

II-5857 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVIII. Gesetzgebungsperiode

BUNDESMINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT UND FORSCHUNG

B M
W F

MINORITENPLATZ 5
A-1014 WIEN

TELEFON
(0222) 531 20-0

DVR 0000 175

GZ 10.001/69-Parl/92

Herrn Präsidenten
des Nationalrates
Dr. Heinz FISCHER
Parlament
1017 Wien

Wien, 11. Mai 1992

2612/AB

1992 -05- 11

ZU 2632 U

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 2632/J-NR/1992, betreffend Forschungsprojekt "Österreichische Zeitungslandschaft", die die Abgeordneten Ing. MEISCHBERGER und Genossen am 12. März 1992 an mich gerichtet haben, beehre ich mich wie folgt zu beantworten:

Bereits am 30. April 1991 wurde den Klubobleuten der vier Nationalratsfraktionen in Anbetracht der Bedeutung der Medienvielfalt und -unabhängigkeit für die Demokratie und Kulturentwicklung Österreichs vom wissenschaftlichen Leiter des Forschungsprogramms, Univ.Prof. Dr. Peter A. Bruck, eine ausführliche Information über das gegenständliche Forschungsprogramm "Ökonomie und Zukunft der Printmedien" samt Anlagen übermittelt. Am 7. Oktober 1991 wurden darüberhinaus auch alle Nationalratsabgeordneten und alle Mitglieder des Bundesrates vom Obgenannten über das Forschungsprogramm informiert, da die Thematik nicht nur wirtschaftlich für die Zeitungsbranche sondern auch für die politische und kulturelle Identität Österreichs in Zukunft von großer Bedeutung ist.

1. Wann wurde das Forschungsprojekt "Österreichische Zeitungslandschaft" gestartet ?

- 2 -

Antwort:

Im April 1990 wurde ein Forschungsauftrag mit den Themen "Rahmenprogramm für ein österreichisches Medienforschungskonzept mit dem Schwerpunkt: Tages- und Wochenpresse" an Herrn Dr. Georg Erdmann, Eidgenössische Technische Hochschule Zürich, erteilt. (Kosten: 200.000,- öS)

Auf dieser Grundlage wurde systematisch ein Forschungsprogramm mit dem Titel "Ökonomie und Zukunft der Printmedien - ein Forschungskonzept zur international vergleichenden Analyse der österreichischen Presse" erarbeitet, das ich am 14. September 1990 im Rahmen einer Pressekonferenz im Presseclub Concordia in Wien vorgestellt habe.

Das Forschungsprogramm hat einen Zeithorizont von etwas über drei Jahren, wobei das handlungsbezogene Forschungswissen zum frühestmöglichen Zeitpunkt Unternehmen und Politik zur Verfügung stehen soll. Der Budgetrahmen beträgt 12,8 Mio. öS.

13 Teilprojekte sind im Spätherbst 1990 ausgeschrieben worden. Das Forschungsprogramm geht von einem interdisziplinären Ansatz aus und verlangt, internationale Erfahrungen und ausländische Studien in bestimmten Kernvergleichsländern (Schweiz, Schweden, Deutschland, Österreich) zu berücksichtigen. Die Forschungsergebnisse sollen praxisrelevant und praktisch umsetzbar sein. Die Abwicklung des Forschungsprogramms wird in zwei Phasen durchgeführt.

Zunächst die Erarbeitung der Teilprojekte unter den Hauptgruppen

1. Datenbasis
2. Verlagsmanagement
3. Medienpolitik.

Auf der Basis dieser ersten Phase werden ab Mai 1992 eine kritische Zusammenschau der einzelnen Teilprojekte und eine Auswertung zur Umsetzung und Verwertung der Ergebnisse im

- 3 -

Zusammenwirken mit den Bedarfsträgern insbesondere in der Wirtschaft, aber auch in Politik und Verwaltung, sowie Forschung und Lehre erfolgen.

2. Unter welcher wissenschaftlichen Leitung steht es und welche in- und ausländischen Forschungseinrichtungen, Universitätsinstitute und Wissenschaftler sind an diesem Forschungsprojekt beteiligt ?

Antwort:

Das Forschungsprogramm steht unter der wissenschaftlichen Projektleitung von Univ.-Prof. Dr. Peter A. Bruck, Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.

Ein sachkundiger Beirat begleitet das Forschungsprogramm in regelmäßigen Abständen (bisher zehn Sitzungen) und spricht Empfehlungen aus.

Auftragnehmer für Teilprojekte sind universitäre und außeruniversitäre Einrichtungen. Darunter sind vier Forscherteams aus der Bundesrepublik Deutschland und eines aus der Schweiz. Eine Liste der Forschungsauftragsnehmer ist in der Anlage angeschlossen (Beilage 1).

3. Welche Forschungsschwerpunkte werden bzw. wurden im einzelnen erforscht ?

Antwort:

Es wurden 16 Forschungsaufträge zu folgenden Themenkreisen vergeben:

- I. Datenbasis
 - a) Pressestatistik/Datenkoordination
 - b) Datenerhebung/Datensicherung

II. Verlagsmanagement**II.1 Produktstrategien und Marktnischenpolitik****II.2 Werbemarkt****II.3 Zeitungsvertrieb****II.4 Entscheidungsstrukturen****II.5 Investition und Finanzierung**

a) Finanzierung

b) Innovation und Investition

II.6 Marktasymmetrie und Industrieökonomie**II.7 Kommunikationsstrategien**

a) Quantitative Aspekte

b) Qualitative Aspekte

III. Medienpolitik**III.1 Medien- und Kartellrecht**

a) Vergleichende Systematik

b) Steuerungs- und Wirkungsmodelle

III.2 Steuerrecht**III.3 Presseförderung****III.4 Postleistungen****III.5 Arbeits- und Vertragsrecht****4. Ist das Forschungsprojekt bereits abgeschlossen bzw. wann wird es abgeschlossen ?****Antwort:**

Die Endberichte zu den meisten Teilprojekten sind im Mai 1992 zu erwarten. Einige wenige Teilprojekte konnten erst später als beabsichtigt vergeben werden, da die Ausschreibung zunächst kein Anbot der geforderten Qualität erbracht hat. In diesen Fällen ist mit den Endberichten erst im Herbst 1992 zu rechnen. Die zweite Phase beginnt im Mai 1992 und dient der Evaluation der vorliegenden Teilprojekt-Endberichte, sowie verschiedenen

- 5 -

Publikationen und veranstalterischen Umsetzungen. Dafür sind Symposien, Fachdiskussionen und Workshops sowie eine Buchreihe vorgesehen.

Das Ende dieser Phase und damit des gesamten Forschungsprogramms ist für November 1993 vorgesehen.

5. Welches Forschungsergebnis liegt im einzelnen vor ?

Antwort:

Je Teilprojekt liegen zwei Zwischenberichte vor, die in gemeinsamen Workshops unter den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftern diskutiert wurden und werden.

Die wesentlichen Ergebnisse der Teilprojekte sollen über den Sommer 1992 zusammengefaßt und dann im Interesse maximaler Aktualität in einem Taschenbuch schon im Frühherbst 1992 erscheinen.

6. Welche Kosten verursacht das Forschungsprojekt und wer trägt außer dem Bund diese Kosten ?

Antwort:

Die Kosten belaufen sich auf maximal 12,8 Mio. öS.

Die genaue Höhe kann derzeit noch nicht festgestellt werden, da die Werkverträge nicht auf Basis von Pauschalhonoraren sondern jeweils gegen detaillierte Abrechnung abgeschlossen wurden.

Die Kosten für den Forschungsauftrag, die der Bund trägt, sind im Hinblick auf die Größenordnungen der Presseförderung, die in der Zuständigkeit des Bundeskanzleramts liegt, relativ klein.

Außerdem ist hievon eine signifikante Verbesserung der Wirtschaftlichkeit der österreichischen Printmedienszene zu erwarten.

- 6 -

7. Wurden bzw. werden auch zu anderen Teilbereichen der österreichischen Medienlandschaft Forschungsprojekte vergeben und wenn ja, welche Aspekte ergeben sich bei diesen unter Zugrundelegung des Fragenkatalogs 1. bis 6. ?

Antwort:

Insbesondere ist der Forschungsauftrag "Die kulturelle Dimension der elektronischen Medien in Österreich, unter Berücksichtigung ihrer rechtlichen, organisatorischen und wirtschaftlichen Grundlagen" zu nennen.

Zu Frage 1: Dieser Auftrag wurde im Juni 1991 von mir vergeben. Er geht auf ein Projekt im Rahmen der "Weltdekade für kulturelle Entwicklung" zurück, das von der UNESCO gemeinsam mit der Österreichischen UNESCO-Kommission und MEDIACULT organisiert wurde (Projekt 318 "The cultural impact of media policies in the european region"). Das erste Meeting dazu fand in Wien im März 1990 statt.

Zu Frage 2: Das Projekt steht unter der Leitung von O. Hochschulprof. Dr. Irmgard Bontinck. Es wird mit dem Phonogrammarchiv der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, dem ORF und den Universitätsinstituten für Publizistik und Kommunikationswissenschaft in Wien und Salzburg sowie dem Institut für Musiksoziologie der Hochschule für Musik und darstellende Kunst in Wien kooperiert.

Zu Frage 3: An Forschungsschwerpunkten sind zu nennen:

- Der Zusammenhang zwischen den Konzepten der Kulturpolitik und Medienpolitik in Österreich.
- Gesetzliche Regelungen, die spezifische nationale Situationen erkennen lassen.

- 7 -

- Die Bedeutung der elektronischen Medien und der Medienpolitik für den Kulturmarkt, die Kulturindustrie und die Position der Kulturschaffenden.
- Das Verhältnis der Medien zu den Bemühungen um kulturelle Demokratie, verstärkte Teilnahme am kulturellen Leben und um die Wahrung der kulturellen Identität Österreichs (unter Einschluß der Identität der Minderheiten).
- Internationale Kooperation auf dem Gebiet der Medienpolitik oder Medienwirtschaft und deren Konsequenzen.

Zu Frage 4: Dieses Forschungsprojekt soll April 1993 abgeschlossen sein.

Zu Frage 5: Ein Zwischenbericht liegt vor, der in der Beilage angeschlossen ist (Beilage 2).

Zu Frage 6: Der Forschungsauftrag ist mit maximal 475.000,- öS kalkuliert, die der Bund trägt.

Beilagen

Der Bundesminister:



Beilage 1

FORSCHUNGSPROGRAMM "ÖKONOMIE UND ZUKUNFT DER PRINTMEDIEN" (Forschungsaufträge) Kostenaufstellung 10.4.92:

THEMA	AUFTRAGNEHMER	max. Betrag ÖS
I. DATENBASIS		
I.a) Pressestatistik/Datenkoordination/	Inst. f. Publizistik u. Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg	690.000,--
I.b) Datenerhebung/Datensicherung	Mag. Dr. Michael KLINGER, Wirtschaftstreuhand, Salzburg	378.720,--
II. VERLAGSMANAGEMENT		
II.1 Produktstrategien und Marktnischenpolitik	Arbeitsgr. f. Kommunikationsforschung & -beratung (AGK), Zürich/ Schweiz	856.400,--
II.2 Werbemarkt	MMO-Media & Market Observer, Dkfm.F.GIRISCH KG, Wien	699.996,--
II.3 Zeitungsvertrieb	Dr. Erich GERETSCHLAEGER, Wien Mag. Anton LEINSCHITZ, Graz	929.500,--
II.4 Entscheidungsstrukturen	Dr.habil. Irene NEVERLA, Univ. München/BRD	673.798,--
II.5 Investition und Finanzierung		
II.5a) Finanzierung	DDr. Willibald GIRKINGER, Molln/OÖ	588.000,--
II.5b) Innovation u. Investition	Forschungsgruppe Journalistik, Münster/BRD (Altmeppen, Löffelholz, Scholl, Weischenberg)	913.770,--
II.6 Marktasymmetrie und Industrieökonomie	Univ.-Doz. Dr. Karl AIGINGER, Wien	408.000,--
II.7 Kommunikationsstrategien		
II.7a) Quantitative Aspekte	MMO-Media & Market Observer, Dkfm.F.GIRISCH KG, Wien	480.000,--
II.7b) Qualitative Aspekte	Kommunikationsstrategien Ges.n.b.R., Wien	245.000,--

III. MEDIENPOLITIK

III.1 Medien- und Kartellrecht

III.1a) Vergleichende Systematik Dr. Harald E. TRETTEBREIN, Klagenfurt 375.840,--

III.1b) Steuerungs- und Wirkungsmodelle Arbeitsgemeinschaft Prof. Dr. KOPPER & MCT 951.480,--
Dortmund/BRD

III.2 Steuerrecht -

III.3 Presseförderung Prof. Dr. Christina HOLTZ-BACHA, Bochum/BRD 447.020,--

III.4 Postleistungen wie oben II.3 -

III.5 Arbeits- und Vertragsrecht Dr. Rudolf MOSLER, Salzburg,
Mag. Dr. Edith WEINMEIER, Wien 225.000,--

Forschungsorganisation und -management
des Rahmensprogramms zur international
vergleichenden Analyse der österreichi-
schen Presse
Teil I und II

Institut für Publizistik und Kommunikations-
wissenschaft der Universität Salzburg,
Univ.-Prof. Dr. Peter A. BRUCK

max. 3,932.000,--

Gesamtsumme: max. 12,794.524,--

=====

Beilage 2

**BUNDESMINISTERIUM
FÜR WISSENSCHAFT UND FORSCHUNG**

**K U R Z -
Z W I S C H E N B E R I C H T
N o 1**

GESCHÄFTSZAHL 610 34/3-27/91

DATUM 1992 04 02

VOLLER TITEL DES PROJEKTES Die kulturelle Dimension der elektronischen Medien in Österreich, unter Berücksichtigung ihrer rechtlichen, organisatorischen und wirtschaftlichen Grundlagen

ARBEITSTITEL KULTUR UND ELEKTRONISCHE MEDIEN

AUFTRAGNEHMER MEDIACULT
Metternichgasse 12
1030 Wien

PROJEKTLEITER o.Prof.Dr.Irmgard Bontinck

ANZAHL DER MITARBEITER 4

PROJEKTDAUER (in Monaten) 18

KOSTENANTEIL DES BMWF ö.S.395.000.--

BERICHT Der vorliegende Zwischenbericht informiert:

- a) über Problemstellung und Methode nach dem Verständnis d.Projektteams;
- b) über Daten zur Medienlandschaft, Medienpolitik und Kulturpolitik;
- c) über d.vorläufigen Plan der Gliederung des Enderberichtes:
Medienpolitik in Österreich - Grundlagen
Kulturelle Auswirkungen der Medienpolitik
Medien, Kultur, Marktwirtschaft
Kulturschaffende in der Mediamorphose
Medien und Urheberrecht
Kleinstaat in der internationalen Medienwelt
Empfehlungen

A) PROBLEMSTELLUNG UND METHODE

Gegenstand des Projektes ist die Klärung der Frage, welchen Einfluß Maßnahmen der Medienpolitik auf die Kultur im gegenwärtigen Zeitpunkt in Österreich haben.

Es erweist sich als vorteilhaft, den im Titel des Projekts verwendeten Begriff "Kultur" einzuengen auf den Begriff

Kulturelle Kommunikation

Diese wird für die Zwecke des Projektes pragmatisch definiert als

jegliche Kommunikation, die nicht ausschließlich und/oder unmittelbar auf die Zwecke der institutionalisierten Produktion oder der institutionalisierten Ausbildung abgestellt ist. (Vgl. Council of Europe 1990,6)

Medien

Das Wort "Medien" bezieht sich in dem vorliegenden Bericht auf die elektronischen Medien (Radio, Fernsehen, Tonträger, Tonbildträger) und überdies auf den Film. Die Entscheidung, auch den Film in die Untersuchung einzubeziehen, ergab sich aus der Tatsache, daß die Kommunikation von Filmprogrammen in hohem Maße durch elektronische Medien (z.B. Fernsehen und Videokassetten) erfolgt.

Medienpolitik

Unter "Medienpolitik" werden alle staatlichen Maßnahmen verstanden, die den Bereich der genannten Medien berühren. Der Begriff "Medienpolitik" wird nicht auf jene staatliche Maßnahmen eingeschränkt, die ausdrücklich als medienpolitisch bezeichnet werden, sondern umfasst auch Maßnahmen in anderen Bereichen (z.B. Kunstpolitik, Kulturpolitik, Urheberrecht, Abgabenrecht), soweit diese das Verhältnis von Medien und kultureller Kommunikation beeinflussen.

Zur Medienpolitik in diesem Sinne gehören Gesetze, Verordnungen, Förderungsmaßnahmen usw. in bezug auf:

- die Errichtung und den Betrieb von Rundfunkanstalten einschließlich Kabel- und Satellitenunternehmen;
- den Empfang von Rundfunksendungen (z.B. Gebührenpflicht);
- die abgabenrechtlichen Vorschriften, welche mit der Nutzung von Rundfunksendungen verknüpft sind ("Kulturschilling");
- die Werbung im Rundfunkprogramm (Werbezeiten, Inhalte, Einnahmen);
- die Produktion von Ton- und Tonbildprogrammen, die für den Einsatz im Rundfunk bestimmt sind und/oder auf Ton- und Tonbildträgern in den Handel gelangen;
- die Förderung der Produktion solcher Programme und deren rechtliche Grundlagen (z.B. Filmförderung oder Förderung von Schallplattenproduktionen);
- die Bestimmungen des Urheberrechts, soweit diese sich nicht unmittelbar oder ausschließlich auf die Rechte der Urheber beziehen, sondern auch

allgemeinere kulturelle Ziele verfolgen (z.B. Abgaben für Leerkassetten);

- die Distribution von bespielten und unbespielten Ton- und Tonbildträgern;

Die Untersuchung geht von der Arbeitshypothese aus, daß das Schicksal der kulturellen Kommunikation des Landes in steigendem Maße durch die Wirksamkeit der (elektronischen) Medien bestimmt wird. Die Verwendung des Begriffs "Kulturindustrie" markiert diese am Ende unseres Jahrhunderts vorherrschende Tendenz. Rudolf Scholten, der österreichische Bundesminister für Unterricht und Kunst, unterstreicht die Bedeutung dieses Trends, indem er sagt:

Die Unternehmen, die Marcuse, Horkheimer und Adorno vor einigen Jahrzehnten als Kulturindustrien untersucht haben, waren im Vergleich zu den Möglichkeiten der Gegenwart kleine und bescheidene Manufakturen.

Dieser Satz findet sich in einer rezenten Untersuchung über die Probleme der Kulturförderung in Österreich (Strouhal 1991, 5). Er könnte als Motto für eine Denkrichtung angesehen werden, die den Einfluss der Medien auf die kulturelle Kommunikation dingfest macht. Diese Denkweise, die sich von der Auffassung der vormedialen unterscheidet, hat sich jedoch noch keineswegs allgemein durchgesetzt. Die mehr als 100 Seiten starke Publikation, der der zitierte Leitsatz des Ministers entnommen ist, behandelt die kulturelle Rolle der Medien nur in einem einzigen von zwölf Beiträgen. Der Verfasser dieses Beitrags

räumt der von ihm so genannten Medienkultur ihren Platz ein und kommt zu dem Schluss:

Aspekte der Massen- und Medienkultur werden überhaupt aus dem Handlungsbereich der aktuell praktizierten Kulturpolitik ausgeklammert, zum Teil aus einem Ohnmachtsgefühl heraus, zum Teil aus eben dem (ökonomisch) eingengten kulturpolitischen Verständnis heraus, in dessen Zuge Kulturpolitik zunehmend auf Förderungspolitik reduziert wird... (Smudits 1991, 61)

Das hier zu behandelnde Projekt bietet die Chance, der realen Verflechtung von kultureller Kommunikation einerseits und Medienrealität andererseits Rechnung zu tragen und die begriffliche Trennung von Kulturpolitik und Medienpolitik zu revidieren oder gar zu überwinden. Ansätze hiezu finden sich in Untersuchungen, die darauf abzielen, die Rolle der Medien zu analysieren und der Veränderung der kulturellen Kommunikation durch die Medien nachzuspüren. Diese "Mediamorphose" der Kultur, wie sie genannt worden ist (Blaukopf 1989), bildet einen Gegenstand der Untersuchung. Ihn ins Auge zu fassen, ist nicht leicht, denn

gerade in kulturellen Kreisen hat sich eine große Skepsis und teilweise Ablehnung den elektronischen Medien gegenüber entwickelt. (Oppenheim 1990, 39)

Ein prominentes Beispiel für solch grundsätzliche Ablehnung der Medienkultur lieferte Paul Watzlawik in seiner Eröffnungsrede beim internationalen PEN-Kongreß in Wien 1991, in der er dem Fernsehen die Schuld an der "Gleichschaltung und Verflachung des Denkens" zuwies. Der

Generalintendant des Österreichischen Rundfunks (ORF) ist dieser "bildungsbürgerlichen" Diagnose in seinem Referat bei den Linzer Mediengesprächen 1991 entgegengetreten und hat ihr eine andersartige Perspektive gegenübergestellt:

Vermutlich ist die Prognose nicht sehr gewagt, daß ein beträchtlicher Teil der Kunst von morgen audiovisuell sein wird. Das mag man befürworten oder nicht, wir werden es nicht entscheiden. (Bacher 1991, 7)

Auch wenn man dieser Prognose die Zustimmung versagt, wird man nicht übersehen können, daß die Steuerung der kulturellen Kommunikation insgesamt durch die Medien immer intensiver wird. Daraus ergibt sich die Bedeutung dessen, was als kulturelle Dimension der Medienpolitik bezeichnet werden kann.

B) ASPEKTE DER ÖSTERREICHISCHEN SITUATION

Die kulturelle Dimension der Medienpolitik

Diese Dimension ist abzulesen an folgenden Faktoren:

- a) der Rolle der Medien im Freizeitbudget der Bevölkerung;
- b) dem im Gesetz verankerten "kulturellen Auftrag" des Österreichischen Rundfunks (ORF), der sich in einer Anzahl von kulturellen Programmen widerspiegelt;
- c) der Widmung von Einnahmen des ORF für kulturelle Zwecke, die über die Erstellung von Programmen hinausgehen;
- d) dem Zusammenwirken des ORF und anderer Medienunternehmen mit Institutionen der "live" Kultur, insbesondere auf dem Gebiet der Aufführungskünste.

Die Rolle des ORF im Bereich der kulturellen Kommunikation ist schließlich auch abzulesen an dessen ökonomischer Bedeutung für die Kulturschaffenden des Landes. Als größtes Medienunternehmen Österreichs beschäftigt der ORF rund 3.200 Angestellte und etwa 10.000 ständige und gelegentliche freie Mitarbeiter. (Vgl. Podgorski 1988). Die Funktion, die dem ORF in der kulturellen Kommunikation zukommt, kann auch ökonomisch dingfest gemacht werden. Die Bruttobilanzsumme des ORF betrug 1988 rund 14 Milliarden öst. Schilling. Mit den ihm zur Verfügung stehenden Mitteln bestreitet der ORF nicht nur seine Programme, die zu einem erheblichen Teil als "kulturell" oder "künstlerisch" angesehen werden können, sondern macht auch Aufwendungen für das, was als

"kulturelles Gemeinwohl" bezeichnet worden ist. Dazu gehören u.a. die Beiträge zum Unternehmen 3SAT, die Zahlungen an den Filmförderungsfonds und die Aufwendungen für ein eigenes Orchester. In dieser Hinsicht geht der ORF sogar über seine gesetzliche Verpflichtung hinaus:

Für das ORF-Symphonieorchester wenden wir pro Jahr rund 100 Millionen Schilling auf. Rundfunkgesetzlich sind wir dazu nicht verpflichtet, wir können Musikproduktionen sehr viel billiger auf dem freien Markt einkaufen. (Podgorski 1988, 23)

Der ORF versteht sich, wie dieses Beispiel zeigt, auch als Institution, die marktwirtschaftliches Denken durch Korrekturen zum Vorteil der Kultur ergänzt.

Medienkonsum

Die wachsende Rolle der elektronischen Medien im Bereich der kulturellen Kommunikation kann aus der Analyse von Zeitbudgets und aus Umfrageergebnissen abgelesen werden. Eine zusammenfassende Untersuchung für die Periode 1955 bis 1985 wurde in den Niederlanden durchgeführt. Diese Studie kommt zu dem Schluß, daß im Verlauf dieser dreißig Jahre die Zeit, die die Bevölkerung den elektronischen Medien widmet, sich um etwa 250 Prozent erhöht hat. (Knulst 1989, 261)

Die durch diese Wachstumsrate verursachte Veränderung des "Lebensstils" wird zumeist in erster Linie dem Fernsehen zugeschrieben. Im Rahmen unseres Projektes ist jedoch zu

prüfen, inwieweit die Ausstattung der österreichischen Haushalte mit Heimelektronik jeder Art bedeutsam sein kann.

**Ausstattung der Haushalte in %
in den Jahren**

	1985	1988	1991
Fernsehgeräte	95	97	96
Empfang über Kabel	11	17	27
Satellitenempfang	--	0,5	7
Videorecorder	10	25	44
HiFi-Stereoanlage	29	46	54
Compact Disc	--	7	18

(Quelle: Optima, zitiert nach:
Linzer Mediengespräche 1991)

Untersuchungen über das kulturelle Verhalten der österreichischen Bevölkerung bestätigen die Dominanz der Medienkultur. Nur knapp ein Viertel der Bevölkerung nutzt regelmässig das Angebot von Theater, Musiktheatern, Konzerten oder Ausstellungen. (IFES 1989) Dem steht gegenüber, daß 92% der Befragten angeben, am letzten Arbeitstag den Fernsehapparat eingeschaltet zu haben und 94,2% angeben, Radio gehört zu haben. (Fritz 1988, 132)

Aus diesen Verhaltensmustern und zum Teil wohl auch aus tradierten Vorstellungen von Kultur ergibt sich auch das Resultat einer sogenannten Life-Style-Studie. Die Frage, ob Kunst und Kultur für die Befragten wichtig sei, wurde von diesen offenbar als Frage nach Theater, Konzert, Museum oder Ausstellungen verstanden (und durchaus nicht als Frage nach Kunst und Kultur in den Programmen der elektronischen Medien). Nur 8 Prozent der Interviewten gaben an, daß ihnen Kultur und Kunst "wichtig" sei. (Bretschneider 1991).

Die Rolle des ORF als Kommunikator von kulturell bedeutsamen Programmen - eine Rolle, die er in Erfüllung des gesetzlichen Auftrages zu spielen hat - könnte durch die grenzüberschreitende Kommunikation aus dem Ausland gemindert werden. 17 Prozent der Haushalte können Programme auf terrestrischem Weg aus dem Ausland empfangen. Die Entwicklung des Kabelfernsehens hat bis 1991 dazu geführt, daß 27 Prozent der Haushalte Kabelprogramme empfangen können. Das bedeutet, daß für 767.000 Haushalte neben den beiden TV-Programmen des ORF noch rund 20 ausländische TV-Programme erreichbar sind. Hinzu kommt, daß im August 1991 schon 7 Prozent der Haushalte für den Direktempfang von Satellitensendungen gerüstet waren. Insgesamt kann etwas weniger als die Hälfte aller mit TV ausgestatteten Haushalte auf terrestrischem Weg, durch Kabelsysteme oder durch direkten Satellitenempfang ausländische Programme konsumieren. Für die Einspeisung ausländischer Programme in die österreichischen Kabelnetze gilt der Grundsatz, daß diese nur vollständig, zeitgleich und unverändert übernommen werden dürfen.

Obgleich nun das "Sendemonopol" des ORF auf Grund der Gesetzeslage weiter besteht, kann von einem korrespondierenden "Empfangsmonopol" längst nicht mehr gesprochen werden. Der ORF ist der ausländischen Konkurrenz zunehmend ausgesetzt. Dennoch behauptet der österreichische Rundfunk seine dominierende Position im TV-Sektor: vom

Fernsehkonsument entfallen zur Zeit 78% auf die Programme des ORF und nur 22% auf ausländische TV-Programme. Sogar bei den für Kabel- oder Satellitenempfang ausgestatteten Heimen hält der ORF einen Konsumanteil von 43%.

Deregulierung, Privatisierung

In diesem Kontext ist auch die Debatte über die Deregulierung der Medienlandschaft zu sehen. Das Ziel einer derartigen Deregulierung besteht darin, dem ORF eine Anzahl von privaten Veranstaltern gegenüberzustellen. Privates Fernsehen ist nach Meinung zahlreicher Experten in einem kleinen Land wie Österreich kaum profitabel. Insbesondere wenn neben Rentabilität auch die Erfüllung nationaler und kultureller Aufgaben erwartet werden sollte. Die Diskussion um die Deregulierung der elektronischen Medien beschränkt sich daher seit geraumer Zeit auf die Möglichkeit, private, regionale Radioanstalten zuzulassen. Während der ORF aus Gebühren (derzeit zu 40%) und aus Werbeeinnahmen (60%) finanziert ist, wären private Veranstalter ausschließlich auf Werbeeinnahmen angewiesen.

In der programmatischen Erklärung vom Dezember 1990 hat die Bundesregierung die Absicht kundgetan, den Entwurf eines Gesetzes über privates Regionalradio "bis zur Mitte der Legislaturperiode" des Parlaments (also bis 1992) vorzulegen. Damit stellt sich die Frage nach den möglichen kulturellen Auswirkungen eines neuen Medien-Szenarios.

Medienpolitische Konzepte

Der ungleiche Wettbewerb zwischen Kunstkultur und Medienkultur wird zwar allgemein empfunden und bildet das beliebte Thema immer wiederkehrender Cassandra-Rufe über den Untergang der Kultur durch die Medien, doch kann eine öffentliche Debatte über diese Thematik nicht entdeckt werden. Das gilt auch für den politischen Diskurs, der sich zumeist nur an jeweils aktuellen Fragen entzündet. Der österreichische Bundeskanzler Franz Vranitzky hat dies in einer Rede am 21. April 1988 so formuliert: "Vielleicht müssen wir uns als Politiker fragen, ob wir der Medienpolitik in der Vergangenheit genügend Aufmerksamkeit geschenkt haben, ja ob wir überhaupt genug Medienpolitik gemacht haben."

Daß es sich so verhält und daß Medien und Kultur nicht als Einheit gesehen werden, hängt wohl auch mit der Kompetenzverteilung der Ministerien zusammen: das Bundesministerium für Unterricht und Kunst hat in Medienfragen keine generelle Kompetenz und kann nur Förderungsmaßnahmen (etwa für Film und Schallplatte) setzen; für Fragen der Mediengesetzgebung und der Anpassung an internationale Medienkonventionen ist das Bundeskanzleramt zuständig, während die medienrechtlichen Aspekte des Urheberrechts wiederum zum Justizministerium ressortieren. Für die Kulturpolitik im Ausland ist das Bundesministerium für Auswärtige Angelegenheiten zuständig. Eine Instanz, die

sowohl für Kultur wie auch für Medien zuständig wäre und wie sie nach französischem Muster denkbar wäre, gibt es in Österreich nicht.

Hinzu kommt, daß kulturelle Angelegenheiten - der Verfassung gemäß - primär in die Kompetenz der Bundesländer gehören, mit Ausnahme der vorgesehenen Kompetenz des Bundes für Bereiche, die ausdrücklich im Gesetz genannt sind, oder der im wesentlichen "subsidiären" Kompetenz des Ministeriums für Unterricht und Kunst, die bei länderübergreifenden oder gesamtstaatlichen Aufgaben gegeben ist.

All dies trägt dazu bei, daß sich das öffentliche Bewußtsein der Verflochtenheit von Kultur- und Medienpolitik nur zaghaft entwickelt. Die Sozialdemokratische Partei (SPÖ) hat zwar schon 1974 ein Medienkonzept entworfen, doch ist dieses nicht in das Parteiprogramm eingeflossen. Das Parteiprogramm der SPÖ von 1978 markiert im wesentlichen grundsätzliche Positionen. Die Österreichische Volkspartei (ÖVP) erstellte medienpolitische Programme in den Jahren 1975 und 1979. Im Programm der Freiheitlichen Partei finden sich Aussagen im Kapitel "Kultur/Bildung/Information". Die Grün-Alternative Partei entwickelte im November 1991 einen für das Parlament bestimmten Entwurf zur Novellierung des Rundfunkgesetzes, der auch die Grundlage für ein eigenes Gesetz über Regionalradio schaffen soll.

Medienkonzept 92

Die medienpolitischen Forderungen der Gewerkschaft Kunst, Medien und freie Berufe lassen kein umfassendes Konzept erkennen, sondern stellen eher defensive Maßnahmen in den Vordergrund. Dies zeigen die Anträge, die beim 12. Bundeskongress des Österreichischen Gewerkschaftsbundes (ÖGB) gestellt wurden. (Gewerkschaft 1991) Ein neuer Ansatz zeigt sich allerdings in der Feststellung, daß "Medienpolitik ein Teil der Kulturpolitik" sei (Antrag Nr.13), doch sind die Konsequenzen, die sich daraus ergeben könnten, nicht explizit formuliert. Antrag Nr.24 bekennt sich zur Sicherung des ORF als nationale Rundfunkanstalt im Interesse der österreichischen Identität, die durch Eigenproduktionen und Aufträge an die Filmwirtschaft garantiert werden soll. Antrag Nr.26 fordert kulturpolitische und wirtschaftspolitische Maßnahmen, "welche die Zahl der in Österreich hergestellten Audiovisionsprogramme erhöhen", ohne jedoch auf Einzelheiten einzugehen.

Kultur und Privatradio

Der ORF ist an einen gesetzlichen "Kulturauftrag" gebunden. Das geltende Rundfunkgesetz bestimmt in §2 den Programmauftrag des ORF. (Vgl. Twaroch-Buchner 1985) Zu den Aufgaben des ORF gehören danach auch:

- die umfassende Information über alle wichtigen kulturellen Fragen;
- die Verbreitung von Volks- und Jugendbildung;

-- die Vermittlung und Förderung von Kunst und Wissenschaft.

Der Entwurf eines Bundesgesetzes über die Veranstaltung regionalen Hörfunks (Regionalradiogesetz), der 1990 von einer Arbeitsgruppe der beiden Regierungsparteien (SPÖ und ÖVP) ausgearbeitet worden ist (Entwurf 1990), weist keinen Abschnitt auf, der den Programmauftrag ähnlich oder anders definieren würde, sondern begnügt sich in Artikel 1, §4 mit der Feststellung der "Programmgrundsätze":

- 1) Die Sendungen haben den Grundsätzen der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung sowie der Berücksichtigung der Meinungsvielfalt zu entsprechen.
- 2) Sendungen dürfen keinen pornographischen oder gewaltverherrlichenden Inhalt haben.

Während in der Regierungserklärung vom Dezember 1990 von der "Bewahrung unserer kulturellen Identität" und der "Stärkung der österreichischen Eigenart" die Rede war, sieht der Gesetzentwurf keine Bestimmung vor, die diesen Zielen dienen könnte. Auch in dem von den Grün-Alternativen im November 1991 vorgelegten Gesetzentwurf sind kulturelle Ziele nicht ausdrücklich genannt, doch sieht dieser eine Ergänzung des Rundfunkgesetzes von 1974 durch eine Bestimmung vor, die die Beachtung von "Minderheiten in ethnischer, kultureller, politischer und anderer gleichbedeutender Hinsicht" verlangt. Inwieweit eine derartige Formulierung geeignet sein könnte, der kulturellen Kommunikation in den Medien ihren Platz zu sichern, ist eine Frage, die hier nicht entschieden werden soll.

Marktordnung und Marktwirtschaft

Die Debatte über die Deregulierung im Bereich der Medien kann an der Frage der Marktordnung und der im Interesse der Kultur vorzunehmenden Marktkorrekturen nicht vorbeigehen. Auch die Förderung der kulturellen und vor allem der künstlerischen Kommunikation durch die öffentliche Hand ist als Marktkorrektur in diesem Sinne zu verstehen. Beispiele hierfür sind das Filmförderungsgesetz von 1980 und das Kunstförderungsgesetz von 1988.

Filmförderungsgesetz

Das Bundesgesetz über die Förderung des österreichischen Films (1980) schafft einen Fonds, der nach §1 des Gesetzes dienen soll zur

Förderung der Herstellung und Verbreitung österreichischer Filme, zur Hebung der Qualität und zur Ermöglichung der Erfüllung der kulturellen Funktion des Films.

Die Notwendigkeit eines solchen Fonds ergibt sich u.a. schon aus den schrumpfenden Marktchancen des Kinofilms:

	Jahr	Jahr
	1955	1988
Zahl der Kinos in Österreich	1170	485
Zahl der Besucher in Mio.	110,7	11,2

(Quelle: Smudits 1989, 4)

Angesichts der Tatsache, daß nicht in erster Linie der Kinomarkt für die Verwertung geförderter Filme dienen kann, sondern eher das Fernsehen, erscheint es folgerichtig, daß

auch der ORF in Beachtung seines gesetzlichen kulturellen Auftrags einen - in den letzten Jahren steigenden - Beitrag zum Fonds leistet.

Kunstförderungsgesetz

Auch dieses Gesetz ist als "Marktkorrektur" zu verstehen, deren Ziel in §1 formuliert ist:

Im Bewußtsein der wertvollen Leistungen, die die Kunst erbringt und in Anerkennung ihres Beitrages zur Verbesserung der Lebensqualität hat der Bund die Aufgabe, das künstlerische Schaffen in Österreich und seine Vermittlung zu fördern.

Für den Bereich der Medien ist bedeutsam, daß die Förderung sich nach §2 nicht nur auf Literatur, darstellende Kunst, Musik, bildende Künste und Fotografie erstrecken kann, sondern auch auf "Film und Videokunst". Die Bezugnahme auf den Film ist offenbar nur eingeschränkt zu verstehen, denn §2(3) schließt von der Förderung ausdrücklich jene Bereiche aus, "deren Förderung durch den Bund sondergesetzlich geregelt sind", d.h. also auch Unternehmungen, für die der Filmförderungsfonds zuständig ist.

Das Gesetz über die Kunstförderung nennt zwar ausdrücklich die "Vermittlung künstlerischen Schaffens" als Aufgabe der Förderung, vermerkt jedoch nirgends, daß sich dies auch auf die Vermittlung durch die audio-visuellen Medien beziehen könnte oder sollte. Diese Lücke ergibt sich - nach der Meinung der Verfasser des vorliegenden Berichts - aus der

traditionellen Denkweise, die zu Beginn geschildert worden ist und die sozusagen stillschweigend auf der Trennung von Kunst und Medien beharrt.

Abgaben für Rundfunkkonsum

Das Bewußtsein, daß Medienkonsum zu einer Einschränkung des Konsums von "live" Kultur führen kann oder muß, hat schon vor Jahrzehnten dazu geführt, daß der Bund und sieben von neun Bundesländern Abgaben vorschreiben, die von den Rundfunkteilnehmern zusammen mit den Rundfunkgebühren eingehoben werden. Die Erträgnisse dieses sogenannten "Kulturschillings" werden vom Bund und von den Ländern vornehmlich für kulturelle Zwecke verwendet. Das System des Kulturschillings stellt ebenfalls eine Marktkorrektur dar, indem es den Rundfunkkonsumenten belastet und Mittel vornehmlich für "live" Kultur bereitstellt. Es handelt sich nicht etwa um eine "kosmetische" Maßnahme, sondern um eine Abgabenregelung, die bedeutendes ökonomische Gewicht hat. Im Jahre 1988 belief sich die Gesamtsumme der zusammen mit der Rundfunkgebühr eingehobenen Abgaben auf 1,6 Milliarden Schilling. (Podgorski 1988, 23)

Kassettenabgabe als kulturelles Korrektiv

Die im Urheberrechtsgesetz verankerte "Leerkassettenabgabe" belastet den Käufer von unbespielten Audio- und Videokassetten. Anfangs war diese Abgabe nur als

Kompensation dafür gedacht, daß den Urhebern Einnahmen aus der Überspielung ihrer Werke und Darbietungen auf Leerkassetten entgehen. Gesetzlich ist jedoch festgelegt, daß die Einkünfte nicht nur für die Urheber, sondern zu mehr als 50% für soziale Leistungen und kulturelle Zwecke verwendet werden müssen. Die Verwertungsgesellschaften, die diese Mittel verwalten, sind verpflichtet, für diese Art der Verwendung - unter staatlicher Aufsicht - Sorge zu tragen. Gerade die eingangs erwähnte "Mediamorphose" der kulturellen Kommunikation, die den Ton- und Ton-Bild-Trägern immer grösseres ökonomisches Gewicht verleiht, hat die Bedeutung dieser Marktkorrektur intensiviert, denn die Gesamterträge aus der Leerkassettenabgabe steigerten sich von Jahr zu Jahr.

Leerkassettenabgabe: Gesamterträge (in Mio S)

	Audio	Video	Insgesamt
1981	6,587	---	6,587
1982	13,372	3,663	17,035
1983	15,227	13,363	28,590
1984	15,210	21,197	36,407
1985	15,635	34,608	50,243
1986	17,861	47,132	64,993
1987	20,076	70,006	90,082
1988	23,524	83,113	106,637

(Quelle: Austromechna, 1988)

Der hier gebotene Überblick sollte einige zentrale Aspekte der österreichischen Situation erhellen. Der Endbericht soll diese Skizze systematisch ausbauen und dabei insbesondere die spezifischen Probleme eines kleinen Landes behandeln. Diese Probleme ergeben sich u.a. aus:

- der Frage der Bemessung der Rundfunkgebühren, die in einem Land mit geringerer Teilnehmerzahl höher sein müssten, wenn sich die Rundfunkanstalt gegenüber der Konkurrenz behaupten und ihre kulturellen Aufgaben erfüllen soll;
- der Notwendigkeit von Marktkorrekturen zum Vorteil der kulturellen Kommunikation;
- der Begrenzung der finanziellen Ressourcen, die die Teilnahme an Satellitenunternehmen (wie 3SAT) erschwert;
- dem zunehmenden Einfluss ausländischer Rundfunkanstalten, die ihre Programme ohne Bedachtnahme auf kulturelle Auflagen gestalten können;
- den Beschlüssen der Kurzwellenkonferenz von 1987, die bei der Zuteilung von Frequenzen große Länder begünstigt und der von Österreich geforderten Berücksichtigung der "Mindestbedürfnisse eines Landes" nicht entsprochen hat;
- der Schwäche der österreichischen Film-, Video- und Schallplattenproduktion, usw.usf.

Auf diese und manch andere Fragen wird der Endbericht Bezug nehmen, dessen provisorische Gliederung hier noch gegeben sei.

C) PROVISORISCHES SCHEMA
FÜR DIE GLIEDERUNG DES ENDBERICHTS

EINLEITUNG

- Problemstellung, Arbeitshypothese
- Terminologische Vorbemerkung
- Daten zur Medienlandschaft, Medienpolitik und Kulturpolitik

I.

MEDIENPOLITIK IN ÖSTERREICH - GRUNDLAGEN

- Rundfunkgesetz: Geschichte, Bestimmungen
- Medienpolitische Konzepte der politischen Parteien, Gewerkschaften und andere gesellschaftliche Organisationen (insbesondere der Kulturschaffenden)
- Andere Gesetze und Verordnungen, die das Verhältnis zwischen Medien und kultureller Kommunikation gestalten oder beeinflussen
- Der Beitrag der Medienforschung

II.

KULTURELLE AUSWIRKUNGEN DER MEDIENPOLITIK

- Bestandaufnahme der Medienlandschaft (Rundfunk, Film, Ton- und Ton-Bild-Träger-Industrie)
- kulturelle Grundversorgung und Beteiligung der Bevölkerung
- Ökonomisches Verhältnis lebendiger ("live") Darbietung und technischer Darbietung (LD und TD)
- Finanzierung kultureller Kommunikation in den Medien (Gebühren, Werbung, Koproduktion, Kosten, Verhältnis der Medien zu den Institutionen der Aufführungs- künste)

- Medienkonsum (Reichweiten, Programmnutzung, Absatz von Ton- und Ton-Bild-Trägern, Medien im Zeitbudget)
- Medien und kulturelle Identität (nationale Identität; ethnische, religiöse und kulturelle Minderheiten)

III.

MEDIEN, KULTUR, MARKTWIRTSCHAFT

- Kulturelle Kommunikation in der Marktwirtschaft
- Marktkorrekturen als Instrument der Kultur- und Medienpolitik
- Deregulierung, Privatisierung

IV.

KULTURSCHAFFENDE IN DER MEDIAMORPHOSE

- Neue Qualifikationen, neue Berufe
- "Angewandte Kunst" für die Medien
- Chancen der Beschäftigung im ORF, in den etablierten Institutionen, im privaten Sektor und durch Selbsthilfe
- Förderung, Aufträge
- Organisationen der Kulturschaffenden, Verwertungsgesellschaften

V.

MEDIEN UND URHEBERRECHT

- Neue Aspekte des österreichischen Urheberrechts
- Auswirkungen internationaler Entwicklungen (z.B. Europäische Gemeinschaft)

VI.**KLEINSTAAT IN DER INTERNATIONALEN MEDIENWELT**

- Spezifische Probleme eines kulturindustriell schwachen Landes
- Internationale Koop*eration und Kommerzialisierung
- Initiativen des Europarates
- Fragen der europäischen Integration (Europäischer Wirtschaftsraum, Europäische Gemeinschaft)

VII.**EMPFEHLUNGEN**

- zur kulturellen Grundversorgung
- zur Strategie einer kulturellen Marktwirtschaft
- zur Position des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Marktwirtschaft
- zur Harmonisierung von Kulturrecht, Medienrecht, Urheberrecht und Steuerrecht
- zur Verbesserung einer zu den Medien orientierten Ausbildung der Kulturschaffenden
- zur kulturellen Sensibilisierung der Medienpolitik und der Medienverantwortlichen

BIBLIOGRAPHIE**Austromechana**

1988 SKE Bericht 1988. Wien

Bacher, Gerd

1991a Der öffentliche Rundfunk in einem integrierten Europa. Vortrag beim 34. Internationalen Diplomatenseminar im Schloß Hellbrunn/Salzburg

1991b Kunst und Kultur - Auftrag und Leidenschaft des ORF. In: Linzer Mediengespräche 1991.

Blaukopf, Kurt

1989 Beethovens Erben in der Mediamorphose. Kultur- und Medienpolitik für die elektronische Ära. Heiden (Schweiz): Niggli

Bretschneider, Rudolf

1991 Kultur im Leben der Österreicher - Entwicklungen und neue Befunde. In: Linzer Mediengespräche 1991

Council of Europe

1990 The Role of Communication Technologies in the Safeguarding and Enhancing of European Unity and Cultural Diversity. Study undertaken by Mediacult (Vienna). Strasbourg: Council of Europe, Document COM (90) 1a + 1b. August 7, 1990

Entwurf

1990 Entwurf eines Bundesgesetzes über die Veranstaltung regionalen Hörfunks (Regionalradiogesetz). In: Medien und Recht, Heft 4, S. 159 ff.

Fabris, Hans Heinz/Trappel, Josef

1989 Die Integration der Medien. Österreich vor der Herausforderung durch EG, Europarat und die Internationalisierung der Medienmärkte. Salzburg: Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.

Fritz, Angela

- 1988 Mythos versus Empirie: Eine Standortbestimmung der Kulturtechnik Lesen. In: Medien Journal, 12. Jg./3, S. 129 - 136

Gewerkschaft Kunst, Medien und freie Berufe

- 1991 Anträge unserer Gewerkschaft (zum 12. Bundeskongress des Österreichischen Gewerkschaftsbundes). In: Dabei, Nr.10, S. 3 - 7

IFES (Institut für empirische Sozialforschung)

- 1989 Grundlagenforschung im kulturellen Bereich (Kulturstudie III). Wien: IFES.

Knulst, Wim

- 1989 Van Vaudeville tot Video: een empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig. (Dutch, with an English summary on pp. 261 - 78). Alphen aan den Rijn: Samson

Korinek, Karl/Holoubek, Michael

- 1991 Österreich auf dem Weg zum dualen Rundfunksystem. Wien: Verlag Medien und Recht

Linzer Mediengespräche

- 1991 Enquete der Hörer- und Sehervertretung zum Thema "Kunst und Kultur im öffentlich-rechtlichen Rundfunk". Linz: ORF-Landesstudio Oberösterreich.

Medienbericht II

- 1983 Massenmedien in Österreich. Hrsg. vom Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Wien: Internationale Publikationen Gesellschaft m.b.H.

Oppenheim, Roy

- 1990 Der Krieg der Bilder. Beiträge zur Kommunikations- und Medienpolitik, Bd. 12, hrsg. von Roy Oppenheim und Franz A. Zölch. Aarau-Frankfurt-Salzburg: Sauerländer