Qualität im Agrarjournalismus am Beispiel der landwirtschaftlichen Wochenzeitung „Salzburger Bauer“

DIPLOMARBEIT

zur Erlangung des Magistergrades
an der Geisteswissenschaftlichen Fakultät
der Universität Salzburg

eingereicht von

ERIKA FRIESINGER

Salzburg, November 2004

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 8

1 Einleitung 9

1.1 Stand der Forschung 9

1.2 Forschungsfragen 9

1.3 Methodische Vorgangsweise 10

1.3.1 Analyse von Primär- und Sekundärliteratur 10

1.3.2 Experteninterviews 10

1.3.3 Inhaltsanalyse 11

2 Begriffsdefinitionen 12

2.1 Was ist Journalismus 12

2.1.1 Journalismus als soziales System 15

2.2 Definition Agrarjournalismus 20

3 Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus 23

3.1 Was ist journalistische Qualität 23

3.2 Qualitätsforschung 25

3.3 Qualitätsmodelle 25

3.3.1 Qualitätsmanagement-Modelle (nach Wyss) 26

3.3.2 Redaktionelles Qualitätsmanagement 32

3.3.3 Qualitätskriterienkatalog nach Schatz und Schulz 35

3.3.4 Das Ragersche Modell 36

3.3.5 Philosophische Definition von Gianluca Wallisch 40

3.3.6 Zusammenfassung der Qualitätsmodelle 42

3.3.7 Modell für Qualität im Agrarjournalismus 46

4 Die Bewertung von journalistischer Qualität 47

4.1 Journalistische Qualitätssicherung 50

4.1.1 Qualitätssicherung im Längsschnitt 51

4.1.2 Infrastrukturen als Teil der journalistischen Qualitätssicherung 54

5 Qualitätssicherung auf den Ebenen des journalistischen Systems 56

5.1 Qualitätssicherung auf Ebene der Medienakteure 58

5.1.1 Qualitätssicherung am Beispiel der Professionalisierung 58

5.1.2 Berufsethik der Journalisten 59

5.1.3 Aus- und Weiterbildung von Journalisten 60

5.1.4 Professionelle Standards 61

5.1.5 Objektivität 61

5.1.6 Trennungsnorm 63

5.2 Qualitätssicherung auf der Institutionsebene 64

5.2.1 Die Ökonomie von Medienunternehmen 64

5.2.2 Redaktionelles Marketing 64

5.2.3 Redaktionelles Management 66

5.2.4 Organisation der Redaktion 67

5.3 Qualitätssicherung auf der Mediensystemebene 69

5.3.1 Berufsnorm Ethik 69

5.4 Qualitätssicherung auf der Rezipientenebene 71

5.5 Qualitätssicherung auf Ebene der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen 72

5.5.1 Medien und Politik 72

6 Der Salzburger Bauer 74

6.1 Entstehungsgeschichte 74

6.2 Inhalt und Layout des „Salzburger Bauer“ 76

6.3 Unternehmenspolitik und Unternehmensstrategie 78

6.4 Leitbild 79

7 Qualitätssicherung beim Salzburger Bauer 80

7.1 Modell für Qualität im Agrarjournalismus 82

7.2 Bewertung der einzelnen Dimensionen 84

7.2.1 Vielfalt 84

7.2.2 Relevanz 86

7.2.3 Aktualität 92

7.2.4 Originalität 95

7.2.5 Richtigkeit 96

7.2.6 Professionalität 98

7.2.7 Vermittlung 102

7.2.8 Landwirtschaftliche Fachkompetenz 106

7.3 Ausblick für den „Salzburger Bauer“ 107

8 Schlussbemerkungen 108

9 Bibliographie 113

10 Anhang 119

10.1 Agrarische Medien in Österreich 119

10.2 Experteninterview 134

Lebenslauf 136

Abbildungs- und Grafikverzeichnis

Abb. 1: Das System Journalismus, Weischenberg, 1992 17

Abb. 2: Total Quality Management –Model nach Wyss 2003 27

Abb. 3: Multiperspektivität der Qualitätsbeurteilung Wyss, 2002, S 98 34

Abb. 4: Objektive Qualität – Subjektive Qualität, Wallisch, 1995, S 100 40

Abb. 5: Modell für Qualität im Agrarjournalismus, Friesinger, 2004 46

Abb. 6: Qualitätssicherung im Längsschnitt, Ruß-Mohl, 1993, S 192 52

Abb. 7: Zusammenhang von Qualitätssicherung, redaktionellem Marketing und redaktionellem Management (Ruß-Mohl, 1994c, S 25) 66

Abb. 8: Erste Ausgabe „Der Salzburger Bauer“ vom 15. August 1946 75

Abb. 9: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 1. Juli 2004 80

Abb. 10: Modell für Qualität im Agrarjournalismus, Friesinger, 2004 82

Abb. 11: Ressorts im Salzburger Bauer 85

Abb. 12: Ressorts und Fachartikel Salzburger Bauer 88

Abb. 13: Ressorts und Fachartikel BauernJournal 89

Abb. 14: Ressorts und Fachartikel Land&Leben 90

Abb. 15: Am informativsten bei der Betriebsführung 91

Abb. 16: Berichten am ehesten über Trends in der Landwirtschaft 93

Abb. 17: Besonders praxisnahe Berichterstattung, die dem Landwirt direkt Entscheidungshilfen gibt.....94

Abb. 18: Leser-Blatt-Bindung, Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften, 2003, S 23 104

Abb. 19: Leseintensität, Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften, 2003, S 23 105

Abb. 20: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 16. April 1964..... 110

Abb. 21: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 9. Oktober 1986 111

Abb. 22: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 19. Juli 1991 112

Vorwort

Als ich im Herbst 1999 das Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg begann, war für mich von vorneherein klar, dass für meine Diplomarbeit nur ein Thema im Bereich des Agrarjournalismus in Frage kommt.

Ich entschied mich für

Qualität im Agrarjournalismus
am Beispiel der landwirtschaftlichen Wochenzeitung
„Salzburger Bauer“

Ausschlaggebend für mich, dieses Thema zu wählen, ist einerseits meine Tätigkeit in der Landwirtschaftskammer Salzburg (Herausgeber des „Salzburger Bauer“) und andererseits mein Interesse am Agrarjournalismus.

Diese Diplomarbeit wäre nicht ohne die große Unterstützung und Betreuung von Herrn Univ. Assistent Dr. Franz Rest und Herrn Chefredakteur Josef Standl von der Landwirtschaftskammer Salzburg entstanden. Ich möchte mich hiermit herzlich bedanken.

1 Einleitung

1.1 Stand der Forschung

In den letzten Jahren, wenn nicht überhaupt wurde, die Forschung im Bereich des Agrarjournalismus ziemlich stiefmütterlich behandelt. Bedenkt man jedoch, dass es in Österreich 217.508 Bauern bzw. bäuerliche Betriebe gibt, ist das nicht nachvollziehbar. In Salzburg gibt es zurzeit 10.751 bäuerliche Betriebe. In gesamt Österreich erscheinen rund 80 agrarische Medien.

Ziel dieser Diplomarbeit ist es, am Beispiel der landwirtschaftlichen Wochenzeitung „Salzburger Bauer“ Merkmale der Qualität von Agrarmedien zu erfassen. Aufgrund der theoretischen Ausführungen und der empirischen Zielvorgabe ergeben sich folgende forschungsleitende Fragen:

1.2 Forschungsfragen

Welche Kriterien können herangezogen werden um Qualität im Agrarjournalismus aufzuzeigen?

Erfüllt der „Salzburger Bauer“ diese Kriterien?

Auf welchen Ebenen des journalistischen Systems lässt sich am ehesten eine objektive Qualitätssicherung im Agrarjournalismus am Beispiel des „Salzburger Bauer“ feststellen?

1.3 Methodische Vorgangsweise

Der theoretische Teil dieser Arbeit wurde mittels Literaturanalyse erstellt. Die Literaturanalyse ist eine Forschung über die Forschung. Ziel ist es, das Ergebnisse verschiedenster Einzelstudien bezüglich eines bestimmten Forschungsproblem systematisch zusammenzufassen und zu bewerten, um einen höheren Grad der Generalisierung zu erreichen.

1.3.1 Analyse von Primär- und Sekundärliteratur

Eine Unterscheidung von Primär- und Sekundärliteratur ist im Rahmen der empirischen Studie notwendig. Unter Primärliteratur versteht man jene Literatur, die direkt vom Medienunternehmen stammt (Zeitungsexemplare, Publikationen, strategische Papiere und anderes). Weiters fallen unter Primärliteratur auch nicht-wissenschaftliche Artikel über das Medium „Salzburger Bauer“ in anderen Zeitungen, Zeitschriften. Sekundärliteratur ist jene Literatur, die sich kritisch-wissenschaftlich mit dem Medium „Salzburger Bauer“ auseinandersetzt (zum Beispiel Diplomarbeiten, Dissertationen, wissenschaftliche Artikel).

1.3.2 Experteninterviews

Im Rahmen der Diplomarbeit wurde auch ein Experteninterview mit dem Chefredakteur des Salzburger Bauern geführt. Experteninterviews sind „Leitfadengespräche, die anhand von teilstrukturierten Leitfäden mündlich oder schriftlich durchgeführt werden“(Atteslander, 1995, S 176). Als Experten gelten hier Mitarbeiter des „Salzburger Bauer“, die natürlich über das eigene Blatt am besten Auskunft geben können. Das Einbringen von Alltagserfahrungen erlaubt es, einen Überblick über Qualitätssicherungsmaßnahmen zu schaffen. Die Interviews wurden auf Tonband aufgenommen und anschließend transkribiert. Mit folgendem Experten wurden Interviews geführt: Josef Standl, Chefredakteur des „Salzburger Bauer“

1.3.3 Inhaltsanalyse

In dieser Arbeit wurden auch 25 Ausgaben der landwirtschaftlichen Wochenzeitung „Salzburger Bauer“ auf quantitative Kriterien hin untersucht. Berelson definiert die Inhaltsanalyse folgendermaßen: „Content analysis is a research technique for the objective, systematic and quantitative description of the manifest content of communication“(Berelson, 1952, S 18).

Berelson sieht in der Inhaltsanalyse eine quantitative Vorgangsweise. Es gibt auch Anhänger der qualitativen Inhaltsanalyse wie zum Beispiel Merten. Für ihn ist die Inhaltsanalyse „Eine Methode der Datenerhebung zur Aufdeckung sozialer Sachverhalte, bei der durch die Analyse eines vorgegebenen Inhalts (zum Beispiel Text oder Bild) Aussagen über den Zusammenhang seiner Entstehung, über die Absicht seines Senders, über die Wirkung auf den Empfänger und/oder auf die soziale Situation gemacht werden“ (Merten, 1983, S 57).

Für diese Diplomarbeit wurden keine Kodier- und Zähleinheit und auch kein Kategorienschema aufgestellt, da hier nur die Ressorts und die Fachartikel relevant waren.

2 Begriffsdefinitionen

2.1 Was ist Journalismus

Ich möchte versuchen in dieser Arbeit einmal nicht nur Siegfried Weischenberg, Manfred Rühl und andere Systemtheoretiker für die Definitionen von Journalismus zu zitieren sondern auch etwas weniger oft angeführte Autoren heranzuziehen.

Laut Wikipedia, der freien Enzyklopädie heißt es: “Journalismus ist die Bezeichnung für den Beruf und die Wissenschaft, die sich mit der Erstellung und Verbreitung von Informationen aller Art in öffentlichen und privaten Medien beschäftigt. Damit wird erst eine öffentliche Diskussion möglich. Dazu verwenden die Journalisten die informierenden Darstellungsformen Nachricht, Bericht, Reportage oder auch Info-Grafiken, sowie die meinungsäußernden Stilformen Kommentar, Glosse, Karikatur. Mittlerweile gibt es verschiedene Teildisziplinen: TV-Journalismus, Radio-Journalismus, Bild-Journalismus, Online-Journalismus, Infobroker etc“.
(http://de.wikipedia.org/wiki/Journalismus, abgerufen am: 28.04.04, 09.35 Uhr)

Und weiter heißt es dort: „Journalist ist, wer Informationen sammelt, auswertet oder prüft sowie Nachrichten unterhaltend, analysierend oder kommentierend aufbereitet, damit sie über Medien der Öffentlichkeit vermittelt werden können.“(vgl.: http://de.wikipedia.org/wiki/Journalismus, abgerufen am: 28.04.04, 09.35 Uhr)

Einige Definitionen von Journalismus sind schon aus dem Jahre 1845 bekannt: "Der Journalist sammelt, sichtet und verarbeitet Nachrichten von öffentlichem Interesse“. Oder: “Der Journalismus überhaupt, in seinen vielfachen Verzweigungen und der ergänzenden Mannigfaltigkeit seiner Organe, stellt sich als das

Selbstgespräch dar, welches die Zeit über sich selber führt. Er ist die tägliche Selbstkritik, welcher die Zeit ihren eigenen Inhalt unterwirft; das Tagebuch gleichsam, in welches sie ihre laufende Geschichte in unmittelbaren, augenblicklichen Notizen einträgt. Es versteht sich von selbst und bei den persönlichen Tagebüchern, welche wir etwa führen, geht es uns ja ebenso, dass die Stimmungen wechseln, dass Widersprüche sich häufen und Wahres und Falsches ineinander läuft. Aber immerhin, das Wahre wie das Falsche, hat einmal seine, wenn auch nur teilweise, nur scheinbare Berechtigung gehabt; es ist immerhin ein Erlebtes und, in seiner Irrtümlichkeit selbst, ein Moment unsrer Bildung, mithin auch ein Moment unsrer Geschichte. Im Journalismus daher, trotz dieser, ja eben wegen dieser schwankenden, flüchtigen Natur, liegen die geheimsten Nerven, die verborgensten Adern unsrer Zeit sichtbar zu Tage. Wir treten, indem wir uns in die vergilbten Jahrgänge alter Zeitungen vertiefen, wie in eine Totenstadt, ein anderes Pompeji, in welchem wir ein längst entschwundenes Geschlecht plötzlich, als ob wir das Rad der Zeit zurückbewegen könnten, in der ganzen Unmittelbarkeit seines täglichen Daseins, im Innersten seiner häuslichen Zustände überraschen." (Prutz, 1971, S 7).

Von Emil Dovifat stammt folgende Definition von Journalismus: "Unter Journalismus umgreift heute der breite Sprachgebrauch die gesamte geistige Leistung in Zeitung und Zeitschrift. Sprachlich knüpft die Bezeichnung an das 'Journal' an, ein Begriff, der nach französischer Mode schon im 17. Jh. das schöne deutsche 'Tagzitbuch' überwand und im 18. Jh. die Bezeichnung für die Zeitschrift wurde. Von dort her wanderte sie zu Anfang des 19. Jahrhunderts mit dem Übergang des Gesinnungskampfes von der Zeitschrift zur Zeitung.

Die deutsche Bedeutung des Begriffs ist, zunächst ganz allgemein gesprochen, die tagesgebundene Sammlung, verantwortliche Verarbeitung und öffentliche Verbreitung gemeinschaftswichtiger Nachrichten durch die Zeitung. Die Träger dieser Arbeit heißen 'Journalisten'. Jetzt werden sie in Deutschland 'Schriftlei-

ter' genannt. Vorher trugen sie den heutzutage entehrenden Namen 'Zeitungsschreiber', noch früher den schon vergessenen Namen 'Zeitunger'"(vgl. Dovifat, 1940, Sp. 1955).

Siegfried Weischenberg ist der Meinung, dass bei den meisten Definitionsversuchen die Funktion des Systems Journalismus auf das Handeln von Journalisten verkürzt wird. Auch Bernd Blöbaum kritisiert die Einseitigkeit derartiger Erklärungen. Weischenbergs Auffassung von Journalismus entstammt der Systemtheorie. „Anders als ontologische Sichtweisen, die den Journalismus entweder auf das Wirken unabhängiger journalistischer Individuen reduzieren oder aber als Anwälte der gesellschaftlichen Kommunikation idealisieren, begreift sie den Journalismus als Handlungszusammenhang, der in soziale Prozesse eingebunden ist.“ (Weischenberg, 1992, S 41).

Die Funktion des Systems besteht darin, Themen aus verschiedenen sozialen Systemen zu sammeln, auszuwählen und zu bearbeiten. Wenn das geschehen ist, wird es den sozialen Systemen als Medienangebot zur Verfügung gestellt (vgl. Weischenberg, 1994, S 430). Diese Definition entspricht auch der Auffassung von Manfred Rühl. Dieser sieht in der „Herstellung und Bereitstellung von Themen zur öffentlichen Diskussion“ die Primärfunktion des Journalismus und stellt als Kennzeichen der Themen die Aktualität in den Mittelpunkt (vgl. Weischenberg, 1992, S 41).

Manfred Rühl fasst die vier gängigsten Auffassungen für den Begriff Journalismus zusammen:

Journalismus stellt eine Anzahl von Personen dar, deren gemeinsames Merkmal ein Beruf ist, den sie als freie Mitarbeiter oder Angestellte ausüben. Journalisten berufen sich auf ähnliche Werte und Normen als Regeln in ihrer Arbeit, die durch rechtliche Rahmenbedingungen vorgegeben sind und sich vage

auch auf ein Berufsethos beziehen. Der Journalist weist die für moderne Gesellschaften übliche Arbeits- und Berufsteilung auf.

Journalismus ist der strukturelle Arbeitsrahmen für alltägliches Handeln.

Journalismus ist ein System.

Historisch prominente und idealisierte Denkfiguren werden als Bezugseinheiten für den Journalismus herangezogen (vgl. Rühl 1995, S 117f).

2.1.1 Journalismus als soziales System

Siegfried Weischenberg bedient sich also der Systemtheorie um den umfassenden und komplexen Journalismusbegriff zu erklären. Aus der Tatsache heraus, dass Journalismus ein Handlungssystem ist, das mit anderen sozialen Systemen in Beziehung steht, muss er ein Angebot an bestimmten Leistungen innerhalb einer bestimmten Gesellschaft zur Verfügung stellen, um sich identifizieren zu können.

Für Weischenberg sind für die journalistische Praxis folgende Faktoren von Bedeutung:

Die institutionellen Muster

Die Darstellungsformen und Medienaussagen

Die Strukturen des Mediensystems (vgl. Weischenberg, 1996, S 67)

Er fasst die Kontexte, die den Journalismus definieren im Rahmen der Systemtheorie in einem Modell zusammen. Es ergeben sich folgende Zusammenhänge im System Journalismus:

der Normenkontext

der Strukturkontext

der Funktionskontext und

der Rollenkontext.

Daraus müssen folgende Fragen gestellt werden:

Welche Bedingungen schafft das Mediensystem für den Journalismus (Normen)?

Welche Zwänge gehen von Medieninstitutionen aus (Strukturen)?

In welchem Wirkungs- und Leistungskontext stehen Medienaussagen, die im System Journalismus produziert werden (Funktionen)?

Welchen Verhaltensregeln sind Medienakteure im System Journalismus ausgesetzt (Rollen)?

Weischenberg stellt die Kontexte des Journalismus in Form einer Zwiebel dar um das Verständnis von Journalismus besser veranschaulichen zu können. Die kreisförmig angelegten Schalen der Zwiebel symbolisieren die verschiedenen Ebenen, die die Aussagenentstehung beeinflussen. Aus der Darstellung daraus wird auch die Hierarchie der Einflussfaktoren sehr deutlich (vgl. Weischenberg, 1996, S 67).

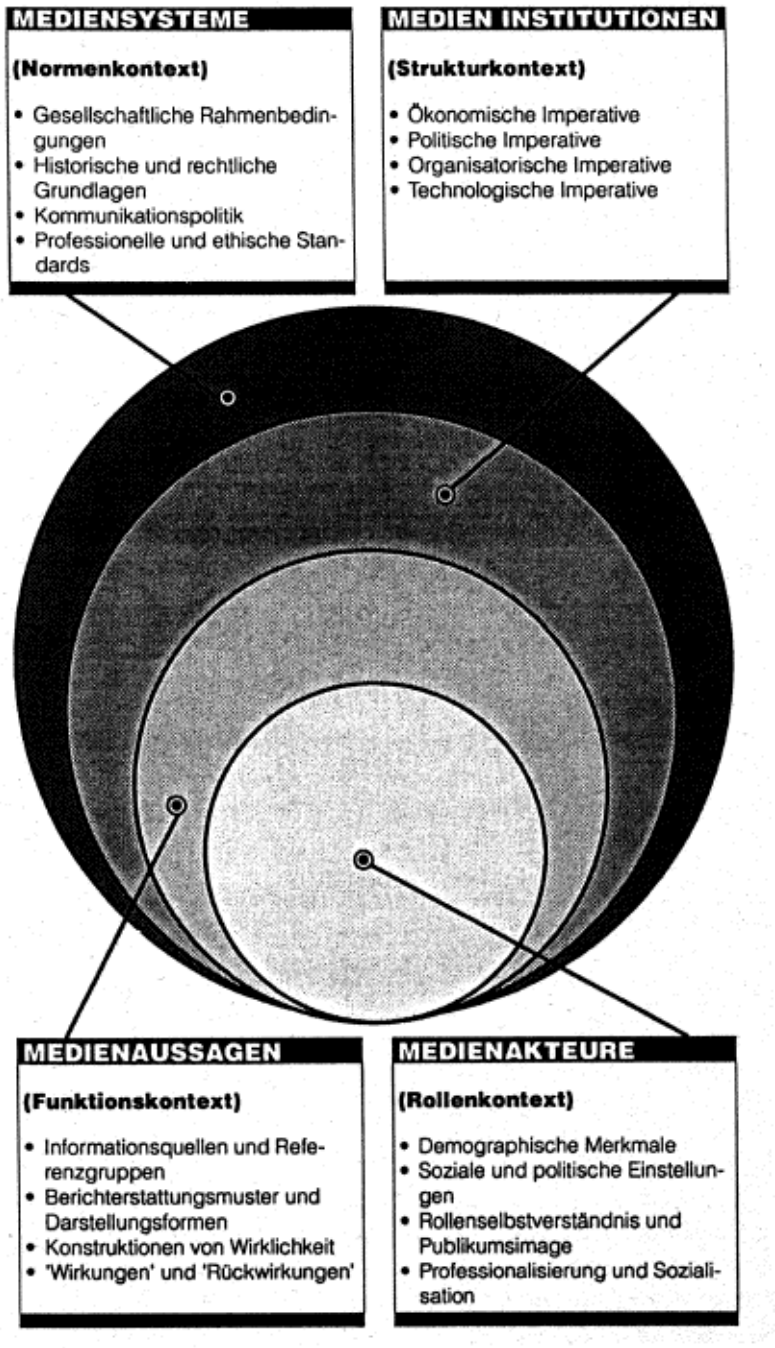


Abb. 1: Das System Journalismus, Weischenberg, 1992

Die Normen (Regeln) die die allgemeinen Bedingungen für Mediensysteme schaffen, bilden den ersten äußeren Kreis. An diese allgemeinen Bedingungen ist das Journalistische Handeln gebunden. Diese Normen reichen von den präzisen rechtlichen Vorgaben bis hin zu den nicht formalisierten ethnischen und professionellen Maßstäben.

Der Strukturenkontext wird in der zweiten Schale der Weischenbergschen Zwiebel dargestellt. Hier werden die Zwänge denen Medienunternehmen ausgesetzt sind behandelt. Diese Zwänge können politischer, ökonomischer organisatorischer oder technologischer Natur sein und sind in den einzelnen Medienunternehmen sehr unterschiedlich. Siegfried Weischenberg sagt dazu: „Politische Imperativer werden hier meist indirekt – in ökonomischen oder organisatorischen Zusammenhängen – wirksam. Insgesamt legen die Medieninstitutionen mit ihren Bedingungen heute, im Zeitalter der Großorganisationen, weitgehend fest, wie sich journalistische Arbeit abspielt“ (Weischenberg, 1992, S 69).

In der dritten Schale wird der Funktionskontext des Journalismus behandelt. In diesem Kontext werden Leistungen und Wirkungen des Systems Journalismus behandelt. Weischenberg stellt dabei folgende Fragen: „Woher beziehen die Journalisten ihr Material und in welche Abhängigkeiten begeben sie sich gegenüber ihren Informationsquellen? Welchen Mustern folgt die Berichterstattung und welche Darstellungsformen werden wann und wie von Journalisten verwendet? Nach welchen Regeln machen die Journalisten aus Ereignissen Nachrichten, welche Merkmale hat die von ihnen konstruierte Wirklichkeit? Welche Konsequenzen hat das, was Medien und Journalisten produzieren? Eine zentrale Frage im Zusammenhang mit den journalistischen Leistungen betrifft schließlich die Effekte von Medienangeboten für Meinungen, Einstellungen und Handlungen des Medienpublikums und ihre Rückwirkungen auf die Aussagenentstehung“ (Weischenberg, 1992, S 69).

In der vierten und innersten Schale geht es um die Medienakteure bzw. den Rollenzusammenhang, in dem die Tätigkeiten der Akteure eingebettet sind. In der Wirklichkeitskonstruktion sind sie weitgehend autonom. Trotz allem sind sie aber in den Normen-, Strukturen-, und Funktionskontext die ihr Handeln bis zu einem gewissen Grad vorgeben eingeschlossen. Das journalistische Handeln unterliegt dadurch den Bedingungen der modernen Medienkommunikation. Rollenstereotype, Beziehungsmuster, Professionalisierung, Sozialisation und Beziehungsmuster sind wichtige Aspekte der journalistischen Berufsgruppe (vgl. Weischenberg, 1992, S 68-71).

Neben den vier Ebenen Mediensystem, Medieninstitutionen, gesellschaftliche Rahmenbedingungen und Medienakteure von Siegfried Weischenberg führt Christian Huber in seinem Beitrag „Journalismus-Neztwerk“ eine weitere Ebene des Systems Journalismus ein, um der Komplexität der journalistischen Qualitätssicherung Rechnung zu tragen. Diese neue Ebene betrifft die Rezipienten der Medien (vgl. Huber, 1998, S 48).

In dieser Arbeit werden alle fünf Ebenen berücksichtigt. Der Schwerpunkt liegt auf der Institutionsebene. Alle anderen Ebenen werden im Kapitel 5 überblicksmäßig dargestellt, da die Ebenen in der Praxis nicht voneinander getrennt werden können.

2.2 Definition Agrarjournalismus

Im Brockhaus findet sich für „agrar“ folgende Definition: „agrar, agri... [zu lateinisch ager, agri Acker], Wortbildungselement mit der Bedeutung: Landwirtschaft, Land, Boden“ (Brockhaus im Internet: http://www.xipolis.net/2776277c72917774f98898ba6f263aae7/suche/trefferliste.phpm abgerufen am 01. Juli 2004, 12.21 Uhr)

Da das Wort „agrar“ in engem Zusammenhang zu „Landwirtschaft“ steht wird auch dieses Wort definiert.

Brockhaus: Landwirtschaft, Nutzung des Bodens zur Erzeugung pflanzlicher und tierischer Rohstoffe: Ackerbau, Wiesen- und Weidewirtschaft, Viehzucht, Garten- und Weinbau; auch Jagd und Fischerei. Ziel ist Umwandlung, Züchtung und Veredelung der pflanzlichen und tierischen Produkte.“ (Brockhaus im Internet: http://www.xipolis.net/27a3b350d3db566d132368da837b4a5e6/suche/artikel.php?shortname=b1&artikel_id=30024000, abgerufen am 02.07.04, 12.35 Uhr)

Das Online-Lexikon „wissen.de“ führt als Definition für Landwirtschaft an: „Die Nutzung des Bodens zur Erzeugung pflanzlicher und tierischer Nahrungsmittel und Rohstoffe. Erzeugungshöhe und Richtung werden stark beeinflusst von der Art des Bodens und vom Klima, das auf diesen einwirkt. Beide Faktoren bedingen die *Betriebstypen* wie Weide-, Futterbau-, Getreide- und Hackfruchtwirtschaft. Eine wichtige Voraussetzung für die Wirtschaftlichkeit einer Gesamtlandwirtschaft ist, dass sich die einzelnen Betriebstypen gut ergänzen. Die jeweiligen Preise für die landwirtschaftlichen Erzeugnisse einerseits und die notwendigen Betriebsmittel andererseits bedingen den Grad der möglichen Aufwendungen, d. h., sie entscheiden, ob *extensiv* oder *intensiv* gewirtschaftet werden kann. Aufgrund der großen Unterschiedlichkeit in den Produktionsbedingungen der landwirtschaftlichen Betriebe ist die landwirtschaft-

liche Produktion sehr vielseitig, und die Erträge sind sehr unterschiedlich. Die Größe des landwirtschaftlichen Betriebs richtet sich in erster Linie nach den Produktionsbedingungen.“(http://www.wissen.de/xt/default.do?MENUNAME= Suche& SEARCHTYPE =topic&query=landwirtschaft, abgerufen am 02.07.04, 12.38 Uhr)

Aufgrund oben genannter Ausführungen wird für diese Arbeit folgende Definition für Agrarjournalismus vorgeschlagen:

Für den Begriff Agrarjournalismus kann auch synonym der Begriff Landwirtschaftsjournalismus verwendet werden. Landwirtschaftsjournalismus befasst sich mit der Berichterstattung die folgende Angelegenheiten betreffen:

Die Agrarpolitik, das Landwirtschaftsrecht, das Ernährungswesen sowie die Ordnung des Binnenmarktes hinsichtlich land-, ernährungs- und forstwirtschaftlicher Erzeugnisse sowie Saat- und Pflanzgut, Futter-, Dünge- und Pflanzenschutzmitteln einschließlich deren Zulassung.

Des Weiteren fallen Qualitätsklassenregelungen, Pflanzenzucht- und Saatgutwesen sowie der Importausgleich, Absatz- und Verwertungsmaßnahmen, der Zollbestätigungsverkehr und die Vorratshaltung in diesen Bereich.

Außerdem gehören noch die Angelegenheiten der Forstpolitik und des Forstrechts, die Regelung der Ein- und Ausfuhr von Waren die Gegenstand der Urproduktion der heimischen Landwirtschaft sind, sowie von Fleisch und Fleischwaren, Butter, Käse und sonstigen Erzeugnissen der Milchwirtschaft, Weinen und Futtermittelzubereitungen in dieses Gebiet.

Es fallen auch noch das Weinrecht und die Weinaufsicht in diesen Bereich. Genauso wie Angelegenheiten der Bodenreform und der Agrarbehörden; Verkehr mit land- und forstwirtschaftlichen Grundstücken; Entschuldung der

Land- und Forstwirtschaft; Angelegenheiten des Wasserrechts und der Wasserwirtschaft.

Auch die Angelegenheiten der beruflichen Vertretung der auf dem Gebiet der Land- und Forstwirtschaft selbständig Erwerbstätigen; die Angelegenheiten der Jagd und der Fischerei; allgemeine Angelegenheit des Umweltschutzes, dazu zählen auch die allgemeine Umweltschutzpolitik und die Angelegenheiten der Umweltanwaltschaft, zählen dazu.

Nicht zu vergessen sind die Angelegenheiten des Artenschutzes und des Natur- und Landschaftsschutzes sowie der Naturhöhlen. (vgl. http://www.lebensministerium.at/home, abgerufen am 18.08.04, 10.04 Uhr)

3 Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus

Unter Qualität versteht man laut Duden (Duden, 1985, S 506) eine charakteristische Eigenschaft einer Sache – als Wert oder Güte. Umgangssprachlich wird Qualität im positiven Sinne auch als überdurchschnittlich gesehen.

Im Brockhaus (Brockhaus, 1992, S 82) steht: „lat. - Beschaffenheit, Güte, Wertstufe, u.a. im Unterschied zu Quantität“.

Qualität kommt vom lateinischen Wort "Qualitas", was soviel bedeutet wie "Eigenschaft" oder "Beschaffenheit". Beide Begriffe sind wertungsfrei und können sowohl positiv als auch negativ ausgelegt werden.

3.1 Was ist journalistische Qualität

Über Qualität wird diskutiert, seit es Journalismus gibt. Zu der Frage, was Qualität ausmacht gibt es viele Meinungen. Qualität ist sicherlich schwer messbar, gerade wenn man sie nicht auf Einschaltquoten, Auflagenhöhen oder Reichweitenzahlen reduzieren möchte.

Wer legt fest was Qualität ist und wieweit Qualität geht? Dazu Ruß-Mohl: „Qualität im Journalismus definieren zu wollen, gleicht dem Versuch einen Pudding an die Wand zu nageln“ (Ruß-Mohl, 1992, S 85).

Laut Stephan Ruß-Mohl resultiert das Unvermögen, journalistische Qualität zu definieren aus der Tatsache, dass ein so komplexer Begriff wie „Qualität im Journalismus“ nicht prägnant dargestellt werden kann. Ruß-Mohl kommt daher zur Einsicht: „Einen Qualitätsmaßstab gibt es nicht“. (Ruß-Mohl, 1992, S 85)

Für Ruß-Mohl ist die Abhängigkeit der Qualitätsmaßstäbe auf sechs Ebenen positioniert. Qualität ist für ihn vor allem abhängig vom Medium, von der Ziel-

gruppe, vom Genre, vom Aktualitätsanspruch, vom Selbstverständnis der Journalisten und von der Funktion, die ein Medium erfüllen möchte (vgl. Ruß-Mohl, 1992: S 85).

Ein publizistisches Produkt zeichnet sich durch eine hohe Qualität aus, wenn es das vorgegebene Kommunikationsziel in möglichst kurzer Zeit, bei möglichst vielen Rezipienten erreicht und wenn der erwünschte Effekt möglichst lang anhaltend ist. Als Voraussetzungen für die Qualität der Berichterstattung gelten damit die internen Organisationsstrukturen, die internen Verantwortungsstrukturen sowie die Wahrnehmung von Medienverantwortung. Heutzutage entscheiden aber die einzelnen Medienunternehmen mittlerweile selber, was unter journalistischer Qualität zu verstehen ist. Es handelt sich hier nicht zuletzt auch um eine Wertentscheidung, ob Qualität als Unternehmensziel gefördert wird oder nicht. Qualitätsstandards für Medien sind kaum bis nicht klar definierbar. Möglich ist es, Ziele zu setzen, an die sich die Unternehmen und Redaktionen möglichst anzunähern versuchen. Damit aber auch die Mitarbeiter, die einen großen Einfluss auf die Qualität haben, sich voll und ganz entfalten und ihre Rolle bewusst wahrnehmen können, ist die Schaffung gewisser Rahmenbedingungen seitens der Geschäftsführung eine Voraussetzung für journalistische Qualitätssicherung.

Ob Qualität als Unternehmensziel gefördert wird oder nicht, zum Beispiel durch redaktionelles Marketing, Beobachtung der Rezipientenforschung, Produktanalyse usw., hängt vom jeweiligen Unternehmen ab. Die Orientierung am Rezipienten ist ein unerlässlicher Faktor zur Qualitätssicherung in einem Unternehmen. Die Medien sollten sich damit nicht dem Quoten-Druck ausliefern, sich aber immer vor Augen halten, für wen sie die Dienstleistungen Information und Unterhaltung produzieren. (vgl. http://www.uelzechtkanal.lu/2003/index_files/tvtechniken/ script/grundwissen/qualitaet/qualitaet.htm)

3.2 Qualitätsforschung

In der Literatur nimmt die Diskussion um Qualität im Journalismus, vor allem aufgrund des Bedeutungszuwachses der Medien in der Gesellschaft und des zunehmenden Wettbewerbs zwischen den Medien, einen immer größeren Stellenwert ein. Daneben haben die schnelle Verbreitung von Online-Medien und der Werte- und Strukturwandel in der Gesellschaft ihren Teil dazu beigetragen, dem Einfluss der Qualität mehr Geltung zu verschaffen. Aus diesen Gründen verstärkten sich Ende der 1980er und Anfang der 1990er Jahre die Publikationen über journalistische Qualität. Eine Reihe von Inhaltsanalysen, Kommunikatorstudien und Programmuntersuchungen beschäftigten sich mit ihrer Messung und Bewertung. Dabei befasst sich die Fachliteratur zumeist „nur“ mit einzelnen Gesichtspunkten. Untersuchungen, die sich ganz konkret mit allen relevanten Aspekten journalistischer Qualität auseinandersetzen, finden sich dagegen nur vereinzelt.

Tatsächlich handelt es sich bei der Qualitätsforschung um den Versuch, bestimmte Merkmale, Eigenschaften und Werte eines Medienproduktes, eines Medienakteurs, Medienunternehmens oder von Mediensystemen herauszufinden und Standards zu schaffen, die es erlauben sollen, zwischen gutem und schlechtem Journalismus zu unterscheiden. Dazu eignen sich auch gesellschaftliche Rahmenbedingungen (Publizistische Vielfalt als Beispiel), Qualitätssicherung und ökonomischer Wettbewerb, Qualitätssicherung auf Unternehmensebene, journalistische Qualität und Verbesserung der journalistischen Infrastruktur, journalistische Qualität auf der Akteursebene. Zum derzeitigen Zeitpunkt konkurrieren verschiedene Thesen.

3.3 Qualitätsmodelle

Versuche von publizistikwissenschaftlicher Seite journalistische Qualitätskriterien theoretisch herzuleiten, widersprechen der Behauptung, journalistische

Qualität sei etwas Subjektives und lasse sich nicht definieren, operationalisieren, messen und sichern. Dies setzt aber die organisatorische Umsetzung eines effektiven und effizienten Redaktionsmanagement voraus (vgl. Wyss 2002, S 223).

3.3.1 Qualitätsmanagement-Modelle (nach Wyss)

3.3.1.1 Das Konzept TQM (Total Quality Management) auf der Redaktionsstufe

Um Qualität bestimmen oder beurteilen zu können, muss immer auch die Perspektive mitgenannt werden, aus der heraus diese Bestimmung oder Bewertung erfolgt.

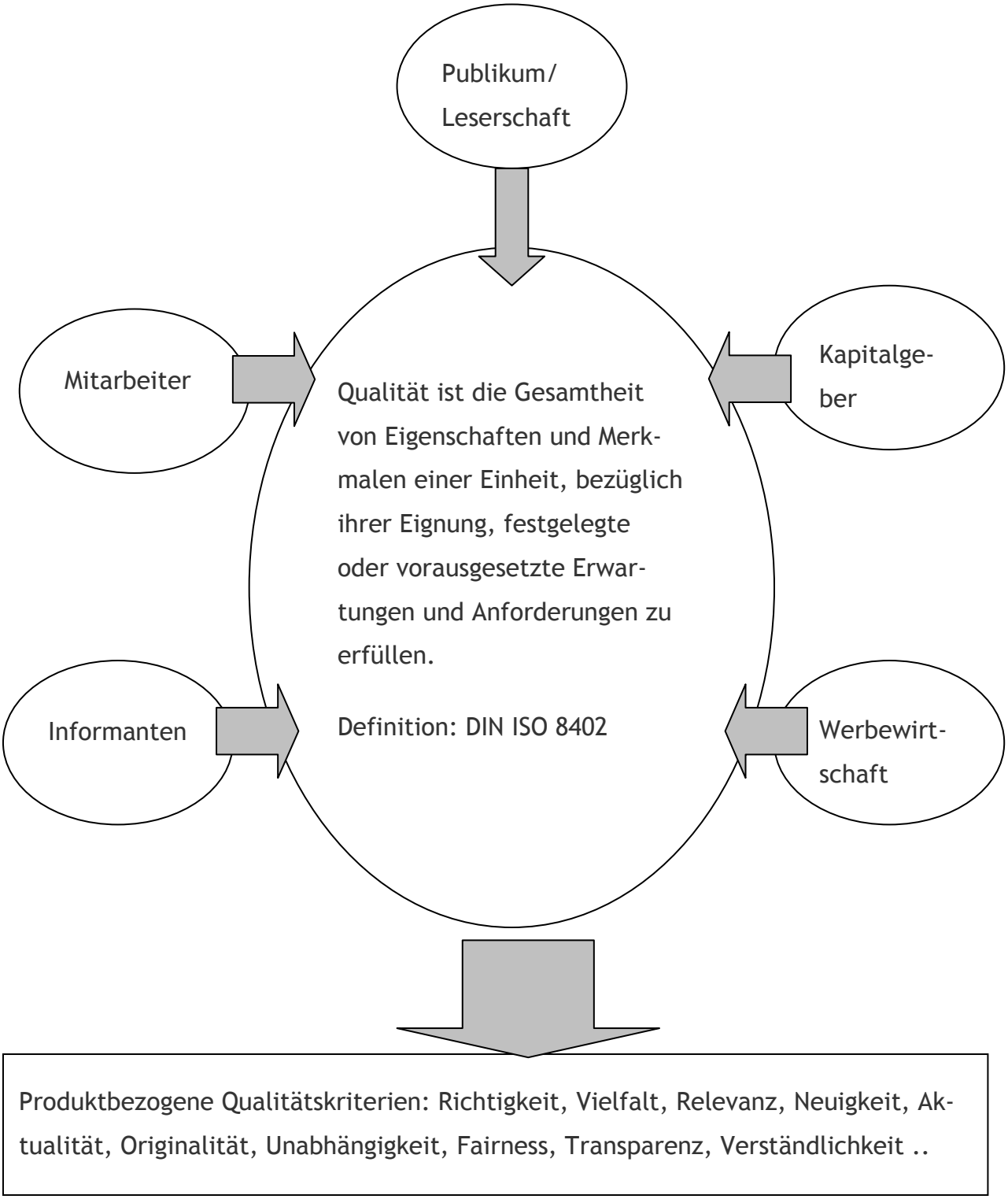


Abb. 2: Total Quality Management –Model nach Wyss 2003

Dieses multiperspektivische Qualitätsverständnis geht davon aus, dass in diesem Fall an die Qualität der Leistungen einer Redaktion verschiedenste Anforderungen und Erwartungen gestellt werden. Solche gehen etwa von der Mitarbeiterschaft aus, den Zulieferern von Informationen, selbstverständlich vom rezipierenden Publikum oder der Zielgruppe, der Mediengesetzgebung, den Kapitalgebern, der Werbewirtschaft oder von anderen Interessengruppen. Die Anforderungen können sich zudem auf das journalistische Produkt, den Produktionsprozess oder auf andere Einheiten beziehen.

Durch journalistische Fehlleistungen gerade in den 1990er Jahren wurde die Debatte über journalistische Qualität am Leben erhalten.

Sicher hat auch die Diskussion um den öffentlichen Rundfunk, die Liberalisierung und Dualisierung des Rundfunkmarktes zur Stärkung der Debatte über journalistische Qualität beigetragen. Auch die veränderten Nutzungsgewohnheiten der Rezipienten und die Technologisierung der journalistischen Produktion oder die explosionsartige Vermehrung neuer Informationskanäle, wie das Internet, fordern die herkömmliche Publizistik ernsthaft heraus.

Darunter zu verstehen ist hier aber vor allem der Prozess, nach dem sich Medienorganisationen zunehmend nach ökonomischen Prinzipien ausrichten. Wir können doch beobachten, dass journalistische Produktionsprozesse immer stärker dem ökonomischen Gedanken unterstellt werden. Kommerzialisierte Medienunternehmen sind durch das Bestreben gekennzeichnet, ihre Effizienz zu steigern, also billiger zu produzieren beziehungsweise genau das zu produzieren, was den Wünschen des Zielpublikums entspricht. Indikatoren für diese Entwicklung finden sich in der zunehmenden Bedeutung der Werbewirtschaft unter dem Stichwort, „Redaktionsmarketing“ im verstärkten Kostenmanagement innerhalb der Medienbetriebe und schließlich in organisatorischen Umstrukturierungen unter dem Stichwort „effizientes Redaktionsmanagement“.

Unter diesen Bedingungen und durch verstärkte Konkurrenz auf dem Medienmarkt kommen Medienredaktionen zunehmend unter Druck, Kosten sparen zu müssen. Unter diesen Bedingungen sei journalistische Qualität ernsthaft gefährdet, wird gewarnt. Woraufhin die Verlagsvertreter und Marketingspezialisten die verhängnisvolle Frage stellen, was denn genau leide, was also unter journalistischer Qualität zu verstehen sei (vgl. Wyss 2003, S 129f).

Redaktionelles Qualitätsmanagement ist laut Vinzenz Wyss notwendig aufgrund steigender Konkurrenz auf dem Medienmarkt, der veränderten Nutzungsgewohnheiten der Rezipienten, ökonomischer Sachzwänge und geänderter Kommunikation durch Digitalisierung und Technisierung.

Dabei geht er davon aus, dass angesichts dieser Entwicklung journalistische Qualität und Qualitätssicherung für Medienunternehmen an strategischer Bedeutung gewinnen und zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor im zunehmenden Medienwettbewerb wird.

3.3.1.2 Das Selbstbewertungsmodell der EFQM

Traditionelle betriebswirtschaftliche Managementkonzepte für die journalistische Produktion heranzuziehen, wird eher kritisch bewertet, da hier die ökonomischen Interessen dominieren. Das könnte mit den Normen der journalistischen Produktion in Konflikt geraten.

Journalistisches Qualitätsmanagement endet mit der Personalpolitik. Qualitätskontrolle beschränkt sich meist auf gegenlesen und Redaktionskonferenzen.

Die Grundidee von EFQM lautet, gute Führungsqualitäten werden als Vorraussetzung für Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterzufriedenheit und positive Auswirkungen auf die Gesellschaft angesehen.

Das Modell ist prozessorientiert, es werden nicht nur die Outputs sondern auch Veränderungen in den Inputbereichen betrachtet. Qualität und kontinuierliche Verbesserungsanstrengungen können nur dann wirksam werden, wenn sie konsequent und regelmäßig nachgewiesen und gemessen werden.

Dabei stehen die Prämissen der Kunden-, der Strategie- und Prozessorientierung im Vordergrund (vgl. Wyss 2000, S 225f).

Prämisse Kundenorientierung

Der EFQM-Ansatz erhebt Kundenorientierung zum obersten Prinzip: „Über die Qualität von Produkten und Dienstleistungen entscheidet letztendlich der Kunde. Die Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden werden vollumfänglich verstanden.“ (Wyss 2000, S 226).

Es muss klar definiert werden, wer die externen Kunden der Redaktion sind und deren Bedürfnisse müssen systematisch erfasst werden. Leider tritt dabei das Problem auf, dass Medien auf zwei Märkten operieren - dem Rezipientenmarkt und dem Markt der werbetreibenden Wirtschaft. Redaktionelles Marketing, das darauf zielt, mit dem publizistischen Angebot die Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe zu befriedigen, scheint die beste Antwort auf veränderte Marktbedingungen zu sein. Doch viele Journalisten sehen dies als „Wunschkonzertjournalismus“ und als Zeichen der Kommerzialisierung (vgl. Wyss 2000, S 226-227).

Prämisse Politik und Strategie

Im Inputbereich des EFQM soll nachgewiesen werden, wie sich die Anforderungen des Kunden und die diesbezüglich wesentlichen Qualitätsziele im unternehmerischen Leitbild widerspiegeln. Die Organisation soll ihre Politik und Strategie aufgrund von relevanten Informationen festlegen, die regelmäßig aktualisiert und intern und extern bekannt gemacht werden sollen.

Das bedeutet, dass es für Unternehmen in der Medienbranche wichtig ist, Leitbilder zu haben, die aber bis dato nicht beachtet werden. Dazu das Zitat einer Journalistenbefragung: „Wenn Sie mich nach den Hauptpunkten unseres redaktionelles Leitbildes fragen würden, wäre ich außerstande. Ich weiß nicht, ob ich das je einmal gelesen habe. Was geschrieben steht, ist das eine, die Wirklichkeit das andere.“ (Wyss 2002, S 228)

Professionelle Qualitätsstandards im Journalismus sind faktische Richtigkeit, Verständlichkeit, dramaturgisch gelungene Leserführung, Aktualität, Objektivität, inhaltliche und formale Vielfalt, Fairness, sachliche und soziale Relevanz, Quellentransparenz, Analyse, Trennung von Fakten und Meinung, Exklusivität und Akzeptanz. Solche Qualitätskriterien könnten redaktionsspezifisch festgelegt werden.

Prämisse Prozessorientierung

Das Prinzip der Fehlerverhinderung statt Fehlerkorrektur im EFQM-Modell verlangt einen Nachweis, wie qualitätsrelevante Prozesse identifiziert, überprüft und verbessert werden. Die klassische redaktionelle Qualitätssicherung definiert sich beispielsweise im Gegenlesen der Beiträge, Beschränkung auf formale Kriterien (Rechtschreibung etc.) und Redaktionskonferenzen, die jedoch selten der Kritik und Kontrolle dienen.

Die Umsetzung dieses Qualitätssicherungsmodells setzt einen Bewusstseinswandel bei den Journalisten voraus. Diese müssen bereit sein, im Sinne der Kundenorientierung zu arbeiten, ihre Berührungsängste mit redaktionellem Marketing abzubauen und die qualitätsrelevanten Sicherungsprozesse wie Gegenlesen und Redaktionskonferenzen zu verbessern.

3.3.2 Redaktionelles Qualitätsmanagement

Vinzenz Wyss stellt in seinem Buch „Redaktionelles Qualitätsmanagement“ fest, dass sich die Publizistikwissenschaft lange beim konkretisieren des journalistischen Qualitätsbegriffes schwer getan habe. Er verweist auf Rosengren/Carlson/Targerud (1991), die auf die Notwendigkeit eines normativen Bezugssystems hinweisen. Sie definieren Qualität einfach als eine Eigenschaft die bestimmten Normen entspricht: „quality (....) is one or more characteristics satisfying certain standards backed up by more or less central values and norms. “ (Rosengren/Carlson/Targerud, 1991, S 24)

Sie unterscheiden analytisch vier Perspektiven:

- Deskriptive Quality: die Qualität wird an der Realität gemessen
- Sender Use Quality: Intentionen der Kommunikatoren
- Receiver Use Quality: erwartete Gratifikationen der Rezipienten
- Professional Quality: Kriterien der journalistischen Profession

Beim Versuch journalistische Qualitätskriterien zu definieren, müssen immer auch die Perspektive der verschiedenen Anspruchsträger wie zB Rezipienten, Werbewirtschaft, Medienunternehmen, Mediengesetzgebung, etc. und auch das Bezugssystem wie die Gesellschaft, Interessengruppen und Publikum einbezogen werden. Die geforderten Qualitätsanforderungen betreffen viele

Ebenen wie zB das Mediengesamtsystem, den Journalismus, das Medienunternehmen, die einzelnen Journalisten und auch das Produkt.

Welche Anspruchsträger?	Welches Bezugssystem?	Welche Ebene?	Welche Normen?
Publikum Mitarbeiter Werbewirtschaft PR-Stellen Interessensvertreter Konkurrenz Behörden Experten	„Realität“ Gesellschaft Interessensgruppen Betroffene Publikum Unternehmen Medium Behörden	Mediensystem Journalismus Medienunternehmen Redaktion Redakteur Arbeitsprozess Gesamtprodukt Red. Beitrag	Konzession Berufsnormen Leitbild Redaktionskonzept Ethik-Kodices Redaktionsstatuten Richtlinien

Welche Qualitätsmerkmale?

Richtigkeit, Vielfalt, Unabhängigkeit, Objektivität, Fairness, Akzeptanz, Originalität, Transparenz, Authentizität, Relevanz, Aktualität, Verständlichkeit, Exklusivität

Abb. 3: Multiperspektivität der Qualitätsbeurteilung Wyss, 2002, S 98

Wyss hält fest, dass auch ganz konkrete Grundlagen und auch noch mehr oder weniger explizite Regeln im Sinne rechtlicher, ethischer oder berufskultureller Normen, redaktioneller oder unternehmerischer Leitbilder oder sonstiger Richtlinien zur Beurteilung einer bestimmten Qualität herangezogen werden können.

Qualität kann nicht eine statische Norm sein. Das macht die Multiperspektivität des Qualitätsbegriffes deutlich. Man muss journalistische Qualität als veränderbare Größe ansehen (vgl. Wyss, 2002, S 90f).

3.3.3 Qualitätskriterienkatalog nach Schatz und Schulz

Heribert Schatz und Winfried Schulz entwickelten einen Qualitätskriterienkatalog in dem die Messbarkeit und der Leistungsvergleich öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme erstellt wurden. Mit diesem Kriterienkatalog haben sie eine Vorstufe zu einer empirischen Untersuchung konzipiert. Ziel ihrer Arbeit war die Präzisierung der Fragestellungen und ein Aufzeigen von Wegen hin zu ihrer inhaltsanalytischen Operationalisierung. Sie stellten fünf Dimensionen auf.

Das sind:

- Vielfalt
- Relevanz
- Professionalität
- Akzeptanz
- Rechtmäßigkeit (vgl. Schatz und Schulz, 1992, S 690).

3.3.4 Das Ragersche Modell

Günter Rager entwickelte Qualitätsdimensionen im Bezug auf den aktuellen Zeitungsjournalismus, wendet man diese auf andere journalistische Produkte an, würde er sie durch zusätzliche Kriterien ergänzen. In seinem Modell bezieht sich Günter Rager auf die Ansätze von Schatz und Schulz. Bei deren Dimensionen übt er in seinen Erläuterungen Kritik an der Vielfalt und auch an der Qualitätsdimension Rechtmäßigkeit. In der Dimension Vielfalt sieht Rager eine Zielvorgabe, an der Qualitätsmaßstäbe zu entwickeln sind, jedoch keinen eigenen Qualitätsmaßstab. Die Rechtmäßigkeit wird von Rager noch heftiger kritisiert. Er gibt zu verstehen, dass es selbstverständlich sein muss, dass die Angebote in den Medien rechtskonform sind. „Programme/Berichte, die gegen das Gebot der Rechtmäßigkeit verstoßen, sind nicht schlecht, sondern verboten.“ (Rager, 1994, S 193).

Die Vielfalt sieht er als normativen Rahmen seiner Überlegungen, die auf eine Systematisierung der Qualitätsdebatte zielt. Rager gliedert deshalb Qualität in vier verschiedenen Dimensionen:

- Richtigkeit
- Vermittlung
- Aktualität
- Relevanz.

Dimension Richtigkeit

Um Richtigkeit gewährleisten zu können, sollen laut Rager Informationen nachprüfbar, möglichst fehlerfrei und frei von logischen Widersprüchen sein. Standpunkte sollen möglichst unverfälscht wiedergegeben werden.

Rager verweist auf die Bedeutung der Einhaltung der journalistischen Sorgfaltspflicht, die die Glaubwürdigkeit des journalistischen Produktes gewährleisten soll. Hier räumt er ein, dass Recherche nicht immer die sachliche Richtigkeit von Informationen garantiert. Der Dimension Richtigkeit ordnet Rager noch zwei weitere Qualitätsaspekte zu. So fordert er, dass die unterschiedlichen Positionen (Meinungsvielfalt/Ausgewogenheit) in den Zeitungsartikeln aufgeführt werden müssen. Beachtet werden muss, dass die einzelnen Meinungen unverfälscht zu zitieren sind (Faktentreue). Außerdem fügt er noch die Vollständigkeit der Informationen zur Dimension der Richtigkeit hinzu. Die Vollständigkeit ergibt sich aus der Beantwortung der vier journalistischen W-Fragen: Wer, Was, Wann und Wo.

Kurz zusammengefasst sind also Faktentreue, Meinungsvielfalt, Ausgewogenheit und Vollständigkeit die wichtigsten Qualitätskomponenten in Ragers Richtigkeitsdimension.

Dimension Vermittlung

Für Rager liegt in der Vermittlung eine bedeutende Aufgabe des Journalisten, daher ist sie auch ein entscheidendes Qualitätskriterium. Rager vertritt die Auffassung, dass damit die Informationen beim Rezipienten ankommen, eine gelungene Vermittlung Voraussetzung ist.

Ein weiteres Kriterium ist, dass der Rezipient bei einer gelungenen Vermittlung den Informationsinhalt verstehen kann. Daraus folgt, dass die Verständlichkeit, die Gestaltung und die Akzeptanz beim Publikum sehr wichtige Kriterien innerhalb der Dimension Vermittlung darstellen.

In der journalistischen Praxis wurden für die gelungene Vermittlung bestimmte Handlungsweisen im Redaktionsalltag entwickelt. Die wichtigsten Routinen

zB des Printjournalismus sind unter anderem die zielgruppengerechte Ansprache, die Illustration oder das Design und die Verständlichkeit der Darstellung.

Im Bereich des Fernsehens können zum Beispiel die Szenenausleuchtung, der Ton, die Kameraarbeit oder musikalische Effekte der Vermittlung zugeordnet werden.

Dimension Aktualität

Aktualität wird besonders bei Tageszeitungen als wesentliches Merkmal des Journalismus betrachtet. Aus der Masse an Informationen und Neuigkeiten die jeden Tag entstehen, werden diejenigen herausgesucht und weiterverarbeitet, denen Aktualität zugewiesen wird. Journalismus stellt Informationen aktuell für die öffentliche Kommunikation bereit, wobei darauf geachtet wird, nur jene Informationen herauszufiltern, die eine Veränderung des gesellschaftlichen Zustandes bewirken.

Im journalistischen Arbeitsprozess entspricht die Aktualität dem Zeitraum zwischen zwei Berichterstattungsausgaben. Aus diesem Grund ist auch der Ereigniszeitraum immer variabel. Bei Magazinen oder Zeitschriften die wöchentlich erscheinen, beträgt der Ereigniszeitraum sieben Tage. Bei Tageszeitungen beträgt dieser Ereigniszeitraum nur 24 Stunden. Eine enorme Bedeutung hat die Dimension Aktualität im Fernsehjournalismus.

Dimension Relevanz

In dieser Dimension steht bei Rager die Bedeutsamkeit des zu vermittelnden Themas im Vordergrund. Rager meint, journalistische Selektion bedeute zumindest im Bereich der politischen Berichterstattung sowohl Entscheidungen in der Dimension Aktualität als auch in der Dimension Relevanz. Ereignisse müssen neu aber auch relevant sein um zur Nachricht werden zu können.

Die Qualität der Relevanz zeigt sich auch in der Feinauswahl eines Themas. Seiner Meinung nach sollten alle relevanten Positionen und Akteure in einem Artikel oder Beitrag berücksichtigt werden. Nur dann kann dieser in der Dimension Relevanz als qualitativ hochwertig bezeichnet werden. Zu berücksichtigen wäre hier auch noch der Aspekt der sachlichen Richtigkeit.

Laut Rager zeigt sich die Qualität eines journalistischen Produkts letztlich darin, dass das Thema möglichst viele Nachrichtenfaktoren in sich vereinigt (vgl. Rager, 1994, S 189 – 209).

3.3.5 Philosophische Definition von Gianluca Wallisch

Wallisch nähert sich an das Thema über die philosophischen Definitionen von „objektiver“ und subjektiver“ Qualität an.

Objektive Qualität – Subjektive Qualität

Objektive Qualität	Subjektive Qualität
Formale Prinzipien	Inhaltliche Prinzipien
Textgattungen	Funktionalität
Sprachliche Korrektheit	Literarischer Stil
etc.	etc.

Abb. 4: Objektive Qualität – Subjektive Qualität, Wallisch, 1995, S 100

Durch die Splittung in objektive und subjektive Qualität ist eine Zuordnung einfacher. Viele journalistische Handlungsmuster und Gesetze sind der objektiven Seite zuzuordnen, da sie meist institutionell eingeführt sind und nicht hinterfragt werden. Im Bereich der subjektiven Qualität gibt es mehr Freiraum für Individualität oder die persönliche Realisierung eines journalistischen Produktes ist hier meist in einem gewissen Bereich möglich.

Zu den Rahmenbedingungen gehören alle Prozesse einer Gesellschaft die sich immer wieder verändern. Die Konkurrenzfunktion verschiedener Medien im freien Kommunikationssystem ist ebenso ein Teil davon, wie auch die persön-

liche Motivation diesen Beruf in der gewünschten Art auszuüben oder die Blattlinie. Der freie Berufszugang dürfte ein Grund dafür sein.

Das Selbstbild des journalistischen Berufes ist immer noch die vehement verfochtene Begabungsideologie. Das „Um und Auf“ des Berufes erlerne man nur durch „Lerning on the job“. Warum dieser Job ein Begabungsberuf ist, wird meist mit den Äußerungen „journalistisches Gespür“ oder „guter Stil“ definiert, den man offenbar nicht erlernen kann (vgl. Wallisch, 1995, S 99-101).

3.3.6 Zusammenfassung der Qualitätsmodelle

Modell	Kriterien oder Dimensionen
Qualitätskriterienkatalog, Schatz und Schulz, 1992	**Dimensionen**: - Vielfalt - Relevanz - Professionalität - Akzeptanz - Rechtmäßigkeit
Ragersches Modell, Rager, 1994	**Dimensionen**: - Richtigkeit - Vermittlung - Aktualität - Relevanz
TQM-Modell, Wyss, 2003	Dimensionen: - Richtigkeit - Vielfalt - Relevanz - Neuigkeit - Aktualität - Originalität

Die Modelle von Schatz und Schulz, das Ragersche Qualitätsmodell und das TQM-Modell von Wyss zeigen einige Parallelen auf. Die Dimension Relevanz ist

für alle ein wichtiger Bestandteil in der Qualitätsdebatte. Die Vielfalt kommt in zwei der drei Modelle vor, genauso wie die Aktualität und die Richtigkeit.

Für meine Arbeit schlage ich folgendes Modell für Qualität im Agrarjournalismus vor. Den bereits oben genannten Dimensionen Relevanz, Vielfalt, Aktualität und Richtigkeit füge ich folgende Kriterien hinzu: Professionalität, Originalität und Vermittlung, des Weiteren speziell auf den Agrarjournalismus bezogen landwirtschaftliche Fachkompetenz.

Modell	**Kriterien oder Dimensionen**
Modell für Qualität im Agrarjournalismus, Friesinger, 2004	- Relevanz - Vielfalt - Aktualität - Richtigkeit - Professionalität - Originalität - Vermittlung - landwirtschaftliche Fachkompetenz

Teile des Selbstbewertungsmodells von Wyss kommen in der Folge im Kapitel 5 im Bereich der Qualitätssicherung auf den Ebenen des journalistischen Systems vor und finden dort auch ihre Anwendung.

Modell	Kriterien oder Dimensionen
EFQM-Modell, Selbstbewertungsmodell, Wyss, 2000	Kundenorientierung: Redaktionelles Marketing
	Politik und Strategie: Richtigkeit, Verständlichkeit, dramaturgisch gelungene Leserführung, Aktualität, Objektivität, inhaltliche und formale Vielfalt, Fairness, sachliche und soziale Relevanz, Quellentransparenz, Analyse, Trennung von Fakten und Meinung, Exklusivität und Akzeptanz
	Prozessorientierung: Gegenlesen der Beiträge, Beschränkung auf formale Kriterien, Redaktionskonferenzen

Etwas schwieriger gestaltet sich die Integration der Philosophischen Definition von Wallisch. Diese ist für diese Arbeit nicht relevant, da sie schwer überprüfbar ist und in einem Fachblatt, welches der „Salzburger Bauer“ ja ohne Zweifel ist, meiner Meinung nach der literarische Stil und die anderen Dimensionen nicht von übergeordneter Bedeutung sind.

Modell	Kriterien oder Dimensionen
Philosophische Definition, Wallisch, 1995	**Objektive Qualität**: - Formale Prinzipien - Textgattungen - Sprachliche Korrektheit … **Subjektive Qualität**: - Inhaltliche Prinzipien - Funktionalität - Literarischer Stil ….

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass für Qualität im Agrarjournalismus für dieser Diplomarbeit ein neues Modell vorgeschlagen wird, welches auch Bestandteile aus den Modellen von Schatz und Schulz, aus dem Ragerschen Qualitätsmodell und aus dem TQM-Modell von Wyss enthält.

Diese Punkte sind auf der Ebene des journalistischen Systems genauso wieder zu finden und werden in diesem Kapitel auch näher erörtert.

Die Dimensionen dieses neuen Modells werden bei der nachfolgenden Untersuchung angewandt.

3.3.7 Modell für Qualität im Agrarjournalismus

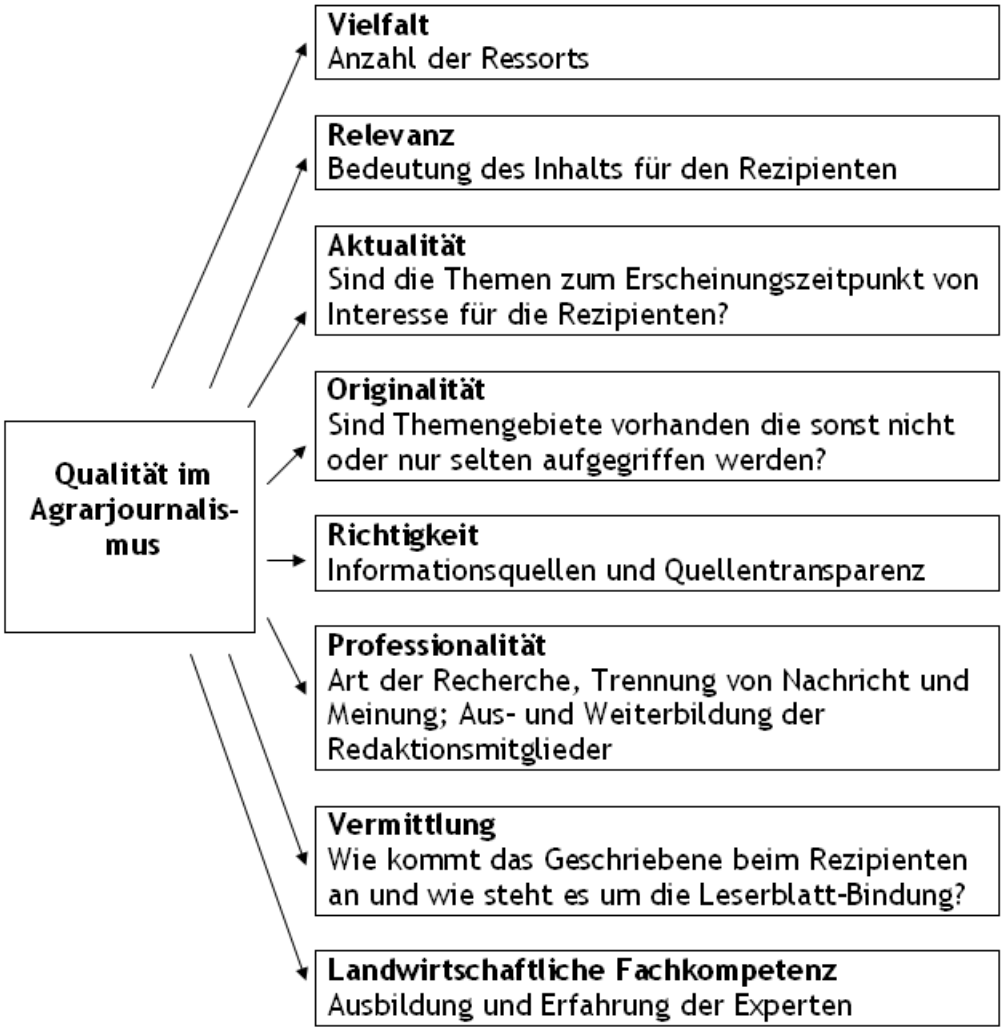


Abb. 5: Modell für Qualität im Agrarjournalismus, Friesinger, 2004

4 Die Bewertung von journalistischer Qualität

Dazu meinte Ruß-Mohl: „Wer konkret werden will, darf nicht Äpfel mit Birnen vergleichen.“ Suche man Qualitätskriterien, so solle man bei Medienprodukten desselben Marktsegmentes beginnen (vgl. Ruß-Mohl, 1992, S 83f).

Für Ruß-Mohl gibt es für die Qualitätsbewertung drei Verfahren.

Die Publikumsgunst ist der einfachste Qualitätsmaßstab. Geht man von dieser Messgröße aus, so ist Qualität das, was Leser, Hörer und Zuschauer für Qualität halten. Die verkaufte Auflage, die Einschaltquoten und Reichweiten, die Haushalts- oder Zielgruppenabdeckung sind dann die entsprechenden Messgrößen. Für Ruß-Mohl ist jedoch die Publikumsgunst ein sehr umstrittener Qualitätsindikator. Der gewichtigste Einwand sei, dass hohe Akzeptanz beim Rezipienten kein Qualitätsausweis sei. Aber aus anderer Sicht gesehen muss zugegeben werden, dass eine Abstimmung am Kiosk sicherlich die demokratischste ist. (vgl. Ruß-Mohl, 1992, S 101f)

Beim zweiten Verfahren tritt anstelle der Publikumsgunst das Expertenurteil: Hier entscheiden anerkannte Experten, was als Qualität gilt oder was einem Verstoß gegen die Mindeststandards oder Qualitätsnormen gleichkommt. In der Praxis sieht das so aus, dass Jury-Mitglieder einen in der Fachzunft anerkannten Journalisten-Preis vergeben oder die Mitglieder des Presserates sprechen eine Rüge aus. Der jeweiligen Entscheidung liegen - implizit oder explizit – professionelle Qualitätsmaßstäbe zugrunde, auf die sich die Juroren aufgrund ihrer beruflichen Sozialisation geeinigt haben. In der Regel ist dieses Verfahren effektiver als das erste Verfahren mit der Publikumsgunst.

Die dritte Variante der Qualitätsbewertung kommt im Grunde einer Kapitulation gleich. Die Vorbedingung lautet: Qualität selbst ist nicht messbar, jedoch

sind bestimmte Voraussetzungen erfüllt, stellt sich Qualität wahrscheinlich ein. Stephen Lacy und Frederick Fico haben acht Indikatoren aufgestellt und versuchten herauszufinden, ob unabhängige oder abhängige Lokal- und Regionalzeitungen qualitativ besser seien.

Ruß-Mohls Einwand gegen diese Vorgehensweise besteht darin, dass keiner dieser Indikatoren für sich genommen aussagekräftig sei. Ein Beispiel dafür: Eine Zeitung die drei Agenturdienste abonniert habe, sei deshalb nicht besser als eine die sich nur zwei Agenturdienste leiste und den Schwerpunkt auf Eigenrecherche lege. Oder: eine Zeitung bei der die Mitarbeiter (Reporter und Redakteure) viel arbeiten muss, muss nicht unbedingt schlechter sein als eine Zeitung mit mehr Mitarbeitern die faulenzen. Nur wenn man das Indikatorensystem erweitert, die Indikatoren gewichtet und sie alle im Zusammenhang betrachtet, wird sich mit großer Wahrscheinlichkeit ein zutreffendes Bild ergeben.

Bei den acht Indikatoren für die Qualität in Zeitungen nach Lacy und Fico handelt es sich um:

- Commitment to locally produced copy
- Amount of non-advertising copy
- Ratio of non-advertising to advertising space
- Number of interpretative and in-depth stories
- Amount of graphics
- Number of wire services
- Story lenght – more depth

- Reporter workload (vgl. Ruß-Mohl, 1992, S 101f)

Ruß-Mohl gibt für die Qualitätsbewertung folgende indirekten Indikatoren:

- die Zahl der Redakteure in Relation zum zu erstellenden journalistischen Produkt (Seiten- bzw. Textumfang bzw. Programmminuten);
- der Ausbildungsstand und die Berufserfahrung der Redakteure und der freien Mitarbeiter;
- der Anteil des Redaktionsbudgets am Gesamtbudget oder
- die Anzahl der abonnierten Nachrichtenagenturen und Spezialdienste

Ruß-Mohl meint, dass sich auch gegen diese Indikatoren wieder Einwände finden lassen (vgl. Ruß-Mohl, 1994b, S 104).

Zusammengefasst muss festgehalten werden, dass die drei gängigen Verfahren der Qualitätsbewertung nach Ruß-Mohl Mängel haben. Die Schlussfolgerung darf indes nicht heißen: Verzicht auf Qualitätsbewertung und –sicherung, sondern sie muss vielmehr lauten: Methodenvielfalt in der multiplen Qualitätsbewertung. (Ruß-Mohl, 1992, S 90).

4.1 Journalistische Qualitätssicherung

Ruß-Mohl vergleicht das Qualitätssicherungssystem im Journalismus mit einem Straßenverkehrsleitsystem mit Verkehrszeichen und Fahrbahnbegrenzungen: „Es gibt einen Korridor, auf dem man sich einigermaßen frei bewegen kann, es gibt ein System von Warnschildern, Leitplanken und Straßenbegrenzungspfosten, die einen vor dem Absturz und vor Zusammenstössen bewahren sollen (zum Beispiel Pressekodex); es gibt aber auch ein blaues Schildersystem, das einem zeigt, wo es am besten lang geht (zum Beispiel Journalistenpreise, aber auch Hand- und Lehrbücher). Und es gibt natürlich Fahrschulen, in denen den Verkehrsteilnehmern die Bedeutungsinhalte der Zeichen und das Know-how für die Teilnahme am Straßenverkehr vermittelt werden.“ (Ruß-Mohl, 1993, S 193f)

Aufgrund der Vielfalt an Instrumenten kann Qualitätssicherung nur dezentral und pluralistisch erfolgen, damit möglichst viele Seiten inner- und außerhalb des Mediensystems mitsteuern können. Die Qualitätssicherung ist auch keine einmalige Aufgabe die an einer fixen Stelle im journalistischen Produktionsprozess angesiedelt ist. „Qualitätssicherung ist ein auf Dauer angelegter Vorgang, ist selbst ein Prozess – mit präventiven, mit den Produktionsprozess begleitenden und mit korrektiven Elementen.“ (Ruß-Mohl, 1993, S 191).

4.1.1 Qualitätssicherung im Längsschnitt

	Stadium der Produktion	**Qualitätssicherungsinstrumente**
Vorfeld des journalistischen Produktionsprozesses/ Prävention	Ausbildung/ Weiterbildung	Ausbau, Vereinheitlichung und Differenzierung der Angebote, zunehmende Konkurrenz
Journalistischer Produktionsprozess	Themenwahl	Quellenvielfalt: Überprüfung an Nachrichtenwerten und Konkurrenzprodukten
	Recherche	Absicherung durch zweite Quelle: Quellenkritik; Überprüfungs- und Gegenrecherche
	Schreiben und Redigieren/ Präsentation	Gegenlesen Writing Coaches

	Stadium der Produktion	**Qualitätssicherungsinstrumente**
Rückkoppe- lung/Korrektur	Innerredaktionell	Blattkritik Leserforschung/Copy Tests Auswertung von Leser-Reaktionen (Post, Anrufe, Abbestellungen)
	Zunftintern	Presserat Journalistenpreise Medienjournalismus in Fachzeit- schriften/Branchendiensten Medienforschung
	Im Dialog mit Publikum	Corrections-Spalte Ombudsmann Outreach-Aktivitäten (Foren, Leser- befragungen ...) Aktionsjournalismus Medienjournalismus in Massenme- dien Media Watchdogs/Advocacy Ads

Abb. 6: Qualitätssicherung im Längsschnitt, Ruß-Mohl, 1993, S 192

Der Stolperstein den es für Ruß-Mohl aus dem Weg zu räumen gilt ist die Frage: Was ist überhaupt Journalistische Qualität? Da es keine kurze und knappe Antwort gibt, unterlässt er es ganz. Anstatt dessen formuliert Ruß-Mohl sieben Thesen in Bezug auf Qualität im Journalismus:

- Auf der Makroebene betrachtet ist Vielfalt der Qualitäten ein Qualitätsmerkmal von Journalismus.
- Dem Journalismus und der publizistischen Qualitätssicherung wäre bereits gedient, wenn der Journalismus- und Medienkritik in den Feuilletons (der Medien) ein vergleichbarer Stellenwert eingeräumt würde wie der Kunst-, sprich: der Musik-, Theater-, und Literaturkritik.
- Am Publikumsgeschmack vorbei lässt sich Qualität nicht sichern.
- Auch in der publizistischen Qualitätssicherung gilt, dass man nur Vergleichbares miteinander vergleichen sollte.
- Qualitätssicherung ist ein Problem des effizienten Umgangs mit knappen Ressourcen.
- Journalisten, die aufklären wollen, sollten auch rechnen können (vgl. Ruß-Mohl, 1994c, S 20-28)

Ein wesentlicher Beitrag zur publizistischen Qualitätssicherung ist und bleibt, dass Journalisten und Publizisten selbst viel lesen – und zwar nicht nur Konkurrenzprodukte, sondern gelegentlich durchaus auch einmal ein Sachbuch oder einen wissenschaftlichen Aufsatz. (vgl. Ruß-Mohl, 1994c, S 20-28)

Für Ruß-Mohl ist der Journalismus eine Mischform aus öffentlichem und privatem Gut („meritorisches Gut“). Journalismus hat sowohl einen teilbaren privatisierbaren Nutzen und auch einen unteilbaren öffentlichen Nutzen. „Jour-

nalismus ist sowohl kommerzielles Geschäft als auch öffentliche Aufgabe.“ (Ruß-Mohl, 1994a, S 88).Daraus kann geschlossen werden, dass sowohl Politik als auch Markt etwas zur journalistischen Qualitätssicherung beitragen oder auch, im negativen Fall, ihr entgegenwirken können.

Ruß-Mohl ist der Ansicht, dass in komplexen Systemen Qualitätssicherung kaum durch Vorschriften und Kontrollen zu erreichen ist und deshalb die Professionalisierung eine entscheidende Rolle spielt.

4.1.2 Infrastrukturen als Teil der journalistischen Qualitätssicherung

Für Ruß-Mohl sind hoch entwickelte und funktionierende Infrastrukturen die Voraussetzung für die Produktion von hochwertig qualitativen Gütern und Dienstleistungen. Dies gilt besonders für den Journalismus. Er nennt dies den Infrastrukturfaktor und versteht unter diesem Begriff: „Institutionen und Initiativen, die präventiv oder korrektiv zur journalistischen Qualitätssicherung beitragen, indem sie auf den Journalismus einwirken und insbesondere die Professionalisierung der Journalisten und Medienmacher vorantreiben und/oder für die nötige Kritik, Selbstkritik und Transparenz im Mediensystem sorgen“. Weiters meint er: „Für die Infrastrukturen des Journalismus ist charakteristisch, dass sie in den Prozess der massenmedialen Nachrichtenproduktion in der Regel nicht direkt involviert sind, aber indirekt das Ergebnis beeinflussen. Infrastrukturen tragen nicht unmittelbar zur Verarbeitung von Information zu journalistischen Mitteilungen bei, und damit auch nicht zur massenmedialen Informationsübermittlung von der Quelle hin zum Rezipienten. Sie tun dies jedoch mittelbar – insbesondere, weil sie die Professionalisierung des Journalismus anleiten und die Professionalität der Berufsausbildung kontrollieren.“ (Ruß-Mohl, 1994b, S 111)

Basierend auf dieser Definition sind für Ruß-Mohl folgende Infrastrukturen Teil der journalistischen Qualitätssicherung:

- Journalistenaus- und -weiterbildung
- Presseräte und Ombudsmänner
- Journalistenpreise
- Branchen- und Berufsverbände
- Medienjournalismus (Fachzeitschriften und auch Medienberichterstattung in Presse und Fernsehen)
- Der Rezipient als Kritiker
- Medienforschung

5 Qualitätssicherung auf den Ebenen des journalistischen Systems

Für die vorliegende Arbeit wird ein eigenes Modell für die Qualität im Agrarjournalismus vorgeschlagen. Die Dimensionen dieses Modells finden sich vorwiegend auf der Institutionsebene wieder. Daher wird diese Ebene der Wochenzeitschrift „Salzburger Bauer“ genauer untersucht. Die anderen Ebenen, wie Akteursebene, Mediensystemebene, Rezipientenebene und die Ebene der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen werden überblicksmäßig dargestellt. Dies erscheint vor dem Hintergrund wichtig, dass einzelne qualitätssichernde Maßnahmen und Initiativen auf mehreren Ebenen angesiedelt, wechselseitig voneinander abhängig sind und für das bessere Verständnis der Untersuchungsergebnisse auf der Institutionsebene ein Gesamtüberblick über die sozialen, rechtlichen, kulturellen und politischen Rahmenbedingungen unerlässlich ist.

Nachstehend werden einige Beispiele aufgezeigt, wie Qualitätssicherung auf allen Ebenen des journalistischen Systems ablaufen kann:

Akteursebene

- Auseinandersetzung mit ethischen Normen
- Quellenvielfalt, Quellenkritik, Überprüfungs- und Gegenrecherche
- Professionelle Normen: Objektivitätsnorm, Trennungsnorm, Selektionskriterien, Quellentransparenz

Institutionsebene

- Blattkritik, Gegenlesen, Überprüfungsrecherche, Redaktionskonferenzen
- Leserforschung
- Auswertung von Leserreaktionen (Post, Anrufe, Abbestellungen)
- Betriebliche Aus- und Weiterbildung
- Aufstellen von redaktionsinternen Regeln (Ethik-Code)
- Verbesserung der ökonomischen Situation
- Innerbetriebliche Entscheidungsprozesse (Mitspracherechte der Mitarbeiter)

Mediensystemebene

- Journalistische Aus- und Weiterbildung
- Presse- und Medienräte
- Journalistenpreise
- Medienforschung
- Interessens- und Berufsorganisationen
- Medienjournalismus

Rezipientenebene

- Leserinitiativen (Media watch-dogs)

Ebene der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen

- Medien- und Kommunikationspolitik (Presseförderung, Regelung des Medienzuganges)
- Medienrecht
- Medien- und Kommunikationsforschung

5.1 Qualitätssicherung auf Ebene der Medienakteure

Die Behauptung, dass Medienprodukte ausschließlich das Ergebnis individueller Leistungen sind, würde der Systemtheorie widersprechen. Hans Heinz Fabris sieht Medienprodukte als das „Resultat eines hochgradig arbeitsteiligen Prozesses“. (Fabris, 2001, S 59)

Laut Weischenberg ist es im Rahmen der Systemtheorie unerlässlich, trotzdem die Medienakteure mit ihren Einstellungen und Merkmalen und auch die normierten und institutionalisierten Strukturvorgaben für ihre Handlungen in die Analyse mit einzubeziehen (vgl. Weischenberg, 1995, S 373-376).

5.1.1 Qualitätssicherung am Beispiel der Professionalisierung

Fabris erscheint „Professionalisierung, selbst in Analogie zu den „klassischen“ Professionen, zum einen als ein international zu beobachtender wichtiger Trend, zum anderen als eine wesentliche Strategie zur journalistischen Qualitätssicherung“ (Fabris, 2001, S 64).

Er spricht von einem Minimalkonsens und dabei von Autonomie und Kompetenz als substantielle Elemente und leitet daraus zahlreiche Forderungen an die Forschung ab. Unter anderem fordert er:

„Journalistenaus- und -weiterbildung: international vergleichende Analysen der Inhalte, der Organisation, des Zuganges, der Lehr- und Lernmaterialien,

Trägerschaft, Verbindung von Arbeitsmarkt- und Curriculumforschung, pädagogische, fachdidaktische, bildungspolitische etc. Aspekte. (….)“ (Fabris, 2001, S 64).

5.1.2 Berufsethik der Journalisten

Unter die Berufsethik fallen für Fabris die Fachkompetenz, Sachkompetenz und Vermittlungskompetenz (vgl. Fabris, 2001, S 64).

Für Ruß-Mohl liegt „Professionalisierung auf einer geregelten Aus- und Weiterbildung, aber auch auf einer ethischen Fundierung und (Selbst-) Reflexion der Berufspraxis. Diese wiederum setzt ein funktionierendes Kommunikationssystem voraus, das über die betrieblichen Grenzen hinaus Erfahrungsaustausch, Kritik und Gegenkritik der Professionsangehörigen untereinander möglich macht und auch dafür sorgt, dass relevante Forschungsergebnisse in die Praxis transferiert werden.“ (Ruß-Mohl, 1994b, S 108)

Es ist der Berufssoziologie noch nicht gelungen verbindliche Kriterien für die Kennzeichnung eines Berufes als Profession zu definieren. Donsbach stützt sich auf folgende Kriterien als berufssoziologischen Minimalkonsens:

Professionen wenden ein Spezialwissen auf Probleme an, welche von großer Bedeutung für zentrale Werte der Gesellschaft sind, das sie in einer systematischen Ausbildung erworbenen haben.

Die Kompetenz der Problemlösung ist den Angehörigen der betreffenden Profession vorbehalten.

Professionsangehörige und deren Berufsorganisationen haben einen relativ hohen Grad an Autonomie gegenüber der Gesellschaft.

Kritik an beruflichem Handeln ist nur von Kollegen legitim, nicht aber von Professionsfremden und Kunden (vgl. Donsbach, 1978, S 109).

Geht man nach diesen Kriterien, ist ersichtlich, dass Journalismus noch weit weg von einer Profession ist. Um dem näher zu kommen, sind vor allem eine geregelte Aus- und Weiterbildung und ein ethisches Verantwortungsbewusstsein erforderlich.

Andererseits ist es auch fraglich, ob eine Professionalisierung des Journalismus überhaupt notwendig und wünschenswert ist. Speziell der letzte Punkt der Professionskriterien ist in Frage zu stellen. Selbst Ruß-Mohl warnt vor einer Abschottung der Laienkritik: „Zu derlei Abschottung gegen Kritik von außen neigen alle Professionen – aber sie führt oft zu Betriebsblindheit und mitunter zu Hypertrophie. So wie es der Medizin und der Justiz nicht schadet, wenn sie von Laien, von Außenseitern (und nicht zuletzt von Journalisten) kritisiert werden, so müssen auch Journalisten lernen, sich vermehrt externer Kritik zu stellen, auch wenn diese manchmal – an zunftinternen, also „professionellen“ Maßstäben gemessen – an der Sache vorbeigehen oder übers Ziel hinausschießen sollte.“ (Ruß-Mohl, 1993, 206)

5.1.3 Aus- und Weiterbildung von Journalisten

Ruß-Mohl kritisiert an der Professionalisierung die Abschottung gegen externe Kritik, aber er meint auch, dass die Qualitätssicherung in komplexen Systemen in erster Linie durch die Professionalisierung erreicht werden kann. Diese kann aber nur durch eine geregelte Aus- und Weiterbildung erreicht werden. Auch die ethische Fundierung und (Selbst-) Reflexion der Berufspraxis erachtet er als wichtig (vgl. Ruß-Mohl, 1993, S 204).

Er stellt auch fest, dass durch die immer komplexer werdende Umwelt immer noch höhere Anforderungen an die Journalisten gestellt werden. Darum ist für eine optimale Arbeit der Medienakteure, eine immer fundiertere Ausbildung unerlässlich (vgl. Ruß-Mohl, 1994b, S 104).

Nicht nur Weischenberg und Ruß-Mohl unterstützen die Forderung nach einer umfassenden Ausbildung im Journalismus. Auch Pürer vertritt diese Position. Er vergleicht die europäischen Ausbildungssysteme mit jenen in den Vereinigten Staaten von Amerika und stellt fest, dass dort eine journalistische Tätigkeit ohne Absolvierung einer Journalistenschule fast nicht möglich ist (vgl. Pürer, 1990, S 429). In Europa zeigt sich da ein ganz anderes Bild. Hier zähle vielmehr Weltkenntnis als eine universitäre Ausbildung (vgl. Schneider, 1993, S 14).

Fabris greift diese Position auch auf, wenn er sich auf das österreichische Aus- und Weiterbildungssystem bezieht: „Noch immer dominiert allerdings die primär handwerkliche und unternehmensinterne Ausbildung, das *learning by doing* (…) Der Anteil von Studienabbrechern unter den österreichischen Journalisten ist nach wie vor hoch. Das Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird als Zugangsvoraussetzung, anders als in den USA (…) in vielen Medien nicht oder zuwenig anerkannt.“ (Fabris, 1996, S 10).

5.1.4 Professionelle Standards

Die Berufsethik ist einer der wichtigsten professionellen Standards und sie erstreckt sich über sämtliche Ebenen des Journalismussystems. Die wichtigste Rolle spielt sie in der Unternehmensebene und in diesem Kapitel wird sie auch entsprechend behandelt.

5.1.5 Objektivität

Hinsichtlich der Objektivität gab es immer wieder Befürworter und Kritiker. Während die Befürworter Objektivität als ein grundsätzlich anzustrebendes Ziel definieren, meinen die Kritiker, alles sei subjektiv. Dem nach auch die Journalistische Arbeit. Die Wahrnehmungs- und Interpretationsmöglichkeiten jeden Menschen sind stark subjektiv geprägt. Man muss daher auch davon ausgehen, dass die journalistische Leistung immer subjektiv sei.

Günter Bentele fasst die Anforderungen in Bezug auf die Objektivitätsnorm zusammen:

- Wahrheitspostulat: Die Fakten müssen stimmen.
- Vollständigkeitspostulat: Nachrichten/Berichte müssen in Bezug auf den beschriebenen Sachverhalt vollständig sein.
- Trennungspostulat: Nachrichten (eine Deskription von Sachverhalten und Ereignissen) müssen von Kommentaren (Bewertungen) getrennt werden.
- Transparenzpostulat: Bei widersprüchlicher Quellenlage soll dies auch angegeben werden.
- Postulat der Gefühlsvermeidung: Nachrichten sollen sachlich und ohne Emotionen gehalten werden.
- Neutralitätspostulat: In Bezug auf in der Bezeichnung umstrittene Sachverhalte sollen neutrale Begriffe verwendet werden.
- Postulat zur Vermeidung von Meinungsverzerrung: In Nachrichten und Berichten soll der eigene (politische) Standpunkt für Selektion und Präsentation folgenlos bleiben.

Die angeführten Objektivitätsanforderungen werden allgemein anerkannt, müssen aber je nach Textgattung differenziert werden. Diese Objektivitätsnorm bezieht sich vor allem auf die informierenden Darstellungsformen wie Nachricht, Meldung, Bericht, Dokumentation, Statement und Reportage (vgl. Bentele, 1988, S 212.-215).

5.1.6 Trennungsnorm

Die Trennungsnorm ist ein wichtiges Instrument um der Objektivität näher zu kommen. Sie gilt allgemein als ein Unterscheidungsmerkmal zwischen Boulevardpresse und Qualitätspresse. Es geht dabei konkret um die Trennung zwischen Meinung und Nachricht in der Berichterstattung. Wichtig ist dies als Schutzmaßnahme für Rezipienten, damit sich diese unabhängig vom Medium eine Meinung bilden können. Für eine seriöse Berichterstattung ist die Trennung von Nachricht und Meinung ein wichtiger und unverzichtbarer Bestandteil.

Schönbach stellt an die Trennungsnorm zwei Forderungen:

- Nachrichten sollen meinungsfrei und ohne Bewertung formuliert werden (Verbot einer expliziten Vermischung von Nachricht und Meinung). Meinungsäußerungen sind eigens dafür reservierten, besonders gekennzeichneten Beiträgen vorbehalten.

- Informationen sollen nicht so ausgewählt oder aufgemacht werden, dass dem Rezipienten eine einseitige Bewertung im Sinne der im Kommentar geäußerten Auffassung nahe gelegt wird (Verbot einer impliziten Vermischung von Nachricht und Meinung). (Schönbach, zitiert aus Huber, 1996, S 36f)

Schröter sieht die Trennung von Nachricht und Meinung als wichtige Handwerksregel. Er verweist darauf, dass diese Trennung auch auf den Inhalt und auf die Schlagzeilen angewendet werden soll. Denn „für die Leser bieten Überschriften in erster Linie Anhaltspunkte zur leichteren Überschaubarkeit der massenmedialen Inhalte.“ (Schröter, 1991, S 54)

5.2 Qualitätssicherung auf der Institutionsebene

Im Mittelpunkt dieser Ebene stehen betriebswirtschaftliche Fragen, die die Ökonomie der Medienunternehmen betreffen, sowie redaktionelle Maßnahmen zur Qualitätssicherung. Auch redaktionelles Marketing und Management sowie interne Qualitätskontrollen wie zum Beispiel Blattkritik und Redaktionskonferenzen werden berücksichtigt. Weiters sind auch noch unternehmerische Leitlinien in Bezug auf die Qualität sowie die Technik der Zeitungsherstellung von Bedeutung.

5.2.1 Die Ökonomie von Medienunternehmen

Durch die zunehmende Kommerzialisierung der Medienmärkte entsteht ein immer größer werdender Wettbewerb. Weischenberg versteht unter Kommerzialisierung einen Prozess, „in dem soziale Systeme sich zunehmend nach ökonomischen Regeln marktwirtschaftlicher Gesellschaften organisieren“. (Weischenberg, 1994, S 54)

Wie sich die Konkurrenzsituation auf dem Medienmarkt im Bereich der Qualität von journalistischen Produkten auswirkt ist eine andere Frage. Für Jürgen Heinrich geht es im medienökonomischen Wettbewerb nicht um bessere journalistische Qualität sondern um den Punkt, wer billiger produzieren kann (vgl. Heinrich, 1994, S 108).

Ruß-Mohl ist anderer Meinung. Für ihn stellt sich Qualitätssicherung von selbst ein, weil in einem immer größer werdenden Marktsegment auch die Fachkompetenz steigt, genauso wie die Qualitätsansprüche der Rezipienten (vgl. Ruß-Mohl, 1992, S 91).

5.2.2 Redaktionelles Marketing

Als die wichtigsten Qualitätsindikatoren im Journalismus gelten allgemein die Auflage und die erreichte Zielgruppe. Daraus ergibt sich auch, dass sich Quali-

tät nicht an den Rezipienten und deren „Geschmack“ sichern lässt. Ruß-Mohl bringt es genau auf den Punkt: „Von der Einsicht, dass sich publizistische Leistungen nicht mehr losgelöst von den Publika betrachten und bewerten lassen für die sie erbracht werden, ist nur ein kleiner Schritt zu dem, was ein bisschen neumodisch und hochtrabend redaktionelles Marketing genannt wird: die simple, aber unter Journalisten keineswegs selbstverständliche, Auffassung, dass es eine Dienstleistung zu erbringen gilt, und dass letztlich die Kundenwünsche, sprich die Interessen der Zuschauer, Hörer und Leser den Ausschlag geben sollen.“ Weiters meint er: „Redaktionelles Marketing hat also die Aufgabe, redaktionelle Konzepte zu entwickeln, die die Bedürfnisse und Wünsche des Publikums erkennen und umsetzen (Ruß-Mohl, 1994c, S 22).

Susanne Kuczera fasst die wichtigsten Aufgaben des redaktionellen Marketings zusammen:

Journalistisches Marketing definiert die Zeitung als eine Dienstleistung, die auf den Bedarf der Leserinnen und Leser zugeschnitten ist. Vorgänge und Ereignisse werden unter dem Nutzungsaspekt verbreitet.

Journalistisches Marketing zielt darauf ab, möglichst breite Bevölkerungsgruppen anzusprechen, ohne das Produkt zu verflachen. Dazu gehört ein vielfältiges Angebot an Themen, Darstellungsformen und Gestaltung – kein Redaktionsfastfood (vgl. Kuczera, 1994, S 46).

Journalistisches Marketing geht davon aus, dass die Lokalzeitung nur Ausschnitte aus dem Leben einer Stadt zeigen kann. Darum müssen flankierende Aktivitäten rund um die Zeitung entwickelt werden. Diese sollen eine journalistische Komponente und direkt mit dem Leben der Stadt zu tun haben. Die Zeitung der Zukunft ist die seriöse Veranstalterin und Moderatorin des Stadtgesprächs, aktive Mitträgerin der lokalen Kultur und Dienstleistung (vgl. Kuczera, 1994, S 46).

5.2.3 Redaktionelles Management

Stephan Ruß-Mohl sieht Qualitätssicherung, redaktionelles Marketing und Redaktionsmanagement in einem engen, inneren Zusammenhang, der sich mit drei überlappenden Kreisen darstellen lässt:

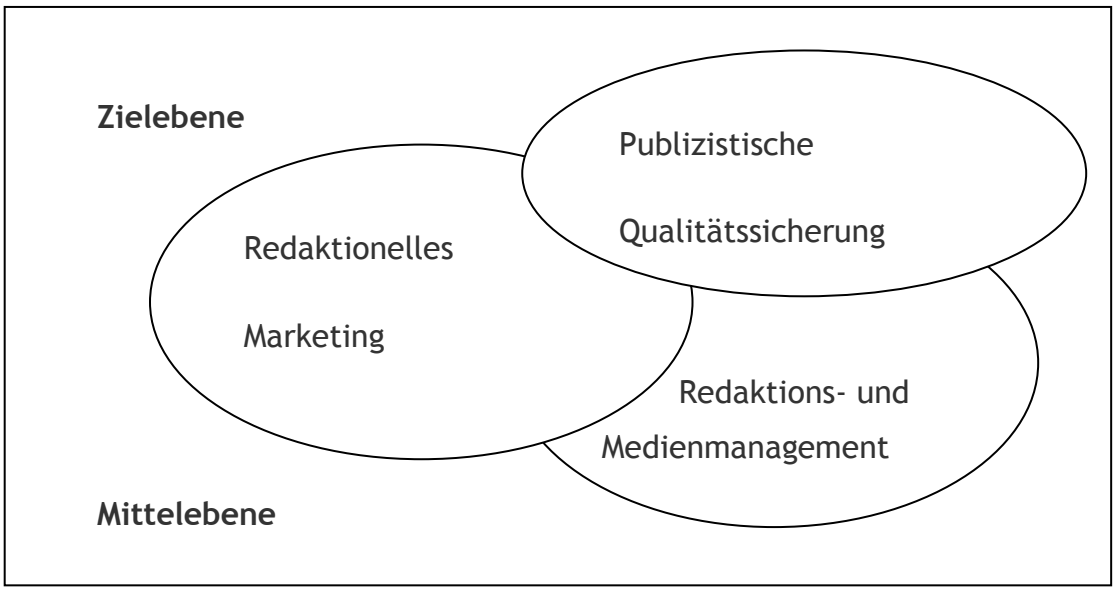


Abb. 7: Zusammenhang von Qualitätssicherung, redaktionellem Marketing und redaktionellem Management (Ruß-Mohl, 1994c, S 25)

Redaktionelles Management hat das Ziel, vorhandene Ressourcen effektiv zu nützen und effizienter zu werden. Mit Effizienz wird das Verhältnis von Auftrag und Ertrag bestimmt und als Effektivität ist der Grad der Zielerreichung gemeint.

Damit die Sicherung gleichwertiger, wieder erkennbarer und gleich bleibender Qualität gelingt, ist es erforderlich Marktforschung, redaktionelles Marketing und auch verstärkt Anstrengungen im Redaktionsmanagement zu betreiben (vgl. Ruß-Mohl, 1994c, S 24f).

Das redaktionelle Marketing liefert die Ziele und Konzepte, die im redaktionellen Alltag mittels Management umgesetzt werden.

„Das Redaktionsmanagement bei Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Fernsehen beinhaltet daher das Konzept (Welches publizistische Angebot soll auf dem Medienmarkt angeboten werden?), die Planung (Welche Maßnahmen eignen sich, um dieses Konzept in die Wirklichkeit umzusetzen?) sowie die Organisation und Führung von Redaktionen (Wie werden die Bedingungen der redaktionellen Arbeit gestaltet?):“ (Mast, 1991, S 279)

Das Redaktionsmanagement ist immer auf den Einzelfall abzustimmen. Die Planung, Organisation und das Konzept sollen auf die wirtschaftlichen Voraussetzungen, die individuellen Fähigkeiten der Mitarbeiter, die technischen Gegebenheiten und die Konkurrenzsituation abgestimmt werden (vgl. Mast, 1991, S 279).

Das redaktionelle Management führt und koordiniert zusätzlich zur Produktplanung die tägliche Arbeit innerhalb der Redaktion. Des Weiteren werden vom redaktionellen Management die Redaktionstechnik, die Personalsituation, die Weiterbildungsmaßnahmen, die Raumverhältnisse, die Dienstpläne und auch der Redaktionssenat übernommen (vgl. Mast, 1991, S 283f).

Ruß-Mohl spricht von Redaktionsmanagement als eine Strategie der produktionsbegleitenden Qualitätssicherung, die die Auswahl und Förderung des redaktionellen Personals sowie die Organisationsstrukturen und die betriebswirtschaftliche Kontrolle umfasst (vgl. Ruß-Mohl, 1994a, S 99).

5.2.4 Organisation der Redaktion

In vielen Redaktionen herrscht noch eine strikt zentralisierte Struktur, das so genannte Einliniensystem. Es gibt jedoch auch neue Arten des Managements. Für Hans R. Fischer ist ein „Unternehmen als komplexes soziales System so zu

gestalten, dass es die Funktionsmechanismen eines selbst organisierenden, selbst regulierenden und selbst erneuernden Systems verwirklichen kann. Das Management eines solchen Systems hat sich insofern als integraler Bestandteil des Ganzen zu begreifen und unterliegt selbst Funktionsmechanismen.“ (Fischer, 1991, S 218)

Laszlo zeigt Unterschiede des Managements in komplexen sozialen Systemen in Bezug auf das klassische Management auf:

Systemisches Management dezentralisiert Entscheidungsstrukturen innerhalb einer vernetzten Organisation. Diejenigen, die sich am nächsten zu einem bestimmten Problem befinden, haben die Aufgabe und die Verantwortung, wesentliche Entscheidungen zu treffen.

Systemisches Management behandelt den Menschen als eine unersetzbare und unerlässliche Ergänzung zur Maschine und Automation in allen Phasen der Betriebstätigkeit.

Systemisches Management setzt halb-autonome Arbeitsgruppen ein und optimiert ihre Ergebnisse, indem ihnen, entsprechend ihren vielfältigen Fähigkeiten und komplexen Leistungen, weitgehend Eigenverantwortung zugesprochen wird.

Systemisches Management vertraut der Selbstkontrolle der halb-autonomen Arbeitsgruppen und der ihnen beigeordneten, miteinander verbundenen Unterabteilungen.

Systemisches Management zieht auch Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt in Betracht und verfolgt weiter gesteckte, längerfristigere Ziele (vgl. Laszlo, 1991, S 152f).

5.3 Qualitätssicherung auf der Mediensystemebene

Auf dieser Ebene ist vor allem der von Ruß-Mohl entwickelte Ansatz der Analyse der Bedeutung journalistischer Infrastrukturen anzuführen. Da den Infrastrukturen schon ein eigenes Kapitel gewidmet ist, wird hier auf das Thema Ethik genauer eingegangen, obwohl Ethik auf allen Ebenen eine wichtige Rolle spielt.

5.3.1 Berufsnorm Ethik

Pürer mutmaßt über die Ursachen „vermehrt auffallend krisenhafter Erscheinungen im Journalismus“ und nennt als Grund den verschärften journalistischen Konkurrenzkampf, den verschärften Wettbewerbsdruck in den elektronischen Medien aufgrund der Öffnung des Marktes für private Anbieter oder auch die zunehmend verkommenden Wertvorstellungen im Journalismus mit der einhergehenden immer niedriger werdenden Hemmschwelle in der Berichterstattung. Er spricht aber auch davon, dass es im ehemaligen Ostblock noch viel schärfere Auseinandersetzungen in Bezug auf das ethische Handeln gibt (vgl. Pürer, 1992, S 305).

Pürer stellt fest: „Ethik im Journalismus ist wohl auch, aber nicht nur, eine Frage der persönlichen Verantwortung des einzelnen Medienschaffenden, man muss auch die institutionalisierten und im Regelfalle vorgegebenen Entscheidungsstrukturen berücksichtigen (….), unter denen sich Medienarbeit vollzieht (….). Ohne den einzelnen Journalisten von seiner persönlichen Verantwortung entbinden zu wollen: er ist nur ein Teil des Gesamtsystems Journalismus; man kann ihn daher nicht allein dafür verantwortlich machen, was sich im Journalismus tut.“ (Pürer, 1992, S 305)

In der kommunikationswissenschaftlichen Ethik-Debatte dominieren zwei Ansätze: der normativ-ontologische Ansatz und der empirisch-analytische Ansatz (vgl. Weischenberg, 1992, S 194f).

Der normativ-ontologische Ansatz sucht nach allgemein gültigen, normierten Verhaltensregeln für das journalistische Individuum. Der Hauptvertreter dieses Ansatzes ist Herman Boventer.

Der empirisch-analytische Ansatz entwickelte sich in den sechziger Jahren und wandte sich von einheitlichen Moralvorstellungen ab. Vertreter dieses Ansatzes sind zum Beispiel Manfred Rühl oder auch Ulrich Saxer. Für diese Autoren ist Ethik immer nur im Systemzusammenhang gültig. Als zentrale Kategorie für diesen Ansatz ist die mitmenschliche Achtung zu nennen. Die sozialen Bedingungen und Verhältnisse bestimmen hier die Normen und Werte.

Weischenberg unterscheidet weiters drei Ethik-Typen: eine Professionsethik, eine Institutionsethik und eine Individualethik (vgl. Weischenberg, 1992, S 210).

Die Individualethik versucht vor allem individuelle Maßstäbe für das journalistische Handeln zu benennen und auch durchzusetzen (vgl. Weischenberg, 1992, S 210f).

Die Professionsethik sucht nach konkreten Verhaltensregeln für den journalistischen Berufsalltag. An der professionellen „Sphäre“ orientieren sich diese Verhaltensregeln und stellen Anleitungen dar, wie zum Beispiel die Nachprüfbarkeit und die Richtigkeit der Informationen, die Objektivität und die genauen Quellenangaben. Ganz im Gegenteil dazu sind in der Institutionsethik vor allem die Grenzen journalistischer Autonomie in modernen Medienunternehmen gemeint.

Ethik ist stets abhängig von der Situation des Handelnden. Dem Handelnden wird die Verantwortung als Individuum nicht abgenommen. Die Reflexion über die Entscheidungen, die dem individuellen Handeln zugrunde liegen, ist somit die ständige Aufgabe journalistischer Ethik. Je größer komplexe Systeme sind,

umso irrelevanter werden die Normierungen, die dem System von außen angeboten werden (vgl. Weischenberg, 1992, S 215).

Weischenberg meint dazu: „Die Sammlung von zitierfähigen Sollen-Sätzen zum Journalismus kann allenfalls das Gerüst für den ethischen Diskurs bilden. Er lebt von der kontinuierlichen Auseinandersetzung mit Wahrnehmungen und Handlungen im Journalismus. Dabei müssen auch in Hinblick auf den Journalismus Person und System aufeinander bezogen werden, wobei sich aus der Rolle der Journalisten – wie anderer „opinion leader“ - auch besondere Verantwortlichkeiten ergeben.“ (Weischenberg, 1992, S 225)

Weischenberg geht auch davon aus, dass der Journalist, als Handelnder natürlich für das verantwortlich ist, was er tut. Aber für journalistische Fehlleistungen ist fast nie ein einzelner Journalist verantwortlich. Hinter einer Veröffentlichung stehen zumeist auch Chefredakteure, Ressortleiter, Chefs vom Dienst und andere mehr. Alle diese Personen tragen eine Mitverantwortung. Für Weischenberg wäre es denkbar eine „gestufte Verantwortung“ einzuführen, bei der eine Ethik der Medienorganisationen mit verschiedenen Teil-Ethiken im Mittelpunkt steht. Aus den hierarchisch festgelegten Kompetenzen innerhalb der Medienorganisation ergibt sich dann diese (vgl. Weischenberg, 1992, S 211f).

5.4 Qualitätssicherung auf der Rezipientenebene

Im Kapitel über Redaktionelles Marketing wurde schon darauf eingegangen, dass in einer Gesellschaft, die geprägt ist von einer immer stärker werdenden Kommerzialisierung, die Erfüllung der Erwartung der Rezipienten eine immer wichtigere Rolle spielt. Die Rezipientenorientierung der Medienunternehmen ist für den Erfolg eines Mediums unverzichtbar. Jedes Medium richtet sich nach einem bestimmten Zielpublikum und muss dessen Bedürfnissen und Erwartungen auch entgegenkommen. Stellt das Medium für das Zielpublikum

keine Qualität dar, so kann dieses Medium auf dem Markt nicht bestehen. Aus den Bedürfnissen der Rezipienten ergeben sich für das Medienunternehmen Qualitätskriterien. Rezipienten die den Medienangeboten kritisch gegenüberstehen können die Medienunternehmen zum Nachdenken und Handeln anregen. Speziell ein großes Publikum, das sich vielleicht auch noch zu Initiativen zusammenschließt (Media watch-dogs), kann viel bewirken.

5.5 Qualitätssicherung auf Ebene der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen

Medien- und Kommunikationspolitik (Erarbeitung von Kartellgesetzen, Regelung der Presseförderung, Regelung des dualen Rundfunks, Regelung des Medienzugangs und vieles mehr), Medienrecht (Sanktionen bei Verstößen gegen das Medienrecht, Anti-Konzentrationsgesetzgebung und anderes) und die Medien- und Kommunikationsforschung sind die drei wichtigsten Punkte die es auf dieser Ebene in Bezug auf die Qualitätssicherung im Journalismus gibt.

5.5.1 Medien und Politik

Medien- und Kommunikationspolitik spielt für Qualität im Journalismus eine wichtige Rolle. Politik legt die Rahmenbedingungen für die Medien und somit für die journalistische Arbeit fest. Sie bestimmt die rechtlichen Grundlagen und damit auch die Vielfalt an Medien, die Entfaltungsmöglichkeiten der Medien, sowie den politischen Einfluss auf die Medien.

Die Medien- und Kommunikationspolitik ist in den letzten Jahren zu einem sehr sensiblen Bereich in demokratischen Gesellschaften geworden. Bernd Blöbaum meint, dass einzelne Journalisten und Medien beeinflussbar seien und sich durch Sport oder Wissenschaft, Wirtschaft und Politik steuern ließen: „Wohl können Rahmenbedingungen in der Umwelt von Journalismus verändert werden (Zensur, Medienrecht, Medienpolitik). Das System als ganzes kann so-

gar soweit penetriert werden, dass es zum Element der Politik wird. Das ist dann kein Journalismus mehr, sondern Politik.“ (Blöbaum, 1994, S 317)

Für Westerbarkey ist das von Demokratietheorien postulierte Machtgleichgewicht zwischen Medien und Politik keine Selbstverständlichkeit. Er stellt dies anhand eines Schemas dar, das vereinfacht drei Typen möglicher Machtverteilung zeigt:

Typ 1 charakterisiert den Idealfall Balance. Typ 2 zeigt eine weitgehende Vereinnahmung der Politik durch die Medien (Mediokratie) und Typ 3 zeigt die politische Steuerung der Medien (totalitäre Systeme). Die Überschneidungsfelder markieren Zonen, in denen die Operationen des einen Systems an die des anderen angepasst oder sogar von diesem kontrolliert und gesteuert werden. Die Aufgabe der Medienpolitik ist es, die Operationen der Medien zu sichern, zu ordnen, zu regeln und zu kontrollieren (vgl. Westerbarkey, 1995, S 152).

6 Der Salzburger Bauer

6.1 Entstehungsgeschichte

Der Salzburger Bauer wurde am 15. August 1946 als Fach- und Mitteilungsblatt der Kammer für Landwirtschaft und Ernährung Salzburg gegründet. Herausgeber, Eigentümer und Verleger war die Kammer für Landwirtschaft und Ernährung Salzburg. Der Sitz der Schriftleitung und der Verwaltung war in Salzburg, Schwarzstraße 19. Für die Schriftleitung verantwortlich war Franz Josef Hofer. Verlegt aufgrund der Genehmigungsnummer 193 (Permit Nr. 193) des Nachrichten-Kontrollamtes der amerikanischen Streitkräfte in Österreich (Publications Board, United States Forces in Austria), Salzburg. Druck Salzburger Druckerei, Bergstraße 12. (vgl. „Der Salzburger Bauer“, 1986, S 10)

Anfangs erschien der „Salzburger Bauer“ nur vierzehntägig. Die Verteilung an die Bauern gestaltete sich nicht gerade einfach. In der ersten Ausgabe war zu lesen: „Die Zeitung kann vorläufig nur zweimal im Monat erscheinen, und zwar jeweils am 1. und 15. jeden Monats. Der Bezug der Zeitung ist bis 1. Oktober 1946 kostenlos. Ab 1. Oktober 1946 beträgt die Bezugsgebühr vierteljährlich zwei Schilling, halbjährlich vier Schilling, ganzjährlich acht Schilling. Noch gibt es aber viele Schwierigkeiten zu überwinden. In erster Linie muss der Versand unseres Blattes so geregelt werden, dass jedem Bezieher die Zeitung wirklich ins Haus zugestellt wird. Vorläufig ist es leider nicht anders möglich, als dass wir die Zeitungen Eurem Ortsbauernobmann schicken, der sie dann zur Verteilung bringen wird.“ („Der Salzburger Bauer“, 1986, S 9).

Der Postversand des Salzburger Bauer an die einzelnen Abonnenten begann am 15. Dezember 1946. Vom hohen Informationsgehalt waren die Redakteure schon im Jahr 1946 überzeugt.

„ Hebt die Hefte des „Salzburger Bauer“ auf! Die in unserem Blatte gegebenen Ratschläge behalten ihren Wert lange über den Tag des Erscheinens hinaus. „Der Salzburger Bauer“ soll in jedem Bauernhaus als treuer Berater und Lesestoff für die langen Winterabende vollständig gesammelt aufliegen.“ („Der Salzburger Bauer“, 1986, S 43)

Ab dem 15. Oktober 1947 erschien „Der Salzburger Bauer“ wöchentlich.

Der Salzburger Bauer

FACH- UND MITTEILUNGSBLATT DER KAMMER FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG SALZBURG

Jahrgang 1946 Salzburg, 15. August Nummer 1/2

Landeshauptmann Ing. A. HOCHLEITNER:

Unserer neuen Bauernzeitung zum Geleit!

Es steht wohl außer jedem Zweifel, *daß der Bauernstand im Kriege und Frieden zu den wichtigsten Berufsständen der staatlichen Gesellschaftsordnung zählt.* Es mag vielleicht bedauerlich sein, daß es kriegerischer Ereignisse bedarf, damit die Gesamtheit der Bevölkerung sich dieser feststehenden Tatsache bewußt wird. *Heute ist es unter allen Umständen klar, daß die Landwirtschaft größtmöglicher Förderung bedarf, damit sie in die Lage versetzt wird, dem Volke das zu geben, was es braucht, um sich ordentlich zu ernähren und damit seine Arbeitskraft zu erhalten.* Im Zuge der Förderung bedarf die Bauernschaft dringend eines eigenen Presseorganes. Einerseits, um der Regierung und den freigewählten Vertretern der Bauernschaft die Möglichkeit zu geben, sich mit den Bauern in Verbindung zu setzen, sie auf ihre Pflichten aufmerksam zu machen, ihnen die Wege aufzuzeigen, die sie zu beschreiten haben, um höchste Leistungen zu erzielen und damit möglichst viel für die Ernährung des Landes beizutragen; andererseits, um auch den Bauern Gelegenheit zu geben, über ihre Sorgen und Schwierigkeiten zu berichten und Verständnis für ihre schweren und verantwortungsvollen Aufgaben zu erwecken. Ich halte daher *eine eigene Bauernzeitung für dringend notwendig* und darf meiner Freude darüber Ausdruck geben, daß sich die Bauern des Landes Salzburg dazu entschlossen haben, eine eigene Zeitung herauszugeben. Möge „Der Salzburger Bauer“ in Zukunft die ihm bestimmten Aufgaben erfüllen und Sprachrohr und Mittler der Bauernschaft des Landes werden. Wenn dieses Bauernblatt darüber hinaus auch noch das eine oder andere bringt, um den Bauern und ihren Leuten eine gemütliche Feierstunde zu bereiten, dann hat die Zeitung ihre Aufgabe erfüllt. Ich persönlich werde eine gute bäuerliche Presse jederzeit mit allen mir zur Verfügung stehenden Mitteln unterstützen und fördern und wünsche der neuen Salzburger Bauernzeitung aus ganzem Herzen einen vollen Erfolg.

Kammerpräsident Bartlmä HASENAUER, Landesrat, Stoffenbauer in Maishofen

Grüß Gott!

Mit diesem alten Bauerngruß grüße ich Euch, liebe Salzburger Bauern und Landarbeiter, in unserem neuen Bauernblatt. Nach Überwindung zahlreicher Schwierigkeiten sind wir nun soweit, daß auch wir eine eigene Bauernzeitung herausgeben können. Diese Zeitung soll in erster Linie das Mitteilungsorgan unserer Landwirtschaftskammer und ihrer untergeordneten Dienststellen sein, aber auch das Sprachrohr für alle, die zu Euch reden wollen, um Euch rechtzeitig auf alle wirtschaftlichen Probleme unserer Zeit aufmerksam zu machen und um in allen wirtschaftlichen Angelegenheiten Eure Berater zu sein.

Die Zeiten sind wirtschaftlich und politisch sehr ernst. Die ganze Welt ist vom Kriegsgeschehen noch nicht genesen; es wird noch einige Zeit dauern, bis die Verhältnisse wieder normal geworden sind. In ganz Europa herrscht, wie wir ja täglich

Abb. 8: Erste Ausgabe „Der Salzburger Bauer“ vom 15. August 1946

6.2 Inhalt und Layout des „Salzburger Bauer“

Der „Salzburger Bauer“ erreichte 2003 eine Druckauflage von 11.500 Exemplaren. 9.500 wurden im Abonnement verkauft. Ein Jahresabonnement kostet 45 Euro (2004).

Seit November 2003 wird der „Salzburger Bauer“ auch im Verkauf in Trafiken und anderen Verschleißstellen angeboten. Die Startauflage für diese Vertriebsform beträgt 2.000 Stück. Der Preis beträgt € 0,90 pro Stück.

Im Laufe seiner Entwicklung ist das Format des „Salzburger Bauer“ übersichtlicher und prägnanter geworden. Der „Salzburger Bauer“ wurde im Lauf der Jahrzehnte immer umfangreicher und es wurden immer mehr Bilder eingefügt. Im Jahre 1994 wurde das Layout geändert und ab diesem Zeitpunkt werden auch die Bilder des Salzburger Bauer in Farbe gedruckt. Inhaltlich findet sich im Salzburger Bauer eine klare Einteilung sowohl des redaktionellen, wie auch des Anzeigenteils nach deutlich gekennzeichneten Sparten mit entsprechender Beschriftung.

- Politik auf Seite zwei
- Im Gespräch (hier werden aktuelle Themen behandelt) auf Seite drei
- Blick ins Land/Markt und Meinung auf den Seiten vier und fünf
- Marktberichterstattung auf den Seiten sechs und sieben
- Aktueller Report
- Fachthemen (Grünland, Forst, Jagd, Obstbau, …)
- BauernJournal (Fachinformationen der Landwirtschaftskammern in Vorarlberg, Tirol, Salzburg und Kärnten; einmal im Monat BundesBauern-

Journal für ganz Österreich. Auflage „BauernJournal-West" 67.000 Stück. Bundes-„BauernJournal“ 270.000 Stück.

- Land&Leben – Familienmagazin mit verschiedenen Themen
- Termine und Wetter
- Anzeigen

Neu eingeführt und stark ausgebaut wurde im vergangenen Jahr der Bereich Land&Leben. Hier werden Themen wie „Menschenbilder“, „Leser erzählen“, „Heimat und Brauchtum“ behandelt. Dieser Teil hat sich aufgrund seiner großen Popularität und des Volumens als eine „kleine Zeitung in der Zeitung“ entwickelt. Die zehn Seiten sind Bestandteil des „Salzburger Bauer“. Die Beiträge kommen von den Redakteuren und fixen freien Mitarbeitern, die jeweils ein Fachthema abdecken.

Wesentlich erweitert wurde auch die Berichterstattung rund um aktuelle Themen (aktueller Report) und über bäuerliche Betriebe (Betriebsreportagen).

In den letzen Jahren entstand beim „Salzburger Bauer“ eine Sonderbeilage mit dem Titel „Natürlich Salzburg“ – Das Konsumentenmagazin der Landwirtschaftskammer Salzburg (erscheint mindestens vierteljährlich und wendet sich an Konsumenten; Vierfarbdruck auf Glanzpapier). Das Supplement liegt in einer Auflage von 81.500 Stück der „Salzburg-Krone“ und dem „Salzburger Bauer“ bei. Die Texte und die Illustrationen für dieses Konsumentenmagazin werden ausschließlich von Redakteuren des „Salzburger Bauer“ erstellt. Es wird Wert auf Schwerpunkte gelegt zum Beispiel Grillen, Rindfleisch, Herbst. Zu diesen Themen werden auch entgeltliche Beiträge von diversen landwirtschaftlichen Verbänden und Institutionen veröffentlicht.

Gemäß den aktuellen Trends betreibt der „Salzburger Bauer“ auch eine eigene Homepage im Internet unter der Internetadresse der Landwirtschaftskammer Salzburg aufzurufen. Zu finden ist dort eine Auswahl von Berichten und Reportagen der Printausgabe. Diese Seiten werden von einer Redakteurin gepflegt und die Berichte der Printausgabe von ihr für die Webausgabe aufbereitet.

Gedruckt wird der „Salzburger Bauer“ seit Beginn immer noch in der Salzburger Druckerei. Nur die Ausgabe im Monat, wenn das BundesBauernJournal erscheint, wird im Druckzentrum Salzburg hergestellt.

Das grafische Erscheinungsbild wird alle zwei Jahre in kleinen Schritten angepasst. Das Grund-Layout stammt aus dem Jahre 1994. Die grafische Philosophie ist eine zeitgemäße. Chefredakteur Standl meint dazu: „Zunehmend „verbildet“ das Fernsehen die Lesegewohnheiten. Anders als noch vor einigen Jahren wird das Bild immer stärker zum Träger der Informationseinheiten. Der Trend läuft in eine Richtung, welche die Zeitungen zum „Fernsehen auf Papier“ werden lässt. Die redaktionelle Gestaltung wird immer mehr von Bildern geprägt und die Länge der Beiträge erfährt eine ebenso schrittweise Kürzung wie die der Bildsequenzen beim Fernsehen. Diesem Trend folgen auch die Produkte der Redaktion.“ (Standl, Interview, 24.08.04)

6.3 Unternehmenspolitik und Unternehmensstrategie

Die Zeitungsproduktion mit den vier Produkten stellt innerhalb der Kammerhierarchie einen eigenen Wirtschaftskörper dar. Sie gliedert sich in Redaktion, Verwaltung und Grafik. Die Anzeigenverwaltung ist ausgegliedert und wird dzt. von der Werbeagentur „Industrie Team“ in enger Zusammenarbeit mit dem Chefredakteur wahrgenommen. Die Unternehmensphilosophie ist in den Leitbildern verankert.

Die inhaltliche Ausrichtung:

- „Salzburger Bauer“: Fachblatt für den Bauern
- „BauernJournal“: Spezial-Fachteil für den modernen Bauern
- „Land&Leben“: Magazin für Leser im ländlichen Raum
- „Natürlich Salzburg“: Supplement für Konsumenten

Der eigene Wirtschaftskörper arbeitet finanziell kostendeckend.

6.4 Leitbild

Die Redaktion arbeitet nach Leitbildern. Diese wurden für jedes einzelne Redaktionsprodukt erstellt. Sie werden nach Bedarf neuen Anforderungen angepasst. Die Leitbilder werden nach Vorgaben des Herausgebers und Chefredakteurs von den Redakteuren gemeinsam erarbeitet. Nach der Genehmigung durch den Herausgeber sind die Redakteure angehalten, sich in ihrer Arbeit strikt an diese Leitbilder zu halten. Die Leitbilder ermöglichen den Redakteuren eine freie Arbeit ohne Kontrolle ihrer Tagesarbeit durch den Chefredakteur (Standl, Interview, 24.08.04).

7 Qualitätssicherung beim Salzburger Bauer

Salzburger Bauer LAND&LEBEN

DIE WOCHENZEITUNG FÜR DEN LÄNDLICHEN RAUM

1. JULI 2004 Nr. 27 · 59. Jahrgang

LAND&LEBEN

MIT LESETEIL FAMILIENMAGAZIN

Bauerneinkommen gesunken – Betriebsmittel wurden teurer

Verschlechterung der landwirtschaftlichen Preisschere von minus 17,9 Prozent auf minus 19,5 Prozent im ersten Quartal 2004

Die finanzielle Situation der Bauern hat sich im ersten Quartal dieses Jahres weiter verschärft. Dies stellte der von der DLG-Wirtschaftstreuhand- und Beratungsgesellschaft erstellte „Landwirtschaftliche Paritätsspiegel“ fest.

Im tierischen Bereich fielen im Vergleich zum April 2003 die Rinderpreise um 4,6 %, der Preisindex für Milch sank um 3,8 %. Bei den Schweinepreisen wurde hingegen ein leichter Indexanstieg von insgesamt 2,2 % ermittelt. Bei den forstwirtschaftlichen Erzeugnissen fiel der Preisindex gegenüber April 2003 insgesamt um 1,5 %. Auf der Ausgabenseite verteuerten sich im Jahresvergleich die Betriebsmittel um 5,9 %, die Fremdlöhne stiegen um 1,4 % und die Investitionsgüter um 2,1 %. Innerhalb der Betriebsmittel gab es im Jahresvergleich die deutlichsten Verteuerungen bei den Futtermitteln (+26 %) und bei der Geräteerhaltung (+8,5 %). Billiger war hingegen der Viehzukauf (–2,7 %) aufgrund der gefallenen Ferkelpreise. *Fortsetzung Seite 2*

Journalisten von der Qualität des Salzburger Rindfleisches überzeugt

Wie in den vergangenen Jahren lud die Landwirtschaftskammer Salzburg auch heuer wieder zum „Landesbewerb im Grillen für Journalisten“ ein. Die Teilnehmer konnten sich ihre Steaks selbst zubereiten und sich von der Qualität des Salzburger Rindfleisches überzeugen. Präsident Franz Eßl informierte über die aktuelle Situation der Landwirtschaft in Salzburg. Bericht auf Seite 3.

Foto: Kößler

EINSPARUNGEN

Die Regierungsklausur zum Landesbudget 2005 hat Einsparungen im Landeshaushalt in Höhe von 51 Mill. Euro ergeben. „Es gibt auch schmerzhafte Einsparungen für die Landwirtschaft“, so Landesrat Sepp Eisl in einem ersten Kommentar. **SEITE 4**

MEDAILLEN

Beim Bundesentscheid der Landjugend in Vorarlberg konnten sich die Leistungen der Salzburger Landjugendmitglieder sehen lassen. Die Silbermedaille ging an Johannes Sams, die Bronzemedaille an Wolfgang Sams, beide aus Neumarkt. **SEITE 14**

STOPPELKALKUNG

Kalk verbessert die Bodenstruktur und hilft, Verdichtungen und Verschlämmungen vorzubeugen. Eine Kalkdüngung direkt auf ein abgeerntetes Getreidefeld ist besonders ideal. Durch die Einarbeitung steigt die Wirkung.

FACHTEIL SEITEN IV und V

27

9 120016 510018

Telefon 0662/870571-233, Fax -325
E-Mail: presse@lk-salzburg.at • Preis: Euro 0,90
P.b.b. Verlagspostamt 5020 Salzburg
Erscheinungsort Salzburg • 02Z031843W

Abb. 9: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 1. Juli 2004

Um Qualität im Agrarjournalismus messen zu können wurde für diese Diplomarbeit ein eigenes Modell vorgeschlagen. Dieses Modell enthält Komponenten aus den anfangs in dieser Diplomarbeit schon beschriebenen Modellen von Schatz und Schulz, Rager und Wyss sowie aus den Ebenen des journalistischen Systems. Wie schon erwähnt sind die Ebenen wechselseitig voneinander abhängig und gehen ineinander über. Die genauen Funktionen dieser Ebenen wurden bereits in den Vorkapiteln erklärt.

7.1 Modell für Qualität im Agrarjournalismus

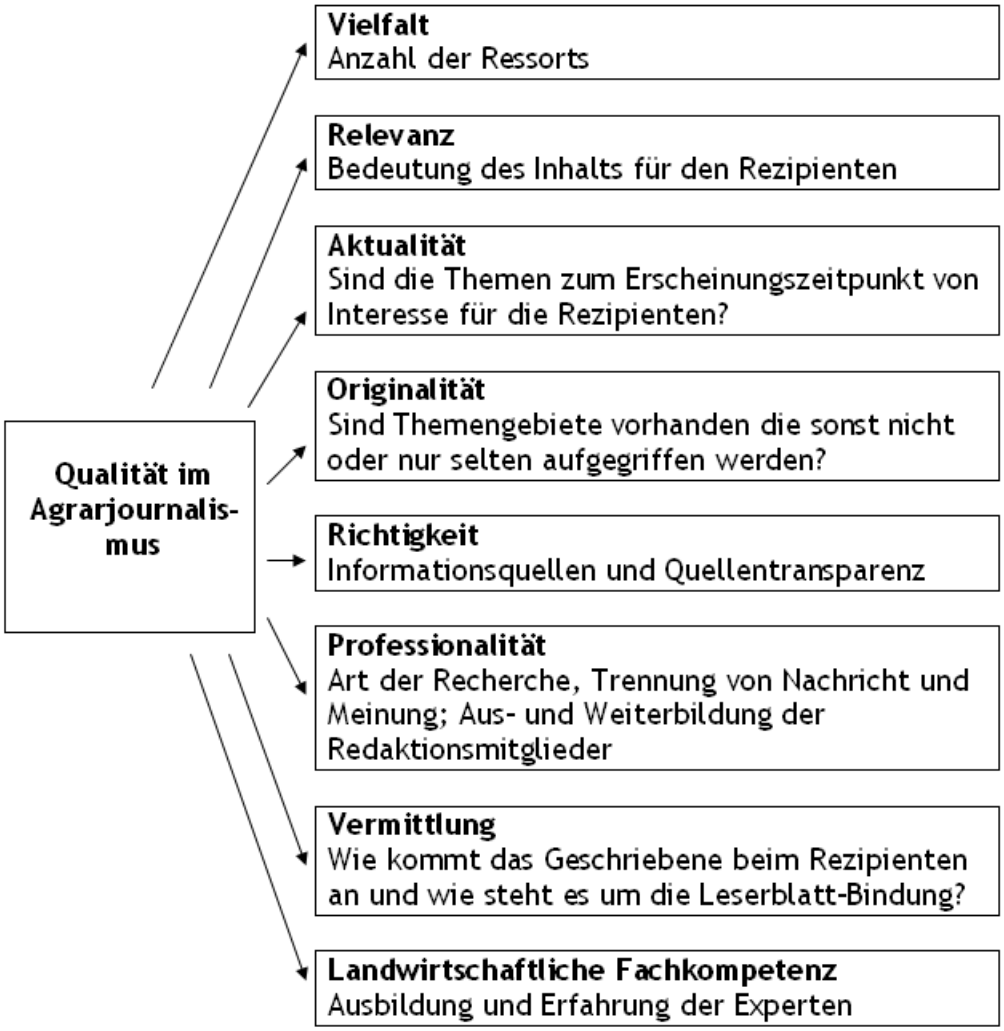


Abb. 10: Modell für Qualität im Agrarjournalismus, Friesinger, 2004

Die oben angeführte Grafik weist die einzelnen Dimensionen aus, auf die der „Salzburger Bauer“ hin untersucht wird. Die Kategorien Vielfalt, Relevanz, Richtigkeit, Aktualität, Originalität, Professionalität, Vermittlung, landwirtschaftliche Fachkompetenz sollen Indikatoren darstellen, die Rückschlüsse

über die Qualität im Agrarjournalismus ziehen lassen. Die einzelnen Dimensionen wurden bereits im Kapitel 3 ausführlich erläutert, wobei der Dimension Professionalität ein besonders hoher Stellenwert zukommt, was in dieser Diplomarbeit noch näher behandelt wird.

Im Rahmen der Arbeit wird auch eine Studie des Meinungsforschungsinstitutes Fessel-Gfk aus dem Jahre 2003 herangezogen, die das Rezipientenverhalten von 14 österreichischen Agrar-Print-Medien, darunter auch den „Salzburger Bauer“ analysiert. Die Untersuchung wurde im Rahmen einer repräsentativen Landwirte-Mehrthemenumfrage (Omnibus) durchgeführt. Die Erhebung der Daten erfolgte im Rahmen einer persönlichen Befragung (in-home). Die Zielpersonen waren Hofbesitzer bzw. Betriebsführer von landwirtschaftlichen Großbetrieben (vgl. Fessel-GfK, 2003, S 2).

Um einen genaueren Einblick in das Redaktionswesen sowie die Redaktionsstrukturen zu erhalten und um einzelne Fragen beantworten zu können, wurde ein Experteninterview mit Chefredakteur Josef. A. Standl geführt.

Für die Felduntersuchung wurde der „Salzburger Bauer“ in einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht. Es wurden die Ressorts und die Fachartikel gezählt (Definition von Fachartikeln erfolgt im entsprechenden Kapitel). Untersuchungsgrundlage waren 25 Ausgaben der landwirtschaftlichen Wochenzeitung „Salzburger Bauer“ im Zeitraum von April 2004 bis September 2004.

7.2 Bewertung der einzelnen Dimensionen

7.2.1 Vielfalt

Für Rager ist die Vielfalt eine Zielvorgabe an der Qualitätsmaßstäbe zu entwickeln sind, aber keine eigene Dimension. Für das hier entwickelte Qualitätsmodell ist diese Dimension, genau wie im Qualitätskriterienkatalog von Schatz und Schulz, von Bedeutung.

Die Vielfalt wird anhand der verschiedenen Ressorts des „Salzburger Bauer“ ersichtlich. Unter Ressorts verstehe ich die einzelnen im „Salzburger Bauer“ verwendeten Kopfzeilen wie zum Beispiel „Politik“, Im Gespräch“, „Betriebsreportage“ usw. Wie bereits erwähnt, wurden für diese Untersuchung 25 Ausgaben des „Salzburger Bauer“ herangezogen. Die Wochenzeitung teilt sich in drei große Bereiche: Das sind der „Salzburger Bauer“, Fachblatt für den Bauern, das „BauernJournal“, Spezial-Fachteil für den modernen Bauern, und „Land&Leben“, das Magazin für Leser im ländlichen Raum. Aufgrund dieser Bereiche wurde auch die Untersuchung dreigeteilt. Es wurden jeweils die Ressorts untersucht.

Bewertung

Der Salzburger Bauer ist mit durchschnittlich 15 Ressorts am umfangreichsten. Land&Leben liegt mit 8 Ressorts an zweiter Stelle. Das Bauernjournal weist durchschnittlich 6 Ressorts auf. Beim BauernJournal ist anzumerken, dass einmal im Monat ein BundesBauernJournal erscheint und daher das Erscheinungsvolumen umfangreicher ist. Mit durchschnittlich 30 Ressorts (wobei es manchmal eine Überschneidung der Ressorts im Salzburger Bauer und im BauernJournal gibt) kann für diese Diplomarbeit von einer gegeben Vielfalt gesprochen werden.

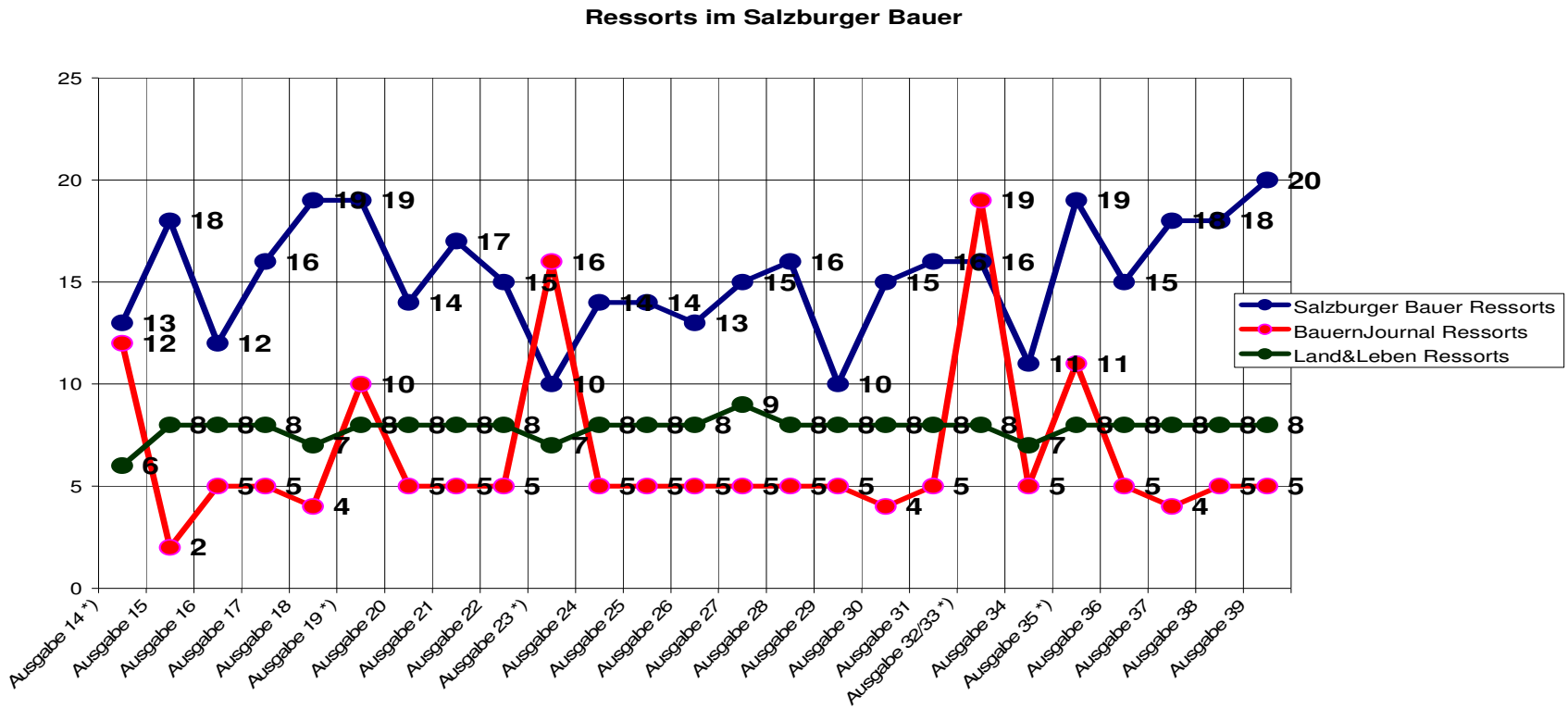


Abb. 11: Ressorts im Salzburger Bauer

Die Ausgaben die mit einem *) gekennzeichnet sind enthalten das BundesBauernJournal, das nicht nur in Salzburg, Tirol, Kärnten und Vorarlberg aufliegt, sondern den Zeitungen der Landwirtschaftskammern in ganz Österreich beiliegt. Dieses BundesBauern-Journal erscheint einmal im Monat.

7.2.2 Relevanz

Bei Rager steht in dieser Dimension die Bedeutsamkeit des zu vermittelnden Themas im Vordergrund. Für ihn müssen Ereignisse neu und relevant sein, um zur Nachricht werden zu können.

Für mein Qualitätsmodell ist ausschlaggebend, ob die Themen die behandelt werden auch praxisnahe, also für die Leser/Rezipienten von Bedeutung sind.

Hierfür wurden in den 25 Ausgaben des „Salzburger Bauer“ die Ressorts und die Fachartikel untersucht. Unter Fachartikel werden in dieser Arbeit Beiträge verstanden, die von Experten verfasst wurden - Experten sind hier jene Personen, die in dem jeweiligen Fachgebiet tätig sind. Dies sind zum Beispiel die Berater im Bereich der Grünlandwirtschaft, der Milchwirtschaft oder des Forstwesens. Artikel und Beiträge die von redaktionszugehörigen Personen verfasst wurden, gelten für diese Diplomarbeit nicht als Fachartikel.

Bewertung

Es ist auffällig, dass die Anzahl der Fachartikel gegenüber der Anzahl der Ressorts verschwindend gering ist. Pro Ausgabe stehen 30 Ressorts nur durchschnittlich neun Fachartikeln gegenüber. Im Bereich des „Salzburger Bauer“ erscheinen pro Ausgabe rund vier Fachartikel (im Vergleich immerhin 15 Ressorts pro Ausgabe). Einen guten Schnitt erreicht das BauernJournal mit durchschnittlich sechs Ressorts und immerhin vier Fachartikel. (Anzumerken ist, dass einmal im Monat das BundesBauernJournal mit einem größeren Umfang von Ressorts und Fachartikeln erscheint).

Im Bereich Land&Leben findet sich nur eine geringe Zahl von Fachartikel. Hier erscheint durchschnittlich ein Fachartikel, wo es jedoch acht Ressorts gibt. Zu-

sammenfassend kann festgehalten werden, dass im Verhältnis zur Anzahl der Ressorts zuwenig Fachartikel erscheinen.

Die Umfrage von Fessel-Gfk hat ergeben, dass der „Salzburger Bauer“ einen hohen Informationsgehalt aufweist. Im Vergleich zu den anderen untersuchten-landwirtschaftlichen Fachzeitschriften schneidet der „Salzburger Bauer“ mit 82 von 100 Nennungen – und damit Platz drei im Ranking - sehr gut ab. Das heißt, dass für 82 % der Befragten der „Salzburger Bauer“ am informativsten ist, was für diese Untersuchung einer hohen Relevanz gleichkommt. (Abb. 15)

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass der „Salzburger Bauer“ trotz geringer Anzahl von Fachartikel im Vergleich zu den Ressorts einen hohen Informationsgehalt aufweist. Die Themen die behandelt werden sind für die Rezipienten von Bedeutung, somit ist eine hohe Relevanz gegeben.

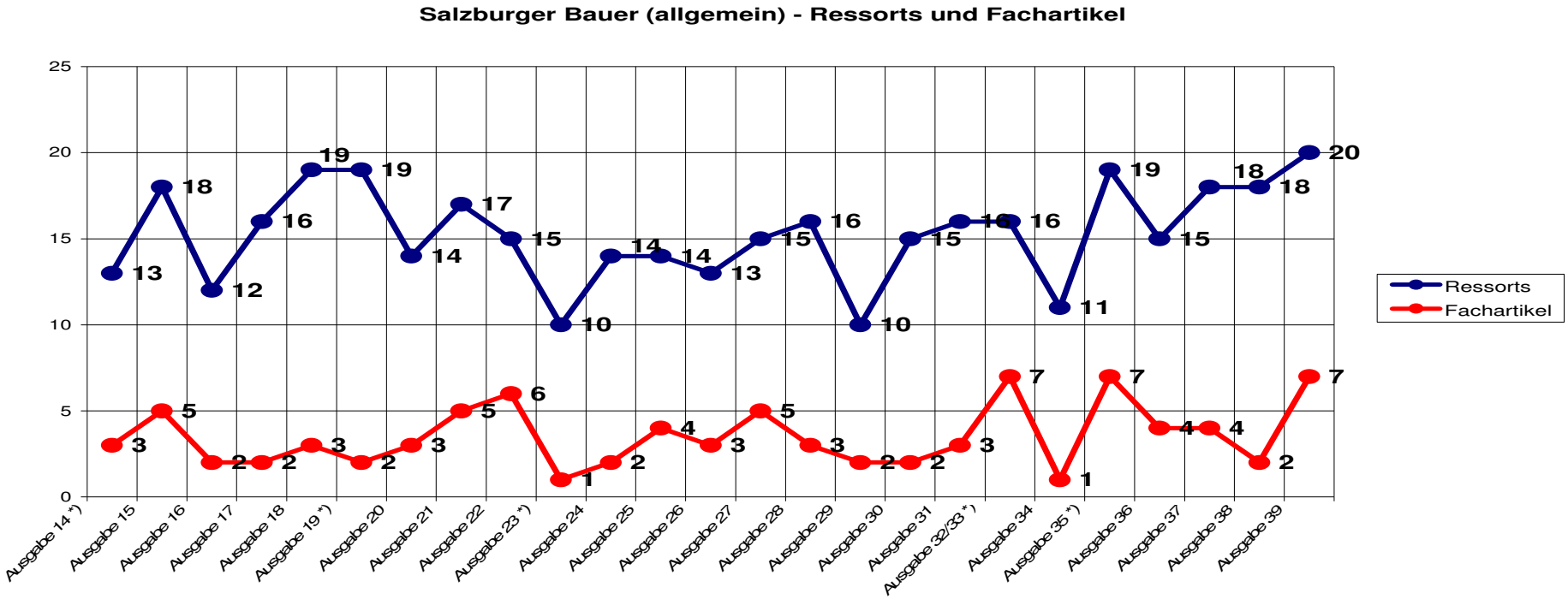


Abb. 12: Ressorts und Fachartikel Salzburger Bauer

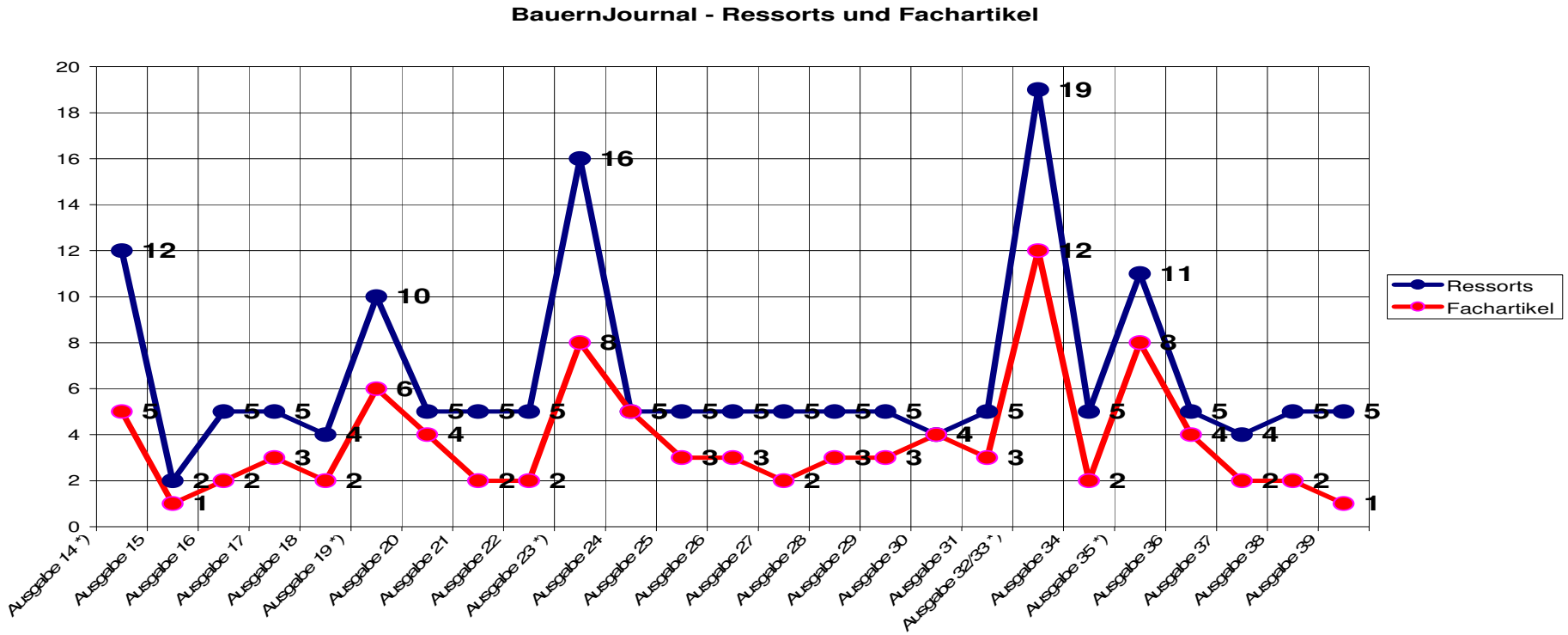


Abb. 13: Ressorts und Fachartikel BauernJournal

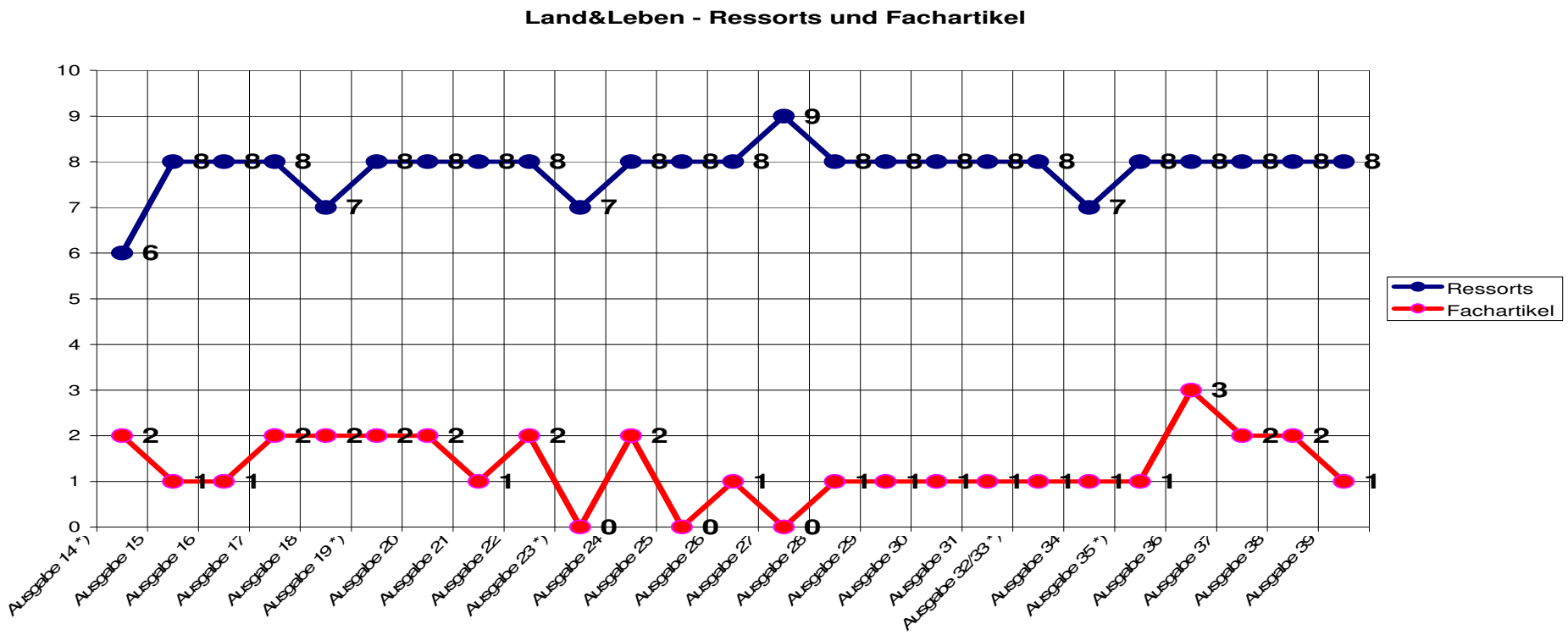


Abb. 14: Ressorts und Fachartikel Land&Leben

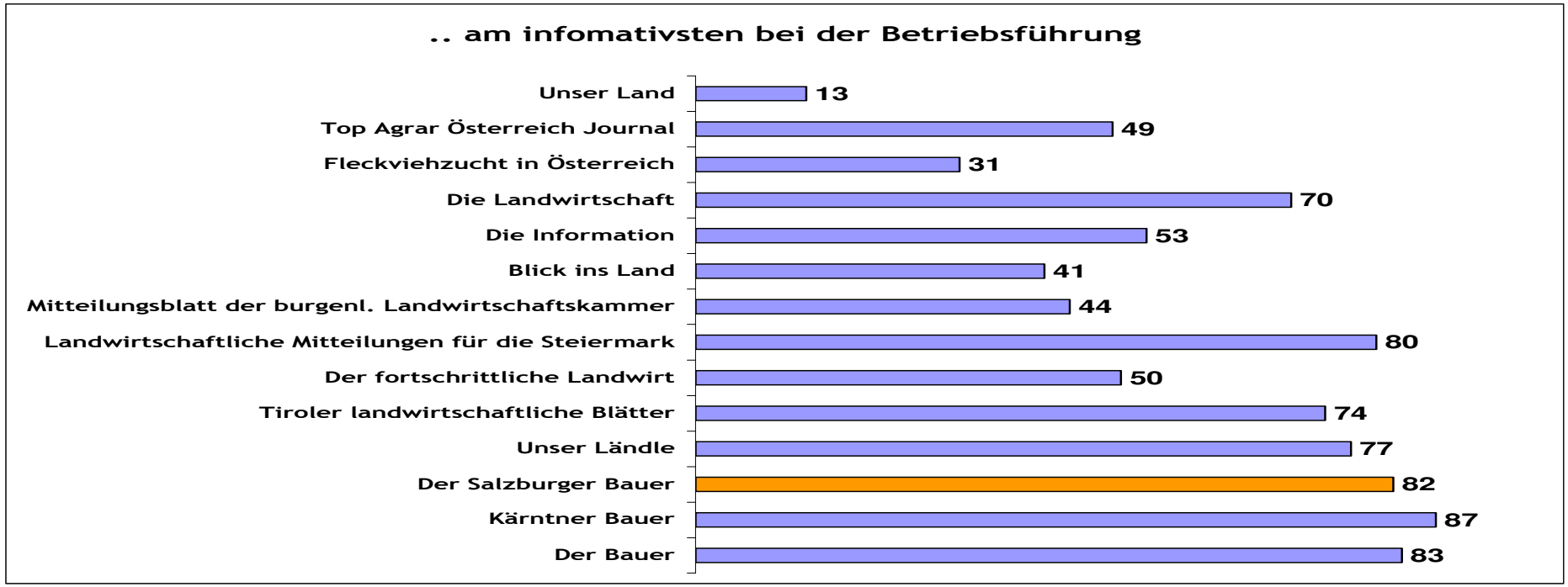


Abb. 15: Am informativsten bei der Betriebsführung

Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften 2003, S 20

7.2.3 Aktualität

Für Rager ist die Aktualität besonders bei Tageszeitungen von Bedeutung. Aber auch für Wochenzeitungen, zu denen der „Salzburger Bauer“ zählt, ist diese ein wichtiger Bestandteil. Allerdings gibt es auch hier zu beachten, dass aus der Fülle von Informationen nur jene herausgefiltert werden, denen auch Aktualität zugewiesen werden kann.

Für mein Qualitätsmodell ist für diese Dimension ausschlaggebend, ob die Themen zum Erscheinungszeitpunkt für den Rezipienten auch von Interesse sind. Hier stützt sich die Untersuchung ganz auf die von Fessel-Gfk durchgeführte Umfrage.

Bewertung

Bei dieser Umfrage stellte sich heraus, dass 80 von 100 Befragten den „Salzburger Bauer“ als eine landwirtschaftliche Wochenzeitung nannten die am ehesten über die neuen Trends in der Landwirtschaft berichtet. Nur der „Kärntner Bauer“ erzielte mit 84 von 100 Nennungen ein besseres Ergebnis. 82 von 100 Befragten bescheinigen dem „Salzburger Bauer“ eine besonders praxisnahe Berichterstattung, die dem Landwirt Entscheidungshilfen gibt. Auch hier schnitt nur der „Kärntner Bauer“ mit 88 von 100 Nennungen besser ab (vgl. Fessel-Gfk, 2003, S 21f).

Die Aktualität ist im Modell für Qualität im Agrarjournalismus ein wichtiger Bestandteil. Sie kann jedoch nur sehr schwer gemessen werden und steht immer in einem engen Zusammenhang mit der Relevanz für den Rezipienten.

In der durchgeführten Fessel-Gfk-Umfrage weisen die Rezipienten den Informationen des „Salzburger Bauer“ Aktualität zu, was für diese Untersuchung übernommen wird.

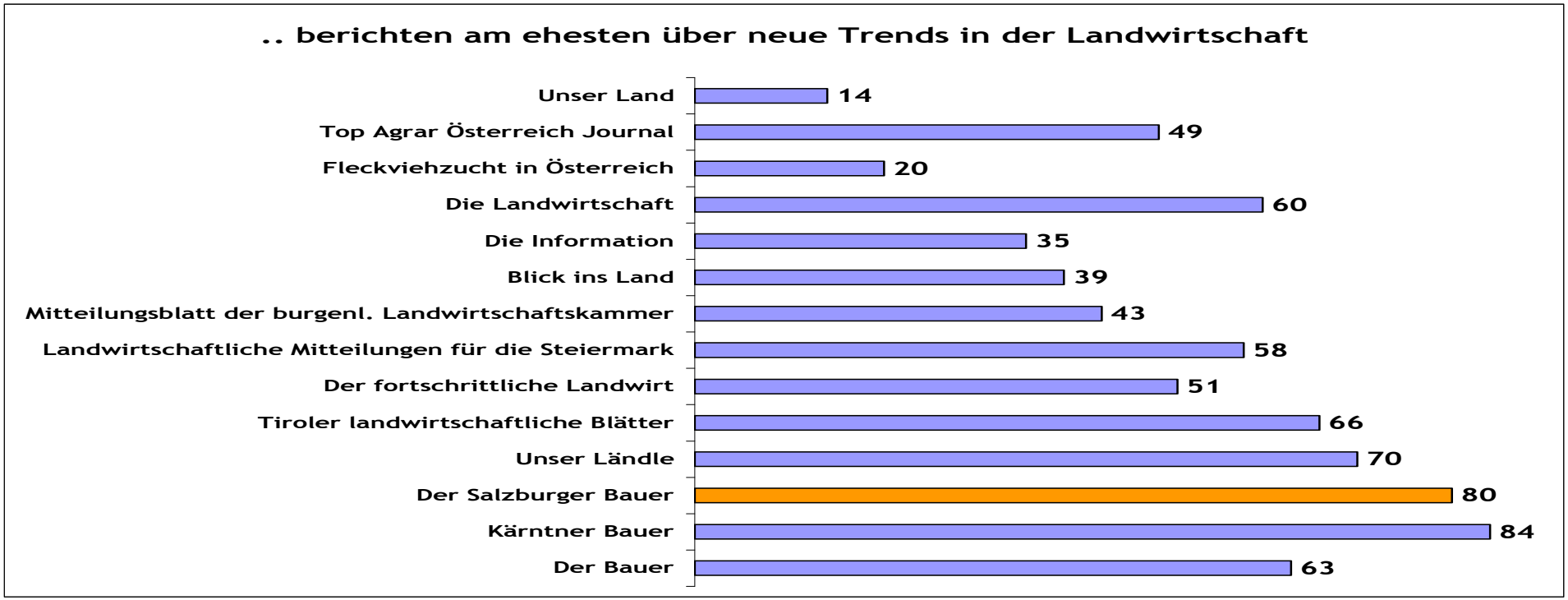


Abb. 16: Berichten am ehesten über Trends in der Landwirtschaft

Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften, 2003, S 21

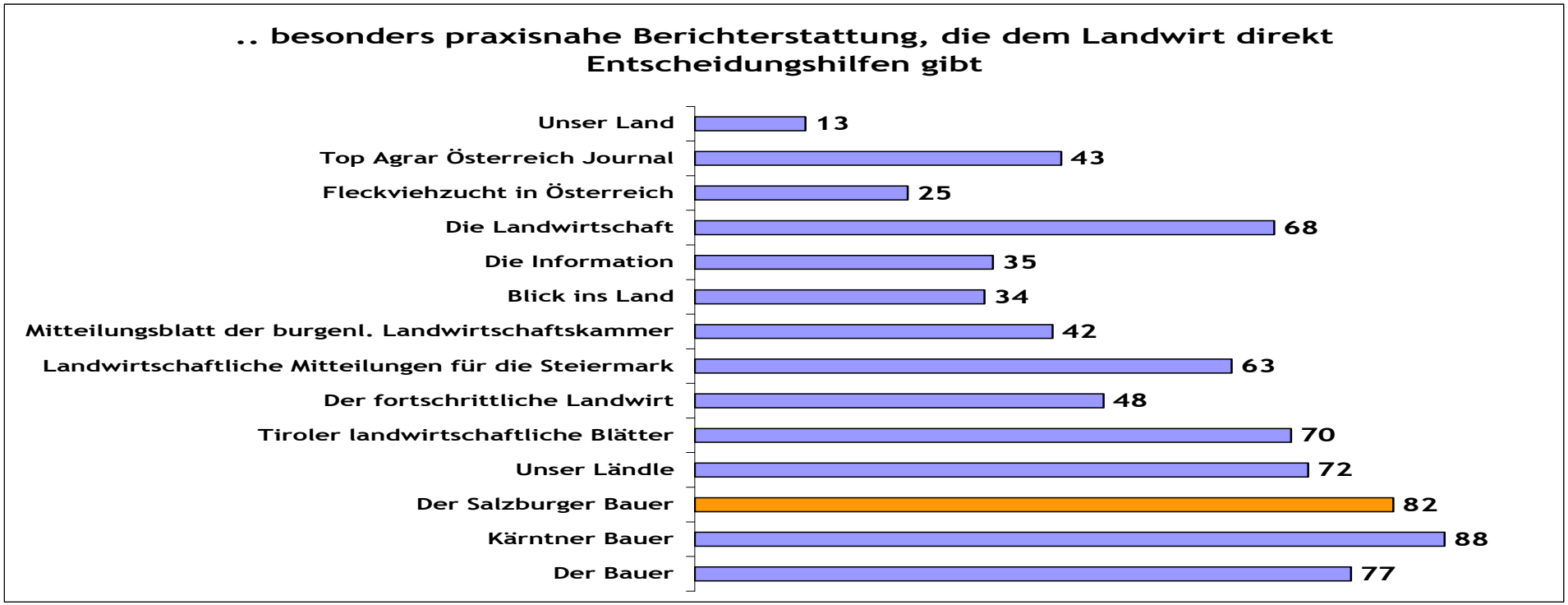


Abb. 17: Besonders praxisnahe Berichterstattung, die dem Landwirt direkt Entscheidungshilfen gibt

Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften, 2003, S 22

7.2.4 Originalität

Die Originalität hat auch Wyss in seinem TQM-Modell als einen Bestandteil integriert. Für dieses Modell wird originell auch mit „ungewöhnlich“ gleichgesetzt.

Für den Bereich Originalität stellt sich für diese Diplomarbeit folgende Frage: Behandelt der „Salzburger Bauer“ Themengebiete die sonst nicht oder nur selten aufgegriffen werden?

Bewertung

Um diese Frage beantworten zu können wurden wieder die 25 Ausgaben des „Salzburger Bauer“ genauer untersucht. Dabei wurde festgestellt, dass der „Salzburger Bauer“ ein Redaktionsprodukt herausgibt das die Bezeichnung originell verdient. Es handelt sich hierbei um den Teil „Land&Leben“, der kleinen Zeitung in der Zeitung. Hier ist auffällig, dass zumeist Themen behandelt werden, die in keiner anderen Zeitung dieses Maß an Aufmerksamkeit finden.

Hier finden sich unter anderem Informationen über das Brauchtum, Erzählungen von Bäuerinnen und Bauern, Berichte und Reportagen von Menschen, Informationen für die Bäuerin, der Mondkalender, ein Heimatroman und Tipps für den Garten und die Umwelt. Der „Salzburger Bauer“ öffnet sich damit einem größeren Leserkreis.

Im Redaktionsprodukt „Salzburger Bauer“ erscheinen wöchentlich Betriebsreportagen über Bauernfamilien die ebenfalls die Bezeichnung originell verdienen.

Da der „Salzburger Bauer“ mit den oben angeführten Reportagen und Berichten über die allgemein übliche Berichterstattung hinausgeht ist die Originalität sehr wohl gegeben.

7.2.5 Richtigkeit

Für Rager müssen Informationen beispielsweise nachprüfbar und möglichst fehlerfrei und frei von logischen Widersprüchen sein, um in die Dimension Richtigkeit zu fallen.

In meiner Diplomarbeit betrifft der Bereich Richtigkeit die Informationsquellen und Quellentransparenz. Woher kommen die Informationen und von wem werden die jeweiligen Beiträge oder Artikel verfasst? Welche Rechtschreibung wird verwendet und werden die Beiträge auch Korrektur gelesen?

Um für diesen Bereich einen besseren Überblick zu gewinnen wurde ein Interview mit Chefredakteur Josef A. Standl geführt.

Bewertung

Die Zeitung verfügt über eigene redaktioneller Mitarbeiter, ein breites Netz an Informanten und greift auf Informationsdienste, Experten, Presseaussendungen von Fachorganisationen und Verbänden zu.

Die Bilder werden durch die Redakteure selbst produziert oder von speziellen Fotodiensten zugekauft.

Den größten Teil an Fachinformationen liefern die Experten der Landwirtschaftskammer in den einzelnen Abteilungen. Als Wochenzeitung der Landwirtschaftskammer Salzburg ist der „Salzburger Bauer“ das größte Beratungsinstrument der Kammer. Dadurch können exklusive aktuelle Informationen in kürzestmöglicher Zeit jeden Bauern erreichen. Die Experten bieten ihre Berichte an oder die Beiträge werden punktuell zu einzelnen aktuellen Themen angefordert. Neben den Fachleuten/Experten aus dem eigenen Haus publizieren regelmäßig auch Spezialisten aus dem gesamten deutschsprachigen Raum ihre Beiträge.

Hauptagentur für Informationsdienste ist der „Agrarische Informationsdienst (AIZ), der täglich im Umfang von bis zu 20 Seiten erscheint. Zudem greift die Redaktion auf Meldungen der Austria Presseagentur (APA) zu.

Viele landwirtschaftliche Verbände und Organisationen verfügen über eigene bei Bedarf erscheinende Pressedienste. Darüber hinaus verfügt die Redaktion über freie Mitarbeiter aus dem ländlichen Raum.

Für das BauernJournal und das BundesBauernJournal werden die gleichen Informationsquellen wie für den „Salzburger Bauer“ herangezogen. Die Autoren beim BauernJournal-West kommen aus den Bundesländern Salzburg, Tirol, Vorarlberg und Kärnten, beim BundesBauernJournal vor allem aus der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs in Wien. Die Thematik ist jedoch einem jeweils größeren Erscheinungsgebiet angepasst.

Im Bereich der Rechtschreibung ist der Salzburger Bauer schon seit Beginn der Rechtschreibreform auf die neue deutsche Rechtschreibung umgestiegen. Die Beiträge werden von zwei in der Redaktion tätigen Korrekturleserinnen gegengelesen.

Für den Bereich Richtigkeit kann festgestellt werden, dass der „Salzburger Bauer“ über ein gutes Informationsnetz verfügt um die aktuellsten Fakten zu erhalten. Die Recherchemethoden und die Informationsdienste sind zeitgemäß.

Was beanstandet werden muss ist eine mangelhafte Quellentransparenz. Bei vielen der Berichte, speziell in den Ressorts „Politik“, „Im Gespräch“, „Markt und Meinung“, „Blick ins Land“, fehlen Verfasser, Verfasserkürzel oder Quellenangaben.

7.2.6 Professionalität

Die Dimension Professionalität ist im Qualitätskriterienkatalog von Schatz und Schulz und auch auf der Akteursebene des journalistischen Systems zu finden. Die Professionalität ist wohl die wichtigste Dimension im Qualitätsschema für Agrarjournalismus.

Hier ist für diese Dimension von Bedeutung, wie recherchiert und ob Nachricht von Meinung getrennt wird. Weiters fallen auch die Ausbildung und die Weiterbildung der Redaktionsmitglieder in diesen Bereich, ebenso wie die redaktionelle Arbeit.

Für diese Dimension wurde wiederum ein Experteninterview mit Chefredakteur Josef A. Standl geführt.

Bewertung

Die Redakteure werden vom Chefredakteur angehalten, im guten journalistischen Stil zu arbeiten und den „Österreichischen Journalisten-Kodex“ zu beachten. Es wird großer Wert auf Berufsethik gelegt. Die Kontrolle obliegt dem Herausgeber und Chefredakteur.

Die Recherche erfolgt bei den Primärquellen über Agenturen, Korrespondenten, und das Internet. Darüber hinaus erfolgt durch die Redaktion eine ausführliche Medienbeobachtung und es wird ein intensiver Kontakt zu den Bauern, insbesondere auch zu den Funktionären der Landwirtschaftskammer, gepflegt.

Bei Beiträgen, die eine Gegenrecherche erfordern, wird diese durch Redaktionsmitglieder vorgenommen. Die Gegenrecherche entfällt bei Fachbeiträgen, die von Autoren gezeichnet sind und die dafür die Verantwortung tragen.

Im Nachrichtenteil, so auf den Seiten „Politik“, „Hintergrundpolitik“ und „Blick ins Land“ (Salzburg-Chronik), werden Nachrichten und Meinungen streng getrennt; die Trennung erfolgt durch die Nennung des Autors und durch das grafische Hervorheben der Meinungskommentare. Kommentare und Glossen sind zudem durch Porträts

der kommentierenden Autoren versehen, ebenso die Fachbeiträge, die ja persönliche Meinung und Erkenntnisse des jeweiligen Autors wiedergeben.

Die Redaktion arbeitet weisungsungebunden. Sie ist dem Herausgeber (vertreten durch den Kammeramtsdirektor der Landwirtschaftskammer) und den Zielen der Landwirtschaftskammer verpflichtet und weist eine Orientierung an christlichen Werten auf.

Die Weisungen des Herausgebers werden vom Chefredakteur den Redaktionsmitgliedern weiter vermittelt. Redaktionskonferenzen finden regelmäßig statt:

- „Salzburger Bauer“ und „Land&leben“: wöchentlich, einmal jährlich für die Positionierung der Jahresplanung
- Österreichisches „BauernJournal“: monatlich
- „Natürlich Salzburg“: vierteljährlich
- „BauernJournal-West": jährlich

An den Redaktionssitzungen von „Salzburger Bauer“, „BauernJournal, „Land&Leben“ sowie „Natürlich Salzburg“ nehmen alle Mitarbeiter aus Redaktion und Verwaltung, einschließlich des Sekretariats, teil.

Zwischendurch finden redaktionelle Besprechungen zu relevanten Themen statt.

Die redaktionellen Mitarbeiter arbeiten selbständig. Das „Gegenlesen“ von Beiträgen erfolgt jeweils auf Wunsch eines Autors. Es gibt keine Kontrolle der Beiträge durch den Chefredakteur. Die Blattkritik erfolgt nach dem Erscheinen, unter anderem auch durch den Abdruck von Leserbriefen, hier muss berücksichtigt werden, dass nicht alle in der Redaktion einlangenden Leserbriefe veröffentlicht werden.

Die Redaktionsleitung beobachtet das Umfeld anderer relevanter Zeitungen und Zeitschriften genau. Insbesondere die Berichterstattung und der Anzeigenmarkt

unterliegen einer systematischen Kontrolle. Es wird von Fall zu Fall abgewogen, ob und wie im „Salzburger Bauer“ darauf reagiert wird.

Die Redaktion zieht es vor, Redaktionsaspiranten selbst auszubilden. Laut Chefredakteur Standl ist die Vorbildung in fachspezifischen Belangen notwendig, etwa für einen agrarischen Fachredakteur.

Ausbildungsstand der Redakteure:

- Chefredakteur: Institut für Kommunikationswissenschaft in Salzburg, „qualifizierter Studienabbrecher“ (Standl, Interview, 24.08.04)
- Fachredakteur: Absolvent der HTBLA für alpine Landwirtschaft
- Fachredakteurin: Absolventin der HBLA Raumberg
- Redakteurin: Ausbildung als Redaktionsaspirantin in der Redaktion
- Grafiker: Alle drei Grafiker sind ausgebildete Schriftsetzer (Mediendesigner)

Die Aus- und Fortbildung der journalistischen Mitarbeiter erfolgt in der Praxis, die einer Lehrredaktion gleich kommt. Chefredakteur Standl: „Kleinredaktionen erlauben einen breiten Einblick und ein umfassendes Übungsfeld, das ressortübergreifend ist. Die theoretischen Ergänzungen erfahren die Jungredakteure durch eine fleißige Teilnahme an den Seminaren des Österreichischen Kuratorium für Journalistenaus- und -fortbildung.“ (Standl, Interview, 24.08.04)

Im Bereich der Professionalität behandle ich primär das Thema Trennung von Nachricht und Meinung. Dies ist im „Salzburger Bauer“ gegeben (oben angeführte Erläuterungen). Wie schon unter dem Punkt Richtigkeit angemerkt wurde, finden sich leider nicht immer die Quellenangaben oder die Verfasser in bestimmten Ressorts. In diesem Punkt könnte an der Professionalität noch gearbeitet werden.

Im Bereich der Ausbildung der Redaktionsmitglieder des „Salzburger Bauer“ trifft genau das zu, was Fabris über das österreichische Aus- und Weiterbildungssystem anmerkt: „Noch immer dominiert allerdings die primär handwerkliche und unternehmensinterne Ausbildung, das learning by doing. (…)“ (Fabris, 1996, S 10).

Anzumerken ist, dass für die Mitarbeiter der Redaktion Wissen, Verständnis und Wertschätzung für die bäuerliche Arbeit eine Grundvoraussetzung sein muss. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass ein Großteil der Mitarbeiter aus bäuerlichen Betrieben stammt. Genauso wichtig ist die Aus- und Weiterbildung der Grafiker, diese prägen das Erscheinungsbild des „Salzburger Bauer“.

7.2.7 Vermittlung

Für Rager liegt in der Vermittlung eine der wichtigsten Aufgaben eines Journalisten. Er vertritt die Auffassung, dass eine gelungene Vermittlung die Voraussetzung dafür ist, dass Informationen bei den Rezipienten ankommen und diese sie auch verstehen können.

Im Bereich der Vermittlung sind für diese Diplomarbeit folgende Fragen relevant: Wie kommt das Geschriebene beim Rezipienten an und wie steht es um die Leser-Blatt-Bindung? Durch die Leser-Blatt-Bindung können Rückschlüsse gezogen werden, ob die Rezipienten das Geschriebene auch verstehen.

Zur Beurteilung dieser Fragen wurde die Untersuchung von Fessel-Gfk aus dem Jahr 2003 herangezogen. Fessel-Gfk hat die Leser-Blatt-Bindung und die Leseintensität untersucht.

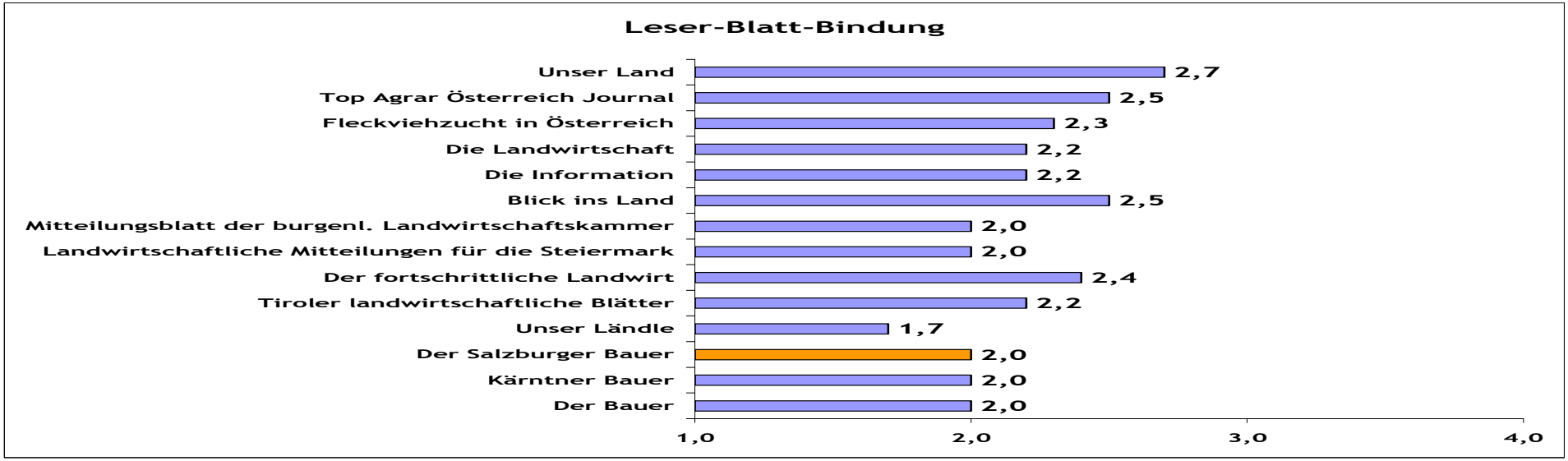
Bewertung

Die Studie von Fessel-Gfk brachte im Bereich der Leser-Blatt-Bindung für den „Salzburger Bauer“ ein Ergebnis von 2,0 was einer starken Bindung entspricht. Die Skala ging von 1 – sehr starke Bindung, 2 – starke Bindung, 3 – weniger starke Bindung bis zu 4 – überhaupt keine Bindung. Von den 14 landwirtschaftlichen Zeitungen die untersucht wurden, erreichte nur ein einziges Blatt ein besseres Ergebnis als 2. „Unser Ländle“(Vorarlberg) erhielt den Wert 1,7. Fünf Zeitungen, darunter auch der „Salzburger Bauer“ erreichten den Wert 2. Die übrigen untersuchten Zeitungen lagen bei Werten zwischen 2,2 und 2,7. Diese Auswertung zeigt, dass der „Salzburger Bauer“ bei der Leser-Blatt-Bindung im vorderen Bereich mit dabei ist.

Zur Bewertung der Leseintensität stellte Fessel-Gfk eine Skala von 10 bis 100 Prozent auf. Hier erreichte der „Salzburger Bauer“ einen Wert von 72,9 Prozent, was ungefähr dem entspricht, dass die Leser fast ¾ einer Ausgabe des „Salzburger Bauer“ lesen. Nur drei landwirtschaftliche Zeitungen erreichten in dieser Befragung ein besseres Ergebnis als der „Salzburger Bauer“, wobei die beste Bewertung bei 82,5

Prozent (Unser Ländle) lag. Die Untersuchung zeigte auch hier, dass der „Salzburger Bauer“ im vorderen Viertel der vergleichend untersuchten Agrarzeitungen liegt.

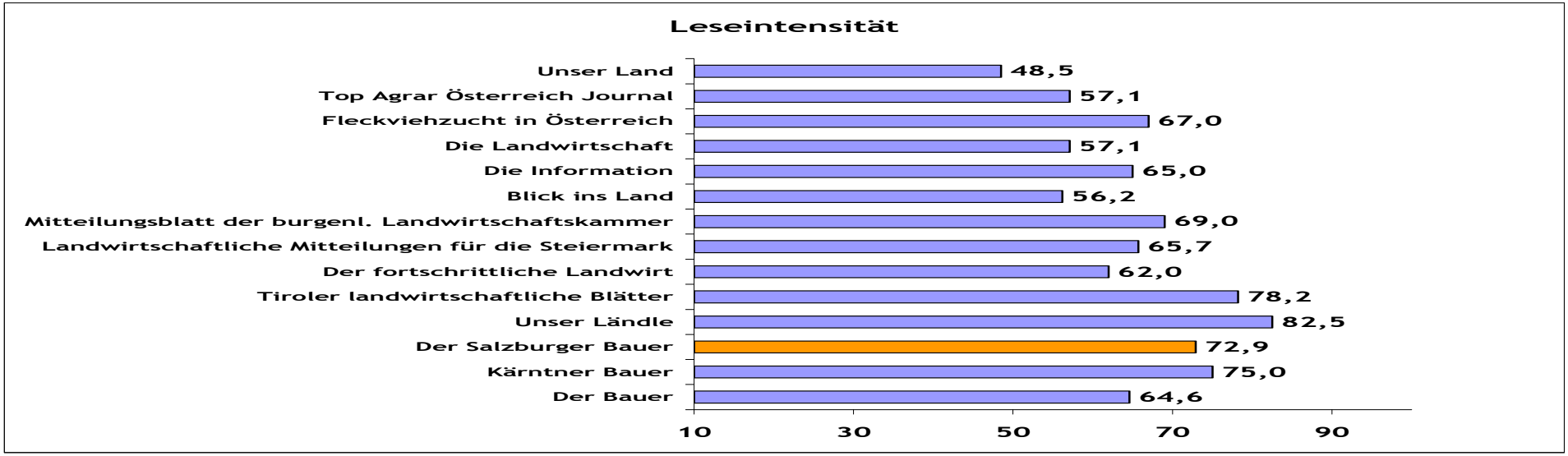
Die landwirtschaftliche Wochenzeitung „Salzburger Bauer“ kann auch im Bereich der Vermittlung gute Werte verzeichnen. Das Geschriebene kommt beim Rezipienten gut und verständlich an und die Abonnenten und Leser des „Salzburger Bauer“ würden diesen stark vermissen, wenn er nicht mehr erscheinen würde (siehe Abbildungen 18 und 19).



Erklärung: 1 – sehr stark, 2 – stark, 3 – weniger stark, 4 – überhaupt nicht

Leser-Blatt-Bindung: „Wenn Sie … (Titel) nicht mehr bekämen, würden Sie …. (Titel) sehr stark, stark, weniger stark oder überhaupt nicht vermissen?“

Abb. 18: Leser-Blatt-Bindung, Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften, 2003, S 23



Erläuterung: 10 – weniger, 25 – etwa ¼, 50 – etwa ½, 75 – etwa ¾, 100 – fast alles

Leseintensität: „Lesen Sie im Allgemeinen von einer Ausgabe des/der … (Titel) fast alles, etwa 3/4, etwa die Hälfte, etwa ¼ oder weniger?“

Abb. 19: Leseintensität, Quelle: Fessel-Gfk, Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften, 2003, S 23

7.2.8 Landwirtschaftliche Fachkompetenz

Um Qualität im Agrarjournalismus zu beurteilen wurde auch die Dimension „landwirtschaftliche Fachkompetenz“ untersucht. Dabei sind folgende Fragen relevant: Welche Fachausbildung können die verschiedenen Autoren aufweisen? Über welche praktische Erfahrung verfügen sie?

Zur Beurteilung dieser Frage wurden Informationen über die einzelnen Autoren eingeholt.

Bewertung

Bei den Autoren handelt es sich um die Experten die die Fachartikel für die einzelnen Ressorts verfassen. Die Experten verfügen zum Großteil über eine fachspezifische Grundausbildung. Beispielsweise absolvierten die Forstexperten ein Studium an der Universität für Bodenkultur in Wien, über rechtliche Angelegenheiten informieren Juristen.

Die Experten verfügen über langjährige Berufserfahrung in ihren jeweiligen Spezialgebieten.

Im Bereich der landwirtschaftlichen Fachkompetenz wird festgehalten, dass diese für den „Salzburger Bauer“ in hohem Maße gegeben ist.

7.3 Ausblick für den „Salzburger Bauer“

Vor zehn Jahren gab die Landwirtschaftskammer mit dem „Salzburger Bauer“ lediglich ein Medium heraus, das zwar gut gestaltet war, aber stets um die Finanzierbarkeit bangen musste. Marktbeobachtungen und das Ausloten neuer Märkte haben zur Entwicklung weiterer Produkte geführt. Mit der Gründung des „BauernJournals“ zuerst im Westen Österreichs, dann im gesamten Bundesgebiet und dem Erscheinen von „Natürlich Salzburg“ entstanden weitere wirtschaftlich interessante Medien. Seit November 2003 erscheint das Familienmagazin „Land&Leben“, das weiter ausbaufähig erscheint und einen neuen Zutritt für einen interessanten Anzeigenmarkt im ländlichen Raum erlaubt.

Laut Chefredakteur Standl findet „Land&Leben“ auch in anderen Bundesländern breites Interesse, sodass ein österreichweites Erscheinen in nächster Zeit von der Redaktion des „Salzburger Bauer“ angestrebt wird.

8 Schlussbemerkungen

Ziel der vorliegenden Arbeit war, die landwirtschaftliche Wochenzeitung „Salzburger Bauer“ auf Qualitätskriterien hin zu untersuchen. Die große Bereitschaft von Herrn Chefredakteur Josef A. Standl zu Gesprächen und die zur Verfügungstellung vieler wertvoller Unterlagen hat die Arbeit sehr erleichtert.

Folgende Schlussfolgerungen lassen sich ziehen: Qualität im Agrarjournalismus lässt sich nicht leicht definieren. Anhand des neu vorgeschlagenen Modells für Qualität im Agrarjournalismus konnte die Qualität beim „Salzburger Bauer“ festgelegt und ausgewertet werden. Qualität hat beim „Salzburger Bauer“ einen hohen Stellenwert.

Zusammenfassend seien die Dimensionen des Modells für Qualität im Agrarjournalismus anhand des „Salzburger Bauer“ noch einmal kurz dargestellt.

Der „Salzburger Bauer“ verfügt über eine große Themenvielfalt. Es kann von einem breiten Spektrum der Berichterstattung gesprochen werden.

Die Relevanz der erscheinenden Fachartikel ist als sehr hoch zu bewerten. Durch den Umstand, dass die Fachartikel von Experten verfasst werden, ist diesen Berichten ein hohes Maß an Relevanz zuzuschreiben. Ein großer Anteil der Leser hält den „Salzburger Bauer“ für eine sehr informative Zeitung.

Für 80 % der Leser des „Salzburger Bauer“ besitzt diese Zeitung einen hohen Grad an Aktualität und ist sie ein Vorreiter in Sachen Trends in der Landwirtschaft.

Ein weiterer Pluspunkt für den „Salzburger Bauer“ ist die Originalität mit der im Teil „Land&Leben“ die Beiträge erscheinen. Hiermit wird erreicht, dass diese Zeitung nicht nur als ein Fachblatt für den Bauern – was es ohne Zweifel auch ist – abgestempelt wird, sondern auch zu einem Familienblatt avanciert.

Der Leser spielt eine wichtige Rolle. Es wird ständig versucht, den Wünschen und Bedürfnissen der Rezipienten nachzukommen. Seit geraumer Zeit werden deshalb gelegentlich auch Leserbriefe und Lesermeinungen abgedruckt.

Durch eine gute Redaktionsstruktur wird versucht eine gute Arbeit zu leisten um die Qualität der Zeitung möglichst hoch zu halten. Den Experten die die Fachbeiträge verfassen stehen die Mitarbeiter der Redaktion für alle Fragen zur Verfügung.

Als weiteres Kriterium für Qualität gilt eine leicht verständliche Sprache, eine knappe aber doch vollständige und ausführliche Berichterstattung, konkrete Titel und eine Kopfzeile auf jeder Seite.

Aufgrund der vorliegenden Arbeit können die anfangs gestellten Forschungsfragen beantwortet werden.

Als Kriterien um die Qualität im Agrarjournalismus aufzuzeigen können Vielfalt, Relevanz, Aktualität, Originalität, Richtigkeit, Professionalität, Vermittlung und landwirtschaftliche Fachkompetenz herangezogen werden.

Diese Kriterien werden von der landwirtschaftlichen Wochenzeitung „Salzburger Bauer“ durchwegs erfüllt. Handlungsbedarf besteht jedoch im Bereich Richtigkeit und Professionalität .Hier mangelt es an der Quellentransparenz, weiters würde die Veröffentlichung von einer größeren Anzahl von Leserbriefen der Blattkritik dienen.

Die Qualitätssicherung im Agrarjournalismus am Beispiel des „Salzburger Bauer“, lässt sich auf allen Ebenen des journalistischen Systems feststellen, wobei ein Großteil der Kriterien auf der Institutionsebene zu finden ist. Jedoch sind die meisten Maßnahmen zur Qualitätssicherung auf mehreren Ebenen angesiedelt und dort auch wechselseitig voneinander abhängig.

Zum Schluss soll noch einmal Stephan Russ-Mohl zu Wort kommen der meinte, dass der erste Schritt zur Qualitätssicherung der Blick über den eigenen Tellerrand ist.

Der „Salzburger Bauer“ hält dem Vergleich mit anderen Agrarmedien stand, denn durch das gute Verhältnis von relevanten, praxisnahen Informationen, Fachartikeln und den originellen Beiträgen im Bereich Land&Leben kann der große Zuspruch der Rezipienten auch in den nächsten Jahren anhalten.

Jubiläums-Ausgabe

64 Seiten

P. b. b. Verlagspostamt Salzburg 2.
Erscheinungsort Salzburg

Der Salzburger Bauer

DAS FACH- UND MITTEILUNGSBLATT DER SALZBURGER LANDWIRTSCHAFTSKAMMER

19. Jahrgang Salzburg, 16. April 1964 Nummer 16

1924 1964

40 Jahre

Kammer
für Land- und Forstwirtschaft
Salzburg

Abb. 20: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 16. April 1964

Abb. 21: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 9. Oktober 1986

P.b.b. Verlagspostamt 5020 Salzburg
Erscheinungsort Salzburg

Der Salzburger Bauer

GEGR. 1946

Die Wochenzeitung der Salzburger Landwirtschaftskammer

46. Jahrgang 19. Juli Nr. 29a

Die Aufgaben der Landwirtschaftskammer sind vom Gesetzgeber vorgegeben:

Solidarität und Mitbestimmung sorgen für einen Ausgleich der Interessen!

Kennzeichen der Selbstverwaltung: Billig – schnell – praxisnah

Wozu brauchen wir denn überhaupt ein Landwirtschaftskammergesetz? Diese Frage, wird sie gestellt, einfach vom Tisch zu wischen, wäre in einer Zeit, in der so vieles „hinterfragt“ wird, wohl grundfalsch. Die Öffentlichkeit darf, und die Kammerzugehörigen müssen wissen, warum sich der Gesetzgeber, in unserem Fall der Salzburger Landtag, seinerzeit entschlossen hat, für bestimmte öffentliche Aufgaben, seien es nun solche der Verwaltung, oder solche der eigentlichen Interessenvertretung, eine land- und forstwirtschaftliche Selbstverwaltungseinrichtung zu schaffen, die im Juristendeutsch eine Körperschaft öffentlichen Rechts genannt wird. Dafür gibt es einmal einen ganz einfachen, aus der Sicht des Gesetzgebers fast egoistischen Grund: Um den Staat von Aufgaben, aber auch Kosten zu entlasten, die eine Einrichtung, in der die unmittelbar Betroffenen selbst das Sagen haben, sicher schneller, billiger – und den praktischen Bedürfnissen entsprechend – erledigt als die Staatsverwaltung!

Demokratisch organisiert überschaubar gegliedert

Die ersten Landwirtschaftskammern wurden in den zwanziger Jahren geschaffen. In einer Zeit, in der unser damals noch junger Staat an den Kosten eines überdimensionierten, weil von der großen Monarchie ererbten, Verwaltungsapparates zu erstikken drohte. Die Erkenntnis, daß es wesentlich billiger ist, zur Selbstverwaltung Mittel beizusteuern, als solche zur Erhaltung eines aufwendigen Staatsapparates einzusetzen, gilt auch heute noch so wie gestern.

Ein zweiter Grund, durch Gesetze Selbstverwaltungseinrichtungen zu schaffen, kann mit dem Schlagwort „Bürgernähe“ ausgedrückt werden. Es besteht in einem demokratisch organisierten, aber notwendigerweise kompliziert aufgebauten modernen Staat das Bedürfnis der Bürger, über Einrichtungen zu verfügen, die über die Institutionen der repräsentativen Demokratie, die Gemeinderäte, die Landtage und das Parlament hinausgehen, besser gesagt mehr an den Bürger heranreichen.

Der Wunsch, mehr an der Gestaltung des öffentlichen Lebens mitzuwirken, wird heute häufig durch Bürgerinitiativen und verschiedene mehr oder minder spontane, oft nur sehr kurzfristig und auch mehr oder minder manipulierbare Zusammenschlüsse gestillt. Es ist für die österreichische Rechtsordnung charakteristisch, daß wir, wie der bekannte Verfassungsjurist Professor Dr. Korinek immer wieder betont, ein wohlgeordnetes, durchschaubares, gesetzlich geregeltes Mitbestimmungssystem durch die gesetzlichen Interessenvertretungen haben, das dem Ausland mit Recht als gutes Beispiel demokratischer Mitbestimmung hingestellt werden kann und das dem ständigen Ausgleich zwischen Staatsmacht und Einzelinteressen in wirkungsvoller Weise dient.

Der „Salzburger Bauer“, die Wochenzeitung der Salzburger Landwirtschaftskammer, kommt in diesen Tagen in jedes Bauernhaus und als Jubiläumsausgabe schließlich in jeden Haushalt des Bundeslandes Salzburg. Anlaß hiefür sind zwei kleine Jubiläen, die sich gemeinsam zur stattlichen Zahl runden. Zweck dieser Jubiläums-Zeitung ist es, Sympathien und Verständnis für Salzburgs Bauern zu wecken. Interessierte Leser werden übrigens mit schönen Preisen aus einem Preisrätsel belohnt.

Foto: Dipl.-Ing. Enzia Hein

Wir können also ruhig ein bißchen stolz sein auf die in unserem Land entwickelten demokratischen Strukturen, deren fester Bestandteil die durch Gesetze geschaffenen Einrichtungen zur wirtschaftlichen Selbstverwaltung längst geworden sind. Sollte es an dieser Einsicht und diesem Stolz ab und zu fehlen, dann wahrscheinlich deshalb, weil uns vieles, was die Funktionen unseres Gemeinwesens und dessen demokratischen Aufbau gewährleistet, zu selbstverständlich ist, um allzuviel darüber nachzudenken. Aber selbst in guten Zeiten wäre es sicher falsch, das selbständige Denken einzustellen und sich dafür Sand von Leuten in die Augen streuen zu lassen, die zu allen Zeiten versuchen, aus dem Unwissen ihrer Zeitgenossen und aus der Unordnung Kapital zu schlagen.

Wirksame Entlastung der öffentlichen Verwaltung

Alle Aufgaben der Landwirtschaftskammer, soweit sie im Salzburger Landwirtschaftskammergesetz verankert sind, aufzuzählen, würde den Rahmen dieses Beitrages sprengen. Einige Schwerpunkte in unserem Aufgabenbereich möchte ich Ihnen jedoch vor Augen führen:

Zu den wichtigsten gehört die vorbereitende Mitwirkung in der Gesetzgebung.

Die Kammer hat das Recht zur Begutachtung von Gesetzes- und

(Fortsetzung auf Seite 2)

Abb. 22: Ausgabe des „Salzburger Bauer“ vom 19. Juli 1991

9 Bibliographie

- Atteslander, Peter (1995): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin, New York: de Gruyter
- Bentele, Günter (1988): Wie objektiv können Journalisten sein? In: Erbring, Lutz u.a. (Hg.). Medien ohne Moral. Berlin: Argon 1988. S 212-225
- Berelson, Bernard (1952): Content Analysis in Communications, Research. New York.
- Blöbaum, Bernd (1994): Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Brockhaus in drei Bänden (1992): 3. Band
- Der Salzburger Bauer, 41. Jahrgang, 9. Oktober 1986, Salzburg, 1986
- Donsbach Wolfgang (1978): Zur professionellen Kompetenz von Journalisten. In: Hömberg W. (Hrg.). Journalistenausbildung. München, S 108-121
- Dovifat, Emil(1940): Journalismus: Handbuch der Zeitungswissenschaft, Bd. 2. Leipzig
- Fabris, Hans Heinz (2001): Hoher Standard. Qualität und Qualitätssicherung im Journalismus. In: Fabris H./Rest F. (Hg.). Qualität als Gewinn: Salzburger Beiträge zur Qualitätsforschung im Journalismus. Innsbruck/Wien/München: Studien-Verlag, S 59-64
- Fabris, Hans Heinz (1996): Zur Wiederentdeckung journalistischer Qualität. In: Medien Journal 2/1996. Innsbruck: Studien Verlag. S 3-16
- Feigenbaum, Armand V. (1991): Total Quality Control. New York

- Fessel-GfK (2003): Leseranalyse Landwirtschaftliche Fachzeitschriften 2003, Salzburg-Bericht. Wien
- Fischer, Hans R. (1991): Selbstorganisation. Abschied vom Management? In: Kratky, Karl W. (Hg.). Systemische Perspektiven. Heidelberg, S 207-221
- Grüner Bericht 2002 (2003): Bericht über die Lage der österreichischen Landwirtschaft 2002, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. Wien
- Heinrich, Jürgen (1994): Medienökonomie. Band 1. Mediensystem. Zeitung. Zeitschrift. Anzeigenblatt. Opladen
- Held, Barbara/Ruß-Mohl, Stephan (Hg.) (2000): Qualität durch Kommunikation sichern: Vom Qualitätsmanagement zur Qualitätskultur. Erfahrungsberichte aus Industrie, Dienstleistung und Medienwirtschaft. Frankfurt am Main: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen.
- Huber, Christian (1998): Das Journalismus-Netzwerk. Wie mediale Infrastrukturen journalistische Qualität beeinflussen. Innsbruck-Wien: StudienVerlag.
- Huber, Christian (1996): Nachricht und Meinung. Ist ihre Trennung ein journalistisches Qualitätskriterium? In: Medienjournal 2/1996. Innsbruck: Studien Verlag S 36-50
- Kuczera, Susanne (1994): Botschaft des redaktionellen Marketings. In: Rager u.a. (Hg.). Zeile für Zeile – Qualität in der Zeitung. Münster/Hamburg, S 40-48
- Laszlo, Ervin (1991): Neue Dimensionen systemischen Denkens. In: Kratky, Karl W. (Hg.). Systemische Perspektiven. Heidelberg, S 152-156

- Mast, Claudia (Hg.) (1991): Journalismus in der Praxis. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit. Hohenheim. Universität Hohenheim, Fachgebiet Kommunikationswissenschaft und Journalistik
- Merten Klaus (1983): Inhaltsanalyse. Einführung in Theorie, Methode und Praxis. Opladen
- Prutz, Robert E.(1971): Geschichte des deutschen Journalismus, Erster Teil, Faksimiledruck nach der 1. Auflage von 1845, Göttingen
- Pürer, Heinz (1990): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Salzburg: Kuratorium für Journalistenausbildung
- Pürer, Heinz (1992): Ethik im Journalismus und Massenkommunikation. Versuch einer Theoriensynopse. In: Publizistik, 3/1992, S 304-321
- Rager, Günter (1994): Dimensionen der Qualität. Weg aus allseitig offenen Richter-Skalen? In: Bentele, Günther/Hesse, Kurt R. (Hrg.). Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz: Univ.Verlag, S 189-209
- Rager Günther (1994): Zeile für Zeile – Qualität in der Zeitung. Münster. Hamburg: Lit. Verlag.
- Rosengren, Karl E./Carlsson, Mats/Tagerud, Yael (1991): Quality in Programming: Views from the North. In: Studies of Broadcasting, Bd. 27
- Rühl, Manfred (1995): Theorie des Journalismus. In: Burkhart, R/Hömbert, W. (Hg.). Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien, S 117-133
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Am eigenen Schopfe... Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik, 37.Jg., Heft 1, S 83-96

- Ruß-Mohl Stephan (1993): Netzwerke. Die freiheitliche Antwort auf die Herausforderung journalistischer Qualitätssicherung. Überlegungen zur Messbarkeit von journalistischer Qualität und zum Infrastrukturbedarf im Journalismus. In: Bammè, A. u.a. (Hg.). Publizistische Qualität. Probleme und Perspektiven ihrer Bewertung. München/Wien, S 185-206
- Ruß-Mohl, Stephan(1994a): Der I-Faktor: Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus. Modell für Europa? Zürich
- Ruß-Mohl, Stephan (1994b): Der Infrastruktur-Faktor und die Infrastrukturfalle. Qualitätssicherungs-Netzwerk im Journalismus. In: Reiter Sybille, Ruß-Mohl Stephan (Hg.). Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement, Qualitätssicherung, Redaktionelles Management. Gütersloh: Bertelsmann Verlag, S 104-111
- Ruß-Mohl, Stephan (1994c): Anything goes? Ein Stolperstein und sieben Thesen zur publizistischen Qualitätssicherung? In: Reiter Sybille, Ruß-Mohl Stephan (Hg.). Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement, Qualitätssicherung, Redaktionelles Management. Gütersloh: Bertelsmann Verlag, S 20-28
- Schatz, Heribert/Schulz Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. In: Media Perspektiven 11/1992, S 690-712
- Schneider, Wolf (1993): Welche Journalisten brauchen wir in der Zukunft? In: Kuratorium für Journalistenausbildung (Hg.). Journalisten für die Zukunft. Analysen zur Journalistenausbildung. Journalistik, 12/1993, S 7-28
- Schröter, Detlef (1991): Qualität im Journalismus: Testfall: Unternehmensberichterstattung. Düsseldorf 1991

- Siffert Josef (1999): Agrar Vademecuum 2000 – Journalisten – Medien - Institutionen. Verband der Agrarjournalisten und –publizisten in Österreich – VAÖ (Hg.). Österreichischer Agrarverlag, Leopoldsdorf, 1999
- Wallisch, Gianluca (1995): Journalistische Qualität: Definitionen. Modelle. Kritik. Konstanz: UVK Medien.
- Weber, Bernd/ Rager, Günter (1994): Zeile für Zeile – Qualität in der Zeitung. In: Rager, Günter/ Haase, Helga/ Weber, Bernd (Hg.). Zeile für Zeile – Qualität im Journalismus. Arbeitshefte zur Medienpraxis; 2, Münster-Hamburg, S 1-15
- Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2. Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1. Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Weischenberg, Siegfried (1994): Wohin treibt der Journalismus? Erwartungen und Befürchtungen für das kommende Jahrhundert. In: medium, 3/1994, S 53-56
- Westerbarkey, Joachim (1995): Journalismus und Öffentlichkeit. In: Publizistik, 2/1995, S 152-162
- Wilke, Jürgen (2003): Zur Geschichte der journalistischen Qualität. In: Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hg.). Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle. Westdeutscher Verlag/GMV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, S 35-54

- Wyss, Vinzenz (2000): Qualitätsmanagement in der Redaktion: Vorbereitung mit Hilfe der Wissenschaft. In: Held, Barbara/Ruß-Mohl, Stephan: Qualitätsmanagement ist Kommunikationsmanagement. Frankfurt a. M.: FAZ-Institut, S 222-232

- Wyss, Vinzenz (2002): Redaktionelles Qualitätsmanagement: Zeile, Normen, Ressourcen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Internetadressen (URLS)

- http://www.uelzechtkanal.lu/2003/index_files/tvtechniken/script/grundwissen/qualitaet/qualitaet.htm, abgerufen am 12.01.2004, 16.00 Uhr

- http://de.wikipedia.org/wiki/Journalismus, abgerufen am 28.04.04, 09.35 Uhr

- http://www.xipolis.net/2776277c72917774f98898ba6f263aae7/suche/trefferliste.phpm abgerufen am 02. 07.04, 12.21 Uhr

- http://www.xipolis.net/27a3b350d3db566d132368da837b4a5e6/suche/artikel.php?shortname=b1&artikel_id=30024000, abgerufen am 02.07.04, 12.35 Uhr

- http://www.wissen.de/xt/default.do?MENUNAME= Suche& SEARCHTYPE =topic&query=landwirtschaft, abgerufen am 02.07.04, 12.38 Uhr

- http://www.lebensministerium.at/home/, abgerufen am 18.08.04, 10.04 Uhr

10 Anhang

10.1 Agrarische Medien in Österreich

In Österreich erscheinen laut Josef Siffert folgende Agrarmedien in Printform (in alphabetischer Reihenfolge):

Agrarmedium	**Erscheinungs-intervall**
Agra-Europe CR: Dr. Gerhard Poschacher Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft 1010 Wien, Ada-Christen-Gasse/G/10	monatlich
Agrar Post CR Dr. Bruno Müller GesmbH Agrar-Post-Verlag- 2103 Langenzersdorf, Schulstraße 80	wöchentlich
AgroBonus Österreichischer Agrarverlag CR Ing. Franz Gebhart, CR DI Gabriele Luttenberger 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49A	monatlich

Agrarische Rundschau Österreichischer Agrarverlag Ökosoziales Forum Österreich CR Dkfm. Ernst Scheiber 1010 Wien, Franz-Josefs-Kai 13	6x jährlich
Agrostärke Fachblatt für den Stärke-Kartoffelbau CR Johannes Koprivnikar 1020 Wien, Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Platz 1	vierteljährlich
Agrozucker Fachblatt der Zuckerwirtschaft Österreichs CR Johannes Koprivnikar 1020 Wien, Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Platz 1	vierteljährlich
AIZ-Pressedienst Agrarisches Informationszentrum CR Christian Posekany 1014 Wien, Bankgasse 1/II	Internet
Allgemeine Bauernzeitung Kärntner Bauernbund CR Dir. Ing. Martin Steiner 9020 Klagenfurt, 8.-Mai-Straße 47	monatlich

Appetit auf Österreich Informationen der Agrarmarkt Austria CR Christoph Edelmann 1201 Wien, Dresdner Straße 38-40	vierteljährlich
BankTechnik Österreichischer Agrarverlag CR Kurt Quendler 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	10x jährlich
Besseres Obst Österreichischer Agrarverlag CR Ing. Rainer-Michael Lang 8020 Graz, Lazarettgürtel 76	11x jährlich
Bienenvater Fachblatt des österreichischen Imkerverbundes Österreichischer Imkerbund CR Hans Vockenhuber 1010 Wien, Georg-Coch-Platz 3/11a	11x jährlich
Bienenwelt Fachzeitschrift für den Imker Leopold-Stocker-Verlag CR Simon Stolz 8011 Graz, Hofgasse 5	11x jährlich

Blick ins Land SPV Printmedien GesmbH CR Klaus Orthaber 1030 Wien, Grimmelshausengasse 1	monatlich
Burgenländischer Agrarkurier Burgenländischer Bauernbund CR Wolfgang Kostenwein 7000 Eisenstadt, Julius-Raab-Straße	monatlich
Das Schrifttum der Agrarwirtschaft Bundesanstalt für Agrarwirtschaft CR DI Werner Pevetz 1133 Wien, Schweizertalstraße 36	6x jährlich
Der Alm- und Bergbauer Österreichische Arbeitsgemeinschaft für Alm und Weide CR DI Dieter Putz 6020 Innsbruck, Michael-Gaismayr-Straße 1	monatlich
Der Bauer Mitteilungsblatt der oberösterreichischen Landwirtschafts-kammer Oberösterreichische Landwirtschaftskammer CR DI Heinz Kriechbaumer 4021 Linz, Auf der Gugl 3	wöchentlich

Der Förderungsdienst Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft CR Hofrat Ing. Erik Malischnig 1010 Wien, Stubenring 1	monatlich
Der fortschrittliche Landwirt CR Prof. Ing. Anton Stock 8011 Graz, Hofgasse 5	monatlich
Der Landarbeiter Organ des Tiroler Land- und Forstarbeiterbundes mit den Mitteilungen der Landarbeiterkammer für Tirol Tiroler Land- und Forstarbeiterbund CR Dr. Wolfgang Schwaiger 6020 Innsbruck, Brixner Straße 1	8x jährlich
Der Land- und **Forstarbeiterbrief** Mitteilungsblatt des Oberösterreichischen Land- und Forstarbeiterbundes CR Alois Haslehner 4020 Linz, Obere Donaulände 7	vierteljährlich
Der Mostviertler Monatliche Lagerhaus—und Molkerei-Zeitung Mostviertler Landwirtschaftlicher Informationsverein Amstetten CR Ing. Engelbert Aigner 3300 Amstetten, Eggersdorfer Straße 51	monatlich

Der österreichische Bauernbündler Niederösterreichischer Bauernbund CR Prof. Ing. Paul Gruber 1014 Wien, Schenkenstraße 2	wöchentlich
Der Pflanzenarzt Österreichischer Agrarverlag CR DI Gabriele Luttenberger 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	8x jährlich
Der Winzer Österreichischer Agrarverlag CR DI Josef Glatt 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	monatlich
Der Bergbauer Österreichische Bergbauernvereinigung CR Isolde Sulzenbacher 1150 Wien, Herklotzgasse 7/21	8 x jährlich
Die Information Wiener Landwirtschaftskammer CR Kammeramtsdirektor Ing. Robert Fitzthum 1060 Wien, Gumpendorfer Straße 15	monatlich

Die Landwirtschaft Österreichischer Agrarverlag CR Prof. Mag. Gerd Rittenauer 1014 Wien, Löwelstraße 16	monatlich
Ernte Zeitschrift für Ökologie und Landwirtschaft Ernte für das Leben Österreich CR DI Sabine Eigenschink 4020 Linz, Europaplatz 4	monatlich
Fleckviehzucht in Österreich Leopold-Stocker-Verlag CR DI Wilfried Wintschnig 8011 Graz, Hofgasse 5	vierteljährlich
Gärtner + Florist Österreichischer Agrarverlag CR Ulrich Schierleitner 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	14-tägig
Garten-Haus Österreichischer Agrarverlag CR Ing. Elke Papouschek 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	8x jährlich

Grünes Tirol Tiroler Landesverband für Gartenbau und Landschaftspflege CR Manfred Putz 6020 Innsbruck, Brixner Straße 1	6x jährlich
Holzdesign Österreichischer Agrarverlag CR Mag. Gertraud Unger 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	monatlich
Holz Kurier Österreichischer Agrarverlag CR DI Dr. Rainer Eder 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	wöchentlich
IDK Österreichischer Bauernbund CR Mag. DI DDr. Alois Leidwein 1040 Wien, Brucknerstraße 6	10x jährlich
Kärntner Bauer Die Wochenzeitschrift der Kammer für Land- und Forstwirtschaft in Kärnten Kammer für Land- und Forstwirtschaft in Kärnten CR DI Rudolf Fritzer 9010 Klagenfurt, Museumsgasse 5	wöchentlich

Land- und Forstwirtschaft heute Mitteilungsblatt der steiermärkischen Landarbeiterkammer Steiermärkische Landarbeiterkammer CR A. Grimm 8010 Graz, Raubergasse 20	6x jährlich
Landjugend Österreichische Landjugend Bundeslandspezifisch	6x jährlich
Landwirtschaftliche Mitteilungen Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft Steiermark CR DI Helmut Pieber 8011 Graz, Hamerlinggasse 3	14-tägig
Landmaschinen-Handwerk und –Handel Offizielles Organ der Bundesberufsgruppen des Landmaschinenhandels und Landmaschinenhandwerks Österreichs Verlag Lorenz, 1010 Wien, Ebendorferstraße 10	monatlich
Landwirtschaftliches Tagebuch Helgu-Verlag 8020 Graz, Sigmundstadl 9	monatlich
Marktbericht Österreichischer Agrarverlag CR DI Gerhard Kneissl 3400 Klosterneuburg, Inkustraße 1-7	wöchentlich

Marktbericht: Geflügel und Eier Agrarmarkt Austria 1201 Wien, Dresdner Straße 70	wöchentlich
Marktbericht: Getreide und Ölsaaten Agrarmarkt Austria 1201 Wien, Dresdner Straße 70	monatlich
Marktbericht: Milch und Milchprodukte Agrarmarkt Austria 1201 Wien, Dresdner Straße 7	14-tägig
Marktbericht: Obst und Gemüse Agrarmarkt Austria 1201 Wien, Dresdner Straße 70	wöchentlich
Marktbericht: Vieh und Fleisch Agrarmarkt Austria 1201 Wien, Dresdner Straße 70	wöchentlich
Milchwirtschaftliche Berichte Verein zur Förderung der österreichischen Milchwirtschaft CR DI Martin Rogenhofer 3261 Steinakirchen am Forst, Wolfpassing 1	unregelmäßig
Mitteilungen der oberösterreichischen SPÖ-Bauern CR Hans Eichinger 4020 Linz, Landstraße 36	vierteljährlich

Mitteilungen Klosterneuburg Rebe und Wein, Obstbau und Früchteverwertung Höhere Bundeslehranstalt und Bundesamt für Wein- und Obstbau 3400 Klosterneuburg, Wiener Straße 74	vierteljährlich
Mitteilungsblatt der Burgenländischen Landwirtschafts-kammer Burgenländische Landwirtschaftskammer CR DI Rainer Wildt 7001 Eisenstadt, Esterhàzystraße 15	14-tägig
Monatsberichte über die österreichische Landwirtschaft Bundesanstalt für Agrarwirtschaft CR DI Werner Pevetz 1133 Wien, Schweitzertalstraße 36	monatlich
Neues Land Steirischer Bauernbund CR Mag. Hans Prutzer 8011 Graz, Reitschulengasse 3/1	wöchentlich
Ökoenergie Universität für Bodenkultur Wien, Ökosoziales Forum Ös-terreich CR Dkfm. Ernst Scheiber 1010 Wien, Franz-Josefs-Kai 13	4-6x jährlich

Österreichische Forstzeitung Die Zeitung für Wald, Forstwirtschaft und Landschaft Österreichischer Agrarverlag CR FM DI Dr. Herbert Tiefenbacher, DI Christian Lackner 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	monatlich
Österreichische Milch & Lebensmittel Wirtschaft Österreichischer Agrarverlag CR Ing. Franz Gebhart 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	monatlich
Österreichische Wasser- und Abfallwirtschaft Springer Verlag 1201 Wien, Sachsenplatz 4-6, Postfach 89	monatlich
Österreichisches Raiffeisenblatt Österreichischer Agarverlag CR Dr. Andreas Pangl 1030 Wien, Am Stadtpark 9	11x jährlich
Palette Österreichischer Agrarverlag 2335 Leopoldsdorf bei Wien, Achauer Straße 49 A	monatlich
Partner Unabhängiges Nachrichtenmagazin für die Landwirtschaft Partner Zeitungsverlags GesmbH 8430 Leibnitz, Grazer Gasse 11	monatlich

Pflanzenschutzberichte Wissenschaftliches Publikationsorgan des Institutes für Phytomedizin am Bundesamt und Forschungszentrum für Landwirtschaft CR Dr. Gerhard Bedlan 1226 Wien, Spargelfeldstraße 191	8x jährlich
Raiffeisenzeitung Österreichischer Raiffeisenverband CR Kurt Ceipek 1020 Wien, Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Platz 1	wöchentlich
Rotholzer Absolvent Zeitung des Rotholzer Absolventenvereins Rotholzer Absolventenverein, Landwirtschaftliche Landes- lehranstalt Rotholz CR Fl. Ing. Peter Grünbichler 6200 Jenbach, Rotholz	vierteljährlich
Salzburger Bauer Kammer für Land- und Forstwirtschaft Salzburg CR Josef Standl 5024 Salzburg. Schwarzstraße 19	wöchentlich

Schafe aktuell Fachzeitschrift für Schafzüchter und Schafhalter ARGE Schafzuchtverbände Österreichs, BAL Gumpenstein CR Dr. Ferdinand Ringdorfer 8952 Irdning	vierteljährlich
St. Hubertus CR Prof. Mag. Rainer M. Wernisch 1120 Wien, Schlöglgasse 36	monatlich
Sunnseit’n Zeitschrift für bäuerliche Vermieter/innen Bundesverband Urlaub am Bauernhof CR Mag. Hans Embacher 5020 Salzburg, Gabelsbergerstraße 19	vierteljährlich
Tiroler Bauernzeitung Tiroler Bauernbund CR Ing. Georg Keuschnigg 6020 Innsbruck, Brixner Straße 1	wöchentlich
Tiroler landwirtschaftliche Blätter Landwirtschaftskammer für Tirol CR Dr. Eugen Stark 6021 Innsbruck, Brixner Straße 1	wöchentlich

Top Agrar CR DI Torsten Altmann 2340 Mödling, Enzersdorfer Straße 6	monatlich
Unser Land Verein „Unser Lagerhaus“ CR Ing. Herbert Steinwender 1010 Wien, Wienerbergstraße 3	10x jährlich
Unser Ländle Landwirtschaftskammer für Vorarlberg CR Bernhard Ammann 6901 Bregenz, Montfortstraße 9-11	wöchentlich
VÖS Magazin Fach- und Mitteilungsblatt des Verbandes österreichischer Schweineerzeuger Verband österreichischer Schweineerzeuger CR Dr. Peter Knapp 1200 Wien, Dresdner Straße 38-40	vierteljährlich

(vgl. Siffert, 1999, S 74-91)

Anmerkung: Diese Liste wurde mit besten Wissen und Gewissen erhoben. Die Vollständigkeit kann jedoch nicht garantiert werden.

10.2 Experteninterview

Transkription des Experteninterview mit CR des „Salzburger Bauer“ Josef Standl am 24.08.04

Von wo kommen die Informationen her (Nachrichtenagenturen …)?

Lebenslauf

Name: Erika Friesinger

Geburtsdaten: 01. Dezember 1970

Familienstand: ledig

Bildungsweg:

1977 – 1981 Volksschule Unternberg

1981 – 1985 Hauptschule Tamsweg

1985 – 1986 Haushaltungsschule St.-Augustin St. Margarethen

Ausbildung:

1986 – 1988 Kochlehre im Gasthof Blasiwirt, St. Michael und Gasthof Römerhof, Fusch/Glstr. (Abbruch aus gesundheitlichen Gründen)

1988 – 1991 Verkaufsgehilfin, Sparmarkt Gassner, Grödig

1991 – 1993 Ausbildung zur Bürokauffrau im BBRZ Linz, Lehr-abschlusssprüfung am 20. September 1993

1993 – 1994 Ausbildung zur Speditionskauffrau im BBRZ Linz, Lehrabschlussprüfung am 04. März 1994

Seit 05. April 1994 Angestellte der Kammer für Land- und Forstwirtschaft in Salzburg

17. Mai 1999 Abschluss der Berufsreifeprüfung am WIFI Salzburg