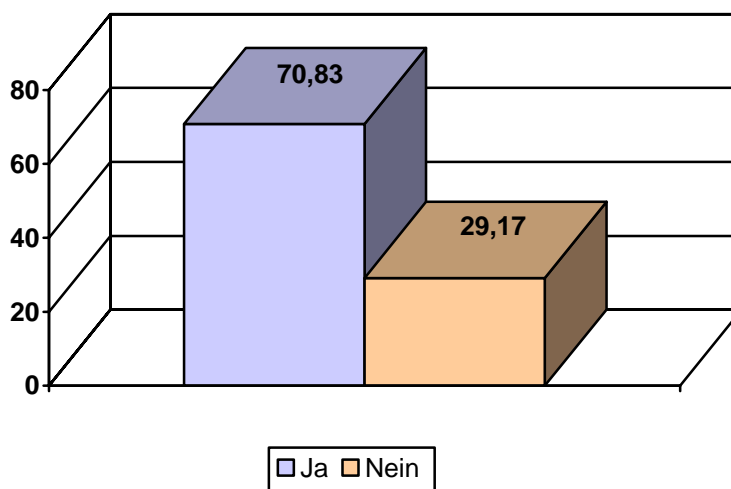
Abbildung 15: Verteilung der Altersgruppen

9.4.1.2. Bäuerlich Erwerbstätige im Angehörigenkreis

Der überwiegende Teil der Agrarjournalisten (70,83 Prozent) zählt zu seinem Familien- und Angehörigenkreis bäuerlich Erwerbstätige, d.h. die Mehrheit der Agrarjournalisten kommt aus bäuerlichem Umfeld. 29,17 Prozent haben oder hatten keine Bauern in ihrer familiären Umgebung.

Die Mehrheit der befragten Journalisten ist also von jeher mit der landwirtschaftlichen Thematik betraut.

Bäuerlich Erwerbstätige im Familien- und Angehörigenkreis



	Ja	Nein
Wert	17	7
Prozent	70,83 %	29,17 %

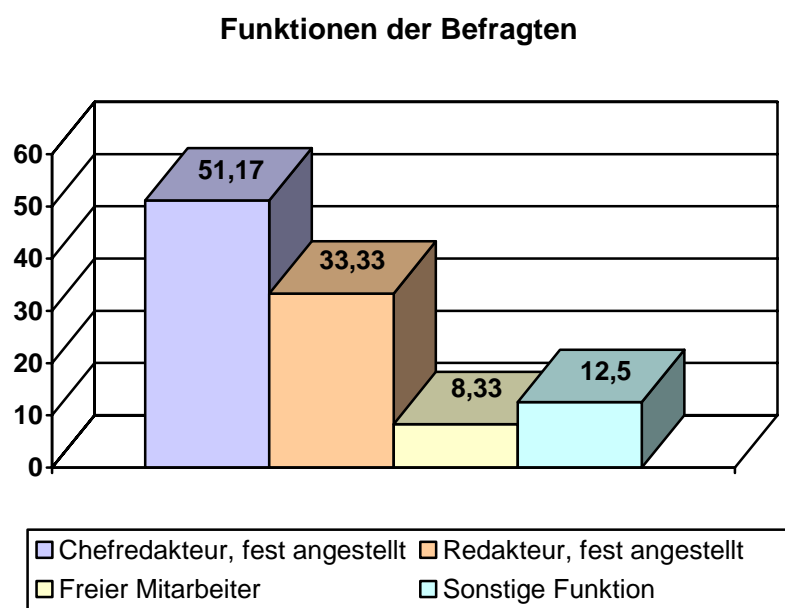
Abbildung 16: Bäuerlich Erwerbstätige im Angehörigenkreis

9.4.2. Redaktionelle Strukturen

9.4.2.1. Funktionen der Befragten

Bei der Frage nach den Funktionen der Journalisten in ihrem Medium waren Mehrfachnennungen möglich, da durchaus verschiedene Funktionen in einem Medium bekleidet werden können.

Mehr als die Hälfte (51,17 Prozent) der Befragten sind in ihrem Medium als fest angestellte Chefredakteure tätig, 33,33 Prozent als fest angestellte Redakteure. Als freie Mitarbeiter fungiert der kleinste Teil der Journalisten mit 8,33 Prozent.



	Chefredakteur, fest angestellt	Redakteur, fest angestellt	Freier Mitarbeiter	Sonstige Funktion
Wert	13	8	2	3
Prozent	51,17 %	33,33 %	8,33 %	12,5 %

Abbildung 17: Funktionen der Befragten

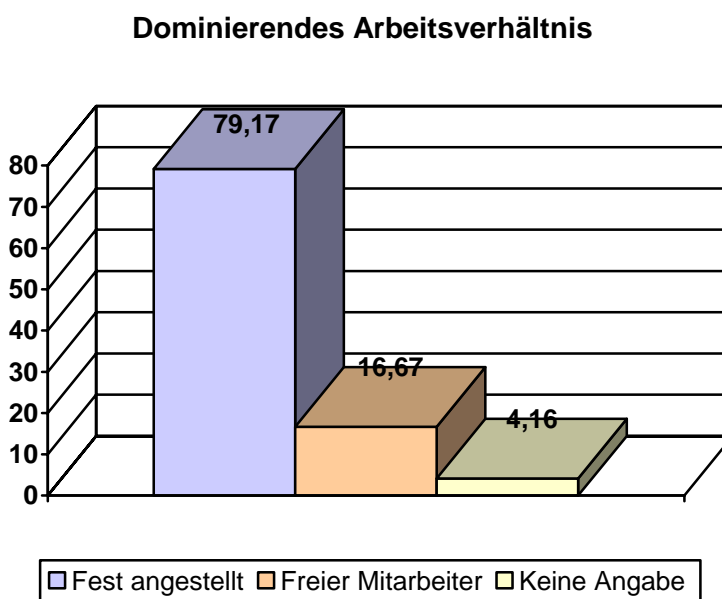
Die Unterfrage nach Nebentätigkeiten von freien Mitarbeitern sollte etwaige weitere Diensttätigkeiten aufzeigen, wobei auch ein fest angestellter Redakteur neben seiner Tätigkeit als Agrarjournalist einer weiteren Arbeit nachgeht.

Nur ein freier Journalist und ein fest angestellter Redakteur üben Nebentätigkeiten aus, der eine ist Konsulent, der andere betreibt eine Landwirtschaft mit Urlaub am Bauernhof. Ein weiterer Befragter gab ein nicht vergleichbares Dienstverhältnis an, welches keinem zur Zeitung zugeordneten Angestelltenverhältnis entspreche. D.h. insgesamt gehen 12,5 Prozent der Befragten neben ihrer agrarjournalistischen Tätigkeit einer weiteren Arbeit nach.

9.4.2.2. Dominierendes Arbeitsverhältnis

Auf die Frage nach dem dominierenden Arbeitsverhältnis in der jeweiligen Redaktion gaben 19 von 24 Befragten (79,17 Prozent) an, in ihrem Medium sei die vorwiegende Mehrheit fest angestellt. Vier Journalisten (16,67 Prozent) dagegen führten die freie Mitarbeit als überlegenes Anstellungsverhältnis an, ein Befragter machte keine Angabe.

Der weitaus größte Teil der agrarjournalistischen Redaktionen beschäftigt seine Dienstnehmer also im fest angestellten Verhältnis, während ein kleinerer Teil seine Journalisten als freie Mitarbeiter unter Vertrag nimmt.



	Fest angestellt	Freier Mitarbeiter	Keine Angabe
Wert	19	4	1
Prozent	79,17 %	16,67 %	4,16 %

Abbildung 18: Dominierendes Arbeitsverhältnis

9.4.2.3. Voraussetzungen für eine Bewerbung

Wie einer der Befragten am Ende des Fragebogens passend zu dieser Frage kommentierte, definieren in der Regel bereits der Titel und die regionale Herkunft einer Agrarzeitschrift die Anforderungen an die Bewerber bzw. an die Journalisten der jeweiligen Redaktion.

Häufige Antworten bei der Frage nach den Voraussetzungen für eine Bewerbung waren:

- Journalistische bzw. publizistische Kenntnisse und Ausbildung (Rechtschreibung, Ausdrucksfähigkeit, Textverarbeitungsprogramm etc.)
- Agrarisches, agrarpolitisches bzw. fachliches Hintergrundwissen
- Spezifische Sach- bzw. Fachkenntnis
- Allgemeinbildung
- Kommunikations- und Kontaktfreudigkeit
- Flexibilität
- Verantwortungsbewusstsein

Bereiche, aus denen die Mitarbeiter kommen des Mediums kommen, sind unter anderem:

- Journalismus bzw. Medien/Verlage
- Agrarischer Bereich bzw. Bauernstand
- Absolventen der Universität für Bodenkultur
- Absolventen anderer Universitäten
- Spezifischer Fachbereich

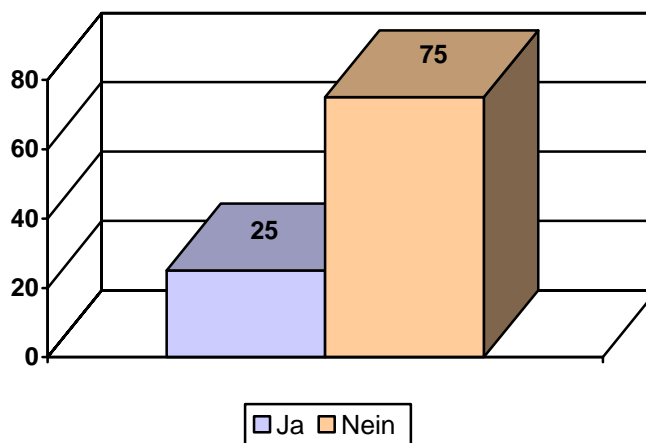
9.4.2.4. Spezialisierung

Diese Fragestellung kommentierte einer der Befragten indem er angab, dass Agrarjournalisten üblicherweise Allrounder sind. Dieser Kommentar konnte bei der Auswertung eindeutig bestätigt werden, denn 75 Prozent der Befragten haben sich auf keinen bestimmten Bereich spezialisiert.

Bereiche, auf die sich 25 Prozent der befragten Agrarjournalisten spezialisiert haben, sind:

- Forstwirtschaft und Tierzucht
- Kaltblutpferde
- Landtechnik
- Sozialpolitik
- Agrarpolitik
- Öffentlichkeitsarbeit und Agrarmarketing

Spezialisierung auf einen bestimmten Bereich



	Ja	Nein
Wert	6	18
Prozent	25 %	75 %

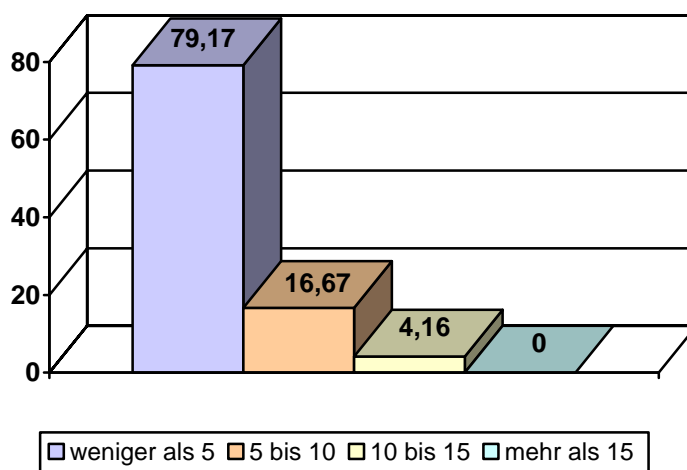
Abbildung 19: Spezialisierung auf einen bestimmten Bereich

9.4.2.5. Redaktionsgröße

Auf die Frage aus wie vielen Mitarbeitern die jeweilige Redaktion bestehe, antworteten 79,17 Prozent der Befragten mit der Kategorie „weniger als fünf“. 16,67 Prozent gaben an, die Redaktion zähle zwischen fünf und zehn Mitarbeitern, und nur 4,16 Prozent der Journalisten sind in einer Redaktion tätig, die zwischen zehn und fünfzehn Mitarbeiter zählt. Die Kategorie „mehr als fünfzehn“ wurde von keinem der Befragten gewählt.

Der überaus größte Teil der agrarjournalistischen Redaktionen ist daher sehr klein und hat weniger als fünf Mitarbeiter. Dieser Untersuchung ist allerdings nicht zu entnehmen, ob es agrarjournalistische Redaktionen mit mehr als 15 Mitarbeitern gibt.

Zahl der Mitarbeiter in den Redaktionen

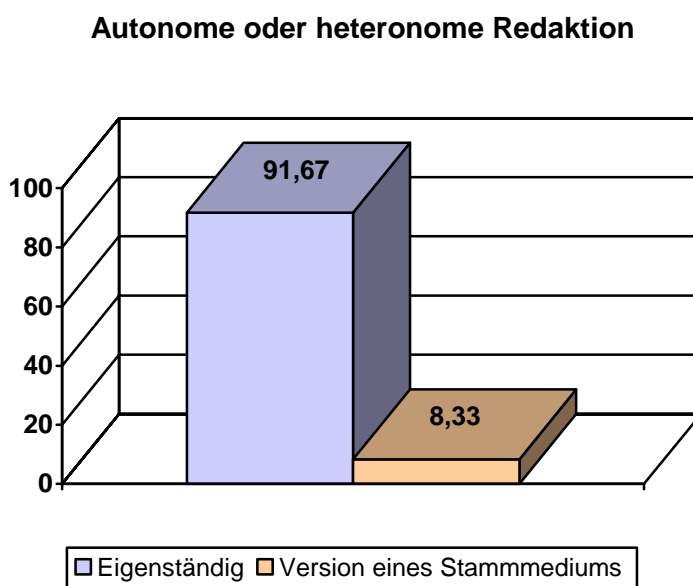


	weniger als 5	5 bis 10	10 bis 15	mehr als 15
Wert	19	4	1	0
Prozent	79,17 %	16,67 %	4,16 %	0 %

Abbildung 20: Zahl der Mitarbeiter in den Redaktionen

9.4.2.6. Autonome oder heteronome Redaktion

Die Frage nach der Eigenständigkeit der Redaktion wurde von der überwiegenden Mehrheit (91,67 Prozent) mit ja beantwortet, nur 8,53 Prozent der Befragten gaben an, ihre Redaktion sei die Version eines Stammmediums. Die Unterfrage nach der vollständigen Übernahme von Inhalten beantworteten davon 4,17 Prozent mit ja und weitere 4,17 Prozent machten dazu keine Angaben.



	Eigenständig	Version eines Stammmediums
Wert	22	2
Prozent	91,67 %	8,33 %

Abbildung 21: Autonome oder heteronome Redaktion

9.4.3. Ausbildung

Bei der Frage nach dem Ausbildungsweg konnten die befragten Agrarjournalisten mehrere Antworten ankreuzen, wobei bei einigen Nennungen Unterfragen nach dem Fachgebiet bzw. der Art der Ausbildung zu beantworten waren.

58,33 Prozent haben eine Hochschule besucht, 54,17 Prozent andere Ausbildungen und 25 Prozent keine speziellen Ausbildungen durchlaufen. 8,33 Prozent haben ein Volontariat und je 4,17 Prozent eine Journalistenschule bzw. eine Fachhochschule absolviert.

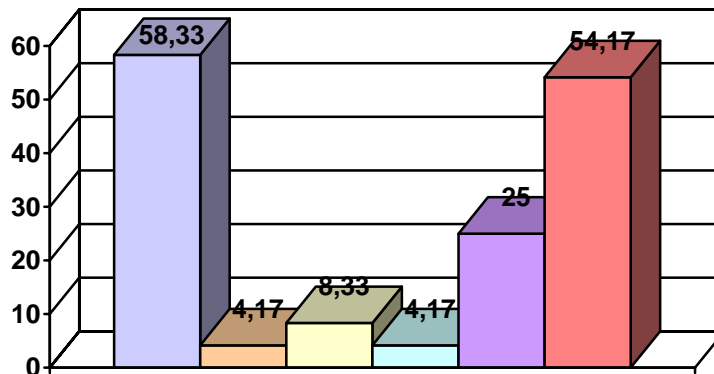
Von den Hochschulabsolventen haben fünf Befragte (20,83 Prozent) ein landwirtschaftliches Studium, vier (16,67 Prozent) Publizistik, zwei (8,33 Prozent) Rechtswissenschaften und ein Befragter (4,17 Prozent) Wirtschaftswissenschaften studiert.

Eine Fachhochschule wurde nur von einem der Befragten (4,17 Prozent) besucht, welcher als Fachgebiet Publizistik angab.

Bei der Frage nach anderen Ausbildungen fanden sich unter anderem folgende Nennungen:

- Agraringenieur
- Landwirtschaftlicher Facharbeiter
- Försterschule
- Mitarbeit in Zeitungen
- Universitätslehrgang für Werbung und Verkauf
- Diverse Kurse und Seminare etc.

Ausbildung



■ Hochschulausbildung	■ Fachhochschule	■ Volontariat
■ Journalistenschule	■ Keine spezielle Ausbildung	■ Andere Ausbildung

	Hochschulausbildung	Fachhochschule	Volontariat
Wert	14	1	2
Prozent	58,33 %	4,17 %	8,33 %

	Journalistenschule	Keine spezielle Ausbildung	Andere Ausbildung
Wert	1	6	13
Prozent	4,17 %	25 %	54,17 %

Abbildung 22: Ausbildung

9.4.4. Selbstverständnis der Agrarjournalisten

Um das Selbstverständnis der Journalisten zu beurteilen, wurden sie nach ihrer Definition von Agrarjournalismus gefragt, weiters nach der Intention ihrer Berichterstattung und nach der für sie wichtigsten Funktion des Agrarjournalismus.

9.4.4.1. Definition von Agrarjournalismus

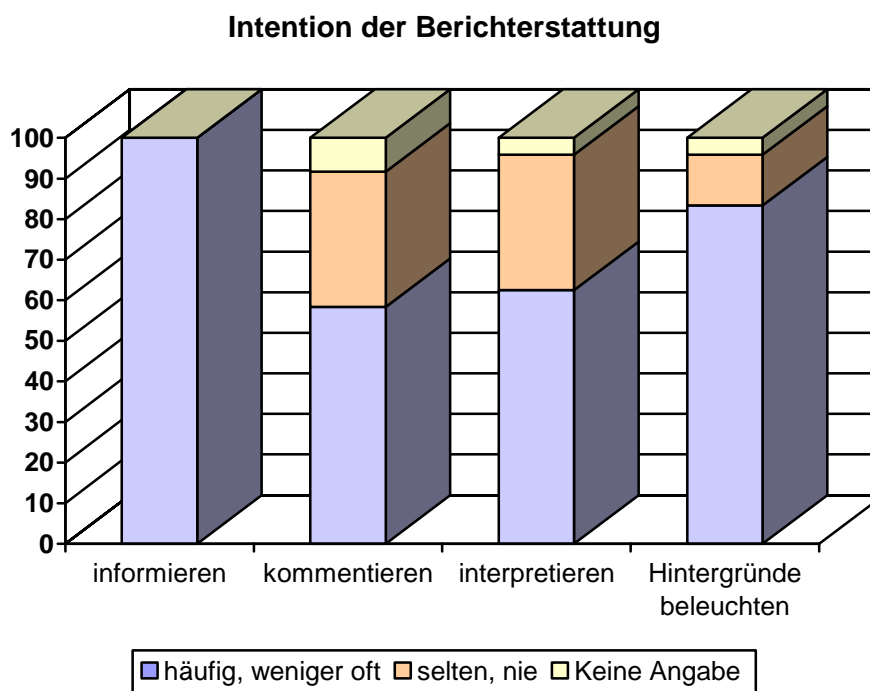
Bei der Frage nach der Definition von Agrarjournalismus erwiesen sich die Antworten im Großen und Ganzen als homogen. Die Journalisten sehen sich unter anderem als

- Informationsmittler zwischen Bauern, Konsumenten und Öffentlichkeit
- Berichterstatter über Neuigkeiten und Wissenswertes für die Agrarbranche
- Berichterstatter über aktuelle Themen aus agrarpolitischen bzw. -wirtschaftlichen Bereichen, ländlicher Entwicklung etc.
- fachspezifische Berichterstatter und Vermittler von Spezialwissen
- Informationsdrehscheibe zwischen Bauern, Land- und Forstwirtschaft, Agrarpolitik sowie Konsumenten und Gesellschaft, die Sachverhalte erklärt, Trends aufzeigt, kommentiert und wertfrei sowie politisch unabhängig recherchiert
- unterstützende Begleitung der Bauern bei der Lösung ihrer Probleme durch gezielte Information
- interne und externe Berichterstatter über Österreichs Landwirtschaft für Bauern und die Öffentlichkeit.

9.4.4.2. Intention der Berichterstattung

Alle Befragten wollen mit ihrer Agrarberichterstattung häufig informieren, 58,33 Prozent wollen häufig oder weniger oft und 33,33 Prozent selten kommentieren. 62,5 Prozent möchten häufig oder weniger oft und 33,33 Prozent selten interpretieren sowie 83,33 Prozent häufig oder weniger oft und 12,5 Prozent selten Hintergründe beleuchten. 16,67 Prozent wollen nie interpretieren und 4,17 Prozent nie Hintergründe beleuchten.

Agrarjournalisten wollen daher in erster Linie informieren, dann Hintergründe beleuchten, interpretieren und schließlich kommentieren.



	häufig	weniger oft	Prozent	selten	nie	Prozent	Keine Angabe	Prozent
informieren	24	0	100 %	0	0	0 %	0	0 %
kommentieren	3	11	58,33 %	8	0	33,33 %	2	8,34 %
interpretieren	6	9	62,5 %	4	4	33,33 %	1	4,17 %
Hintergründe beleuchten	14	6	83,33 %	2	1	12,5 %	1	4,17 %

Abbildung 23: Intention der Berichterstattung

9.4.4.3. Funktionen des Agrarjournalismus

Bei der Fragestellung nach der wichtigsten Funktion des Agrarjournalismus sollte von den Befragten nur eine Antwort angekreuzt werden, einige Befragte machten jedoch Mehrfachnennungen.

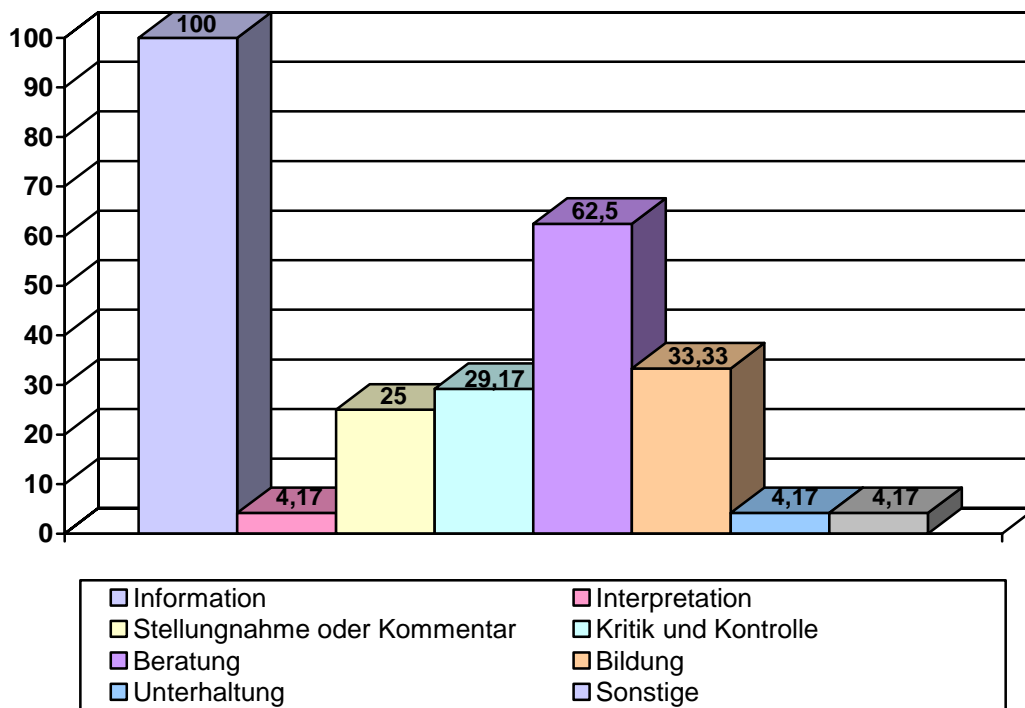
100 Prozent gaben (neben anderen) Information als wichtigste Funktion des Agrarjournalismus an, was die vorherige Frage nach der Absicht der Berichterstattung bestätigte.

62,5 Prozent sehen neben der Information auch Beratung als wichtigste Funktion, 33,33 Prozent Bildung, 29,17 Prozent Kritik und Kontrolle, 25 Prozent Stellungnahme oder Kommentar und jeweils 4,17 Prozent Interpretation, Unterhaltung und sonstige Funktion.

Aufgrund der Häufigkeit der Nennungen bzw. der Prozentsätze können die Funktionen des Agrarjournalismus nach ihrer Wichtigkeit folgendermaßen gereiht werden:

1. Information
2. Beratung
3. Bildung
4. Kritik und Kontrolle
5. Stellungnahme oder Kommentar
6. Interpretation, Unterhaltung, sonstige Funktion

Wichtigste Funktion des Agrarjournalismus



	Information	Interpretation	Stellungnahme o. Kommentar	Kritik u. Kontrolle
Wert	24	1	6	7
Prozent	100 %	4,17 %	25 %	29,17 %
	Beratung	Bildung	Unterhaltung	Sonstige
Wert	15	8	1	1
Prozent	62,5%	33,33 %	4,17 %	4,17 %

Abbildung 24: Wichtigste Funktion des Agrarjournalismus

9.4.5. Recherche: Verwendete Dienste und Quellen

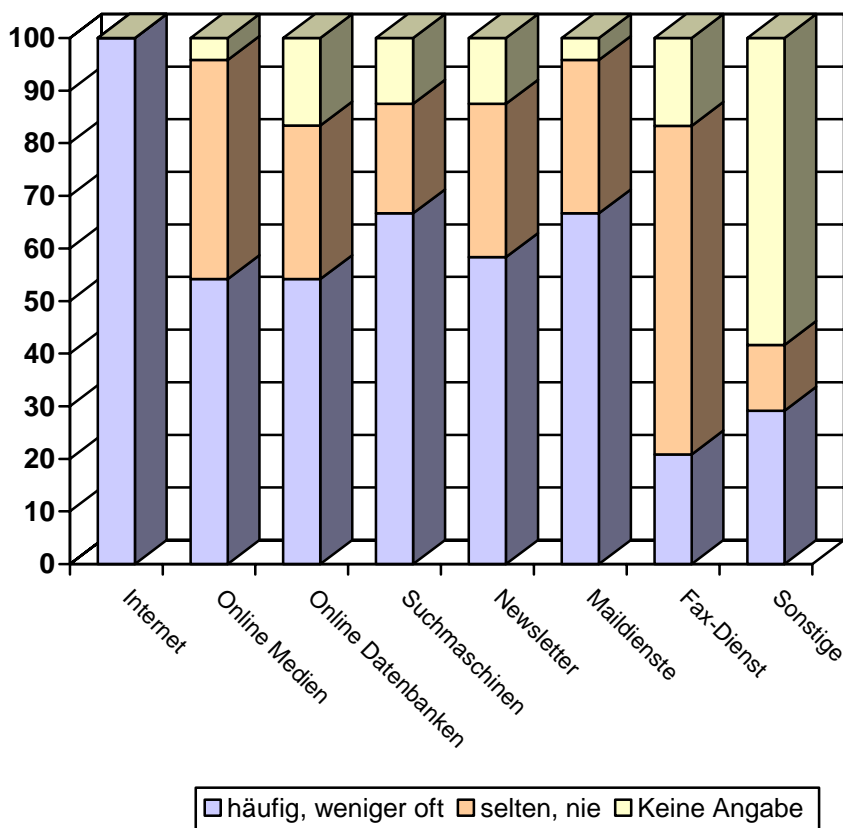
Um die Rechercheinstrumente der Agrarjournalisten zu ermitteln, wurden sie nach der Verwendung von speziellen Diensten und Quellen für ihre Recherche zur agrarischen Berichterstattung befragt.

Alle Befragten nutzen das Internet als Informationsquelle häufig oder weniger oft und mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer nutzen des weiteren Online Medien, Online Datenbanken, Suchmaschinen, Newsletter und Mailedienste häufig oder weniger oft.

Selten oder nie werden von 62,5 Prozent Fax-Dienste genutzt, zu sonstigen Diensten machten 58,33 Prozent keine Angaben.

Auffallend ist, das vor allem jüngere Recherchedienste wie Internet und Internet-Dienste vom Großteil der Befragten verwendet werden, während das Fax für die Recherche nur mehr relativ wenig Gebrauch findet, wie auch die folgende Abbildung verdeutlicht.

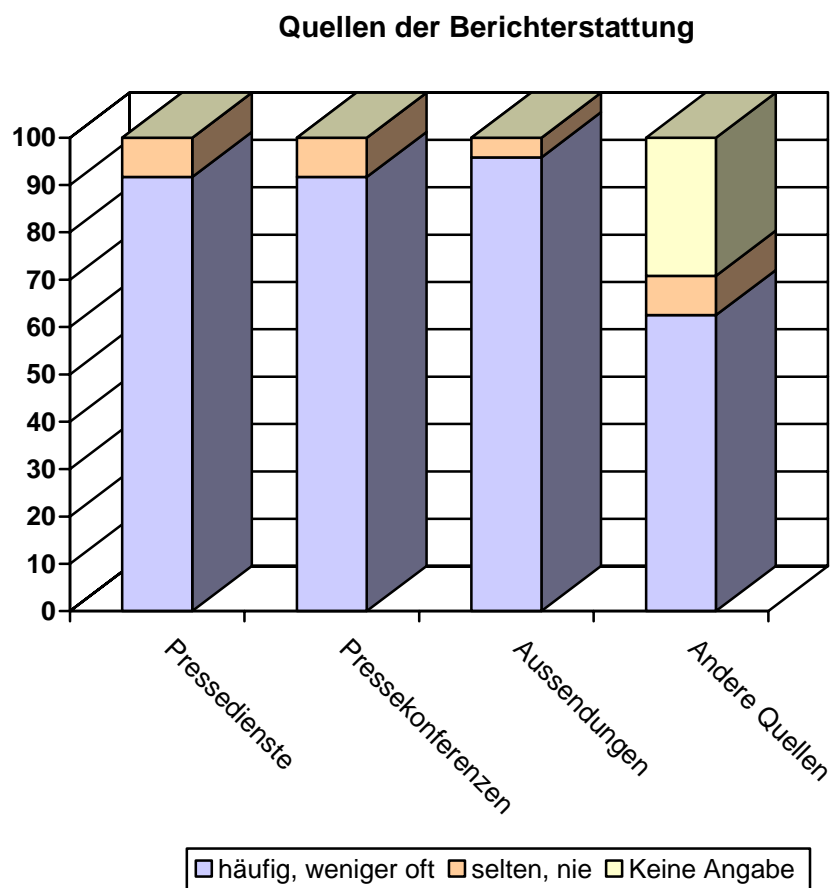
Verwendung spezieller Dienste



	häufig	weniger oft	Prozent	selten	nie	Prozent	Keine Angabe	Prozent
Internet	19	5	100 %	0	0	0 %	0	0 %
Online Medien	6	7	54,17 %	9	1	41,66 %	1	4,17 %
Online Datenbanken	7	6	54,17 %	5	2	29,17 %	4	16,66 %
Suchmaschinen	11	5	66,67 %	4	1	20,83 %	3	12,5 %
Newsletter	6	8	58,33 %	4	3	29,17 %	3	12,5 %
Mailedienste	11	5	66,67 %	6	1	29,17 %	1	4,16 %
Fax-Dienst	0	5	20,83 %	5	10	62,5 %	4	16,67 %
Sonstige	5	2	29,17 %	2	1	12,5 %	14	58,33 %

Abbildung 25: Verwendung spezieller Dienste

95,83 Prozent der Befragten bringen Aussendungen häufig oder weniger oft in Anwendung, je 91,67 Prozent benutzen Pressedienste und Pressekonferenzen häufig oder weniger oft, und 62,5 Prozent verwenden andere Quellen häufig oder weniger oft.



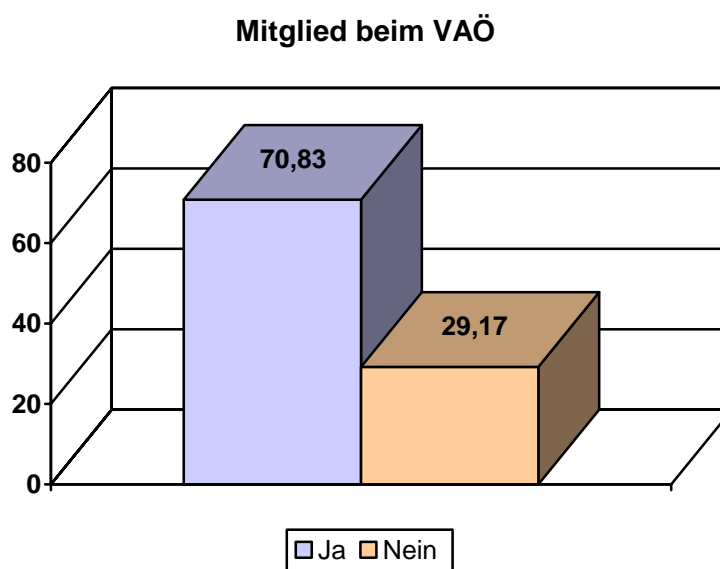
	häufig	weniger oft	Prozent	selten	nie	Prozent	Keine Angabe	Prozent
Pressedienste	13	9	91,67 %	2	0	8,33 %	0	0 %
Pressekonferenzen	11	11	91,67 %	1	1	8,33 %	0	0 %
Aussendungen	13	10	95,83 %	1	0	4,17 %	0	0 %
Andere Quellen	15	0	62,5 %	1	1	8,33 %	7	29,17 %

Abbildung 26: Quellen der Berichterstattung

9.4.6. Mitgliedschaft in Verbänden oder Einrichtungen

17 der 24 Befragten Agrarjournalisten (70,83 Prozent) sind Mitglieder des Verbandes der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich, sieben Teilnehmer (29,17 Prozent) gaben an, keine Mitglieder des VAÖ zu sein.

Der weitaus überwiegende Teil der agrarischen Fachjournalisten, der an dieser Umfrage teilgenommen hat, unterhält also eine Mitgliedschaft im VAÖ.



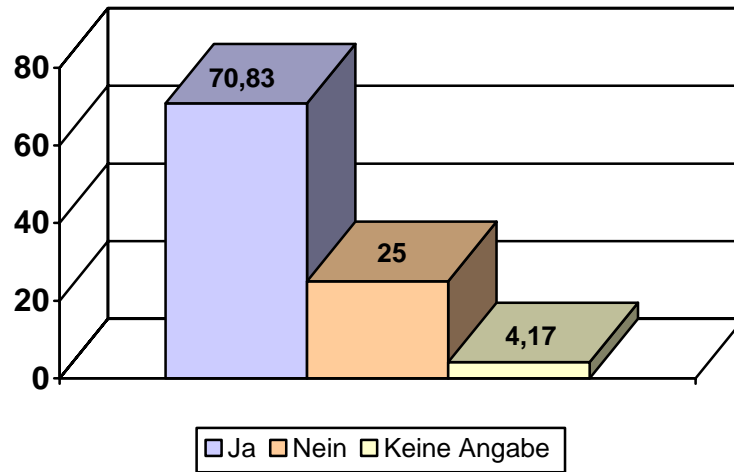
	Ja	Nein
Wert	17	7
Prozentsatz	70,83 %	29,17 %

Abbildung 27: Mitglied beim VAÖ

Die Fragestellung nach der Mitgliedschaft in anderen journalistischen oder agrarischen Einrichtungen beantworteten 70,83 Prozent mit ja und 25 Prozent mit nein. Jene Journalisten, welche diese Frage bejahten, wurden weiters nach der Art der anderen journalistischen oder agrarischen Einrichtungen bzw. Institutionen gefragt.

Nennungen bei dieser Zusatzfrage waren unter anderem:

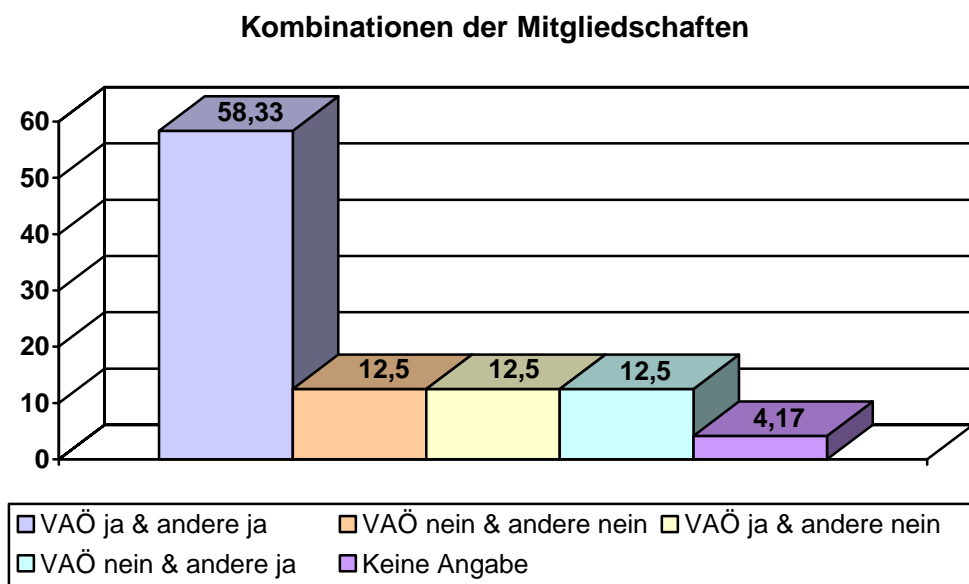
- Österreichischer Journalistenclub
- Wiener Journalistenclub
- Presseclub Concordia
- Presseclub Kärnten
- Journalistengewerkschaft
- Verband Österreichischer Zeitungen
- Österreichischer Zeitschriften-Verband
- Club der Land- und Forstwirte
- Kärntner Forstverein

Mitglied bei anderen Einrichtungen

	Ja	Nein	Keine Angabe
Wert	17	6	1
Prozent	70,83 %	25 %	4,17 %

Abbildung 28: Mitglied bei anderen Einrichtungen

Die Kombination der Fragen nach der Mitgliedschaft beim VAÖ und in anderen Einrichtungen ergab, dass der Großteil der VAÖ-Mitglieder auch Mitglied in anderen Einrichtungen ist, wie die folgende Abbildung zeigt.



	VAÖ ja & andere ja	VAÖ nein & andere nein	VAÖ ja & andere nein	VAÖ nein & andere ja	Keine Angabe
Wert	14	3	3	3	1
Prozent	58,33 %	12,5 %	12,5 %	12,5 %	4,17 %

Abbildung 29: Kombinationen der Mitgliedschaften

9.4.7. Zukünftige Entwicklungen oder Trends

Bei der Frage nach den zukünftigen Entwicklungen zeigten sich verschiedene Ansichten der Journalisten. Einige sind der Meinung, der österreichische Agrarjournalismus werde sich zunehmend spezialisieren, andere sehen eine Erweiterung der Zielgruppen insofern, als dass sich der Agrarjournalist auch mehr mit der nicht bäuerlichen Bevölkerung beschäftigen werde.

Weitere Nennungen bei dieser Frage waren unter anderem:

- Verstärkung der Einbindung von elektronischen Medien wie Internet, Ausdehnung des Angebotes durch vermehrte Online-Auftritte
- Verringerung der agrarischen Medienvielfalt, d.h. Konzentration, da sich der Agrarjournalismus an der generell rückläufigen Landwirtschaft orientieren wird
- Schrumpfender Markt für Agrarmedien in Bezug auf Werbung
- Zunehmende Professionalisierung und Qualitätssteigerung
- Steigende Ansprüche der Rezipienten
- Mehr Kooperationen im bundesweiten Bereich der Redaktions- und Öffentlichkeitsarbeit
- Erweiterung der Berichterstattung im Sinne einer erweiterten EU sowie Einbeziehung globaler Zusammenhänge
- Verstärkung der Serviceorientiertheit der Informationen
- Zunehmende Bedeutung der Thematiken (erneuerbare) Energie, Umwelt, Nachhaltigkeit

10. Resümee

10.1. Zusammenfassung

Eine vollständige Darstellung der agrarjournalistischen Tätigkeiten mit all ihren Facetten konnte die Untersuchung nicht bieten. Vielmehr kam es darauf an, vor allem ein gegenwärtiges Berufsbild des agrarischen Fachjournalisten zu skizzieren und sein Selbstverständnis darzulegen. Die Einstellungen und Berufsfelder anderer agrarischer Journalisten wie sie beispielsweise bei Tageszeitungen oder dem ORF zu finden sind, blieben in dieser Untersuchung unberücksichtigt. Generell sind aber Tendenzen bzw. Trends der Agrarjournalisten dieser Datenerhebung zu entnehmen. Viele Fragen konnten im Rahmen dieser Arbeit nicht näher behandelt werden, die offenen Punkte bieten aber Ansätze für eine Fortführung der Auseinandersetzung und eingehendere Untersuchung der Thematik.

Die Erforschung des Berufsbildes und Selbstverständnisses österreichischer Agrarjournalisten verfolgte das Ziel, anhand der ausgewerteten Umfrage aufzuzeigen, ob sich „neben den normativen Aufgabenzuweisungen auch die journalistische Intention und die Nutzungswünsche des Publikums“²⁵² in den Einstellungen der Befragten widerspiegeln. Angesichts der durch die Befragung erlangten Ergebnisse konnte diese Frage durchwegs positiv beantwortet werden, denn alle Umfrageteilnehmer sind vordergründig auf Informationsjournalismus ausgerichtet. Für Haller beziehen sich nämlich auf diesen Journalismus-Typ „auch die normativen Zuschreibungen, wie sie in den Gesetzen und Staatsverträgen stehen (...)“, d.h. „er soll wahrhaftig sein und objektiv berichten, dabei die Sorgfaltspflichten beachten, zudem Kritik und Kontrolle üben“²⁵³, wobei Kritik sowohl harte Recherche wie auch Kommentierung umfasse.

²⁵² Haller, 2004a, S. 88.

²⁵³ Ebenda, S. 89.

Die von Schuh festgelegten Funktionen der Agrarpresse bzw. des Agrarjournalismus²⁵⁴ konnten durch die Befragung eindeutig verifiziert werden. Eine weitere Funktion kann nach dieser Untersuchung hinzugefügt werden: Kritik und Kontrolle. Denn neben der Information werden der Berichterstattung über agrarische Themen vor allem die Funktionen Beratung, Bildung, Kritik und Kontrolle, Stellungnahme oder Kommentar, aber auch Interpretation und Unterhaltung zugeordnet.

Die Funktionen des Journalismus im Allgemeinen und des Agrarjournalismus im Besonderen sind, wie im theoretischen Teil ausgeführt, als normativ anzusehen. Die Informationsfunktion als bedeutende Funktion für die politische Meinungs- und Willensbildung sowie für politische Diskurse hat für Agrarjournalisten eine äußerst wichtige Stellung. Aber auch die (politische) Bildung gilt im Agrarbereich als wesentliche Leistung. Das Herstellen von Öffentlichkeit als Medienfunktion ist ebenfalls von großer Bedeutung, da u.a. parteipolitische und überparteiliche Organisationen speziell für die landwirtschaftliche Zielgruppe Informationen veröffentlichen. Kritik und Kontrolle beispielsweise an den Leistungen der Politik und den damit einhergehenden gesellschaftlichen Veränderungen gelten auf agrarjournalistischem Gebiet als eine ebenso signifikante Funktion der Medien.

Die agrarischen Zeitschriften beschränken sich nach Starkulla auf die Vermittlung von spezieller bzw. partikularer Information einer Sub- oder Sonderkultur.²⁵⁵ Im Sinne Groths gilt dies als Begrenzung der Wirklichkeit; die Agrarzeitschriften beschränken sich auf ein bestimmtes, abgegrenztes Kommunikationsfeld. Die Zeitschrift vermittelt vor allem Wissen über „in die Gegenwelten der Empfänger fallende Gegenstände“.²⁵⁶ Für den Agrarbereich können aufgrund der Befragung insbesondere Agrarpolitik, Agrarwirtschaft sowie ländliche Entwicklung als Gegenstände der

²⁵⁴ Vgl. Schuh, 1969, S. 22.

²⁵⁵ Siehe dazu Kapitel 3.1.2.

²⁵⁶ Groth, 1995, S. 84.

Berichterstattung hervorgehoben werden. Auch für Schuh ist die Agrarpolitik wesentlicher Bestandteil agrarischen Kommunikationsinhaltes.²⁵⁷

Als agrarische Kommunikatoren können Medienakteure sowie Akteure der öffentlichen Kommunikation generell gesehen werden.²⁵⁸ Letztere sind im Bereich der Agrarberichterstattung sicher ein bedeutender Faktor für die Produktion von Medieninhalten, da sie u.a. als Informanten dazu einen wichtigen Beitrag leisten.

Fachjournalistische Kommunikatoren im Agrarbereich zeichnen sich neben Fach-, Vermittlungs- und technischer Kompetenz vor allem durch Sachkompetenz aus. Sie verfügen über spezielles Wissen aus dem Bereich der Landwirtschaft und Agrarpolitik.

Für die Aussagenproduktion ist das Selbstverständnis des Kommunikators ein entscheidender Faktor. Individuelle und medienspezifische Einflüsse sind verantwortlich für die Ausprägung des Selbstbilds und bestimmen dadurch die Berichterstattung mit.

Die in der Untersuchung erhobenen Fragen nach einer Definition von Agrarjournalismus, der Intention der Berichterstattung und der wichtigsten Funktion des Agrarjournalismus gaben Auskunft über das Selbstverständnis sowie die tendenziellen Wertigkeiten der Agrarjournalisten und zeigten ein recht einheitliches Bild. Das ausgeprägte Ergebnis war die Erkenntnis, dass die Befragten mit ihrer Berichterstattung in erster Linie informieren wollen. Agrarjournalisten verstehen sich vor allem als Informatoren für Bauern, Konsumenten und die Gesamtgesellschaft.

Die Qualifikationen und Anforderungen an Journalisten sind hoch, denn ohne „eine solide Fachausbildung und publizistische Fähigkeiten und Fertigkeiten werden Journalisten ihre Schlüsselfunktion im Netzwerk der

²⁵⁷ Vgl. Schuh, 1969, S. 23ff.

²⁵⁸ Siehe dazu Kapitel 3.2.

gesellschaftlichen Kommunikation nur unzureichend erfüllen.“²⁵⁹ Dies gelte auch für Journalisten, die in Organisationen und Institutionen tätig sind. Agrarjournalisten zeichnen sich durch einen sehr hohen Qualifikationsgrad sowohl im agrarischen als auch im journalistischen Bereich aus, wie die Datenerhebung zeigte. Demnach sind auch die Anforderungen an künftige Bewerber sehr groß, verlangt werden vor allem agrarische und journalistische Kenntnisse.

Die redaktionellen Strukturen der Agrarzeitschriften richten sich nach den „thematischen und zeitlichen Erwartungen“²⁶⁰ der Rezipienten. Allgemein gelte, je kleiner eine Redaktion sei, desto eher seien Journalisten für alle Bereiche zuständig.²⁶¹ Dies konnte die Untersuchung eindeutig bestätigen, denn die Redaktionen der agrarischen Zeitschriften sind zum großen Teil sehr klein und die überragende Mehrheit der Agrarjournalisten ist nicht auf einen bestimmten Bereich spezialisiert.

Die Verwendung von Recherchequellen und Diensten ist einem stetigen Wandel durch technologische Entwicklungen und Anpassungen an Veränderungen der Interessen unterworfen. Das Internet als jüngere Informationsquelle wird von allen Untersuchungsteilnehmern genutzt, die Verwendung von Fax-Diensten hingegen ist sehr gering. Pressedienste und Pressekonferenzen sowie Aussendungen aber auch andere Quellen sind nach wie vor als Rechercheinstrumente in Anwendung, wie die Umfrage darlegte.

Der Organisationsgrad der Agrarjournalisten in Bezug auf die Mitgliedschaft in Verbänden ist beträchtlich, wie die Untersuchung zutage brachte. Die deutliche Mehrheit der Befragten unterhält einerseits eine Mitgliedschaft beim Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich VAÖ, und

²⁵⁹ Mast, 2004, S. 117.

²⁶⁰ Meier, 2004, S. 95.

²⁶¹ Vgl. ebenda, S. 97.

andererseits auch bei verschiedenen anderen Einrichtungen. Insgesamt gibt es in Österreich etwa 250 organisierte Agrarjournalisten.

Die vom VAÖ verliehenen Preise und Auszeichnungen gelten im Sinne Hubers und Wallischs als interessengebundene Preise, da sie durch einen Interessenverband – dem VAÖ – vergeben werden.²⁶² Nach Huber erfüllt der VAÖ als Bezugspunkt einerseits für Journalisten und andererseits für Politik, Öffentlichkeit etc. eine wichtige Funktion. Im Sinne Weischenbergs kann der VAÖ als Berufsverband mit einhergehender Professionalisierung der Agrarjournalisten verbunden werden.²⁶³

Der Agrarjournalismus stellt für die Öffentlichkeit Informationen über die Landwirtschaft zur Verfügung, wodurch sich öffentliche Meinungen und Einstellungen zu agrarischen Themen bilden. Um Entscheidungen der Politik zu beeinflussen sind laut Gerhards und Neidhardt kollektive Akteure auf den verschiedenen Ebenen des Systems Öffentlichkeit tätig, auch öffentliches Vertrauen spielt eine große Rolle.²⁶⁴ Für Klier sind die Massenmedien das wichtigste Mittel zur Gewährleistung der Kommunikation im Kommunikationssystem Öffentlichkeit.²⁶⁵ Die Schlüsselfunktion der Vermittlung gesellschaftlicher Kommunikation und damit ferner der Meinungsbildung wird den Medien zugeschrieben. Agrarjournalisten vermitteln landwirtschaftliche Kommunikation und werben einerseits um öffentliches Vertrauen für und in die Landwirtschaft und andererseits beeinflussen sie als Akteure politische Entscheidungen.

Das System Massenkommunikation bzw. Journalismus mit der Funktion der Her- und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Kommunikation sowie der Reduktion von Komplexität und dessen Subsystem Agrarkommunikation bzw. Agrarjournalismus mit seinen Akteuren und Redaktionen tragen durch Informationssammlung und Informationsvermittlung zum gesellschaftlichen

²⁶² Vgl. Huber, 1998, S. 236ff., Wallisch, 1995, S. 181ff.

²⁶³ Siehe dazu Kapitel 3.3.2.

²⁶⁴ Siehe dazu Kapitel 3.4.

²⁶⁵ Vgl. Klier, 1990, S. 29.

Konsens und zur Erhaltung der demokratisch pluralistischen Gesellschaftsordnung bei. Durch diese Leistungen erhalten diese Kommunikationssysteme das Systemganze.²⁶⁶

„Spezifische Probleme der modernen westlichen Gesellschaft werden in den jeweils zuständigen Teilsystemen gelöst.“²⁶⁷ Agrarische Themen werden also von agrarischen Systemen wie dem (Sub-)System Agrarjournalismus behandelt. Nach Blöbaum können Informationen nur durch Unterscheidungen gewonnen werden, die Identifizierung eines Ereignisses sei nur aus der Perspektive des Systems möglich. „Es hängt ausschließlich vom System selbst ab, was als Ereignis in der Umwelt wahrgenommen wird und als Information verarbeitet wird.“²⁶⁸ Information verweise auf eine Selektion des für das spezifische System relevanten Möglichkeitsbereiches. Agrarische Informationen werden nach fachspezifischen Kriterien selektiert und vermittelt, ebenso wie bestimmte Ereignisse oder Themen von Agrarjournalisten aufgegriffen werden.

Die systemtheoretische Betrachtung des Agrarjournalismus ist nicht kritikfrei, denn zahlreiche Wissenschaftler beurteilen systemtheoretische Ansätze negativ. Trotzdem wurde der vorliegenden Arbeit diese Theorie zugrunde gelegt, um die Phänomene Massenkommunikation bzw. Journalismus, Agrarkommunikation bzw. Agrarjournalismus sowie deren Redaktionen und Personen in Zusammenhang zu stellen. Denn laut Saxer liegt die Stärke der Systemtheorie in der Organisation verschiedener Phänomene.²⁶⁹

²⁶⁶ Vgl. Blöbaum, 1994, S.80 u. S. 127.

²⁶⁷ Ebenda, S. 258.

²⁶⁸ Ebenda, S. 269.

²⁶⁹ Siehe dazu Kapitel 3.5.

10.2. Schlussbemerkungen und Ausblick

Seit der Vernetzung von Computern durch das Internet verschwimmen die traditionellen Grenzen zwischen individueller Kommunikation, kommerziellen und journalistischen Angeboten im Sinne der klassischen Massenkommunikation. Doch die tradierten Berufe werden dadurch keineswegs obsolet, denn die neuen Medien bewirken eher einen Funktionswandel und erreichen eine Differenzierung des Medienangebots. Auch die Medienberufe werden spezialisierter und die Berufschancen von spezifischen Kompetenzen abhängig gemacht, während zeitgleich der Bedarf an journalistischen Generalisten hoch ist.²⁷⁰

Die Spezialisierung bei Agrarmedien wurde im Rahmen der Untersuchung von den Befragten mehrmals als zukünftige Entwicklung angeführt. Spezialisierte Fachinformation und der Stellenwert des Internets wird im agrarischen Bereich nach Meinung der befragten Journalisten mehr an Bedeutung gewinnen. Im Hinblick auf die agrarische Medienvielfalt wird sich aus Sicht der Befragten die Printmedienlandschaft an der generell rückläufigen Landwirtschaft orientieren und sich somit auf weniger Medien konzentrieren. Die Ansprüche der Rezipienten werden jedoch steigen und nach größerer Professionalisierung verlangen, wie die Umfrage ergab.

Die Anforderungen an Agrarjournalisten werden immer größer, auch wenn die Zahl der Bauern im Sinken ist. Die Aktualität landwirtschaftlicher Themen hat dennoch nicht an Bedeutung verloren, die EU-Erweiterung sowie größere globale Zusammenhänge verlangen den Fachjournalisten Informationen über komplexe Thematiken ab. Es ist ihre Aufgabe, die Auswirkungen der Agrarpolitik und Agrarwirtschaft für den Einzelnen transparent zu machen. Der Agrarjournalismus ist gefordert, den sich ständig ändernden Anforderungen der Umwelt Rechnung zu tragen.

²⁷⁰ Vgl. Belz/Haller/Sellwein, 1999, S. 9.

Glatz sieht in einer funktionierenden Öffentlichkeit die „wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Umweltpolitik.“ Länder mit einer solchen funktionierenden Öffentlichkeit, hätten auch relativ gute Chancen für eine anspruchsvolle und erfolgreiche Umweltpolitik. Die Medien hätten dabei „eine wesentliche Aufgabe als Transporteur von umweltrelevanten Informationen.“ Sie geben den Stand und das Niveau der umweltpolitischen Auseinandersetzung wieder, „sie sind aber auch ein wesentlicher Akteur dieses Diskurses (...).“²⁷¹

Die Medien geben den Menschen Themen zur Diskussion, spezifische Informationen werden auf die jeweiligen Zielgruppen zugeschnitten wie beispielsweise bei Agrarzeitschriften. Die Thematisierungsleistung des Agrarjournalismus bleibt auch oder sogar gerade im Hinblick auf den Informationsaustausch über Computernetzwerke wie Internet aktuell. Denn viele agrarische Informationen können von Interessierten im World Wide Web abgerufen werden, in Zukunft wird die Zahl dieser Angebote sicher noch weiter zunehmen.

Die Ergebnisse der Untersuchung haben auch die technische Weiterentwicklung der Recherchemöglichkeiten aufgezeigt. Inhaltlich wird sich das agrarische Informationsangebot laut Befragten in Richtung Themen wie (erneuerbare) Energie, Umwelt, Nachhaltigkeit und Serviceorientierung erweitern.

Die kommunikationswissenschaftliche Weiterentwicklung der Erforschung des Agrarbereichs ist jedoch offen. Die Forschungsdefizite auf diesem Gebiet – v.a. in Österreich – sind nicht zu übersehen. Auch die österreichische Kommunikatorforschung kann als unzureichend bezeichnet werden. Eine vermehrte Forschungstätigkeit ist aber eine wichtige Voraussetzung für den wissenschaftlichen Fortschritt.

²⁷¹ Glatz, 1991, S. 51f.

Die Quellenlage zum Journalismus im Allgemeinen ist bekanntermaßen gut und auch der Wirtschaftsjournalismus oder der Fachjournalismus wurden bereits aus vielen Perspektiven beleuchtet, der Sektor Agrarjournalismus ist dagegen nur wenig beachtet worden.

Dabei kamen und kommen bedeutende Vertreter der politischen und wirtschaftlichen Führung aus bäuerlichem Umfeld, „die mit Sicherheit einen – bis jetzt noch kaum erforschten – Einfluß auf die massenkommunikative Situation dieses Gesellschaftssystem über agrarische oder nicht-agrarische Medien genommen haben und nehmen“²⁷², stellt Siffert fest.

Die Agrarthematik wird ihre Relevanz keineswegs verlieren, denn in Zeiten der Europäisierung und Globalisierung ist der Erwerb von Informationen über die Auswirkungen auf die Landwirtschaft für die gesellschaftliche und soziale Orientierung wichtiger denn je, und Landwirte leisten nach wie vor einen wichtigen Beitrag zur Ernährungsversorgung sowie zum Erhalt der Kultur- und Erholungslandschaften.

Und wie der Volksmund sagt:

Bauernstand ist Ehrenstand,
erhält die Stadt, erhält das Land.
Er ist der Pionier der Zeit
und bleibt es bis in Ewigkeit.

²⁷² Siffert, 1995, S. 484.

Anhang

A Daten der agrarischen und themenrelevanten

Printmedien²⁷³

Titel	RAIFFEISENZEITUNG
Untertitel	Die wöchentliche Information für Gesellschaft, Wirtschaft & Kultur
Vorgänger	Österreichische Raiffeisenzeitung (1970-1974,18)
Erscheinungsverlauf	1974,19-
Mediengattung	Wochenzeitung
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber, Verwaltung	Österreichischer Raiffeisenverband
Medieninhaber	Raiffeisen Media GmbH.
Redaktion	Österreichischer Raiffeisenverband
Chefredakteur	Kurt Ceipek
Titel	„Bildungsjournal“
Untertitel	Magazin für Pädagogik, Kommunikation und Gesellschaft der Idw. Fachschulen NÖ
Erscheinungsverlauf	1.1989-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	Tulln
Erscheinungsart	2- bis 3-mal jährlich
Herausgeber	
Medieninhaber (Verleger)	Amt der NÖ Landesregierung, Abt. Landwirtschaftliche Bildung
Redaktion, Verwaltung	LAKO -Landwirtschaftliche Koordinationsstelle für Bildung und Forschung
Chefredakteur	Mag. Jürgen Mück
Internet	http://www.lako.at
Titel	Agrar Post
Untertitel:	Unabhängige österreichische Zeitschrift
Vorgänger	Agrarische Post (1.1925-21.1945,13;23.1947-30.1954,48)

²⁷³ Vgl. Verband Österreichischer Zeitungen, 2004, S. 216ff., Schuh, 1969, S. 250ff., URL: <http://magnum.bibvb.ac.at/ALEPH>.

Erscheinungsverlauf	30.1954,49-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Langenzersdorf
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Agrar-Post-Verlag Dr. Bruno Müller GmbH. Dr. Bruno Müller

Titel	Agrarische Rundschau
Erscheinungsverlauf	1.1931/32-2.1934/35;3.1937,1; 3.1949- 19.1957/58; 1958-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf bei Wien
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber	Ökosoziales Forum Österreich
Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Österreichischer Agrarverlag Prof. Dkfm. Ernst Scheiber

Titel	AGROZUCKER / AGROSTÄRKE
Untertitel	Fachblatt für den Zuckerrüben- und Kartoffelbau
Vorgänger	darin aufgegangen: Agrozucker (1980-1999), Agrostärke (1990-1999)
Erscheinungsverlauf	2000,1-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Verein Agrozucker Johannes Koprivnikar

Titel	Aktuell
Untertitel	Mitteilungen des Hauptverbandes der Land- und Forstwirtschaftsbetriebe Österreichs
Erscheinungsverlauf	1991,5/6-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	6-mal Jährlich
Herausgeber Medieninhaber (Verleger),	Dr. Christian Brawenz

Redaktion, Verwaltung	Hauptverband der Land- und Forstwirtschaftsbetriebe Österreichs
Chefredakteur	Mag. Kristin Dawes
Internet	http://www.hvlf.at
Titel	Alpenländische Bienenzeitung
Untertitel	Fachzeitschrift für den Imker
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	11-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Leopold-Stocker-Verlag
Chefredakteur	Walter Schöpf
Internet	http://www.landwirt.com
Titel	Besseres Obst
Untertitel	Fachorgan des österreichischen Bundesobstbauverbandes
Erscheinungsverlauf	1.1956,1(=Juli)-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf bei Wien
Erscheinungsart	11-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Österreichischer Agrarverlag
Chefredakteur	Dipl.-Ing. Gabriele Luttenberger
Titel	Bienenvater
Untertitel	Fachblatt des österreichischen Imkerbundes
Erscheinungsverlauf	1.1869-70.70.1938,9;71.1946-75.1950; 76.1955-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	11-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Österreichischer Imkerbund
Redaktion	Hans Vockenhuber
Internet	http://www.imkerbund.at
Titel	Bienenwelt
Untertitel	Fachzeitschrift für den Imker
Erscheinungsverlauf	1.1959-

Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	11-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Leopold-Stocker-Verlag
Chefredakteur	Gerhard Engleitner
Internet	http://www.landwirt.com
<hr/>	
Titel	BLICK INS LAND
Untertitel	Das Magazin für den ländlichen Raum
Erscheinungsverlauf	4.1987-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber	Universität für Bodenkultur Wien
Medieninhaber	SPV Printmedien GmbH.
Redaktion, Verwaltung	Blick ins Land
Chefredakteur	Ing. Bernhard Weber
<hr/>	
Titel	Burgenländischer Agrarkurier
Untertitel	Organ des Burgenländischen Bauernbundes
Vorgänger	Der burgenländische Bauernbündler
Erscheinungsverlauf	23.1970-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Burgenland
Verlagsort	Eisenstadt
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Burgenländischer Bauernbund
Chefredakteur	Wolfgang Kostenwein
<hr/>	
Titel	Der Alm- und Bergbauer
Untertitel	Fachzeitschrift für den bergbäuerlichen Raum
Vorgänger	Alm und Weide (1950-1972)
Erscheinungsverlauf	23.1973-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Innsbruck
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Arbeitsgemeinschaft für Alm und Weide
Internet	http://www.almwirtschaft.com
<hr/>	

Titel	Der Bauer
Untertitel	Mitteilungsblatt der Oberösterreichischen Landwirtschaftskammer
Erscheinungsverlauf	1.1948-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Oberösterreich
Verlagsort	Linz
Erscheinungsart	wöchentlich, Mi.
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Verwaltung	Oberösterreichische Landwirtschaftskammer
Redaktion	Der Bauer
Chefredakteur	Dipl.-Ing. Heinz Kirchbaumer
Internet	http://www.lk-ooe.at

Titel	Der fortschrittliche Landwirt (Die Grüne)
Untertitel	Fachzeitschrift für die bäuerliche Familie
Vorgänger	Landheimat (1921-1926); darin aufgegangen: Der praktische Landwirt, Der Pflug, Österreichischer Landbote, Das Reich der Bäuerin
Erscheinungsverlauf	9.1927-26.1944,18;27.1949, Okt.-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	2-mal monatlich (1. und 16.)
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Leopold-Stocker-Verlag
Chefredakteur	Prok. Ing. Wilhelm Tritscher
Internet	http://www.landwirt.com

Titel	Der Kärntner Jäger
Untertitel	Mitteilungsblatt der Kärntner Jägerschaft
Erscheinungsverlauf	1.1972-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Kärnten
Verlagsort	Klagenfurt
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Schloss Mageregg

Titel	Der Land- und Forstarbeiterbrief
Untertitel	Mitteilungsblatt des Oberösterreichischen Land- und Forstarbeiterbundes

Vorgänger	Mitteilungen für die Arbeiter und Angestellten in der Land- und Forstwirtschaft (1950-1955)
Erscheinungsverlauf	5.1955,7-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Oberösterreich
Verlagsort	Linz
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Österreichischer Land- und Forstarbeiterbund Präsident Eugen Preg

Titel	Der Landarbeiter
Untertitel	Organ des Tiroler Land- und Forstarbeiterbundes mit den Mitteilungen der Landarbeiterkammer für Tirol
Erscheinungsverlauf	1.1947-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Tirol
Verlagsort	Innsbruck
Erscheinungsart	9-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Tiroler Land- und Forstarbeiterbund Dr. Wolfgang Schwaiger

Titel	Der Pflanzenarzt
Untertitel	Fachzeitschrift für Pflanzenschutz, Vorratsschutz, Pflanzenernährung
Erscheinungsverlauf	1.1948-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf bei Wien
Erscheinungsart	8-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Österreichischer Agrarverlag Dipl.-Ing. Gabriele Luttenberger

Titel	Der Weinbau
Erscheinungsverlauf	1.1991-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber Medieninhaber (Verleger),	Sepp Baldrian

Redaktion, Verwaltung	Umwelt, Ökologie und Medienmarketing GmbH.
Chefredakteur	Mag. Claus Farnberger
Titel	Der Winzer
Untertitel	Fachblatt des österreichischen Weinbaues, Mitteilungsblatt des Bundesverbandes der Weinbautreibenden Österreichs
Vorgänger	darin aufgegangen: Österreichische Weinzeitung
Erscheinungsverlauf	1.1945,1(Aug.)-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf bei Wien
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Österreichischer Agrarverlag Dipl.-Ing. Josef Glatt
Internet	http://www.agrarverlag.at
Titel	Die Bodenkultur
Untertitel	Austrian Journal of Agricultural Research
Vorgänger	Die Landeskultur (1934-1938)
Erscheinungsverlauf	1.1947-9.1956/57; 15.1964-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Redaktion Medieninhaber (Verleger), Verwaltung Chefredakteur	Universität für Bodenkultur Wien WUV-Universitätsverlag Univ.-Prof. Dr. Peter Ruckebauer
Titel	Die Information
Vorgänger	Mitteilungen der Wiener Landwirtschaftskammer (1958-1985; 1993)
Erscheinungsverlauf	1993, Okt.-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Internet	Wiener Landwirtschaftskammer http://www.lk-wien.at

Titel	Die Landwirtschaft
Untertitel	Die Zeitschrift der Niederösterreichischen Landes-Landwirtschaftskammer
Vorgänger	Österreichische landwirtschaftliche Marktzeitung; Österreichische Geflügel-Zeitung; darin aufgegangen: Lagerhauspost; vereinigt mit: Der Wiener Landwirt zu: Wochenblatt der Landesbauernschaft Donauland
Erscheinungsverlauf	1924, Probenr.; 1.1925-6.1930; 1931-1938,5; 1946-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	St. Pölten
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Redaktion, Verwaltung	NÖ Landes- Landwirtschaftskammer
Medieninhaber	Österreichischer Agrarverlag
Chefredakteur	Prof. Mag. Gerd Rittenauer

Titel	ERNTE
Untertitel	Zeitschrift für Ökologie und Landwirtschaft
Vorgänger	Ernte (1989-2003,2)
Erscheinungsverlauf	2003,3-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Linz
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Bio Ernte Austria – Bundesbüro Mag. Ingrid Schuler-Knapp Dipl.-Ing. Regina Daghofer
Redaktion	
Internet	http://www.ernte.at

Titel	ERNTE
Untertitel	Neues aus der Landesorganisation Salzburg
Vorgänger	Ernte (1996,1-5; 199-2003,2)
Erscheinungsverlauf	2003,3-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Salzburg
Verlagsort	Salzburg
Erscheinungsart	12-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Verband Bio Ernte Austria – Salzburg
Internet	http://www.ernte.at

Titel	Fleckviehzucht in Österreich
Erscheinungsverlauf	1987-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Leopold-Stocker-Verlag Dipl.-Ing. Peter Stückler
Internet	http://www.landwirt.com
Titel	Freiland – Journal
Untertitel	Zeitschrift für die ökologisch-tiergerechte Nutztierhaltung und gesunde Ernährung
Vorgänger	KT-Nachrichten (1991-1994)
Erscheinungsverlauf	1995-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Dipl.-Ing. Reinhard Geßl Freiland Verband Dipl.- Ing. Reinhard Geßl
Internet	http://www.freiland.or.at
Titel	Gazette
Untertitel	Zeitschrift des Instituts für Gartenzwergkunde mit ständiger Beilage: IGM-Bulletin
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Perchtoldsdorf
Erscheinungsart	4- bis 6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger)	Institut zur Erforschung der Lebens- und Umweltbedingungen des Gartenzwerchs
Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Redaktionsservice Helmut A. Lebisch Vorstand Prof. Dr. A. Lois Schibel
Titel	Genossenschaftsbrief
Untertitel	Mitteilungen des Raiffeisenverbandes Oberösterreich
Erscheinungsverlauf	nachgewiesen Nr. 4.1945-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Oberösterreich

Verlagsort	Linz
Erscheinungsart	fallweise
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Raiffeisenverband Oberösterreich OR Franz Traunmüller
Titel	Holzkurier
Untertitel	Forst- und holzwirtschaftlicher Wochendienst
Vorgänger	darin aufgegangen: Sägewerk und Holzhandel (10.1956-24.1970) sowie Österreichs Forst- und Holzwirtschaft (1.1946-9.1954,12)
Erscheinungsverlauf	1.1952-3.1954; 10.1955-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Österreichischer Agrarverlag Dipl.-Ing. Gerd Ebner
Titel	IGM-Bulletin
Untertitel	Information des Internationalen Gartenzweigmuseums
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Perchtoldsdorf
Erscheinungsart	4-mal jährlich + 2 Sonderausgaben
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger)	Institut zur Erforschung der Lebens- und Umweltbedingungen des Gartenzweigs
Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Redaktionsservice Helmut A. Lebisch Kustos Mag. Archibald Langwiesen
Titel	IWGO-Newsletter
Untertitel	International Working Group on Ostrinia
Erscheinungsverlauf	15.1995-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	2-mal jährlich in englischer Sprache
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Dipl.-Ing. Harald Berger Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit Dipl.-Ing. Harald K. Berger

Internet	http://www.ages.at
Titel	Kammermitteilungsblatt
Untertitel	Informationsblatt für die land- und forstwirtschaftlichen Dienstnehmer in Niederösterreich
Erscheinungsverlauf	1.1952-24.1975; 24.1975-51.2002; 2003-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	9-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Niederösterreichische Landarbeiterkammer
Redaktion	Ursula Amar
Titel	Kärntner Bauer
Untertitel	Die Wochenzeitschrift der Kammer für Land- und Forstwirtschaft in Kärnten
Vorgänger	Landwirtschaftliche Mitteilungen für Kärnten (1902-1937, 1946-1952)
Erscheinungsverlauf	96.1946-115.1965,6; 122.1965,7-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Kärnten
Verlagsort	Klagenfurt
Erscheinungsart	wöchentlich, Fr.
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Kammer für Land- und Forstwirtschaft in Kärnten
Chefredakteur	Dipl.-Ing. Rudolf Fritzer
Internet	http://www.lk-kaernten.at
Titel	Land & Raum
Untertitel	Zeitschrift zur Verbreitung guter Ideen im ländlichen Raum
Vorgänger	früher unter dem Titel Ländlicher Raum
Erscheinungsverlauf	1.1988-14.2001;14.2001-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Österreichisches Kuratorium für Landtechnik und Landentwicklung (ÖKL)
Redaktion	Dipl.-Ing. Eva-Maria Munduch-Bader Dipl.-Ing. Barbara Steurer

Internet	http://www.oekl.at
Titel	Land- und Forstarbeit heute
Untertitel	Mitteilungsblatt der Steiermärkischen Landarbeiterkammer
Vorgänger	Steiermärkische Kammer für Arbeiter und Angestellte in der Land- und Forstwirtschaft: Mitteilungsblatt der Steiermärkischen Kammer für Arbeiter und Angestellte in der Land- und Forstwirtschaft (1967-1973)
Erscheinungsverlauf	21.1973,5/6-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Steiermärkische Landarbeiterkammer A. Grimme
Titel	landjugend
Untertitel	Mitteilungsblatt der Landjugend Nö
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	St. Pölten
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Verein der Landjugend Niederösterreich Reinhard Polsterer Maria Resch
Internet	http://www.noelandjugend.at
Titel	Ländlicher Raum
Untertitel	Zeitschrift für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft – Print und Online
Vorgänger	früher unter dem Titel Der Förderungsdienst (1953-2001)
Erscheinungsverlauf	2001-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger),	

Redaktion, Verwaltung	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
Redaktion	Min.-Rat Dr. Manfred Dietrich
Internet	http://www.laendlicher-raum.at
Titel	Landmaschinen-Handwerk und –Handel
Untertitel	Offizielles Organ der Bundesberufsgruppen des Landmaschinenhandels und der Landmaschinentechniker Österreichs
Erscheinungsverlauf	1.1964-18.1981,2;18.1981,3-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Verlag Lorenz
Chefredakteur	Hannelore Schöffmann-Sieg
Internet	http://www.verlag-lorenz.at/landmaschinen
Titel	Landwirtschaftliche Blätter
Untertitel	Wochenzeitung der Tiroler Landwirtschaftskammer für Bauern, Bäuerinnen und ländlichen Raum
Erscheinungsverlauf	14.1951-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Tirol
Verlagsort	Innsbruck
Erscheinungsart	wöchentlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Landeslandwirtschaftskammer für Tirol
Chefredakteur	Dr. Eugen Stark
Titel	Landwirtschaftliche Mitteilungen
Untertitel	Organ der Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark
Vorgänger	Wochenblatt der Landesbauernschaft Südmark (1938-1945)
Erscheinungsverlauf	85.1945,1-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	14tägig
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark

Chefredakteur Internet	Mag. Rosemarie Wilhelm http://www.lk-stmk.at
Titel	Landwirtschaftliches Tagebuch
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Helgu-Verlag Helmut G. Gugl
Titel	Logo
Untertitel	Jugendmagazin der Tiroler Jungbauernschaft/Landjugend
Erscheinungsverlauf	1990-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Tirol
Verlagsort	Innsbruck
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Tiroler Jungbauernschaft/Landjugend Magnus Gratl
Titel	Mitteilungen (Landarbeiterkammer Kärnten)
Untertitel	der Landarbeiterkammer für Kärnten
Fortsetzung	Land – Forst
Erscheinungsverlauf	1.1956-49.2004,3/4
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Kärnten
Verlagsort	Klagenfurt
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Landarbeiterkammer für Kärnten
Titel	Mitteilungen der oberösterreichischen SPÖ- Bauern
Vorgänger	Mitteilungen des oberösterreichischen Arbeitsbauernbundes (1968-1980)
Erscheinungsweise	1981,1-1988,6,-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Oberösterreich
Verlagsort	Linz
Erscheinungsart	mindestens 4-mal jährlich
Herausgeber,	

Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Oberösterreichische SPÖ-Bauern Monika Gumpelmaier
Titel	Mitteilungen Klosterneuburg
Untertitel	Rebe und Wein, Obstbau und Früchteverwertung
Vorgänger	Höhere Bundeslehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau Klosterneuburg: Mitteilungen (1951-1953, 1966-1976)
Erscheinungsverlauf	27.1977-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	Klosterneuburg
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Höhere Bundeslehranstalt und Bundesamt für Wein- und Obstbau
Internet	http://www.hblawo.bmlfuw.gv.at
Titel	Mitteilungsblatt der Burgenländischen Landwirtschaftskammer
Erscheinungsverlauf	1.1957-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Burgenland
Verlagsort	Eisenstadt
Erscheinungsart	14tägig
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Burgenländische Landwirtschaftskammer Hans Weiss
Internet	http://www.agire.at
Titel	Mitteilungsblatt der Landarbeiterkammer für Salzburg
Erscheinungsverlauf	1.1950-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Salzburg
Verlagsort	Salzburg
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Landarbeiterkammer für Salzburg Kammeramtsdir. Dr. Otmar Sommerauer

Titel	Mitteilungsblatt des Hydrographischen Dienstes in Österreich
Erscheinungsverlauf	1.1951-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	fallweise
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft, Abteilung Wasserhaushalt

Titel	Murauer Land
Untertitel	Informationsblatt der Bezirkskammer für Land- und Forstwirtschaft Murau
Erscheinungsverlauf	1.1995,1-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Murau
Erscheinungsart	mindestens 4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Bezirkskammer für Land- und Forstwirtschaft Murau
Chefredakteur	KO Thomas Wirnsberger
Internet	http://www.lk-stmk.at

Titel	Nachwachsende Rohstoffe
Untertitel	Mitteilungen der Fachbereichsarbeitsgruppe
Erscheinungsverlauf	1.1996-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wieselburg
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Redaktion, Verwaltung Medieninhaber	Bundesanstalt für Landtechnik Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft
Redaktion	HR Dipl.-Ing. Manfred Wörgetter
Internet	http://www.blt.bmlfuw.gv.at

Titel	Nahtur
Untertitel	Näher beim Naturschutz, Informationen aus erster Hand
Erscheinungsverlauf	1.2000-
Mediengattung	Fachpresse

Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	St. Pölten
Erscheinungsart	4- bis 6-mal jährlich
Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung Naturschutz
Herausgeber	Dipl.-Ing. Martina Kriegler
Redaktion	Dipl.-Ing. Wolfgang Suske

Titel	Natur Land Salzburg
Untertitel	Naturschutzinformationsschrift
Erscheinungsverlauf	1.1994-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Salzburg
Verlagsort	Salzburg
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Redaktion	Dipl.-Ing. Hermann Hinterstoisser
Medieninhaber (Verleger), Verwaltung	Amt der Salzburger Landesregierung, Ref. Naturschutzgrundlagen
Chefredakteur	Dipl.-Ing. Hermann Hinterstoisser
Internet	http://www.salzburg.gv.at/naturschutz/naturland

Titel	News of Forest History
Erscheinungsverlauf	1.1984-32.2003;2004,1=33/34-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	1-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	IUFRO – Subject Group S 6.07, Forstgeschichte, in Zusammenarbeit mit der Arbeitsgruppe Forstgeschichte im Österreichischen Forstverein
Chefredakteur	Dr. Elisabeth Johann

Titel	Obst – Wein – Garten
Untertitel	Fachzeitschrift für den Praktiker im Obst-, Wein, Gartenbau und den Hobbygärtner
Vorgänger	früher unter dem Titel Obst- und Weinbau (19.1950-46.1977)
Erscheinungsverlauf	47.1978-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark

Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Landes-Obst-, Weinbau- und Gartenverein Dipl.-Ing. Josef Weber
Titel	Ökoenergie
Untertitel	Magazin zur Förderung erneuerbarer Energie und der Energieeffizienz
Erscheinungsverlauf	Nr. 1.1991-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	4- bis 6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Ökosoziales Forum Österreich Prof. Dkfm. Ernst Scheiber Kurt Ceipek Doris Hofbauer
Internet	http://www.oesfo.at
Titel	Österreichische BauernZeitung
Untertitel	Österreichs größte Wochenzeitung für den ländlichen Raum
Erscheinungsverlauf	seit 1960
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber Medieninhaber (Verleger) Verwaltung Chefredakteur	Agrar Media Verlags GmbH. AGRO-Werbung GmbH Ing. Walter Silber
Titel	Österreichische BauernZeitung – Neues Land
Vorgänger	Steirischer Bauernbündler (1934-1972)
Erscheinungsverlauf	32.1972,20-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	wöchentlich, Fr.
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Neues Land Medien GmbH. Mag. Hans Putzer
Internet	http://www.neuesland.at

Titel	Österreichische BauernZeitung – Niederösterreich (Österr. Bauernbündler)
Untertitel	Österreichs größte ländliche Wochenzeitung
Vorgänger	Der österreichische Bauernbündler (1.1945- 57.2001,11)
Erscheinungsverlauf	1.2001,12-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Wien
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Leopoldsdorf
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber, Redaktion	Niederösterreichischer Bauernbund
Medieninhaber (Verleger)	Agrar Media Verlags GmbH.
Verwaltung	Österreichischer Agrarverlag
Chefredakteur	Mag. Josef Bauer
Internet	http://www.agrarverlag.at

Titel	Österreichische BauernZeitung – Oberösterreich / Salzburg
Untertitel	Österreichs größte ländliche Wochenzeitung Später unter dem Titel: Österreichische Bauernzeitung / Oberösterreich bzw. Salzburg- Landwirtschaftszeitung
Erscheinungsverlauf	1.2001,12(OÖ) bzw. 2.2002,45(Sbg.) - 4.2004,41; 4.2004.42-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Salzburg
Verlagsort	Leopoldsdorf
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber	OÖ. Bauernbund
Medieninhaber	Agrar Media Verlags GmbH.
Redaktion	Salzburger Bauernbund
Verwaltung	AGRO-Werbung GmbH.
Red.-Ltg.	Dr. Karl Drechsler

Titel	Österreichische BauernZeitung – Tirol
Untertitel	Österreichs größte ländliche Wochenzeitung
Vorgänger	Tiroler Bauernzeitung (1901-1938, 1945- 2001)
Erscheinungsverlauf	1.2001,12-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Tirol
Verlagsort	Leopoldsdorf
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber	Tiroler Bauernbund
Medieninhaber	Agrar Media Verlags GmbH.
Redaktion, Verwaltung	Tiroler Bauernzeitung

Red.-Ltg. Internet	Andreas Humer http://www.tiroler-bauernbund.at
Titel	Österreichische Forstzeitung
Untertitel	Die Zeitung für Wald, Forstwirtschaft und Landschaft
Vorgänger	Österreichische Forst- und Jagdzeitung; Wiener allgemeine Forst- und Jagdzeitung; Allgemeine forst- und holzwirtschaftliche Zeitung; Allgemeine Forstzeitung Forts.: Forstzeitung
Erscheinungsverlauf	1.1883-12.1894; 98,1987-114.2003; 115.2004,1-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Niederösterreich
Verlagsort	Leopoldsdorf
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Österreichischer Agrarverlag FM Dipl.-Ing. Dr. Herbert Tiefenbacher
Titel	Österreichische Wasser- und Abfallwirtschaft
Vorgänger	Österreichische Wasserwirtschaft (1949-1993)
Erscheinungsverlauf	46.1994-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	6-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Springer-Verlag GmbH. F. Kastanek
Titel	Partner
Untertitel	Unabhängiges Nachrichtenmagazin für die Landwirtschaft
Erscheinungsverlauf	1971-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Lebring
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Partner Zeitungsverlagsges.mbH. Ingrid Gady

Internet	http://www.partnerzeitung.at
Titel	Pflanzenschutzberichte
Untertitel	Wissenschaftliches Publikationsorgan des Institutes für Phytomedizin am Bundesamt und Forschungszentrum für Landwirtschaft (Originalarbeiten und Referate)
Erscheinungsverlauf	1.1947-52.1991; 53.1992/93-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	2-mal jährlich (1 Band)
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Bundesamt und Forschungszentrum für Landwirtschaft Institut für Phytomedizin
Redaktion	Dr. Gerhard Bedlan
Internet	http://www.bfl.at
Titel	Regenwurm
Untertitel	Zeitschrift für die biologisch-vegane Landwirtschaft
Erscheinungsverlauf	1.1999/2000-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	BioVegan (biologisch-veganes Netzwerk für Garten- und Landbau)
Chefredakteur	Ronny Wyttek
Internet	http://www.biovegan.org
Titel	Rossinger International
Untertitel	Magazin zur Förderung der Kaltblutpferdezucht
Erscheinungsverlauf	48.1998-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Frankenmarkt
Erscheinungsart	5-mal jährlich
Herausgeber	Wilhelm Wurm
Medieninhaber	IG für Pferdezucht und Fahrsport
Redaktion, Verwaltung	Rossinger international
Chefredakteur	Wilhelm Wurm
Internet	http://www.rossinger.at

Titel	Rotholzer Absolvent
Untertitel	Zeitung des Rotholzer Absolventenvereins
Erscheinungsverlauf	1.1954-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Tirol
Verlagsort	Rotholz
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Redaktion, Verwaltung Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Rotholzer Absolventenverein Landwirtschaftliche Landeslehranstalt
Chefredakteur	Fl. Ing. Peter Grünbichler

Titel	Salzburger Bauer
Untertitel	Die Wochenzeitung der Salzburger Landwirtschaftskammer
Erscheinungsverlauf	1.1946-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Salzburg
Verlagsort	Salzburg
Erscheinungsart	wöchentlich, Do.
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Kammer für Land- und Forstwirtschaft
Chefredakteur	Prof. Josef A. Standl

Titel	Schafe und Ziegen aktuell
Untertitel	Fachzeitschrift für Schafzüchter, Schafhalter und Ziegenhalter
Vorgänger	Schafe aktuell (1.1991-10.2000)
Erscheinungsverlauf	11.2001-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	März, Juni, September, Dezember
Herausgeber	ARGE Schafzuchtverbände Österreichs
Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Leopold-Stocker-Verlag
Chefredakteur	Mag. Petra Chalupa
Internet	http://www.landwirt.com

Titel	Stadt & Land
-------	--------------

Untertitel	Zeitschrift für die Land- und Forstwirtschaftliche Fachschule Alt-Grottenhof
Erscheinungsverlauf	12,1999/2000-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	4-mal jährlich, davon 1-mal als Kalender
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Verwaltung	Absolventenverein Grottenhof
Redaktion	Stadt & Land
Chefredakteur	Dipl.-Ing. Stefan Hagn

Titel	Steirische Nachrichten
Erscheinungsverlauf	1959-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung	Freiheitliche Partei Österreichs, Landesgruppe Steiermark
Chefredakteur	Hubert Feichter Maria Christa Demuth
Internet	http://www.fpoe-stmk.at

Titel	Sunnseit'n
Untertitel	Zeitschrift für bäuerliche Vermieter/Innen
Erscheinungsverlauf	1.1993-
Mediengattung	Fachpresse
Verbreitungsgebiet	Österreich
Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber	Bundesverband Urlaub am Bauernhof
Medieninhaber (Verleger), Verwaltung	Leopold-Stocker-Verlag
Redaktion	agenTOUR
Chefredakteur	Mag. Hans Embacher
Internet	http://www.landwirt.com

Titel	SVB aktuell
Erscheinungsverlauf	1990-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien

Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur Internet	Sozialversicherungsanstalt der Bauern Dr. Georg Schwarz http://www.svb.at
Titel	SVB Info
Erscheinungsverlauf	1993,4-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	11-mal jährlich
Herausgeber Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur Internet	Sozialversicherungsanstalt der Bauern Dr. Georg Schwarz http://www.svb.at
Titel	Tiroler Bauernstandl Bote
Untertitel	Die Kundenzeitschrift der Tiroler Bauernstandl
Erscheinungsverlauf	1.2001-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Hochfilzen
Erscheinungsart	monatlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur Internet	Tatzelwurm-Verlag KG Claudia Eder http://www.pillerseebote.at
Titel	Tirols Welt
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Tirol
Verlagsort	Innsbruck
Erscheinungsart	3-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur Internet	Tiroler Versicherung Mag. Barbara Buchegger http://www.tirol.at
Titel	Unser Land
Untertitel	agrarmagazin mit lagerhaus-news
Vorgänger	früher unter dem Titel: Unser Lagerhaus / Mitteilungsblatt der landwirtschaftlichen

Erscheinungsverlauf	Lagerhausgenossenschaft (1.1950,1-21.1970,12); Verein Unser Lagerhaus: Unser Lagerhaus (22.1971,1-38.1988,2)
Mediengattung	38.1988,3- Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	10-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Verein Unser Lagerhaus Ing. Herbert Steinwender
Internet	http://www.lagerhaus.at

Titel	Unser Ländle
Untertitel	Mitteilungen der Landwirtschaftskammer Vorarlberg
Vorgänger	38.1972,7-61.1995,11 erscheint als Rubrik in: Vorarlberger Volksbote u. dessen Forts.: Vorarlberger; Landwirtschaftskammer für Vorarlberg: Mitteilungen der Landwirtschaftskammer für Vorarlberg und Nachrichten des Vorarlberger Genossenschaftsverbandes (16.1950- 38.1972,6); Vorgänger davon: Vorarlberger Bauernkammer: Mitteilungen der Vorarlberger Bauernkammer (1.1926- 12/13.1938; 14.1948-15.1949)
Erscheinungsverlauf	61-1995,12-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Vorarlberg
Verlagsort	Bregenz
Erscheinungsart	wöchentlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Landwirtschaftskammer Vorarlberg Ing. Armin Schwendinger Karoline Willi Bernhard Ammann
Internet	http://www.diekammer.info

Titel	VÖS Magazin
Untertitel	Fach- & Mitteilungsblatt des Verbandes österreichischer Schweineerzeuger
Erscheinungsverlauf	1997-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien

Erscheinungsart	4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Chefredakteur	Verband Österreichischer Schweineerzeuger Georg Mayringer
<hr/>	
Titel	Wege für eine bäuerliche Zukunft
Untertitel	Zeitschrift der Österreichischen Bergbauernvereinigung (ÖBV) – Initiativen für eine bäuerliche Zukunft
Vorgänger	früher unter dem Titel: Die Bergbauern (1.1978-24.2001)
Erscheinungsverlauf	25.2002, 1-
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	8-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Redaktion, Verwaltung Redaktion	Österreichische Bergbauernvereinigung Elisabeth Baumhöfer
Internet	http://www.bergbauern.org
<hr/>	
Titel	Wiener Wein & the city
Mediengattung	Fachpresse
Hauptverbreitungsgebiet	Wien
Verlagsort	Wien
Erscheinungsart	3- bis 4-mal jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger), Verwaltung Redaktion	Wiener Landwirtschaftskammer Klaus Egle
<hr/>	
Titel	Landkalender
Untertitel	Familien-, Fach- und Schreibkalender für das fortschrittliche Landvolk
Erscheinungsverlauf	1923-1940; 19.1956(1955)-
Mediengattung	Kalender
Hauptverbreitungsgebiet	Österreich
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger)	Leopold-Stocker-Verlag
Internet	http://www.landwirt.com
<hr/>	
Titel	Steirischer Bauernkalender
Erscheinungsverlauf	1947(1946)-
Mediengattung	Kalender

Hauptverbreitungsgebiet	Steiermark
Verlagsort	Graz
Erscheinungsart	jährlich
Herausgeber, Medieninhaber (Verleger),	Neues Land Medien GmbH.

Weitere Agrarmedien in Österreich²⁷⁴:

- Agra-Europe, Büro Wien
- Agrarnet (<http://www.agrarnet.info>)
- AIZ-Pressedienst
- Bayrisches Landwirtschaftliches Wochenblatt
- DLZ Agrarmagazin, Redaktion Österreich
- Holz-Zentralblatt
- ORF Land und Leute
- Österreichische Geflügelwirtschaft
- top agrar

²⁷⁴ Vgl. URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/zeitungen/index.cfm> [12.01.2005].

B Eduard-Hartmann-Preisträger²⁷⁵

1967

1. Max Mayr, Graz
Redakteur Kleine Zeitung
2. Ing. Leopold Lettowsky, Wien
Der Land- und forstwirtschaftliche Betrieb

1968

3. Dipl.-Ing. Dr. Kurt Erker, Klagenfurt
Chefredakteur Kärntner Bauer
4. Dipl.-Ing. Paul Esterhazy, Wien
Chefredakteur Der land- und forstwirtschaftliche Betrieb

1969

5. Dipl.-Ing. Dr. Rudolf Fuhrmann, Salzburg
Redakteur Salzburger Nachrichten
6. Rupert Schumacher, Wien
Pressereferent Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft

1976

7. Dr. Wilfried Thurner, Wien
Redakteur Die Landwirtschaft und AIZ
8. Dr. Franz Hlavac, Wien
ORF-Wirtschaftsredaktion

1977

9. Dieter O. Holzinger, Wien
Freier Mitarbeiter des ORF
10. Hans Paul Strobl, Wien
ORF-Landesstudio NÖ

1979

11. Ernst Swietly, Wien
ORF-Wirtschaftsredaktion

1981

12. Dr. Heinz Hilpert
Chefredakteur AIZ
13. Dipl.-Ing. Dr. Gerhard Poschacher
Redakteur Der Förderungsdienst

²⁷⁵ Vgl. URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/vaoe/index.cfm?showfile=hartmannp> [12.01.2005].

1982

14. Hans Heiner Welser, Salzburg
ORF-Landesstudio Salzburg
15. Albert Einzinger, Innsbruck
Redakteur Tiroler Tageszeitung

1983

16. Prof. Dr. Theo Fischlein, Wien
LWK für Niederösterreich
17. Prof. Herbert Hauk, Wien
ORF

1984

18. Dkfm. Dr. Walter Sonnleitner, Wien
ORF – Aktueller Dienst
19. Dr. Michael Hann, Wien
Redakteur Austria Presse Agentur

1985

20. Karl Grabner, Wien
Redakteur Die Presse
21. Dr. Otto Kam, Wien
ORF – Schulfernsehen

1986

22. Ernst Exner, Wien
Chefredakteur ORF – Studio Niederösterreich
23. Min.-Rat Prof. Mag. Franz Luger, Wien
Redaktion Die Landjugend

1987

24. Dr. Wilhelm Sadofsky, Wien
Chefredakteur Die Österreichische Milchwirtschaft
25. Ing. Hans Adler, Wien
ORF-Wirtschaftsredaktion

1988

26. Ing. Paul Gruber, Wien
Chefredakteur Österreichischer Bauernbündler
27. Erwin J. Frasl, Wien
Kurier

1989

28. Prof. Dipl.-Ing. Rudolf Wicha, Wien
Präsidentenkonferenz

1990

- 29. Dipl.-Ing. Enzia Hein, Salzburg
Der Salzburger Bauer
- 30. Dipl.-Ing. Jana Patsch, Wien
Kurier – Wirtschaftsredaktion

1991

- 31. Erich Hirtl, Wien
ORF TV Wirtschaft
- 32. Dipl.-Ing. Viktor Stampfl, Oberösterreich
Der Bauer

1992

- 33. Dkfm. Ernst Scheiber, Wien
Chefredakteur Agrarische Rundschau
- 34. Univ.-Prof. Dr. Matthias Schneider, Wien
Institut für Wirtschaftsforschung

1993

- 35. Univ.-Prof. Dr. Manfred Welan, Wien
Universität für Bodenkultur
- 36. Dipl.-Ing. Winfried Hofinger, Tirol
Landes-Landwirtschaftskammer für Tirol

1994

- 37. Dr. Eva Mühlberger, Wien
Wirtschafts Woche
- 38. Ing. Franz Hofer
Chefredakteur OÖ Landwirtschaftszeitung

1995

- 39. Johannes Kübeck, Steiermark
Redakteur Kleine Zeitung
- 40. Kurt Ceipek, Wien
Chefredakteur RAIFFEISENZEITUNG

1996

- 41. Fred Strohmeier, Steiermark
Chefredakteur Neues Land
- 42. Claus Reitan, Tirol
Chefredakteur Tiroler Tageszeitung

1997

- 43. Franz Gebhart, Wien
Redakteur AgroBonus
- 44. Veronika Canaval, Salzburg
Redakteurin Salzburger Nachrichten
- 45. Dr. Gertraud Leimüller, Wien
Redakteurin Salzburger Nachrichten

1998

- 46. Dr. Gerhard Popp, Wien
Pressesprecher BMLFUW
- 47. Mag. Michael Sgiarovello
Redakteur C.A.S.H.

1999

- 48. Dr. Josef Siffert
Pressesprecher Präko
- 49. Helmut Waldert
Redakteur ORF

2000

- 50. Christian Posekany
Chefredakteur AIZ
- 51. Norbert Rauter
Kurier

2001

- 52. Hans Vockenhuber
Chefredakteur ORF-Hörfunk Wirtschaft
- 53. Dipl.-Ing. Rudolf Fritzer
Chefredakteur Kärntner Bauer

2002

- 54. Prof. Mag. Gerd Rittenauer
Chefredakteur Die Landwirtschaft
- 55. Christoph Wagner
Publizist

2003

- 56. Georg Keuschnigg, Abg. z. NR
Geschäftsführer Österreichische BauernZeitung
- 57. Dr. Monika Lindner
Generaldirektorin ORF

2004

- 58. Mag. Edith Unger
Redakteurin APA-Wirtschaft
- 59. Prof. Josef A. Standl
Chefredakteur Salzburger Bauer

C Josef-Steininger-Urkunden²⁷⁶

1995

Ing. Georg Keimelmyr, Redakteur Der Bauer
Bernhard Michal, Diplom-Fotograf, Wien

1996

Dr. Sylvia Engel, Redakteurin RAIFFEISENZEITUNG
Hans Weiss, Redakteur Mitteilungsblatt der Burgenländischen
Landwirtschaftskammer

1997

Hofrat Ing. Erik Malischnig, Chefredakteur Der Förderungsdienst
Ing. Hans Meister, Redakteur Der fortschrittliche Landwirt

1998

Ludmilla Herzog, Redakteurin Österreichischer Bauernbündler
Prof. Raimund Herold, Agrarfilmgestalter, Perchtoldsdorf

1999

Dr. Michaela Stefan, Präko aktuell
Ing. Karl Herndler, Pressereferent Fa. Pöttinger

2000

Dipl.-Ing. Gebhard Aschenbrenner, Kuratorium für Landtechnik
Dipl.-Ing. Gabriele Luttenberger, Redakteurin AgroBonus

2001

Andreas Humer, Redakteur Österreichische BauernZeitung Redaktion
Tirol
Hannelore Schöffmann-Sieg, Chefredakteurin Landmaschinen-
Handel-Handwerk

2002

Dipl.-Ing. Ilse Huber, freie Journalistin
Ing. Hans Augustin, Redakteur Landwirtschaftliche Blätter, Tirol

2003

Ing. Konrad Liebchen, Redakteur Der fortschrittliche Landwirt
Mag. Martina Wolf, Redakteurin agrarnet.info

²⁷⁶ Vgl. URL: <http://www.newsroom.at/agrarjournalist.at/vaoe/index.cfm?showfile=steiningeru>
[12.01.2005].

2004

Franz Gaubitzer, Redakteur RAIFFEISENZEITUNG
Dr. Martina Ortner, Redakteurin Hof-Direkt

D Fragebogen

Haben oder hatten Sie in ihrem Familien- und Angehörigenkreis bäuerlich Erwerbstätige?

Ja Nein

1. Für welche Agrarzeitschrift(en) arbeiten Sie?

2. In welcher(en) Funktion(en) sind Sie in Ihrem Medium(en) tätig?

- Chefredakteur, fest angestellt
 Redakteur, fest angestellt
 Freier Mitarbeiter Wenn ja, üben sie Nebentätigkeiten aus?

Welche?

Sonstige Funktion

3. Welches Arbeitsverhältnis dominiert?

- Fest angestellt Freier Mitarbeiter
-

4. Welche Voraussetzungen muss ein Bewerber für eine Stelle als Journalist in Ihrer Redaktion erfüllen?

5. Konkret: Aus welchen Bereichen kommen Ihre Mitarbeiter?

6. Welchen Ausbildungsweg haben Sie für ihre derzeitige agrarjournalistische Tätigkeit durchlaufen?

Hochschulausbildung
Wenn ja, welches Studium?

Fachhochschule
Wenn ja, welches Fachgebiet?

Volontariat

Journalistenschule

Keine spezielle Ausbildung

Andere Ausbildung
Wenn ja, welche?

7. Haben Sie sich auf einen bestimmten Bereich spezialisiert?

Ja Nein

Wenn ja auf welchen?

8. Wie würden Sie Agrarjournalismus kurz definieren?

9. Wollen Sie mit Ihrer Agrarberichterstattung...

	häufig	weniger oft	selten	nie
informieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kommentieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
interpretieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hintergründe beleuchten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Welche Funktion des Agrarjournalismus ist für Sie die wichtigste?

- Information
- Interpretation
- Stellungnahme oder Kommentar
- Kritik und Kontrolle
- Beratung
- Bildung
- Unterhaltung
- Sonstige

11. Welche der folgenden Dienste nutzen Sie für Ihre Recherche?

	häufig	weniger oft	selten	nie
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online Medien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online Datenbanken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suchmaschinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Newsletter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Maldienste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fax-Dienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Welche weiteren Quellen ziehen Sie für die agrarische Berichterstattung heran?

	häufig	weniger oft	selten	nie
Pressedienste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pressekonferenzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aussendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Andere Quellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Sind Sie Mitglied beim Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich?

- Ja Nein

Wenn ja, seit wann?

Seit

14. Sind Sie Mitglied in einer anderen agrarischen oder journalistischen Einrichtung?

Ja

Nein

Wenn ja, bei welcher?

-
15. Ist Ihre Redaktion völlig eigenständig oder ist sie eine Version des Stammmediums?

Eigenständig

Version des Stammmediums

Werden Inhalte des Stammmediums vollständig übernommen?

Ja

Nein

-
16. Aus wie vielen Mitarbeitern besteht Ihre Redaktion?

weniger als 5

5 – 10

10 – 15

mehr als 15

-
17. Welche zukünftigen Entwicklungen oder Trends sind aus Ihrer Sicht für den Agrarjournalismus in Österreich zu erwarten?

E Quellenverzeichnis

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, 8. Auflage, Berlin u.a., 1995

Bamberger, Richard & Maria/Bruckmüller, Ernst/Gutkas, Karl (Hg.): Österreich Lexikon in zwei Bänden/Band 1, Wien, 1995

Baum, Achim: Journalistisches Handeln/Eine kommunikationstheoretisch begründete Kritik der Journalismusforschung, Opladen, 1994

Belz, Christopher/Haller, Michael/Sellheim, Armin: Berufsbilder im Journalismus/Von den alten zu den neuen Medien, Konstanz, 1999

Bentele, Günter: Massenkommunikation und Public Relations/Der Kommunikatorbegriff und die Rolle der PR in der Kommunikationswissenschaft, in: Fünfgeld, Hermann/Mast, Claudia (Hg.): Massenkommunikation/Ergebnisse und Perspektiven, 1997, S. 169-192

Bentele, Günter: Öffentliches Vertrauen/Normative und soziale Grundlage für Public Relations, in: Armbrecht, W./Zabel, U.(Hrsg.): Normative Aspekte der Public Relations/Grundlegende Fragen und Perspektiven/Eine Einführung, 1994

Blöbaum, Bernd: Journalismus als soziales System/Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung, 1994

Bogner, Franz M.: Das neue PR-Denken/Strategien, Konzepte, Maßnahmen, Fallbeispiele effizienter Öffentlichkeitsarbeit, Wien, 1990

Böckelmann, Frank: Journalismus als Beruf/Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum von 1945 bis 1990, Konstanz, 1993

Bohrmann, Hans: Zeitschriftenforschung/Ein wissenschaftlicher Versuch, 1975

Breunig, Christian/Rosenberger, Bernhard/Bartel, Ralph: Journalismus der 90er Jahre/Job-Profil, Einstieg, Karrierechancen, München, 1993

Bruckmüller, Ernst: Landwirtschaftliche Organisationen im Modernisierungsprozeß/Landwirtschaftsgesellschaften, Genossenschaften und politische Vereine vom Vormärz bis zum ersten Weltkrieg, Wien, Univ., Habil., 1976

Bundespressdienst (Hrsg.): Massenmedien in Österreich, Wien, 1997

Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hg.): Kommunikationstheorien/Ein Textbuch zur Einführung, 2. Aufl., Wien, 1995

Burska-Erler, Thomas/Paulus, Klaus: Fachpresse/Stille Größe in der Zeitschriftenlandschaft, in: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.): Fachjournalismus/Expertenwissen professionell vermitteln, Konstanz, 2004, S. 39-48

Dachs, Herbert u.a.: Handbuch des politischen Systems Österreichs/Die Zweite Republik, 3. Aufl., Wien, 1997

Dernbach, Beatrice: Der spezialisierte Generalist: Qualifikationen und Profile von Fachjournalisten, in: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.): Fachjournalismus/Expertenwissen professionell vermitteln, Konstanz, 2004, S. 31-38

Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.): Fachjournalismus/Expertenwissen professionell vermitteln, Konstanz, 2004

Donsbach, Wolfgang: Medienwirkung trotz Selektion/Einflussfaktoren auf die Zuwendung zu Zeitungsinhalten, Köln u.a., 1991

Dorer, Johanna: Politische Öffentlichkeitsarbeit in Österreich/Eine empirische Untersuchung zur Public Relations politischer Institutionen, Wien, 1995

Duchkowitsch, Wolfgang u.a.: Journalismus als Kultur/Analysen und Essays, Opladen u.a., 1998

Eichhorn, Wolfgang: Agenda-Setting-Prozesse/Eine theoretische Analyse individueller und gesellschaftlicher Themenstrukturierung, München, 1995

Erbring, Lutz: Nachrichten zwischen Professionalität und Manipulation/Journalistische Berufsnormen und politische Kultur, in: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation/Theorien, Methoden, Befunde, Wiesbaden, 1989, S. 301-313

Fabris, Hans Heinz u.a.: Journalismus in der Informationsgesellschaft/Antworten aus Praxis und Theorie, Innsbruck u.a., 1999

Fabris, Hans Heinz/Hausjell, Fritz (Hg.): Die vierte Macht/Zu Geschichte und Kultur des Journalismus in Österreich seit 1945, Wien, 1991

Fabris, Hans Heinz (Hg.): Bericht zur Lage des Journalismus in Österreich/Ein Qualitäts-Monitoring/Erhebungsjahre 2002/2003, Salzburg, 2004

Fabris, Hans Heinz: Das Selbstbild von Redakteuren bei Tageszeitungen/
Eine explorative Studie über Einstellungen und Verhaltensweisen von
Redakteuren dreier Tageszeitungen in Salzburg, Salzburg, 1974

Faulstich, Werner: Medientheorien/Einführung und Überblick, Göttingen,
1991

Felsbach, H./Fink, H. (Hg.): Internationaler Publizistik-Preis Klagenfurt
1985/Texte, Thesen, Reaktionen, München, 1986

Fessel-GfK Institut für Marktforschung: Leseranalyse landwirtschaftliche
Fachzeitschriften 2003/Österreich-Bericht, 2003

Figl, Josef Alois: Die agrarische Interessenvertretung in Österreich, Wien,
1994

Fischlein, Theo: Vor 50 Jahren: Ein Journalisten-Verband entsteht, in:
Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich: 50 Jahre
Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich, Wien, 2001

Friedrichs, Jürgen: Methoden empirischer Sozialforschung, Opladen, 1980

Fünfgeld, Hermann/Mast, Claudia (Hg.): Massenkommunikation/Ergebnisse
und Perspektiven, Opladen, 1997

Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm: Strukturen und Funktionen
moderner Öffentlichkeit/Fragestellungen und Ansätze, in: Langenbacher,
Wolfgang R. (Hg.): Politische Kommunikation/Grundlagen, Strukturen,
Prozesse, 2. Aufl., Wien, 1993, S. 52-88

Glatz, Harald/Kronberger, Hans: Umweltjournalismus/Zwischen Resignation
und Aufbruch, Wien, 1991

Glatz, Harald: Defizite und Perspektiven des Umweltjournalismus, in: Glatz, Harald/Kronberger, Hans: Umweltjournalismus/Zwischen Resignation und Aufbruch, Wien, 1991

Gottschlich, Maximilian/Langenbacher, Wolfgang R.: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft/Ein Textbuch zur Einführung, Wien, 1997

Gottschlich, Maximilian/Karmasin, Fritz: Beruf: Journalist/Eine Imageanalyse – Bevölkerung, Politiker, Journalisten urteilen, Wien, 1979

Groth, Otto: Vermittelte Mitteilung/Ein journalistisches Modell der Massenkommunikation, München, 1995

Haller, Michael: Typen des Journalismus, in: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hg.): Praktischer Journalismus/Presse, Radio, Fernsehen, Online, 5. Aufl., Salzburg, 2004, (zit. 2004a)

Haller, Michael: Recherchieren, 6. Aufl., Konstanz, 2004, (zit. 2004b)

Haller, Michael: Recherche-Werkstatt. Konstanz, 2000.

Haas, Hannes (Hg.): Mediensysteme/Struktur und Organisation der Massenmedien in deutschsprachigen Demokratien, 2. Aufl., Wien, 1990

Hoffmann-Riem, Wolfgang/Vesting, Thomas: Ende der Massenkommunikation/Zum Strukturwandel der technischen Medien, in: Media Perspektiven, Nr. 8/1994, S. 382-391

Hofreither, Markus F.: Agrarpolitik, in: Dachs, Herbert u.a.: Handbuch des politischen Systems Österreichs/Die Zweite Republik, Wien, 1997, S. 641-651

Holzer, Horst: Medienkommunikation/Einführung in handlungs- und gesellschaftstheoretische Konzeptionen, Opladen, 1994

Huber, Christian: Das journalistische Netzwerk/Wie mediale Infrastrukturen journalistische Qualität beeinflussen, Innsbruck u.a., 1998

Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hrsg.): Massenmedien in Österreich/Medienbericht III, Salzburg u.a., 1986

Jarren, Otfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1/Eine Einführung, Opladen, 1994

Jarren, Otfried/Donges, Patrick: Ende der Massenkommunikation/Ende der Medienpolitik?, in: Fünfgeld, Hermann/Mast, Claudia (Hg.): Massenkommunikation/Ergebnisse und Perspektiven, 1997, S. 231- 252

Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation/Theorien, Methoden, Befunde, Wiesbaden, 1989

Kalt, Gero (Hrsg.): Wirtschaft in den Medien/Defizite, Chancen und Grenzen/Eine kritische Bestandsaufnahme, Frankfurt am Main, 1990

Karner, Stefan: Die Steiermark im 20. Jahrhundert/Politik – Wirtschaft – Gesellschaft – Kultur, Graz u.a., 2000

Kepplinger, Hans Mathias: Systemtheoretische Aspekte politischer Kommunikation, in: Langenbacher, Wolfgang R. (Hrsg.): Politische Kommunikation/Grundlagen, Strukturen, Prozesse, Wien, 1986, S. 172-189

Kindel, Ambros: Recherchieren im Journalismus, in: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hg.): Praktischer Journalismus/Presse, Radio, Fernsehen, Online, 5. Aufl., Salzburg, 2004, S. 113-125

Klein, Gerrit/Pleithner, Regina (Hg.): Qualität und Kompetenz/Aus- und Weiterbildung für Journalisten an Zeitschriften, München, 1993

Klier, Peter: Im Dreieck von Demokratie, Öffentlichkeit und Massenmedien, Berlin, 1990

Koszyk, Kurt/Pruys, Karl Hugo: Handbuch der Massenkommunikation, München, 1981

Krammer, Josef: Interessenorganisation der Landwirtschaft/Landwirtschaftskammern, Präsidentenkonferenz und Raiffeisenverband, in: Dachs, Herbert u.a.: Handbuch des politischen Systems Österreichs/Die Zweite Republik, 3. Aufl., Wien, 1997, S. 405-417

Kunczik, Michael: Kommunikation und Gesellschaft/Theorien zur Massenkommunikation, Köln u.a., 1984

Langenbacher, Wolfgang R. (Hg.): Politische Kommunikation/Grundlagen, Strukturen, Prozesse, 2. Aufl., Wien, 1993

Langenbacher, Wolfgang R. (Hrsg.): Politische Kommunikation/Grundlagen, Strukturen, Prozesse, Wien, 1986

La Roche, Walther von: Einführung in den praktischen Journalismus/Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland Österreich Schweiz, 15. Aufl., München, 2001

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, 2. Aufl., Opladen, 1996

Luhmann, Niklas: Soziale Systeme/Grundriß einer allgemeinen Theorie, 4. Aufl., Frankfurt am Main, 1993

Maletzke Gerhard: Integration – eine gesellschaftliche Funktion der Massenkommunikation, in: Haas, Hannes (Hg.): Mediensysteme/Struktur und Organisation der Massenmedien in deutschsprachigen Demokratien, 2. Aufl., Wien, 1990, S. 165-172

Maletzke, Gerhard: Massenkommunikationstheorien, Tübingen, 1988

Maletzke, Gerhard: Psychologie der Massenkommunikation/Theorie und Systematik, Hamburg, 1978

Mast, Claudia (Hg.): ABC des Journalismus/Ein Handbuch, 10. Aufl., Konstanz, 2004

Mast, Claudia: Wirtschaftsjournalismus/Grundlagen und neue Konzepte für die Presse, 2. Aufl., Wiesbaden, 2003

Mast, Claudia: Berufsziel Journalismus/Aufgaben, Anforderungen und Ansprechpartner, Wiesbaden, 1999

Mast, Claudia: Massenkommunikation – quo vadis?/Grenzaufhebungen markieren den Weg nach Multimedia, in: Fünfgeld, Hermann/Mast, Claudia (Hg.): Massenkommunikation/Ergebnisse und Perspektiven, 1997, S. 213-230

Mayrhofer, Karl: Bedeutung und Aufgabe der Raiffeisenorganisation in Österreich, in: Schneider, Friedrich/Hofreither, Markus F.: Chance Landwirtschaft/Wege und Perspektiven für die neunziger Jahre, Wien, 1988

Meier, Klaus: Redaktionen/Organisation, Strukturen und Arbeitsweisen, in: Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hg.): Praktischer Journalismus/Presse, Radio, Fernsehen, Online, 5. Aufl., Salzburg, 2004, S. 95-109

Menhard, Edigna: Die Zeitschrift/Von der Idee bis zur Vermarktung, Konstanz, 2004

Österreichische Auflagenkontrolle: Jahresschnitt 2004

Österreichische Auflagenkontrolle: Halbjahresschnitt 2004

Österreichische Auflagenkontrolle: Jahresschnitt 2003

Ökosoziales Forum Österreich (Hrsg.): Der Bauer im Spannungsfeld zwischen Wettbewerbsdruck und Konsumentenwünschen/Wintertagung 2000, Wien, 2000

Ökosoziales Forum Österreich (Hrsg.): Neue Herausforderungen – neue Antworten/Wintertagung 2003, Wien, 2003

Pater, Monika: Ein besserer Journalismus?/Informationsflut und Komplexität als Probleme und Chancen aktueller Berichterstattung, Bochum, 1993

Pürer, Heinz/Rahofer, Meinrad/Reitan, Claus (Hg.): Praktischer Journalismus/Presse, Radio, Fernsehen, Online, 5. Aufl., Salzburg, 2004

Pürer, Heinz (Hg.): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen/Mit einer Berufs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich, Deutschland und der Schweiz, 2. Aufl., Konstanz, 1996

Pürer, Heinz: Einführung in die Publizistikwissenschaft/Systematik, Fragestellungen, Theorieansätze, Forschungstechniken, 5. Aufl., München, 1993

Pürer, Heinz: Presse in Österreich, 1. Aufl., Wien, 1990

Rammer, Christian: Landwirtschaft und Agrarpolitik in den 90er Jahren/Österreich zwischen Tradition und Moderne, Wien, 1999

Ronneberger, Franz: Funktionen des Systems Massenkommunikation, in: Haas, Hannes (Hg.): Mediensysteme/Struktur und Organisation der Massenmedien in deutschsprachigen Demokratien, 2. Aufl., Wien, 1990, S. 158-164

Rust, Holger: Journalistenpreise in den Vereinigten Staaten, in: Felsbach, H./Fink, H. (Hg.): Internationaler Publizistik-Preis Klagenfurt 1985/Texte, Thesen, Reaktionen, München, 1986

Ruß-Mohl, Stephan/Stuckmann; Heinz D. (Hg.): Wirtschaftsjournalismus/Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München, 1991

Rühl, Manfred: Theorie des Journalismus, in: Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hg.): Kommunikationstheorien/Ein Textbuch zur Einführung, 2. Aufl., Wien, 1995

Saxer, Ulrich: Systemtheorie und Kommunikationswissenschaft, in: Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hg.): Kommunikationstheorien/Ein Textbuch zur Einführung, 2. Aufl., Wien, 1995, S. 91-110

Schmolke, Michael: Aufklärung und Aberwissen/Ausgewählte Beiträge zur Publizistik, München, 1999

Schneider, Friedrich/Hofreither, Markus F.: Chance Landwirtschaft/Wege und Perspektiven für die neunziger Jahre, Wien, 1988

Schneider, Matthias: Folgen des EU-Beitritts für die österreichische Landwirtschaft, Wien, 1997

Schneider, Wolf/Raue, Paul-Josef: Handbuch des Journalismus, 1. Aufl., Hamburg, 1996

Scholl, Armin: Die Befragung/Sozialwissenschaftliche Methode und kommunikationswissenschaftliche Anwendung, Konstanz, 2003

Scholl, Armin/Weischenberg, Siegfried: Journalismus in der Gesellschaft/Theorie, Methodologie und Empirie, Wiesbaden, 1998

Schönhagen, Philomen: Unparteilichkeit im Journalismus/Tradition einer Qualitätsnorm, Tübingen, 1998

Schuh, Gottfried: Die Agrarpresse der Republik Österreich von 1918-68, Wien, Univ., Diss., 1969

Siffert, Josef/Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich (Hrsg.): Agrar Vademecum 2000/Journalisten – Medien – Institutionen, Leopoldsdorf, 1999

Siffert, Josef: Der Pressedienst des Agrarischen Informationszentrums-AIZ als Nachrichtenquelle für die agrarische Berichterstattung in österreichischen Tageszeitungen ab 1960, Wien, Univ., Diss., 1995

Starkulla, Heinz: Marktplätze sozialer Kommunikation/Bausteine zu einer Medientheorie, München, 1993

Straßner, Erich: Zeitung, Tübingen, 1997

Straßner, Erich: Zeitschrift, Tübingen, 1997

Tiberius, Victor A./Teichmann, René: Fachjournalismus/Definition und Abgrenzung zum Allround-Journalismus, in: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.): Fachjournalismus/Expertenwissen professionell vermitteln, Konstanz, 2004, S. 15-30

Uebbing, Helmut/Wiborg, Klaus: Über den Umgang mit Wirtschaftsjournalisten/Ein Ratgeber, Frankfurt am Main, 1985

Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich: 50 Jahre Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich, Wien, 2001

Verband Deutscher Agrarjournalisten (Hrsg.): Taschenbuch für Agrarjournalisten/Deutschland – Österreich – Schweiz, 2005

Verband Österreichischer Zeitungen (Hg.): Pressehandbuch 2004/Medien und Werbung in Österreich, Wien 2004

Verband Österreichischer Zeitungen (Hg.): Presse in Österreich, CD-Rom, Ausg. April 2004

Verband Österreichischer Zeitungen (Hg.): Presse in Österreich, CD-Rom, Ausg. Oktober 2004

Verein Media-Analysen: Jahresschnitt 2004

Verein Media-Analysen: Jahresschnitt 2003

Wagner, Hans: Das Fach-Stichwort Medientheorie, in: Starkulla, Heinz: Marktplätze sozialer Kommunikation/Bausteine zu einer Medientheorie, München, 1993, S. 187-241

Wallisch, Gianluca: Journalistische Qualität/Definitionen – Modelle – Kritik, Konstanz, 1995

Weischenberg, Siegfried: Journalistik/Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation/Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure, Opladen, 1995

Weischenberg, Siegfried: Die Zukunft des Journalismus, in: Jarren, Otfried (Hrsg.): Medien und Journalismus 1/Eine Einführung, Opladen, 1994, S. 252- 257

Weischenberg, Siegfried: Journalistik/Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation/Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen, Opladen, 1992

Weischenberg, Siegfried: Journalismus in der Computergesellschaft/Informatisierung, Medientechnik und die Rolle der Berufskommunikatoren, München u.a., 1982

Wolters, Christian: Die BSE-Krise/Agrarpolitik im Spannungsfeld zwischen Handelsfreiheit und Konsumentenschutz, Frankfurt am Main u.a., 1998

Wunden, Wolfgang: Medien zwischen Markt und Moral, Stuttgart, 1989

F Curriculum vitae

Ute Scharmer

Personalien

Geburtsdatum	23. August 1978
Geburtsort	Klagenfurt
Staatsangehörigkeit	Österreich
Familienstand	ledig

Schulbildung

1984 – 1988	Volksschule in Klagenfurt-Wölfnitz
1988 – 1992	Bundesgymnasium Völkermarkterring in Klagenfurt
1992 – 1996	Oberstufenrealgymnasium St. Ursula in Klagenfurt

Universitätsstudium

Seit 1996	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Anglistik und Amerikanistik an der Universität Wien
Seit 1997	Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Ethnologie, Sozial- und Kulturanthropologie an der Universität Wien

Berufliche Tätigkeiten

Juli bis Oktober 1999	Telefoninterviewerin Fessel-GFK Institut für Marktforschung
Juli/August 2000	Telefoninterviewerin Fessel-GFK Institut für Marktforschung
Seit April 2002	Assistentin des Korrespondenten DER SPIEGEL Redaktionsvertretung Wien
September 2002 bis Juni 2003	Pressesprecherin Basketballklub Klosterneuburg