



Nº 9

5. März 2021
4,20 Euro

Die österreichische Wochenzeitung
für Werbung, Medien & Marketing

HORIZONT

DIE

Die ÖVP steigt mit Zur Sache gegen Zackzack und Kontrast in den medialen Ring. Eine Renaissance der Parteimedien? Transparenter Auftrag oder beigemenigte Propaganda? Und was macht all das mit unserer Demokratie? Peter Filzmaier und Fritz Hausjell mit einer Einordnung.

NEUEN

Plus: Das große Interview mit Eva Schütz und Richard Schmitt zu ihrem neuen Medienprojekt [exxpress.at](https://www.express.at)

Bericht von **Jürgen Hofer**

Lange galten sie als Rarität, wenn nicht gar ganz ausgestorben: Parteimedien und parteinahe Medien, aber auch von parteinahen Menschen gegründete Medien. Das Aufbrechen einst gekannter Normen und die Digitalisierung brachten sie langsam, aber stückweise zurück: Die FPÖ machte als erster großer politischer Player parteieigene, medienähnliche Konstrukte wieder salonfähig – wenngleich auch nicht aus hehren Motiven: Das Umgehen von medialen Gatekeeper-Funktionen und eigenes Agendasetting ohne kritische Kontrollinstanzen standen im Fokus.

2016 lancierte der sozialdemokratische Parlamentsklub seinen eigenen Blog Kontrast, 2019 lancierte der damalige Noch-Nationalratsmandatar Peter Pilz das Onlinemedium Zackzack, im Februar dieses Jahres hob der ÖVP-Klub seine eigene Plattform

Zur Sache aus der Taufe – geleitet vom ehemaligen Journalisten und Chefredakteur Claus Reitan (siehe Interview Seite 2).

Vorbei an medialen Instanzen

„Sachliche und verlässliche Information aus erster Hand“ verspricht etwa der ÖVP-Blog Zur Sache. Pilz „dribbelt sich ins Out“, seine und die Methoden seiner Onlineplattform „vermitteln den Eindruck, verwerflich zu sein“, ist dort ebenso wie zu lesen, wie dass das österreichische Coronamanagement wirke und Österreich an sich gut dastehe – Botschaften ganz im Sinne des Medieninhabers. „Dass politische Parteien in klassischen, journalistisch geprägten Medien und sogenannten ‚sozialen‘ Medien ohne journalistische Relevanz- und Faktenprüfung breit und vor allem positiv vorkommen wollen, ist verständlich“, hält Kommunikationswissenschaftler Fritz Hausjell, stellvertretender Institutsvorstand am Institut für Publi-

zistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien, gegenüber HORIZONT fest.

Die Anfänge von Zur Sache sieht er als „unrund und fehlerhaft“. „Es wirkt, als hätte die ÖVP in einer Zeit, in der sie im klassischen Journalismus mehr Gegenwind verspürt, als sie bisher unter Führung von Sebastian Kurz gewohnt war, überhastet ein Projekt aus dem Boden gestampft“, so Hausjell. Die ÖVP habe unter Kurz bisher „massiv“ auf die Beeinflussung des Meinungsklimas durch die so genannte Message Control gesetzt, „weitere durch extensiven Ausbau der Regierungswerbung und durch permanente Bespielung aller Social-Media-Kanäle“.

Politischer Einfluss allenorts

Das habe negative Folgen für die Demokratie, weil den Oppositionsparteien im Vergleich geringere Ressourcen für die Penetration der diversen Medienkanäle zur Verfü-

gung stünden. „Limitierungen für die Regierung wären dringend nötig. Parteimedien neuen Typs, die nun auf Regierungsseite hinzukommen, machen die Situation nicht besser“, mahnt Hausjell, der den klassischen journalistischen Medien rät, die Folgen dieser Entwicklungen ausführlich und kritisch zu thematisieren. „Es geht um die Sicherung einer liberalen Demokratie, die zugleich der beste Nährboden für eine gute Existenz von unabhängigem Journalismus ist“, so der Kommunikationswissenschaftler.

Bedeutet nach dem Niedergang der klassischen, gedruckten Parteimedien diese neuen Ambitionen nun eine Renaissance dieser eben in digitaler Form? Politikanalyst und Strategieberater Peter Filzmaier zögert gegenüber HORIZONT beim Wort „klassisch“, lässt dann aber gewohnt eloquent ein nicht ausgesprochenes „Ja“ folgen.

Lesen Sie weiter auf → Seite 2

IN DIESER AUSGABE

„Zahlen auf die Sehnsucht ein“

„Freizeit“-Chefredakteurin Marlene Auer zieht nach zwei Jahren erste Zwischenbilanz
MENSCHEN → Seite 5

Social Media aus China

Warum chinesische Studenten nichts mit Facebook und Co anfangen können
KARRIERE → Seite 6

Neue Serie

HORIZONT zeigt die Geschichte der Marken, Logos und Werbesujets
MARKETING → Seite 10

Von Blut, Schweiß und Tränen

Wie die digitale Transformation in Medienhäusern gelingt
INTERNATIONAL → Seite 16

DAS GROSSE HYBRID- UND TV-EVENT

EXKLUSIVE BREAKOUT-SESSIONS IM WINTERGARTEN

28. ÖSTERREICHISCHE MEDIENTAGE
22.–23. SEPTEMBER 2021
ERSTE CAMPUS WIEN

HORIZONT

www.medientage.at



→ Fortsetzung von Seite 1

„Natürlich geht meistens bereits die Finanzierung direkt oder indirekt auf Gelder aus irgendeiner Form der Parteiförderung zurück, etwa für Parlamentsklubs oder Parteiakademien“, so Filzmaier.

Im historischen Kontext gäbe es aber deutliche Unterschiede. Parteizeitungen in Printform hätten oft überdurchschnittlich über jene Partei berichtet, die Herausgeber war oder der man nahestand. Häufig ging es schlicht um die Vermittlung von Parteiinformationen an Mitglieder oder Sympathisanten. „Das ist bei den aktuellen Blogs anders, hier ist die Trennlinie zwischen Regierung und Opposition dominant“, so Filzmaier. Die Blogs der Opposition – Unzensuriert, Kontrast und Zackzack – würden, so Filzmaier, zu einem überwiegenden Teil vor allem bei prominent platzierten Beiträgen auf deren Websites massive Kritik an der Regierungspartei üben. „Lobhudelei der eigenen Partei kommt zwar vor, ist jedoch dem untergeordnet“, so der Berater.

„Selbst bejubelndes Organ“

Er sieht Zur Sache als „bisher ein sich selbst bejubelndes Verlautbarungsorgan, wie wunderbar der türkische Regierungsteil alles angeblich machen würde“. Weitgehend werde vermieden, ÖVP-Akteure in ihrer Parteipolizei darzustellen, sondern sie werden in der Regierungsfunktion beschrieben. „Anders als frühere Parteizeitungen versucht man also den eigenen klaren Parteibezug irgendwie ein bisschen zu verschleiern und versteht sich primär als angrifffähige Speerspitze gegenüber politischen Gegnern.“ Auch Filzmaier sieht den Hauptgrund für die Gründung dieser Plattformen in der Unzufriedenheit der Parteien mit der Darstellung in traditionellen Medien begründet. Nachsatz: „Meistens wurde im Vorbeigehen zugleich sonstigen Medien unterstellt, diese wären sowieso irgendwie gekauft oder anderwertig auf zweifelhafte Art beeinflusst.“

Auch wenn es sich rein formal um periodische publizistische Arbeit in Form von Onlinemedien handle, beginne der politische Aktivismus schon bei der Themenauswahl:

„Können Sie sich beispielsweise auf Unzensuriert einen Beitrag vorstellen, warum die FPÖ immer noch keine Complainceregeln verabschiedet hat? Oder auf Zackzack, was Peter Pilz in seinem politischen Leben alles schlecht machte? Da wird die Recherchezeit ganz sicher lieber einem kritischen Artikel zur ÖVP gewidmet. Deren Blogger auf Zur Sache verwenden umgekehrt ihre Zeit ausschließlich damit herauszufinden, was ÖVP-Politiker tatsächlich oder angeblich Gutes machen.“

Wie immer eine Frage des Geldes

Ein Diskussionspunkt betrifft auch die Finanzierung dieser parteieigenen oder parteinahen Plattformen. „Es stellt sich wie generell in Parteiangelegenheiten die Frage der Transparenz, wie gut nachvollziehbar und detailliert die Finanzierung offengelegt wird“, so Filzmaier. Schließlich handle es sich größtenteils um die direkte Verwendung von Steuergeld. „Da die Blogs ja oft massiv und durchaus zu Recht die Finanzgebarung von Parteien kritisieren – allerdings meistens nur bei ihnen missliebigen Parteien – müssen sie hier selbst um besondere Korrektheit bemüht sein“, betont er. Besondere Brisanz könnte die Finanzierungsfrage in Zeiten von Wahlkämpfen wiederfahren. Stichwort Obergrenze der Wahlkampfkosten: Parlamentsklubs etwa dürfen keine Wahlkampfausgaben der Partei übernehmen. „Nun schalten die von diesen finanzierten Blogs natürlich keine Onlineinserate für Parteien oder so etwas, es sollte jedoch auch kein Blogmitarbeiter beispielsweise in Überlegungen und Besprechungen der Partei für den Wahlkampf dabei sein“, so Filzmaier. „Würde er nämlich dort zunehmend Zeit und Ideen einbringen, handelt es sich vielleicht bei seinem Gehalt irgendwann um zum Teil versteckte Personalkosten, die dem Wahlkampf dienen.“

Express.at in den Startlöchern

Mitten im Wahlkampf befinden sich derzeit auch die Juristin Eva Schütz und der Journalist Richard Schmitt – wenngleich es nicht um politische Mandate, sondern um die Wahl ihres neuen Mediums und die Gunst der lesenden Öffentlichkeit geht. Schütz,

unter anderem einst im Kabinett des damaligen Finanzministers Hartwig Löger von der ÖVP tätig und privat mit dem Investor und Unternehmer Alexander Schütz liiert, hat sich mit Richard Schmitt einen der wohl profiliertesten Boulevardmänner und zugleich jemanden geholt, der weiß, wie man Medien und Reichweite aufbaut. Schmitt lenkte die Geschicke des Gratisblatts *Heute* viele Jahre, pushte in der Folge krone.at als Chefredakteur, ehe er, der von von Heinz-Christian Strache im Ibiza-Video gelobt wurde, das Medium verließ und für ein kurzes Intermezzo bei Wolfgang Fellner und seiner Mediengruppe Österreich anheuerte. Express.at soll im März live gehen, im April ein TV-Sender

falsche Grundkonzeption“, betont Schmitt auf die Frage, ob man sich im Feld der Parteimedien verorte. „Wir haben gesehen, was mit einer *Arbeiterzeitung* passiert oder wie schwach die Leserstärke des *Volksblatts* in OÖ ist. Parteizeitungen haben nie funktioniert, auch diese aktuell aufkeimenden Blogs tun das langfristig nicht“, meint er. Diese Angebote würden inhaltlich nie langfristige Relevanz schaffen. „Andererseits haben auch die Medienhäuser mit Printanhängseln – von der Mediaprint abwärts – die Transformation nie geschafft“, so der express.at-Chefredakteur. Hier sehen die beiden ihre Chance. Ein journalistisches Produkt mitte-bürgerlicher Herkunft wolle man bieten,

Frage, wie nahe an der ÖVP express.at agieren wird. Schütz erwähnt, aus einer wirtschaftsfreundlichen, liberalen Ecke zu kommen. „Ich teile daher viele Positionen der ÖVP, bin oft einer Meinung – ich stehe ihr aber auch immer wieder kritisch gegenüber. Ich war aber politisch auch bei den Neos aktiv, habe in jüngeren Jahren die Grünen gewählt – insofern muss sich niemand Sorgen machen. Bedenken, dass unser Medium parteipolitisch wird, sind nicht angebracht“, so Schütz.

Finanziert wird das auf drei Jahre ausfinanzierte Projekt einerseits durch Schütz' Privatvermögen, dazu kommen einzelne Investoren – etwa die Liechtensteiner Libertatem Stiftung, die sich der Förderung von Meinungs- und Pressefreiheit verschrieben hat und 25,1 Prozent hält.

Die ‚Selbstdenker‘ in der ‚Aula‘

Beworben wird das neue Medienprodukt express.at im Übrigen etwa auf Facebook mit dem Slogan „Für Selbstdenker“. Ob der Slogan passe, werde sich erst zeigen, so Hausjell, der diesen jedenfalls als „mäßig originell“ bezeichnet: Das Rechtsaußen-Magazin *Freilich*, Nachfolgeblatt der berühmten *Aula*, nenne sich schon seit Ende 2018 im Untertitel „Das Magazin für Selbstdenker“. „Der Untertitel ist freilich irreführend. Denn die dargebotenen Fakten sind sehr selektiv einseitig ausgewählt und folgen durchwegs den meinungsstarken Positionen, die das Magazin von Beginn an wie Pflöcke eingeschlagen hat“, so Hausjell. Ein Medium für Selbstdenker bräuchte möglichst diverse Befunde und durchaus Widersprüchliches, um die Mediennutzer zum Nachdenken anzuregen, so Hausjell. „Wir werden bei express.at aber bald sehen, ob es mehr Journalismus, PR oder Propaganda leisten wird. Davon hängt es auch ab, ob es das Publikum zum ‚Selbst denken‘ motiviert.“

Ein ausführliches Interview mit Eva Schütz und Richard Schmitt lesen Sie online auf www.horizont.at. Darin geht es um ihre Ansprüche, reißerische Methoden und Clickbaiting, politische Förderungen, ihre Sicht auf Parteimedien, die Nähe zur ÖVP und vergiftetes Klima in der Medienbranche.



Das neue Medium express.at: Herausgeberin Eva Schütz und Chefredakteur Richard Schmitt im Rahmen des HORIZONT-Interviews. © HORIZONT

folgen. Derweil wird dort noch eifrig geschraubt: Sowohl an der Einrichtung selbst, bei der die beiden Tür an Tür sitzenden Medienmanager auch selbst Hand anlegen, als auch am TV-Studio, das in wenigen Wochen aus einem derzeit noch kahlen weißen Raum hochgezogen werden soll.

Um klare Abgrenzung bemüht

Im Interview mit HORIZONT bekräftigen die beiden, mit Medien wie Zackzack nichts gemein zu haben. „Überhaupt nicht, das wäre für ein journalistisches Medium auch die völlig

das digitale Newsportal liefert „topaktuelle“ 24/7-Berichterstattung sowie Schwerpunkte am Wochenende wie Hintergrundstorys, Reportagen und Interviews. Der TV-Sender soll nach Launch eine Newsschiene am Vormittag und am Abend liefern, zur Prime Time auch History-Sendungen, Nachrichten-Reports, ein Lifecoach-Format oder auch eine Kochshow – all das originär produziert, betonen die Macher, all das als gehobener Boulevard, wie sie ebenso betonen.

Aufgrund der Beteiligung von Schütz stellt sich naturgemäß die

„Jede Institution muss ordentlich kommunizieren“

Claus Reitan, 66, leitet seit Kurzem mit Zur Sache den neuen Polit-Blog des ÖVP-Parlamentsklubs. Wie er mit politischer Kritik umgeht und warum sein journalistisches Selbstverständnis von der neuen Aufgabe nicht berührt ist, erklärt er im HORIZONT-Interview.

Interview von Martin Wurnitsch

HORIZONT: Zur Sache ist seit Kurzem online. Zufrieden mit Resonanz und Performance?

CLAUS REITAN: Es ist zu früh, hier eine Einschätzung zu treffen. Aber der Start gilt als gelungen. Wir sind seit Beginn aktuell, relevant und vor allem richtig, wenn ich ans Thema der schrittweisen Öffnung der Gastronomie denke. Der große Rest ist jetzt konkretes und praktisches Arbeiten.

Experten sehen ein ‚sich selbst bejubelndes Verlautbarungsorgan‘. Schmerzt die Kritik?

Kritik hat Sachkenntnis zur Voraussetzung und Erkenntnisgewinn zum Ziel. Ich halte das im Grunde genommen für ein Geschmacksurteil. Uns

geht es darum, sachliche Informationen zu geben und eine Basis für Wertung und Kommentar zu schaffen.

Sie stehen plötzlich im Kreuzfeuer politischer Kritik. Ungewohnt?

Das sehe ich nicht so. Im Gegenteil, ich erlebe eine große Zustimmung aus dem sozialen und beruflichen Umfeld, dass es hier endlich ein weiteres journalistisches, diesfalls bürgerliches Forum gibt. Tenor ist eher: Endlich machen die Türken etwas.

Sie sind hochangesehener Journalist. Warum lassen Sie sich von einer Partei quasi vereinnahmen?

Der Grund, warum ich das mache, liegt auch darin, dass sich Rahmenbedingungen politischer Kommunikation tiefgehend geändert haben. Wir haben



Claus Reitan, früher Chefredakteur bei ‚TT‘, ‚News‘ und ‚Furche‘, leitet den ÖVP-Polit-Blog. © Jakob Glaser/ÖVP Bundespartei

mehr Medienkanäle – und es gibt den berechtigten Wunsch der Öffentlichkeit, Informationen aus erster Hand zu erhalten, auch und gerade aus der bürgerlichen Mitte und für diese.

Verlangt Ihr Selbstverständnis nicht kritische Distanz?

Als Journalist gehe ich unabhängig von Interessen Dritter, unvoreingenommen und mit kritischer Distanz an Themen heran. Als Leiter eines Mediums für einen Parlamentsklub ist man nicht automatisch kritiklos. Wir bieten Sachinformation und Einordnung. Aber eines ist schon klar: Bei Weltanschauung und Menschenbild muss es eine Kongruenz geben. Diese besteht natürlich.

Geht's am Ende nicht einfach um Agendasetting für die ÖVP?

Aus Gatekeeping wurde in manchen Medien längst Gatewatching, aus Agendasetting Agendagetting. Wir tragen dazu bei, das Angebot an Information und Meinung zu vervollständigen.

Keine Message Control also?

Diese Diskussion halte ich für erledigt. Jede Institution muss ordentlich kommunizieren und aus erster Hand und authentisch der Öffentlichkeit ein Informationsangebot machen. Das gilt auch für Parteien.

Eine Renaissance der Parteimedien?

Nicht, wenn sie im Freund-Feind-Schema denken. Was es gibt: Das verstärkte Interesse an pointierten argumentierten Standpunkten, nach Haltung und Meinung mit Maß und Mitte. Dafür stehen dann wir.