Andrássy Gyula Deutschsprachige Universität Budapest
Interdisziplinäre Doktorschule
Leiterin der Doktorschule: Prof. Dr. Ellen Bos

Britta Breser

Publish or Perish?

Das transnationale Zusammenspiel zwischen Politik-PR und Journalismus am Beispiel der Europäischen Kommission und der österreichischen Printmedien

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier, Donau-Universität Krems

Promotionsausschuss:

Vorsitzende*r:
Prof. Dr. Ellen Bos, Andrássy Universität Budapest
Prof. Dr. Dietmar Meyer, Andrássy Universität Budapest (Ersatz)

Gutachter:
Prof. Dr. Zoltán Tibor Pállinger, Andrássy Universität Budapest
Assoz. Prof. Mag. Dr. Heinz Wassermann, FH Joanneum Graz

Mitglieder:
Univ.-Prof. Dr. Otmar Höll, Universität Wien
Univ.-Doz. Dr. Gernot Stimmer, Universität Wien

Ersatzmitglieder:
Dr. Melani Barlai, Andrássy Universität Budapest
Dr. Christina Griessler, Andrássy Universität Budapest

Schriftführer*in:
Referent*in der Doktorschule

Eingereicht am 12. Oktober 2020

„Democracy involves looking at the past

to make decisions in the present,

which then affect the future." [1]

[1] Timothy Snyder; zit. n.: Peschel 2019

10.15772/ANDRASSY.2021.001

INHALTSVERZEICHNIS

I EINLEITUNG 6

1. Problemstellung und Kontext 6

2. Forschungsinteressen und Einordnung 13

3. Struktur und Methodik 16

II THEORETISCHER TEIL 18

4.1 Charakteristische Merkmale 18

4.1.1 Definitionen 18
4.1.2 Ausprägungen 22
4.1.3 Relevanz 24

4.2 Die Kommunikation der EU-Institutionen 29

4.2.1 Normative Erwartungen und kommunikationsbezogene Anforderungen 29
4.2.2 EU-Vermittlungsprobleme 32

4.3 Die mediale Berichterstattung zur EU 43

4.3.1 Forschungszugänge 43
4.3.2 Empirische Ergebnisse 47

5. Interaktionen zwischen Politik(-PR) und Journalismus 54

5.1 Politik-PR und Journalismus im Vergleich 54

5.1.1 Politik-PR 54
5.1.2 Journalismus 56
5.1.3 Abgrenzungen versus gegenseitige Verbindungen 60

5.2 Ansätze zur Erklärung der Verhältnisse zwischen (Politik-)PR und Journalismus 62

5.2.1 Überblick 62
5.2.2 Dependenz 64
5.2.3 Interdependenz 68
5.2.4 Gemeinsames Handlungssystem 70
5.2.5 Weiterentwicklungen 76

6. Fallbeispiel: Das transnationale Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Printjournalismus 79

6.1 Politische Kommunikation aus akteur*innenzentrierter Perspektive 79

10.15772/ANDRASSY.2021.001

6.1.1 Modellierung komplexer Akteur*innenkonstellationen 79
6.1.2 Akteur*innen und Systeme 83
6.1.3 Kommunikationsintentionen und kommunikative Handlungsspielräume 86
6.2 Ausblick: Die Kommunikationsakteur*innen 91
6.2.1 Europäische Kommission 91
6.2.2 Medien und (Print-)Journalismus in Österreich 101
6.2.3 EU-Korrespondent*innenschaft 110

III EMPIRISCHER TEIL 116

7. ANMERKUNGEN ZUR ANALYSE POLITISCHER KOMMUNIKATION IN TRANSNATIONALEN RÄUMEN 116
7.1 Überblick 116
7.2 Forschungsfragen 120
7.3 Spezifische Eigenschaften der Untersuchung 123

8. METHODIK 130
8.1 Übersicht: Methodische Konzeption 130
8.2 Theoretische Anmerkungen zu den Methoden 132
8.2.1 Inhaltsanalyse 132
8.2.2 Befragungen allgemein 139
8.2.3 Schriftliche Online-Befragung 142
8.2.4 Mündliche Expert*innen-Interviews 145

9. OPERATIONALISIERUNG 149
9.1 Forschungsablauf 149
9.2 Stufe I: Inhaltsanalyse 151
9.2.1 Thematischer Rahmen 151
9.2.2 Empirisches Material 152
9.2.3 Erhebungsmethoden 154
9.2.4 Tests und Auswertungsverfahren 159
9.3 Stufe II: Befragungen 163
9.3.1 Thematischer Rahmen 163
9.3.2 Leitfaden-Interviews I 166
9.3.3 Online-Befragung 173
9.3.4 Leitfaden-Interviews II 176

10. ERGEBNISSE 185

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10.1 Inhaltsanalyse 185
10.1.1 Vorbemerkungen 185
10.1.2 Formale Einordnungen 186
10.1.3 Inhaltliche Klassifikationen 197
10.1.4 Wertungen 211
10.1.5 Zusammenfassung 222
10.2 Online-Befragung 236
10.2.1 Vorbemerkungen 236
10.2.2 Formale Einordnungen 237
10.2.3 Inhaltliche Klassifikationen 248
10.2.4 Zusammenfassung 294
10.3 Leitfaden-Interviews 305
10.3.1 Vorbemerkungen 305
10.3.2 Formale Einordnungen 306
10.3.3 Inhaltliche Klassifikationen 309
10.3.4 Zusammenfassung 419

IV CONCLUSIO 453

11. ZUSAMMENFASSUNG UND IMPLIKATIONEN 453
11.1 Überblick: Publish or Perish? 453
11.2 Das Zusammenspiel zwischen der Politik-PR der Europäischen Kommission und dem Printjournalismus in Österreich 455
11.3 Implikationen zum demokratischen Diskurs auf transnationaler Ebene 464
11.3.1 Zum Diskurs in österreichischen Printmedien 465
11.3.2 Zum Diskurs der Europäischen Kommission 470
11.3.3 Die Rolle der Medien 473
11.4 Implikationen zum Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und (Re-)Nationalisierung bzw. Regionalisierung in der politischen Kommunikation 476
11.4.1 Die Kommunikationsinteressen des österreichischen Printjournalismus 477
11.4.2 Die Kommunikationsinteressen der Europäischen Kommission 481
11.4.3 Ausblick 485

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS 487

APPENDIX 509

10.15772/ANDRASSY.2021.001

VORWORT

Die vorliegende Dissertation wäre ohne die Unterstützung vieler Personen nicht in dieser Form zustande gekommen. Danke all jenen, die in vielfältiger Weise zu dieser Arbeit beigetragen haben!

Ich bedanke mich allen voran bei Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier für seine Betreuung der Arbeit, für hilfreiches Feedback und die professionelle Unterstützung – speziell auch für unkomplizierte Kommunikationsflüsse und die immer raschen Antworten auf meine Fragen! Ein herzliches Dankeschön auch an Dr. Melani Barlai, Dr. Steve Schwarzer und Dr. Christine Leiter für den inhaltlichen Diskurs, für hilfreiche Inputs und kritische Anmerkungen in unterschiedlichen Phasen des Entstehungsprozesses. Auch allen meinen Kolleg*innen bei den zahlreichen netPOL-Dissertationskolloquien in Berlin, Budapest und Krems möchte ich meinen Dank für Rückmeldungen und weiterführende Hinweise aussprechen.

Für Unterstützung in empirischen Fragen danke ich Dr. Corinna Koschmieder, Dr. Susanne Sackl-Sharif, Dr. Markus Rhomberg, Dr. Thomas Fenzl, sowie Dr. Kostas Gemenis und allen Teilnehmer*innen des Kurses „Content Analysis“ im Rahmen der ECPR Summer School in Ljubljana 2014. Für die kompetente Transkription der Interviews vielen Dank an Klemens Schmidt sowie für die professionelle Lektoratsarbeit ein herzliches Dankeschön an Daniela Jank und Verena Lechner.

Speziell danke ich allen Journalist*innen und Beamt*innen der Europäischen Kommission, die sich an meiner Forschung beteiligt und so einen fundamentalen Beitrag zum Zustandekommen meiner empirischen Untersuchung geleistet haben:

- den acht Brüssel-Korrespondent*innen österreichischer Medien und Heinz-Rudolf Miko, Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien, die mir rasch ihre Teilnahme an den Interviews zugesagt haben und sich zum Großteil sehr ausführlich Zeit für meine Fragen genommen haben.
- den vielen Print-Journalist*innen, die in großer Zahl – auch wenn die Zeit mitunter knapp war – die Online-Befragung bis zum Schluss ausgefüllt haben.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

- den drei Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission im Spokesperson's Service sowie den neun Beamt*innen der Europäischen Kommission in den Kabinetten der Kommissar*innen, die mir eine Akkreditierung sowie Zugang zu Informationen aus dem Berufsalltag und persönliche Einschätzungen gewährt haben.
- allen Personen, die sich für die Testungen meiner empirischen Arbeiten zur Verfügung gestellt und diese durch kritische Rückmeldungen weiterentwickelt haben.

Nicht zuletzt bin ich auch Univ.-Prof. Dr. Annette Sprung von der Karl-Franzens-Universität Graz sowie Dr. Christina Griessler und Dr. Christina Hainzl vom Netzwerk Politische Kommunikation (netPOL) bzw. der Andrássy Universität Budapest dankbar, die dieses Dissertationsprojekt in vielerlei Hinsicht begleitet haben und nicht nur bei organisatorischen Fragen mit hilfreichen Hinweisen und Informationen, sondern auch mit Motivation zur Seite standen. Vielen Dank auch an Sandra Svetec für die Unterkunft und noch viel mehr während meines Forschungsaufenthaltes in Brüssel.

Und schließlich noch ein herzliches Dankeschön an alle, die mich unterstützt, meinen Arbeitsalltag während dieser Zeit in irgendeiner Weise erleichtert und mir durch ihre Rückmeldungen das Gefühl vermittelt haben, dass diese Arbeit Sinn ergibt – allen voran Johannes!

10.15772/ANDRASSY.2021.001

I EINLEITUNG

1. Problemstellung und Kontext

Das Zusammenspiel zwischen Kommunikator*innen politischer Institutionen und Journalist*innen in ihrer Funktion als Informationsvermittler*innen für eine demokratische Öffentlichkeit in den Blick zu nehmen, heißt Vernetzungen und (Inter-)Dependenzen kommunikativer Handlungen zu fokussieren. Dabei werden Prozesse der Reproduktion, Transformation und Abbrüche von politischer Kommunikation sichtbar. Bis zu deren öffentlicher Hervorbringung oder deren Abbruch entstehen in diesem Kommunikationsprozess zwischen Akteur*innen der politischen Öffentlichkeitsarbeit bzw. Public Relations (im Folgenden: Politik-PR) und des Journalismus sowohl Gleichklang und Verstärkungen, als auch Reibungen, Konflikte und Brüche (u. a. Rinck 2001; Altmeppen, Röttger & Bentele 2004; Merkel, Russ-Mohl & Zavaritt 2007; Donges & Jarren 2017).

Wie verläuft dieses Zusammenspiel zwischen Politik-PR und Journalismus speziell in transnationalen Räumen? Welche Aspekte beeinflussen diese Prozesse grenzüberschreitender politischer Kommunikation? Aktuelle Befunde aus dem Bereich der politischen Kommunikation zur Europäischen Union (im Folgenden: EU) dienen eingangs als Beispiele, um den Kontext dieser vorliegenden Arbeit sowie gegenwärtige Anknüpfungspunkte zur transnationalen Kommunikation zwischen politischen Institutionen und dem Journalismus darzustellen:

Demokratie im Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und Renationalisierung:

Politische Kommunikation dient als konstituierender Faktor demokratischer Prozesse. Die Möglichkeit, sich umfassend zu informieren, ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für Demokratie (Dahl 1989, 111). Demnach besteht ein Abhängigkeitsverhältnis der Bürger*innen zu den Vermittler*innen politischer Information. Wenn Politik in transnationalen Räumen stattfindet, dann ist aus demokratischer Sicht auch kommunikatives Handeln über

10.15772/ANDRASSY.2021.001

nationalstaatliche Grenzen hinweg erforderlich (u. a. Abromeit 2003; Erikssen & Fossum 2000; Meyer 2009a).

Durch Entgrenzung von Politik und die Zunahme politischer, sozialer und ökonomischer grenzüberschreitender Interaktionen jenseits des Nationalstaats wie in der EU passiert die Auflösung der Kongruenz zwischen der zumeist national geprägten Öffentlichkeit von Journalismus und dem sie betreffenden Raum politischer, sozialer und ökonomischer Prozesse (Kohler-Koch 1998, 11–25). Die EU-weite, zentral geregelte Koordination und Kontrolle von wirtschaftspolitischen Maßnahmen seit der Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 oder die aktuellen Debatten rund um die Bekämpfung der durch die Corona-Pandemie verursachten wirtschaftlichen und sozialen Folgen in der EU zeigen Verdichtungen und Ausweitungen dieser transnationalen Prozesse. Zugleich ist mitunter auch eine Informalisierung von Politik jenseits demokratischer Verfahren mit der Konsequenz mangelnder Transparenz und dem Verlust von Legitimation zu beobachten (Daase 2009, 290; Hodson & Puetter 2016, 376).

Auf der anderen Seite sind Renationalisierungstendenzen im Gange: Brexit, das Scheitern einer gemeinsamen europäischen Asylpolitik und umstrittene nationale Gesetzgebungen, die eine Rückübertragung transnationaler Kompetenzen bezwecken, sind Beispiele aktueller europäischer Politikentwicklungen, die von einer Renationalisierung innerhalb der EU sowie einer Abwendung von transnationalen politischen Institutionen zeugen. Damit verbunden lassen sich nationalpopulistische Tendenzen feststellen, wodurch sich auch das Gesicht von Demokratie verändert. Zwei aktuelle Ausprägungsmerkmale von Nationalpopulismus sind auch in Hinblick auf demokratische Entwicklungen bedeutsam: Gerade Transnationalisierung fördert die Verbreitung von Nationalpopulismen, indem transnationale Kommunikationsvernetzungen wie Social Media als Katalysatoren dienen, die nationenübergreifend Widerstand gegen Pluralität von außen mit Widerstand gegen Pluralität von innen verstärken. Dies zeigt sich vor allem auch durch Anfeindungen gegen Journalist*innen (Decker 2017, 16; Sarikakis 2017, 9). Nicht nur Pluralität und gesellschaftliche Vielfalt werden angegriffen, sondern auch bestehende demokratische Institutionen in Gefahr gebracht (Wilde & Meyer 2018, 9).

An diesen gegenwärtigen Entwicklungen europäischer demokratischer Gesellschaften knüpft die vorliegende Arbeit an und betrachtet diese aus der Perspektive der politischen Kommunikation. In diesem Kontext nehmen Politik-PR und Journalismus eine zentrale

10.15772/ANDRASSY.2021.001

gesellschaftliche Funktion und eine wesentliche Rolle als demokratischer Faktor für die Beobachtung und den politischen Diskurs im Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und Renationalisierung ein. Indem sich nationale Kommunikationsinhalte mit transnationalen überlappen, vollzieht sich Entgrenzung auch über Kommunikation (Hepp et al. 2012, 22–23). In Hinblick auf demokratisch notwendige politische Kommunikationsprozesse ist gerade bei transnationalen Inhalten aber auch von einem *„Dilemma unvollständiger Informationen"* (Kaiser 2014, 27) die Rede. Durch die Herausbildung neuer Governance-Strukturen im transnationalen Raum erhöhte sich in den letzten Jahrzehnten zudem die Komplexität von Kommunikationsinhalten. Die Akteur*innen aus dem Bereich der Politik-PR und des Journalismus stehen also vor zusätzlichen Herausforderungen, wenn es um die transnationale Vermittlung von politischer Kommunikation geht.

Übertragungsprobleme bei der Vermittlung transnationaler politischer Kommunikation:

Dass es im Kommunikationsprozess zwischen den EU-Institutionen und dem in Europa vorrangig national geprägten Journalismus grundsätzlich Übertragungsprobleme gibt, liegt freilich in der Natur der Sache und muss von einem Journalismus aufgrund seiner Gatekeeper-Funktion in einem demokratischen Gemeinwesen auch verlangt werden. Genauso sind selektive Auswahlprozesse und Verzerrungen politischer Informationen verständlich, wenn durch Kommunikation bestimmte politische Interessen betont und andere wiederum weggelassen werden sollen. Ein genaueres Hinsehen auf den Kommunikationsprozess, in dem politische Informationen übertragen werden und welcher im Vorfeld einer öffentlichen Publikation stattfindet, ist aus Sicht der Demokratie-Entwicklung dennoch erforderlich. Denn die Eigenschaften kommunikativer Handlungen im Zusammenspiel zwischen Politik-PR und Journalismus im transnationalen Raum der EU geben Aufschlüsse über die Qualität demokratischer Diskurse, die europaweit vor allem in nationalen Öffentlichkeiten stattfinden. „Communicating Europe" ist ein Schlagwort, das spätestens seit den gescheiterten EU-Verfassungsreferenden 2005 als zentrale Aufgabe der EU-Institutionen hervorgehoben wird. Die Wissenschaft diagnostiziert den EU-Institutionen seither ein *„Vermittlungsproblem"* (Brüggemann 2008, 23) im transnationalen Kommunikationsfluss. Trotz zunehmender Professionalisierungsbemühungen sind die Europäischen Institutionen nicht in der Lage, ihre Informationsfunktion ausreichend zu erfüllen: Das jüngste Beispiel rund um den Brexit hat

10.15772/ANDRASSY.2021.001

diese Problematik deutlich vor Augen geführt und wurde mitunter nicht nur von außen als Kommunikationskrise der EU-Institutionen bezeichnet (Welfens 2017, 62–68). Auch von Jean-Claude Juncker wurde der Brexit unter anderem als Folge einer unzureichenden Kommunikation der politischen Positionen der EU in Großbritannien deklariert (Steiner-Gashi 2019). Politische Kommunikation im transnationalen Gebilde der EU kann aber freilich nicht ohne Massenmedien als Funktionssystem auskommen (Altmeppen & Löffelholz 1998, 99). Die politischen Institutionen der EU sind trotz Möglichkeiten der sozialen Kommunikation nach wie vor auf die Leistungen des Journalismus angewiesen, um national geprägte europäische Öffentlichkeiten zu erreichen. Zugleich gibt es klare Befunde, dass sich nationale Journalismus-Kulturen explizit gegen Transnationalisierungsprozesse wenden: Den britischen Printmedien wird vorgeworfen, über Jahrzehnte hinweg EU-institutionenfeindliche Kritik geleistet, die Einstellung der Brit*innen zu Europäischen Institutionen durch negative Berichterstattung geprägt und so die Skepsis gegenüber einem Verbleib in der EU verschärft zu haben (Copeland & Copsey 2017, 710–711). In Österreich steht unter anderem die Kronen Zeitung für eine Kampagnisierung gegen die EU (Schwarzenegger 2008, 26–27).

Die mitunter fehlende Brückenfunktion zwischen den EU-Institutionen und den europäischen Bürger*innen, wie ein Tenor im wissenschaftlichen Diskurs zur europäischen Öffentlichkeit und zu transnationaler Demokratie-Entwicklung auf EU-Ebene lautet (Brüggemann 2008, 252), führt Übertragungsprobleme bei der Vermittlung transnationaler Kommunikationsinhalte vor Augen. Angesichts der seit geraumer Zeit angestoßenen Fake-News-Debatte sowie der Vorwürfe an einen sogenannten „Elite-Journalismus“ (Hachmeister 2002, 7) oder „Verhaberungs-Journalismus“, der sich durch große Nähe zu politischer Macht und unreflektierte Wiedergabe des Diskurses politischer Eliten kennzeichnet, sich durch fehlende kritische Distanz, wenig investigative Arbeit und oft parteiisch präsentiert (Blum 2008, 36–37; Zielina 2010), wird zudem vermehrt die Frage nach der Entstehung, Selektion, Zusammensetzung und Prüfung journalistischer Berichterstattung aufgeworfen. Der kommunikative Übertragungsprozess von politischen Informationen bis zu deren öffentlicher Publikation gerät somit aktuell vermehrt in den Fokus gesellschaftlicher Debatten. Dabei zeigt sich eine akteur*innenzentrierte Sicht auf den Kommunikationsprozess im Vorfeld von Veröffentlichungen – gerade für die Vermittlung politischer Kommunikation zur EU – noch als wenig beforscht.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Veränderungen im Zusammenspiel zwischen Politik(-PR) und Journalismus:

Einflüsse der Politik auf den Journalismus und umgekehrt sind ein Thema, das seit den 1970ern immer wieder ins Blickfeld der Journalismus- und Kommunikationsforschung genommen wurde (u. a. Baerns 1991; Bentele, Liebert & Seeling 1997; Hoffjann 2001; Donges & Jarren 2017). Insgesamt lassen sich zur Beziehung und dem Verhältnis zwischen Vertreter*innen der Politik(-PR) und Journalist*innen aufgrund verschiedener empirischer Befunde und theoretischer Erklärungsansätze durchaus unterschiedliche Interpretationen finden.

Während die wissenschaftliche Literatur dazu seit einigen Jahren brach liegt, wird dem Verhältnis zwischen Politik und Medien seit der Trump-Administration in den USA und dem weltweit zunehmenden Nationalpopulismus zumindest in gesellschaftlichen Debatten gegenwärtig wieder neue Relevanz zugesprochen. Dies zeigt sich auch im Diskurs in Österreich, wenn dem Journalismus *„Atemprobleme“* (Hausjell 2020) angesichts einer Schieflage durch wachsende Ressourcen für PR der österreichischen Regierung attestiert werden. Politische Interventionen bei Chefredakteur*innen, eine Interview-Zensur und Exklusiv-Geschichten der Ministerien mit PR-Spin für ausgewählte Medien werden immer öfter publik gemacht (Presseclub Concordia 2020; Der Standard 2020a). Auch im Bildjournalismus greifen Medien und die österreichische Presseagentur APA vermehrt auf offizielle PR-Produkte direkt aus politischen Büros zurück (Der Standard 2020b). Auf der einen Seite verneinen Chefredakteur*innen österreichischer Tageszeitungen eine neue Qualität der Phänomene politischer Interventionen im Journalismus und titulieren sich selbst der Politik gegenüber mitunter als *„zu wehleidig"* (Fidler 2020). Auf der anderen Seite wird von Politik-Beobachter*innen auf Veränderungen im Zusammenspiel zwischen Politik(-PR) und Journalismus hingewiesen, die nicht nur auf den Politik-Bereich zurückzuführen sind. Von einer Neuordnung gesellschaftlicher Machtverhältnisse spricht *Plaikner* und bezeichnet damit veränderte Beziehungen zwischen Politik und Journalismus: *„Die Grenzen verschieben sich dabei so rasant, dass Überschreitungen von allen Seiten geradezu zwangsläufig geschehen“* (Plaikner 2019, 60).

Evident ist, dass vor allem nach dem Einbruch des Anzeigenmarktes durch die Wirtschafts- und Finanzkrise 2008 und aufgrund des Konkurrenzdrucks sozialer Medien speziell die Printmedien verwundbarer geworden sind. Gut ausgestattete Politik-PR-Büros stehen immer kleiner werdenden Redaktionen gegenüber (Diez 2009; Presseclub Concordia 2020). Mit

10.15772/ANDRASSY.2021.001

sogenannter „message control“ und strukturellen indirekten Einflussnahmen wie Inseraten-Sponsoring oder Presseförderungen werden von politischer Seite Disziplinierungsversuche unternommen, die bei Journalist*innen Muster von Willfährigkeit bewirken sollen (Völker & Weißensteiner 2020; Fidler 2020). Auf Seiten der Medien hat sich nicht zuletzt aufgrund zunehmender politischer Demagogie und Hetze (auch gegenüber Journalist*innen) Kritik am „Neutralitätsjournalismus“ entflammt. Forderungen wurden laut, im Journalismus mehr Farbe gegenüber der Politik zu bekennen, was zusätzliche Gegnerschaft der Politik nach sich ziehen kann (Hahn, Kappacher & Atzara 2018; Treichler 2020). Hinzu kommt, dass Social Media einen wesentlichen Beitrag zur Zunahme an individueller Macht und gewandelten Rollenbildern von Akteur*innen in Politik(-PR) und Journalismus geleistet haben, welche sich durch die eigenen Kommunikationskanäle immer mehr zu selbstständigen Medienmacher*innen entwickeln. Die Verschiebung dieser Machtkonstellationen hat zur Folge, dass Akteur*innen sowohl aus Politik(-PR) als auch aus Journalismus vermehrt den Kontakt zum Publikum suchen, um dieses auf die eigene Seite zu ziehen, was durch Social Media wiederum erleichtert wird (Hahn, Kappacher & Atzara 2018). Trotz des abnehmenden Gewichts des Journalismus in der Medienlandschaft zeigen die Anstrengungen politischer Pressearbeit aber, dass Journalist*innen auch neben den sozialen Medien nach wie vor eine wichtige Rolle als Träger*innen politischer Kommunikation einnehmen.

Ein neues Ausloten von Nähe und Distanz in der Verquickung von Politik(-PR) und Journalismus zeigt sich auch auf transnationaler Ebene: Journalist*innen österreichischer Medien werden nicht nur von nationalen, sondern auch von internationalen Politik-Vertreter*innen öffentlich als politische Gegner*innen kritisiert oder als Verbündete an die Seite genommen. Die offensive Kontaktaufnahme und die damit verbundene transnationale Kommunikation mit den österreichischen Journalist*innen werden neuerdings auch explizit der Öffentlichkeit zugänglich gemacht, wie zwei Beispiele illustrieren: Der ungarische Botschafter in Österreich hat im Juli 2020 an einige österreichische Medien einen Brief mit der Aufforderung geschickt, sich aufgrund falscher Informationen in der Berichterstattung über die Corona-Krise in Ungarn bei der ungarischen Regierung und Bevölkerung zu entschuldigen. Das Schreiben wurde auf der Website der ungarischen Botschaft auch für die Öffentlichkeit publiziert und von „Reporter ohne Grenzen“ kritisiert (Salzburger Nachrichten 2020). Nach einem Ausschluss dreier österreichischer Printmedien – Falter, Kurier und Der Standard – von einer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Pressekonferenz des österreichischen Innenministeriums aufgrund zu kritischer Berichterstattung lud der Präsident der Europäischen Kommission Jean-Claude Juncker Vertreter*innen dieser Medien bei seinem Österreich-Besuch im Oktober 2018 zu einem Pressegespräch ein. Er verteidigte sie dabei öffentlich gegenüber dem Vorgehen der österreichischen Regierung: *„Ich mochte nicht, dass Sie in Bedrängnis gebracht wurden."* (zit. n.: Klenk et al. 2018) Ob „demonstrative Belohnung" oder „Statement" gegenüber politischem Druck der österreichischen Innenpolitik auf die Medien bzw. Angriffen auf die Pressefreiheit im Allgemeinen (Klenk et al. 2018) oder doch vielmehr eine PR-Geste an die österreichische Öffentlichkeit – das Vorgehen wirft jedenfalls die Frage nach dem Verhältnis zwischen der supranational und transnational verfassten Europäischen Kommission und dem in der EU vorrangig national geprägten Journalismus auf und führt damit zum zentralen Forschungsinteresse dieser Arbeit.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2. Forschungsinteressen und Einordnung

Transnationalisierung ist eine wesentliche Facette der wissenschaftlichen Betrachtung aktueller politischer Kommunikation. Kommunikationsprozesse zwischen Politik-PR und Journalismus im transnationalen Raum empirisch zu analysieren und relevante Komponenten der Transnationalisierung politischer Kommunikation zu fassen, ist das Ziel dieser vorliegenden Arbeit. Sie fragt danach, ob, wie, unter welchen Bedingungen und mit welchen Konsequenzen politische Kommunikation in der Transnationalisierung verhandelt, hervorgebracht oder auch verhindert wird. Im Zusammenspiel zwischen Politik-PR und Journalismus werden Prozesse der Reproduktion und Transformation oder Abbrüche von Kommunikation unter die Lupe genommen. Welche Parameter dabei Durchlässigkeiten bzw. Undurchlässigkeiten für transnational vermittelte politische Kommunikationsinhalte ergeben, soll festgestellt werden.

Aus theoretischer Sicht greift die vorliegende Arbeit zunächst auf politik- und kommunikationswissenschaftliche Konzepte von Transnationalisierung und Europäisierung zurück (u. a. Gerhards 2000; Lünenborg 2004; Neidhardt 2006; Latzer & Saurwein 2006; Trenz 2005; Risse 2010). Wenn politische Kommunikationshandlungen Grenzen von Nationalstaaten überschreiten, entstehen neue kommunikative Verschränkungen. Dabei verliert einerseits die inhaltliche Prägekraft der Gesellschaften durch den Nationalstaat mitunter an Bedeutung, was vor allem im Beobachtungsraum der EU deutlich wird (Wessler & Brüggemann 2012, V). Andererseits sind kommunikative Beharrungskräfte von europäischen nationalen Medien nach wie vor nicht zu vernachlässigen wie das Beispiel des britischen Journalismus zeigt (Cini & Pérez-Solórzano Borragán 2017, 5).

Die Frage nach dem Verhältnis von Transnationalisierung und Medienkommunikation wird in der anglophonen und frankophonen Literatur seit Anfang der 1990er Jahre diskutiert. Die Debatte erreichte schließlich Ende der 1990er Jahre auch die Forschung im deutschsprachigen Raum. Dabei zeigten sich vor allem transnationale Öffentlichkeiten und ihre Infrastrukturen, die Transnationalisierung der Sprecher*innen in der Medienberichterstattung, der Strukturwandel der Medieninhalte sowie transnationalisierte Publika und Medienevents als relevante Themen (Wessler & Brüggemann 2012, 119–134). Anfang der 2000er Jahre –

10.15772/ANDRASSY.2021.001

speziell nach den Referenden in den EU-Gründungsländern Frankreich und den Niederlanden und dem gescheiterten EU-Verfassungsvertrag – stand vor allem die EU-Kommunikation der Europäischen Institutionen mit der Bürger*innenschaft in den EU-Mitgliedsländern im Mittelpunkt zahlreicher Forschungen zur transnationalen politischen Kommunikation. Diesem Forschungsstrang schließt sich die vorliegende Arbeit an und macht genau 25 Jahre nach dem österreichischen EU-Beitritt von 1995 das Zusammenspiel zwischen der Politik-PR der Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Medien zum Thema. Diese im österreichischen Kontext bisher nur ansatzweise erforschte Thematik ist aus mehreren Perspektiven interessant: In dem Ausmaß, in dem politische Verantwortung auf eine transnationale Ebene übertragen wird, ist aus demokratietheoretischer Sicht auch eine Diskussion über die Kommunikation transnationaler Politik gefordert (Wessler & Brüggemann 2012, 75). Da politische Zuständigkeiten seit dem österreichischen EU-Beitritt 1995 einerseits durch Vertragsänderungen und andererseits durch neue Formen politischer Koordination und Kontrolle auf EU-Ebene erheblich zugenommen haben (Phinnemore 2016, 22–28; Church & Phinnemore 2016, 31–48), erhalten Nachrichtenentscheidungen und die damit verbundenen Kommunikationsprozesse zwischen Politik-PR und Journalismus zur EU besondere Relevanz.

Wenn aktuell Konflikte zwischen Transnationalisierung und Renationalisierung an der politischen Tagesordnung in Europa stehen, kann die Intensität und Qualität einer kommunikativen Auseinandersetzung innerhalb transnationaler politischer Räume, welche in der Folge in den Medien abgebildet wird, auch als Indikator für den Grad der gesellschaftlichen Integration innerhalb dieser Räume dienen (Lünenborg 2004, 435). Inwieweit die Europäische Kommission bei der europäischen Integration eine politische Rolle ausübt, steht immer wieder zur Debatte. Aktuelle Analysen zeigen hierzu zwar ein divergentes Bild – was durchaus auch an unterschiedlichen Definitionen bzw. mitunter an unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen in der Analyse liegt (Egeberg 2016, 128). Da die Europäische Kommission unter Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker von November 2014 bis November 2019 jedoch explizit politischen Führungsanspruch kommuniziert hat, erscheint gerade auch deswegen ein Einblick in die Kommunikationsprozesse mit Journalist*innen interessant *[Anmerkung: Der Beobachtungszeitraum der vorliegenden Arbeit fällt in diese Amtsperiode.]* Zumindest auf struktureller und diskursiver Ebene wurde die Europäische Kommission während der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Administration unter Jean-Claude Juncker deutlich politisierter organisiert und präsentiert als davor (Nugent & Rhinard 2019, 203).

Der empirische Forschungsstand zur EU-Kommunikation zeigt, dass vornehmlich Inhalte, Strategien und Produkte transnationaler Kommunikation in den Blick genommen wurden, die akteur*innenzentrierte Ebene in der politischen Kommunikationsforschung zu Kommunikationsprozessen in der EU aber bislang vernachlässigt wurde (Altides 2009, 38). Hier knüpft der empirische Teil der vorliegenden Arbeit an: Zunächst werden Inhalte zur Europäischen Kommission in österreichischen Printmedien analysiert. Ob und inwiefern die Europäische Kommission eine Rolle in der journalistischen Berichterstattung spielt, wird im ersten Teil eruiert. In der bisherigen Literatur weitgehend unbeachtet bleiben damit einhergehende Prozesse der Übertragung von Kommunikation zwischen Politik-PR und Journalismus. Nach welchen Kriterien kommunikative Aushandlungsprozesse bis hin zur Veröffentlichung oder zum Abbruch politischer Kommunikation verlaufen, wird für den transnationalen Raum nach wie vor kaum beschrieben. Da systematische Aufarbeitungen zum Zusammenspiel zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Medien bisher noch fehlen, ist die vorliegende Arbeit im zweiten empirischen Schritt daher an der politischen Nachrichtenproduktion und an den Kommunikationsprozessen zwischen den beiden Akteur*innen interessiert.

Für ein besseres Verständnis dieser Prozesse wird hierbei die akteur*innenzentrierte Perspektive gewählt. Die vorliegende Arbeit folgt dabei der theoretischen Annahme, dass kommunikatives Handeln zwischen den Akteur*innen der Politik-PR und des Journalismus nicht bloß durch Systeme und Strukturen einer politischen Institution oder der Medienlandschaft beschrieben, sondern nur unter Einbezug der handelnden Akteur*innen angemessen verstanden werden kann. Durch ihr jeweiliges Handeln stellen sie Wirklichkeit her. Subjektive Bedeutungszuschreibungen der Akteur*innen im Prozess der transnationalen politischen Kommunikation werden somit im Rahmen dieser Arbeit als wesentliche Grundlage für die Gestaltung politischer Kommunikation und ihrer Veröffentlichung für die Medienkonsument*innen sowie für ihren Abbruch interpretiert. Die Perspektiven der im Zusammenspiel beteiligten Beamt*innen der Europäischen Kommission und der Journalist*innen österreichischer Printmedien in transnationalen Kommunikationsprozessen stehen daher im Vordergrund des zweiten Teils der empirischen Erkenntnisgewinnung.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

3. Struktur und Methodik

Der Titel dieser Arbeit greift auf eine Redewendung aus dem akademischen Alltagsbetrieb zurück und richtet deren Fokus auf den politik- und kommunikationswissenschaftlichen Kontext aus: Hinter einer Veröffentlichung oder Nicht-Veröffentlichung politischer Kommunikation steht in der Praxis in vielen Fällen ein Zusammenspiel zwischen Akteur*innen der Politik-PR und des Journalismus. Wie dieses Zusammenspiel auf transnationaler Ebene zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Printjournalismus verläuft, wird folgendermaßen aufgearbeitet:

Der theoretische Teil der Arbeit, welcher in direkter Beziehung zur daran anschließenden empirischen Untersuchung steht, beginnt mit einer Zusammenfassung von Theorien und bisherigen Forschungsergebnissen zur politischen Kommunikation im transnationalen Raum *(Kapitel 4)*. Dieser Forschungsgegenstand erfordert zunächst einen allgemeinen Blick auf aktuelle Bedingungen, Probleme und die Relevanz dieser Thematik. Daran anschließend knüpft sich eine Übersicht zu Forschungen, die der transnationalen Nachrichtenproduktion auf den Grund gehen. Konkretisiert wird die Thematik schließlich am Beispiel der EU: Von welchen spezifischen Eigenschaften ist auszugehen, wenn von transnationaler politischer Kommunikation im Beobachtungsraum der EU die Rede ist?

Ein weiteres theoretisches Kapitel befasst sich mit den Interaktionen zwischen (Politik-)PR und Journalismus. In einem Vergleich werden Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Kommunikationsinstanzen angeführt. Daran anschließend folgen theoretische Ansätze sowie eine Darstellung ausgewählter empirischer Arbeiten zur Erklärung komplexer Verhältnisse zwischen (Politik-)PR und Journalismus *(Kapitel 5)*.

Ein besonderes Interesse der vorliegenden Arbeit liegt auf der Erweiterung der Betrachtung der EU-Kommunikation von einer strukturellen auf eine akteur*innenzentrierte Perspektive im Bereich der Politik-PR und des Journalismus. Das sechste Kapitel beschäftigt sich daher zunächst mit Theorien kommunikativen Handelns und geht dann auf die spezifischen Merkmale der Hauptakteur*innen der vorliegenden Arbeit ein: In Hinblick auf die daran anknüpfende empirische Forschung wird zum einen die Europäische Kommission als Spezialfall im Bereich der EU-Kommunikation betrachtet. Zum anderen werden die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

spezifischen Merkmale der österreichischen Medien- und Journalismuslandschaft bzw. der EU-Korrespondent*innenschaft in Brüssel erörtert *(Kapitel 6)*.

Der empirische Teil der Arbeit beginnt mit Anmerkungen zur Analyse politischer Kommunikation im transnationalen Raum *(Kapitel 7)*, die als Basis für die empirische Aufarbeitung dienten. Dazu gehört ein allgemeiner Überblick mit den wesentlichen Grundpfeilern aus der politischen Kommunikationsforschung, die Auflistung der Forschungsfragen, an denen sich die methodische Aufarbeitung orientierte, sowie die Berücksichtigung spezifischer Eigenschaften der vorliegenden empirischen Bearbeitungen.

Die Zielsetzung der Arbeit erforderte eine Methodik, die einerseits quantitative Gesichtspunkte berücksichtigt und andererseits auch qualitative Erkenntnisse liefert: Dazu wurde eine Inhaltsanalyse österreichischer Printmedien sowie Befragungen von Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen österreichischer Printmedien ausgewählt. Der Methodik-Teil *(Kapitel 8)* gliedert sich somit in eine grobe Übersicht der methodischen Konzeption der Arbeit und in theoretische Anmerkungen zu den gewählten Methoden.

Im Kapitel zur Operationalisierung *(Kapitel 9)* wird zunächst der Forschungsablauf beschrieben und dann die beiden Stufen der empirischen Forschung – Inhaltsanalyse und Befragungen – aufbereitet, um die detaillierte Herangehensweise aufzuzeigen und so Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten.

Die Präsentation der Ergebnisse der einzelnen empirischen Forschungsabschnitte nimmt einen wesentlichen Teil der gesamten Arbeit ein *(Kapitel 10)*. Abschließend folgt eine Zusammenschau der Erkenntnisse in Hinblick auf den zu Beginn konstruierten Rahmen, in den die vorliegende Arbeit eingebettet wird: Relevante Gemeinsamkeiten und Widersprüche der gesamten Analyseschritte zum Zusammenspiel zwischen der Politik-PR der Europäischen Kommission und dem Journalismus werden dargestellt. Darüber hinaus öffnen Ableitungen, die sich aus der Analyse ergeben, den Blick auf Anknüpfungspunkte für weitere Forschungen in Hinblick auf den demokratischen Diskurs in transnationalen Räumen sowie auf das kommunikative Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und (Re-)Nationalisierung bzw. Regionalisierung in der EU *(Kapitel 11)*.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

II THEORETISCHER TEIL

4. Politische Kommunikation und transnationale Politik

4.1 Charakteristische Merkmale

4.1.1 Definitionen

Zahlreiche Definitionsversuche in der politik- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur beziehen sich auf die Beschreibung vielfältiger Aspekte zur politischen Kommunikation. Sie unterscheiden sich vor allem durch ein unterschiedliches Maß an Berücksichtigungen von Reichweite, Akteur*innen, unterschiedlichen Kommunikationskanälen und systemrelevanten Komponenten. Mit der Zunahme der (vor allem elektronischen) Medienkommunikation hat sich auch das wissenschaftliche Interesse an medienvermittelter politischer Kommunikation gesteigert und sich in den 1970ern ein eigener Wissenschaftszweig herausgebildet (Schulz 2008, 14–15). Im deutschen Sprachraum sind vor allem *Langenbucher* (1974) und *Saxer* (1983; 1998) als Vorläufer für die theoretische Grundlegung eines Wissenschaftszweiges der politischen Kommunikation zu nennen. Aufgrund unterschiedlicher Perspektiven auf das Feld der politischen Kommunikation aus verschiedensten wissenschaftlichen Disziplinen ist jedoch nicht von einheitlichen Begriffsbestimmungen auszugehen. Neben differenten perspektivischen Forschungsansätzen sind speziell auch normative, deskriptive und analytische Herangehensweisen an die Beforschung von Themen der politischen Kommunikation hervorzustreichen (Donges & Jarren 2017, 1–2).

Die vorliegende Arbeit präferiert aufgrund ihrer Ausrichtung auf den transnationalen Nachrichtenproduktionsprozess speziell jene Definitionen, die das Prozesshafte der politischen Kommunikation in den Vordergrund rücken und somit aus politikwissenschaftlicher Sicht den Bereich der „politics“ ins Auge fassen: *„The field of political communication […] encompasses the construction, sending, receiving, and processing of messages that potentially have a significant direct or indirect impact on politics.”* (Graber &

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Smith 2006, 479) Sie setzt darüber hinaus auch an einer Eingrenzung der politischen Kommunikationshandlungen auf die traditionellen Funktionsgruppen der politischen Kommunikation – Politik-PR und Journalismus – an und hält die Betonung der Kommunikationsakteur*innen für die Erklärung von Kommunikationsprozessen für wesentlich: *„Unter dem Begriff ‚Politische Kommunikation' wird in einem engen Sinne vor allem diejenige Kommunikation verstanden, in der stark in das politische System eingebundene Akteure in einer massenmedial vermittelten Öffentlichkeit über politisch relevante Sachverhalte kommunizieren"* (Henn, Dohle & Vowe 2013, 383).

Politik als Betrachtungsgegenstand einzugrenzen, ist aus wissenschaftlicher Sicht umstritten, da es sich bei der Grenzziehung zwischen Politik und Nicht-Politik stets auch um eine politische Frage handelt (Nassehi 2002, 38). Die vorliegende Arbeit definiert Politik daher sehr breit als *„soziales Handeln, das auf Entscheidungen und Steuerungsmechanismen ausgerichtet ist, die allgemein verbindlich sind und das Zusammenleben von Menschen regeln"* (Bernauer et al. 2013, 24). Sie fokussiert sich dabei auf politisches (Kommunikations-)Handeln in Form von Interaktionen auf transnationaler Ebene, indem Nachrichtenproduktionsprozesse zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus empirisch-analytisch in den Blick genommen werden. In Zusammenhang mit der Thematik der vorliegenden Arbeit ist darauf hinzuweisen, dass Politik in einem demokratischen Gemeinwesen ohne Kommunikation generell nicht denkbar ist. Mitunter greifen Definitionen von Politik auch direkt auf Kommunikationsaspekte zurück (Schulz 2008, 13). *Donges* und *Jarren*, die auf diese enge Verbindung aufmerksam machen, kritisieren diesbezüglich eine zu starke Trennung zwischen politischen Prozessen und der politischen Kommunikation: *„dass die Darstellung von Politik immer weniger ein ‚Anhängsel' politischer Entscheidungen, sondern ein integraler Bestandteil jedes politischen Prozesses ist. Dies gilt insbesondere dann, wenn Themen, die sich nicht mediengerecht darstellen lassen, gar nicht erst in den politischen Entscheidungsprozess gelangen."* (Donges & Jarren 2017, 7) Debatten über die Art des Verhältnisses zwischen Politik und Kommunikation sind reichhaltig. Auf den Aspekt der Vermischung zwischen den Funktionssystemen Politik und Kommunikation wird im Lauf der vorliegenden Arbeit immer wieder Bezug genommen *(siehe Kapitel 5).*

Auch wenn es darum geht, politische Kommunikation grenzüberschreitend zu denken und dabei mit politischen Phänomenen räumlicher Entgrenzung in Verbindung zu setzen, ist die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Terminologie zur politischen Kommunikation in der Literatur nicht immer eindeutig definiert: Das Forschungsfeld teilt sich hierbei vor allem in „internationale“, „globale“ und „transnationale“ Kommunikation, wobei hinter den Begrifflichkeiten mitunter unterschiedliche theoretische und politische Auffassungen zur Bedeutung von Nationalstaaten und nationalstaatlich verfassten Gesellschaften für die grenzüberschreitende Kommunikation stehen und die Definitionen mitunter auch verschwimmen (Wessler & Brüggemann 2012, 2). Transnationalisierung bezeichnen *Brüggemann et al.* als Kommunikationsflüsse, die nationale Grenzen überschreiten und in der Folge transnationale Öffentlichkeiten ermöglichen: *„Räume der Verdichtung von Prozessen öffentlicher, medial vermittelter politischer Kommunikation“*, die den nationalen Bezugsrahmen übersteigen (Brüggemann et al. 2009, 395). Indem sie unter anderem auf *Koopmans* und *Statham* (2010) und *Wessler et al.* (2008) zurückgreift, definiert *Polownikow* Transnationalisierung von Öffentlichkeit durch grenzüberschreitende Kommunikation als eine *„Ausdehnung des Netzwerks öffentlicher Kommunikationsforen über den Nationalstaat hinaus“* (Polownikow 2017, 1).

Nach *Donges* und *Jarren*, die dabei auf *Wessler* (2007) zurückgreifen, meint Transnationalisierung, dass gesellschaftliche Prozesse immer öfter, weitreichender und nachhaltiger den nationalstaatlichen Rahmen überschreiten. Internationalisierung hingegen bezeichnet den Prozess einer verstärkten Interaktion und Koordination zwischen Staaten, und Supranationalisierung bezeichnet die Herausbildung überstaatlicher Institutionen (Wessler 2007, 51; Donges & Jarren 2017, 88). Zum Themenkomplex der Internationalisierung wird vor allem international vergleichende Forschung über Nachrichtenberichterstattung, Journalismus und politische Kommunikation in den Blick genommen (u.a. Esser & Pfetsch 2003, Melischek, Seethaler & Wilke 2008; Löffelholz, Weaver & Schwarz 2008). Literatur zur Transnationalisierung fokussiert sich unter anderem bevorzugt auf grenzüberschreitende Medien- und Kommunikationsphänomene (u.a. Hepp & Löffelholz 2002; Wessler et al. 2008; Ivanova 2017). Europäisierung ist nach *Wessler* ein Spezialfall von Transnationalisierung, Internationalisierung und Supranationalisierung (Wessler 2007, 51). Die EU dient als das am meisten untersuchte Beispiel für die Analyse politischer Kommunikation im transnationalen politischen Raum (Wessler & Brüggemann 2012, 66).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Die vorliegende Arbeit bezieht sich bei ihrer Analyse der Kommunikation der Europäischen Kommission speziell auf den Begriff der „transnationalen Kommunikation“. Während der Begriff „internationale Kommunikation“ ein bloßes Überschreiten der Grenzen von Nationalstaaten und Nationalkulturen beschreibt, ohne deren Grenzen anzutasten, fokussiert der Begriff „transnationale Kommunikation“ Kommunikationsprozesse, die Grenzen von Nationalstaaten und Nationalkulturen mitunter auch überwinden und in der Folge die Prägekraft der Nationalstaaten für Kommunikationsprozesse verringern. Im Bereich der transnationalen Kommunikation geht es sowohl um die Beobachtung von Einfluss aufgrund der Grenzüberschreitung, als auch um die Analyse von Entgrenzungsperspektiven, was im Rahmen der Auswertung der Analyseergebnisse der vorliegenden Arbeit sichtbar wird *(siehe Kapitel 11)*. Mit der Betonung auf trans*national* wird zugleich auch auf den historischen und systematischen Bezugspunkt der Arbeit hingewiesen: Die Wirkungskraft der Nationalstaaten innerhalb der EU sollte trotz zunehmender kommunikativer Grenzüberschreitungen bzw. Grenzüberwindungen durch Kommunikation nicht außer Acht gelassen werden. Die Analyse der Durchlässigkeit nationaler Grenzen für transnationale Medieninhalte und Transformationsprozesse steht dabei im Zentrum (Wessler & Brüggemann 2012, 2–5). Es muss jedoch hinzugefügt werden, dass transnationale Verdichtungen von Kommunikation nicht immer als Gegensatz zwischen transnationalen und nationalen Öffentlichkeiten aufgefasst werden dürfen: Eine transnationale Öffentlichkeit entwickelt sich mitunter als Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeiten (Wessler & Brüggemann 2012, 63–64). Worin es in der Forschung weitgehende Einigkeit gibt, ist die Betrachtung der Transnationalisierung von Öffentlichkeit(en) als lang dauernder Prozess, welcher in verschiedenen Dimensionen abläuft (u.a. Fraser 2008; Ivanova 2017).

Ein weiteres Forschungsfeld der vorliegenden Arbeit sind Kommunikationsprozesse aus der Sicht der Kommunikationsakteur*innen mit einem Fokus auf interpersonale Kommunikation zwischen den Vertreter*innen der Politik-PR und denen des Journalismus, die nicht zuletzt aufgrund ihrer grenzüberschreitenden Kommunikationstätigkeiten mitunter eine unterschiedliche kulturelle Herkunft aufweisen. Im Rahmen der Befragungen werden zwar durchaus Themenbereiche angesprochen, die Kommunikations- und Journalismuskulturen nicht als abgeschlossene Einheiten betrachten (Wessler & Brüggemann 2012, 3–4), der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Themenkomplex der „transkulturellen Kommunikation“ (u.a. Hepp 2014) steht jedoch nicht im Zentrum der vorliegenden Analyse.

4.1.2 Ausprägungen

Angesichts zunehmender Transnationalisierungsprozesse – nicht zuletzt auch auf politischer Ebene –hat sich Kommunikation grenzüberschreitend entwickelt. Transnationale Kommunikation ist somit eine zentrale Eigenschaft moderner Gesellschaften geworden. Während lange Zeit der wissenschaftliche Diskurs zur politischen Kommunikation auf den nationalen Rahmen beschränkt blieb, fordern Transnationalisierungsprozesse nunmehr die Politik- und Kommunikationswissenschaft heraus, speziell auch jene Formen von Kommunikation in den Blick zu nehmen, die Grenzen von Nationalstaaten und Nationalgesellschaften überwinden.

Wessler und *Brüggemann* konstatieren diesbezüglich eine vermehrte Herstellung und Verdichtung von grenzüberschreitenden kommunikativen Verbindungen (Wessler & Brüggemann 2012, 12), wodurch sich auch Medieninhalte zunehmend wandeln (Polownikow 2017, 399). *Schultz* und *Wessler* argumentieren mit *McLuhan* (1967), dass mit medialer Hilfe einerseits transnationale Räume und Gemeinschaften entstehen können, die Prinzipien nationaler Gesellschaften durchkreuzen, ergänzen oder ersetzen. Andererseits wirkt sich Transnationalisierung auch wieder auf Medien aus, indem diese dadurch zunehmend nationalstaatliche Grenzen überschreiten, unterlaufen oder überwinden (Schultz & Wessler 2005, 347–348). *Berglez* weist auf enge und komplexe Verschränkungen zwischen „domestic news“ und „foreign news“ hin, die eine Unterscheidung zunehmend schwer machen: *„News media content seems to be becoming more and more deterritorialised, involving complex relations and flows across national borders”* (Berglez 2008, 845). Transnationale Kommunikationsstrukturen werden daher häufig als *„komplexe Konnektivitäten“* bezeichnet, weil die transnationalen kommunikativen Verbindungen stets mehrere Dimensionen gleichzeitig betreffen (Tomlinson 1999; Krotz 2006). Zwei Varianten transnationaler Strukturbildungen von Kommunikation werden dabei unterschieden: Im Rahmen der sogenannten „territorialen Variante“ dehnen sich Kommunikationsstrukturen und Kommunikationsprozesse über den Rahmen einzelner Nationalstaaten bzw. Nationalkulturen aus. Dies ist zum Beispiel bei der Entstehung europäischer Öffentlichkeiten der Fall, welche

10.15772/ANDRASSY.2021.001

sich auf ein erweitertes, aber klar definiertes Territorium beziehen. Im Gegensatz dazu zeichnet sich die „deterritoriale Variante“ von Kommunikationsstrukturen durch Ortsunabhängigkeit aus. Kommunikative Austauschbeziehungen sind in diesem Fall beispielsweise zwischen sozialen Bewegungen anzutreffen (Wessler & Brüggemann 2012, 13). Das Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit richtet sich auf die erstgenannte Ausprägungsform transnationaler Kommunikation, die sogenannte „territoriale Variante“. Sie kann zugleich auch der Europäisierungsforschung zugerechnet werden, indem sie, wie im vorliegenden Fall, kommunikative Interaktionen zwischen der Ebene der Europäischen Union und jener der EU-Mitgliedsländer – top down und bottom up – untersucht (Börzel & Panke 2016, 111–114). Die transnationale politische Kommunikation im Raum der EU wird dabei als eine Form des sozialen Handelns bzw. eine Interaktion – eine wechselseitig aufeinander bezogene soziale Handlung – konzipiert (Donges & Jarren 2017, 5–6). Die vorliegende Arbeit folgt diesbezüglich der Denkrichtung des Konstruktivismus: Es wird von einer grundsätzlichen Unzugänglichkeit einer „objektiven“ Realität ausgegangen (Marcinkowski 2013, 167). Durch unterschiedliche kommunikative Konstruktionen konstituiert sich demnach politische Kommunikation – und zugleich auch Politik (Dohle, Jandura & Vowe 2014, 415). Für dieses Phänomen der sozialen Konstruktion politischer Wirklichkeit benutzt *Sarcinelli* den Begriff der „Politikvermittlung“ und bringt damit zum Ausdruck, dass Politik ein – überwiegend massenmedial – vermitteltes Geschehen ist. Dieses bildet Politik nicht einfach nur ab, sondern konstruiert sie zugleich durch mediale Publikationen (Sarcinelli 1998, 702; Donges & Jarren 2017, 6). Um diesen Prozess zu beurteilen, ist nicht nur die Analyse der Vermittlungsebene zwischen den politischen Akteur*innen und den Bürger*innen, sondern auch jene zwischen den politischen Akteur*innen und den Journalist*innen von Relevanz.

Der Kommunikationsraum der EU wird in der Literatur häufig als ideales Untersuchungsfeld einer Transnationalisierung von Kommunikation angenommen, da innerhalb der EU stark verdichtete Strukturen transnationaler Governance bestehen (Assenbrunner 2011, 44). Im Vergleich zu anderen grenzüberschreitenden Kommunikationsräumen sind die unterschiedlichen nationalen Kommunikationsräume im Rahmen der EU durch einen gemeinsamen Wirtschaftsraum und gemeinsame politische Institutionen auf transnationaler Ebene verbunden. Analysen der Kommunikation im europäischen Wirtschafts- und Politikraum haben dazu eine Reihe an umfassenden und mitunter widersprüchlichen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

empirischen Studien ergeben (Wessler & Brüggemann 2012, 75). In der Tat hat der vorrangig national geprägte Journalismus in den EU-Mitgliedsländern unterschiedliche Funktionen in Bezug auf die Kommunikation politischer Inhalte der EU inne. Einerseits werden Kommunikationsprozesse konstatiert, die zu neuen kommunikativen Entgrenzungen und Verschränkungen jenseits von und quer zu Nationalstaaten führen (Wessler & Brüggemann 2012, 12–13). Wenn aber *Piwoni* von einer *„Wiederbelebung des Nationalen"* spricht und in Frage stellt, ob ein Souveränitäts- und Kompetenzverlust der Nationalstaaten aufgrund von Transnationalisierung auch zu einer geringeren Bedeutung nationaler Identifikation führt (Piwoni 2012, 20), dürfen somit auch nationale Prägungen und Beharrungskräfte sowohl in der Berichterstattung als auch in den dahinter liegenden Kommunikationsprozessen nicht vernachlässigt werden. Vielfach liegt der Forschungsfokus auf der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation innerhalb der EU-Mitgliedsländer. Wissenschaftliche Debatten über einen sogenannten „europäischen Journalismus", der aus normativer Sicht nicht nur Öffentlichkeit innerhalb des politischen Raums der EU herstellen soll, sondern auch einen Integrationsauftrag wie die Herstellung einer europäischen Einheit innehat, sind umstritten und widersprechen zudem der Praxis medienvermittelter Kommunikation im Raum der EU. Journalistische Berichterstattung über politische Prozesse in der EU wird häufig als ein isolierter nationaler Diskurs über Europa dargestellt (Kantner 2003, 215). Sie wird meist eher als ein aus dem nationalen Kontext herausgehobenes Handeln zur *„Perspektivenerweiterung auf den europäischen Kontext"* (Lünenborg 2004, 437) oder als *„Auftrag zur Abbildung relevanter Selbstverständigungsdiskurse"* (Jarren 2000, 39) konzipiert.

4.1.3 Relevanz

Da politische Kommunikation stets mit der Durchsetzung einer bestimmten Sicht und Interpretation der Welt sowie mit Macht und Herrschaft zu tun hat, sind Fragen zur politischen Kommunikation grundsätzlich immer auch von öffentlichem Interesse (Sarcinelli 2011, 17). Speziell was transnationale Kommunikationsprozesse im Rahmen der EU betrifft, ist festzuhalten, dass in dem Maß, wie politische Verantwortung auf die transnationale Ebene übertragen wird, aus demokratietheoretischer Sicht auch die öffentliche Diskussion transnationaler Politik und Politikvermittlung gefordert ist (Wessler & Brüggemann 2012, 75). Um mit dieser Entwicklung Schritt halten zu können, dient die Entstehung einer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

transnationalen europäischen Öffentlichkeit als normative Voraussetzung für die demokratische Legitimation der EU-Politik (Polownikow 2017, 399–411).

Im Folgenden werden Begründungen aus der Praxis europäischer Governance – mit einem Schwerpunkt auf der Europäischen Kommission, dem Fallbeispiel der vorliegenden Arbeit – und Argumentationen aus Diskursen zu Globalisierungs- bzw. Transnationalisierungsprozessen dargestellt, welche die Relevanz transnationaler Kommunikationsprozesse und deren wissenschaftliche Reflexion untermauern. Hierbei ist mitzudenken, dass vor allem die Massenmedien eine spezielle Rolle in Hinblick auf die Vermittlung transnationaler politischer Informationen einnehmen: Je weiter ein Thema von der direkten Alltagserfahrung der Bürger*innen entfernt ist, desto größer ist laut *Spanier* die Bedeutung der Medienberichterstattung für die Meinungsbildung des*der Einzelnen (Spanier 2012, 67). Dabei wird ein Zusammenhang zwischen einer häufigen Erwähnung in den Medien und der Einschätzung von Wichtigkeit, die Bürger*innen politischen Themen zusprechen, festgestellt (Tenscher 2009, 496). Insgesamt ist zu konstatieren, dass nach dem Jahr 2010 – mit der Ausbreitung der europäischen Wirtschafts- und Finanzkrise – in der Literatur zu Europäisierungsprozessen ein expliziter Forschungsfokus auf EU-Kommunikation abhandengekommen ist. Abseits spezifischer wissenschaftlicher Abhandlungen von EU-Kommunikationsaspekten rund um den Brexit, der weithin als ein *„fatal communication disaster"* (Welfens 2017, 33) auch der Europäischen Institutionen bezeichnet wird, hat das allgemeine Forschungsinteresse seither deutlich abgenommen, was einer aktualisierten Auseinandersetzung mit EU-Kommunikation und ihrer medialen Abbildung im Rahmen dieser Arbeit zusätzliche Relevanz gibt.

1.) Fokus: Europäische Governance

Die politischen Maßnahmen während und nach der Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 haben den EU-Institutionen den Vorwurf der Untergrabung der Legitimität demokratisch gewählter nationaler Regierungen eingebracht. Die Zunahme politischer Kompetenzen auf EU-Ebene auch im Finanz- und Steuerbereich – eine neue Architektur zur Regulierung des Bankensektors sowie eine gemeinsame Koordination der Steuer- und Budgetpolitik – führte zu einer Verbreiterung und Vertiefung der europäischen Integration und zu einem Verlust an Souveränität der Nationalstaaten. Auch klassische, nicht auf EU-Ebene vergemeinschaftete

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Bereiche der Nationalstaaten wurden von den Maßnahmen berührt: Pensionen, Löhne, Bildung, Gesundheitssysteme und Sozialpolitik (Börzel & Panke 2016, 112–113). Diese Maßnahmen haben Diskussionen über eine demokratische Legitimierung politischer Entscheidungen auf EU-Ebene sowie die Qualität transnationaler Formen demokratischer Steuerung erneut losgetreten (Wessler et al. 2008; Habermas 2011).

Speziell was die Europäische Kommission betrifft, ist festzuhalten, dass ihr im Rahmen der zur Finanz- und Wirtschaftskrise geschaffenen Maßnahmen auch neue Aufgaben im politischen Mehrebenensystem der Europäischen Union übertragen wurden: Administration und Unterstützungsleistungen in Entscheidungsfindungsprozessen, eine Schlüsselrolle im Monitoring von Implementierungsprozessen, eine enge Kooperation mit der Europäischen Zentralbank und dem Internationalen Währungsfonds im Rahmen der sogenannten „Troika" zur Überwachung von europäischen Ländern in wirtschaftlichen Schwierigkeiten sowie neue Kompetenzen bei der Kontrolle nationaler Wirtschaftspolitik in allen EU-Ländern wie die „Six-Pack"- sowie „Two-Pack"-Haushaltsüberwachung. Die Aufgabe der Alarmierung nationaler Regierungen, wenn Kriterien nicht eingehalten werden, veränderte die Beziehung der Europäischen Kommission zu den EU-Mitgliedsländern, weil sie fortan als „Watchdog" im Bereich ökonomischer Politikplanung der Nationalstaaten auftreten konnte. Auch die neue umgekehrte Mehrheitsentscheidungsregel auf Ratsebene verstärkte die Agenda Setting Rolle der Kommission, indem sichergestellt wurde, dass Vorschläge für Korrekturmaßnahmen gegen EU-Mitgliedsländer, die das Defizit verletzen, angenommen werden – es sei denn, eine qualifizierte Mehrheit der EU-Mitgliedsländer ist anderer Meinung. Um das Bild zu vervollständigen, muss jedoch hinzugefügt werden, dass in anderen Bereichen wirtschafts- und finanzpolitischer Reformen auch starke Zurückhaltung der EU-Mitgliedsländer herrschte, Befugnisse an die Europäische Kommission zu übertragen (Hodson & Puetter 2016, 372–373; Christiansen 2016, 108). Was die durch die Finanz- und Wirtschaftskrise verursachte, veränderte Rolle der Europäischen Kommission und die Legitimität ihrer Exekutiv- und Kontrollbereiche betrifft, sind daher auch unterschiedliche Einschätzungen in der Literatur zu finden: Während *Moravcsik* diesbezüglich von Vertrauen in die Demokratie spricht (Moravcsik 2012), äußert *Scharpf* eine Krise demokratischer Legitimität und kritisiert hierbei vor allem die sogenannte „Troika" zur Überwachung von europäischen Ländern in wirtschaftlichen Schwierigkeiten, an der die Europäische Kommission beteiligt war (Scharpf 2011). *Majone*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

konstatiert ebenfalls eine veränderte Machtkonstellation innerhalb der EU und kritisiert die neuen Befugnisse der Europäischen Kommission, die aus einer demokratischen Perspektive über die Art von Funktionen hinausgehen, die an nicht mehrheitlich demokratisch legitimierte Institutionen delegiert werden sollten (Majone 2014). *Smismans* spricht der Europäischen Kommission abseits der Kritik an mangelnder Output-Legitimität generell die Rolle eines explizit politischen Gremiums zu, da sie die Aufgabe hat, europäische Interessen zu repräsentieren, aufgrund derer sie von nationaler Seite immer wieder kritisiert wird (Smismans 2016, 348). *Christiansen* weist diesbezüglich vor allem auf die Politisierung der Europäischen Kommission durch die Einführung des Spitzenkandidat*innensystems bei Wahlen zum Europäischen Parlament hin (Christiansen 2016, 99).

Probleme mangelnder demokratischer Legitimität der Europäischen Union als Ganzes und der Europäischen Kommission im Speziellen sind nicht erst seit der Finanz- und Wirtschaftskrise ein relevantes Thema in öffentlichen und wissenschaftlichen Diskursen: Seit den Maastrichtverträgen 1992 und spätestens seit den gescheiterten Referenden in Frankreich und in den Niederlanden zur geplanten EU-Verfassung im Jahr 2005 werden mangelnde Transparenz und Legitimität transnationaler europäischer Politik problematisiert (Gerhards 2002, 135). Neben der institutionellen Ebene der Europäischen Union wird auch ein Fehlen einer europäischen Öffentlichkeit sowie eines europäischen Demos als Problem benannt: Nicht nur demokratische Politikprozesse, sondern auch Schwierigkeiten, diese mit einer breiten öffentlichen Debatte zu verbinden, die vielfach den nationalen Interessen der vorrangig national organisierten Medien zugeschrieben werden, sind hierzu anzuführen *(siehe Kapitel 4.2.2)*. Die Vermittlung europäischer Governance sowie eine journalistische Kontrolle spielen gerade auch dann eine Rolle, wenn es um weitreichende politische Entscheidungen wie zur Zeit der Finanz- und Wirtschaftskrise geht. Wenn Medien nur mit Entscheidungsträger*innen der eigenen nationalen Wähler*innenschaft kommunizieren, um nationale Interessen zu verteidigen, wird ein gemeinsames politisches Vorgehen auf EU-Ebene aufgrund zunehmender Skepsis gegenüber der europäischen Integration schwierig. Renationalisierungstendenzen sowie ein Anwachsen radikaler politischer Bewegungen und Auswirkungen auf gesellschaftliche Solidarität sind zusätzliche Argumente, um der wissenschaftlichen Betrachtung der politischen Kommunikation in transnationalen Räumen Relevanz zuzusprechen (Smismans 2016, 344–350).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Fokus: Globalisierungs- bzw. Transnationalisierungsprozesse

Für die Einschätzung politischer Kommunikation in transnationalen Räumen muss auch die Globalisierungs- und Transnationalisierungsforschung in den Blick genommen werden: Seit den 1980er Jahren wird der Prozess der Globalisierung zum Großteil mit negativen Bewertungen in Hinblick auf die Demokratie-Entwicklung in Verbindung gebracht. Mitunter wird auch von einem Ende der Demokratie gesprochen (Guehenno 1994).

Die grenzüberschreitende Verdichtung gesellschaftlicher Systeme hat dabei zur Folge, dass Entwicklungen im regionalen oder nationalstaatlichen Raum zunehmend auch globale Auswirkungen haben, wie beispielsweise die Finanz- und Wirtschaftskrise vor Augen führte (Assenbrunner 2011, 43). Zu bedenken ist hierbei, dass in transnationalen politischen Räumen nicht nur supranationale, transnationale bzw. internationale Institutionen agieren, sondern auch nationale Regierungen Politik gestalten (Wessler & Brüggemann 2012, 70). Die Wirkung politischer Entscheidungsmacht und der Horizont politischer Problemketten sind aufgrund von Globalisierungs- bzw. Transnationalisierungsprozessen nicht mehr deckungsgleich wie in nationalstaatlichen Demokratien. *Meyer* bezeichnet das Risiko einer Entdemokratisierung aufgrund von Globalisierungs- bzw. Transnationalisierungsprozessen daher als *„politisches Diskrepanzproblem“* (Meyer 2009a, 200), welches zu einer Entkopplung jener Arena, in der politische Probleme erzeugt werden, und jener Arena, in der demokratisch legitimierte Gestaltung möglich ist, führt (Meyer 2009a, 200–202). Werden zusätzlich politische Entscheidungen auf transnationaler Ebene durch die Exekutive getroffen, geht dies mit einer Abnahme des Einflusses der nationalen Parlamente in demokratisch verfassten Staaten einher, die oftmals auf eine nur passive und nachvollziehende Rolle beschränkt sind (Assenbrunner 2011, 44).

Wenn *Meyer* konstatiert *„Demokratie muss so global werden, wie die politischen Probleme, die sie lösen soll“* (Meyer 2009a, 202), dann trifft dies auch auf die politische Kommunikation und Medienberichterstattung zu. Um das Legitimationsdefizit transnationaler Politik zu verbessern, muss auch die Politikvermittlung in Betracht gezogen werden. Da es nicht ausreicht, Demokratie bloß als Herrschaftsorganisationsform im staatlichen Bereich zu analysieren, müssen Probleme auch in Hinblick auf die demokratische Leistungsfähigkeit transnationaler Medienberichterstattung untersucht werden. Es gilt, politische und soziale Rahmenbedingungen von politischer Kommunikation mitzudenken. Am Beispiel der EU,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

welche als die am stärksten verdichtete Ausprägung dieses Strukturwandels politischer Herrschaft angesehen wird (Assenbrunner 2011, 44), argumentieren *Wessler* und *Brüggemann*, dass demokratische Defizit-Diagnosen nicht auf einer strikten Trennung zwischen transnationaler und nationaler Ebene beruhen dürfen, und definieren transnationale (Medien-)Öffentlichkeit als das Resultat einer Transnationalisierung von nationalen Öffentlichkeiten, die auch in Hinblick auf eine Entwicklung transnationaler Demokratie berücksichtigt werden müssen (Wessler & Brüggemann 2012, 70).

4.2 Die Kommunikation der EU-Institutionen

4.2.1 Normative Erwartungen und kommunikationsbezogene Anforderungen

Zwar fehlt eine klare Rechtsgrundlage für eine EU-Kommunikationspolitik – in den Verträgen sind keine spezifischen Artikel dazu eingefügt –, dennoch kann man den Auftrag zur Informationsvermittlung zu Angelegenheiten der Europäischen Union aus der Europäischen Charta der Grundrechte ableiten, die durch den Vertrag von Lissabon denselben rechtlichen Status wie die EU-Verträge einnimmt. Die dazu passenden Absätze betreffen vor allem die Verpflichtung der EU-Institutionen, den Bürger*innen die Funktionsweise und Politik zu erläutern, das Recht auf Information und Meinungsäußerung sowie die Freiheit der Medien und ihre Pluralität (Charter of Fundamental Rights of the European Union 2010, Art.11).

Bei der Analyse der EU-Kommunikationspolitik stellt *Brüggemann* die Relevanz einer breiten Perspektive fest: Nicht bloß technische Fragen zu effektiver und professioneller Arbeit sollten fokussiert werden, sondern normative Ansprüche an Informations- und Kommunikationstätigkeiten der Institutionen (Brüggemann 2005, 63). Aufgrund fehlender Vergleichsobjekte und der Unmöglichkeit, demokratische Governance auf EU-Ebene mit den Demokratiemodellen der Nationalstaaten gleichzusetzen und zu messen, ist man darauf angewiesen, normative Demokratie-Ideale als Maßstäbe für die EU-Kommunikation anzusetzen. *Hüller* formuliert: *„Demokratisch ist eine Herrschaftsordnung, wenn ihre wesentlichen Entscheidungen öffentlich hervorgebracht werden“* (Hüller 2010, 62). Als demokratisches *„Hilfsprinzip“* (Hüller 2010, 66) nennt er die Publizität von EU-Politik. Um einen wirksamen Bindungsmechanismus zwischen den Bürger*innen und den politischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Verantwortungsträger*innen herzustellen, brauche es die Möglichkeit, sich ohne großen Aufwand über die Inhalte politischer Entscheidungen zu informieren. Darüber hinaus ist erforderlich, dass Verfassungsinhalte sowie Gegenstände und Positionen in den wichtigsten politischen Entscheidungen auch allgemein bekannt sind. Weit verbreitet sind diesbezüglich die Forderungen nach Transparenz (Hüller 2010, 66). *Bijsmans* und *Altides* wiederum betonen die Notwendigkeit einer medialen Beobachtung des politischen Prozesses von Anfang an, um somit den Bürger*innen in der Folge auch Partizipation zu ermöglichen: *„The media are expected to scrutinize political processes from the very beginning and enable public debate on sensitive political issues before the actual decisions are taken. This can generate the occasion for an inclusive, multi-level deliberative process, offering the European citizenry opportunities to engage in debates and hold accountable their representatives in the EU political arena"* (Bijsmans & Altides 2007, 325). Die Europäischen Institutionen sollten die Öffentlichkeit über politische Fakten und Ziele aufklären, fordert *Meyer* (Meyer 1999, 631), welche wiederum als Grundlage für gesellschaftliche Diskussionen und Meinungsbildung dienen (Gramberger 1997, 76). Für *Sarcinelli* ist demokratische Politik von der Zustimmung der Öffentlichkeit abhängig und muss begründet werden (Sarcinelli 2011, 55). Nach *Altides* sind von politischen Kommunikator*innen klare Informationen über politische Vorgänge zu erwarten – dazu gehören die Sichtbarmachung politischer Verantwortung und des Entscheidungsprozesses, das Erklären von Konfliktlinien, die rationale Argumentation politischer Entscheidungen sowie ein Informationsaustausch zwischen der Politik und ihren Bürger*innen. Konkretisiert man die Erwartungen an die politische Kommunikation, so entsteht auch die Forderung, Kommunikation in reziproker Form herzustellen (Altides 2009, 32–33).

In der Praxis der Politikgestaltung der Europäischen Kommission ist außerdem zu konstatieren, dass von Seiten der EU-Institutionen politische Partizipationsmöglichkeiten für den*die Individual-Bürger*in auch als Beitrag zur Kommunikationspolitik gedeutet werden: Hierzu dienen die Online-Konsultation der Europäischen Kommission (European Commission 2020b) oder die Europäische Bürgerinitiative (European Parliament 2020) als Beispiele, welche von den EU-Institutionen immer wieder als „direkte Kommunikationskanäle" für die europäischen Bürger*innen und als „Agenda Setting Instrumente" für den*die Einzelne*n zur Politikgestaltung auf EU-Ebene gedeutet werden (Breser 2016, 110–111). Die oben genannten Beteiligungsformen für individuelle Bürger*innen beinhalten jedoch keine politischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Diskursfunktionen für reziproke politische Debatten und bleiben einseitige Kommunikationsakte. Da in transnationalen politischen Gebilden wie der EU politische Forderungen grenzüberschreitend gestellt werden bzw. politische Entscheidungen grenzüberschreitende Auswirkungen haben, sind nach *Wessler* und *Brüggemann* jedoch auch vernetzte Diskussionsforen herzustellen. In Hinblick auf die Europäische Kommission kann statuiert werden, dass fehlende Responsivität vor allem dann als problematisch gilt, wenn es sich bei den Entscheidungsträger*innen um nicht abwählbare Beamt*innen handelt. Vielfach ist daher in Frage zu stellen, ob sich deren Handeln daher an öffentlich diskutierten Meinungen orientiert. Bei der Analyse normativer Erwartungen an politische Kommunikation im transnationalen Raum gilt es daher auch, politische Strukturen sowie politische und soziale Rahmenbedingungen öffentlicher Kommunikation mitzudenken (Wessler & Brüggemann 2012, 70; Bijsmans & Altides 2007, 325). Brüggemann ergänzt hierzu: *„Executive bodies such as the European Commission lack a strong incentive for dialogue if they are not elected by the citizens and do not have to fear sanctions if they ignore the needs of the citizens. In these cases, responsiveness is primarily a voluntary act of the administration."* (Brüggemann 2010, 19) Der Anspruch auf Inklusion in politische Entscheidungs- und Implementierungsprozesse sowie eine direkte Kommunikation mit dem*der Individualbürger*in ist in einem transnationalen politischen Gebilde wie der EU aufgrund ihrer großen Anzahl an politischen Bezugsgruppen und Bürger*innen natürlich auch kritisch in Frage zu stellen. *Altides* hängt diesbezüglich die Forderung an, zumindest den Kommunikationsinhalt und das Timing von politischer Kommunikation so abzustimmen, dass Rückmeldungen möglich sind (Altides 2009, 33). Dies könne nach *Brüggemann* jedoch nur dann passieren, wenn politische Vorhaben der europäischen Bürger*innenschaft angekündigt werden, bevor Entscheidungen getroffen werden (Brüggemann 2005, 68).

Es reicht freilich nicht, wenn sich die Analyse politischer Kommunikation der EU-Institutionen bloß auf normative Standards der institutionellen EU-Kommunikation fokussiert. In der gegenwärtigen Mediengesellschaft werden Informationen über Medien publiziert, um gesellschaftliche Aufmerksamkeit zu bekommen. Das Interesse der traditionellen und der sozialen Medien ist daher ein essentielles Merkmal für eine erfolgreiche politische Kommunikation. Mediale Aufmerksamkeit schafft – gemeinsam mit institutionellen Partizipationsmöglichkeiten und der Demoskopie – die Grundlage, damit politische Prozesse

10.15772/ANDRASSY.2021.001

transparent gemacht und die Interessen der Bürger*innen an das politische System vermittelt werden (Latzer & Saurwein 2006, 38). Die Informationen der EU-Institutionen, wenn sie nach außen treten, werden von Journalist*innen aus vorrangig national geprägten Medien gefiltert, welche wiederum spezifische Anforderungen an Kommunikationsinhalte stellen. Hierbei spielen unter anderem die journalistischen Nachrichtenwerte (u.a. Schulz 1976) – Kriterien der Journalist*innen bei der Auswahl von Inhalten – eine wesentliche Rolle. Sie wirken als Verhinderer oder Ermöglicher für die Vermittlung von Kommunikationsinhalten der EU-Institutionen. Die Kommunikationsforschung hat diesbezüglich beispielsweise Faktoren wie Einfachheit, Konflikt, Personalisierung, Prominenz, Nähe und kurze Ereignisdauer als Merkmale von erfolgreichen Botschaften, die der Medienselektion entgegenkommen, identifiziert (Brüggemann 2008, 31). Somit stellt die Sphäre des Journalismus kommunikationsbezogene Anforderungen auf, die über den Erfolg der Kommunikationshandlungen der EU-Institutionen bestimmen. *Altides'* Analysen zeigen jedoch, dass die Medienbedingungen nicht unbedingt den normativen Standards, die an eine politische Information gestellt werden, widersprechen müssen (Altides 2009, 35).

4.2.2 EU-Vermittlungsprobleme

Kommunikation spielt eine essentielle Rolle für demokratische Politik. Speziell in Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand dieser Arbeit – die Interaktionen der Europäischen Kommission mit dem Journalismus – soll im Folgenden gefragt werden, welche Hindernisse Kommunikationsinhalte der EU-Institutionen bis zu einer öffentlichen Publikation mitunter zu überwinden haben.

Das Ausmaß an Öffentlichkeit, Legitimität und Demokratie, welches aus normativer Sicht durch die politische Kommunikation zustande kommen soll, wird – auf die EU projiziert – in der Literatur als gering beschrieben. Nach und nach entwickelte sich in den 1990er Jahren eine Debatte zu den Defiziten des europäischen Mehrebenensystems. So wurden Demokratie-, Legitimitäts- und Öffentlichkeitsdefizite festgestellt. Als eine Ursache des Öffentlichkeitsmangels gilt wiederum ein *„Kommunikationsdefizit"* der EU (u.a. Meyer 1999; Gerhards 2000; Gerhards 2002). *Brüggemann* bezeichnet dieses als fehlende *„funktionsfähige Kommunikationsinfrastruktur zwischen EU und den Bürgern"* (Brüggemann 2008, 23).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Er konstatiert, dass mit einer Zunahme an politischen Kompetenzen auf EU-Ebene auch deren Legitimations-, Demokratie- und Öffentlichkeitsbedarf steige und somit auch die Forderung nach politischer Informationsvermittlung zunehme. Die EU-Institutionen sind daher aufgefordert, den Kommunikationsansprüchen sowie der Einbindung der Bürger*innen entgegen zu kommen (Brüggemann 2008, 23). Nach *Donges* und *Jarren*, die dabei wiederum auf *Gerhards* (Gerhards 2002) zurückgreifen, kann das Demokratiedefizit der EU als Ursache des Öffentlichkeitsdefizites interpretiert werden, was in der Folge bedeuten würde, dass eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten entstehe, wenn Entscheidungsträger*innen und Entscheidungsprozesse innerhalb der EU stärker an die Bürger*innen gekoppelt würden (Donges & Jarren 2017, 89).

Zahlreiche Analysen der Dokumente und Kommunikationsprodukte aus den Europäischen Institutionen zeigen zwar, dass die Institutionen den Forderungen nach medialer Präsenz, politischer Transparenz und größerer Bürger*innennähe gerecht zu werden versuchen. In der Literatur wird aber viel Kritik an den Institutionen geäußert, den europäischen Integrationsprozess nur mangelhaft kommunikativ begleitet zu haben (Brüggemann 2008, 37–38). Analyseergebnisse führen vor Augen, dass Anstrengungen unternommen wurden, öffentliche Kommunikation von Seiten der Institutionen auszubauen und zu institutionalisieren. Spätestens seit der Ablehnung der Verfassungsreferenden in Frankreich und in den Niederlanden 2005 kann ein diesbezügliches institutionelles Umdenken in der Tat festgestellt werden (Gröber & Riedel 2005, 54). Während die Professionalität der Kommunikationsprodukte der Europäischen Institutionen, die Zahl der ausgebildeten PR-Expert*innen in den EU-Institutionen und deren Intensität an Berichterstattung steigen, ist jedoch eine zunehmende Unzufriedenheit gegenüber der EU-Informationspolitik festzustellen. *Brüggemann* bezeichnet die Kommunikationshandlungen der Institutionen als *„Arkanpolitik“* (Brüggemann 2005, 57), mitunter werden sie als selbstbezogen und nach innen gerichtet charakterisiert (Altides 2009, 31). *Spanier* konstatiert: *„In the context of the ‚communication deficit‘ there is a striking paradox: the results of opinion polls clearly show that, on the one hand, the European Public claims to seek to be more informed about European issues, but on the other hand there is an abundance of information available to them that is apparently not used.“* (Spanier 2012, 65)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Diese Aussage führt zu einer weiteren wesentlichen Gruppe der EU-Kommunikator*innen, die einen Beitrag zum proklamierten Kommunikationsdefizit leisten: Betrachtet man die Kommunikationsarbeit der Journalist*innen, so werden auch ihnen wesentliche Anteile an mangelnder Kommunikationsarbeit zu EU-Themen zugeschrieben (de Vreese 2003, 12-22). Für das Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit ist die Tatsache relevant, dass das EU-System – im Vergleich zu nationalen politischen Systemen – als für die mediale Berichterstattung mitunter ungeeigneter behandelt wird. Folgende Gründe werden genannt: das Fehlen einer politischen Logik zwischen Opposition und Regierung auf EU-Ebene (Altides 2009, 35) sowie langwierige Prozeduren in EU-Governance-Prozessen, die charakteristische Kennzeichen von EU-Politik sind und dem journalistischen Kommunikationsinteresse widersprechen, dessen Fokus auf kurzfristigen Ereignissen liegt. Informationen über politische Prozedere stehen gegenüber kurzfristigen politischen Entscheidungen im Hintergrund (de Vreese 2003, 8). Auch wenn das Ausmaß der Folgewirkungen von Massenmedien umstritten ist, so zeigen unterschiedliche Studien einen positiven Zusammenhang zwischen medialer Berichterstattung, politischem Wissen und politischem Verhalten: *„Media is positively associated with a wide range of indicators of political knowledge, trust and mobilization."* (Norris 2000, 17) Ausgehend von der Annahme *Dahlgrens, „actors who want to accomplish things requiring public visibility will always turn to the media"* (Dahlgren 2009, 35), ist zu konstatieren, dass die Kommunikationsarbeit der EU-Institutionen stets auch im Zusammenspiel mit Akteur*innen nationaler Medien erfolgt. Von Seiten der Europäischen Kommission wird ebenfalls immer wieder auf die Rolle der Medien als Informationsvermittler für die Kommunikation der EU-Institutionen verwiesen (Breser 2016, 101).

Auch die Bürger*innen selbst betreffend, sind Anzeichen einer Kommunikationskrise der EU-Institutionen sichtbar: Nach *Kurpas, Meyer* und *Gialoglu* haben Kommunikationsanstrengungen sowohl von Seiten der Europäischen Institutionen als auch von Seiten des Journalismus versagt, um bei den europäischen Bürger*innen öffentliche Aufmerksamkeit zu EU-Themen sowie Grundwissen und Interesse für die politischen Prozesse auf EU-Ebene zu erzeugen (Kurpas, Meyer & Gialoglu 2004, 1). Dies wird als Grundlage für niedrige Wahlbeteiligungen auf EU-Ebene in zahlreichen EU-Ländern und für fehlende öffentliche Legitimität der EU als Ganzes betrachtet (Leppee Fraize 2006, 60). Es bleibt also der Eindruck, dass EU-Kommunikation die an sie gerichteten Erwartungen und normativen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Standards nicht erfüllt bzw. nicht erfüllen kann, was ihren Kommunikations-Output betrifft. Die folgende Auflistung soll daher einen Überblick über Begrenzungen geben, die in Hinblick auf Kommunikationshandlungen an die Kommunikator*innen der EU-Institutionen als auch des Journalismus gestellt werden. Um die identifizierten „EU-Vermittlungsprobleme" zu strukturieren, werden im Folgenden die auftretenden Phänomene und komplexen Ursachen, welche auf ein EU-Kommunikationsdefizit hinweisen, in unterschiedliche Ebenen eingeordnet. Schwachstellen werden aufgezeigt, die zugleich auch den Zusammenhang des Öffentlichkeitsdefizites mit dem Kommunikationsdefizit auf EU-Ebene vor Augen führen.

1.) Schwer vermittelbare EU-Governance

„Der erste Grund, wieso Europa so schwer zu vermitteln ist, liegt in seiner Komplexität" (Sabathil 2011, 67), lautet das Urteil einer breiten Autor*innenschaft zur EU-Kommunikation. Als Gebilde „sui generis", einem Modell eines vernetzten Mehrebenen-Regierens, wird die Europäische Union in der Literatur bezeichnet. Allein aufgrund ihrer komplexen Ausgestaltung, die keinen Vergleich mit anderen institutionellen Gebilden standhält, zeigt sich EU-Governance als spezielle Art des Regierens, die sich durch Verhandlung und Kooperation mit multiplen Akteur*innen charakterisiert (u.a. Kohler-Koch & Larat 2009; Hüller 2010). Diese Architektur europäischen Regierens bedarf insgesamt auch mehr an Kommunikation als ein System mit einer zentralen Entscheidungsinstanz. Der Entscheidungsfindungsprozess innerhalb der EU ist für die EU-Bürger*innen jedoch nicht nur aufgrund seiner Komplexität mitunter unverständlich, sondern auch intransparent, da er zum Teil auch in nicht öffentlich zugänglichen Sitzungen stattfindet (Peters 2009, 30).

Was die Vermittlung von Informationen zur Europäischen Union betrifft, sind einige Besonderheiten hervorzustreichen, die den Vermittlungsprozess von EU-Kommunikation deutlich beeinflussen (vgl. Brüggemann 2008, 29–30):

a) Die netzwerkartige Governance-Struktur der Europäischen Union zeigt sich durch Kooperation verschiedener relativ unabhängiger Akteur*innen und Verhandlungen, welche hierarchische Entscheidungen ersetzen. EU-Governance heißt demnach in erster Linie ein Initiieren und Koordinieren politischer Interessen auf unterschiedlichen Ebenen.
b) Der Wettbewerb politischer Parteien in der EU ist nur ansatzweise sichtbar. Dadurch fällt die Zuspitzung von Politik entlang der Parteilinien weg.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

c) Da dem Mehrebenensystem der EU eine Regierung fehlt, wird sie auch als *„governance without government“* (Rosenau & Czempiel 1992) bezeichnet. Hinzu kommt, dass sich durch das Fehlen einer Opposition auf EU-Ebene die Gestaltung von Politik deutlich von der eines Nationalstaates unterscheidet.
d) Die nationalen Regierungen sind zwar im Mehrebenensystem der EU nach wie vor die mächtigsten Institutionen. Je nach Gegenstand der politischen Materie auf EU-Ebene unterscheiden sich die politischen Kompetenzen jedoch auf supranationaler, nationaler und regionaler Ebene.
e) Eine weitere Eigenschaft ist eine Metamorphose des politischen Gestaltungsprozesses, da sich der Modus von EU-Governance ständig wandelt. Nach *Hooghe* und *Marks* wird die europäische Integration daher als *„polity-creating process“* (Hooghe & Marks 2001, 2) beschrieben.

2.) Institutionelle und rechtliche Hürden der EU

Was die EU-Kommunikation betrifft, existiert eine Vielzahl an Kommunikationsakteur*innen – *Brüggemann* verwendet diesbezüglich den Begriff des *„Mehrebenensystems der Informationspolitik“* (Brüggemann 2008, 128). Oft unabhängig voneinander agieren sie auf supranationaler, nationaler und lokaler Ebene. Ihre Kommunikationsaktivitäten finden auf einer persönlichen, institutionalisierten und anlassbezogenen Ebene statt. Die Verbindungen zwischen den Kommunikationsakteur*innen sind einerseits vertikal (EU-Institutionen mit Institutionen in den Nationalstaaten) und andererseits horizontal (interinstitutionelle Zusammenarbeit). Hinzu kommt, dass die Europäischen Institutionen selbst mit einem ausgeprägten Eigeninteresse agieren, was wiederum die Fähigkeit zur gemeinsamen Kommunikation schwächt. Jede EU-Institution übt Informationspolitik autonom aus und hat eine eigene Medien- und Öffentlichkeitsarbeit inne. Bezüglich Zielen, Ressourcen und Vorgaben sind häufig Differenzen ersichtlich, wie auch *Altides* in ihrer empirischen Untersuchung der Kommunikation der Europäischen Kommission und des Europäischen Parlaments vor Augen führt (Altides 2009, 183–197). In der Praxis stellt sich auch heraus, dass die drei Institutionen – die Europäische Kommission, der Rat und das Europäische Parlament – nicht selten widersprüchliche Informationen verbreiten und dass auch kein einheitliches News Management der EU-Mitgliedsländer im Vergleich zur institutionellen EU-Ebene existiert, was

10.15772/ANDRASSY.2021.001

mitunter zu Fehlinterpretationen und Missverständnissen führt (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 290).

Analysen der EU-Kommunikation ergeben, dass die Europäische Kommission unter den Europäischen Institutionen eine Schlüsselfunktion einnimmt (Haddick 2010, 44–45). Ihrer spezifischen Rolle im EU-Entscheidungsprozess, an der sich auch nach dem Lissabon Vertrag von 2009 in den letzten Jahren nichts Grundlegendes geändert hat, werden jedoch Ursachen für Kommunikationsprobleme mit Medien und der europäischen Öffentlichkeit zugeschrieben: *„Even though the Commission is putting more resources and thought into addressing its complex communication environment, it continues to be constrained by its own past and current role within the policy-making process. Its strength is communication with various stakeholder groups, but it struggles to adjust to increasing media attention and pressure to seek publicity"* (Meyer 2009b, 1060). Die breite Palette ihrer Kommunikationsaktivitäten zeigt zugleich auf, dass die kommunikationsbezogenen Anforderungen an sie groß, ihre kommunikativen Handlungsmöglichkeiten jedoch begrenzt sind. Im Folgenden werden einige Merkmale herausgegriffen (vgl. Brüggemann 2008, 34–35):

a) Hybridnatur der Europäischen Kommission: Einerseits dient die Europäische Kommission als Verwaltungsinstitution, welche die Beschlüsse von Seiten des Rats und des Europäischen Parlaments ausführt. Durch die Kommissar*innen und deren Präsident*in ist sie aber auch eine politische Institution, die sich selbst verkaufen muss. Diese Doppelrolle hat für die Europäische Kommission zur Folge, zwei unterschiedliche Kommunikationsaufträge erfüllen zu müssen – einerseits sachliche allgemeine Informationen zu politischen Prozessen und andererseits auch die Rechtfertigung eigener Politik.
b) Schwache rechtliche Grundlage: EU-weit fehlt es an einer klaren Beauftragung der Europäischen Kommission in Sachen Kommunikationspolitik zu EU-Angelegenheiten. Diese Tatsache führt zu Abhängigkeiten und hindert die Europäische Kommission daran, auf Erfordernisse von außen eigenmächtig zu reagieren, was ihre eigene Kommunikationsrolle schwächt. Da sämtliche politische Programme der Europäischen Kommission zu allgemeinen EU-Themen jährlich mit dem Rat und dem Europäischen Parlament abgestimmt werden müssen, ist es der Europäischen Kommission mitunter nicht möglich, notwendige Kommunikationsprioritäten selbst flexibel umzusetzen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

c) Verantwortungsproblem: Aufgrund des Faktums, dass die allgemeine Informationspolitik der EU nicht einheitlich geregelt ist, entsteht ein Verantwortungsvakuum zwischen den Europäischen Institutionen in Bezug auf die allgemeine Kommunikationspolitik zur EU. Was die Europäische Kommission betrifft, ist die Tendenz erkennbar, dass sie ihren Fokus mitunter auf Informationen über die eigene Arbeit setzt und die Vermittlung allgemeiner Informationen zur EU dabei auf der Strecke bleibt.

3.) Strukturelle Schwäche der europäischen Öffentlichkeit

Innerhalb der Kommunikations- wie auch der Politikwissenschaft findet seit den 1990er Jahren eine breite Debatte darüber statt, ob es eine „europäische Öffentlichkeit" überhaupt gibt bzw. geben kann, und was das Fehlen einer solchen Öffentlichkeit für die Kommunikation der EU-Institutionen sowie in der Folge für den europäischen Einigungsprozess bedeuten würde (Donges & Jarren 2017, 88). Feststellungen eines Kommunikations- und Demokratiedefizits werden unter dem Begriff der „europäischen Öffentlichkeit" debattiert (u. a. Koopmans & Erbe 2004; Neidhardt 2006; Koopmans 2007; Trenz 2015; Donges & Jarren 2017). Die Thematik einer europäischen Öffentlichkeit als Vermittlungsinstanz zwischen der EU-Politik und den EU-Bürger*innen wurde 1992 durch den Maastrichter Vertrag erstmals virulent. Widerstände der EU-Mitgliedstaaten angesichts auch darauffolgender Vertragsveränderungen machten deutlich, dass es an einem gemeinsamen europäischen Kommunikationsraum und gemeinsamen europäischen Medien als Vermittlungsinstanz fehlte. Eine solche, so erwartete man, würde dazu führen, die EU besser zu kommunizieren und einen Informationsaustausch zu ermöglichen, um das politische Handeln an den Wünschen der Bürger*innen zu orientieren (Brüggemann 2008, 34).

Grundsätzlich wird zwischen der Entstehung einer einheitlichen „europäischen Öffentlichkeit" und der „Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten" unterschieden (Machill, Beiler & Fischer 2006, 134–137). Eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten definiert *Gerhards* als *„die Thematisierung europäischer Themen in den jeweiligen nationalen Medien, zum zweiten die Bewertung dieser Themen unter einer europäischen, nicht nationalstaatlichen Perspektive"* (Gerhards 1993, 102). Seiner Ansicht nach spricht gegen eine Europäisierung der nationalen Öffentlichkeiten die geringe Bedeutung europäischer Inhalte für Nachrichtenwertfaktoren: *„Die Öffentlichkeit hinkt einer Transnationalisierung der Politik hinterher, sie bleibt*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

nationalstaatlich verhaftet, während sich die Politik europäisiert hat" (Gerhards 2000, 299). *Koopmans* und *Erbe* haben Formen der Europäisierung von Medienkommunikation anschließend noch weiter differenziert (vgl. Koopmans & Erbe 2004, 101):

- Supranationale europäische Öffentlichkeit: Sie zeigt sich durch die Interaktion zwischen EU-Akteur*innen und EU-Bürger*innen zu einem europäischen Thema. Im Idealfall leisten europaweit erscheinende Medien Berichterstattung.
- Vertikale Europäisierung: Sie charakterisiert sich durch Kommunikationsverbindungen zwischen EU- Akteur*innen und nationalen Akteur*innen, die sowohl bottom up als auch top down verlaufen können.
- Horizontale Europäisierung: Sie entsteht durch Kommunikationsbeziehungen zwischen verschiedenen Mitgliedstaaten. Dies kann in Form einer medialen Berichterstattung über andere Länder beobachtet werden und ist laut *Koopmans* und *Erbe* von der Vergemeinschaftung des jeweiligen Politikfelds abhängig.

Die Transnationalisierung von Politik schafft vielfältige Anknüpfungspunkte und Anlässe für transnationale Debatten. Grenzüberschreitende Probleme wie die Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 oder die Flüchtlingsbewegungen von 2015 können als Motor einer Transnationalisierung von Öffentlichkeit dienen, indem sie Probleme konstituieren, die grenzüberschreitend kommunikativ gelöst werden müssen (Wessler & Brüggemann 2012, 68). Eine solche Entwicklung auch von medienvermittelten öffentlichen Debatten zu erwarten, wäre jedoch ein fehlgeleiteter Befund für den Kommunikationsraum der EU, denn die massenmediale Wahrnehmung europäischer Politik hinkt im Vergleich zur nationalstaatlichen Politik hinterher (Assenbrunner 2011, 132). Eine schwache europäische Öffentlichkeit zeigt sich empirisch dadurch, dass sich nationale Öffentlichkeiten in Europa kaum horizontal zueinander vernetzen wie zum Beispiel durch gegenseitige Zitierung und intensivere Beobachtung. Die Entwicklung einer gemeinsamen europäischen Debatte bleibt somit aus. Als Gründe dafür werden die europäische Vielsprachigkeit, kulturelle Segmentierung und eine rein kommerzielle Logik der Medien, die sich an Nachrichtenwerten mit dem Ziel einer Maximierung des Publikumsinteresses orientiert, angeführt (Sabathil 2011, 68). *Gerhards* und *Hans* weisen auf die Relevanz von Sprachkenntnissen hin, die sich als wichtige Ressource zur Teilhabe an einer transnationalen Öffentlichkeit zeigen. Da Bildung und Mehrsprachigkeit jedoch innerhalb der EU-Länder ungleich verteilt sind, wird die Teilhabe an einer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

transnationalen Öffentlichkeit auch zu einer Frage sozialer Ungleichheit, was in der bisherigen Debatte kaum zum Thema gemacht wurde (Gerhards & Hans 2012, 30).

Auch das Fehlen eines transnationalen Medienmarkts in Europa wird als Ausdruck der Schwäche europäischer Öffentlichkeit betrachtet (Hasebrink 2003). Die Grenzen von Öffentlichkeit werden traditionell als deckungsgleich mit Grenzen nationalstaatlicher Herrschaft gesehen, weil sich demokratische Herrschaft im Rahmen des Nationalstaats entwickelt hat (Wessler & Brüggemann 2012, 61). Die Einschätzung der Erfüllung einer Herstellung von Öffentlichkeit hängt jedoch auch immer vom jeweiligen Öffentlichkeitsverständnis ab. Drei Varianten von Öffentlichkeit werden von *Assenbrunner* dargelegt (vgl. Assenbrunner 2011, 124–129):

a) Öffentlichkeit in einem kommunitaristischen Vorverständnis: Sie gründet sich demnach auf geteilte Überzeugungen, historische Erfahrungen, Geschichtsbilder und Mythen tradierter Gemeinschaften. Öffentlichkeit schließt sich dabei an eine *„kollektive Identität“* oder an die Nation als *„Erfahrungs-, Erinnerungs- und Kommunikationsgemeinschaft“* an (Kielmannsegg 2003, 60).
b) Öffentlichkeit aus Sicht liberal-pluralistischer Demokratietheorien: Sie ist nicht an bestimmte kontextuelle Kodierungen gebunden. Die Öffentlichkeit ist hierbei nicht mit der Gesamtheit der Bürger*innen identisch, sondern zerfällt in viele kleine Einheiten, die sich je nach Interesse verschiedenen Themen mit unterschiedlicher Aufmerksamkeit zuwenden. Nicht die kulturelle Zugehörigkeit, sondern die Betroffenheit ist bestimmend für die Entstehung von Öffentlichkeit.
c) Öffentlichkeit in einem deliberativen Demokratieverständnis: Im Sinne der Diskurstheorie, die *Habermas* (1990) geprägt hat, wird Öffentlichkeit als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Meinungen konzipiert – mit dem Anspruch, dass ein anonymes Massenpublikum zur gleichen Zeit die gleichen Themen debattiert. Kommunikationsflüsse sollen so gefiltert werden, dass sie sich zu themenspezifisch gebündelten, öffentlichen Meinungen verdichten. Nach *Habermas* soll ein möglichst herrschaftsfreier, gleichberechtigter Austausch von Argumenten zustande kommen, der möglichst die Gesamtheit aller Bürger*innen miteinbezieht, um so Prozesse der Meinungsbildung in Gang zu setzen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

In der neueren Literatur wird die Realitätstauglichkeit dieses Konzeptes hinterfragt: Nicht die Partizipation aller Sprecher*innen und Themen, sondern aller relevanten Themen und Perspektiven in der Öffentlichkeit werden eingefordert (Wessler & Brüggemann 2012, 60). Schlussendlich sind bei der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit auch soziokulturelle Faktoren wie Sprachbarrieren und unterschiedliche kulturelle Identitäten mitzudenken (Latzer & Saurwein 2006, 23).

4.) Mediale Strukturbedingungen

In empirischen Analysen werden die Ursachen für Defizite europäischer Öffentlichkeit auch in medialen Strukturbedingungen gefunden und dort eine Reihe von hemmenden Faktoren identifiziert (Latzer & Saurwein 2006, 23). Grundsätzlich wird festgestellt, dass das „News Management“ auf institutioneller EU-Ebene oftmals nicht den Nachrichtenwerten, Formaten und der typischen Logistik der Medien entspricht, was eine Veröffentlichung von Nachrichten zur EU erschwert (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 290). Auch journalistischen Arbeitsorganisationen, den damit verbundenen Sozialisationsfaktoren sowie unterschiedlichen Arbeitsnormen bei der Berichterstattung über europäische Themen wird darüber hinaus eine nicht zu unterschätzende Rolle zugesprochen (Hummel 2006, 298).
Da ein übergreifendes europäisches Mediensystem nicht realistisch ist, fokussiert sich die Diskussion auf die Transnationalisierung von Kommunikation in nationalen Medienöffentlichkeiten (Pfetsch & Koopmans 2006, 190). Forschungen zeigen, dass die Medienberichterstattung über Europa und die EU-Mitgliedstaaten wiederum vor dem Hintergrund unterschiedlicher nationaler, journalistischer und politischer Kulturen zu erklären ist. Sie schaffen politische, gesetzliche, ökonomische, soziale, historische, kulturelle und technologische Rahmenbedingungen für die journalistische Alltagspraxis und führen auch zu inhomogenen Voraussetzungen in der EU-Berichterstattung (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 286). Medienspezifische Faktoren wie die Fragmentierung der nationalen Mediensysteme, Nachfrageorientierung, Kommerzialisierung und die nationalstaatliche Fixierung des Journalismus nehmen eine zentrale Bedeutung für die Entwicklung von Öffentlichkeit ein. Ihnen wird eine wesentliche Rolle bei der jeweiligen Ausgestaltung medialer Inhalte und bei Strukturbedingungen der Nachrichtenproduktion zugeschrieben, was eine Berücksichtigung der Medienbedingungen unbedingt notwendig macht, um

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Berichterstattungsprozesse adäquat analysieren zu können (Latzer & Saurwein 2006, 23). *Seethaler* macht speziell darauf aufmerksam, dass Medien nicht nur auf Basis der Inhaltsebene, sondern auch auf der System- und Infrastrukturebene zu analysieren sind, um Defizite der EU-Berichterstattung zu verstehen: Strukturen des Mediensystems und die Organisation der Medienbetriebe, Journalismus und journalistische Handlungsroutinen, Publikum und Mediennutzung, weltanschauliche und kulturelle Faktoren sowie die Berücksichtigung gesellschaftlicher Teilsysteme (vor allem der Politik und Wirtschaft) werden aufgezählt (Seethaler 2006, 251).

Nach *Latzer* und *Saurwein* müssen bei Strukturanalysen vor allem folgende Medienentwicklungen berücksichtigt werden (vgl. Latzer & Saurwein 2006, 25–30):

a) Fragmentierung von Öffentlichkeit: Abseits nationaler Medienarenen wird durch eine zunehmende Ausdifferenzierung der Kommunikationssysteme die Herausbildung einer Öffentlichkeit und gemeinsamer Verständigung erschwert, was wiederum Auswirkungen auf die Demokratie zeigt.
b) Mediale Vernetzung: Transnationale Kommunikationsnetze ermöglichen die Verbreitung von EU-Informationen auch über Europa hinaus. Grenzüberschreitende mediale und journalistische Zusammenarbeit hat einerseits durch den transnationalen Austausch zugenommen. Vor allem durch internationale Nachrichtenagenturen werden mehrere Medienarenen gleichzeitig angesprochen. Auch transnationale Medienbeobachtungen und dadurch entstehende Synchronisierungen werden festgestellt. Andererseits ist die Transnationalisierung von Besitz- und Eigentumsstrukturen im Mediensektor aber auch als Risiko für Medienvielfalt und als demokratiepolitisches Problem einzuschätzen. Die Beurteilung grenzüberschreitender Medienkooperationen fällt also ambivalent aus und ist in Bezug auf Pluralismus in der Medienberichterstattung zu hinterfragen.
c) Kommerzialisierung: Effekte zunehmenden Wettbewerbs zwischen den Medienunternehmen und ein medialer Fokus auf Publikumspräferenzen und Unterhaltungsangebote zeigen auch Auswirkungen auf die Herstellung einer europäischen politischen Öffentlichkeit. EU-Politik erfüllt mediale Selektionsfunktionen wie Nähe, Betroffenheit und Relevanz in geringerem Ausmaß als im nationalen Bereich. Der medialen Ausrichtung auf Konflikthaftigkeit und Skandalisierung steht die traditionelle Konsensorientierung im politischen Entscheidungsprozessen der EU außerdem entgegen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

4.3 Die mediale Berichterstattung zur EU

4.3.1 Forschungszugänge

Transnationalisierung und Europäisierung sind als multidimensionale und graduelle Prozesse zu betrachten, welche die Grenzen nationaler Räume überschreiten. Unterschiedliche Muster und Qualitäten von Europäisierung und Transnationalisierung sind jeweils differenziert zu analysieren (Brüggemann et al. 2006, 215). Als wichtiger Indikator für Europäisierungsprozesse gilt die mediale Aufmerksamkeit für europäische Politik. In der Literatur finden sich unterschiedliche Dimensionen der Transnationalisierung von Öffentlichkeit auch auf der Ebene der Medieninhalte, um die Europäisierung von Medienöffentlichkeit zu messen (Latzer & Saurwein 2006; Neidhardt 2006). Mediale Berichterstattung ist Voraussetzung für die Beobachtung und Kontrolle der EU-Politik, die als notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für eine europäische Öffentlichkeit gesehen wird. Letztlich wird Europäisierung auch dann festgestellt, wenn es zu einer transnationalen Verschränkung nationaler Öffentlichkeiten kommt (Latzer & Saurwein 2006, 16–17). Für eine Analyse der Europa- bzw. EU-Berichterstattung muss zugleich darauf hingewiesen werden, dass Transnationalisierungsprozesse von Öffentlichkeit anhand der Medienberichterstattung nicht komplett von der nationalen Perspektive entrückt analysiert werden sollten, damit nicht der Eindruck erweckt wird, dass diese eigenständig und unabhängig voneinander ablaufen (Polownikow 2017, 118). Massenmedien dienen zwar als Hauptträger für die Entfaltung einer europäischen politischen Öffentlichkeit, können aber auch neue Defizite herbeiführen, indem sie politische Kommunikation selektiv und populistisch umgestalten und damit anstelle des rationalen Austauschs und der Verständigung auch Nationalismen verstärken (Trenz 2003, 163).

Die Messung von transnationalen Verschränkungen im europäischen Kontext wird in der Literatur vor allem in Form von Inhaltsanalysen durchgeführt, um die Bedeutung von transnationaler Information und Kommunikation in der Medienberichterstattung zu erfassen. Autor*innen greifen mitunter auch auf diskurstheoretische Öffentlichkeitsmodelle zurück und überprüfen transnationale Synchronisierungen wie die länder- und medienübergreifende Artikulation gleicher Themen zur gleichen Zeit und zu gleichen Relevanzkriterien. Auch die Dichte transnationaler Interaktionen via Medien wie wechselseitige Bezugnahmen und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Referenzen dienen als Kriterien für die Analyse transnationaler Mediendiskurse (Latzer & Saurwein 2006, 17–18). Was die Nachrichtenproduktion auf EU-Ebene betrifft, ist jeweils mitzudenken, dass das Konzept der transnationalen EU-Governance nicht ein hierarchisches Konstrukt ist, sondern eine breite Ansammlung an Governance-Phänomenen (Kohler-Koch & Rittberger 2006, 27; Christiansen 2016, 97), was Medienanalysen auf einer Inhaltsebene zusätzlich erschwert.

Da die Herstellung von Referenzen zu europäischen Themen auf unterschiedlichen Ebenen angesiedelt sein kann, differenziert *Trenz* zwischen verschiedenen Formen der Messung von Europäisierung in der medialen Berichterstattung. Bei der Analyse von Prozessen des kommunikativen Austauschs über die Medien unterscheidet er zwischen der Herausarbeitung fallspezifischer Thematisierungsaspekte und der Herausarbeitung allgemeiner Themenstrukturen zu Europa (Trenz 2006, 194–195). Darüber hinaus gelten folgende Berichterstattungselemente nach *Trenz* als Indikatoren für eine mediale Sichtbarkeit Europas (vgl. Trenz 2006, 203–210):

a) Europa als Verallgemeinerung: Europa wird als Metapher für das Allgemeine und Verbindende, als „Abstraktionsformel“ oder „kontextgebundene Bedeutungseinheit“ hergenommen, die sich auf bestimmte Akteur*innen, Ereignisse, Probleme, Handlungszusammenhänge oder bestimmte Interessens- und Zielvorstellungen bezieht.
b) Europa als Vergleichsebene: Immer wieder existieren Vergleiche zwischen dem politischen Handeln, der Leistungsfähigkeit und Effizienz nationaler Politik in den unterschiedlichen EU-Ländern und mitunter auch Vergleiche mit der Europa-Ebene.
c) Bezug zu europäischen Ereignissen: Typische europapolitische Medienartikel beinhalten Bezüge zum tagespolitischen Geschehen in Brüssel, zu Entscheidungen der EU-Behörden, zu Treffen von Politiker*innen, Verhandlungen und Vertragsabschlüssen sowie inszenierten Ereignissen wie Pressekonferenzen und Interviews. Dabei wird festgestellt, dass europäische Ereignisse mitunter kein autonomes Agenda-Setting leisten und nicht automatisch von den Medien aufgegriffen werden. Die Selektion der Nachrichtenberichterstattung wird weniger über Nachrichtenwerte als über Routinen gesteuert. Zudem wird europäischen Ereignissen meist nur ein geringer Überraschungseffekt zugesprochen. Die hohe Erwartbarkeit von EU-Themen mindert ihren Nachrichtenwert, erleichtert aber auch das journalistische Handwerk.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Trenz unterscheidet zwischen „Routine-Ereignissen“ (aufgrund von Formalisierung und Verrechtlichung des EU-Verwaltungshandelns oder bestimmter Programme der Institutionen vorgegeben), „spontanen Ereignissen“ (kein herausstechendes Merkmal europäischer Politik, womit einem wesentlichen Nachrichtenwertfaktor des Journalismus nur wenig entsprochen wird) sowie „Schlüsselereignissen“ (Inszenierung von großen Ereignissen mit hohem Aufmerksamkeitspotenzial und Aufhänger für europäische Themen).

d) Bezug zu europäischen Akteur*innen und Institutionen: Europäische Institutionen können sich in der Printmedien-Berichterstattung gut durchsetzen – insbesondere die Europäische Kommission, wobei Status und Funktion der Akteur*innen wichtig für eine mediale Publikation sind. Neben ihrer Information als Agenda Setter werden europäische Akteur*innen häufig aber nur passiv erwähnt. Ihre Nennung erfolgt mitunter auch in Kontexten, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit der EU-Politik stehen. Darüber hinaus werden europäische Akteur*innen auch in Sammelbezeichnungen zusammengefasst (z. B. „mehrere europäische Regierungen“) oder Europa als Kollektivakteur bezeichnet (z. B. „Europa stand nur im Hintergrund“). Weiters unterscheidet *Trenz* zwischen einer „positiven Stigmatisierung“ und einer „negativen Stigmatisierung“ von europäischen Akteur*innen und Institutionen.

e) Bezug zur europäischen Legislative und zu EU-Verträgen: Der Verbindlichkeit und Tragweite von europäischem Recht wird eine weitere Dimension der Sichtbarkeit und Relevanz Europas in der medialen Diskussion zugeschrieben: Hierbei spielen journalistische Hinweise auf rechtliche Bindungskraft, auf Recht als Restriktion oder Potential von Handlungen eine wesentliche Rolle.

Was die Themenstrukturierung der europäischen Nachrichtenberichterstattung betrifft, die in der Praxis vor allem auf die Qualitätspresse fokussiert ist, unterscheidet *Trenz* darüber hinaus folgende Analyseebenen (vgl. Trenz 2006, 197–198):

- *Themenstreuung:* Die politische Europaberichterstattung zeichnet sich durch eine große Breite und Vielfalt an Themen aus.
- *Themenkonzentration:* Innerhalb des breiten Themenspektrums lassen sich Themen finden, die in einer gewissen Regelmäßigkeit vorkommen oder zu bestimmten Zeitpunkten öfter aufgegriffen werden (z. B. Gipfeltreffen).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

- *Themengewichtung:* Von den verschiedenen Zeitungen werden unterschiedliche Gewichtungen der Themen vorgenommen. Zeitungskoalitionen oder Ländergruppen können dabei in Bezug auf die Diskussion bestimmter Themen erkannt werden.
- *Themenpartikularität:* Abseits von Themenüberschneidungen gibt es auch EU-Themen, die nur von einer Zeitung oder einem Land aufgegriffen werden.
- *Fehlende Themen:* Betrachtet man die Agenda der unterschiedlichen Politikfelder der EU, wird deutlich, dass einige Themen in allen Zeitungen durch den Selektionsraster der Medien fallen, was auf kongruente Muster und Selektionsregeln politisch-medialer Kommunikation in Europa hinweist und als Indikator für die Anwendung gleicher Nachrichtenwertfaktoren in den europäischen Medien angenommen werden kann.
- *Themenreziprozität:* Gemeinsame Debatten, welche eine europäische Öffentlichkeit ausmachen, ermöglichen eine Angleichung der Argumente und Deutungen sowie möglicherweise auch eine Entstehung gemeinsamer Ziele.

Das Modell nach *Wessler* und *Brüggemann*, die hierbei auf unterschiedliche Autor*innen zurückgreifen (u.a. Latzer & Saurwein 2006; Neidhardt 2006; Wessler et al. 2008; Brüggemann et al. 2006), umfasst wiederum folgende Dimensionen zur Analyse der Transnationalisierung von Öffentlichkeit auf Medieninhaltsebene (vgl. Wessler & Brüggemann 2012, 66):

a) „Monitoring Governance“: Diese Berichterstattung und Zitierung von EU-Institutionen und Akteur*innen der EU-Politik wird als „vertikale Europäisierung“ bezeichnet (Koopmans & Erbe 2004). Diesbezügliche Analysen überprüfen, ob und wie andere europäische Sprecher*innen in nationalen Medien zu Wort kommen und Themen entweder als nationale Angelegenheiten konstruiert oder im Hinblick auf transnationale Ursachen und Folgen diskutiert werden.
b) „Discourse Convergence“: Angleichung des Framings von Themen in der jeweiligen nationalen Berichterstattung.
c) „Discursive Integration“: Zunehmende Berichterstattung über andere Länder und Zitierung von Sprecher*innen aus diesen Ländern (Referenzialität).
d) „Collective Identification“: Die Berichterstattung enthält implizite und explizite europäische Identifikationen und Teilnehmer*innen einer gemeinsamen europäischen Debatte.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

In der Kommunikationsforschung wird die mediale Berichterstattung über trans- und supranationale Institutionen im Rahmen der Europäischen Union, wie im empirischen Teil der vorliegenden Arbeit, als wichtige, aber nicht als einzige Dimension der Transnationalisierung von Öffentlichkeit(en) gesehen. Wissenschaftliche Analysen berücksichtigen neben der Messung von Medieninhalten und der Thematisierung transnationaler Belange durch die Medien darüber hinaus noch weitere unterschiedliche Analyseebenen. *Wessler* und *Brüggemann* führen dazu folgende Formen der Entgrenzung europäischer Medienöffentlichkeit an (vgl. Wessler & Brüggemann 2012, 64):

- Technische und soziale Kommunikationsinfrastrukturen
- Präsenz und Strategien der (medienexternen) Akteur*innen, die sich in öffentlichen Debatten zu Wort melden
- Publikum öffentlicher Kommunikation (technische Reichweite, Zielgruppen der Medien und Mediennutzung)

4.3.2 Empirische Ergebnisse

Der Überblick zum empirischen Forschungsstand zeigt ein äußerst heterogenes Feld an Analyseansätzen und widersprüchlichen Ergebnissen zur medialen Europäisierung: Die Berichterstattung in den Medien der EU-Mitgliedstaaten wird als „terra incognita“ und als „Schattenexistenz“ bezeichnet (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 286). Dass EU-Politik den Selektionskriterien von Medien nicht entspricht, wird von *Brüggemann* ebenfalls verdeutlicht (Brüggemann 2008, 30–33). Dieser Einschätzung wird jedoch auch widersprochen: Am Beispiel Deutschlands zeigen *Pfetsch* und *Koopmans*, dass Medien andererseits auch als Motoren der Europäisierung politischer Öffentlichkeit sowie als Unterstützung der EU-Integration auftreten (Pfetsch & Koopmans 2006, 190). Als häufige Ursachen für diese Widersprüche in der Literatur können laut *Latzer* und *Saurwein* unterschiedliche Indikatorensysteme und Messverfahren angeführt werden (Latzer & Saurwein 2006, 23).

Was die journalistische Berichterstattung zu Europa- und EU-Themen in Österreich betrifft, bleibt die Literatur äußerst lückenhaft. Generell ist festzustellen, dass kleinere EU-Länder wie Österreich in der bisherigen internationalen Forschungslandschaft zur EU-Kommunikation völlig fehlen oder unterrepräsentiert sind (AIM Research Consortium 2007). *Brüggemann*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

(2012) und *Trenz* (2005) sind zwei nennenswerte Ausnahmen. Aber auch die österreichische Journalismusforschung bleibt zu diesem Thema bislang nur vage und bruchstückhaft: Die Analyse der EU-Berichterstattung in österreichischen Medien und der Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit hat in etwa zeitgleich zu europaweiten Debatten zum europäischen Öffentlichkeitsdefizit rund um die gescheiterten Referenden in Frankreich und den Niederlanden von 2005 zwar zugenommen, die Zahl der umfangreichen Studien hält sich jedoch in engen Grenzen (Vitouch & Mayer 2004; Saurwein, Brantner & Dietrich 2006). Die Mehrzahl der empirischen Literatur findet sich im Feld der unveröffentlichten Hochschulschriften. Sie sind stark fokussiert auf die Analyse der Berichterstattung kurzfristiger politischer Entwicklungen und Ereignisse – beispielsweise die österreichische Ratspräsidentschaft (Weber 2010; Reiter 2011), Sanktionen der EU gegen Österreich (Maier 2010), Osterweiterung (Brantner 2007) oder Europathemen im Nationalratswahlkampf (Jungwirth 2011). Eine Langzeitstudie fehlt genauso wie internationale Vergleiche. EU-Themen in den Medien der letzten Jahre wurden bislang weitgehend außer Acht gelassen.

Auch die internationale empirische Forschungslandschaft zur medialen Berichterstattung zur EU ist im letzten Jahrzehnt mit Ausnahme der Brexit-Kampagne in britischen Medien – genauso wie theoretische Debatten zur EU-Kommunikation und zur europäischen Öffentlichkeit – kaum dem neuesten Stand politischer Entwicklungen in der EU gefolgt. Im Folgenden werden, wenn teilweise auch veraltet, ausgewählte Forschungsergebnisse der empirischen Journalismusforschung zusammengefasst, die zum inhaltlichen Rahmen dieser vorliegenden Arbeit passen und mit deren empirischen Ergebnissen Berührungspunkte aufweisen. Diese werden einerseits auf der Makroebene und andererseits auf der Mikroebene der Nachrichtenproduktion betrachtet.

1.) Makroebene

Eine Reihe an Inhaltsanalysen führt vor Augen, dass mediale Berichterstattung über europäische Themen abhängig vom Medientypus, Land und Thema in unterschiedlichem Ausmaß erfolgt (Hummel 2006, 296). Die Niederlande, Dänemark und Deutschland werden als die am meisten europäisierten Medienöffentlichkeiten identifiziert. Auch Medien in Frankreich, Spanien und Österreich widmen sich *Machill, Beiler* und *Fischer* zufolge in einem

10.15772/ANDRASSY.2021.001

überdurchschnittlichen Ausmaß europäischen Themen (Machill, Beiler & Fischer 2006, 77–79).

Was die politische Berichterstattung in Europa betrifft, konstatieren *Latzer* und *Saurwein* einen fehlenden europäischen Blickwinkel, der trotz sachlich gebotener transnationaler Problemstellungen oft nicht gegeben sei (Latzer & Saurwein 2006, 22). Zudem wird dem Journalismus in Europa eine vorrangig nationale Selbstreferenzialität zugeschrieben (Latzer & Saurwein 2006, 22). Nationale Bezugsrahmen seien den europäischen nicht gewichen, sondern existieren weiter parallel, argumentieren *Hahn, Rosenwerth* und *Schröder*, wobei unterschiedliche Vermittlungsschwierigkeiten vom jeweiligen Medienressort abhängen (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 286). *Trenz* sieht zahlreiche europäische Politikthemen in einer Konkurrenz mit nationalen und regionalen Themen (Trenz 2005, 287). Auch *Hummel* ortet eine vorwiegende Berichterstattung durch die Brille der nationalen Politik. Als Konsequenz folgen Journalist*innen den jeweiligen nationalen Politiker*innen, die europäische Themen nationalisieren bzw. lokalisieren. Medieninhalte werden somit vorrangig aus dem Kontext nationaler und regionaler Interessen selektiert und interpretiert (Hummel 2006, 296–297). Inhaltsanalysen medialer Berichterstattung belegen, dass nationale Journalist*innen in EU-Belangen vorwiegend nicht auf die EU-Institutionen zurückgreifen. Akteur*innen, die in den Medien bevorzugt als „Europasprecher*innen“ auftreten, teilen *Brüggemann et al.* in drei unterschiedliche Gruppen: Nationale Regierungen werden in der Qualitätspresse überwiegend als Sprecher*innen zu europäischen Belangen verwendet. Die Opposition, Zivilgesellschaft, Expert*innen und Individualbürger*innen werden bei Europathemen hingegen seltener zitiert als bei anderen Themen. Darüber hinaus zählen Journalist*innen zu den Europasprecherinnen, indem sie durch Themensetzung, Framing und eigene Kommentierung zur Transnationalisierung öffentlicher Debatten beitragen. Schließlich sind auch EU-Institutionen in medialen EU-Debatten präsent, kommen jedoch selten direkt als Sprecher*innen zu Wort (Brüggemann et al. 2009, 398–399). *Koopmans* bezeichnet nationale Kommunikationsakteur*innen als die Gewinner im Diskurs über transnationale Themen (Koopmans 2007, 183). Eine Transnationalisierung der Themen in den Medien bedeutet demnach also nicht automatisch auch eine Transnationalisierung der Informationsquellen und der Sprecher*innen in den medialen Diskursen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Die Erklärungen hierzu sind vielfältig – zwei Ansätze dominieren die Journalismusforschung. Zum einen werden Ursachen innerhalb der Medienorganisationen gefunden, und zum anderen werden Journalist*innen für die Themensetzung als bestimmend identifiziert: Während *Heikkilä* und *Kunelius* den nationalen Fokus der Berichterstattung nicht bloß auf „frei schwebende" Identitäten und Narrative zurückführt, sondern diesen in erster Linie in institutionalisierten Strukturen der Nachrichtenorganisationen erkennt (Heikkilä & Kunelius 2008, 391), macht *Statham* neben der Beachtung institutioneller Zwänge durch Medienbetriebe und aufgrund der Verhältnisse zwischen Medien und Politik auf die Rolle und die Motivationen der Journalist*innen aufmerksam (Statham 2007, 464–465). *Firmstone* betont hierzu, dass vor allem Elite-Journalist*innen deutlichen EInfluss auf Nachrichtenentscheidungen zur EU nehmen: *„although news values constitute one of the most important editorial values, journalists' judgements of the level of editorial importance attributed to an issue motivate their decisions to the same extent"* (Firmstone 2008, 224). Anhand einer Analyse von zehn britischen Tageszeitungen zeigt sie, dass führende Journalist*innen die Sichtbarkeit von EU-Themen, deren Formulierung und Stil beeinflussen (Firmstone 2008, 220–225). Dazu passt auch der Befund von *Trenz*: Er konstatiert eine mangelnde Eigenrecherche der Journalist*innen, die bevorzugt Informationen aus anderen Quellen wie Nachrichtenticker oder Konkurrenzmedien entnehmen, aber nur selten eigene Recherchen zu EU-Themen und persönliche Themen-Relevanzen zeigen. Zudem stellt er gleiche Selektions-, Interpretations- und Bewertungsmaßstäbe der Journalist*innen fest, die das traditionelle Links-Rechts-Schema nicht berücksichtigen. Ideologische Muster verlieren *Trenz* zufolge an Relevanz bei der Medienberichterstattung europapolitischer Themen (Trenz 2005, 286). Wenn Journalist*innen als Kommentator*innen europäischer Politik auftreten, identifiziert *Statham* vor allem eine sogenannte „educational role": *„journalists see themselves as adopting an educational mode of raising public awareness, more than a political 'partisan' or 'ideological campaign' mode"* (Statham 2007, 467).

Mangelnde Substanz der EU-Berichterstattung wird wiederum auf fehlende journalistische Ausbildung und Kompetenz zurückgeführt. Journalist*innen wird häufig ein Mangel an profundem Wissen über Institutionen, Politikfelder und Entscheidungsprozesse der EU unterstellt (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 290). Davon ausgenommen sind Korrespondent*innen, die *Trenz* als *„Hoffnungsträger einer europäischen Publizistik"* (Trenz

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2005, 287) bezeichnet, welche die Hauptlast der EU-Nachrichtenproduktion tragen (Trenz 2005, 287) *(siehe Kapitel 6.2.3).*

2.) Mikroebene

Was die Nachrichtenproduktion zu EU-Inhalten betrifft, formuliert *Trenz* folgende Befunde aus Analysen der Medienberichterstattung in der europäischen Qualitätspresse. Die Ergebnisse werden speziell auch in Hinblick auf den empirischen Teil dieser Arbeit zusammengefasst (vgl. Trenz 2005, 282–284):

- Qualitätspresse: Sie gilt als Hauptmedium für die Europaberichterstattung. Eine wirklichkeitsgetreue Spiegelung der politischen Agenda der EU wird von *Trenz* jedoch nicht festgestellt. Er konstatiert vor allem systematische Selektionsraster für die Filterung von Nachrichten, die zu relativ gleichförmigen Ergebnissen führen, wie vergleichende Analysen europapolitischer Kommunikation in der Qualitätspresse ergeben.
- Europäische Berichterstattung: Sie zeichnet sich sowohl durch Konvergenz als auch durch Gleichzeitigkeit aus. Es lassen sich länder- und zeitungsübergreifende Symmetrien und Synchronizität ableiten. Ein Zusammenhang mit Regierungsakteur*innen wird als Vorteil für eine Publikation ausgemacht. Aber auch Divergenz und ein unterschiedliches Ausmaß der Kopplungen zwischen den Kommunikationsarenen werden festgestellt.
- EU-Themen: Sie werden in der Qualitätspresse regelmäßig in innen- und außenpolitischen Themen-Ressorts abgebildet. Schwerpunkte sind keineswegs ausschließlich auf die wirtschaftspolitische Berichterstattung fokussiert, sondern auch auf sicherheitspolitische Aspekte sowie auf die Debatte allgemeiner konstitutioneller und institutioneller Belange zur EU. EU-Themen werden aber auch in untergeordneten Zusammenhängen erwähnt, wobei die Routineberichterstattung über einzelne Politikbereiche wie Agrarpolitik, Regionalpolitik, Umwelt, Arbeit, Sozialpolitik, Wissenschaft und Technologieförderung weitgehend aus dem Blick der Printmedien geraten. Insgesamt kann sowohl von länderübergreifenden Themenkonzentrationen als auch von nationalen Themenpartikularitäten gesprochen werden.
- Europäische Kommission: Sie wird in der Medienberichterstattung häufig in Verbindung mit Mehrebenen-Entscheidungen gebracht, bei denen sich Betroffenheit ungleichmäßig im europäischen Raum verteilt wie beispielsweise bei Subventionsentscheidungen. Die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Europäische Kommission tritt in den Medien zwar in ihrer Rolle als Agenda Setter für EU-Nachrichten auf, ihre Themen werden jedoch nicht im gleichen Maß und in derselben Konstanz in der Qualitätspresse aufgenommen wie jene von Regierungsakteur*innen.

Bijsmans und *Altides*, die in ihrer Studie die Informationsprodukte der Europäischen Kommission und der Medienberichterstattung hinsichtlich Politikthemen, Politikprozessen, Akteur*innen und deren Positionen vergleichen, kommen zum Ergebnis, dass die Europäische Kommission und die nationalen Medien unterschiedliche Aspekte des politischen Prozesses der EU betonen: *„Whereas the Commission is quite elaborate about its role in and the development of the policy process, the media reflect this information only partly. The lack of references to European citizens' interest in the media further complicates the Commission's attempts to prove its legitimacy and the legitimacy of its policies."* (Bijsmans & Altides 2007, 337) Darin orten sie eine Gefahr für die transnationale demokratische Entwicklung: *„This could pose problems in terms of the legitimacy of EU policies and the Commission's role therein."* (Bijsmans & Altides 2007, 323)

Weitere Eigenschaften der EU-Berichterstattung aus Studien zur europäischen Presse lassen einen Konnex zu den journalistischen Nachrichtenwertfaktoren erkennen: Bei der Selektion europapolitischer Themen wird eine Medienlogik festgestellt, die realpolitischen Macht- und Einflussverhältnissen folgt. Wenn vorhanden, dann folgen transnationale Referenzen überwiegend den bevölkerungsreichsten EU-Ländern sowie einer sogenannten „konfliktinduzierten Transnationalisierung" – transnationale Berichterstattung erfolgt vor allem bei sensiblen Themen (Latzer & Saurwein 2006, 22). Eine Analyse der Berichterstattung zum Brexit-Referendum zeigt einen starken Fokus der britischen Presse auf Politiker*innen und Vertreter*innen der Kampagnen. Die Autor*innen konstatieren eine mediale Personalisierung und dadurch entstehende Abhängigkeit von Informationsmaterial der PR-Stellen: *„This may have been a way of simplifying the issues but it also ended skewing the coverage to the political game and away from serious debate of the topic. It made the press heavily dependent on the material fed to them by each campaign and by the politicians"* (Levy, Aslan & Bironzo 2016, 34).

Diese Ergebnisse führen zur Frage, welche journalistischen Nachrichtenwertfaktoren im Kontext der EU-Berichterstattung besondere Relevanz zeigen. Unter dem Titel „trigger constellations" analysierte *Brüggemann* jene Eigenschaften von EU-Informationen, die einer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Nachricht zu einer größeren Publikationswahrscheinlichkeit verhelfen, und teilt diese in folgende drei Kategorien (vgl. Brüggemann 2012, 409–410):

- Auslöser: institutionelle Politik, alle offiziellen Handlungen des politischen Prozesses und Verfahrens der öffentlichen Verwaltung, andere Medienberichte, ein hohes Maß an gegenseitiger medialer Orientierung (diese sind wichtiger als Nachrichtenagenturen und Aktivitäten von Beamt*innen, Lobbyist*innen und der Zivilgesellschaft)
- Journalistische Bewertung der Nachricht: spezifische Schlagworte und Nachrichtenwertfaktoren (wobei die medialen Entscheidungsträger*innen hierzu sehr unterschiedliche Begründungen, weit gefasste und vage Konzepte nennen)
- Redaktioneller Kontext: Redaktionspolitik, Kontext in der Zeitung (passend zu anderen Artikeln auf der Seite und der gesamten Zeitung, redaktionelle Meta-Narrative, bestimmte inhaltliche Interessen)

Auch die Präferenzen der Journalist*innen spielen eine Rolle bei der Auswahl eines Themas, als entscheidender Faktor werden sie jedoch seltener als redaktionelle Selektionsentscheidungen genannt.

Vor allem in Hinblick auf europaweite Tendenzen der Renationalisierung ist schließlich auch folgende aktuelle Studie zum Kontext der vorliegenden Arbeit passend: Im Ländervergleich zwischen Deutschland und Großbritannien wurde untersucht, inwiefern die Europa-Berichterstattung durch einen systematischen Negativitätsbias geprägt wird. Negativität wird dabei von *Galpin* und *Trenz* als Nachrichtenwert fokussiert, der politische Fehlleistungen, Polemiken, Skandale oder Krisen fokussiert. Sie interpretieren Negativität ambivalent: einerseits als mediale Untergrabung des Vertrauens in die demokratische Politik und ihre Repräsentant*innen und andererseits als Ausdruck, Machtstrukturen herauszufordern, Politiker*innen zur Verantwortung zu ziehen und eine kritische Öffentlichkeit herzustellen (Galpin & Trenz 2018, 167–168). Ihre Analyse der EU-Berichterstattung kommt jedoch zum Befund, dass es Medien durch negative Berichterstattung nicht gelingt, eine kritische Öffentlichkeit auszubilden. *„Hier wäre vor allem auf die Art und Weise der medial vermittelten politischen Konfrontation hinzuweisen, durch die eine fundamentale Systemkritik der EU in den Vordergrund, parteipolitische Auseinandersetzungen hingegen in den Hintergrund gestellt werden. Mediennegativität wird also nicht in Kritik mit der Programmatik des europäischen Regierens übersetzt, sondern bleibt diffus.“* (Galpin & Trenz 2018, 167–168)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

5. Interaktionen zwischen Politik(-PR) und Journalismus

5.1 Politik-PR und Journalismus im Vergleich

5.1.1 Politik-PR

5.1.1.1 Aufgaben

Der Ausdruck Public Relations (im Folgenden: PR) wurde im Jahr 1882 erstmals in den USA verwendet und als *„to mean relations for general good“* bezeichnet. Die Gestaltung der Beziehungen zur Öffentlichkeit bildet den kleinsten gemeinsamen Nenner der PR-Definitionen, die in der Literatur insgesamt als sehr vielfältig und diffus beschrieben werden (Knödler 2005, 19).

Sehr allgemein formuliert *Merten* die Tätigkeit von PR: *„Stark verkürzt bezeichnet PR die Gestaltung aller Beziehungen, die eine Organisation […] mit Hilfe kommunikativer Maßnahmen zur internen/externen Öffentlichkeit oder Teilöffentlichkeiten unterhält“* (Merten 1999a, 257). Politik-PR wird insgesamt als ein Teilbereich der politischen Kommunikation verstanden: *„das Management von Interdependenzbeziehungen zwischen einzelnen politischen Organisationen und ihren Umwelten mit dem Ziel einer permanenten Reproduktion von Strukturen als organisationalen Handlungsvoraussetzungen von politischen Akteuren im Prozess der Herstellung allgemein verbindlicher Entscheidungen. Politische Öffentlichkeitsarbeit hat also dazu beizutragen, in den jeweiligen Phasen des politischen Prozesses Unsicherheitszonen zu erkennen, Ressourcen zur informationellen Problemlösung – ggf. unter Beteiligung der jeweils von politischen Prozessen betroffenen Personen wie Gruppen – bereitzustellen und dadurch den Akteuren politische Handlungsspielräume zu verschaffen“* (Jarren 1994, 673). Entweder betreiben politische Akteur*innen Public Relations selbst oder – was freilich häufiger geschieht– sie übergeben diese an die eigene politische Organisation sowie Pressesprecher*innen oder PR-Berater*innen. Die PR-Tätigkeiten richten sich nach wie vor stark auf den Journalismus und die Massenmedien aus – mit dem Ziel, Resonanz und positiv konnotierte Themen durchzusetzen sowie jene Themen zu vermeiden oder früh genug

10.15772/ANDRASSY.2021.001

umzudeuten, die Schaden für die eigenen Tätigkeiten anrichten könnten (Donges & Jarren 2017, 143).

Während bei der politischen Werbung die Überzeugung bzw. Überredung im Mittelpunkt steht, fokussiert sich die Politik-PR vor allem auf die Informationsfunktion, die jedoch selektiv und interessengeleitet ist. Durch sie soll Aufmerksamkeit auf bestimmte Akteur*innen, Ereignisse, Probleme oder Problemlösungen gelenkt bzw. von negativen Ereignissen oder Vorgängen abgelenkt werden (Donges & Jarren 2017, 145). Klassische politische PR-Konzepte werden als Informations-, News- bzw. Issue(s)-Management bezeichnet. Letzterer Begriff fokussiert vor allem Agenda Setting Strategien – Themen werden über die Massenmedien verbreitet, um so das journalistische Alltagsgeschäft zu beeinflussen (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 287–288). Nach *Donges* und *Jarren* wird Politik-PR sowohl aktiv als auch reaktiv betrieben und kann als ein Element von „politics" eingeschätzt werden: ein Instrument in der Auseinandersetzung zwischen unterschiedlichen politischen Akteur*innen (Donges & Jarren 2017, 144; Vowe & Opitz 2015, 87). Drei Perspektiven werden dabei unterschieden: organisationstheoretische, marketingorientierte sowie gesellschaftsorientierte Ansätze (Röttger 2010, 25). *Donges* und *Jarren* differenzieren die Politik-PR darüber hinaus zwischen Binnen- und Außenkommunikation: Einerseits sind Politik-PR-Akteur*innen für notwendige Informations- und Kommunikationsprozesse innerhalb der Organisation zuständig und nehmen dort Beobachtungs-, Analyse- und Beratungsaufgaben ein, wozu mitunter auch eine Kritikfunktion gehört. Andererseits gehört zur Politik-PR auch die Beobachtung der Umwelt, die Planung, Durchführung und Evaluation von externen Informations- und Kommunikationsmaßnahmen (Donges & Jarren 2017, 145).

5.1.1.2 Kritik

Was *Meyer* mit dem Begriff der *„Mediendemokratie"* (Meyer 2009a, 192) beschreibt, ist eine Kritik an der öffentlichen Selbstdarstellung von Politik durch Politik-PR, welche das politische Handeln weitgehend entkoppelt. Seine Kritik bezieht sich speziell auch auf die Veränderung der demokratischen Legitimation durch Politik-PR: In sogenannten „Mediendemokratien" übernehmen *Meyer* zufolge Medien und die mediale Kommunikationskultur neben den politischen und verfassungsrechtlich geschützten Institutionen eine zum Teil ergänzende und zum Teil auch prägende Rolle. An die Stelle der demokratischen Legitimation durch Verfahren

10.15772/ANDRASSY.2021.001

und öffentliche Diskurse tritt in der Folge Mediencharisma als eigenständige Machtressource (Meyer 2009a, 192–193).

Als weitere Kritik kommt auch der nach *Meyer* sogenannte *„mediendemokratische Populismus“* hinzu (Meyer 2009a, 193): Aus machtpolitischen Gründen greift die Politik-PR in der Mediendemokratie bevorzugt auf Meinungsumfragen und über Medien vermittelte Testkommunikationen der Akteur*innen des politischen Systems zurück. Während die damit verbundene Umgehung des Systems der deliberativen Demokratie zunächst als Zugewinn direkter Demokratie gedeutet wurde, bezeichnet *Meyer* diese vielmehr als populistische Strategien (Meyer 2009a, 193–194): *„Wenn im Politischen Prozess der Mediendemokratie statt zeitlich ausgedehnter Deliberationsprozesse die anfänglichen Augenblickspräferenzen der vereinzelten Staatsbürger abgefragt und zu Medienstrategien verdichtet werden, die von ihnen ausgehen, sie festhalten und bestärken, dann verliert Öffentlichkeit ihre für die Demokratie konstitutiven Funktionen der Validierung und Orientierung. Die anscheinend direktere Beziehung zwischen Führung und Volk kommt im Rahmen der populistischen Strategie darum im Ergebnis eher einem demokratischen Kontrollverlust gleich.“* (Meyer 2009a, 194)

5.1.2 Journalismus

5.1.2.1 Aufgaben

Journalismus wird von *Blöbaum* als *„Berufs- und Tätigkeitsfeld; ein System der modernen Gesellschaft mit der Funktion, aktuell Informationen zur öffentlichen Kommunikation zu selektieren und zu vermitteln,“* bezeichnet (Blöbaum 2013, 141). Die gesellschaftliche Rolle der Massenmedien – und somit auch diejenige der Journalist*innen – wird in der Literatur immer wieder hervorgestrichen: Durch ihr jeweiliges Agenda Setting beeinflussen sie, über welche Themen Medien-Rezipient*innen nachdenken, sowie die Transparenz des politischen Entscheidungsprozesses und die Reichweite der politischen Kontrollmöglichkeiten (Latzer & Saurwein 2006, 24).

Im sogenannten „Internetzeitalter“ fällt jedoch eine Definition von Medien und Journalismus immer schwerer (Auer 2016, 489). Das journalistische Berufsfeld ist vor allem deshalb kaum zu fassen, da sich Journalismus mitunter schwer von anderen Kommunikationsberufen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

abgrenzen lässt und zunehmend häufiger mit PR-Tätigkeiten verschwimmt, da er keinen geregelten Berufszugang hat. Dieser ist letztendlich aus demokratischen Gründen heraus gewünscht, weil er als Ausdruck von Meinungs- und Pressefreiheit gilt (Grittmann 2002, 399). Nach *Donges* und *Jarren* sind Medien und Mediensysteme als Bezugsfeld für den Journalismus in folgende Kategorien zu differenzieren: technische Kommunikationskanäle, Organisationen mit spezifischen Zielen und Interessen, institutionalisierte Gefüge mit kollektiven Regelungsmustern, Sozialsysteme mit funktionalen und dysfunktionalen Auswirkungen auf andere gesellschaftliche Teilbereiche bzw. Teilsysteme (Donges & Jarren 2017, 64). Den Journalismus-Begriff unterscheiden *Donges* und *Jarren* wiederum auf folgenden Ebenen (vgl. Donges & Jarren 2017, 133–134):

- Mikroebene: Tätigkeit von Individuen – nicht nur von Journalist*innen, sondern auch von Verleger*innen oder anderen Publizist*innen. Hierzu stellen sich Fragen nach den Merkmalen der Individuen, ihren subjektiven Einstellungen, Werthaltungen und ihrem Rollenverständnis.
- Mesoebene: Organisiertheit des Journalismus. Hierbei geht es um die Organisationen, in denen Journalismus betrieben wird (Redaktionen, Medienunternehmen), und um Strukturen innerhalb dieser Organisationen (Kompetenzverteilungen, Arbeitsorganisation, Routinen). Bedeutung wird zudem der redaktionellen Linie sowie dem Ausmaß der Kolleg*innenorientierung zugeschrieben.
- Makroebene: Journalismus als ein System, das gesellschaftliche Funktionen erfüllt und durch die Gesellschaft beeinflusst wird.

Die Beeinflussung des Journalismus durch den gesellschaftlichen Kontext ist ein Thema, das auch in Bezug auf die empirischen Untersuchungsschritte der vorliegenden Arbeit berücksichtigt werden muss: *Lünenborg* beispielsweise begreift Journalismus als einen *„von sozialen Akteuren gestalteten Handlungszusammenhang, der in einem spezifischen Normen-, Struktur-, Funktionen- und Rollenkontext realisiert wird“* (Lünenborg 2004, 437). Passend zum Fokus dieser Arbeit – die Europäisierung journalistischer Berichterstattung – greift *Hummel* auf *Russ-Mohl* (2003) und *Baisnée* (2000) zurück: Er sieht hinter der „Nationalisierung europäischer Politik“ kulturelle bzw. politisch-organisatorische Ursachen in den Bedingungen journalistischer Arbeit (Hummel 2006, 297).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Zur Einordnung unterschiedlicher Kontexte des Journalismus, die bei dessen Analyse stets mitbedacht werden müssen, gibt *Weischenberg* folgende Übersicht (vgl. Weischenberg 1998, 71):

- Normenkontext: Mediensysteme (gesellschaftliche Rahmenbedingungen, historische und rechtliche Grundlagen, professionelle und ethische Standards)
- Strukturkontext: Medieninstitutionen (ökonomische, politische, organisatorische und technologische Anforderungen)
- Funktionskontext: Medienaussagen (Quellen und Referenzen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen)
- Rollenkontext: Medienakteur*innen (Selbst- und Fremdbild, Journalist*innen und Publikum, Sozialisierung)

Ein immer wiederkehrendes Thema der Journalismusforschung ist die Selektions- und Präsentationslogik der Medien: Je mehr Nachrichtenwertfaktoren auf eine politische Information zutreffen, desto eher wird eine Nachricht veröffentlicht, ist die weit verbreitete These, was die Erforschung journalistischer Nachrichtenentscheidungen betrifft. Speziell folgende Eigenschaften einer Nachricht streicht *Meyer* heraus: kurze Dauer des Geschehens, räumliche oder politische oder kulturelle Nähe, Überraschungswert, Konflikthaftigkeit, Schaden, ungewöhnliche Erfolge und Leistungen, Kriminalität, Personalisierung, Prominenz der handelnden Personen. Die Präsentationslogik unterscheidet sich nach *Meyer* wiederum von Medium zu Medium, wobei hier eine Differenzierung zwischen Boulevard- und Qualitätsmedien getroffen werden muss. Inszenierung spielt ihm zufolge aber in allen Mediengattungen eine Rolle. Hierzu werden vor allem folgende Inszenierungsstrategien genannt: Personifikation, mythisierender Held*innenkonflikt, Drama, archetypische Erzählung, Wortgefecht, Sozialrollendrama, symbolische Handlung, Unterhaltungsartistik, sozialintegratives Nachrichtenritual. Dabei geht es stets um die Erzeugung von Aufmerksamkeit, Neugier und Spannung mit den Stilmitteln des Theaters, um ein möglichst breites Publikum zu gewinnen (Meyer 2009a, 187).

5.1.2.2 Kritik

Worauf auch die Bezeichnung „vierte Gewalt“ bereits hinweist, ist Journalismus ein Beruf, der Macht innehat: Durch die Auswahl von Medieninhalten schaffen Journalist*innen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wirklichkeit. Indem sie Inhalte nicht an die Öffentlichkeit durchdringen lassen, zeigen sie mitunter auch Verweigerung, spezifische Facetten der Wirklichkeit für eine größere Öffentlichkeit zu publizieren, und nehmen eine wesentliche Rolle in der Konstruktion von Realität ein (Kaltenbrunner et al. 2008, 10).

Neverla und *Grittmann* weisen diesbezüglich darauf hin, dass Journalist*innen nicht in ihrer Gesamtheit Realität herstellen, sondern Themen durch „Stereotypisierung", Routinen und Standardisierung auswählen. Darauf macht auch die Nachrichtenwertfaktorenforschung aufmerksam: Merkmale, die Journalist*innen gewissen Ereignissen zuordnen bzw. durch journalistische Bearbeitung verleihen (Neverla & Grittmann 2002, 560), können als Strukturprinzip der gesellschaftlichen Konstruktion von Wirklichkeit gelten. *Kaltenbrunner et al.* schreiben dem Journalismus eine doppelte öffentliche Aufgabe zu: *„Die Medien machen das, was wirklich ist, und die Medien zeigen das, was wirklich ist. Sie produzieren und repräsentieren Öffentlichkeit."* (Kaltenbrunner et al. 2008, 10) Sie weisen darauf hin, Journalismus nicht nur als System, Struktur und spezifische Berufskultur sowie Ergebnisse der Gatekeeper- und Redaktionsforschung zu betrachten, sondern auch die Rolle des*der individuellen Journalist*in zu berücksichtigen: *„Bei aller Betonung funktioneller Zwänge und struktureller Beschränkungen scheint das Wollen und Können der Medienakteure doch eine differenzierende Rolle zu spielen. Die strukturbedingten Determinanten können dabei allerdings auch in einem solchen Maße verinnerlicht sein, dass sie dem Handelnden zum Zeitpunkt der Entscheidungsfindung nicht bewusst werden."* (Kaltenbrunner et al. 2008, 10) Vor allem divergenten journalistischen Rollenauffassungen und individuellen subjektiven Werthaltungen bzw. ethischen Einstellungen wird Relevanz zugesprochen (Kaltenbrunner et al. 2008, 11). Die wissenschaftliche Betrachtung der Journalist*innen ist nach *Kaltenbrunner et al.* daher aus mehreren Gesichtspunkten heraus wesentlich: *„Auch wenn die Qualität der Öffentlichkeit nicht exklusiv von den individuellen Einstellungen und Merkmalen einzelner Journalistinnen und Journalisten abhängt, so ist ihre Kenntnis doch wesentlicher Ansatzpunkt zur Selbstreflexion (und der damit verbundenen Hoffnung auf Aufklärung) und zur Formulierung von Kritik (und der damit verbundenen Hoffnung auf Professionalisierung)"* (Kaltenbrunner et al. 2008, 12–13). Indem die empirische Journalismusforschung die Frage nach der Basis von journalistischen Entscheidungen stellt, wird ihr daher eine wesentliche Rolle zugesprochen (Kaltenbrunner et al. 2008, 10–11).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

5.1.3 Abgrenzungen versus gegenseitige Verbindungen

Macnamaras Befragung von Kommunikationsakteur*innen aus PR und Journalismus identifizierte eine starke Betonung der Unabhängigkeit der Medien und der unterschiedlichen Rollen im öffentlichen Kommunikationsprozess sowie eine Zurückweisung einer Symbiose zwischen PR und Journalismus (Macnamara 2014, 747). Eine Abgrenzung der Journalist*innen zur PR wird auch sichtbar, wenn sie einen Wechsel von Journalist*innen in die PR-Branche als Bedrohung für die Vertrauenswürdigkeit des Journalismus wahrnehmen und mit Interessenskonflikten assoziieren (Frederiksson & Johansson 2014, 592; Fisher 2016, 373).

Grundsätzlich ist jedoch zu betonen, dass in der Literatur immer wieder Kritik an Theorie-Ansätzen geäußert wird, die eine Unterscheidung von Journalismus und PR voraussetzen und deren Verbindungen nicht genauer unter die Lupe nehmen. Diese Kritik betrifft auch jene Ansätze für die Erklärung der komplexen Verhältnisse zwischen der Politik-PR und dem Journalismus, die im folgenden Kapitel *(siehe Kapitel 5.2)* vorgestellt werden. Mehrfach werden dabei die beiden Berufsfelder als voneinander abgegrenzte Funktionsgruppen konzipiert, was bei der folgenden Darstellung der unterschiedlichen Erklärungen stets mitzudenken ist (Weber 2004, 57–61).

Zahlreichen wissenschaftlichen Idealen zufolge gelten das politische System und das Mediensystem als zwei voneinander unabhängige gesellschaftliche Funktionsbereiche mit unterschiedlichen Aufgaben: Demzufolge agiert das politische System in Abhängigkeit von Wahlergebnissen und in Verantwortung gegenüber der Verfassung und dem Gemeinwohl. Das Mediensystem ist wiederum für dessen Beobachtung und Berichterstattung zuständig, um so Urteilsbildung der Bürger*innen zu ermöglichen und die Politik zu kontrollieren. Es schafft damit Voraussetzungen für eine funktionierende politische Öffentlichkeit und die Demokratie eines Gemeinwesens. Dieses Modell gehört laut *Meyer* der Vergangenheit an und muss einer neuen Beschreibung der Beziehung zwischen den beiden Funktionssystemen weichen (Meyer 2009a, 185). Zwar ist in den letzten Jahrzehnten eine Ausdifferenzierung zwischen den Berufsrollen der PR und des Journalismus erkennbar, was mit einer Professionalisierung und einer starken Expansion der PR zu tun hat. Diese Entwicklung schließt jedoch nicht aus, dass zugleich auch Trends zu beobachten sind, die ein Aufeinander-zu-Driften der beiden Funktionsgruppen zeigen (Weber 2004, 59): *„There are fewer differences between the two groups than assumed"* (Verčič & Colić 2016, 529).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Generell betont *Rinck* Gemeinsamkeiten in den Tätigkeiten der PR und des Journalismus: Zum einen ist festzuhalten, dass zahlreiche PR-Akteur*innen ursprünglich aus dem Journalismus stammen und daher journalistische Arbeitstechniken und Aufmerksamkeitsregeln beherrschen. Zum anderen lassen sich auch grundsätzlich Gemeinsamkeiten im Tätigkeitsvergleich zwischen PR und Journalismus erkennen: Informationsrecherche, Strukturierung und Selektion von Informationsmaterial. Unterschiede ortet *Rinck* vor allem in den verschiedenartigen Kommunikationszielen. Für die PR bedeutet dies das Bestreben, positiv in den Medien präsent zu sein bzw. PR-Maßnahmen rechtzeitig zu initiieren, um negativen Thematisierungen zuvorzukommen. Dies ruft mitunter Verdacht auf Manipulation bzw. Vorwürfe hinsichtlich einer Konstruktion von Wirklichkeit hervor. Zugleich wird aber festgestellt, dass Journalist*innen ohne die PR mitunter nicht an Informationen herankommen würden (Rinck 2001, 78–79). *Weber*, der empirische Evidenzen für eine steigende Kongruenz von Journalismus und PR konstatiert, erwähnt eine weitere Gemeinsamkeit zwischen PR und Journalismus: *„Die strenge Unterscheidung zwischen journalistischer Information und PR-Information ist bereits auf der Ebene neuerer (boulevard-)medialer Formate und im aktuellen (fortgeschrittenen computerisiert-digitalisierten) Prozess der journalistischen Nachrichtenauswahl und -gestaltung kaum noch einwandfrei zu identifizieren“* (Weber 2004, 59). Auf einer personellen und organisatorischen Ebene stellt *Weber* eine zunehmende Entwicklung von PR-Formaten im Rahmen der journalistischen Berichterstattung sowie eine vermehrte Zusammenarbeit zwischen journalistischen Redaktionen und PR-Abteilungen fest (Weber 2004, 60–61). Sein Fazit: *„Journalismus und PR sind in steigendem Maße im Prozess massenmedialer Wirklichkeitskonstruktion derart miteinander verquickt, dass eine trennscharfe Unterscheidung von unterschiedlichen Systemreferenzen mitunter bereits obsolet geworden ist“* (Weber 2004, 61). Auch ihre Funktion zur Welterklärung wird beiden Kommunikationsakteur*innen zugesprochen, die in der Folge Auswirkungen auf gesellschaftliche Anschauungsweisen zeigt: *„Journalismus- und PR-Forschungen programmieren sich selbst durch Strategien, mit denen bewahrtes Wissen ausgewählt (selektiert), abgewandelt (variiert) und umgebaut (rekonstruiert) wird, als Potentiale für künftige Selektionen, Variationen und Rekonstruktionen“* (Rühl 2015, 116).

Journalist*innen werden aus anderer Perspektive auch als alleinige Gatekeeper im öffentlichen Meinungsbildungsprozess angesehen, indem ihren Selektionshandlungen eine

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wesentliche Rolle zugesprochen und die Rolle der PR als bloße Informationslieferantin bezeichnet wird – mit der Voraussetzung, dass Informationen Nachrichtenwerte für die journalistische Praxis aufweisen müssen, um vom Journalismus veröffentlicht zu werden (Rinck 2001, 69–75). Dieses Konzept führt bereits ein Konfliktfeld zwischen der Politik-PR und dem Journalismus vor Augen: Medien greifen in politische Prozesse ein, filtern, verändern und prägen sie. Andererseits hat sich die Politik auch an die Medienlogik angepasst, um Journalist*innen für ihre eigenen politischen Zwecke zu instrumentalisieren (Schulz 2008, 323). Diese Befunde sind nicht weiter überraschend, da das Verhältnis von Politik und Medien seit jeher nie als spannungsfrei bezeichnet werden konnte: *„In der Grundordnung demokratischer Staaten ist ein Spannungsfeld zwischen Medien und Politik angelegt; Konkurrenz und Konflikte sind geradezu gewollt."* (Schulz 2008, 41) Dass sich unterschiedliche wissenschaftliche Erklärungsansätze zum Verhältnis zwischen PR und Journalismus jedoch stark unterscheiden, stellt das folgende Kapitel dar.

5.2 Ansätze zur Erklärung der Verhältnisse zwischen (Politik-)PR und Journalismus

5.2.1 Überblick

Beziehungen werden in Politik- und Medienwissenschaft je nach theoretischem Ansatz höchst unterschiedlich beurteilt. Weitgehende Übereinstimmung herrscht in der Literatur, dass Beziehungen zwischen den beiden Systemen notwendig für ein angemessenes Verständnis von Politik sind. Politik kann nicht mehr unabhängig von Medien und den gegenseitigen Wechselwirkungen verstanden werden (Meyer 2009a, 186). Dieser Umbruch ist bereits seit langem im Gange: *„There is strong evidence: The relationship between journalism and public relations is changing, and due to the rapid growth and professionalization of PR, as well as the shrinking of many newsrooms, it may get more and more out of balance"* (Merkel, Russ-Mohl & Zavaritt 2007, 7).

Die Beschreibung der Verhältnisse zwischen (Politik)-PR und Journalismus unterliegt unterschiedlichen theoretischen Erklärungsansätzen. Auch empirische Untersuchungen kommen zu verschiedenen Analysen und Interpretationen. Die folgende Übersicht, die eine

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Selektion von Forschungsergebnissen präsentiert, illustriert zugleich auch eine historische Entwicklung der unterschiedlichen Erklärungen: Während die frühe Forschung anfangs davon ausging, dass Politik-PR den Journalismus instrumentalisiert und zum Teil sogar determiniert, finden sich heute vermehrt Ansätze, die von einem wechselseitigen Abhängigkeitsverhältnis und sogenannten „interdependenten" Beziehungen zwischen PR-Akteur*innen und Journalist*innen ausgehen oder das Zusammenwirken der beiden gar als ein gemeinsames Handlungssystem konzipieren (Donges & Jarren 2017, 229).

Für die Beschreibung und Erklärung des Verhältnisses von Politik und Medien lassen sich nach *Meyer* drei grundlegende Varianten unterscheiden (vgl. Meyer 2009a, 190):

a) Autonomietheorien: Sie gehen von einer weitgehenden Unabhängigkeit beider Funktionsbereiche aus.
b) Dependenztheorien: Sie sprechen einem der beiden Funktionssysteme Abhängigkeit vom anderen zu.
c) Interdependenztheorien: Sie gehen von wechselseitigen Verflechtungen aus, die auch asymmetrisch verlaufen können. Ebenfalls wird von gegenseitigen Abhängigkeiten in Hinblick auf den Erfolg der medialen und politischen Akteur*innen ausgegangen.

Im folgenden Teil wird auf jene theoretischen Modelle und empirischen Ergebnisse eingegangen, welche das Handeln der Kommunikationsakteur*innen zwischen PR und Journalismus nach diesen Varianten auf einer Mikroebene strukturieren, wobei auch einige gravierende Änderungen hinzugefügt werden: Da die Autonomie-Variante – wie bereits im vorangegangenen Kapitel erklärt –widerlegt ist, wird daher in der folgenden Auflistung auch nicht mehr extra darauf Rücksicht genommen *(siehe Kapitel 5.1.3).* Anstatt dessen werden zwei neue Differenzierungen eingefügt:

- „Ein gemeinsames Handlungssystem": Dieser Ansatz betont vor allem die Überschneidungen zwischen PR und Journalismus. Diesem Teil ist eine ausführliche Darstellung des Modells der *„Produktionsgemeinschaft"* (Donges & Jarren 2017, 200-202) gewidmet, da es die aktuellen Verhältnisse zwischen Politik-PR und Journalismus – wie sie im empirischen Teil dieser Arbeit herauszulesen sind – am ehesten beschreibt.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

- „Weiterentwicklungen“: Hierzu werden speziell jene Aspekte der Verhältnisse zwischen PR und Journalismus thematisiert, die sich in Hinblick auf den empirischen Teil der vorliegenden Arbeit zusätzlich als interessant herausstellen.

Ein Defizit der bisherigen Forschung in Hinblick auf die Thematik der vorliegenden Arbeit muss konstatiert werden: Im Unterschied zum empirischen Teil dieser Arbeit werden in den theoretischen Erklärungsansätzen transnationale Aspekte zu den Verhältnissen zwischen Politik-PR und Journalismus nicht extra berücksichtigt. Zusätzlich sollten ähnliche Fragestellungen und (häufig quantitative) Forschungsmethoden zur Erklärung des Verhältnisses zwischen PR und Journalismus kritisch hinterfragt werden (Macnamara 2014, 748). Insgesamt ist zu konstatieren, dass aktuelle Zugänge zu diesem Thema viel häufiger im Bereich der Wirtschaftskommunikation als in der politischen Kommunikation angesiedelt sind. Die Verhältnisse zwischen politischen Kommunikationsakteur*innen der PR und dem Journalismus werden hingegen in gegenwärtigen empirischen Untersuchungen großteils außer Acht gelassen, weshalb die aktuelle Literatur zum Thema dieser Arbeit zahlenmäßig auch sehr gering ist. In den folgenden Kapiteln wird darüber hinaus ausschließlich auf deutschsprachige Literatur eingegangen, da die wissenschaftliche Betrachtung der Interaktionen zwischen Politik-PR und Journalismus vor allem im deutschsprachigen Raum zum Thema gemacht wird.

5.2.2 Dependenz

In dieser Kategorie kommen Autor*innen einerseits zum Schluss, dass die journalistische Arbeit von Politik-PR abhängig ist bzw. von ihr sogar determiniert wird. In recht unterschiedlichem Ausmaß wird die Unabhängigkeit von Journalismus bezweifelt bzw. zumindest in Frage gestellt. Andererseits existieren auch Ergebnisse aus Fallstudien, die vielmehr eine Dependenz der PR vom Journalismus betonen.

„Die Vorstellung vom eigenständigen, durch selbständige Recherche Nachrichten und Informationen produzierenden Journalisten ist mit Recht als Mythos zu bezeichnen“ (Nissen & Menningen 1977, 168), kommen *Nissen* und *Menningen* zu einem klaren Urteil: Das Ergebnis ihrer Analyse dreier Tageszeitungen im Jahr 1977 zeigt kaum Abweichungen zwischen Medieninput und Medienoutput. Medieninhalte wurden demnach hauptsächlich von der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Politik vorgeprägt. In der Folge wird von „Determinationsleistungen“ der Politik-PR gesprochen (Nissen & Menningen 1977, 159–180). *Baerns*, die lange Zeit den Diskurs zur Determinationshypothese der PR prägte, prüfte mit der im Jahr 1978 durchgeführten Analyse den Niederschlag der PR der nordrhein-westfälischen Landespolitik in den Tageszeitungen des Bundeslands mittels einer Inhaltsanalyse und durch Befragungen. Ihr Ergebnis zeigte, dass zwei Drittel aller untersuchten Berichte aus den Informationen der Politik-PR herzuleiten waren (Baerns 1991, 55). Sie bescheinigt den Medien in der Folge nur wenig Eigenleistungen und streicht nicht nur deren Abhängigkeit von der PR, sondern sogar eine Determinationsleistung der PR hervor, die *„Informationen platziert, Nachrichten initiiert, Themen forciert, Timing kontrolliert und Wirklichkeit konstruiert“* (Baerns 1991, 55). Ihr Befund lautet, dass PR in der Lage ist, *„journalistische Recherchekraft zu lähmen und publizistischen Leistungswillen zuzuschütten“* (Baerns 1991, 55). Informationsvielfalt entstehe laut *Baerns* nicht durch journalistische Recherche, sondern durch unterschiedliche Selektion, Interpretation und Bewertung der von der PR vorgegebenen Themen (Baerns 1991, 89). Sie kommt zu folgendem Ergebnis: *„Je mehr Einfluss Öffentlichkeitsarbeit ausübt, umso weniger Einfluss kommt Journalismus zu und umgekehrt“* (Baerns 1991, 17).

Liegler hat die Determinationsthese von *Baerns* 1991 durch eine Input- und Output-Analyse der innenpolitischen Berichterstattung in drei österreichischen Tageszeitungen und der Austria Presseagentur bestätigt. Sie konstatiert eine Abnahme an Eigenleistungen der Medien durch eine Zunahme der Politik-PR (Liegler 1990, 168–169). Darüber hinaus sind noch *Kepplinger* und *Maurer* zu nennen, welche die Pressearbeit der deutschen politischen Parteien zum Thema Wirtschaftspolitik in sechs deutschen Tageszeitungen während der Parlamentswahlen in Deutschland 2002 analysierten und ebenfalls die Determinationshypothese bestätigten (Kepplinger & Maurer 2004). Abschließend muss festgehalten werden, dass *Baerns‘* Determinationshypothese mittlerweile umstritten ist: *„In dem Maße, in dem intervenierende Variablen aufseiten des Journalismus wie aufseiten der Öffentlichkeitsarbeit mit einbezogen wurden, erwies sich die These einer vollständigen Determinierung des Journalismus durch PR jedoch als nicht länger haltbar.“* (Raupp 2015, 314) Sie bleibt in Abhandlungen zu diesem Thema jedoch bis heute nicht unerwähnt.

In dieser Kategorie sammeln sich darüber hinaus auch jene Analysen, die den Forschungsarbeiten von *Baerns* teilweise widersprechen, wie zum Beispiel folgende:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„Journalisten verlassen sich so sehr auf die Leistungen der Öffentlichkeitsarbeit, dass der Anteil der Recherche kaum ins Gewicht fällt“ (Dorer 1995, 128), konstatiert *Dorer* anhand einer Untersuchung zur PR politischer Institutionen in Österreich in den 1990er Jahren. Sie stellt aber auch unterschiedliche Bedingungen durch Themenselektion der Medien oder mediale Besitzverhältnisse in Österreich fest (Dorer 1995, 125). *Saffarnia* hat wiederum bei seiner im Jahr 1992 durchgeführten Beobachtung der innenpolitischen Berichterstattung der österreichischen Tageszeitung *Kurier* keine völlige Determination des Journalismus festgestellt und konstatiert, dass das Mediensystem durch PR aufgrund einer hohen Eigenrecherche nicht gänzlich an Autarkie verloren habe (Saffarnia 1993, 170).

Im Kontrast dazu stehen wiederum theoretische Erklärungsansätze und empirische Studien, die nicht eine Determination, sondern eine Dependenz der PR gegenüber den Medien betonen und letztere als dominant einschätzen, in deren Abhängigkeit die PR steckt: *Meyer* verweist beispielsweise auf die *„Kolonisierung der Politik durch das Mediensystem“* (Meyer 2001) und spricht diesbezüglich von einer Anpassung der politischen Logik an die Logik des Mediensystems, um politische Informationen öffentlich hervorzubringen: Massenmedien erzeugen gesellschaftliche Aufmerksamkeit, wenn zwei aufeinander abgestimmte Regelsysteme befolgt werden: mediale Nachrichtenwerte (Selektionslogik) und bestimmte Inszenierungsformen, um das Publikumsinteresse zu gewährleisten (Präsentationslogik). Abhängig vom jeweiligen Medium spielt auch die Inszenierung von Bildern eine wesentliche Rolle (Meyer 2009a, 186–187). In seiner empirischen Untersuchung des Niederschlags von Pressetexten in vier österreichischen Tageszeitungen beurteilt auch *Ettinger* die Autonomie der Printmedien und die Abhängigkeit der PR von den Medien als relativ hoch: *„Der tatsächliche Abdruck beruht auf interessensorientierter Selektion seitens der Medien“* (Ettinger 1986, 38). Sie identifiziert Faktoren, die eine Veröffentlichung begünstigen, aber beurteilt den Einfluss von PR insgesamt eher als gering, da sich *„die Pressestellen in der Thematisierung nach den Zeitungen richten“* (Ettinger 1986, 40).

Meyer beschreibt das Handeln der politischen Akteur*innen in der Folge als *„von dem existentiellen Interesse an möglichst positiver Repräsentation in den Massenmedien getrieben, zunehmend dazu neigen, sich auf Kosten der eigensinnigen Funktionslogik der Politik den Regeln einer mediengerechten Selbstdarstellung zu unterwerfen“* (Meyer 2009a, 191). Geht es nach *Meyer*, so strukturieren die Auswirkungen dieser Entwicklung nicht nur die Darstellung

10.15772/ANDRASSY.2021.001

von Politik, sondern auch den politischen Prozess zum Teil neu. Sie schmelzen jedoch die Logik der Politik keineswegs vollständig in die des Mediensystems ein (Meyer 2009a, 191). Ihm zufolge sind zwei Phänomene hervorzustreichen, welche die Grenzen zum politischen System deutlich verschoben haben und den Einfluss der Massenmedien veranschaulichen (vgl. Meyer 2009a, 187–189):

- Mediatisierung von Politik: Aufgrund der von *Meyer* konstatierten Schlüsselrolle des Mediensystems im Prozess der Legitimation von Politik hat sich die Professionalisierung politischen Handelns zum Ziel gesetzt, die Kontrolle über die Darstellung der Politik im Mediensystem zurückzugewinnen. Dies geschieht durch die Übernahme der medialen Logik und zeigt sich durch mediengerechte Selbstdarstellung der Politik.
- Ästhetisierung der politischen Öffentlichkeit: Auch die Öffentlichkeit ist durch die Eigenlogik der Massenmedien geprägt und folgt ihren Regeln der ästhetischen Inszenierung. Nach *Meyer* verursacht die Dominanz inszenierter Bilder, Handlungen und Symbole im öffentlichen Raum, dass Politik auf eine Weise dargestellt wird, die ihrer Logik nicht gerecht wird und mehr Schein als Wirklichkeit darstellt. Einzuwenden ist jedoch, dass die Verbindung von politischer Information und Inszenierung mitunter auch Teilhabe an Politik ermöglicht und eine Erweiterung der politischen Öffentlichkeit erreichen kann. Zugleich ist aber auch kritisch anzumerken, dass eine Inszenierung durch Bilder ebenso den Verlust der Distanz zwischen den im Bild dargestellten Informationen und Deutungen und den Medienrezipient*innen bewirken und in der Folge als Spiegelungen objektiver Realität missverstanden werden kann.

Die Erklärungsansätze für Verhältnisse zwischen PR und Journalismus zur Kategorie der Dependenz sind insgesamt vielfältig und widersprüchlich. *Donges* und *Jarren* fassen ihre Gemeinsamkeiten folgendermaßen zusammen: *„Gemeinsam ist den Anhängern dieser [Dependenz-] These aber ein bestimmtes normatives Politik- wie auch Medienverständnis: Medien sollen als Politikvermittlungsagenten fungieren. Damit wird den Medien eine Aufgabe zugewiesen, die sie in der Tat zu erfüllen haben, aber eben nicht als ‚Anhängsel' des politischen Systems. Andererseits wird beim Bild der Politik in der Opferrolle übersehen, dass es die Politik ist, die durch ihre (medien)politischen Entscheidungen und die Wahl der Mittel in der politischen Kommunikation zu diesem – von den Autoren beklagten – Zustand beigetragen hat."* (Donges & Jarren 2017, 187)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

5.2.3 Interdependenz

„Public relations practitioners depend on journalists to report information, and journalists count on public relations practitioners to provide information" (Koch, Obermaier & Riesmeyer 2017, 1573), konstatieren *Koch, Obermaier* und *Riesmeyer* und stellen aufgrund dieser gegenseitigen Abhängigkeit von PR und Journalismus Interdependenzen und ein gewisses Maß an Macht übereinander fest (Koch, Obermaier & Riesmeyer 2017, 1573). Inwieweit hierbei die Waage gehalten werden kann, sind aktuelle empirische Forschungen unschlüssig: Während die Ergebnisse einer schriftlichen Befragung der Abgeordneten des Deutschen Bundestages und der ständigen Mitglieder der Bundespressekonferenz zeigten, dass sowohl Journalist*innen als auch Abgeordnete den Medien mehr Einfluss auf die Politik zuschreiben als der Politik auf die Medien (Kepplinger 2011, 37), zeichnen *Macnamara* bzw. *Lloyd* und *Toogood* ein anderes Bild zu aktuellen Interdependenzen zwischen PR und Journalismus: Sie sprechen von einer wachsenden Beeinflussung des Journalismus durch die PR aufgrund der Krise im Journalismus, des wirtschaftlichen Zusammenbruchs der Medienbetriebe und digitaler Kommunikationskanäle, die als neue Verteiler für Medieninhalte dienen, wodurch die PR in der Lage ist, traditionelle Funktionen des Journalismus selbst zu übernehmen (Macnamara 2016, 119; Macnamara 2014, 739; Lloyd & Toogood 2015, vii): *„PR still needs journalism, which has always acted as a ‚third-party endorsement' of its claims. But now it has other, often more powerful allies"* (Lloyd & Toogood 2015, vii).

Diese Wechselseitigkeiten im Verhältnis zwischen PR und Journalismus – abseits von einseitiger Abhängigkeit – werden in der Literatur sehr unterschiedlich und mit differenten Schwerpunkten beschrieben. Im Forschungsfeld der Public Relations selbst hat sich zur Charakterisierung der Beziehungen zwischen politischen und medialen Akteur*innen mittlerweile der Begriff der Media Relations etabliert. Er fasst systematische, geplante und absichtsvolle Beziehungen zwischen der PR und dem Journalismus zusammen, die zu einem wechselseitigen Nutzen zwischen PR-Akteur*innen und Journalist*innen führen. Ihr Ziel ist die Entstehung von gegenseitigem Vertrauen, Verständnis und Respekt (Donges & Jarren 2017, 144; Supa & Zoch 2009, 2). *Bentele*, *Liebert* und *Seeling* prägten 1997 den Begriff der „Intereffikation" zwischen PR und Journalismus. Sie sprechen von einem *„komplexen Verhältnis eines gegenseitig vorhandenen Einflusses, einer gegenseitigen Orientierung und einer gegenseitigen Abhängigkeit zwischen zwei relativ autonomen Systemen"* (Bentele,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Liebert & Seeling 1997, 240). Im Gegensatz zur Determinationshypothese verneint dieses Modell eine einseitige Determination des Journalismus durch die Öffentlichkeitsarbeit und spricht von wechselseitigen Beeinflussungen (Merten 2004, 22). Dass die PR in ihren Einflussbeziehungen den Journalismus determiniere, wird von den Vertreter*innen des Intereffikationsmodells als zu einfach zurückgewiesen. Sie gehen davon aus, dass Einflüsse nicht nur von der PR auf den Journalismus, sondern auch umgekehrt wirken (Bentele & Nothaft 2004, 67). Nach *Bentele, Liebert* und *Seeling* beeinflussen sich beide Systeme (Induktionen) und passen sich an die Regeln des anderen Systems an (Adaption). Sie sind nicht nur gegenseitig aufeinander angewiesen, sondern können auch ihre Ziele nur mit der Hilfe des jeweils anderen Systems verwirklichen. Induktion der PR wird beispielsweise als die Bestimmung des Zeitpunkts der Information, der Themen und ihrer Bewertung verstanden. Von Seiten des Journalismus wird hierzu wiederum die Selektion, Platzierung und Gewichtung der Informationen, die journalistische Bewertung, Eigenrecherche und Eigenbearbeitung gezählt. Als Adaption der PR sind Anpassungen an zeitliche, soziale und sachliche Regeln des Journalismus gemeint. Das PR-System kann Themen beispielsweise nicht willkürlich generieren, sondern muss diese an die journalistischen Nachrichtenwertfaktoren anpassen. Die Adaptionsprozesse des Journalismus an das PR-System beziehen sich auf organisatorische, sachlich-thematische und zeitliche Vorgaben des PR-Systems (Bentele, Liebert & Seeling 1997, 242–243; Rinck 2001, 82–83).

Der Begriff „Intereffikation“, der sich vom lateinischen „efficare“ ableitet, beschreibt, dass innerhalb der interdependenten Beziehungen jeweils immer auch die eigenen Leistungen beider Systeme ermöglicht werden (Rinck 2001, 81). Das genaue Zusammenwirken der beiden Systeme wird in der Literatur wiederum unterschiedlich betrachtet: Einerseits wird die Rolle der PR auf die *„unterstützende Funktion für den Journalismus“* (Bentele 1997, 74) reduziert und dem Mediensystem die eigentliche Kommunikationsleistung zugesprochen. Andererseits wird die Informationsproduktion vielmehr der PR zugeschrieben, indem sie über Angebot und Gewichtung der Themen entscheidet (Grossenbacher 1996, 730). Im Verhältnis zwischen PR und Journalismus ortet *Rinck* eine klare Rollenverteilung: Die PR dient dem Journalismus als Informationsquelle. Das Mediensystem wiederum ist für die öffentliche Vermittlung der PR-Leistungen zuständig. Sie spricht beiden Funktionssystemen Verantwortung für die Konstruktion von Wirklichkeit zu (Rinck 2001, 79-80). *„Das PR-System fungiert als ein*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

‚Rohstofflieferant', der wiederum von internen Abteilungen den Input bekommt. Dieser Input wird nach der journalistisch gerechten Aufbereitung durch das PR-System zum PR-Output und gleichzeitig zum Input des Mediensystems" (Rinck 2001, 79).

Kritik am Intereffikationsmodell bezieht sich zum einen darauf, dass der zunehmende Einfluss der PR – wie oben artikuliert – auf den Journalismus in diesem Konzept der Beschreibung der Interaktionen aus dem Blickwinkel gerät (Weber 2004, 62), und zum anderen darauf, dass die Modelle eine Trennung von Journalismus und PR bzw. explizite Überschneidungen voraussetzen. Nicht immer verlaufen die Beziehungen zudem so konfliktfrei und symmetrisch, wie sie mitunter in Darstellungen des Intereffikationsmodells durchscheinen. Dies trifft vor allem auf das Forschungsfeld der politischen Kommunikation zu.

5.2.4 Gemeinsames Handlungssystem

Weitere Erklärungsansätze schweifen ab von der Perspektive der Ermöglichung – wie beim Intereffikationsmodell – und fokussieren stärker die Tatsache des wechselseitigen Nutzens von PR und Journalismus in einem gemeinsamen Handlungssystem: Vielfach wird dabei von „bargaining" oder „win-win" (Merten 2004, 24) gesprochen. Journalist*innen erhalten Informationen, Politiker*innen Publizität (Fengler & Vestring 2009, 20). Unterschiedliche Formen von „Interpenetrationszonen" zwischen Journalismus und PR (Weber 2004, 61) werden von *Westerbarkey* als *„Verhältnisse wechselseitiger Durchdringung"* bezeichnet (Westerbarkey 1995, 152). *Sarcinelli* spricht von Politik und Medien als Spannungsverhältnis (Sarcinelli 2011, 119). Auch von symbiotischen Verbindungen ist die Rede (Rinck 2001, 79): *Plasser* bringt den Begriff des „Supersystems" ein, zu dem sich Politik und Medien verschränken, indem sie die jeweils anderen Aufgaben übernehmen. Dieser Konzeption nach verliert das politische System durch Medialisierung und das Mediensystem durch die Instrumentalisierung der Politik an Autonomie (Plasser 1985, 97).

Was die Einflüsse der PR bzw. des Journalismus in diesem gemeinsamen Handlungssystem betrifft, sind zwei unterschiedliche Einschätzungen in der Literatur zu finden: *Merten* bezieht sich auf die Spieltheorie und spricht davon, dass die Frage nach dem größeren Einfluss der beiden Kommunikationsakteur*innen sekundär ist, da sich ein prinzipielles Gleichgewicht einstelle, sodass beide Kommunikator*innen profitieren können (Merten 2004, 24). *Meyer* hingegen spricht von einer bedenklichen Schieflage zugunsten der Medien: Die Politik braucht

10.15772/ANDRASSY.2021.001

die mediale Öffentlichkeit, und die Medien benötigen die Informationen der Politik, um ihre Kommunikationsaufgaben zur Herstellung von Öffentlichkeit garantieren zu können. Medien können von einem symbiotischen Verhältnis mit der PR profitieren, wenn sie das Politiker*innenhandeln positiv, neutral oder negativ darstellen. Politik hingegen profitiert von dieser Symbiose nur dann, wenn sie positiv oder zumindest neutral dargestellt wird. *Meyer* zufolge könne man daher nur dann von einer Symbiose sprechen, wenn nicht in Vergessenheit gerät, dass dabei sowohl PR als auch Journalismus von ihrem Zusammenwirken in höchst unterschiedlicher Weise profitieren oder auch Schaden nehmen können (Meyer 2009a, 191).
Ein weiterer Ansatz spricht ebenfalls das gemeinsame Handlungssystem zwischen PR und Journalismus an und bezeichnet dieses als „Produktionsgemeinschaft". Im Unterschied zu Erklärungsansätzen, die symbiotische Verhältnisse ansprechen, werden in diesem Modell aber nach wie vor klare Unterschiede zwischen den Kommunikationsakteur*innen identifiziert. Somit können auch Parallelen zu Interdependenzmodellen erkannt werden. Unterschiede sind jedoch darin zu finden, dass in diesem Modell des gemeinsamen Handlungssystems auch Überschneidungen aufgefunden werden. Aufgrund der kongruenten Eigenschaften ist es somit als Erweiterung von Interdependenzmodellen aufzufassen: *„Die Beziehungen zwischen Politikern, Öffentlichkeitsarbeitern und Journalisten sind nicht grundsätzlich von einem Interessengegensatz geprägt, sondern vielmehr vergleichbar mit zwei Branchen, die auf Zulieferung der jeweils anderen angewiesen sind. So entsteht ein Tauschverhältnis mit wechselseitiger Abhängigkeit."* (Donges & Jarren 2017, 191) *Donges* und *Jarren*, die diesen Erklärungsansatz geprägt haben, betonen dabei Interaktionen als zentrale Voraussetzung für die Positionierung und die Strategien der Kommunikationsakteur*innen. Als Akteur*innen in diesem Produktionsmodell werden dabei sowohl Politiker*innen als auch die Akteur*innen der Politik-PR und des Journalismus konzipiert (vgl. Donges & Jarren 2017, 191–193):

- Politiker*innen: Ziel von Politiker*innen ist der Erhalt bzw. der Erwerb der Macht für die Organisation, die er*sie vertritt sowie für sich selbst. Zur Erreichung dieses Ziels ist er*sie auf die massenmediale Vermittlung und Rechtfertigung nach Außen sowie auch nach Innen angewiesen. Alle Handlungen – auch die Interaktionen mit Journalist*innen – beinhalten diesen Aspekt. Zu bedenken ist, dass auch zum Erhalt innerorganisatorischer Macht, die als Voraussetzung für politische Macht gilt, in der Mediengesellschaft zunehmend Aspekte der PR ausschlaggebend sind. Ihren Einfluss können Politiker*innen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

durch die Steigerung von Medienpräsenz und dadurch von Aufmerksamkeit erhöhen. Vor allem Spitzenpolitiker*innen spielen eine bedeutende Rolle als Gesprächspartner*innen für Journalist*innen. Damit entstehen hierarchische Kommunikationsstrukturen mit Journalist*innen. Politiker*innen verfolgen nach *Donges* und *Jarren* außerdem eine sogenannte „angebotsorientierte Kommunikationsstrategie“: Sie formulieren politische Probleme und treffen damit Auswahlentscheidungen für Themen, mit denen sie sich öffentlich profilieren wollen. Sie sind vor allem daran interessiert, dass ihre Themen und Problemdeutungen möglichst positiv und zum richtigen Zeitpunkt dargestellt werden.

- PR-Akteur*innen: Zu ihrer Unterstützung greifen Politiker*innen auf PR-Akteur*innen zurück. Sie werden von *Donges* und *Jarren* als ein untergeordnetes politisches System mit Teilautonomie konzipiert. Ihre Aufgabe ist das Management der Interaktionen zwischen Politiker*innen und der Öffentlichkeit, insbesondere aber zwischen Politiker*innen und Journalist*innen. Sie sind der Logik des politischen Systems verpflichtet. Da ihre berufliche Karriere mit der von Politiker*innen verbunden ist, sind sie freilich am Erfolg der Politiker*innen interessiert. Die Beobachtungs- und Selektionsregeln der Journalist*innen nach der Medienlogik professionell zu beherrschen, ist ein wesentliches Ziel. Sie sind an Interaktionen mit Journalist*innen beteiligt, können aber auch umgangen werden. Dies führt generell zu einem geringeren Gewicht im Metier der politischen Kommunikation. Daher sind PR-Akteur*innen herausgefordert, ihre Bedeutung, Fachkenntnis und Unentbehrlichkeit sowohl der Politik als auch dem Journalismus gegenüber zu betonen. Werden sie jedoch als eigenständige Sprecher*innen erkennbar, fällt es ihnen leichter, den Kommunikationsprozess zu steuern. Aufgrund normativer Anforderungen und ihrer Systemzugehörigkeit sind PR-Akteur*innen stärker auf das politische System als auf das Mediensystem angewiesen. Ihr Ziel muss es daher auch sein, die Relevanz ihrer Tätigkeit sowie ihre Unersetzbarkeit innerhalb der politischen Organisation darzustellen.
- Journalist*innen: Durch ihre Veröffentlichungen von im politischen System hergestellten Themen nehmen Journalist*innen an politischen Funktionen des Mediensystems teil. Aufgrund der Konkurrenz zwischen den Medien und den Journalist*innen sind sie ständig auf der Suche nach neuen, exklusiven Informationen. Die Interaktionen mit Politiker*innen oder PR-Akteur*innen werden laut *Donges* und *Jarren* von Journalist*innen nicht als ein Spiel im politischen System, sondern als ein Teil des Spiels

10.15772/ANDRASSY.2021.001

mit journalistischen Konkurrent*innen um journalistische Leistungen und Positionen gesehen: Mit guten Informationen und dem Erreichen eines breiten Medienpublikums kann innerhalb der Redaktionen Aufmerksamkeit erlangt und die berufliche Position verbessert werden. Vor allem in einer stark durch Konkurrenz geprägten Mediensituation gelten exklusive Informationen und Zugänge zu Politiker*innen als ein wertvolles journalistisches Gut. Bei der Beobachtung des politischen Handelns greifen Journalist*innen zwar durchaus eigenständig Probleme und Problemdeutungen auf. Im Regelfall nehmen sie jedoch viel eher jenes Material, das PR-Akteur*innen ihnen anbieten oder übernehmen Themen von Agenturen bzw. der Medien-Konkurrenz. Journalist*innen sind mit einem Überangebot an Themen und Deutungen konfrontiert, aus dem sie Selektionsentscheidungen treffen müssen. Die Vielzahl an politischen Prozessen und das große Angebot an politischen Informationen führen laut *Donges* und *Jarren* bei den Journalist*innen zu einer eher passiv-selektiven Haltung bei der Informationsbeschaffung.

Für das Verständnis des Modells der „Produktionsgemeinschaft" sind nach *Donges* und *Jarren* darüber hinaus noch folgende Elemente der Verhältnisse zwischen Politik, Politik-PR und Journalismus relevant (vgl. Donges & Jarren 2017, 194–201):

1.) Interaktionen

PR-Akteur*innen und Journalist*innen sind durch vielfältige Interaktionsformen verbunden: Die PR investiert in Beziehungen zu Journalist*innen, um die Nachfrage kennenzulernen und in der Folge möglichst das zu produzieren, was tatsächlich auch gebraucht wird. Für Journalist*innen sollen durch Interaktionen mit den PR-Akteur*innen vor allem knappe Ressourcen geschont werden. Zum Teil enge Abstimmungen in der Zusammenarbeit zeigen die Existenz von Überschneidungen in den Kommunikationshandlungen der beiden Kommunikationsakteur*innen. Dies kann auch zu Einflussnahmen führen: Durch Interaktionen von der Politik-PR sollen journalistische Selektionsentscheidungen beeinflusst, die journalistische Aufmerksamkeit gelenkt und bestimmte Formen der Kooperation erreicht werden.

Weiters sprechen *Donges* und *Jarren* im Zusammenhang mit Interaktionen zwischen PR und Journalismus auch von „Formalität" und „Informalität" und somit von zwei unterschiedlichen kommunikativen Bühnen, auf denen Politik und Journalismus miteinander interagieren. Ihre

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Akteur*innen verhalten sich auf diesen Bühnen unterschiedlich, weil jeweils andere Regeln gelten. Auf der sogenannten „Vorderbühne“ herrscht die Erwartung nach Distanz und formalisierten Beziehungen, während auf der sogenannten „Hinterbühne“ Platz für stärkere Überschneidungen ist: *Donges* und *Jarren* verstehen darunter Absprachen, persönlichen Austausch und durchaus auch enge Kooperationen. Aufgrund dieses gemeinsamen Handelns auf der Hinterbühne wird es Journalist*innen mitunter möglich, eine Rolle als Mitspieler*innen im politischen Prozess anzunehmen. Zwar ist ihnen eine Mitwirkung an der Herstellung allgemein verbindlicher Entscheidungen nicht möglich. Sie dienen dort mitunter aber als politische Berater*innen, Informationsübermittler*innen oder Vermittler*innen von Deutungen und können so Einfluss auf die Politik ausüben.

2.) Interessen

Die Kommunikationsakteur*innen handeln laut *Donges* und *Jarren* nach bestimmten Rollen, die sich aus ihrem „Systemhintergrund“ erklären lassen und dementsprechend Differenzen bei der Verfolgung ihrer Ziele verursachen: Politische Akteur*innen suchen politischen Einfluss. Journalist*innen wiederum sind auf der Suche nach exklusiven Themen. Dadurch wollen sie ihren eigenen Wert innerhalb der Redaktion sowie bei den Medienrezipient*innen steigern.

Die Interessen von Politik-PR und Journalismus sind zwar entsprechend ihrer jeweiligen Systeme unterschiedlich. Was übergeordnete Ziele betrifft, konstatieren *Donges* und *Jarren* aber weitgehende Kongruenz: Politische Akteur*innen versuchen mit einem möglichst geringen Ressourcenaufwand an Geld, Personal und Zeit möglichst andauernd und den Zielen entsprechend, ihre Themen in den Medien unterzubringen. Durch Interaktionen zum Journalismus können sie mitunter auch die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass sie von anderen Journalist*innen nach Stellungnahmen gefragt werden. Aufgrund ihrer beschränkten Ressourcen an Geld, Personal und Zeit haben auch Journalist*innen ein Interesse an sozialer Stabilität mit den Kommunikationsakteur*innen der PR: Kostengünstig, rasch, zuverlässig und möglichst exklusiv Informationen von der Politik zu erhalten und dabei sowohl Konkurrenzmedien als auch Medienrezipient*innen zu berücksichtigen, ist laut *Donges* und *Jarren* ein wesentliches Interesse der Journalist*innen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

3.) Kooperation und Konflikte

In der Interaktion zwischen den Kommunikationsakteur*innen können Konflikte entstehen, die mitunter zu Rollenproblemen führen. Nach *Donges* und *Jarren* müssen vor allem Journalist*innen bei den Interaktionen mit der Politik Konflikte in ihre Handlungsüberlegungen einbeziehen: Aufgrund ihrer normativen Verpflichtung, die Öffentlichkeit zu vertreten, wird von ihnen ein hoher Grad an Autonomie, Unabhängigkeit, Neutralität und Distanz verlangt. Politiker*innen und PR-Akteur*innen ist es hingegen erlaubt, bestimmte Interessen zu vertreten und durchzusetzen. Sie dürfen durchaus auch Nähe herstellen bzw. Distanz verletzen.

Im Modell der „Produktionsgemeinschaft" streben PR-Akteur*innen und Journalist*innen zur Stabilisierung der gemeinsamen Interaktionsprozesse danach, Routinen und Vertrauensverhältnisse zu den jeweils anderen Kommunikationsakteur*innen zu schaffen, ohne dabei an eigener Autonomie zu verlieren. Sie sprechen dabei weder von einem Subsystem des politischen noch des journalistischen Systems, sondern stellen einen eigenständigen Typus eines sozialen Handlungsfeldes vor: Demzufolge entwickeln die Kommunikationsakteur*innen aus PR und Journalismus *„einen gewissen Grad an Autonomie gegenüber den gesellschaftlichen Teilsystemen, fungieren damit systemübergreifend und sind insoweit als Interpenetrationszonen aufzufassen"* (Donges & Jarren 2017, 202). Laut *Donges* und *Jarren* werden im Rahmen der Interaktionen zwischen Politik-PR und Journalismus gemeinsame Handlungsvollzüge erzeugt und ein Handlungssystem mit eigenen Routinen und Regeln entwickelt. Dieses Handlungssystem kann als Rahmen für das jeweils konkrete Verhalten der beteiligten Akteur*innen interpretiert werden, die jeweils ein spezifisches Interesse an gemeinsamen Regeln haben, um die gegenseitigen Interaktionen zu stabilisieren. Ebenso gibt es in diesem Handlungssystem Separatlösungen und Sonderbeziehungen. Für das richtige Handeln zählen daher weniger rechtliche Vorgaben, sondern vielmehr soziale Normen und Regeln. Mit diesen gemeinsamen Spielregeln bilden sich gewisse Traditionen heraus. Gewisse Grenzen müssen jedoch auch immer wieder neu kommunikativ ausgehandelt werden (Donges & Jarren 2017, 200–202). Mit *Miebach* gesprochen kann die Produktionsgemeinschaft daher als eine Akteur*innenkonstellation betrachtet werden, in der auf die jeweiligen Intentionen der anderen reagiert wird und neue Intentionen herausgebildet

10.15772/ANDRASSY.2021.001

werden, *„die als Resultat von Gruppenprozessen ein kollektives Phänomen darstellen, das mehr als die Summe der individuellen Intentionen darstellt“* (Miebach 2014, 414).

5.2.5 Weiterentwicklungen

Abschließend sollen auch jene Forschungen zu den Interaktionen zwischen PR und Journalismus zur Sprache kommen, welche die „großen“ Theorieentwürfe beiseitelassen und Einblicke in interessante Nischen-Erkenntnisse im Zusammenspiel zwischen PR-Akteur*innen und Journalist*innen aufdecken.

Weber kritisiert beispielsweise, dass Theorieentwürfe die duale Unterscheidung von Journalismus und PR modelltheoretisch voraussetzen, und fordert ein Modell der Beziehungen zwischen Journalismus und PR, das auch Unschärfen, Grauzonen und Überlappungen inkludiert (Weber 2004, 57). Aus empirischer Sicht zeichnen sich Studien zu den Verhältnissen zwischen PR und Journalismus durch die häufige Anwendung von sogenannten „Resonanzanalysen“ aus. Ein Vergleich zwischen dem Input des PR-Materials und dem Output der Medienberichterstattung ist für die Beschreibung der Interaktionen im Kommunikationsbereich aber nicht immer ausreichend (Baerns 2007, 45). Um daher ein vollständigeres Bild zu den Verhältnissen zwischen PR und Journalismus zu erhalten, braucht es zusätzlich auch weitere empirische Forschungsmethoden. Darauf gehen die folgenden Ansätze ein, die speziell auch in Hinblick auf Aspekte zum Bereich der Kommunikation zwischen den Akteur*innen aus Politik und Journalismus ausgewählt wurden, da sie thematisch zum Forschungsinteresse bzw. den einzelnen empirischen Untersuchungsschritten der vorliegenden Arbeit passen.

Hoffjann kritisiert die bloße wissenschaftliche Analyse von Pressemitteilungen und Pressekonferenzen als PR-Kommunikation bei gleichzeitiger Vernachlässigung der persönlichen Kommunikationen zwischen Journalist*innen und PR-Expert*innen, welche ebenfalls Einfluss auf die jeweiligen kommunikativen Outputs haben (Hoffjann 2001, 40). Komplexe Beziehungsstrukturen, die Kooperations- und Konfliktpotentiale beinhalten, sollten nicht außer Acht gelassen werden, daher plädiert *Hoffjann* für einen verstärkten Blick auf Interaktionsmuster zwischen den PR-Akteur*innen und den Journalist*innen (Hoffjann 2001, 11–12). *Avenarius*, der unterschiedliche Einstellungen der beiden Kommunikationsakteur*innen untersucht hat, konstatiert wiederum auch irrationale Gründe

10.15772/ANDRASSY.2021.001

für Informationsselektion und Methoden, die im Zusammenspiel zwischen Politik und Journalismus eine noch zu wenig beachtete Rolle spielen (Avenarius 1995, 7–9). *Jarren* stellt fest, dass das Verhältnis zwischen Vertreter*innen der Politik und des Journalismus nicht antagonistisch, sondern durch persönliche Nähe geprägt sei: *„Konkurrenz besteht eher zwischen Vertretern des eigenen Systems“* (Jarren, Altmeppen & Schulz 1993, 133). *Pfetsch* hat in ihrer Studie ermittelt, dass informellen Treffen zwischen PR und Journalismus sowohl aus der Perspektive der PR-Akteur*innen als auch der Journalist*innen große Relevanz zukommt. Sie kommt zu dem Ergebnis, dass diese *„als eigentlicher Ort der Interaktion gelten können, bei dem es sowohl für politische Sprecher als auch für Journalisten um das politische Medien-Agenda-Setting geht“* (Pfetsch 2003, 184). Eine Aktualisierung der Thematik, die auch Beeinflussungen des Verhältnisses zwischen PR und Journalismus durch Social Media in Betracht zieht, ist darüber hinaus noch ausständig. *Macnamara* plädiert diesbezüglich dafür, die Veränderungen für PR und Medien durch das Internet nicht zu vernachlässigen (Macnamara 2010, 1).

In Hinblick auf die Interaktionen zwischen Politik und Journalismus wird auch den veränderten ökonomischen Verhältnissen der Medien bislang nur unzureichend Bedeutung zugemessen. Eine Ausnahme stellt *Merten* dar, der mit der sogenannten „Interpenetrationsthese“ die wirtschaftliche Einflussnahme der Politik auf Medien und auf einer Makroebene deren Durchdringung des Mediensystems beschreibt (Merten 2004, 29). Auch *Lutz* spricht die Thematik der ökonomischen Situation der Medienhäuser an, indem er rückgehende Einkünfte der Medienbranche am Beispiel der Süddeutschen Zeitung thematisiert: *„This is precisely where the conflict of interest between independent journalistic reporting and PR power arises“* (Lutz 2007, 36). Er hinterfragt dabei vor allem den Umgang mit PR-Material – sei es ein Trojanisches Pferd oder eine wichtige finanzielle Beihilfe für Zeitungen – und dessen Auswirkungen auf den investigativen Journalismus (Lutz 2007, 36). Den schrumpfenden journalistischen Redaktionen und den Auswirkungen auf die Verhältnisse zur Politik-PR wird jedoch selbst nach der Finanz- und Wirtschaftskrise insgesamt wenig Beachtung geschenkt.

Um auch diesen Aspekt in die folgenden Überlegungen zu den Interaktionen zwischen Politik(-PR) und Journalismus miteinzubeziehen, wird in einem späteren Kapitel noch ein spezifischer Abschnitt hinzugefügt, der einen Exkurs in die Besonderheiten der österreichischen Medienlandschaft unternimmt: Für eine bessere Einordnung der empirischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Untersuchungsschritte der vorliegenden Arbeit soll hierbei die Verquickung der Medien mit der Politik in Österreich – speziell auch aus medienbetrieblicher/ökonomischer Sicht – vor Augen geführt werden *(siehe Kapitel 6.2.2).*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

6. Fallbeispiel: Das transnationale Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Printjournalismus

6.1 Politische Kommunikation aus akteur*innenzentrierter Perspektive

6.1.1 Modellierung komplexer Akteur*innenkonstellationen

Zu Beginn des theoretischen Teils der vorliegenden Arbeit wurden Probleme bei der Vermittlung von EU-Kommunikation aus unterschiedlichen Perspektiven aufgelistet, die in der Literatur häufig als Ursachen für Mängel und Begrenzungen der EU-Kommunikation genannt werden. Die Inhalte dabei fokussierten sich hauptsächlich auf organisatorische und strukturelle Barrieren. Intra-institutionelle wie akteur*innenzentrierte Faktoren bleiben in der Literatur zum Großteil unbeachtet. Ein Verständnis der Funktionslogik demokratischer Systeme erfordert jedoch auch einen Blick auf das Handeln seiner Kommunikationsakteur*innen. Dafür braucht es eine Verbindung der Politik- und Kommunikationswissenschaft mit der Soziologie, um eine präzisierte Vorstellung von Handlungen im Kontext politischer Kommunikation zu erhalten (Sarcinelli 2011, 12).

Laut *Donges* und *Jarren* müssen Handlungssysteme als soziale Strukturen, die durch Interaktionen zwischen den unterschiedlichen Akteur*innen in diesen Handlungssystemen geschaffen werden, aufgefasst werden. In ihrem Zentrum stehen die in diesen Systemen agierenden Akteur*innen mit ihren Zielen, Strategien und Ressourcen: *„Sie sind einerseits flexibel, da sie permanent von den Akteuren durch ihr Handeln produziert und reproduziert werden. Handlungssysteme weisen andererseits eine Stabilität auf, weil die Akteure ein Interesse am Fortbestand der Interaktion haben und daher norm- und regelgeleitet interagieren.“* (Donges & Jarren 2017, 12) *Donges* und *Jarren* – wie im vorangegangenen Kapitel veranschaulicht *(siehe Kapitel 5.2.4)* – sprechen von einer „Produktionsgemeinschaft“ zwischen Politiker*innen, PR-Akteur*innen und Journalist*innen und bezeichnen damit ein Handlungssystem mit spezifischen Regeln, welches durch seine Akteur*innen und deren Interaktionen konstituiert wird. Die Akteur*innen sind einerseits mit der Organisation verbunden (Mikro- und Mesoebene), und andererseits – aus der Perspektive der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Makroebene – stellen sie zugleich auch eine funktionale Verbindung zwischen dem politischen und dem journalistischen System her (Donges & Jarren 2017, 200). Wenn nun die „Produktionsgemeinschaft“ zwischen Politiker*innen, PR-Akteur*innen und Journalist*innen auf der transnationalen Ebene der EU zusammengedacht und analysiert wird, gilt es diesbezüglich auch folgende kritische Bemerkungen in Hinblick auf die Differenzierung der einzelnen Funktionsbereiche zu erwähnen, die bei der Umsetzung des empirischen Teils der vorliegenden Arbeit zu berücksichtigen sind:

Journalismus wird vor allem durch das Aufkommen der Kommunikationsgesellschaft zwar zunehmend in unterschiedliche Kategorien untergliedert, zugleich gibt es in der Literatur aber auch vermehrt Stimmen, die auf ein Zusammenwachsen der Medien hinweisen und aufgrund von Kommerzialisierung, technischer und redaktioneller Konvergenz, Konkurrenzdruck sowie aufgrund von Finanzierungskrisen der Mediensysteme auch zunehmend ein immer homogeneres Bild von Journalist*innen zeichnen (Lauerer, Dingerkus & Steindl 2019, 101; Lauerer & Keel 2019, 107; Seethaler 2019, 214). Noch stärker tritt die Vereinheitlichung bei der Darstellung der EU-Institutionen zutage: Die Beschreibung eines zwar komplexen, aber stabilen Institutionengefüges, wie sie in der Literatur der EU Studies zumeist vorkommt (Schmidt & Schünemann 2013, 69), verdeckt mitunter die Existenz von labilen und facettenreichen Faktoren im Zusammenspiel der unterschiedlichen Akteur*innen im Handlungssystem der EU. *Altides* kritisiert, dass EU-Institutionen generell als homogene Institutionen konzipiert werden, welche unterschiedliche intra-institutionelle Funktionen, Ziele und die komplexe Natur ihrer Mitglieder in konkreten Situationen außer Acht lassen. Dies trifft auch auf die EU-Kommunikation zu: *„communicating EU-Institutions are regarded to be unitary actors, whose communication efforts are determined by their unitary institutional objectives, social resources and character”* (Altides 2009, 55). Geht es nach *Altides*, so sollte die Darstellung von einheitlichen institutionellen Präferenzen, die sich in Kommunikationshandlungen zeigen, jedoch hinterfragt werden (Altides 2009, 55–58).

Speziell zur Europäischen Kommission – einem spezifischen Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit – unterstellt *Altides* der wissenschaftlichen Literatur eine Identifikation mit einer homogenen politischen Akteurin. Verstärkt wird diese Darstellung durch die vertraglich geregelten Aufgaben der Europäischen Kommission als Motor der europäischen Integration und durch Mehrheitsentscheidungen auf Kommissar*innen-Ebene, die es der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Europäischen Kommission ermöglichen, mit einer Stimme nach außen zu sprechen. Indem *Altides* unter anderem auf *Peterson* (1999) und *Wonka* (2006) zurückgreift, betont sie Fragmentierungen entlang verschiedener politischer Zugehörigkeiten, nationaler und kultureller Hintergründe und sektoraler Verantwortlichkeiten auch innerhalb der Europäischen Kommission. Darüber hinaus identifiziert sie eine schwierige Abgrenzung zwischen der Expertinnen-Rolle und der politischen Rolle der Europäischen Kommission sowie intra-institutionelle separate Gruppierungen zwischen den Kommissar*innen (Kollegium der Kommissar*innen, Kabinette der Kommissar*innen, Generalsekretariat des*r Kommissionspräsident*in) auf politischer Ebene und Differenzierungen der Beamt*innenschaft (unterschiedliche Generaldirektionen mit verschiedenen technischen und bürokratischen Aufgaben) auf administrativer Ebene. Auch innerhalb der Kommunikation der Europäischen Kommission werden unterschiedliche Ansiedlungsorte und Funktionen identifiziert: Neben der Generaldirektion Kommunikation, welche für die Koordination der institutionellen Kommunikation auf horizontaler Ebene und die Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern zuständig ist, beinhaltet auch jede andere Generaldirektion eine Kommunikationsabteilung. Zusätzlich gibt es noch die Pressesprecher*innen im Spokesperson‘s Service (Altides 2009, 59–61). Sie sind zum Zeitpunkt der Untersuchung dem Generalsekretariat des Kommissionspräsidenten zugeordnet mit jeweils unterschiedlich starken Netzwerken zu anderen Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission *(siehe Kapitel 10.3).*

Die Komplexität und Inhomogenität sowohl der Europäischen Kommission als auch des Journalismus zeigt sich jedoch nicht nur auf Organisationsebene, welche die unterschiedlichen Ausrichtungen der einzelnen Akteur*innen beeinflusst. Sie verdeutlicht sich vor allem auch durch die Tatsache, dass ihre individuellen Akteur*innen unterschiedliche Interessenslagen zeigen und ihre Arbeit mitunter different definieren: *„A corporate actor will always be composed of actors and groups of actors with different tasks, roles and duties, different interests, perceptions and influence potentials“* (Altides 2009, 55). Individuelle Akteur*innen besitzen häufig verschiedenartige Handlungsspielräume. Institutionen und Organisationen ist es nicht möglich, für jedes ihrer Mitglieder eine klare Strategie zu schaffen (Mayntz & Scharpf 1995, 50). Neben der Existenz unterschiedlicher Charaktere innerhalb einer Institution spielen die Akteur*innen mit ihren mitunter konfligierenden Interessen und Anschauungen eine

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wesentliche Rolle bei der Entwicklung und Implementierung von Kommunikationsinhalten. *Donges* und *Jarren* gehen mit ihrer Definition der Handlungstheorie in der politischen Kommunikation in diese Richtung: Sie verstehen darunter Ansätze, welche die *„Intentionalität menschlichen Handelns zum Ausgangspunkt für Erklärungen sozialer Sachverhalte und Prozesse nehmen. Im Mittelpunkt handlungstheoretischer Ansätze stehen Akteure sowie die Bedingungen, Formen und Folgen ihres Handelns“* (Donges & Jarren 2017, 27). *Altides* plädiert für einen akteur*innenzentrierten Ansatz bei der Analyse von EU-Kommunikation, der die*den Akteur*in in den Mittelpunkt der Untersuchung stellt (Altides 2009, 55). Dafür sind zunächst unterschiedliche Akteur*innenbegriffe näher zu definieren, die als „Leitideen“ speziell für die Konzeption der empirischen Befragungen der vorliegenden Arbeit dienen: *Schrape* differenziert zuallererst zwischen individuellen und überindividuellen Akteur*innen (Schrape 2017, 387). *Donges* und *Jarren* detaillieren diese Unterscheidung, indem sie zusätzlich zwischen individuellen, kollektiven und korporativen Akteur*innen Differenzlinien ziehen (vgl. Donges & Jarren 2017, 28; Scharpf 2000, 102):

a) Individuelle Akteur*innen: einzelne Personen, die eine bestimmte – zumeist herausgehobene – Rolle einnehmen. In politischen und sozialen Organisationen handeln sie sowohl individuell als auch für eine Gruppe. Nicht immer muss dafür eine klare Beauftragung die Voraussetzung sein. (Beispiel: Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen, die über EU-Themen Berichterstattung leisten)
b) Kollektive Akteur*innen: Zusammenschlüsse von einzelnen Individuen mit einem geringen formalen Organisationsgrad. Sie verfolgen ein gemeinsames Ziel, koordinieren sich kommunikativ und unterscheiden sich von korporativen Akteur*innen, indem sie selbst ihre Ziele, Orientierungen und Ressourcen abstimmen. (Beispiel: Brüssel-Korrespondent*innen, die sich bei Interaktionen mit der Europäischen Kommission entweder in Länder- oder Interessensgruppen zusammenschließen)
c) Korporative Akteur*innen: Zusammenschlüsse von einzelnen Individuen mit einem hohen formalen Organisationsgrad. Sie sind von Präferenzen der Akteur*innen weitgehend unabhängig, da Entscheidungen meist hierarchisch getroffen werden. (Beispiel: Europäische Kommission, Medienbetriebe)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Nach *Donges* und *Jarren* zeigen sowohl individuelle, als auch kollektive und korporative Akteur*innen bei der Formulierung und Verfolgung ihrer Ziele Interessen, die durch gewisse Orientierungen wie beispielsweise Werthaltungen, soziale Orientierungen und kognitive Muster geprägt werden (Donges & Jarren 2017, 28). *Scharpf* differenziert diesbezüglich noch zusätzlich zwischen aggregierten und komplexen Akteur*innen in politischen und sozialen Institutionen, die ebenfalls im Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus – speziell auch im informellen Akteur*innenhandeln – sichtbar werden (vgl. Scharpf 2000, 97–101):

- Aggregierte Akteur*innen handeln angesichts ähnlicher Präferenzen gleichgerichtet. Sie können nach *Scharpf* zwar keine strategischen Entscheidungen treffen, aber *„auf vorhersehbare Weise auf Spielzüge anderer [...] Akteure reagieren“* (Scharpf 2000, 100).
- Komplexe Akteur*innen bezeichnen jene Konstellationen an individuellen Akteur*innen, die durch gemeinsame Interaktionen ein gemeinsames Ziel anstreben.

6.1.2 Akteur*innen und Systeme

Das Verhältnis zwischen Akteur*innen und Strukturen in sozialen Systemen unterliegt einer breiten wissenschaftlichen Debatte. Während *Lünenborg* eine Modellierung von Kommunikation ohne Akteur*innen als problematisch bezeichnet (Lünenborg 2004, 442), fordert *Bucher* eine Einbettung von Kommunikation in den Handlungszusammenhang (Bucher 2004, 270). Für *Birkelund* besteht ein gutes analytisches Modell wiederum aus der Berücksichtigung aller Variablen (Birkelund 2010, 157).

Nach *Donges* und *Jarren* können politische Systeme wie die Europäische Kommission sowie auch Mediensysteme wie der österreichische Printjournalismus als Ergebnisse von Handlungen vor allem ressourcenstarker und deutungsmächtiger Akteur*innen verstanden werden. Diese versuchen, Regeln festzulegen – im Fall der vorliegenden Arbeit sind darunter Regelungen zur Entwicklung und Implementierung von EU-Kommunikation gemeint. Welche Akteur*innen sich mit welchen Regeln durchsetzen, ist laut *Donges* und *Jarren* eine offene Frage, die nur empirisch zu beantworten ist. Akteur*innen handeln zum Teil eigenständig und zum Teil in Abhängigkeit von anderen wie ihren Konkurrent*innen, was beispielsweise bei Journalist*innen im Spannungsfeld mit den Kolleg*innen der Konkurrenzmedien der Fall ist. Auch wenn sie nicht immer intendiert sind, entwickeln Akteur*innen durch Interaktionen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

(miteinander verbundene Handlungen) Strukturen und Systeme. Diese geben wiederum anderen Akteur*innen Handlungsmöglichkeiten oder begrenzen deren Handlungsspielräume (Donges & Jarren 2017, 14).

Ob und inwieweit sich gesellschaftliche Phänomene – unter anderem die politische Kommunikation – durch das Handeln von individuellen Akteur*innen bzw. durch ihre Interaktionen zueinander erklären lassen, ist ein immer wiederkehrendes Thema in der sozialwissenschaftlichen Literatur (Schrape 2017, 387). Neben mehr oder weniger klar abgegrenzten und in Kontrast zueinander stehenden System- und Handlungstheorien finden sich auch Ansätze, die mitunter Aspekte aus beiden theoretischen Konstrukten zusammendenken. In sehr unterschiedlichem Ausmaß mit verschiedenen Schwerpunkten und Gewichtungen verwenden akteur*innenzentrierte Erklärungsansätze einerseits Elemente aus der Systemtheorie, aber stellen andererseits das Handeln von interessen- und normengeleiteten Akteur*innen in den Mittelpunkt ihrer Argumente (Donges & Jarren 2017, 33).

In Abgrenzung zur reinen Systemtheorie, die sich auf überindividuelle Handlungseinheiten bezieht (u. a. Luhmann 1993), wurde von *Mayntz* und *Scharpf* mit dem Konzept des „Akteurzentrierten Institutionalismus“ ein Zugang zur Beobachtung und Erklärung gesellschaftlicher Teilbereiche entwickelt (Mayntz & Scharpf 1995, 39). Gesellschaftliche Entwicklungen wie beispielsweise Phänomene der politischen Kommunikation auf EU-Ebene werden nach dem Modell des „Akteurzentrierten Institutionalismus“ als Ergebnis von Interaktionen zwischen individuellen Akteur*innen betrachtet, die in ihrem Akteur*innenhandeln jeweils eigene Interessen verfolgen. Institutionen dienen dabei als Rahmen zur Regelung ihrer Interaktionen. Diese geben sowohl formale als auch non-formale (sozial entwickelte) Regeln, Normen und Erwartungen vor und nehmen somit Einfluss auf das Akteur*innenhandeln, ihre Interaktionen und die jeweiligen Akteur*innenkonstellationen (Mayntz & Scharpf 1995, 49). *Mayntz* betont mit diesem Konzept die Intention, die Natur der Interaktionen als „Black Box“ überwinden zu wollen (Mayntz 2003, 2) und vor allem eine *„Abkehr vom empiriefernen Bau theoretischer Modelle zugunsten eines intensiven Interesses am verstehenden Nachvollzug sozialer [...] Entwicklungen und Ereignisse“* (Mayntz 2009, 83) sowie eine bessere Identifikation von Kausalzusammenhängen *„auf der Basis einer möglichst*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

breiten Erfassung der an der ‚Bewirkung einer Wirkung' beteiligten situativen Gegebenheiten und Handlungen" von Akteur*innen zu erreichen (Mayntz 2009, 85).

Bei der methodischen Umsetzung des Konzepts des „Akteurzentrierten Institutionalismus" grenzt sich *Mayntz* dabei von rein quantitativen Verfahren ab: *„Causal reconstruction does not look for statistical relationships among variables, but seeks to explain a given social phenomenon – a given event, structure, or development – by identifying the processes through which it is generated. Causal reconstruction may lead to a (more or less complex) historical narrative, but in its theoretically more ambitious version, causal reconstruction aims at generalizations – generalizations involving processes, not correlations."* (Mayntz 2003, 2) *Scharpe* bezeichnet das Konzept des „Akteurzentrierten Institutionalismus" als sogenannte *„Prozesssoziologie"* (Scharpe 2017, 5). Folgende Eigenschaften weisen darauf hin (vgl. Scharpe 2017, 4):

- Soziale Phänomene sind stets von Multikausalität geprägt, weshalb *Mayntz* betont, dass sich *„kaum universelle, deterministische Zusammenhänge"* (Mayntz 2009, 87) feststellen lassen.
- Die Prozessualität sozialer Phänomene braucht nach *Mayntz* das Eruieren, inwieweit *„Ursache und Wirkung jeweils miteinander verbunden sind"* (Mayntz 2002, 24).
- Die Eigenschaft der Historizität sozialer Phänomene betont den Einfluss der Abhängigkeiten zur Vergangenheit.
- Strukturelle Komplexitäten, in die individuelle Akteur*innen eingebunden sind und von denen ihr Handeln beeinflusst wird, machen eine multidimensionale Analyse notwendig, die einen mehrere Stufen umfassenden Aufbau sozialer Systeme berücksichtigt.

Eine Verbindung von Akteur*innen und Systemen strebt auch *Schimank* an: *„Funktionale Teilsysteme bilden aus akteurtheoretischer Perspektive den Rahmen, der Handlungsorientierungen konditioniert. Innerhalb dieses Rahmens treffen Akteure aber Handlungsentscheidungen auf Basis ihrer Interessen"* (Schimank 1988, 623; zit. n.: Donges & Jarren 2017, 33). Nach *Schimank* wird das Handeln einzelner Akteur*innen durch deren Zugehörigkeit zu einem gesellschaftlichen Teilsystem, zu institutionellen Ordnungen sowie zu bestimmten Akteur*innenkonstellationen geprägt. Daraus entstehen nach *Schimank* das „Wollen", das „Sollen" und das „Können" eines*r Akteur*in (Donges & Jarren 2017, 33–34).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Donges zufolge wirken diese drei Strukturebenen zusammen und lösen wiederum Prozesse der gesellschaftlichen Strukturierung und Differenzierung aus (Donges 2008, 331).

Diesem Zugang folgt auch der empirische Teil der vorliegenden Arbeit: Für eine akteur*innenzentrierte Perspektive auf die EU-Kommunikation erscheint es relevant, die Akteur*innen detaillierter zu fassen, die bei der Entwicklung und Implementierung politischer Kommunikation auf EU-Ebene in soziale Dynamiken und institutionelle Prozesse involviert sind – ohne jedoch gänzlich das System aus den Augen zu verlieren, in dem sie handeln. Fragen nach ihren Interessen, die vom jeweiligen gesellschaftlichen Teilsystem mitgeprägt werden, nach den Normen der institutionellen Ordnungen, in die sie eingebunden sind, bzw. nach ihren Handlungsspielräumen und Begrenzungen – möglicherweise auch nach Konflikten – zeigen sich demnach als wesentlich: Welche Interessen verfolgen die unterschiedlichen Kommunikationsakteur*innen, wenn es darum geht, Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission nach außen zu transportieren? Welchen Normen und Erwartungen sind sie dabei verpflichtet? Welche (sich überschneidenden bzw. differenten) Interessen der Akteur*innen in unterschiedlichen Konstellationen ermöglichen oder behindern Handlungsspielräume?

Nach dem Vorbild von *Altides* wird in der empirischen Umsetzung der Zielsetzungen dieser Arbeit daher speziell auf die Interessen der Kommunikationsakteur*innen („intentions“), welche durch gesellschaftliche Teilsysteme und Normen ihrer Institutionen/Organisationen geprägt werden, sowie ihre Handlungsspielräume („capabilities“) eingegangen (Altides 2009, 62) *(siehe Kapitel 6.1.3).*

6.1.3 Kommunikationsintentionen und kommunikative Handlungsspielräume

Handeln – von Max Weber als menschliches Verhalten konzipiert, das der*die Akteur*in mit subjektivem Sinn verbindet (Weber 1972, 1) – dient als gedanklicher Ausgangspunkt für *Altides*: Interessensmaximierung und Norm-Erfüllung werden von ihr als relevante Kommunikationsintentionen und Motivationsfaktoren für Kommunikationshandlungen identifiziert (Altides 2009, 62). Sie versteht darunter allgemeine (individuelle) Interessen der Kommunikationsakteur*innen, interne Normen sowie externe Erwartungen an die politische Kommunikation. Zudem weist sie auf das mögliche Konfliktpotential unterschiedlicher Kommunikationsintentionen hin, wenn die Realisierung von Interessen, Erwartungen und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Normen nicht kompatibel ist (Altides 2009, 79). Aufgrund divergierender Interessen und Normen sind die dadurch verursachten kommunikativen Reibungsflächen als Problembereiche zur Analyse politischer Kommunikation zu beachten, die wiederum kommunikative Handlungsspielräume begrenzen.

Nach *Altides* können hierbei sowohl Konflikte zwischen Interessensbereichen und Normen als auch Konflikte innerhalb von Interessensbereichen und innerhalb von Normen auftreten (Altides 2009, 68). Diese existieren sowohl individuell zwischen den Akteur*innen der politischen Kommunikation als auch kollektiv als Respräsentant*innen ihrer Institution bzw. Organisation, wenn Kommunikationsintentionen politischer Institutionen und des Journalismus aufeinanderprallen (Jarren & Donges 2002, 164). Fokussiert man speziell den EU-Kontext mit seinen zahlreichen Akteur*innen im Mehrebenensystem, die in den EU-Kommunikationsprozess eingebunden sind, so kann von einer zunehmenden Komplexität an konfligierenden Interessen die Rede sein. Nach *Gramberger* fällt es beispielsweise schwer, der Europäischen Kommission klare Kommunikationsziele zuzuordnen. Er identifiziert diesbezüglich unterschiedliche politische und administrative Kommunikationsinteressen als problematisch (Gramberger 1997, 309). Konflikte können auch dann entstehen, wenn es um die Frage des richtigen Zeitpunktes einer Kommunikationshandlung geht (Delhaes 2002, 17).

Kommunikative Handlungsspielräume kommen laut *Altides* zudem nicht nur aufgrund von Machtkomponenten ihrer Akteur*innen, öffentlicher Legitimität, Ressourcenausstattung und Expertise zustande. Sie identifiziert diese auch in internen Prozessen aufgrund von intra-institutionellen Beschränkungen (formelle und informelle Strukturen der Planung und Koordination von Kommunikationsaktivitäten) sowie in sozialen Restriktionen (formelle Zuständigkeiten und informelle Gestaltungsspielräume) (Altides 2009, 70–78). Nach *Gerhards* werden diese als „constraints“ bezeichnet, *„unter denen Akteure ihre Wahlen, ihre ‚choices‘, treffen und entsprechend handeln. […] Akteure wählen innerhalb der durch Systeme aufgespannten ‚constraints‘, durch die abstrakte Ziele substantiell vorgegeben und Mittel zur Erreichung der Ziele definiert sind, diejenigen Handlungen, die ihre spezifischen Ziele mit dem geringsten Aufwand erreichbar machen“* (Gerhards 1994, 80–81). Inwieweit sich die Akteur*innen dadurch in ihren kommunikativen Möglichkeiten jeweils begrenzen oder – im Gegenteil – diesen Raum geben, hat letztendlich auch Auswirkungen auf die Durchlässigkeit ihrer Kommunikationsinhalte.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Als Konsequenz dieser Problembereiche für die Analyse politischer Kommunikation fasst *Altides* zusammen: *„Public communication efforts can be regarded as resulting from the interplay between an actor's intentions and an actor's ability to act"* (Altides 2009, 78). Im Gegensatz zur bisherigen Debatte zum Kommunikationsdefizit der EU, die sich meist auf der Analyse-Ebene struktureller Bedingungen abspielt, eröffnet sich mit der Frage nach den Intentionen kommunikativer Handlungen sowie den kommunikativen Handlungsspielräumen ein alternativer Zugang zur Analyse der politischen Kommunikation, zu dem die bisherige Forschung noch wenig anzubieten hat.

Mit dem folgenden Analyserahmen fasst *Altides* unterschiedliche Herangehensweisen an eine akteur*innenzentrierte Perspektive auf die politische Kommunikation zusammen und führt analytische Zugangsmöglichkeiten vor Augen, um so Kommunikationsakteur*innen in den Analysefokus zu rücken (vgl. Altides 2009, 63–78) *[Anmerkung: Der Analyserahmen von Altides wird im Folgenden zum Teil durch Ergänzungen von Donges und Jarren (2017) bzw. Schimank (1992; 2006) erweitert.]:*

1.) Interessenbasierte Kommunikationsziele

Während die Literatur vor allem der Frage nach den normativen Anforderungen einer politischen Kommunikation im transnationalen Raum der EU nachgeht, zeigt die Forschung bislang nur marginales Interesse an den politischen Kommunikationsakteur*innen. Dabei wird vernachlässigt, dass Kommunikationsakteur*innen auch eigene Interessen verfolgen. Nach *Donges* und *Jarren*, die dabei auf *Schimank* (2006) verweisen, beeinflusst die Zugehörigkeit zu einem gesellschaftlichen Teilsystem die grundsätzlichen Interessen eines*r Kommunikationsakteur*in (das „Wollen") (Donges & Jarren 2017, 33). Dazu gehört beispielsweise das Streben nach Ausdehnung der eigenen Interessenrealisierung, nach öffentlicher Wahrnehmung und Anerkennung, die Schaffung eines öffentlichen Images, die Durchsetzung persönlicher Haltungen, die Stärkung der eigenen Position in Konkurrenzsituationen, die Stabilisierung von Macht usw. Für die Realisierung interessenbasierter Kommunikationsziele nehmen Medien mitunter eine wesentliche Rolle ein. Die Anpassung an Medienbedingungen ist daher eine Konsequenz, die sich mitunter aus der Interessensorientierung ableiten lässt (Altides 2009, 65–68).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Norm-orientierte Motive für Kommunikationshandlungen

Institutionen geben laut *Donges* und *Jarren* an ihre Kommunikationsakteur*innen „Spielregeln" für bestimmte Situationen vor und bestimmen damit deren normative Orientierungen in Kommunikationshandlungen (das „Sollen") (Donges & Jarren 2017, 34). Institutionen definiert *Schimank* diesbezüglich als *„operationale Vorgaben dazu, wie Akteure bestimmte Situationen wahrnehmen und beurteilen und wie sie demzufolge dann handeln sollten"* (Schimank 1992, 170). Die Varianten an möglichen institutionellen Vorgaben sind vielfältig, wie aus der Literatur zur Journalismus- und/oder PR-Forschung entnommen werden kann.

Dass Kommunikationshandlungen zu EU-Inhalten sowohl auf institutioneller als auch auf journalistischer Ebene mitunter nicht den Erwartungen theoretisch-normativer Vorgaben entsprechen, zeigt, dass die Einhaltung der normativen Anforderungen variieren kann: Externe Erwartungen an demokratische Kommunikationsfunktionen nehmen in der Praxis neben internen institutionellen Normen nur einen Teil hinsichtlich normorientierter Kommunikationshandlungen ein.

Altides weist diesbezüglich auf unterschiedliche Umgangsformen mit Verantwortung, Konflikt und Reaktionsfreudigkeit in den Institutionen hin (Altides 2009, 63–65). *„‚Political institutions' compliance with the general demands of ‚democratic communication behaviour' may vary, as external expectations may be only one component of norm-oriented behaviour, in addition to internal, institutional norms."* (Altides 2009, 65)

3.) Überschneidende und konfligierende Kommunikationsinteressen

Interessensbasierte Kommunikationsziele und norm-orientierte Motive für Kommunikationshandlungen gilt es nicht nur für den*die individuelle*n Akteur*in, sondern auch in Interaktionen zwischen den Kommunikationsakteur*innen herauszuarbeiten (Altides 2009, 68–70).

Auf der Ebene der unterschiedlichen Akteur*innenkonstellationen bilden andere Akteur*innen mögliche Hindernisse bei der Realisierung eigener Interessen (das „Können"). Umgekehrt hat das Handeln der Akteur*innen wiederum Auswirkungen auf institutionelle

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Ordnungen, die sich durch Verschiebungen der Akteur*innenkonstellationen verändern können (Donges & Jarren 2017, 34).

4.) Beschränkungen von Kommunikationshandlungen

Intentionen alleine reichen nicht, um Kommunikationshandlungen zu erklären, auch die Umstände des Kommunikationskontexts müssen dafür berücksichtigt werden. *Altides* weist diesbezüglich auf den Zusammenhang zwischen Kommunikationsintentionen und der praktischen Verwirklichung der angestrebten Kommunikationsziele hin (Altides 2009, 70–78). Um Handlungsspielräume des*der Kommunikationsakteur*in zu bestimmen, müssen die Ermöglichungen und Beschränkungen von Handlungsspielräumen beachtet werden: *„Intentional action has always to be seen against the background of constraints or structural restrictions under which actors make their choices and act accordingly."* (Altides 2009, 70)
Unterschiedliche Formen der Beschränkungen kommunikativer Handlungsspielräume teilt *Altides* wiederum in die drei folgenden Kategorien (vgl. Altides 2009, 70–78):

- Situationskontext (sozio-politische Situation, Kommunikationsumgebung) und Individuum (Wissen, Kompetenzen, Glaubenssätze, Ressourcen)
- Organisation (Prozeduren und Strukturen wie Ressourcen der Organisation, Kommunikationsplanung und Koordination, Verantwortungszuschreibungen, Informationsflüsse, formelle und informelle Regelungen, Leadership und Kontrolle, vorgeschriebene Muster von Interaktionen, Sensibilität für Kommunikationsangelegenheiten)
- Soziale Aspekte (politische Macht und soziales Profil wie öffentliche Legitimität, Medienrelevanz, informelle soziale Ressourcen wie Kontrolle und Leadership Image, klare Rollen- und Machtzuteilung, Konkurrenz, soziale Anerkennung und Restriktionen)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

6.2 Ausblick: Die Kommunikationsakteur*innen

6.2.1 Europäische Kommission

6.2.1.1 Allgemeine Organisationsstrukturen und Zuständigkeiten

Die Organisationsstruktur der Europäischen Kommission unterteilt sich in einen politischen und einen administrativen Teil, wobei natürlich auch der Administration ein politischer Einfluss zugesprochen werden kann (Egeberg 2016, 129). *Egeberg* bezeichnet die Europäische Kommission daher als hybrides Gebilde, welches nicht mit einer internationalen Organisation, eher – aber auch nicht gänzlich übereinstimmend – mit der nationalen Exekutive vergleichbar ist, die wie Regierungen von Politiker*innen angeführt wird und für die Administration verantwortlich ist (Egeberg 2016, 136).

Schmidt und *Schünemann* unterstellen der Europäischen Kommission, eine entscheidende Ursache für kategoriale Unsicherheiten im Umgang mit der EU zu sein: Einerseits sind in ihrem Aufbau strukturelle Ähnlichkeiten mit nationalen Regierungen erkennbar, andererseits stimmen ihre politische Legitimation sowie ihre Bedeutung im EU-Institutionengefüge nicht mit der Charakterisierung einer Regierung überein (Schmidt & Schünemann 2013, 108–109).

An der politischen Spitze der Europäischen Kommission steht der*die Kommissionspräsident*in (zum Zeitpunkt der Verfassung dieser Arbeit: Jean-Claude Juncker) und die Kommissar*innen (zum Zeitpunkt der Verfassung dieser Arbeit: ein*e Kommissar*in aus je einem EU-Mitgliedsland). Sie sind untereinander im sogenannten „Kollegium“ verbunden (Mantl 2016, 167). Dort werden die Hauptentscheidungen getroffen – entweder durch Konsens aufgrund von Verhandlungen oder durch eine Abstimmung mit einfacher Mehrheit, die aber in der Regel seltener in Anspruch genommen wird. Unter dem Begriff der „collegiality“ wird die Verantwortung aller Kommissar*innen verstanden, die gemeinsam nach außen für die getroffenen Entscheidungen eintreten (Egeberg 2016, 129). *Schmidt* und *Schünemann* streichen darüber hinaus eine inoffizielle Hierarchie zwischen den einzelnen Kommissar*innen hervor: Sie sprechen vor allem den Kommissar*innen für Haushalt, Landwirtschaft und Außenbeziehungen eine traditionell wichtige Rolle zu. Auch der*die Kommissar*in für Wettbewerbspolitik wird aufgrund seiner*ihrer Machtfülle als relevant erachtet (Schmidt & Schünemann 2013, 112).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Der*die Kommissionspräsident*in wird durch das Generalsekretariat unterstützt. Diesem kommt politische Leadership und im konkreten Politikalltag die Aufgabe zu, die Tagesordnung für die wöchentlichen Sitzungen des Kommissionskollegiums, welche jeweils mittwochs stattfinden, vorzubereiten (Mantl 2016, 167). Als politisches Machtzentrum wurde das Kollegium seit Mitte der 2000er Jahre zunehmend gestärkt. Jean-Claude Juncker führte mit Beginn seiner Administration drei „super-vice-presidents" ein, welche die Aufgabe der Übersicht über die gesamte Kommissionsarbeit einnahmen, sowie vier Vize-Präsident*innen, welche die Koordination ähnlicher Politikfelder und Überschneidungen zwischen den Kommissar*innen innehatten (Egeberg 2016, 129). Zusätzlich gehörte während der Administration Jean-Claude Junckers auch die Hohe Vertreterin für Außen- und Sicherheitspolitik der EU aus dem European External Action Service zu den Vize-Präsident*innen der Europäischen Kommission, die ihren Sitz dort vertraglich geregelt einnahm (Panichi 2014).

Die Kommissar*innen haben ihre Tätigkeiten in politischer Unabhängigkeit auszuführen und dürfen keine Weisungen der Regierungen annehmen. Jedem*r Kommissar*in wird ein bestimmter Politikbereich (Portfolio) zugewiesen. Ihre Zuständigkeiten fokussieren sich auf die technische und fachliche Vorbereitung von Entscheidungen, die dann anschließend vom gesamten Kollegium getroffen werden (Haddick 2010, 43). Jede*r Kommissar*in verfügt über ein Kabinett, das von den administrativen Abteilungen der Europäischen Kommission getrennt ist. Die Kabinettsmitglieder werden von dem*der Kommissar*in ernannt. Ihre Tätigkeiten verlaufen sowohl horizontal als auch vertikal: Die wöchentlichen Sitzungen mit dem Kollegium und die zuvor stattfindenden Treffen mit den Kabinettschef*innen sind vorzubereiten. Sie haben die Aufgabe, die politischen Ideen in den zuständigen Generaldirektionen zu implementieren sowie Gesetzesvorschläge zu verfassen und zu filtern, bevor sie an das Kollegium weitergereicht werden. Zugleich dienen sie als Gesicht der Europäischen Kommission nach außen und als Zugangstor für Regierungen, Lobbyist*innen und andere Institutionen bzw. Akteur*innen zur Europäischen Kommission (Egeberg 2016, 131).

Der Verantwortungsbereich der Kommissar*innen bezieht sich auf eine oder mehrere Abteilung(en), die als „Generaldirektionen" oder „Directorates General" (DG) bezeichnet werden. Diese sind in unterschiedliche Politikfelder unterteilt, die wiederum sektoral (Beispiel: Agrarpolitik) oder funktional (Beispiel: Budget) gegliedert sind. Jede

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Generaldirektion ist weiter nach unten in „units“ unterteilt. Zur Unterstützung der Generaldirektionen stehen noch Fachdienste – beispielsweise für juristische Angelegenheiten – zur Verfügung. Zusätzlich sind auf der Ebene der Europäischen Kommission Arbeitsgruppen zur Kooperation zwischen einzelnen Generaldirektionen, an die 1200 Expert*innen-Komitees mit nationalen Beamt*innen und Expert*innen, Interessensgruppen zur Herstellung von Legitimität sowie Komitees zum Komitologie-Verfahren und zur Implementierung von EU-Regelungen organisiert. Darüber hinaus existieren EU-Agenturen und themenspezifische Netzwerke, die ebenfalls der Koordination der Europäischen Kommission unterstehen (Egeberg 2016, 129–135; European Commission 2017a). Was die Kommunikationsarbeit betrifft, ist beispielsweise das „Europe Direct Netzwerk“ (Europe Direct 2020) zu nennen, das zur Unterstützung der Kommunikation in den EU-Mitgliedsländern tätig ist.

Zahlenmäßig werden der Europäischen Kommission insgesamt an die 24.000 Beamt*innen sowie an die 6000 Mitarbeiter*innen mit befristeten Verträgen zugerechnet. Zusätzlich werden an die 1000 Mitarbeiter*innen von nationalen Regierungen an die Europäische Kommission entsandt. Die permanenten Mitarbeiter*innen der einzelnen Generaldirektionen beziehen sich auf 300 bis 700 Personen, deren Anzahl jedoch variabel sein kann (Egeberg 2016, 133).

Zur Einschätzung der Organisationsstruktur der Europäischen Kommission und der Erfüllung ihrer Aufgaben in Hinblick auf die Interpretation der empirischen Ergebnisse der vorliegenden Arbeit erscheinen vor allem folgende Befunde als relevant:

Indem *Egeberg* auf *Kurpas, Gron & Kaczinsky* (2008) zurückgreift, stellt er eine Entwicklung der Rolle des Kommissionspräsidenten im Kommissionskollegium von „primus inter pares” zu „primus super pares” fest. Er konstatiert – auch in Hinblick auf die Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker – eine wachsende *„presidentialization“* (Egeberg 2016, 129) innerhalb der Europäischen Kommission. Speziell aufgrund des sogenannten „Spitzenkandidat*innen-Systems“, nach dessen Einführung angesichts der Wahlen zum Europaparlament 2014 Jean-Claude Juncker an die Spitze der Europäischen Kommission getreten ist, kommt dem*r Präsident*in mehr Verantwortlichkeit und Legitimität nach außen zu. Nicht nur eine Politisierung, sondern auch eine zunehmende Partei-Politisierung des Kommissionskollegiums wird als Auswirkung dieses Spitzenkandidat*innen-Systems identifiziert (Egeberg 2016, 129;

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Fotopoulos 2019, 194). Während seiner Präsidentschaft hat Jean-Claude Juncker häufig auf sein demokratisches Mandat aufgrund des Spitzenkandidat*innen-Systems hingewiesen und eine „politische“ Kommission davon abgeleitet: *„as an attempt to counter the negative perceptions of a distant and unaccountable institution. By opposing the technocratic concept of policymaking, Juncker aimed to give the Commission more democratic legitimacy”* (Russack 2019, 10). Ob und wie sich dieses Spitzenkandidat*innen-System in Zukunft jedoch weiterentwickelt, ist seit den Europawahlen von 2019 erneut umstritten und bleibt abzuwarten (Schmidt & Schünemann 2013, 112).

Die Frage nach nationalen Komponenten in der Organisationsstruktur der Europäischen Kommission taucht immer wieder in der Literatur zu den Institutionen der Europäischen Union auf: Je nach Perspektive finden sich Eigenschaften, die sowohl auf eine genuin institutionelle Entwicklung in Richtung einer supranationalen Institution hinweisen („institutionalists“), als auch jene, die nationale bzw. zwischenstaatliche Elemente hervorstreichen („intergovernmentalists“). Unterschiedliche Entwicklungen sind dabei erkennbar. *„If these trends persist, the Commission is set to become much more of a genuine European Institution than it has been in the past, although one that will inevitably continue to exhibit a mix (albeit a different mix) of both intergovernmental and supranational characteristics.“* (Egeberg 2016, 136) Folgende Komponenten gilt es, diesbezüglich zu berücksichtigen (vgl. Egeberg 2016, 129–136):

- Während Kabinette früher mitunter als „nationale Enklaven“ bezeichnet wurden, hat die Präsidentschaft von Romano Prodi (1999-2004) eine Regelung eingeführt, dass Kabinette Mitarbeiter*innen aus mindestens drei unterschiedlichen Nationalitäten beschäftigen müssen. Diese Regelung machte die Europäische Kommission stärker zu einer multinationalen Institution. Mittlerweile müssen auch der*die Head of Cabinet bzw. der*die Deputy Head of Cabinet einer im Vergleich zum*r Kommissar*in unterschiedlichen Nationalität angehören sowie mehr als die Hälfte der Kabinettsmitglieder aus dem Pool der Kommissionsmitarbeiter*innen, die dem allgemeinen Aufnahmeverfahren (Concours) unterliegen, rekrutiert werden.
- Das Kommissionskollegium, in dem jedes EU-Mitgliedsland mit einem*r Kommissar*in vertreten ist, besteht wiederum aus fixierten Nationalitäten, die aufgrund ihrer Ernennung in Abstimmung mit den Regierungen auch weitgehend die parteipolitischen Hintergründe

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der nationalen Regierungen zum Zeitpunkt der Ernennung widerspiegeln. Auch die Aufnahmeverfahren für die Beamt*innen rekrutieren zum Teil nach Quoten, die sich an den EU-Mitgliedsländern orientieren (Schmidt & Schünemann 2013, 113).

- Was die Durchsetzung inhaltlicher nationaler Interessen innerhalb der Kommission betrifft, sind unterschiedliche Ansätze in der Literatur zu finden: Obwohl es keine klaren Evidenzen zwischen dem Entscheidungsverhalten von den Angehörigen der Europäischen Kommission und ihrer nationalen Herkunft gibt, wird von Einflüssen der jeweiligen Nationalität ausgegangen. Hierbei werden speziell Arbeitsstile, spezifische Haltungen und Interaktionen benannt, die wiederum auch auf gemeinsame Sprachkenntnisse zurückzuführen sind. Nationalitätenspezifische Rekrutierung kann freilich als ein politisches Kapital der nationalen Regierungen und nationaler Netzwerke angesehen werden. *Egeberg* fasst jedoch zusammen, dass auf einer inhaltlichen Ebene Konflikte aufgrund sektoraler, funktionaler, parteipolitischer oder institutioneller Spaltungen häufiger vorkommen als jene, die aufgrund einer nationalen Zugehörigkeit entstanden. Vielfach wird auch von konfligierenden Rollen ausgegangen, zwischen denen sich Angehörige der Europäischen Kommission bewegen (institutionelle Interessen der Europäischen Kommission, Interessen aufgrund der eigenen Portfolio-Verwaltung, der nationalen Affinitäten und – speziell was Kommissar*innen betrifft – auch Erwartungen aufgrund der eigenen Parteizugehörigkeit).

6.2.1.2 Kommunikation im EU-Mehrebenensystem

Die Europäische Kommission wurde ursprünglich als Behörde mit unabhängigen Verwaltungsbeamt*innen gegründet, die nicht aus Politiker*innen zusammengesetzt war. Mit den Vertragsreformen der 1990er Jahre und der weiteren Vertiefung der Europäischen Union wurde schließlich die Rede vom Demokratiedefizit und der sogenannten „Eurokratie“ immer lauter (Schmidt & Schünemann 2013, 108): *„Das Etikett einer bürgerfernen, undemokratischen Bürokratie haftet der Kommission – dank seiner kontinuierlichen Pflege durch nationale Politiker und Medien – bis heute an.“* (Schmidt & Schünemann 2013, 108)

Dieses Faktum bildet sich auch auf der Ebene der Kommunikation der Europäischen Kommission ab. Um dem zunehmenden Widerstand der Bevölkerung gegen vertiefende europäische Integrationsprozesse entgegenzusteuern, wurde die PR der EU-Institutionen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

spätestens seit dem Maastricht Vertrag 1992 ausgebaut. Vor allem die Europäische Kommission hat seitdem verstärkt in Informations- und Kommunikationspolitik investiert. Dies geschah nicht nur auf Brüssel-Ebene, sondern auch in den nationalen und regionalen Vertretungen der EU-Mitgliedsländer (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 287). War die Kommunikationsverantwortung der Europäischen Kommission bis 1999 beim Kommissionspräsidenten angesiedelt, so wurde sie schließlich unter der Präsidentschaft von Romano Prodi in der „Generaldirektion Presse und Information" zusammengeführt (Doutlik 2004, 41). Nach dem Abtritt der Santer-Kommission führte er nach heftigem medialen Widerstand, dem die Europäische Kommission gegenüberstand, einige Reformen für die Installation eines modernen Presseservices ein (Anderson & Price 2008, 29).

Manuel Barroso erkannte in seiner ersten Administration der Europäischen Kommission (2004-2009) die Relevanz der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit, indem mit Margot Wallström erstmals explizit ein*e Kommissar*in mit dem Portfolio Kommunikation betraut wurde und die Kommunikation nicht nur als Kommissionspriorität formuliert wurde. Sie führte eine Wende von der Informations- zur Kommunikationsarbeit ein. Schlagwörter wie „communicating Europe" und „going local" wurden vor allem nach den gescheiterten Verfassungsreferenden in den Niederlanden und Frankreich von 2005 als zentrale Aufgabe der Europäischen Kommission gebrandmarkt. Mit dem „Plan D for Democracy, Dialogue and Debate" (2005), dem „White Paper zur besseren Vermittlung des Themas EU" (2006) und dem interinstitutionellen Abkommen „Communicating Europe in Partnership" (2007) für eine bessere Koordination der EU-Kommunikation auf EU-Ebene wurden Aufrufe zur Neustrukturierung der Kommunikation gestartet (Brüggemann 2008, 144–149). Ein neuer Fokus, der auf Dialog und Regionalisierung der Kommunikation der Europäischen Kommission setzte, zeigte sich in Veranstaltungen in den EU-Mitgliedsländern, in Kommunikationsmaßnahmen in der jeweiligen EU-Landessprache und Bürger*innenbeteiligungsprojekten, die transnationale Partizipations- mit Kommunikationsaktivitäten auf einen Nenner brachten (Mantl 2016, 180). *Van Brussel* stellt eine allmähliche Verschiebung zwischen 2001 und 2009 fest von einem *„one-way informing approach to a two-way communicating approach"* (van Brussel 2014, 91). Während in der ersten Amtsperiode von Barroso die Kommunikation zu einem strategischen Ziel gemacht und als eigenständige Politik anerkannt wurde, fand in seiner zweiten Amtsperiode (2009-2014)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

jedoch ein Paradigmenwechsel statt: Fortan war kein*e Kommissar*in mehr ausdrücklich für die Weiterentwicklung der Kommunikation zuständig. Kommunikationsagenden wurden dem Portfolio der zuständigen Kommissar*innen nur noch als „Nebenfach“ zugeordnet (Brantner & Langenbucher 2006, 407–408; Haddick 2010, 64).

Es wäre jedoch falsch, zu behaupten, dass die Kommunikation dadurch in der Folge an Bedeutung verloren hätte: Unter Jean-Claude Juncker wurde sie – wie der empirische Teil dieser Arbeit ebenfalls vor Augen führt *(siehe Kapitel 10.3)* – sogar als Angelegenheit verstanden, die dem Präsidenten zugeordnet ist. *Kassim* unterstreicht dies folgendermaßen: *„The Juncker Commission has made a pronounced effort to improve communications”* (Kassim 2017, 28). Er führt dies unter anderem auf das Spitzenkandidat*innen-System zurück, das nicht nur Auswirkungen auf das Auswahlprozedere des*r Kommissionspräsident*in, sondern auch Relevanz auf konzeptueller Ebene – die Schaffung einer „politischen Kommission“ – zeigte (Kassim 2017, 28–29). Unter Junckers Administration bestand die Kommunikationspolitik der Europäischen Kommission aus einer Generaldirektion Kommunikation (GD COMM), als deren Aufgabe die Festlegung und Überwachung eines „Corporate Images“, die Durchführung europaweiter Kampagnen zu den Prioritäten der Europäischen Kommission, die Koordination von Projekten mit anderen EU-Institutionen und den nationalen Regierungen, Informationseinholung und Weitergabe zur öffentlichen Meinung sowie Evaluierungsaufgaben und die administrative Verwaltung galt (European Commission 2017b). Der Generaldirektion waren unter Kommissionspräsident Juncker auch die Kommissionsvertretungen zugeordnet, die Informations- und Kommunikationsaufgaben in den EU-Mitgliedsländern sowie die Berichterstattung über die politische Entwicklung in der EU an die Europäische Kommission innehatten. Die konkreten Aufgaben und Herausforderungen variieren jedoch üblicherweise zwischen den Kommissionsvertretungen (AIM Research Consortium 2007, 163–178). Vielfach wird ihre Arbeit als ein „Näherbringen von Europa an die europäischen Bürger*innen“ beschrieben. Dies wird unter anderem durch Veranstaltungen und Beziehungspflege mit Journalist*innen angestrebt bzw. durch die Überarbeitung der Pressemeldungen aus der Brüsseler Zentrale, um diesen einen nationalen Anstrich zu geben (Deirdre 2007, 201). Neben PR-Tätigkeiten spielt aber auch die politische Berichterstattung eine Rolle in den Vertretungen der Europäischen Kommission, und nicht zuletzt seit der Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 sind noch zusätzliche Aufgaben

10.15772/ANDRASSY.2021.001

hinzugekommen, die eine engere Zusammenarbeit der Vertretungsmitglieder mit den nationalen Regierungsstellen vor allem in Finanz- und Wirtschaftsfragen notwendig machen.

Aus organisatorischer Sicht war die GD COMM unter Juncker in folgende vier Direktionen geteilt: „Strategy and Corporate Communication“ (Direktion A), „Representations” (Direktion B), „Communication with Citizens” (Direktion C), „Resources” (Direktion D). Im Laufe der Juncker-Präsidentschaft wurde der Sprecher*innendienst (Spokesperson‘s Service) nur noch lose der GD COMM zugerechnet und mit dem Generalsekretariat des Kommissionspräsidenten verbunden. Ihm oblag die Informationsarbeit über politische Prioritäten und aktuelle Themen sowie die Bereitstellung von Kommunikationsinstrumenten und Kommunikationsinhalten für Medien und Öffentlichkeit. Dafür waren zum Zeitpunkt der Erhebung der vorliegenden empirischen Arbeit 19 Pressesprecher*innen, 51 Press Officer und 14 Assistent*innen unter der Leitung von Margaritis Schinas zuständig (European Commission 2017c). Zusätzlich fanden sich Kommunikationsverantwortliche auch in den Kabinetten der Kommissar*innen. Als spezifische Kommunikationsaufgaben der Kabinette benennt *Egeberg* folgende: Vorbereitung von Reden, Vertretung in Konferenzen, Verbindung zwischen den Kommissar*innen und ihren Regierungen vor allem durch Kooperationen mit den Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern, Informationsarbeit für künftige Initiativvorschläge sowie Informationsquelle für nationale Anfragen zu politischen Initiativen der Europäischen Kommission (Egeberg 2016, 131). Auch in jeder Generaldirektion sind Kommunikationsabteilungen angesiedelt. Die Anzahl ihrer Mitglieder und Aufgabenbereiche variierten jedoch stark im Vergleich untereinander.

Unter dem Motto einer „politischen Kommission“ führte Juncker strukturelle und prozedurale Veränderungen der Kommunikationsarbeit ein: die Bereinigung der zuvor unklaren Stellung der Pressesprecher*innen und Press Officer des Spokesperson‘s Service zwischen Kommissionspräsident und Kommissar*innen, eine Zentralisierung des Spokesperson‘s Service im Generalsekretariat direkt unter Juncker sowie deren Portfolio-Aufteilung, die fortan thematisch übergreifend und nicht mehr nur an eine*n Kommissar*in gebunden war *(siehe Kapitel 10.3)*, die Ernennung der Leiter*innen der Vertretungen durch den Präsidenten als seine politischen Vertreter*innen in den EU-Mitgliedsländern (Hönighaus, 2019). Auch beim Auftritt der Europäischen Kommission nach außen und in der Kommunikation mit Journalist*innen wurden Veränderungen vorgenommen, die das Verhältnis zwischen den

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission und des Journalismus beeinflussten. Auch eine Fokussierung auf spezifische inhaltliche Schwerpunkte brachte kommunikative Verschiebungen mit sich *(siehe Kapitel 10.3)*. *Kassim* betont zusätzlich auch persönliche Aspekte der politischen Figur Juncker, die Auswirkungen auf die Kommunikation und Darstellung der Europäischen Kommission nach außen zeigte: *„Though it has its limits, the Commission President's informal and self-deprecating style makes him accessible, enables him to win trust and has allowed him to deal lightly with insinuations about his personal habits"* (Kassim 2017, 28–29). *Bauer* und *Becker* betonen zudem, dass keine Kommission zuvor mit einer so großen Anzahl an hochrangigen nationalen politischen „Schwergewichten" ausgestattet war (Bauer & Becker 2015, 299), die – so ist zu vermuten – mitunter auch den einen oder anderen Abdruck zumindest in den eigenen nationalen Medien hinterließen.

Auf inhaltlicher Ebene sind die Kommunikationsaufgaben der Europäischen Kommission sehr breit gestreut. Aufgrund ihrer Verfasstheit sprengt sie die klassischen Muster der Gewaltenteilung, indem sie innerhalb des EU-Systems sowohl Anteil an Legislative als auch Exekutive hat (vgl. Schmidt & Schünemann 2013, 116–119):

- Recht: Initiative bei der Rechtssetzung, Überwachung bei der Einhaltung des Unionsrechts, Ausführung der Rechtsakte, Einbindung von Expert*innenwissen („Motor der Integration")
- Rechtliche Kontrolle: Vertragsverletzungsklagen zur Einhaltung des EU-Rechts („Hüterin der Verträge")
- Exekutive: zentrales Implementierungsorgan der EU (obwohl in nur wenigen Politikfeldern unabhängige Entscheidungsbefugnisse), Haushaltskompetenzen
- Außenvertretung: gegenüber Drittstaaten und internationalen Organisationen, speziell im Bereich der Handelspolitik, enge Verbindung zum Europäischen Auswärtigen Dienst

Diese Aufgaben stellen dar, was *Brüggemann* als *„Hybridnatur der Kommission"* (Brüggemann 2008, 134) beschreibt und ein Identitätsmerkmal der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission ausmacht: Zum einen besitzt sie mit ihrem Initiativrecht und der politischen Führung durch das Kollegium der Europäischen Kommission sowie durch ihre*n Präsident*in eine gewichtige Rolle in der politischen Führung der EU. Zum anderen ist sie eine Verwaltungsorganisation, die Regelungen ausführt. Aus dieser Doppelrolle lassen sich laut *Brüggemann* zwei Kommunikationsziele ableiten: einerseits sachliche Information,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

andererseits Rechtfertigungen des politischen Handelns (Brüggemann 2008, 134). Der administrative Charakter der Europäischen Kommission erschwert zudem mitunter die Kommunikationsarbeit (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 289).

Hinzu kommt, dass die Europäische Kommission neben der Kommunikation ihrer eigenen Agenden auch eine Schlüsselrolle in der allgemeinen EU-Informations- und Kommunikationsarbeit einnimmt. Sie steht an der Spitze der EU, was Kommunikationsstrategien und ihre Umsetzungen betrifft, und verwaltet dafür die größten finanziellen und personellen Ressourcen, welche die Kommunikationsausgaben des Europäischen Parlaments und des Rats deutlich übersteigen. Wie viel Personal insgesamt zur Verfügung steht und wie hoch die Ausgaben sind, ist jeweils schwer einzuschätzen, da es sich hierbei um keine klar identifizierbare Budgetlinie handelt, die sich nicht nur auf die Generaldirektion Kommunikation bezieht, sondern auch auf alle anderen Generaldirektionen (Haddick 2010, 44–48; Mantl 2016, 167). Folgende Aufgabenbereiche der Kommunikation sind hier unter anderem hinzuzurechnen, für die sich die Europäische Kommission verantwortlich zeigt: EU-Kommunikationsnetzwerke in den EU-Mitgliedsländern (Europe Direct Network), Eurobarometer-Umfragen der Statistikbehörde EUROSTAT und die Analyse der öffentlichen Meinung zur EU und ihren Politikthemen, Pressearbeit (tägliche Pressekonferenzen, schriftliche Pressemeldungen und Dossiers), ein virtueller Presseraum sowie Fernseh- und Rundfunkstudios für Journalist*innen, audiovisuelle Kommunikationsinstrumente (Fernsehsender EuroNews, europäisches Rundfunknetz Euranet, Informationen für audiovisuelle Medien via Europe by Satellite (Ebs), Live-Berichterstattung zu Pressekonferenzen, Audiodateien, Fotos und Videos), offizielle Website der EU, Publikationen inklusive Verwaltung des virtuellen „EU-Bookshops“, Fortbildungsprogramme für Journalist*innen, Datenbank zur Archivierung von Informationsmaterial, Telefon- und Online-Frage- und Antwortdienst für die Bürger*innen (Haddick 2010, 66–71; Mantl 2016, 170).

In ihrer Kommunikation nimmt sich die Europäische Kommission also nicht nur als eine für sich handelnde politische Akteur*in wahr, sondern tritt auch als Gesicht der EU als Ganzes in die Öffentlichkeit. Eine wenig abgesicherte rechtliche Grundlage der EU-Informationspolitik schwächt jedoch diese Rolle der Europäischen Kommission (Brüggemann 2008, 134), die vor allem beim Europäischen Parlament und dem Rat seit jeher nicht unumstritten war (Bender

10.15772/ANDRASSY.2021.001

1997, 68; Brüggemann 2008, 135). Daher ist die Europäische Kommission bis heute gezwungen, ihre Kommunikationsprogramme jährlich vom Europäischen Parlament und dem Rat genehmigen zu lassen und einen genauen Arbeitsplan zu den Aktivitäten vorzulegen, wodurch einer flexiblen PR auch Grenzen gesetzt sind, was wiederum auf strukturelle Schwierigkeiten bei der Vermittlung von EU-Inhalten hinweist. Aber auch von der Europäischen Kommission selbst werden Grenzen in Hinblick auf ihre Kommunikationsaktivitäten gesetzt, was beispielsweise die Bewerbung von Wahlen zum Europäischen Parlament betrifft, wofür sie ihre Zuständigkeit abstreitet und die Verantwortung dem Parlament zuweist (Brüggemann 2008, 134–135) *(siehe Kapitel 4.2.2).*

6.2.2 Medien und (Print-)Journalismus in Österreich

6.2.2.1 Mediennutzung und Medientrends

„Österreich ist anders“ (Weder 2010, 498), konstatiert *Weder* zur österreichischen Medienlandschaft und präzisiert folgende charakteristische Eigenschaften: eine Beeinflussung durch die überschaubare Größe des Landes, die sehr späte Privatisierung des Radio- und Fernsehmarkts sowie ein hochkonzentrierter Printmedienmarkt (Weder 2010, 498). Nach dem Vergleichsmodell der Mediensysteme nach *Hallin* und *Mancini* gehört Österreich der Ländergruppe rund um Skandinavien, Deutschland und die Schweiz an, in denen sich Printprodukte traditionell als starke Leitmedien entwickelt haben (Hallin & Mancini 2004). Speziell im internationalen Vergleich weist Österreich bei der Nachrichtenrezeption eine hohe Fixierung auf Printmedien auf (Gadringer et al. 2020, 21), deren nationale Reichweite keinem anderen europäischen Land entspricht (Kaltenbrunner et al. 2020, 34).

Laut ARGE Media-Analysen, der österreichweiten Erhebung des Medienkonsums in Österreich zum zweiten Halbjahr 2018 und ersten Halbjahr 2019, weisen österreichische Tageszeitungen eine Netto-Reichweite von 62,6 Prozent der Wohnbevölkerung auf, die täglich von einer österreichischen Tageszeitung erreicht werden (vgl. ARGE Media-Analysen 2019):

- Tageszeitungen mit nationaler Reichweite: Als langjähriger Spitzenreiter der Tageszeitungen mit nationaler Reichweite stellt sich die *Kronen Zeitung* mit 27,8 Prozent heraus. Danach folgt die Gratis-Tageszeitung *Heute* mit 12,1 Prozent, die Tageszeitungskombination *Österreich (Kaufzeitung)/oe24(Gratiszeitung)* mit 9,3 Prozent,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

die zum Qualitätsspektrum zählende Tageszeitung *Der Standard* mit 7,4 Prozent, der *Kurier* mit 7,3 Prozent sowie die ebenfalls dem Qualitätsspektrum angehörende Tageszeitung *Die Presse* mit 4,6 Prozent.

- Regional- und Lokalzeitungen: Bei den Bundesländerzeitungen führt die Tageszeitung *Kleine Zeitung* mit 10,3 Prozent, was die Reichweite betrifft. Sie rangiert mit Abstand vor den *Oberösterreichischen Nachrichten*, die eine Verbreitung von 4,9 Prozent vorweist. Dahinter liegt die *Tiroler Tageszeitung* mit 3,7 Prozent. Eine bedeutende Rolle spielen die *Bezirkszeitungen der Regionalmedien Austria*: Sie erreichen 47,6 Prozent der Wohnbevölkerung in Österreich.
- Magazine: Die von der ARGE Media-Analysen benannte *„VGN-Kombi"* – Magazine aus dem VGN-Verlag wie *Auto Revue, E-Media, Gusto, Lust aufs Leben, News, Profil, Trend, TV-Media, Woman* – weist unter den wöchentlichen Magazinen mit 27,7 Prozent die höchste Reichweite auf. Bei den monatlichen Magazinen steht die sogenannte *„Red Bull Media House-Kombi"* mit 21,7 Prozent an erster Stelle – dies sind Magazine aus dem Red Bull Verlag wie *Bergwelten, Servus in Stadt & Land, Terra Mater, The Red Bulletin*.
- Special-Interest-Zeitschriften: In dieser Kategorie findet sich die Fachzeitschrift *Auto Touring* mit 28,4 Prozent an erster Stelle.

Trotz des weit verbreiteten internationalen Trends zum Bedeutungsverlust der Printmedien spielen diese in Österreich laut österreichischer Auflagenkontrolle von 2018 mit mehr als zwei Millionen täglich verbreiteten Zeitungsexemplaren (Österreichische Auflagenkontrolle 2018) nach wie vor eine relevante Rolle in der österreichischen Medienlandschaft. Auch E-Papers, deren Anteil sich auf einen einstelligen Prozentbereich der Gesamtauflagen beläuft, sind hier inkludiert. Ein erster grober Blick auf die Reichweite der Printmedien birgt allerdings die Gefahr eines verzerrten Bildes in sich: Bei der Interpretation muss berücksichtigt werden, dass im Jahr 2018 ungefähr die Hälfte der vertriebenen Zeitungen als Gratis-Exemplare verschenkt wurden. Die Tageszeitung *Heute* verzichtet gänzlich auf Abos und Einzelverkauf. Überwiegend ohne Verkaufserlös wird auch die Tageszeitung *Österreich/oe24* produziert, die teils als Kauf- und teils als Gratiszeitung angeboten wird (Kaltenbrunner et al. 2020, 47).

Auch ein Blick auf die langfristige Entwicklung zeichnet kein positives Bild der österreichischen Printmedienlandschaft: Das gesamte Printmedienspektrum erreichte im Jahr 2006 noch 72,7 Prozent der Wohnbevölkerung in Österreich. Beim Spitzenreiter *Kronen Zeitung* reduzierten

10.15772/ANDRASSY.2021.001

sich die täglichen Leser*innen seit 2006 von einer – im weltweiten Vergleich einzigartigen – Reichweite von 43,8 Prozent auf 27,8 Prozent. Auch die lange Zeit starken Bundesländerzeitungen verloren im letzten Jahrzehnt ein Fünftel ihrer Reichweite. Gegen den abnehmenden Trend scheren Qualitätszeitungen wie *Die Presse* und *Der Standard* aus, der von 4,9 Prozent im Jahr 2006 auf 7,2 Prozent deutlich zugelegt hat. Allerdings ist in diesem Zeitraum bei beiden Tageszeitungen die gedruckte Auflage um ein Viertel zurückgegangen. *Kaltenbrunner et al.* erklären sich diese Kluft aufgrund der starken Markenwahrnehmung durch die Bevölkerung, die vermutlich durch die Online-Auftritte der Tageszeitung *Der Standard* gestiegen ist, was sich bei der Befragung deutlich macht. Diese Erklärung zeigt auch, dass bei Erhebungen eine strikte Trennung zwischen Print- und Online-Medien in der Praxis möglicherweise nicht mehr haltbar ist (Kaltenbrunner et al. 2020, 50–51). Auch was die Medienvielfalt betrifft, sind Veränderungen der österreichischen Printmedienlandschaft vor allem im regionalen Bereich bemerkbar: Durch den Wegfall anderer Zeitungsredaktionen haben die *Kleine Zeitung* und die *Salzburger Nachrichten* ihre Positionen als Marktführerinnen in der Steiermark und Kärnten bzw. in Salzburg verstärkt (Kaltenbrunner et al. 2020, 46). Einen deutlichen Verlust an Leser*innen verzeichnen fast alle Printmedien mit wöchentlicher Erscheinung. Nur die Wochenzeitschrift *Falter* konnte ihre nationale Reichweite verdoppeln und die Verkaufszahlen erhöhen (Kaltenbrunner et al. 2020, 51).

Auch an Österreich ist die „Krise des Journalismus“ also nicht spurlos vorübergegangen: Sinkende Auflagen und Marktanteile, die Verlagerung der Werbung in das Internet, Konkurrenz durch kostenlose Online-Angebote und der sogenannte „Citizen Journalismus“ bedrohen vielfach auch die österreichische Medienlandschaft. Zusätzlich wird die journalistische Autorität als „vierte Gewalt“ zunehmend in Frage gestellt – befeuert durch populistische Vorwürfe der politischen Elite an die sogenannte „Lügenpresse“, tendenziöse Berichterstattung zu leisten (Hanitzsch, Seethaler & Wyss 2019, 1). Im Vergleich zu anderen Ländern ist der Umbruch bei den Printmedien jedoch viel länger stabil geblieben. Die Digitalisierung geht in Österreich etwas langsamer vor sich und steht nach wie vor erst am Anfang. Geschäftsmodelle ändern sich aber zunehmend, weil immer weniger Printprodukte verkauft werden können. Seit 2007 wurden im österreichischen Printmediensektor an die 1500 Arbeitsplätze von Journalist*innen abgebaut. Der stärkste Personalrückgang wurde bei Wochen- und Monatszeitschriften, Illustrierten und Fachmagazinen verzeichnet. Zwar bleibt

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der österreichische Printmediensektor weiterhin dominant, monomediale Printredakteur*innen sind nach wie vor die Mehrheit, aber ihre Zahl reduziert sich zunehmend (Kaltenbrunner et al. 2020, 209–211).

Folgende Phänomene des Wandels zeichnen sich ab: crossmediales Arbeiten, beschleunigtes Tempo, zentralisierende und medienübergreifende Reorganisation der Redaktionen, journalistische Leistungsanforderungen zugunsten technischer Fähigkeiten (Lauerer, Dingerkus & Steindl 2019, 98–99). *Seethaler et al.* identifizieren vor allem soziale Netzwerke und Online Medien als zentrale Komponente des Wandels. Dadurch erhöht sich die journalistische Orientierungsfunktion, welche jedoch durch ökonomische Aspekte wie zunehmenden medialen Wettbewerb erschwert werde (Seethaler et al. 2019, 235–236). Dem *Digital News Report Austria* folgend ist ein starker künftiger Trend in Richtung Digitalisierung in Österreich zu erkennen: 41 Prozent der 18- bis 24-Jährigen konsumierten im Jahr 2020 Nachrichten ausschließlich digital. Altersübergreifend waren dies durchschnittlich nur 22,1 Prozent (Gadringer et al. 2020, 29).

Die Anzahl der österreichischen Journalist*innen ist im Vergleich zu 2006 insgesamt um rund ein Viertel geschrumpft. Demgegenüber steht ein deutliches Wachstum in anderen Kommunikationsberufen wie auch der PR politischer Institutionen in Österreich. Hier versucht man, mit deutlich größerer Ressourcenausstattung als in manchen Zeitungsredaktionen neben der Pressearbeit die Öffentlichkeit auch über neue Kanäle direkt zu erreichen und den Journalismus so zu umgehen (Kaltenbrunner et al. 2020, 209). Zugleich wird auch von einer *„symbiotischen Politik-Medien-Beziehung“* (Kaltenbrunner et al. 2020, 48) als zentraler Faktor der Medienentwicklung in Österreich gesprochen, die zu einer immer kleiner werdenden Medienvielfalt in einer bereits stark konzentrierten Medienlandschaft führt. *Kaltenbrunner et al.* identifizieren die österreichische Medienpolitik seit 1945 bis in die Gegenwart als *„eine ganz bestimmende, nicht alleinige, aber die kontinuierliche Kraft für die sehr spezifische Konstitution des österreichischen Marktes“* (Kaltenbrunner et al. 2020, 36). Das Selbstverständnis von Medienpolitik als Ergebnis parteipolitischer Begehrlichkeiten erschwerte die Etablierung eines unabhängigen, pluralistischen Journalismus nach transparenten Kriterien und nach dem Niedergang der Parteipresse, die bis 1955 höhere Gesamtauflagen produzierte als die sogenannte unabhängige Presse. Erst in den 1970ern entstanden neue Printmedien, wodurch sich auch ein kritischerer, mitunter investigativer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Journalismus entwickelte. Der österreichische Medienmarkt orientierte sich stark an großen Medieneigentümern, die Bedeutung im Beziehungsgeflecht mit den Machteliten des Landes einnahmen – allen voran Hans Dichand von der *Kronen Zeitung* (Kaltenbrunner et al. 2020, 35–37). Auch *Blum* konstatiert eine große Nähe zwischen Politik und Journalismus, in Österreich als „Verhaberung" bezeichnet. Allerdings identifiziert er auch eine neue Generation von Journalist*innen, die politischer Macht gegenüber kritischer und distanzierter geworden ist (Blum 2008, 237).

Für die Zeit ab den 1980er Jahren sprechen *Kaltenbrunner et al.* von *„permanenter Fehlleistung der Medienpolitik für seither chronisches Marktversagen"* (Kaltenbrunner et al. 2020, 37). Ein Ausbleiben kartellrechtlicher Widersprüche produzierte eine starke Konzentration der Medienbetriebe auf wenige Verlagsgruppen, was der österreichischen Medienvielfalt schadete (Kaltenbrunner et al. 2020, 37–39).

Ein weiteres Thema der Verquickung zwischen Politik und Medien, dem in der Öffentlichkeit aktuell bedeutende Relevanz unterstellt wird, sind die Ausgaben der öffentlichen Hand für Werbung und Information in österreichischen Medien. Nach unklaren und intransparenten Kriterien werden hier pro Jahr Medien mit rund 200 Millionen Euro finanziell gefördert. Die Politik entpuppt sich damit als ein zentraler Faktor der Medienmarktentwicklung. 2018 lag dabei die Mediengruppe *Österreich* vor der *Kronen Zeitung* und *Heute*, die allesamt dem Boulevard-Medienspektrum angehören. Vergleichsweise gering ist die staatliche Presseförderung, die bis 2019 auf 8,5 Millionen Euro jährlich gesunken ist. Sie enthält Förderungen für den gesamten Tages-, Wochen- und Monatszeitungsmarkt und ist wenig geeignet, um den sich rasch verändernden Printmedienmarkt positiv beeinflussen zu können (Kaltenbrunner et al. 2020, 47–49).

Laut *Lauerer* und *Keel* steht die subjektive Sicht der Journalist*innen in Österreich in Kontrast zu kritischen öffentlichen Stimmen, die von ökonomischer und politischer Abhängigkeit und zunehmender Hörigkeit sprechen: Folgt man der „Worlds of Journalism Study" (Worlds of Journalism 2020), so messen Journalist*innen in Österreich externen politischen und wirtschaftlichen Einflussquellen eine nur geringe Rolle bei und beteuern, hohe Entscheidungsfreiheit zu besitzen. 92 Prozent der Zeitungsjournalist*innen in Österreich sehen sich bei ihren journalistischen Tätigkeiten mit großer oder voller Autonomie ausgestattet, wobei hinzugefügt werden muss, dass Journalist*innen bei Zeitschriften im

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Vergleich dazu stärker um Autonomie kämpfen (Lauerer & Keel 2019, 132–133). *Lauerer* und *Keel* erklären sich dieses widersprüchliche Bild mit der öffentlichen Wahrnehmung folgendermaßen: *„Politische und ökonomische Einflüsse dürften die Journalisten eher in Form von Beziehungsarbeit mit ihren Informationsquellen oder durch den Filter der Redaktionsmanagements erreichen – und werden daher mitunter eher den organisationalen und professionellen Abläufen geschuldet wahrgenommen."* (Lauerer & Keel 2019, 133) *Seethaler et al.* konstatieren diesbezüglich: *„Die Befragten wollen die Voraussetzungen für einen unabhängigen Journalismus, der nach einer Eigenlogik zu funktionieren vermag, weiterhin intakt wissen – dies möglicherweise gerade deshalb, weil ihren Antworten zufolge der strukturelle Wandel der Medien zu einer stärkeren Beeinflussung […] geführt hat."* (Seethaler et al. 2019, 246)

6.2.2.2 Journalismusforschung

Die Journalismusforschung kämpft seit jeher mit einer präzisen Definition von „Journalismus". Wenn es darum geht, auch den weiten Raum der Online-Veröffentlichungen mitzudenken, wird eine klare Einschätzung noch schwieriger. Die mitunter verschwimmenden Grenzen zwischen PR, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Bürger*innenjournalismus und Journalismus erschweren eine Unterscheidung (Kaltenbrunner et al. 2020, 18). Dies hat auch damit zu tun, dass Journalismus in Österreich ein offener Berufsstand ist, was eine Festlegung der Grundgesamtheit schwierig macht. Die Statistik Austria erfasst Journalist*innen nicht gesondert, sondern gemeinsam mit Autor*innen und Linguist*innen: *„Die zu definierenden Grenzen des Systems Journalismus zu seiner Umwelt sind weder eindeutig noch ‚natürlich', sie müssen konstruiert werden."* (Kaltenbrunner et al. 2007, 161)

Eine Schätzung der Autor*innengruppe rund um *Hanitzsch, Seethaler* und *Wyss* (2019) geht davon aus, dass in Österreich an die 4100 hauptberuflich festangestellte oder freie Journalist*innen tätig sind. Die Zahl beinhaltet jedoch eine Eingrenzung auf Erscheinungshäufigkeit, redaktionelle Mindestgröße und Reichweitengrenze. Auch Kunden- und Fachzeitschriften sind nicht inkludiert. Man schätzt, dass sich die Zahl der österreichischen Journalist*innen ohne diese Selektionskriterien auf 8300 belaufen würde (Steindl, Lauerer & Hanitzsch 2019, 40–41). Das Team des österreichischen Journalismus-Reports rund um *Kaltenbrunner* geht wiederum von rund 5350 Journalist*innen in Österreich aus, die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

hauptberuflich angestellt oder mit fixen Pauschalhonoraren entlohnt werden. Dazu kommt eine geschätzte Anzahl von 600 bis 900 freien Journalist*innen in Österreich (Kaltenbrunner et al. 2020, 209).

Die beiden Autor*innengruppen können auch die aktuellsten Analysen zur österreichischen Journalismusforschung – die insgesamt sehr überschaubar ist – vorweisen. Ihre Ergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst: Die Studie von *Kaltenbrunner et al.* (2020) bezieht sich auf eine Gesamterhebung aller Journalist*innen in Österreich sowie auf eine zusätzliche Umfrage zwischen Dezember 2018 und Februar 2019 von 501 repräsentativ ermittelten Journalist*innen. *Hanitzsch, Seethaler* und *Wyss* (2019) haben zwischen 2014 und 2015 2500 Journalist*innen in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt. Ihre Studie war eingebettet in die internationale „Worlds of Journalism Study" (Worlds of Journalism 2020). Für den österreichischen Teil wurden Befragungen mit 818 Journalist*innen durchgeführt. Die Auswahl ist auch deshalb interessant, da *Hanitzsch, Seethaler* und *Wyss* (2019) einen Vergleich zwischen dem Journalismus in Österreich, Deutschland und der Schweiz möglich machen.

- Alter: Das Durchschnittsalter der Journalist*innen liegt in Österreich bei 43 Jahren, in Deutschland bei 46 und in der Schweiz bei 42. 61 Prozent der Journalist*innen in Österreich sind älter als 40 Jahre (Dietrich-Gsenger & Seethaler 2019, 57–58). *Kaltenbrunner et al.*, deren Studie im Vergleich später entstanden ist, kommen auf ein Durchschnittsalter von 44,5 Jahren. Mit einem Drittel an Journalist*innen, die älter als 50 sind, und nur jedem Zehnten unter 30 Jahren muss sich der österreichische Journalismus die Frage nach seiner Zukunftsfähigkeit stellen lassen.
- Professionalisierung: Hier unterscheiden sich die Zahlen der beiden Autor*innengruppen etwas stärker, beide sprechen jedoch von einer deutlich zunehmenden Akademisierung der Journalist*innen: *Kaltenbrunner et al.* kommen auf 48 Prozent der Journalist*innen in Österreich mit einem Hochschulabschluss (Kaltenbrunner et al. 2020, 213). Die Studie der Autor*innengruppe rund um *Hanitzsch, Seethaler* und *Wyss* ergab 63 Prozent der Journalist*innen mit einem Studienabschluss. Insbesondere in Österreich werden deutliche Unterschiede zwischen Frauen und Männern angeführt: 76 Prozent der Frauen haben hier einen Universitätsabschluss. Die männlichen Journalisten kommen auf nur 54 Prozent. Österreich hinkt bei der Akademisierung der Journalist*innen im Vergleich mit dem internationalen Raum jedoch hinterher, wobei sich die Anzahl der akademischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Abschlüsse der österreichischen Journalist*innen seit 2007 fast verdoppelt hat. Durch eine Akademisierung des journalistischen Berufsstandes kommt es darüber hinaus immer häufiger zu einem späteren Berufseinstieg (Dietrich-Gsenger & Seethaler 2019, 60–61).

- Geschlechter: Beide Autor*innengruppen gehen von einer starken Zunahme des Frauenanteils in journalistischen Berufen aus. *Kaltenbrunner et al.* kommen auf 47 Prozent, betonen aber, dass diese Zunahme aufgrund einer hohen Zahl an weiblichen Teilzeitbeschäftigten und wenigen Frauen in Führungspositionen nicht als Beispiel für zunehmende Chancengleichheit dienen kann (Kaltenbrunner et al. 2020, 213). Vor allem klassische Journalismus-Ressorts wie Politik und Wirtschaft werden laut der Analyse von *Hanitzsch, Seethaler* und *Wyss* nach wie vor stark männlichen Journalisten zugeschrieben. Vier von fünf Chefredaktionen befinden sich sowohl in Österreich als auch in Deutschland und der Schweiz in männlichen Händen. Die gläserne Decke für weibliche Journalistinnen verschiebt sich demnach nur in kleinen Schritten nach oben (Dietrich-Gsenger & Seethaler 2019, 53–56).
- Politische Einstellung: Journalist*innen in Österreich haben laut *Kaltenbrunner et al.* mittlerweile kaum noch Nähe zu Parteien oder Ideologien, sehen sich mehrheitlich in klarer Distanz zu Parteien oder verweigern ausdrücklich die Auskunft (Kaltenbrunner et al. 2020, 212). Im Ländervergleich mit Deutschland und der Schweiz stehen Journalist*innen in Österreich deutlich weniger links von der Mitte. Vor allem mit zunehmendem Alter bewegen sich die befragten Journalist*innen in Richtung Mitte. Auch jene, die eine Leitungsfunktion im Journalismus innehaben, und jene mit höherem Monatseinkommen sind weiter rechts im Politikspektrum zu verorten. In allen drei Ländern sind Journalist*innen von Zeitschriften, Agenturen und dem öffentlichen Rundfunk etwas stärker dem linken Spektrum zuzuordnen. Journalist*innen aus überregionalen Medien identifizieren sich in Österreich und der Schweiz stärker links als jene aus den regionalen und lokalen Medien (Dietrich-Gsenger & Seethaler 2019, 65–66).
- Journalistische Rollendefinition: War im Journalisten-Report von 2008 die Kritikfunktion der Journalist*innen in Österreich mit 13 Prozent sehr gering (Kaltenbrunner et al. 2008, 20–21), interpretieren *Kaltenbrunner et al.* die aktuellen Befragungsergebnisse nunmehr so, dass sich viele Journalist*innen als Kritiker*innen und Kontrollor*innen von Politik, Wirtschaft und Kultur sehen. Auch wenn die Vermittlung neutraler und präziser

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Information für 90 Prozent die wichtigste Aufgabe ist, gibt fast jede*r Zweite an, auch zu Meinungsjournalismus bereit zu sein – vor allem in Hinblick auf Rechtsstaatlichkeit und Klimaschutz (Kaltenbrunner et al. 2020, 212).

- Arbeitsbedingungen: Ein wachsendes Ausmaß an kritischer und beruflicher Selbstreflexion und ein zunehmendes Wissen um ethische Regeln des Journalismus stehen sich verschlechternden Arbeitsbedingungen gegenüber: Mehr als zwei Drittel der Journalist*innen in Österreich geben an, in kürzerer Zeit mehr recherchieren und mehr Inhalt produzieren zu müssen. Nur jede*r vierte Tageszeitungsjournalist*in ist sehr zufrieden mit der eigenen Jobsicherheit (Kaltenbrunner et al. 2020, 212). Zunehmend oft ist auch von *„Journalismus als Prekariat"* (Weish 2015, 9–10) die Rede – was auch bei der Interpretation von medialen Inhaltsanalysen freilich mitgedacht werden muss.
- Europa/EU: Zu den europäischen Bezügen, eigenen Identitätsbeschreibungen und EU-bezogenen Einstellungen der Journalist*innen in Österreich existiert keine aktuelle Studie. Das Thema zählt generell zu den großen Defiziten der österreichischen Journalismusforschung. Da die EU jedoch einen wesentlichen Bezugspunkt der vorliegenden Arbeit ausmacht, wird hier auf eine Untersuchung der österreichischen Opinion Leader von *Jenny, Müller* und *Eder* bereits aus dem Jahr 2009 eingegangen: Im Vergleich zu österreichischen parlamentarischen Abgeordneten und Arbeitnehmervertreter*innen konsultieren demnach Politik-Journalist*innen in Österreich mehr ausländische Medien, besaßen zum Zeitpunkt der Befragung deutlich mehr Kontakte zu EU-Institutionen und haben eine etwas größere Bindung an die EU entwickelt, speziell aber zeigten sie deutlich geringere nationale Bindungen. Darüber hinaus zeigten sie insgesamt eine stärker ausgeprägte europäische Identität als die beiden anderen Befragungsgruppen. Lässt man die Landesregierungen außer Acht, vertrauten die Journalist*innen etwas stärker den nationalen als den EU-Institutionen. Im Vergleich zu den anderen beiden Opinion Leadern gaben Journalist*innen das positivste EU-Bild und die positivste Bewertung der EU-Institutionen ab. *Jenny, Müller* und *Eder* kamen daher zur Erkenntnis, dass Politik-Journalist*innen in Österreich kaum als Ursache des vergleichsweise großen Euroskeptizismus in Österreich auszumachen sind (Jenny, Müller & Eder 2010, 46).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

6.2.3 EU-Korrespondent*innenschaft

Auslandskorrespondent*innen sind ein Beispiel für eine typische Kommunikationsinfrastruktur transnationaler Öffentlichkeiten. Die Literatur dazu ist speziell auf den EU-Raum bezogen und fand vor allem zu Beginn der 2000er Jahre ihren Ausgangspunkt (u. a. Baisnée 2002a; Baisnée 2002b). Aktuell hat das Forschungsinteresse an der Thematik stark nachgelassen, was unter anderem an einer immer geringer werdenden Anzahl an EU-Korrespondent*innen in Brüssel liegen könnte. Was die österreichische EU-Korrespondent*innenschaft in Brüssel betrifft, so fehlen bislang überhaupt umfassende Studien.

Die generelle Anzahl der in Brüssel stationierten EU-Korrespondent*innen ist bis zum Jahr 2005 auf über 1000 Journalist*innen angestiegen. Im Vergleich dazu ist sie bis 2010 wieder auf an die 900 Journalist*innen zurückgegangen (Phillips 2010). *Wessler* und *Brüggemann* führen den Rückgang auf die ökonomische Krise der Medien, unter anderem bedingt durch die Finanz- und Wirtschaftskrise 2008, sowie auf die Zunahme des PR-Materials der Institutionen zurück. Infolgedessen werden oft nur noch sogenannte „Fallschirmjournalist*innen" zu ausgewählten Ereignissen nach Brüssel entsandt. *Wessler* und *Brüggemann* deuten diesen Trend auch als Re-Provinzialisierung von Journalismus, was ebenso in den USA zu erkennen ist (Wessler & Brüggemann 2012, 82).

Bis 2014 erhöhte sich die Zahl der in Brüssel stationierten Korrespondent*innen wieder auf 1342 *(siehe Tabelle 6.2_1).* Während der Juncker-Präsidentschaft zwischen 2014 und 2019 fand eine weitere deutliche Abnahme der Anzahl der Korrespondent*innen statt: Diese reduzierten sich in allen Ländergruppen (EU-Länder, Europa ohne EU-Länder, Länder außerhalb Europas) um mindestens ein Drittel. Vor allem die Korrespondent*innen europäischer Medien von außerhalb der EU reduzierten sich überdurchschnittlich (Rückgang um 43,48 Prozent), was möglicherweise auch auf einen Bedeutungsverlust der EU-Erweiterungsagenden unter Juncker hinweist. Die Reduktion der Korrespondent*innen österreichischer Medien von 22 im Jahr 2014 auf 16 im Jahr 2019 liegt wiederum im Trend, wenn auch mit einem etwas niedrigeren Rückgang (27,27 Prozent). Auch die Brüssel-Korrespondent*innen der großen EU-Gründungsländer reduzierten sich diesem Trend entsprechend: Die Brüssel-Korrespondent*innen von Deutschland verringerten sich von 170 auf 103, die von Frankreich von 125 auf 91 sowie die von Italien von 113 auf 72. Die Türkei

10.15772/ANDRASSY.2021.001

gehört hingegen zu einem der wenigen Länder, deren Zahl an Korrespondent*innen sich erhöht hat (Zunahme von 40,00 Prozent) (European Commission 2020a).

*Tabelle 6.2_1: In der Europäischen Kommission akkreditierte Korrespondent*innen (vgl. European Commission 2020a)*

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Österreich	22	17	18	19	16	16
EU-Länder	1145	906	875	847	809	764
Europa ohne EU-Länder	46	33	31	27	27	26
Länder außerhalb Europas	151	125	119	118	102	98
Gesamt	1342	1064	1025	992	938	888

Anmerkung: Türkei und Russland wurden den Ländern außerhalb Europas zugezählt.

Die deutliche Abnahme der EU-Korrespondent*innen in den letzten Jahren lenkt wiederum den Blick auf *Hamilton* und *Jenner*, die von einer Neudefinition von Korrespondent*innentätigkeiten sprechen und dabei – nach dem Motto *„foreign news made local"* (Hamilton & Jenner 2004, 306) – auch den wissenschaftlichen Blick auf die lokale Berichterstattung mit grenzüberschreitenden Bezügen einfordern (Hamilton & Jenner 2004, 306). Für die EU-Institutionen in Brüssel nehmen EU-Korrespondent*innen aber eine wichtige Funktion ein: *„correspondents represent a rare transnationally minded community of journalists who are acutely aware of the changing contexts of journalism and could possibly contribute to the 'Europeanization' of journalism"* (Heikkilä & Kunelius 2008, 391). *Lecheler* und *Hinrichsen* betonen vor allem die spezielle Position von Korrespondent*innen, die zwischen der nationalen und der EU-Sphäre angesiedelt ist: *„wedged between complex European issues and national public spheres"* (Lecheler & Hinrichsen 2010, 74). Sie sprechen daher auch von einem eigenen Typ von Politik-Journalist*innen, der sich von traditionellen Auslandskorrespondent*innen unterscheide, weil die Politikprozesse, über die EU-Korrespondent*innen Berichterstattung leisten, die eigenen Herkunftsländer auch konkret betreffen (Lecheler & Hinrichsen 2010, 74).

Deirdre, der eine Befragung von EU-Korrespondent*innen ausgewählter europäischer Länder zusammenfasst, beschreibt zwei widersprechende Komponenten im Brüsseler Arbeitsalltag: Die Korrespondent*innentätigkeit wird als ein herausfordernder und oft prestigeträchtiger Job in einer interessanten beruflichen Umgebung beschrieben. Zugleich werden jedoch auch komplizierte, technische und oft langweilige Inhalte kritisiert, die der Öffentlichkeit schwer zu vermitteln sind. Aufgrund der Komplexität und inhaltlichen Vielfältigkeit der Materien, mit

10.15772/ANDRASSY.2021.001

denen Korrespondent*innen zu tun haben, stellt *Deirdre* vorrangig Generalist*innen unter den Brüsseler Korrespondent*innen und weniger Spezialist*innen fest (Deirdre 2007, 197). *Trenz* ortet Routine-Ereignisse als wesentliche Tätigkeiten im Alltag der EU-Korrespondent*innen, welche deren journalistische Arbeit strukturieren (Trenz 2006, 207). Dazu gehört das tägliche Midday Briefing mit der Möglichkeit, „On-the-record"-Zitate zu erhalten, direkt im Hauptgebäude der Europäischen Kommission oder via Video Stream. Im Anschluss daran folgen meist technische Briefings, bei denen sich die Korrespondent*innen weniger formell mit den Sprecher*innen austauschen können und mitunter „Off-the-record"-Hintergrundinformationen erhalten (Lloyd & Marconi 2014, 23–24).

Zu den Charakteristika der EU-Korrespondent*innen und deren Art der Aufgabenerfüllung sind in der Literatur unterschiedliche Befunde zu finden: Über das Ausmaß an nationale Grenzen überschreitender Vernetzungen des Brüsseler Pressecorps untereinander herrscht Uneinigkeit. Was deren EU-Freundlichkeit bzw. EU-Kritik oder EU-Skepsis betrifft, ist unter anderem auch von einer historischen Entwicklung von einem traditionell eher missionarisch-pädagogischen Ansatz mit einer klar pro-europäischen Agenda zu einer kritischeren Haltung gegenüber den EU-Institutionen und ihren Akteur*innen die Rede (Meyer 2003, 239; AIM Research Consortium 2007; Wessler & Brüggemann 2012, 82). Auf eine zunehmend den EU-Institutionen kritisch gegenüberstehende und investigativ arbeitende Gruppe an EU-Korrespondent*innen ist auch die Aufdeckung des Korruptionsfalls der französischen Kommissarin Édith Cresson zurückzuführen. Investigative Recherchen speziell der EU-Korrespondent*innen führten daraufhin zum Rücktritt der Santer-Kommission im Jahr 1999. Auf der anderen Seite ortet *Meyer* Korrespondent*innen, die sich ausschließlich von nationalen Quellen leiten lassen – aus Bequemlichkeit oder Rücksichtnahme auf nationale Befindlichkeiten – und die EU-Institutionen für unpopuläre Maßnahmen verantwortlich machen (Meyer 2003, 242–243).

Hummel fasst auf Grundlage der Arbeiten von *Baisnée* (2000) und *Siapera* (2000) drei wesentliche Ausprägungen des journalistischen Berufsrollenverständnisses der EU-Korrespondent*innen zusammen. Sie zeigen unterschiedliche Zugänge zur EU-Korrespondent*innentätigkeit auf, wobei hinzugefügt werden muss, dass diese Typologisierung nach den EU-Erweiterungsrunden von 2005 und 2007, der Finanz- und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wirtschaftskrise bzw. nach dem Brexit möglicherweise eine Aktualisierung bzw. Differenzierung braucht (vgl. Hummel 2006, 297–298):

- institutionelle Berichterstattung: Chronist*innen aktueller Ereignisse auf EU-Ebene mit einem profunden Sachwissen, die regelmäßig Pressekonferenzen als Teil des journalistischen Rituals besuchen. Sie stehen anderen Korrespondent*innen gegenüber in keinem Konkurrenzverhältnis, da sie nur allgemein zugängliches Material aufarbeiten. Im Laufe der Zeit bilden sie freundschaftlich-symbiotische Verhältnisse zu EU-Beamt*innen und Politiker*innen aus und fühlen sich zunehmend als sogenannte „Assoziierte" des EU-Apparats.
- analytisch-investigative Berichterstattung: Diese Korrespondent*innengruppe ist jünger als ihre institutionellen Kolleg*innen. Sie versuchen vorrangig, an Insider-Informationen heranzukommen, und verhalten sich im Korrespondent*innenvergleich wettbewerbsorientierter. Aufgrund der Komplexität der EU-Themen nehmen sie jedoch auch keine klare Rolle als Einzelkämpfer*innen ein.
- Berichterstattung mit nationalem Hintergrund: Korrespondent*innen, die dieser Gruppe zuzuordnen sind, gehen vergleichsweise nur für kurze Zeit nach Brüssel. Sie sind daher auch weniger informiert über EU-Themen und weniger gut sozial integriert in der sogenannten „EU-Bubble".

Weitere Differenzierungen der Korrespondent*innen werden unter anderem den Herkunftsländern und den dortigen vorherrschenden Haltungen der EU gegenüber zugeschrieben (Lloyd & Marconi 2014, 38). Einerseits werden Verschiedenheiten zwischen kleinen und größeren EU-Ländern, zwischen sogenannten „nordischen" und „mediterranen" Journalismus-Kulturen und andererseits auch zwischen Journalist*innen aus unterschiedlichen Medienunternehmen festgestellt. Diese Eigenschaften zeigen auch Auswirkungen auf den jeweiligen Status und die Privilegien der Korrespondent*innen (Deirdre 2007, 197–199), wobei vor allem Journalist*innen aus kleineren EU-Ländern gegenüber den EU-Institutionen Nachteile zugesprochen werden (Lecheler 2008, 443). Auch die abweichende Rolle der britischen Korrespondent*innen in Brüssel wird häufig hervorgestrichen, die dazu beitragen, während der Pressebriefings eine Konkurrenz-Atmosphäre zu schaffen (Lloyd & Marconi 2014, 26). Den Korrespondent*innen aus neueren EU-Mitgliedsländern wird wiederum eine Neudefinition des Brüsseler Pressecorps attestiert (Lecheler & Hinrichsen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2010, 74). *Cornias* Analyse der italienischen EU-Korrespondent*innen in Brüssel zeigte Adaptionen ihrer Arbeitskultur an die Spezifitäten der EU, die Entwicklung einer eurozentristischen Nachrichtenperspektive, die Aneignung neuer Rechercheroutinen und Tendenzen zu weniger stark meinungsbetonter und mehr faktenbetonter Berichterstattung. Die Analysen ergeben jedoch keine völlige Veränderung eingelernter Arbeitsroutinen (Cornia 2010, 366). Inwiefern unterschiedliche Renationalisierungstendenzen auch Auswirkungen auf die Berichterstattung der Korrespondent*innen unterschiedlicher Ländergruppen bzw. in der Folge auch auf Korrespondent*innen-Kooperationen und das Brüsseler Pressecorps als Ganzes zeigen, bleibt in der Literatur bislang noch offen.

Zugleich werden auch Befunde gemacht, welche die EU-Korrespondent*innen weitgehend einen: Im Bereich des EU-Journalismus tätig zu sein, heißt zugleich, mit einer steigenden Informationsflut und mit vielen unterschiedlichen Akteur*innen konfrontiert zu sein, was zu einer großen Unübersichtlichkeit führt. Die Korrespondent*innen stoßen darüber hinaus häufig auf Schwierigkeiten, ihre Heimatredaktionen vom Nachrichtenwert europäischer Themen zu überzeugen und dorthin ihre Berichte zu „verkaufen“ (Hahn, Rosenwerth & Schröder 2006, 286–287). *Deirdre* nennt folgende Faktoren, welche die Arbeit der EU-Korrespondent*innen beeinflussen: das Engagement und Interesse an EU-Themen in den nationalen Herkunftsredaktionen, welche die Medien-Agenda bestimmen, sowie Beziehungen der Korrespondent*innen zur Herkunftsredaktion und ihre Einschätzung des Medienpublikums. Eine bestimmende Rolle wird auch persönlichen Merkmalen und Erfahrungen der Korrespondent*innen, ihrer Ressourcenausstattung sowie Kooperationen mit Korrespondent*innen anderer Länder und internationalen Netzwerken, die über die eigene Sichtweise hinausgehen, attestiert. Weiters mache es einen Unterschied, ob Korrespondent*innen in der Lage sind, neben der Berücksichtigung der formellen EU-Kommunikation auch an informelle Hintergrundinformationen heranzukommen (Deirdre 2007, 197–199).

Neuere Forschungen wie jene von *Lloyd* und *Marconi* stellen eine zunehmend skeptischere, mitunter auch aggressive Haltung der EU-Korrespondent*innen gegenüber der PR der EU-Institutionen fest. Sie konstatieren speziell rund um die Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 einen wachsenden Kampf zwischen Korrespondent*innen und der PR der Europäischen Kommission, vor allem auch bedingt durch die Art der Kommunikation der Europäischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommission, die während dieser Zeit vorherrschte: *„a relationship which is combative, and which can lead to mutual disappointment"* (Lloyd & Marconi 2014, 29). Die Beschwerden der Korrespondent*innen richteten sich vor allem auf die defensive Haltung der PR der Europäischen Kommission, deren Krisenkommunikation mitunter nicht über die neuesten Informationen verfügte, was Auswirkungen auf die Vertrauensbeziehung zu den Pressesprecher*innen zeigte. Zugleich fühlten sich die Korrespondent*innen als Opfer unterschiedlicher PR-Stränge während dieser Zeit – von Seiten nationaler Politiker*innen, der führenden EU-Politiker*innen, der PR der EU-Institutionen sowie anderen Kommunikator*innen in Brüssel –, was ihre Arbeit verkomplizierte (Lloyd & Marconi 2014, 29–31). Insgesamt stellen *Lloyd* und *Marconi* fest, dass die Krise Journalist*innen in Brüssel dazu gezwungen hat, neue Fähigkeiten und ein weiteres Verständnis von EU-Politik zu erarbeiten: *„grasping the complexity of the EU story without getting lost in technicalities"* (Lloyd & Marconi 2014, 43).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

III EMPIRISCHER TEIL

7. ANMERKUNGEN ZUR ANALYSE POLITISCHER KOMMUNIKATION IN TRANSNATIONALEN RÄUMEN

7.1 Überblick

Die vorliegende empirische Forschungsarbeit untersucht das Zusammenspiel von Politik-PR und Journalismus im transnationalen Raum auf drei unterschiedlichen Ebenen:

1.) die Abbildung der Europäischen Kommission in der journalistischen Berichterstattung in österreichischen Printmedien
2.) die Evaluierung der Kommunikationsinhalte der Europäischen Kommission und der damit verbundenen transnationalen Kommunikationsprozesse aus Sicht der Beamt*innen der Europäischen Kommission, der Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel und der Journalist*innen österreichischer Printmedien
3.) die Kommunikationsbeziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien

Speziell in der deutschsprachigen Forschung ist die bisherige empirische Untersuchung zur Transnationalisierung politischer Kommunikation häufig auf die sogenannte „europäische Öffentlichkeit“ fokussiert (u. a. Koopmans 2007; Triandafyllidou, Wodak & Krzyanowski 2009; Wessler & Brüggemann 2012). Transnationale Kommunikationspraktiken, die Kommunikation von Institutionen und Organisationen über nationale Grenzen hinweg sowie öffentliche kommunikative Interaktionen im – vor allem durch die EU – transnational vernetzten Europa stehen dabei im Mittelpunkt der Betrachtungen. Diesem Forschungsstrang schließt sich auch die vorliegende empirische Forschung an.

Sie fragt zunächst nach transnationalen Grenzüberschreitungen von politischen Kommunikationsinhalten und ermittelt, inwieweit die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen in der Berichterstattung nationaler österreichischer Printmedien abgebildet

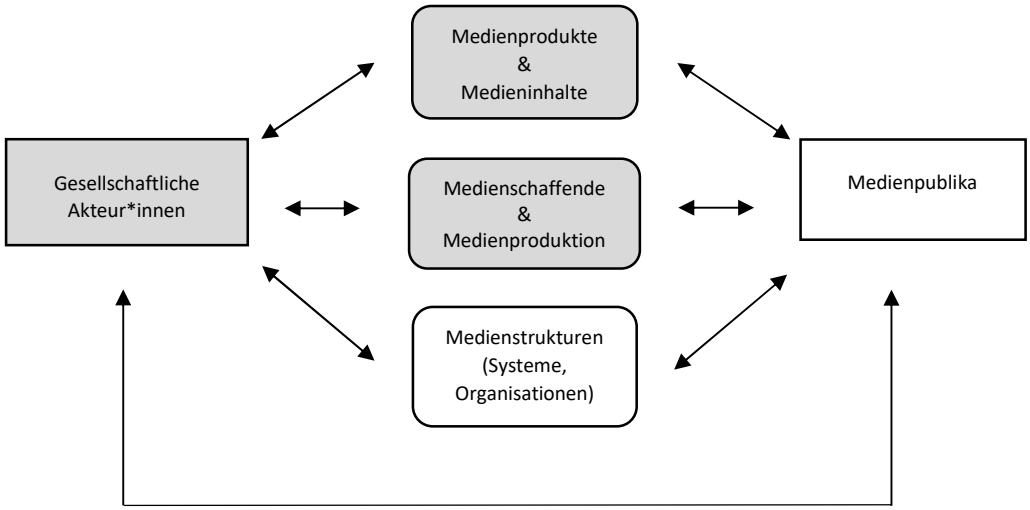
10.15772/ANDRASSY.2021.001

werden. Diesbezüglich fokussiert sie als Gegenstand ihrer Betrachtung zuallererst *Medieninhalte* zur Europäischen Kommission im österreichischen Printjournalismus. Der bisherige Forschungsstand im österreichischen Kontext zeigt zudem, dass vor allem Prozesse der „Kommunikationsübersetzung" von der transnationalen Ebene auf die nationale Ebene und vice versa in der politischen Kommunikation bisher nur marginal berücksichtigt wurden (u. a. Weidinger-Moser 2004; Weber 2010; Lusk 2019). Insbesondere fehlen hierzu Perspektiven auf die Reproduktion und/oder Transformation bzw. auf den Abbruch von Kommunikation beim Überschreiten der Grenzen zwischen politischen Akteur*innen supranationaler/transnationaler Institutionen und nationaler Öffentlichkeiten. Dieser Lücke will diese Arbeit in einem weiteren Schritt auf den Grund gehen, indem sie den *Medienproduktionsprozess* und dabei unterstützende bzw. hemmende Faktoren für transnationale Kommunikationsinhalte in den Blick nimmt. Dafür gilt es, neben den strukturellen Einflüssen aus dem System der Politik-PR und des Politik-Journalismus auch das kommunikative Zusammenspiel zwischen den *Akteur*innen beider Systeme* zu berücksichtigen. Dazu gehören unter anderem einseitige Kommunikationsvermittlung und/oder der reziproke transnationale Austausch von Kommunikationsinhalten zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Medien. Mangels bisheriger Forschungen – nicht nur im österreichischen, sondern auch im internationalen Kontext – steht diesbezüglich vor allem das kommunikative Zusammenspiel der Akteur*innen im Kontext der Medienproduktion im Fokus der folgenden Betrachtungen.

Nach dem Modell von *Wessler* und *Brüggemann* (Wessler & Brüggemann 2012, 8) fasst die vorliegende Arbeit daher vor allem folgende Bestandteile medienvermittelter öffentlicher Kommunikation ins Auge: gesellschaftliche Akteur*innen (Beamt*innen der Europäischen Kommission), Medieninhalte (journalistische Berichterstattung zur Europäischen Kommission in österreichischen Printmedien), Medienschaffende (Journalist*innen österreichischer Printmedien) und die Medienproduktion (Kommunikationsprozess zwischen Beamt*innen und Journalist*innen im Vorfeld einer Publikation).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Grafik 7.1_1: Modell zur medienvermittelten öffentlichen Kommunikation (vgl.Wessler & Brüggemann 2012, 8)



Dieses Modell zur medienvermittelten öffentlichen Kommunikation illustriert folgende Dynamik, die im Mittelpunkt der vorliegenden Analyse steht: Gesellschaftliche Akteur*innen wie die Europäische Kommission versuchen, mit ihren Themen und Meinungen die Aufmerksamkeit der Medien und in der Folge die Öffentlichkeit zu erreichen. Die Medienpublika wiederum nutzen diese Inhalte nach ihren Interessen und sind dadurch indirekt mit den Kommunikator*innen der Europäischen Kommission verbunden. Im Zentrum des Medienproduktionsprozesses – im Fall der vorliegenden Arbeit ist es genauer genommen der Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten zur Europäischen Kommission – stehen diesem Modell nach die Journalist*innen. Sie entscheiden als Selektionsfilter, welche Nachrichten den Weg an die Öffentlichkeit schaffen und welchen Nachrichten der Weg an die Öffentlichkeit versperrt wird (Wessler & Brüggemann 2012, 8–9). Hinzuzufügen ist jedoch, dass in dieser kommunikativen Dynamik zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen auch hybride Aspekte zum Vorschein kommen, welche dieses Modell nicht berücksichtigt (Beck 2007, 80). Die vorliegende empirische Bearbeitung politischer Kommunikation im transnationalen Raum geht daher davon aus, dass eine Analyse des Zusammenspiels zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen im Vorfeld einer Veröffentlichung sowohl eine Darstellung von Grenzbereichen als auch von Hybridzonen zwischen den beiden Akteur*innen erfordert.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Aufgrund bisher nur weniger Erkenntnisse zum transnationalen Zusammenspiel von Politik-PR und Politik-Journalismus sowie fehlender Aktualisierungen im österreichischen Kontext ist die vorliegende schrittweise empirische Analyse vor allem als explorative Studie konzipiert:

Zunächst wird eruiert, ob, wie und in welchem Ausmaß Inhalte zur Europäischen Kommission in österreichischen Printmedien und somit für eine größere Öffentlichkeit hervorgebracht werden. Die anschließende vertiefende Analyse fasst einen akteur*innenzentrierten Zugang ins Auge: In Form von Befragungen werden die dahinter liegenden Nachrichtenproduktionsprozesse und die damit verbundene Kommunikation zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Medien evaluiert. Die Erhebung ihrer Kommunikationsinteressen und Motive im Nachrichtenproduktionsprozess, der fördernden und behindernden Bedingungen aus deren Perspektive sowie der kommunikativen Beziehungen untereinander steht im Fokus dieser vertiefenden empirischen Untersuchung. Dabei spielen die subjektiven Bedeutungszuschreibungen der Akteur*innen eine zentrale Rolle. Es wird davon ausgegangen, dass diese als Grundlage für transnationales kommunikatives Handeln dienen und somit mitentscheidend sind, ob, wie, unter welchen Bedingungen und mit welchen Konsequenzen transnationale Kommunikationsinhalte vermittelt, verhandelt und letztendlich für eine größere Öffentlichkeit hervorgebracht oder abgeblockt werden. Ihre Beschreibung von Determinanten im Nachrichtenproduktionsprozess, welche Durchlässigkeiten und/oder Undurchlässigkeiten für politische Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission verursachen, sollen Einflüsse bzw. Abgrenzungen in beide Richtungen identifizieren. Konvergenzen und Divergenzen aus der Sicht der Kommunikationsakteur*innen können somit erklärt werden. Zugleich geht die empirische Untersuchung davon aus, dass sich im kommunikativen Austausch zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus nicht nur Einfluss- und Abgrenzungshandlungen sondern mitunter auch transnationale neue Strukturbildungen ergeben können und die Beforschung der Kommunikationsakteur*innen somit zusätzlich auch Entgrenzungsperspektiven aufzeigen könnte. Grenzüberwindende Kommunikationsprozesse bzw. Abbrüche von Kommunikation werden jedenfalls aus zwei unterschiedlichen Standpunkten – dem der Politik-PR und dem des Politik-Journalismus – herausgearbeitet, um so einen Beitrag zu den Transnational Studies der politischen Kommunikation zu leisten (Wessler & Brüggemann 2012, 12).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Nach *Wessler* und *Brüggemann* werden daher im Anschluss an die Darstellung der Ergebnisse zusammenfassend folgende Analyseperspektiven transnationaler politischer Kommunikation eingenommen (vgl. Wessler & Brüggemann 2012, 11):

Vergleichende Perspektive: Politische Kommunikation wird horizontal (österreichische Medienprodukte bzw. die Beamt*innen der Europäischen Kommission und die Journalist*innen im Vergleich) auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede hin untersucht. Ziel ist es, Determinanten herauszuarbeiten, die besondere Merkmale erklären und Faktoren identifizieren, welche ein bestimmtes Muster an Gemeinsamkeiten und Unterschieden hervorrufen. Die Beschreibung und Erklärung von Divergenz und Konvergenz steht im Zentrum dieser Perspektive (u. a. Hallin Mancini 2004; Esser & Pfetsch 2003; Thomaß 2007). Sie ist an keine bestimmte Theorie gebunden, sondern ermöglicht vielmehr die Entwicklung von Theorien.

Einflussperspektive: Nachrichtenflüsse zur Europäischen Kommission in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation sowie Kommunikationsbeziehungen zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Printjournalismus werden aus der Perspektive der Akteur*innen beschrieben. Sie führen entweder zu einem gleichberechtigten Austausch, zu bestimmten Mustern des Einflusses oder zu einseitiger bzw. gegenseitiger Abgrenzung (u. a. Thussu 2007; Boyd-Barrett 1977).

Entgrenzungsperspektive: Sie nimmt neue Strukturbildungen und Prozesse in den Blick, die jenseits abgegrenzter nationaler Kommunikationskulturen der Journalist*innen österreichischer Medien liegen. Indem sie die Begrenztheit der Einheiten relativiert oder verneint, setzt sie sich von Konzepten der bloßen „Einflussperspektive“ ab. Wann genau Einflussbeziehungen in Entgrenzungen übergehen, wird sich mit den vorliegenden Ergebnissen allein nicht feststellen lassen. Hierzu dient diese Arbeit aber als Ausgangspunkt für künftige detailliertere Untersuchungen am konkreten Gegenstand (u. a. Wessler et al. 2008; Hepp 2004; Tomlinson 1999).

7.2 Forschungsfragen

Angesichts der vorhin genannten Zielsetzungen fokussiert sich die erste Forschungsfrage auf die Inhalte österreichischer Printmedien, die sich auf die Europäische Kommission beziehen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Es stellt sich zunächst die Frage, ob die Europäische Kommission und deren zugehörige Akteur*innen von Journalist*innen österreichischer Printmedien überhaupt zum Thema gemacht werden, und wenn ja, wie und in welchem Ausmaß diese Inhalte dargestellt werden. Auf unterschiedlichen Textebenen gilt es herauszufinden, welche Rolle der Europäischen Kommission in der österreichischen Printmedien-Berichterstattung zugewiesen wird.
Der Untersuchung liegt die Annahme zugrunde, dass die Europäische Kommission und deren zugehörige Akteur*innen von den Journalist*innen österreichischer Printmedien mit unterschiedlichen Politik-Bereichen und Bewertungen in Verbindung gebracht werden. Dahinter liegende Muster sind von Interesse für die Forschungsarbeit. Die erste Forschungsfrage lautet daher:

F1: In welcher Weise werden die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen in den österreichischen Printmedien abgebildet?

Drei forschungsleitende Fragestellungen sollen dazu beantwortet werden:

1.) *Formale Identifikation:* In welchem quantitativen Ausmaß und in welcher formellen Einordnung in das jeweilige Medienprodukt kommen die Europäische Kommission bzw. deren zugehörige Akteur*innen (Kommissionspräsident, Kommissar*innen, Beamt*innen) in der Berichterstattung und journalistischen Meinungsartikulation österreichischer Printmedien vor?
2.) *Thematische Klassifikation:* Mit welchen Politik-Bereichen und mit welchen politischen Kontexten werden die Europäische Kommission beziehungsweise deren Akteur*innen in Zusammenhang gebracht?
3.) *Wertende Klassifikation:* Mit welchen Wertungen werden die Europäische Kommission bzw. ihre Akteur*innen verbunden?

In einem zweiten Schritt stehen die Beamt*innen der Europäischen Kommission und die Journalist*innen österreichischer Medien im Blickpunkt des Forschungsinteresses. Zunächst wird die Frage nach ihren Kommunikationsinteressen und Motiven gestellt, wenn es um die Publikation von Inhalten zur Europäischen Kommission geht. Überlappende und konfligierende Motive aus *Akteur*innensicht*, die als Grundlage für kommunikatives Handeln zwischen den beiden Kommunikationsinstanzen zu einer Veröffentlichung führen bzw.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Veröffentlichungen möglicherweise von vornherein unterbinden, sollen im Vergleich erhoben werden. Die zweite Forschungsfrage lautet daher:

F2: Welche Motive spielen aus der Perspektive der Journalist*innen und Beamt*innen der Europäischen Kommission eine Rolle, um Informationen über die Europäische Kommission zu den österreichischen Medienkonsument*innen zu bringen?

Diese Fragestellung wird in folgende Fragebereiche unterteilt:

1.) *Institutionelle/medienbetriebliche Motive:* z. B. Normen, Standards, allgemeine Vorgaben, unausgesprochene Erwartungen, Visionen der Institution/des Medienbetriebs
2.) *Persönliche Motive der Akteur*innen:* z. B. Vorlieben, Bestrebungen, Haltungen, Einstellungen, Werte, bestimmte Identitätsmerkmale

Ein weiterer Aspekt, der im Zuge der Erhebung geklärt werden soll, ist die Frage nach den allgemeinen Verstärkern und Hindernissen im Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission aus der Sicht der Akteur*innen. Die folgende Forschungsfrage zielt daher auf produktive oder destruktive Einflüsse. Es soll geklärt werden, auf welche Verstärker und auf welche Hindernisse Kommunikationshandlungen treffen. Dadurch sollen Determinanten identifiziert werden, die Durchlässigkeiten bzw. Undurchlässigkeiten von Kommunikationsflüssen bedingen. Begrenzungen und/oder Entgrenzungen des journalistischen Feldes von jenem der Politik-PR und umgekehrt sollen erhoben werden. Als Forschungsfrage ergibt sich daraus:

F3: Welche Verstärker und Hindernisse benennen die Akteur*innen der Europäischen Kommission und des österreichischen Journalismus, die eine Veröffentlichung beziehungsweise Nicht-Veröffentlichung von Inhalten zur Europäischen Kommission zur Folge haben?

Die Fragekategorien beziehen sich auf drei Hauptbereiche:

1.) *Journalismus*: z. B. Kommunikationsmanagement, Prozessabläufe, Strukturen, Ressourcen, Evaluation, Akteur*innen, Akteur*innen-Konstellationen
2.) *Europäische Kommission*: z. B. Kommunikationsmanagement, Prozessabläufe, Strukturen, Ressourcen, Evaluation, Akteur*innen, Akteur*innen-Konstellationen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

3.) *Externe Faktoren*: z. B. Art des Ereignisses, Informationsquelle, sozio-politische Situation, Öffentlichkeit, weitere Akteur*innen

Um Einblick in Determinanten zu erhalten, die eine Veröffentlichung oder Nicht-Veröffentlichung von Inhalten zur Europäischen Kommission bedingen, braucht es auch Informationen zu den Kommunikationsbeziehungen der Beamt*innen der Europäischen Kommission und der Journalist*innen. Die vierte Forschungsfrage zielt daher zunächst auf die Feststellung der Formen, Häufigkeiten und Intensitäten kommunikativer (Austausch-)Beziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Medien. Darüber hinaus wird analysiert, inwiefern die jeweiligen Kommunikationshandlungen bei der Überwindung des nationalen Rahmens Konvergenz oder Divergenz zeigen – sichtbar zum Beispiel durch Anpassung, Abgrenzung oder Konflikte zwischen den Journalist*innen und Beamt*innen der Europäischen Kommission.

F4: Wie werden die gegenseitigen Kommunikationsbeziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den österreichischen Journalist*innen von den Akteur*innen selbst beschrieben?

Diese Frage lässt sich in folgende Bereiche untergliedern:

1.) *Art der Interaktionen:* z. B. Häufigkeit, Intensität, Formen
2.) *Erfahrungen von Konvergenz:* Beschreibung und Begründungen
3.) *Erfahrungen von Divergenz und Konflikten:* Beschreibung und Begründungen

7.3 Spezifische Eigenschaften der Untersuchung

Als sowohl supranational als auch zwischenstaatlich organisierte politische Behörde dient die Europäische Kommission in dieser Untersuchung als Beispiel für transnationale Politik-PR. Mit dem seit Anfang der 2000er Jahre verstärkt wahrgenommenen Ziel, in den Nationalstaaten der EU transnationale Inhalte zu vermitteln und Kommunikationsprozesse zur EU zu initiieren, eignet sie sich speziell auch aufgrund ihrer organisatorischen und funktionellen Konzeption als Beispiel: Als einzige zentrale Akteurin der EU überschneidet sich die Europäische Kommission nicht bzw. in wenigen Ausnahmefällen in geringem Ausmaß mit den

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Nationalstaaten und sticht innerhalb der EU als Institution mit vergleichsweise nur geringfügigen nationalen Elementen in ihrer strukturellen Zusammensetzung heraus. Die vertraglich geregelte Aufgabe der Europäischen Kommission ist es, sowohl die europäische Integration voranzutreiben als auch Agenda Setting für europäische Perspektiven zu betreiben (Egeberg 2016, 126). Darüber hinaus ist im EU-Vertrag die transnationale Kommunikation der Belange der Europäischen Union als vorrangige Aufgabe der Europäischen Kommission festgelegt. Sie findet dort darüber hinaus auch strukturell in ritualisierter Form statt und ist mit einem eigenen Budget ausgestattet (Peters 2009, 21; Haddick 2010, 46–47).

Für die Darstellung des transnationalen Kommunikationsprozesses der Europäischen Kommission hinein in die Nationalstaaten wird in der vorliegenden empirischen Untersuchung zunächst die *österreichische Medienlandschaft* als journalistisches Gegenüber zur Europäischen Kommission herangezogen. Sie nimmt in der nationalen Nachrichtenproduktion Selektionsfunktionen wahr. Diese Wahl wurde aus mehreren Gründen getroffen: Zum einen ist ein genereller Mangel an Forschungsergebnissen zur journalistischen Kommunikation von EU-Themen im österreichischen Kontext feststellbar. Zum anderen wurden in bisherigen internationalen Untersuchungen zur Kommunikation der Europäischen Kommission kleinere EU-Länder wie Österreich oft ausgespart (AIM Research Consortium 2007). Die Auswahl gewinnt außerdem zusätzlich an Relevanz, wenn man berücksichtigt, dass zum Zeitpunkt der Analysen Österreich zu den EU-skeptischeren Ländern der EU gehörte (European Commission 2017d, 19).

Aus methodischer Sicht orientiert sich die Untersuchung vorrangig an Zugängen, welche die Exploration vielfältiger Perspektiven auf den transnationalen Kommunikationsprozess zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus berücksichtigen. Sowohl eine quantitative Analyse von Medieninhalten als auch qualitative akteur*innenzentrierte Beschreibungen des Medienproduktionsprozesses werden durch die empirische Bearbeitung der Forschungsfragen inkludiert. Theorien kommunikativen Handelns, welche als Ausgangspunkt für die Konzeption dieser Arbeit festgelegt wurden, machen es erforderlich, speziell auch die Perspektive der Kommunikations-Akteur*innen einzufangen. Dieser Forschungsfokus wird gelegt, um im komplexen transnationalen Kommunikationsprozess zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus relevante Determinanten zu erfassen, die Durchlässigkeit oder

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Undurchlässigkeit von Information bedingen. Nach Holsti besteht Kommunikation aus sechs grundlegenden Elementen: *„a source or sender, an encoding process which results in a message, a channel of transmission, a detector or recipient of the message, and a decoding process"* (Holsti 1969, 24). Folgt man dieser Darstellung von Kommunikation, so wird klar, dass sich nicht alle Prozessschritte einer kommunikativen Handlung bloß inhaltsanalytisch bearbeiten lassen. Die Analyse von Kommunikation wird daher als ein wesentlich komplexerer Vorgang betrachtet, der mehr als die Hervorbringung geschriebener oder gesprochener Inhalte berücksichtigt, welche zwischen den Akteur*innen ausgetauscht werden. Kommunikation kann nicht bloß isoliert gesehen werden und ist stets auch in einen sozialen Rahmen eingebettet, der Bedingungen für die jeweilige Kommunikation vorgibt (Lisch & Kriz 1978, 33). Da nicht nur der Kommunikationinhalt über eventuelle weitere (Kommunikations-)Handlungen entscheidet, sondern eine Bearbeitung der Kommunikationsinhalte auch von den Kommunikationsakteur*innen und ihrem Umfeld sowie ihrer Art der Interaktionen abhängt, würden Methoden, die sich nur auf die rein quantitative Auswertung von Medieninhalten beschränken, angesichts der theoretischen Ausrichtung dieser Arbeit daher zu kurz treten.

Um die aufgelisteten Forschungsfragen methodisch umzusetzen, mussten zuvor spezielle Gegebenheiten berücksichtigt und grundlegende Entscheidungen getroffen werden, die dieser Arbeit einen spezifischen Charakter verleihen. Die Beweggründe für die Auswahl der unterschiedlichen Untersuchungsfelder, Herangehensweisen und methodischen Festlegungen werden im Folgenden erklärt:

1.) Empirisches Material:

Für die Beantwortung der ersten Forschungsfrage wurde eine Analyse der journalistischen Berichterstattung zur Europäischen Kommission im österreichischen Printmedien-Journalismus vorgenommen *(siehe Kapitel 10.1).* Hierzu zählen fünf für den österreichischen Zeitungsmarkt relevante Tageszeitungen als Grundlage: Mit der *Kronen Zeitung*, dem *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* wurden die drei auflagenstärksten Printmedienprodukte zum Zeitpunkt der Untersuchung inkludiert. Durch die Wahl der *Kronen Zeitung* kann ein Produkt dem Segment der sogenannten „Boulevardmedien" zugeordnet werden. Die *Kleine Zeitung* gilt darüber hinaus als das Regionalmedium mit der größten Anzahl an Leser*innen. Ihre

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Verbreitung als sogenannte „Bundesländerzeitung“ ist vor allem in den Bundesländern Steiermark, Kärnten und Osttirol zu finden. Mit der Auswahl von *Die Presse* und *Der Standard* wurden schließlich die zwei relevantesten österreichischen Tageszeitungen gewählt, die dem sogenannten „Qualitätsmedium“-Spektrum angehören (Österreichische Auflagenkontrolle 2015). Auch für die anschließende Online-Befragung wurden Journalist*innen österreichischer Printmedien ausgewählt (Tageszeitungen, wöchentlich oder 14-tägig erscheinende Zeitungen und Magazine, Monatsmagazine und Fachzeitschriften) *(siehe Kapitel 10.2).*

Dass die Wahl auf den Printjournalismus fiel, mag in Zeiten der sogenannten *„Print-Krise“* (Bohrmann 2010, 9) vielleicht erstaunen. Auch wenn die Zahl der Printmedien-Konsument*innen (nicht nur in Österreich) als stark rückläufig gilt (Statista 2020), wird die österreichische Printmedien-Landschaft dennoch explizit als Untersuchungsmaterial herangezogen. Diese Entscheidung basiert auf mehreren Grundlagen:

a) Zahlreiche Studien attestieren den Printmedien Relevanz für die EU-Berichterstattung. Da für die Beantwortung der Forschungsfragen eine Auswahl erforderlich war, die eine möglichst große Menge und Vielfalt an Informationen bringt, war es naheliegend, die empirische Arbeit auf Printprodukte und ihre Akteur*innen zu fokussieren. In elektronischen Medien wie Radio und TV findet die Vermittlung von Informationen zur EU aufgrund ihrer spezifischen Erfordernisse der Nachrichtengestaltung (unter anderem Bild- und Tontauglichkeit) von vornherein weniger häufig und weniger ausführlich statt (Lloyd & Marconi 2014, 59–64).
b) Durch die Verbreitung der Printmedien-Berichterstattung im Internet ist zudem davon auszugehen, dass die vorliegende Untersuchung auch das österreichische Online-Nachrichtensegment zumindest teilweise abdecken kann. Nicht gänzlich, aber in unterschiedlich großem Ausmaß stellten die ausgewählten Tageszeitungen die eigenen Produkte auch online gratis zur Verfügung. Paywalls oder andere Zugangsbeschränkungen existierten auf den Online-Portalen der untersuchten Printmedien zum Zeitpunkt der Untersuchung nicht.
c) Hinzu kommt ein Argument der Vielfalt: Eine Heranziehung des TV-Journalismus wäre in Österreich aufgrund seiner nach wie vor marktbeherrschenden Stellung in punkto

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Nachrichtenproduktion in erster Linie eine Untersuchung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (ORF). Die Fernseh-Landschaft nimmt darüber hinaus insgesamt nur einen kleinen Teil der österreichischen Journalist*innenschaft ein. Mit Ausnahmen gilt das Radio in Österreich im Vergleich als weniger bedeutsam für die Vermittlung politischer Information (Statista 2017).

d) Auch wenn die österreichische Printmedien-Landschaft als kleinräumig und konzentriert gilt, stammen die untersuchten Printmedienprodukte zumindest aus drei unterschiedlichen Medienhäusern: *Kronen Zeitung* und *Kurier* gehören zur Mediaprint, *Die Presse* und *Kleine Zeitung* zur Styria Media Group sowie *Der Standard* zur Standard-Gruppe (ORF-Radio Ö1, 2017; Steinmaurer 2012).

e) Auch wenn *Vonbun, Kleinen-von Königslöw* und *Schönbach* den österreichischen Printmedien keine dominante Vorbildrolle im Prozess des Inter-Media-Agenda-Settings zusprechen (Vonbun, Kleinen-von Königslöw & Schönbach 2016, 2), nehmen ihre Akteur*innen eine wichtige Sprecher*innenfunktion im nationalen Mediendiskurs ein. Sie dienen in der öffentlichen Debatte in den Social Media sowie in Radio und TV häufig als Beobachter*innen und Analyst*innen politischer Entwicklungen.

2.) Thematischer Rahmen:

Im inhaltlichen Fokus der Befragungen steht keine spezielle Kommunikationskampagne aus Sicht der Europäischen Kommission, keine ausgewählten Fallbeispiele, weder spezifische Kommunikationsstrategien noch abgegrenzte politische Themen, sondern die alltägliche politische Kommunikation zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den österreichischen Journalist*innen. Aufgrund der explorativen Natur der Studie wurde eine Zugangsweise gewählt, die es erlaubt, durch einen Längsschnitt vielfältige Einblicke zu erhalten. Diese offene Vorgangsweise gewährt eine breitere Perspektive, allerdings nicht immer konkrete Vergleichbarkeit der Befragungen, was mitunter auf Kosten tiefergehender Analysen geht. Zugleich entspricht sie jedoch dem zugrundeliegenden theoretischen Zugang: Um unterschiedliche Perspektiven aus akteur*innenzentrierter Sicht auf den Untersuchungsgegenstand zu erhalten, soll den Kommunikationsakteur*innen auch selbst die Gelegenheit gegeben werden, Beispiele für ihre Argumente zu wählen. Die empirischen Befragungen unterscheiden sich daher auch durch unterschiedliche Grade an Strukturiertheit

10.15772/ANDRASSY.2021.001

und Detailliertheit. Neben quantitativen Fragestellungen wurden auch qualitative gewählt, um möglichst unterschiedliche inhaltliche Perspektiven auf den Forschungsgegenstand zu erhalten *(siehe Kapitel 10.2 und 10.3).*

3.) Praktische Umsetzung:

Für die empirische Umsetzung der Forschungsfragen ist schließlich festzuhalten, dass beide Gruppen der Befragten – die Beamt*innen der Europäischen Kommission und die Journalist*innen – jeweils besondere Eigenschaften besitzen, auf die es im Untersuchungsprozess zu reagieren galt.

Sowohl was die Politik-PR als auch was den Politik-Journalismus betrifft, wurde der Befragungsprozess in zwei Gruppen unterteilt: jene Akteur*innen, die aufgrund ihrer „Mittler*innenposition" Einblick sowohl in die Vorgänge auf Brüssel-Ebene als auch auf Österreich-Ebene innehaben (der Pressesprecher der Europäischen Kommission in Österreich bzw. Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel), und jene Akteur*innen, die vor allem detaillierte Expertise für das eigene Kommunikationsfeld vorzeigen (die für Politik-PR Verantwortlichen der Europäischen Kommission bzw. Journalist*innen österreichischer Printmedien).

Für die Journalist*innen österreichischer Printmedien wurde aufgrund mangelnder bisheriger Forschungsergebnisse eine breite Online-Befragung realisiert, um damit eine Ausgangsbasis und möglichst vielfältige Perspektiven zu schaffen. Hinsichtlich der Gruppe der Beamt*innen der Europäischen Kommission im Feld der Politik-PR musste bei der methodischen Konzeption der Befragung von vornherein eine Einschränkung berücksichtigt werden: Aufgrund der Vorgaben der Europäischen Kommission im Umgang mit externen Umfragen und deren häufiger internen Verwendung war von der Konzeption eines Online-Fragebogens weitgehend abzuraten. Daher fiel die Wahl auf mündliche Befragungen von Schlüsselpersonen aus dem Bereich der Politik-PR der Europäischen Kommission. Für Einzelinterviews wurde ein möglichst breites Spektrum an Personen aus unterschiedlichen Aufgaben- und Politikfeldern angestrebt, um auch auf diese Weise Perspektivenvielfalt zu erreichen.

Die Analyse sozialwissenschaftlicher Gegenstände ist immer vom Vorverständnis des*der Analytiker*in geprägt (Mayring 2016, 29–35). Bevor auf die konkrete methodische Umsetzung

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Forschungsfragen sowie auf die Präsentation und Interpretation der Ergebnisse eingegangen wird, muss an dieser Stelle daher auch transparent dargelegt werden, dass die Forscherin durch ihre (bereits einige Jahre zurückliegenden) beruflichen Tätigkeiten im österreichischen Journalismus und in der Europäischen Kommission beide Forschungsfelder zuvor selbst von innen kennengelernt hat und zusätzlich zwei der befragten Korrespondent*innen in diesem Berufsfeld. Ihre dadurch erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten, sich in den untersuchten Settings zurechtzufinden und zu orientieren, haben die Recherche für diese Arbeit und den Zugang zum Forschungsfeld enorm erleichtert. Allerdings ist bei der Lektüre der Ergebnisse freilich auch zu berücksichtigen, dass sie in ihrer Rolle als Interviewerin aufgrund ihrer eigenen persönlichen Erfahrungen in den untersuchten Feldern auch eine gewisse Standortgebundenheit mitbringt, die es mitzudenken gilt (Potter & Hepburn 2012, 556).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

8. METHODIK

8.1 Übersicht: Methodische Konzeption

Der vorhin eingegrenzte Forschungsgegenstand wird im Folgenden durch die Verwendung verschiedener methodischer Zugänge von unterschiedlichen Standpunkten betrachtet, die mehrfache Perspektiven ermöglichen sollen (Seipel & Rieker 2003; Rasch & Kubinger 2005; Flick 2008; Mayring et al. 2007; Corbin & Strauss 2008; Döring & Bortz 2016).

Im sozialwissenschaftlichen Methoden-Diskurs zielt die Betrachtung eines Phänomens von zumindest zwei Standpunkten darauf ab, möglichst vielfältige Aspekte eines Problems zu berücksichtigen sowie zu einer umfassenderen Erfassung des jeweiligen empirischen Gegenstandes zu gelangen (Flick 2008, 12). Um Perspektivenvielfalt sicherzustellen, verknüpft eine schrittweise Erhebung verschiedener Daten die Analyse von manifest vorliegenden Kommunikationsinhalten mit akteur*innenbezogenen Perspektiven auf die damit verbundenen Kommunikationsprozesse (Paus-Hasebrink 2004, 5). Dafür sind unterschiedliche methodische Zugänge und Daten notwendig:

1.) *Inhaltsanalyse:* Berichterstattung österreichischer Tageszeitungen
2.) *Online-Befragung:* Journalist*innen österreichischer Printmedien
3.) *Leitfadengestützte Interviews:* Pressesprecher der Europäischen Kommission in Österreich bzw. Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel, Beamt*innen der Europäischen Kommission bzw. Journalist*innen österreichischer Printmedien

Für die Beantwortung der Forschungsfragen wurde sowohl eine Daten-Triangulation (Verwendung quantitativer und qualitativer Daten sowie unterschiedlicher Datenquellen) als auch eine Methoden-Triangulation (Inhaltsanalyse von Printmedien und unterschiedliche Befragungsarten) gewählt (Denzin 1970, 297). Kernpunkt der Triangulation sind Erkenntnisse, die auf unterschiedlichen Ebenen gewonnen werden und weiter reichen als mit einem einzigen Zugang, wodurch die jeweilige Begrenztheit der Einzelmethoden überwunden werden soll (Flick 2008, 12–15).

Kombinationen von quantitativen und qualitativen Zugängen können in der Sozialforschung jeweils unterschiedliche, komplementäre Aufgaben erfüllen: Die sozialwissenschaftliche

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Literatur empfiehlt diese speziell für explorative Forschungen, wenn – wie im Fall der vorliegenden Arbeit – die Betrachtung eines Phänomens von mehreren Standpunkten angestrebt wird (Paus-Hasebrink 2004, 4; Flick 2008, 12–15). Zur Erfassung der sozialen Wirklichkeit sind qualitative und quantitative Methoden vor allem dann angezeigt, wenn – ebenso wie im Fall der vorliegenden Arbeit – sowohl objektive Tatbestände (Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen) als auch subjektive Einstellungen (Befragungen der Kommunikationsakteur*innen) erhoben werden sollen (Flick 2008, 8). Die quantitativen Zugänge eignen sich dafür, empirische Evidenz bzw. Erklärungen für Kommunikationshandlungen sowie statistische Zusammenhänge aufzuzeigen. Sie filtern Faktoren für die Entwicklung der anschließenden qualitativen Methoden heraus. Letztere zielen wiederum darauf ab, Handlungsorientierungen und Handlungsregeln im transnationalen Medienproduktionsprozess zu entdecken, mit deren Hilfe die bestimmenden Determinanten und Zusammenhänge auf der Makroebene erklärbarer werden (Kelle 2008, 282–286).

Die Zielsetzung dieser Arbeit ist explorativ und verzichtet daher auf die Prüfung konkreter Hypothesen zugunsten einer unvoreingenommenen Annäherung an den Gegenstand, welche offen bleibt für die Erkenntnis unterschiedlicher Bedeutungszumessungen im Untersuchungsfeld (Bergmann 2006, 17). Es wird davon ausgegangen, dass Ergebnisse im Vergleich vollständig bzw. teilweise konvergieren, komplementär zueinander stehen (sich ergänzen, detaillierend oder erweiternd) oder divergieren. Die daraus entstehenden, jeweils unterschiedlichen Beschreibungen der Wirklichkeit in den unterschiedlichen Erhebungsschritten sollen nicht die Ergebnisse überprüfen (Denzin 1970), sondern Erkenntnisse durch die Erweiterung von Perspektiven auf den Gegenstand verbreitern (Flick 2008, 89–112).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

8.2 Theoretische Anmerkungen zu den Methoden

8.2.1 Inhaltsanalyse

1.) Definition und Charakteristika

Hinsichtlich der Definitionen zur Inhaltsanalyse zeigt die sozialwissenschaftliche Literatur kein präzises und einheitliches Bild. Eine große Bandbreite an Verfahren, Anwendungen und Zielen wird genannt. Unterschiedliche Betonungen sind mitunter bereits in den Begriffserklärungen herauszulesen. Die Bezeichnungen „Verfahren", „Technik", „Instrument" und „Methode" verschwimmen hierbei immer wieder.

Kommunikation ist jedenfalls das Objekt inhaltsanalytischer Operationen. In der Regel werden die Kommunikationsinhalte in Gestalt von Texten analysiert. *Neuendorf* unterscheidet diesbezüglich zwischen der Analyse der Form und des Inhalts von Kommunikationsprodukten (Neuendorf 2002, 24). Sehr allgemein wird die Inhaltsanalyse von *Roessler* als eine systematische, empirische Untersuchungsmethode definiert, die zum Ziel hat, Kommunikationsinhalte zu beschreiben und vergleichbare Informationen zusammenzufassen, indem sie darin Muster und Tendenzen untersucht (Roessler 2010, 18). Nach *Mayring* kann es sich hierbei auch um symbolische Ausdrucksformen von Kommunikation handeln. Voraussetzung dafür ist eine Form von fixierter, unveränderlicher, *„nonreaktiver"* (Roessler 2010, 23) Kommunikation (Mayring 2015, 12). Diese Eigenschaft gehört nach *Laver, Benoit* und *Garry* zu den besonderen methodischen Vorteilen von Inhaltsanalysen: *„They can be analyzed, reanalyzed, and reanalyzed again without becoming jaded or uncooperative"* (Laver, Benoit & Garry 2003, 311). *Berelson*, einer der ersten klassischen Vertreter der sozialwissenschaftlichen Inhaltsanalyse, streicht die systematische Vorgehensweise als wesentliches Charakteristikum einer Inhaltsanalyse hervor: *„Content analysis is a research technique for objective systematic and quantitative description of the manifest content of communication"* (Berelson 1952, 489). Ähnliches bezeichnet die Definition *Neuendorfs*: *„Systematic, objective, quantitative analysis of message characteristics"* (Neuendorf 2002, 1). In beiden Begriffsbeschreibungen wird der Fokus auf eine quantitative Analyse gelegt.

Weitere Definitionen haben inhaltsanalytische Verfahren deutlich ausdifferenziert und auf problematische Annahmen hingewiesen: Engführungen auf den manifesten Inhalt wie bei

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Berelson beziehungsweise auf Objektivität wie bei *Neuendorf* werden mitunter kritisiert. *Früh* vermeidet diesbezüglich die Begrenzung auf manifeste und quantitative Inhalte sowie den Begriff der „Objektivität“ und verweist stattdessen auf „intersubjektive Nachvollziehbarkeit“: *„Die Inhaltsanalyse ist eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen.“* (Früh 1998, 27)

Wie in der vorliegenden Arbeit wird in vielen Fällen die Inhaltsanalyse als eine quantitative Methode betrachtet. Neuere Zugänge verbinden damit jedoch auch qualitative Forschungsinteressen und suchen nach Erkenntnissen, die über die quantitative Inhaltsanalyse hinausgehen. Von diesen wird kritisiert, dass durch quantitative Techniken bloß oberflächliche, überwiegend deskriptiv ausgewertete Ergebnisse zutage treten und diese mitunter zu eng auf manifeste Sprache begrenzt sind (Roessler 2010, 20–21). *Früh* erlaubt daher, nicht nur inhaltliche und formale Merkmale von Informationen zu beschreiben, sondern auch interpretative Schlussfolgerungen zu formulieren (Früh 1998, 27).

Mit der Herausbildung einer Kommunikations- und Mediengesellschaft fand die Inhaltsanalyse in den Sozialwissenschaften bemerkbaren Aufwind. Sie wird vielfach als kommunikationswissenschaftliche Methode bezeichnet, da sich dieses Instrument in diesem Fach in besonderer Weise fortentwickelt hat (Früh 1998, 12). Das zunehmende Interesse an Propagandaforschung und die Vervielfachung von Medieninhalten waren ausschlaggebende Gründe für den Erfolg in dieser Disziplin (Roessler 2010, 15). Darüber hinaus hat sich die Untersuchung von Kommunikation mithilfe der Inhaltsanalyse auch als ein zentrales Element der Politikwissenschaft elaboriert (Grimmer & Stewart 2013, 267). Die chronologische Entwicklung der Inhaltsanalyse als empirische Methode in den Sozialwissenschaften kann nach *Mayring* in vier verschiedene Phasen differenziert werden (vgl. Mayring 2000, 2):

1.) Zu den Vorläufern der Inhaltsanalyse zählen textanalytische, textvergleichende und hermeneutische Ansätze wie frühe Zeitungsanalysen.
2.) Die kommunikationswissenschaftliche Grundlegung passierte in den 20er und 30er Jahren des 20. Jahrhunderts. Vor allem Paul F. Lazarsfeld und Harold Lasswell haben die Basis für eine quantitativ orientierte Analyse von Massenmedien gelegt. *Berelson* verfasste 1952 wiederum das erste umfassende Lehrbuch (Berelson 1952) zur Thematik.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

3.) In den 60er Jahren fanden inhaltsanalytische Ansätze auch in der Linguistik, Psychologie, Soziologie und der Geschichtswissenschaft Anklang und wurden somit interdisziplinär erweitert und spezifiziert.
4.) Mitte des 20. Jahrhunderts wurde Kritik an zu oberflächlichen Ergebnissen inhaltsanalytischer Untersuchungsmethoden geäußert und wurden Einwände gegen Vorgehensweisen, die latente Sinnstrukturen nicht erfassen, vorgebracht. Daraus entwickelten sich erste Ansätze einer qualitativ orientierten Inhaltsanalyse.

In den letzten Jahren haben sich zunehmend komplexer werdende Auswertungsmodelle inhaltsanalytischer Methoden herausgebildet (Mayring 2015, 9–10). Großes Datenmaterial kann durch computergestützte Analyseformen bewältigt werden, die mittlerweile auch Unterstützung auf der Suche nach latenten Sinnstrukturen geben. Die Inhaltsanalyse im Rahmen der vorliegenden Arbeit fokussiert sich dennoch ausschließlich auf manifeste Inhalte und greift auf eine händische Auswertungsmethode zurück.

2.) Erkenntnisziele und Forschungsprozess

Anhand inhaltsanalytischer Verfahren lassen sich Systematisierungen von Informationen und zugleich eine Reduktion der Komplexität der Kommunikationsprodukte durchführen, indem zentrale Kommunikationsmuster herausgearbeitet werden (Roessler 2010, 19). *„Content analysis summarizes rather than reports all details concerning a message set“*, fasst *Neuendorf* die Aufgabe der Inhaltsanalyse zusammen (Neuendorf 2002, 15). Durch standardisierte Verfahren erzeugt die Inhaltsanalyse systematische Erkenntnisse. Sie hat die Aufgabe, formale und inhaltliche Merkmale von Mitteilungen zu beschreiben, woraus wiederum interpretative Schlussfolgerungen abgeleitet werden können (Früh 1998, 27).
Um systematisch vorgehen zu können, braucht es wiederum ein theoriegeleitetes Regelwerk (Mayring 2015, 13-16). Dieses Regelwerk muss im Vorhinein in Form eines „Codebuches“ niedergeschrieben werden (Neuendorf 2002, 11). Codebücher dienen als Anweisungen für die Codierung der Einzelbestandteile des Kommunikationsprodukts und deren Einordnung in Kategorien. Sie sind wesentliche Elemente des Forschungsprozesses. Um diesen für andere Personen intersubjektiv nachvollziehbar zu machen, sind transparente Handlungsanleitungen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

nötig. So müssen Codebücher sicherstellen, dass Codierungen bei wiederholter Anwendung auf dasselbe Material zu denselben Ergebnissen führen (Roessler 2010, 95).

Der Ablauf einer Inhaltsanalyse wird von unterschiedlichen Autor*innen weitgehend ähnlich beschrieben (Merten 1995; Früh 1998; Gläser & Laudel 2010; Roessler 2010): Kommunikationsprodukte werden in Analyseeinheiten zerlegt, ihre Einzelbestandteile mit Codes versehen und diese unterschiedlichen Kategorien zugeordnet, die im Codebuch festgelegt sind. Dadurch können in der Folge Daten gewonnen werden. Abgeleitet von der jeweiligen Forschungsfrage dienen die Kategorien als Gliederung, die abhängig vom Ziel der Analyse ausgewählt werden. Die Bezugsgrößen variieren je nach Art der Inhaltsanalyse: Bei der manifesten Codierung werden Wörter, Sätze und Absätze in Kategorien des Analyseschemas zugeordnet. Latente Codierungen orientieren sich wiederum an Bedeutungen, die mitunter dem gesamten Text zugrunde liegen (Gemenis 2015, 2293). Dadurch gelangt man zu Schlussfolgerungen, die mitunter auch über die eigentlichen Texte hinausgehen können.

Früh gliedert den standardisierten Untersuchungsablauf eines inhaltsanalytischen Forschungsprozesses in folgende Schritte (vgl. Früh 1998, 91):

1.) Planungsphase: Problemstellung, Hypothesenbildung
2.) Entwicklungsphase: Theoriegeleitete Kategorienbildung (Bestimmung von Art und Struktur der Daten), empiriegeleitete Kategorienbildung (Operationalisierung: Definition der Kategorien und Codier-Regeln, Bestimmung der Analyse-, Codier- und Kontexteinheiten)
3.) Testphase: Probecodierung, Codier-Schulung mit Validitäts- und Reliabilitätstest
4.) Anwendungsphase: Durchführung der Codierung
5.) Auswertungsphase: Aufbereitung der Daten und Datenerfassung, Datenkontrolle und Datenbereinigung, Auswertung (nach statistischen Verfahren)
6.) Interpretation: Inferenzschlüsse auf Kommunikator*innen und Rezipient*innen

Erkenntnis kann – wie im Rahmen der vorliegenden Arbeit – vor allem durch Vergleiche (Roessler 2010, 36), aber auch durch *„interpretative Inferenz“* (Früh 1998, 25) erfolgen: *„Content analysis is a research technique for making replicable and valid inferences from data to their context“* (Krippendorff 1982, 21), stellt *Krippendorff* fest und präzisiert: *„Moreover, we believe that all theories of meaning, all theories of symbolic phenomena, including theories*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

of message content, are alike in concerning themselves with the relationship between data and their context" (Krippendorff 1982, 23). Auch *Merten* weist auf den Kommunikationskontext hin, der den Inhalt maßgeblich mitbestimmt.

Auch bei anderen Autor*innen wie *Merten* wird hinsichtlich der Erkenntnisziele einer Inhaltsanalyse neben der Erkenntnisgewinnung durch manifesten Inhalt die Berücksichtigung des Kontexts nahegelegt, in welchem das Kommunikationsprodukt angefertigt wurde (Merten 1995, 14–16). Dies gelingt nach *Kuckartz* nur dann, wenn der Text verstanden wird und eigene Vorurteile reflektiert werden. Dafür ist es notwendig, nicht nur Zeichen und Wörter eines Textes oder seine syntaktischen Eigenschaften auszuwerten. Zu beachten ist diesbezüglich beispielsweise auch die Eigenlogik des jeweiligen Mediums, das die kommunizierten Informationen transportiert, genauso wie Nachrichtenwertfaktoren, die in einen Text Eingang gefunden haben (Kuckartz 2014, 29–30). *Kromrey* fordert, dass *„nicht nur von Daten über Textteile (oder andere Dokumente) auf Tendenzen in den Texten (Dokumenten) selbst geschlossen wird, sondern dass die herausgelesenen Informationen genutzt werden, um Aussagen über die soziale Realität außerhalb der Texte (Dokumente) zu gewinnen"* (Kromrey 2009, 301), um Schlüsse zu treffen, *„die über das einzelne analysierte Dokument hinaus verallgemeinerbar sein sollen"* (Kromrey 2009, 301). In diesem Fall sind die Texte nicht selbst der Gegenstand des Auswertungsinteresses, sondern übernehmen die Funktion der Informationsträger über die soziale Wirklichkeit (Kromrey 2009, 301).

Da Kommunikation stets in eine spezifische soziale Situation eingebettet ist, gilt die Inhaltsanalyse neben anderen empirischen Methoden wie Befragungen oder Beobachtungen als ein Instrument zur Erhebung von sozialer Wirklichkeit. Dem liegt die methodologische Annahme zugrunde, dass es einen Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Auftretens von spezifischen Variablen in der Kommunikation und der Bedeutung des Sachverhalts, den sie beschreiben, geben muss (Gläser & Laudel 2010, 198). Dieser Aussage schließt sich auch *Mayring* an, indem er konstatiert, dass sich Inhaltsanalysen nicht nur mit der Analyse von Kommunikationsinhalten beschäftigen (Mayring 2015, 13). Die Deskription des Inhalts, den Vergleich unterschiedlicher Quellen und die Analyse von Veränderungen im Zeitverlauf bezeichnet *Roessler* als *„eine notwendige, aber nicht hinreichende Voraussetzung für die sozialwissenschaftliche Inhaltsanalyse"* (Roessler 2010, 28). Die Inhaltsanalyse benötigt – wie in der vorliegenden Arbeit – aus diesem Grund häufig auch ergänzende Datenerhebungen, um

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ein vollständigeres Bild hinsichtlich der Einbeziehung der Kontextualisierung zu zeigen (Laver & Garry 2000, 620).

Speziell zum theoretischen Zugang der vorliegenden Arbeit passend, will die Inhaltsanalyse auch Aussagen über Kommunikator*innen beziehungsweise Rezipient*innen treffen. *Neuendorf* bezeichnet den Prozess der Inhaltsanalyse beispielsweise als *„careful examination of human interactions“* (Neuendorf 2002, 1). *Laver* und *Garry* ergänzen: *„the relative frequency that a subject is mentioned does not really matter. What matters is the general position that is born out of the text“* (Laver & Garry 2000, 620). Die Inhaltsanalyse erlaubt demnach Aussagen über Kommunikator*innen oder Rezipient*innen, die nicht oder nicht mehr erreichbar sind, sowie über den gesellschaftlichen und sozialen Kontext, in dem sich diese bewegen oder bewegten (Früh 1998, 39; Roessler 2010, 2).

3.) Schlüsselprobleme und Grenzen

Die große Bandbreite an unterschiedlichen Zugängen zur Inhaltsanalyse macht es schwierig, Abgrenzungen vorzunehmen. Weitgehend einig zeigt sich die Literatur, dass diskursanalytische, rhetorische oder sozialkonstruktivistische Analyseverfahren grundsätzlich nicht zur Methode der Inhaltsanalyse gezählt werden, da objektive und replizierbare Ergebnisse dadurch nicht hergestellt werden können. Im Umkehrschluss ist aber nicht zu konstatieren, dass Objektivität die Voraussetzung für inhaltsanalytische Verfahren sein muss. Als sozialwissenschaftliches Instrument muss sich die Inhaltsanalyse natürlich die Frage stellen lassen, wie bei inhaltsanalytischen Verfahren objektive Beschreibung erreicht werden kann. Bei der Erfassung von Kommunikation sind Verständnisprobleme und Interpretationsspielräume zwischen unterschiedlichen Personen nicht zu vermeiden. Die Inhaltsanalyse muss sich den Vorwurf gefallen lassen, dass die Forscher*innen das eigene Vorwissen und die eigenen Perspektiven auf das zu untersuchende Kommunikationsprodukt nicht völlig beiseiteschieben können. *„Die Forderung nach Objektivität läuft daher auf ein vorsätzliches Nichtverstehen von Texten hinaus“* (Merten 1995, 49), formuliert *Merten* die uneinlösbare Forderung und schränkt jedoch ein, dass der Anspruch für die Einhaltung von Objektivität nur dann verletzt werde, *„sofern die Regeln, nach denen ein beliebiger Rezipient den Text rezipiert […], nicht explizit gemacht werden“* (Merten 1995, 49).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

In der neueren Literatur wird dieser Anspruch durch die Forderung nach Transparenz und Nachvollziehbarkeit ersetzt, um so Intersubjektivität zu erreichen: Standardisierte Inhaltsanalyse versucht daher, durch möglichst präzise Regeln die Codierungen nachvollziehbar zu machen. Unterschiedliche Personen sollten demnach bei Anwendung desselben Instruments auf dasselbe Material zu denselben Ergebnissen kommen (Roessler 2010, 22–24). Mit Hilfe der Kategoriendefinitionen und der Codier-Anweisungen soll die Zuordnung zu Kategorien möglichst präzise offengelegt werden. Codebücher – wie auch in der vorliegenden Arbeit *(siehe Appendix)* – definieren eine Suchstrategie und geben somit Entscheidungshilfen vor. Die Forscher*innen stehen bei der Konzeption des Codebuchs mitunter in einem Spannungsverhältnis: Interpretationsbandbreiten sind möglichst präzise zu bestimmen. Es bleibt ihnen überlassen, in welchem Ausmaß die gesuchten Textmerkmale manifest sein müssen bzw. wie viel an Interpretationsspielraum den Codierer*innen zugestanden wird. Werden nur klare und eindeutige Zuordnungen gewählt, dann können im Forschungsprozess für die Ausgangsfrage relevante Inhalte verloren gehen. Werden hingegen auch „weiche“ Parameter in die Analyse eingelassen, dann könnte die Untersuchung an Zuverlässigkeit verlieren (Früh 1998, 100–102).

Zuverlässigkeitsprobleme entstehen jedoch nicht nur, wenn mehrere Codierer*innen aufgrund unterschiedlicher Sprachgefühle und subjektiver Einstellungen zum Inhalt verschiedene Ergebnisse erbringen – was aufgrund der Einzelarbeit der Forscherin bei der vorliegenden Inhaltsanalyse nicht der Fall ist. Aber auch eine Person kann aufgrund von Ermüdungserscheinungen oder Lernprozessen instabile Codierungen und unterschiedliche Interpretationen durchführen (Kromrey 2009, 320–321). Probleme im Umgang mit Interpretationsspielräumen treten speziell beim Codieren von latenten Inhalten beziehungsweise bei der Verwendung qualitativer Zugänge der Inhaltsanalyse auf, was in der vorliegenden Arbeit ebenfalls vermieden wurde. Wenn jedoch bei der Erhebung sozialer Wirklichkeit von manifesten Merkmalen eines Textes auf nicht-manifeste Merkmale eines Kontextes geschlossen wird, können ebenfalls Spielräume entstehen, mit denen systematisch umgegangen werden muss (Merten 1995, 15). Die vorliegende Arbeit löst dieses Problem durch das Hinzufügen von weiteren empirischen Methoden.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

8.2.2 Befragungen allgemein

1.) Definition und Charakteristika

Pluralistische und funktional ausdifferenzierte Gesellschaften sind einer direkten Beobachtung mitunter entzogen und auf Befragungen angewiesen, um Informationen über individuelle und kollektiv-strukturelle Entwicklungen zu erhalten. Dafür stellt die Umfrageforschung spezielle Instrumente bereit (Jacob, Heinz & Décieux 2013, 7–19). Mit der empirischen Kommunikationsforschung brachten Paul F. Lazarsfeld und Max Weber zu Beginn des 20. Jahrhunderts wesentliche Impulse für die Umfrageforschung (Scholl 2015, 15). Ab den 1980er Jahren entwickelten sich schließlich konkrete Theorien für Befragungen und die Gestaltung von Fragebögen als wissenschaftliche Teildisziplin heraus. Seither existieren systematische Konzepte, die Fragebogengestaltung als einen wesentlichen Bestandteil einer Befragungssituation verstehen (Porst 2008, 13).

Der Fragebogen ist ein zentrales Instrument, um Daten mit Hilfe von unterschiedlichen empirischen Methoden zu erheben. Unabhängig vom Verfahren der Befragung – ob face-to-face, telefonisch, schriftlich oder online – ist jede Frage an einen speziellen Zeichenträger und an eine Kommunikationshandlung gebunden, mit deren Ausführung das Ziel verfolgt wird, Informationen zu erhalten (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 18; Scholl 2015, 29). Die Literatur kategorisiert den Befragungsprozess einerseits nach der Administrationsform (Interviewer*in oder computerunterstützt) sowie andererseits nach den Kommunikationskanälen bzw. der eingesetzten Befragungstechnologie (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 14–30). Bei der Beschaffung der Informationen wird zwischen folgenden Frageformen unterschieden: geschlossene Fragen (alle Antwortmöglichkeiten werden durch Antwortvorgaben abgedeckt), offene Fragen (es werden keine Antwortvorgaben gemacht) und Hybridfragen (feste Antwortvorgaben mit der Möglichkeit, zusätzliche nicht vorgesehene Antworten zu geben). Andere Prinzipien unterscheiden zwischen Fakt-Fragen (Fragen nach gegenwärtigen oder vergangenen Fakten), Wissensfragen (Kenntnisse), Einstellungs- und Meinungsfragen (Beurteilungen und Bewertungen) sowie Überzeugungsfragen (Einschätzungen gegenwärtiger, vergangener oder vermuteter zukünftiger Realität) (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 19–20).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Erkenntnisziele und Forschungsprozess

Die Befragungen der vorliegenden Arbeit fokussieren sich auf zwei spezifische Herangehensweisen im Forschungsprozess: Zum einen werden *explorative Befragungen* verwendet. Sie eignen sich, weil bisher keine oder nur wenige empirische Erkenntnisse zu einem bestimmten Forschungsgebiet vorliegen, um die dortigen Prozesse und typischen Sichtweisen kennenzulernen. Zum anderen zielen *deskriptive bzw. fundierende Befragungen* auf die Rekonstruktion des Untersuchungsbereichs. Dabei steht eine möglichst umfassende Beschreibung mit einer klar definierten Grundgesamtheit und Stichprobe im Zentrum des Forschungsinteresses (Lamnek 2005, 333; Jacob, Heinz & Décieux 2013, 62).

Die konkreten Forschungsfragen werden sowohl durch quantitative als auch qualitative Befragungen beantwortet: Der quantitative Teil kennzeichnet sich durch einen linearen Forschungsprozess mit einer standardisierten Vorgehensweise und repräsentativen Stichproben. Die Beschreibung von Merkmalen und und deren Zusammenhängen steht dabei im Zentrum (Gläser & Laudel 2010, 25). Der qualitative Teil realisiert sich in einem nicht-linearen Forschungsablauf und zeichnet sich durch Offenheit für Aspekte, die sich während der Forschung ergeben, und die Prioritäten-Setzung der Befragten aus. Problemorientierung sowie die Beschreibung und Untersuchung von Zusammenhängen im Kontext von Einzelfällen ist hierbei das Ziel (Burzan 2015, 24). Im Gegensatz zur quantitativen Forschung kommt hier die Subjektbezogenheit zum Ausdruck (Mayring 2016, 19–23).

3.) Schlüsselprobleme und Grenzen

Die Datensammlung und Qualität von Fragen ist eine wichtige Determinante einer Umfrage und Voraussetzung für die Datenqualität. Diese wird von *Blasius* und *Thiessen* als *„umbrella concept that covers three main sources affecting the trustworthiness of any survey data: study architecture, data collection, respondent behaviours"* (Blasius & Thiessen 2012, 1) bezeichnet. Datenqualität hängt davon ab, in welchem Ausmaß es bereits beim Entwurf der Frage gelingt, die Eigenschaften der Befragten, die Prozesse der Informationsverarbeitung bei den Befragten und die zu erwartenden Wechselwirkungen der Befragten mit den Merkmalen der Fragen zu berücksichtigen (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 9).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Ob die von den Befragten gefundene Antwort tatsächlich geäußert wird oder nicht, muss jedoch offengelassen werden. Dass von den für den empirischen Teil dieser Arbeit befragten Personen, welche in Hinblick auf mitunter heikle Aspekte der vorliegenden Befragung bestimmte Interessenslagen mitbringen, Antworten verzerrt oder verschwiegen werden, muss bei der Rezeption dieser Arbeit freilich mitgedacht werden. Die Verschiebung vom wahren Ergebnis zum mitgeteilten Ergebnis kann systematisch (z. B. Selbstdarstellung, Konformität mit gesellschaftlichen Normen) oder zufällig (z. B. Ermüdung, Desinteresse) sein (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 37–42). Dazu gehören auch Einflüsse auf das Antwortverhalten der Befragten durch die Reihenfolge der Frage bzw. aus der Interviewsituation wie Zeitdruck oder soziale Interaktion (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 76–79).

Zusätzlich gilt es bei einer solchen Analyse freilich auch, eventuelle Verzerrungen zu berücksichtigen, die sich aus den Eigenschaften der Befragten und ihren betrieblichen und institutionellen Zwängen heraus entwickeln können (Blasius & Thiessen 2012, 162–163). Ein Aspekt, der im Rahmen der vorliegenden Arbeit zutrifft und besonders zu berücksichtigen ist: Angehörige einer Elite, die als Expert*innen befragt werden, neigen mitunter zu Kontrolle und Dominanz des Interviews und sind überkommunikativ, um in der Befragungssituation ihrer Ansicht nach wichtige Sachverhalte und Wertungen unterzubringen (Richards 1996, 201–202).

Eine weitere Kritik an Befragungen, die im Rahmen der Analyse der vorliegenden Befragungsergebnisse ebenso mitgedacht werden muss, betrifft die Übertragbarkeit der Daten einer Befragungssituation auf die Interpretation des Alltagshandelns: Die Herauslösung des*der Befragten aus dem sozialen Kontext wird mitunter als problematisch festgestellt, wenn die Befragung soziales Handeln erklären möchte (Taddicken 2009, 101). Nach *Taddicken* müssen *„Effekte der sozialen Entkontextualisierung“* (Taddicken 2009, 85) bei der Interpretation der Daten daher stets berücksichtigt werden.

Um Intersubjektivität herzustellen, muss schließlich auch die eigene Forscher*innenrolle reflektiert werden. Die Standortgebundenheit und das Vorgehen im Forschungsprozess sind klar zu dokumentieren *(siehe Kapitel 7.3)* (Burzan 2015, 28).

In den beiden folgenden Abschnitten *(Kapitel 8.2.3 und Kapitel 8.2.4)* werden mit der Online-Befragung und mit Expert*innen-Interviews jene Bereiche der empirischen Umfrageforschung

10.15772/ANDRASSY.2021.001

in den Blick genommen, welche für das Verständnis des Forschungsdesigns dieser vorliegenden Arbeit von Bedeutung sind.

8.2.3 Schriftliche Online-Befragung

1.) Definition und Charakteristika

Kommunikations- und Informationstechnologien eröffnen neue Möglichkeiten für die empirische Sozialforschung: Durch die Verbreitung des Internets entwickelte sich elektronisch gestützte Datenerhebung wie die computerbasierte schriftliche Online-Befragung zu einem häufig genützten Instrument. Im Gegensatz zu einem herkömmlichen, gedruckten Fragebogen wird ein Online-Fragebogen in einem Webbrowser programmiert und ausgefüllt. Das Internet dient hierfür einerseits als Methode, andererseits als Kommunikationskanal sowie gleichzeitig als Forschungsgegenstand, indem es Aufschluss über die Nutzung, Rezeption und Produktion von digitalen Inhalten gibt (Kuckartz et al. 2009, 107; Scholl 2015, 53).

Eine Online-Befragung kennzeichnet sich als kostengünstige und zeitsparende Methode, die über große Entfernungen sowie ohne zeitliche Abhängigkeit durchgeführt werden kann. Aufgrund ihrer technischen Möglichkeiten zeigt sie gegenüber anderen Befragungsinstrumenten deutliche Vorteile – sowohl bei der Erhebung als auch bei der Aufbereitung der Daten: Durch Online-Befragungen können große Stichproben erfasst werden, deren Daten schnell verfügbar sind. Mittels mitunter auch komplexer Filtersetzungen sowie Variationen der Fragereihenfolge (ohne dass Befragte dies in Erfahrung bringen) kann die Datenqualität verbessert werden (Kuckartz et al. 2009, 10–12; Zerback et al. 2009, 27; Jacob, Heinz & Décieux 2013, 110; Scholl 2015, 57–58). Online-Tools für die Zusammenstellung von Fragebögen umfassen darüber hinaus auch Programme zur Datenauswertung und Datenpräsentation. Diese direkte Verfügbarkeit der Daten gleich nach der Beantwortung erleichtert die Verarbeitung und Aufbereitung der Umfrage-Ergebnisse (Kuckartz et al. 2009, 34; Scholl 2015, 182).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Erkenntnisziele und Forschungsprozess

Online-Befragungen eignen sich vor allem, wenn Erkenntnisse über große Stichproben angestrebt werden. Für die Erkenntnisgewinnung ermöglichen sie Kombinationen von standardisierten und offenen Antworten und somit eine gleichzeitige Erhebung quantitativer und qualitativer Daten (Kuckartz et al. 2009, 9).

Bei der Planung des Befragungsprozesses müssen allerdings spezifische Eigenschaften der Zielgruppe im Vorhinein berücksichtigt werden: Für große Rücklaufquoten sind Zugang bzw. Affinität zur Computernutzung Grundvoraussetzung. Resultate zu Ausschöpfungsquoten zeigen, dass sich homogene Gruppen, die vom Befragungsthema unmittelbar betroffen sind, eher zur Teilnahme bereit zeigen. Universitäre Befragungen werden mitunter als wichtiger eingestuft und eher beantwortet. Auch jene Personen, welche die Studie als Gelegenheit zur Selbstreflexion sehen, sind darüber hinaus häufiger zu einer Teilnahme bereit (Baur & Florian 2009, 121–122; Kuckartz et al. 2009, 115; Maurer & Jandura 2009, 67).

Aufgrund des erhöhten Abbruchrisikos von Online-Erhebungen ist ein Pretest des Fragebogens im Vergleich zu anderen empirischen Methoden noch dringender notwendig (Kuckartz et al. 2009, 37). Beim Forschungsprozess ist zu berücksichtigen, dass in der Stichprobe auch falsche oder nicht mehr genutzte E-Mail-Adressen inkludiert sein können und die Online-Befragungssituation insgesamt weniger kontrollierbar und intransparenter verläuft als bei herkömmlichen Befragungen (Baur & Florian 2009, 122; Kuckartz et al. 2009, 9). Angesichts der Stichprobenprobleme ist eine möglichst genaue Versand- und Rücklaufstatistik notwendig, um die Ausschöpfungsquote sowie die Abbruch- und die Abschlussquote derer, die den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben, ermitteln zu können (Scholl 2015, 181). *Faulbaum, Prüfer* und *Rexroth* machen auch auf mögliche Einflüsse der Anordnung, der Antwortkategorien sowie der grafischen Layouts der Online-Fragebögen aufmerksam. Die Gestaltung von Antwortskalen und Antwortvorgaben kann sowohl die Messung als auch den Erfolg einer Frage beeinflussen. Je feiner die Skala, desto leichter fällt meist eine Differenzierung der Antworten. Zu viele Skalenpunkte reduzieren allerdings die Klarheit der Antwort-Alternativen (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 65–73).

Der Auswertungsprozess selbst stützt sich auf die Vorgaben der Forschungsfragen. Generell kennzeichnet er sich einerseits durch einen fallübergreifenden Überblick über das Antworten-

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Spektrum und andererseits durch eine fallorientierte Erkundung von Daten, die Beziehungen zwischen den vorhandenen Merkmalen herausarbeitet (Kuckartz et al. 2009, 66–72).

3.) Schlüsselprobleme und Grenzen

Bei Online-Befragungen sind zur Gänze kontrollierte Stichproben kaum möglich, da die Auswahl nicht eindeutig festgelegt werden kann. Wird ein E-Mail-Verzeichnis ausgewählt, ist mitunter unklar, wie dieses zustande gekommen ist und ob möglicherweise Personen inkludiert werden, die nicht zur Zielgruppe gehören bzw. mehrfach erfasst sind (Maurer & Jandura 2009, 71; Jacob, Heinz & Décieux 2013, 112; Scholl 2015, 54–55). Auch weil die Identität der Befragten nicht überprüfbar ist, werden mitunter Bedenken hinsichtlich der Repräsentativität geäußert und auf daraus resultierende Einschränkungen in der Aussagekraft hingewiesen (Welker & Matzat 2009, 39; Zerback et al. 2009, 18).

Zur Beteiligung bei Online-Befragungen sind unterschiedliche Befunde in der Literatur zu finden: *Pötschke* spricht von einer hohen Akzeptanz der Online-Befragung im Vergleich zu anderen Befragungsformen. Andererseits geht man aber auch von deutlich niedrigeren Rücklaufquoten aus. Befragungen im Internet schränken jedenfalls die Auswahlpopulation von Vornherein ein. Abgesehen von einer notwendigen Internet-Affinität der Befragten, die in der vorliegenden Studie definitiv gegeben ist, werden bei der Internetnutzung demographische Unterschiede deutlich: *Pötschke* weist diesbezüglich auf geschlechtsspezifische Rücklaufquoten zugunsten von Männern und auf eine verstärkte Präsenz von Personen mit technischen Kompetenzen, die Online-Befragungen präferieren, hin (Pötschke 2009, 78).

Ein weiteres Problem, das in der Literatur beschrieben wird, betrifft die Häufigkeit von Online-Befragungen. Aufgrund praktikabler Verwendungen und geringer Kosten tragen sie mitunter zur Belästigung und dadurch auch zu einer Verschlechterung der Feldbedingungen bei. Durch die Zunahme der Anzahl von Online-Befragungen wird eine Teilnahme selektiver, und Fehler in punkto Repräsentativität steigen durch vermehrte Nicht-Antworten (Jacob, Heinz & Décieux 2013, 110). Dies ist unter anderem ein Grund, weshalb in der vorliegenden Studie auf eine Befragung der Beamt*innen der Europäischen Kommission verzichtet wurde.

Das Internet erleichtert jedoch auch nonkonformes Verhalten ohne Sanktionen. Studien zeigen daher mitunter, dass Online-Befragungen durch den Wegfall von direkten Einflüssen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Interviewer*innen tendenziell zu höherer Offenheit und Ehrlichkeit seitens der Befragten führen. Es wird erwartet, weniger häufig verzerrte Antworten aufgrund von sozialer Erwünschtheit zu erhalten, sodass vor allem bei heikleren und tabuisierten Fragestellungen durch Online-Befragungen Daten mit höherer Güte generiert werden können (Taddicken 2009, 101–102; Baur & Florian 2009, 109).

Auch zur Einschätzung der Anonymität gibt es widersprüchliche Befunde: Einerseits wird von Teilnehmer*innen der Grad an Anonymität bei Online-Befragungen als noch höher als bei der herkömmlichen schriftlichen Befragung empfunden, andererseits wird aber auch zusätzliche Skepsis ausgedrückt (Jacob, Heinz & Décieux 2013, 111).

Und schließlich sind bei der Konzeption einer Online-Befragungen und bei der Interpretation ihrer Ergebnisse aus inhaltlicher Perspektive ebenso Grenzen zu berücksichtigen: Online-Erhebungen sind für die Erforschung von Narrationen nicht geeignet, und generell sind Antworten, die sich durch weniger persönliche Tiefe kennzeichnen, zu erwarten (Kuckartz et al. 2009, 114).

8.2.4 Mündliche Expert*innen-Interviews

1.) Definition und Charakteristika

Expert*innen dienen als Vermittler*innen von Spezialwissen über die zu erforschenden sozialen Sachverhalte. Interviews mit ihnen sind eine geeignete Methode, dieses Wissen zu erschließen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Expert*innen nicht bloß das „Objekt“ der Untersuchung, sondern vielmehr „Zeugen“ der Prozesse sind, die für die Forschungsfrage von Relevanz sind (Gläser & Laudel 2010, 12). Obwohl in der deutschsprachigen Forschung der Expert*innen-Begriff aufgrund von historischen Belastungen des Eliten-Begriffs umstritten ist, hat sich die Bezeichnung im Zusammenhang mit Befragungen von Angehörigen einer Funktionselite durchgesetzt. Aufgrund ihrer Position verfügen sie über besondere Informationen und besonderes Wissen zu sozialen Sachverhalten (Gläser & Laudel 2010, 10–13).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Erkenntnisziele und Forschungsprozess

Informationen von Expert*innen sind speziell für die Beforschung jener Bereiche des sozialen Lebens wichtig, die sich – wie im Fall der vorliegenden Arbeit – nicht transparent und wenig zugänglich zeigen, aber für demokratische Prozesse Bedeutung haben: *„Nur die unmittelbar Beteiligten haben dieses Wissen, und jeder von ihnen hat aufgrund seiner individuellen Position und seiner persönlichen Beobachtungen eine besondere Perspektive auf den jeweiligen Sachverhalt."* (Gläser & Laudel 2010, 11).

Im Forschungsprozess werden explorative und deskriptive bzw. fundierende Zugänge gewählt: Während bei ersterem das subjektive Deutungswissen im Vordergrund steht, wird das zweitere vor allem zur detaillierten Rekonstruktion von Prozessabläufen genützt – speziell wenn Prozesse komplex sind (Lamnek 2005, 333; Jacob, Heinz & Décieux 2013, 62):

Explorative Interviews im Rahmen der vorliegenden Arbeit dienen zur Sammlung von technischem Wissen und Prozesswissen sowie zur ersten Exploration von Deutungswissen, um das Problembewusstsein der Forscherin zu schärfen, weil bislang noch kaum fundierte Annahmen zum Forschungsfeld vorliegen. Unterschiedliche handlungsanleitende Interpretationen, Routinen, Entscheidungs- und Handlungsgrundsätze im Feld werden eruiert. Dabei steht die subjektive Dimension des Wissens im Mittelpunkt (Bogner, Littig & Menz 2014, 22–25). Die Fragen dafür ergeben sich weniger aus konzeptionellen Vorüberlegungen, sondern aus der unmittelbaren Beobachtung der Umwelt. Sie dienen für später erfolgende stärker standardisierte oder strukturierte Analysen (Kaiser 2014, 29–30). Interviews mit stärker deskriptivem bzw. fundierendem Charakter suchen im Rahmen der vorliegenden Arbeit nach einer möglichst umfassenden Erhebung des Wissens zum Forschungsthema. Wissen wird hier differenzierter abgefragt, verdeckte Informationen sollen ans Tageslicht kommen und Lücken geschlossen werden (Bogner, Littig & Menz 2014, 22-25). Der explorative Befragungscharakter wird vor allem bei den Leitfaden-Interviews I *(siehe Kapitel 9.3.2)* betont. Bei den Leitfaden-Interviews II *(siehe Kapitel 9.3.4)* kommt – neben dem explorativen Forschungszugang – vermehrt auch das deskriptive bzw. fundierende Interview zum Tragen.

Bei der Abfrage von *technischem Wissen* (Daten, Fakten) wird der*die Expert*in als Überbringer*in von Informationen konzeptualisiert. Diese Art von Erkenntnisgewinnung kann grundsätzlich zwar nicht als Stärke der Expert*innen-Interviews betrachtet werden, da sich Expert*innen als Fehlerquellen herausstellen können. Wenn jedoch Informationen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

anderweitig gar nicht oder kaum zugänglich sind, was auf die vorliegende Arbeit zutrifft, kann dennoch darauf zurückgegriffen werden. Fokussiert sich die Befragung auf das *Prozesswissen* des*der Expert*in, so werden Einsichten in Handlungsabläufe, Interaktionen und strukturelle Konstellationen eruiert, in welche die Befragten involviert sind. Die Erkenntnisse sind weniger dem Bereich des Fachwissens im engeren Sinn, sondern mehr dem personen- und standortgebundenen Erfahrungswissen zuzuordnen. *Deutungswissen* sucht wiederum nach Relevanzen, Sichtweisen und Interpretationen der Expert*innen. Dieses umfasst auch subjektive Bewertungen und zielt auf perspektivische Eigenschaften. Sie müssen jedoch nicht automatisch individuellen Charakter haben, sondern können durchaus kollektiv geteilt werden – wie dies beispielsweise innerhalb von Organisationen der Fall sein kann und somit auch zur Interpretation der vorliegenden Arbeit passt (Bogner, Littig & Menz 2014, 17–19). Ob Äußerungen des*der Expert*in als Tatsache oder als subjektive Deutung verstanden werden, hängt vom Standpunkt des*der Interpret*in ab. Während in der anglophonen Debatte der empirischen Umfrageforschung positivistische Ideale dominieren, geht die vorliegende Arbeit speziell von einer konstruktivistischen Auffassung über das Verhältnis des*der Befragten zur sozialen Wirklichkeit aus (Bogner, Littig & Menz 2014, 6–13).

3.) Schlüsselprobleme und Grenzen

Indem Expert*innen mit ihren Deutungen das konkrete Handlungsfeld strukturieren, verfügen sie über einen gewissen Machtaspekt zur Konstruktion von Wirklichkeit. Durch ihre Informationen bestimmen sie mit, aus welcher Perspektive und wie über welche Sachverhalte nachgedacht wird (Gläser & Laudel 2010, 13–15, Bogner & Menz 2005, 13).

Speziell in Hinblick auf die vorliegende Befragung von Expert*innen aus Politik-PR und Journalismus müssen folgende Gefährdungen der Datenqualität in den Befragungssituationen berücksichtigt werden: soziale Erwünschtheit von Normen, Selbstpräsentation des*der Befragten wie beispielsweise Framing-Strategien, Vermeidung heikler Antworten, die sich mit abweichendem Verhalten beschäftigen und negative Reaktionen zur Folge hätten (Alvesson 2011, 100; Scholl 2015, 219–225; Porst 2008, 124–126). Schließlich muss mitgedacht werden, dass Expert*innen in Befragungssituationen im Vergleich zu ihrem Alltag mitunter unterschiedlich reagieren. Die Anpassung des Fragebogens an die Voraussetzungen der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Zielgruppe hat daher wesentliche Auswirkungen auf die Umfragequalität und kann Antworten verzerren (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 58–59).

Eine ebenso wesentliche Problematik der vorliegenden empirischen Arbeit liegt in den Interviews, die über sprachliche und kulturelle Grenzen hinweg geführt wurden (Alvesson 2011, 100). Dabei können Grenzen des Verständnisses beim Erkennen und Zuordnen von Bedeutungen sichtbar werden, wenn Befragte mit Begriffen unterschiedliche Bedeutungen verbinden, ebenso wie bei unklaren oder unpräzisen Formulierungen und vor allem, wenn es um unterschiedliche Interpretationen geht (Faulbaum, Prüfer & Rexroth 2009, 63). Auch non-verbale Kommunikation und ihre verbale Reaktion darauf kann davon betroffen sein (Keats 2000, 129). Wenn – wie in der vorliegenden Arbeit – in vielen Fällen auf Englisch als gemeinsame Zweitsprache zurückgegriffen wird, muss durch die Übersetzung vor der eigentlichen interpretatorischen Datenanalyse ein zusätzlicher Interpretationsschritt eingeführt werden. Da es sich bei den vorliegenden Interviews aber nicht um Interviews handelt, die ihre Aufmerksamkeit auf latente Strukturen richten, sind diese Eingriffe durch Übersetzungen als weniger gravierend einzuschätzen. Bei den Leitfaden-Interviews der vorliegenden Arbeit geht es vielmehr um manifeste Inhalte, bei denen der Informationsgewinn im Vordergrund steht. Die Art und Weise, wie etwas gesagt wird, ist für die Interpretation der Interviews nicht von Bedeutung (Inhetveen 2012, 43; Bogner & Menz 2005, 45–47).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

9. OPERATIONALISIERUNG

9.1 Forschungsablauf

Die empirische Forschung wurde in ein vierstufiges Erhebungsdesign gegliedert:

Tabelle 9.1_1: Erhebungsdesign

Zeit	Empirische Methode	Zielgruppe/Material
August 2015 – Januar 2016	Inhaltsanalyse	fünf österreichische Tageszeitungen: *Die Presse, Der Standard, Kurier, Kronen Zeitung, Kleine Zeitung*
März – April 2017	Leitfaden-Interviews I	sechs Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel; Leiter der Pressearbeit/Pressesprecher der Europäischen Kommission in Wien
Juli – September 2017	Online-Befragung	262 Journalist*innen österreichischer Printmedien
September – Oktober 2017	Leitfaden-Interviews II	zwölf ausgewählte Beamt*innen der Europäischen Kommission in Brüssel

1.) Mit einer systematischen *Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen* wurde zunächst zeitvergleichend und medienvergleichend die Darstellung der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen in der österreichischen Printmedienberichterstattung untersucht. Das Datenmaterial wurde aus den Printprodukten der ausgewählten Tageszeitungen im Zeitraum von sechs Monaten entnommen.

2.) Im Anschluss folgten sechs *teilstrukturierte Expert*innen-Interviews* via Skype mit *Korrespondent*innen österreichischer Medien*, welche zum Befragungszeitpunkt bzw. bis kurz davor in Brüssel stationiert waren, sowie ein teilstrukturiertes Expert*innen-Interview persönlich vor Ort mit dem *Leiter der Pressearbeit bzw. Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien*. Diese ausgewählten sieben Personen erfüllen die Rolle der „Vermittler*innen“ und ermöglichen als Kommunikationsträger*innen zwischen Brüssel und Österreich transnationale Perspektiven auf die für die vorliegende Arbeit relevanten Probleme zur EU-Kommunikation – sowohl auf der Ebene der Europäischen Kommission in Brüssel als auch

10.15772/ANDRASSY.2021.001

auf der Ebene des Journalismus in Österreich. Die Interviews basieren auf der Inhaltsanalyse und zeichnen sich durch einen explorativen Charakter aus, um ein möglichst breites Feld an Inhalten für weitere Erhebungsschritte herausfiltern zu können.

3.) Die darauf aufbauende *Online-Befragung* erging an *Journalist*innen österreichischer Printmedien*, um die Perspektive der Akteur*innen in der EU-Kommunikation auf Österreich-Ebene zu erfassen und um auf breiter Basis Erkenntnisse zum Umgang mit Informationen zur Europäischen Kommission im nationalen Rahmen zu erhalten sowie Interaktionen zwischen Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen österreichischer Printmedien einzufangen.

4.) Um auch die Einschätzungen der Politik-PR zur Thematik zu erhalten, wurden in einem letzten Schritt *Interviews mit Beamt*innen der Europäischen Kommission* geführt, die in Brüssel Kommunikationsarbeit für die Europäische Kommission leisten. Die Untersuchung – als Expert*innen-Interviews konzipiert – erfolgte mittels teilstrukturierter Leitfäden mit einem problemzentrierten Fokus.

Die Analyse der erhobenen Daten wurde ebenfalls als mehrstufiger Auswertungsprozess im Anschluss an jeden einzelnen Erhebungsschritt konzipiert, und die Ergebnisse wurden teilweise in die weiteren Erhebungen eingebracht: Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse dienen zur inhaltlichen Grundlegung für die Entwicklung der anschließenden Befragungsinstrumente. Die Leitfaden-Interviews I wurden als Themen-Input und Relevanz-Filter für die beiden weiteren Umfragen verwendet. Die subjektiven Sichtweisen und Deutungsmuster wurden in Items der anschließenden standardisierten Online-Befragung transformiert und in die Leitfaden-Interviews II aufgenommen, welche zur Klärung von Zusammenhängen dienen sollen. Die Leitfaden-Interviews II haben speziell die Funktion der Erweiterung und Vertiefung der Ergebnisse aus den vorhergehenden Erhebungsschritten. Für ihre Konzeption wurde ebenso auf die Online-Befragung zurückgegriffen (Flick 2008, 80-84).

Einige methodische Entscheidungen mussten aufgrund besonderer Eigenschaften der einzelnen Befragungsgruppen oder spezieller Umstände getroffen werden, die es bei der Operationalisierung explizit zu berücksichtigen galt:

Korrespondent*innen: Aufgrund ihrer „Mittler*innen“-Funktion kommt ihnen in der vorliegenden Studie die wesentliche Aufgabe zu, das Forschungsfeld zu explorieren. Daher

10.15772/ANDRASSY.2021.001

stellte es sich nicht als sinnvoll heraus, die Interviews mit den Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel erst zu einem späteren Zeitpunkt als letzten Erhebungsschritt gemeinsam mit den Beamt*innen der Europäischen Kommission vor Ort in Brüssel stattfinden zu lassen. Die Interviews wurden aus diesem Grund zu Beginn der Befragungsphase vorgezogen und daher auch via Skype durchgeführt.

Journalist*innen österreichischer Printmedien: Für die Aussendung der Online-Befragung waren neben dem Ziel, aufgrund mangelnder bisheriger Untersuchungen einen möglichst breiten Einblick in die österreichische Journalist*innenschaft zu erhalten, auch die speziellen Arbeitsumstände der Journalist*innen zu berücksichtigen. Daher wurde angenommen, dass in dieser digitalisierten und mitunter unter hohem Zeitdruck stehenden Berufsgruppe ein Online-Fragebogen die ergiebigsten Ergebnisse bringen könnte. Um ihre Aufmerksamkeit zu erreichen, wurde speziell das journalistische „Sommerloch“ als Befragungszeitpunkt gewählt.

Beamt*innen der Europäischen Kommission: Aufgrund institutioneller Vorgaben für externe Umfrageforschungen und interner häufiger Verwendung von Online-Befragungen wurde die Konzeption eines Online-Fragebogens für die Beamt*innen der Europäischen Kommission als wenig erfolgversprechend eingestuft. Daher fiel die Wahl auf mündliche Interviews mit Schlüsselpersonen aus dem Bereich der Politik-PR der Europäischen Kommission. Sie dienen vor allem der Vertiefung und Erweiterung der Perspektiven auf den Forschungsgegenstand. Für diese Interviews vor Ort wurde ein möglichst breites Spektrum an Kommunikationsverantwortlichen aus unterschiedlichen Aufgaben- und Politikfeldern angestrebt, um auch auf diese Weise Perspektivenvielfalt zu erreichen.

9.2 Stufe I: Inhaltsanalyse

9.2.1 Thematischer Rahmen

Die Inhaltsanalyse gibt einen Überblick, in welcher Weise die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen in den österreichischen Printmedien abgebildet werden *(siehe Kapitel 7.2 – Forschungsfrage 1).*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Sie geht zuallererst der Frage nach, ob die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen in österreichischen Tageszeitungen überhaupt erwähnt werden. Artikel, die für die Analyse ausgewählt werden, beziehen sich auf die Berichterstattung zur Europäischen Kommission und deren Akteur*innen (Kommissionspräsident, Kommissar*innen, Beamt*innen). Ist dies der Fall, werden Indikatoren für die Feststellung der Rolle der Europäischen Kommission in den österreichischen Printmedien eruiert: Diese Analyse dient dazu, einerseits eine Deskription von Häufigkeiten und thematischen Zusammenhängen und andererseits eine inhaltliche Bewertung zu ermitteln. Strukturmerkmale und Trends werden anhand unterschiedlicher formaler und inhaltlicher Analyseschritte erhoben.

Im Anschluss folgt ein Vergleich zwischen den Tageszeitungen, um inhaltliche Divergenzen bzw. Konvergenzen aufzuzeigen und somit auch Rückschlüsse auf die – eventuell gemeinsamen oder differenten – Selektionsmotive der Printmedien-Journalist*innen für die Berichterstattung unterschiedlicher Zeitungen und Medienhäuser zur Europäischen Kommission zu geben.

9.2.2 Empirisches Material

In schriftlicher Form vorliegende politische Kommunikation dient als Untersuchungsobjekt dieser Inhaltsanalyse. Dafür werden österreichische Printmedien als Kommunikationsträger ausgewählt. Sie repräsentieren einen Teil der Öffentlichkeitsarena im nationalen Rahmen. Zugleich soll die Auswahl auch einen wesentlichen Ausschnitt der unterschiedlichen Teilarenen innerhalb der österreichischen Öffentlichkeit repräsentieren. Die Grundgesamtheit setzt sich daher aus den laut Österreichischer Auflagenkontrolle im Jahr 2014 drei auflagenstärksten österreichischen Tageszeitungen (*Kronen Zeitung*, *Kleine Zeitung* und *Kurier*) sowie den beiden österreichischen Tageszeitungen, die der sogenannten „Qualitätspresse“ zuzuordnen sind (*Der Standard* und *Die Presse*), zusammen (Österreichische Auflagenkontrolle 2015) .

Folgende Motive stecken hinter dieser Auswahl: Die „Qualitätspresse“ wurde hinzugezogen, da insbesondere sie in der politischen Kommunikation eine wichtige Rolle spielt. Einerseits wird sie vor allem von der (politischen) Elite gelesen und hat daher eine wichtige Meinungsbildungsfunktion bei Entscheidungsträger*innen. Andererseits lässt sich in Hinblick auf das gewählte Thema der Forschungsarbeit auch von einer Art „Vorreiterrolle“ für die EU-

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Berichterstattung insgesamt ausgehen (Gerhards, Rose & Offerhaus 2004, 200; Lloyd & Marconi 2014, 59). Ein weiterer Hintergrund für diese Auswahl ist die Ermöglichung eines Vergleichs zwischen zwei Tageszeitungen, die im ideologischen Spektrum auf unterschiedlichen Positionen angesiedelt sind (*Der Standard* und *Die Presse*). Mit dem *Kurier* (vorrangiges Verbreitungsgebiet: Wien und Niederösterreich) und der *Kleinen Zeitung* (vorrangiges Verbreitungsgebiet: Steiermark, Kärnten und Osttirol) werden durch diese Auswahl auch regional orientierte Medien abgedeckt, was in Hinblick auf die Bedeutung der Transnationalisierung von politischer Kommunikation in regionalen Räumen interessant erschien.

Die Tageszeitungen wurden in Printform gesammelt und händisch ausgewertet. Eine Analyse von Online-Artikeln war nicht möglich, da die Inhalte dieser ausgewählten Medienprodukte nicht in ihrer Gesamtheit bzw. nicht in vollständiger Form online verfügbar waren. Die Auswertung der Printprodukte garantierte auch, dass sich das Ausgangsmaterial während des Analysevorgangs nicht mehr im Nachhinein veränderte. Zugleich wurde natürlich das Risiko eingegangen, dass durch die Handarbeit Artikel eventuell übersehen wurden. Aufgrund der großen Anzahl an Artikel, die in die Analyse eingegangen sind, hat sich dieses Problem im Endeffekt jedoch als vernachlässigbar herausgestellt.

Da einzelne Tageszeitungen mitunter unterschiedliche Druckversionen produzieren, ist anzumerken, dass es sich bei der *Kronen Zeitung* und der *Kleinen Zeitung* jeweils um die Steiermark-Ausgabe sowie bei der *Kleinen Zeitung* im Speziellen um die Murtal-Version handelte. *Der Standard*, *Die Presse* und der *Kurier* produzierten keine regionalen Schwerpunkt-Ausgaben. *Die Presse* gab zum Zeitpunkt der Untersuchung sonntags zusätzlich die sogenannte *Die Presse am Sonntag* heraus, welche sich durch den Aufbau der Ressorts und die Zusammensetzung der Artikel im Vergleich zu den übrigen Wochentagen geringfügig unterschied. Sie wurde ebenfalls in die Analyse aufgenommen.

Mit dem Untersuchungszeitraum, der sich von 01. August 2015 bis 31. Januar 2016 erstreckte, wurde ein durchgehender Zeitraum gewählt, um unterschiedliche Berichterstattungsintensitäten herauszufinden. Mit August wurde bewusst ein Monat im journalistischen „Sommerloch“ ausgewählt.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

9.2.3 Erhebungsmethoden

Die Inhaltsanalyse bezieht sich auf unterschiedliche Untersuchungseinheiten, an denen Kommunikationsinhalte gemessen werden, welche durch die Forschungsfrage inhaltlich eingegrenzt sind (Früh 1998, 76). Die Kategorien für diesen Analyseprozess wurden deduktiv gebildet, ohne zuvor das Material durchzusehen. Die Durchführungsschritte werden im Folgenden aufgeschlüsselt und im Codebuch *(siehe Appendix)* abgebildet, wo die systematische Suchstrategie offengelegt wird, um so Transparenz und Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Das für die inhaltsanalytische Untersuchung dieser Forschungsarbeit verwendete Codebuch richtet sich nach dem Codebuch-Modell von *Früh* (1998, 150–178) bzw. *Gerhards, Roose* und *Offerhaus* (2004) und wurde darüber hinaus für die spezifische Thematik adaptiert und erweitert. Es präzisiert die genannten Parameter für die konkrete Umsetzung der Textanalyse und legt Handlungsanweisungen für eine systematische Inhaltsanalyse vor. Die Codierung fand in zwei Abläufen statt: Zuerst erfolgte die Codierung der Artikel mit den gesuchten Variablen. Im Anschluss fand die Codierung der formalen, thematischen und wertenden Klassifikationen statt.

1.) Erhebung der Auswahleinheit (sampling unit)

Die Auswahleinheit beinhaltet nach *Roessler „die physisch vorliegenden Materialien, die aus dem gesamten Spektrum verfügbaren Medienmaterials für die Untersuchung ausgewählt werden und legt systematisch fest, welches Medienmaterial inhaltsanalytisch zu untersuchen ist“* (Roessler 2010, 43). Für die vorliegende Forschungsarbeit bedeutet das die Auswahl einer Stichprobe aus der Menge der österreichischen Tageszeitungen (Printausgabe). Konkret sind das die Tageszeitungen *Der Standard*, *Die Presse*, *Kurier*, *Kleine Zeitung* und *Kronen Zeitung* im Zeitraum vom 01. August 2015 bis 31. Januar 2016. Die Zahl der untersuchten Tageszeitungen beträgt insgesamt 870.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 9.2_1: Beschreibung der Stichprobe_I

Tageszeitung	Anzahl der Exemplare	keine Ausgaben
Der Standard	150	25./26./31. Dezember 2015, keine Ausgabe an Sonntagen
Die Presse	177	16. August 2015, 26. Oktober 2015, 08./25./26. Dezember 2015, 01./03. Januar 2016
Kurier	181	16. August 2015, 26. Oktober 2015, 26. Dezember 2015
Kleine Zeitung	181	16. August 2015, 26. Oktober 2015, 26. Dezember 2015
Kronen Zeitung	181	16. August 2015, 26. Oktober 2015, 26. Dezember 2015

Die Aufteilung der 870 Tageszeitungen auf die sechs ausgewählten Monate ergibt folgendes Bild:

Tabelle 9.2_2: Beschreibung der Stichprobe_II

Tageszeitung	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Summe
Der Standard	24	24	25	26	26	25	**150**
Die Presse	30	30	30	30	28	29	**177**
Kurier	30	30	30	30	30	31	**181**
Kleine Zeitung	30	30	30	30	30	31	**181**
Kronen Zeitung	30	30	30	30	30	31	**181**
Summe	**144**	**144**	**145**	**146**	**144**	**147**	**870**

2.) Erhebung der Analyseeinheiten (recording units)

Analyseeinheiten sind *Roessler* zufolge *„jene Elemente aus dem Untersuchungsmaterial, für die im Rahmen der Codierung jeweils eine Klassifizierung vorgenommen wird“* (Roessler 2010, 43). Die Erhebung der Analyseeinheiten wird auf drei Ebenen aufgeschlüsselt:

Ressortebene: Hierfür wurden jene vier wesentlichen Teile einer Tageszeitung gewählt, für die angenommen wird, dass die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen eine – im Vergleich zu anderen Zeitungsteilen – bedeutende Rolle spielen: Politik, Wirtschaft, Meinung (falls spezielle Seiten dafür vorgesehen sind) und Chronik/Aktuelles.
Diesen Themenbereichen werden je nach Eigenschaften einer Zeitung spezielle Zeitungsteile bzw. Rubriken mit unterschiedlichen Bezeichnungen zugeordnet. Sie wurden den Zeitungsexemplaren entnommen und in der Folge nach den Vorgaben des Codebuchs analysiert. Zeitungsbücher und diverse Beilagen aus diesen Ressorts wurden bei der Codierung nicht berücksichtigt.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 9.2_3: Beschreibung der Analyseeinheiten

Tageszeitung	Politik	Wirtschaft	Meinung	Aktuelles
Der Standard	„International“ „Inland“	„Wirtschaft“ „Finanzen&Märkte“ „GeldStandard“	„Kommentar“	erste Seite „Agenda“ „Schwerpunkt“ „Thema“
Die Presse	„Ausland“ „EU“ „Inland“	„Economist“ „Finanzen“	„Debatte“	erste Seite „Thema des Tages“ „24 Stunden“
Die Presse am Sonntag	„Ausland“ „Inland“ „Österreich“	„Eco“ „Mein Geld“	*keine spezielle Seite vorgesehen*	erste Seite „Die Seite zwei“ „24 Stunden“
Kronen Zeitung	„Politik“ „Ausland“ „Österreich“	„Wirtschaft“	„Das freie Wort“	erste Seite
Kleine Zeitung	„Politik“ „International“ „Österreich“	„Wirtschaft“	„Tribüne“	erste Seite „Thema“
Kurier	„Politik“ „International“	„Wirtschaft“	*keine spezielle Seite vorgesehen*	erste Seite

Artikelebene: Dazu zählen sowohl Berichte als auch Meinungsartikulation wie Kommentare. Bildtexte werden nur dann erhoben, wenn sie nicht eine bloße Beschreibung des Fotos darstellen, sondern sich als eigenständige Beiträge erweisen. Ein relevanter Artikel muss mindestens einen Satz beinhalten, welcher die Europäische Kommission beziehungsweise ihre Akteur*innen erwähnt, um berücksichtigt zu werden.

Zu beachten ist, dass der Meinungsteil nur dann in die Analyse aufgenommen wird, wenn der Artikel von (ehemaligen) Journalist*innen oder ausgewiesenen journalistischen Kolumnist*innen verfasst wurde, da diese ja das Untersuchungsobjekt dieser Studie sind.

Aussagenebene: Die in die Analyse aufgenommenen Artikel beinhalten sowohl deskriptive als auch wertende Inhalte.

3.) Erhebung der Codier-Einheiten (content units)

Die Codier-Einheiten bezeichnet *Roessler* als *„diejenigen Aspekte, die an dem Medienmaterial interessant sind, um die Forschungsfrage zu beantworten und durch die Kategorien adressiert werden“* (Roessler 2010, 44). Für die vorliegende Arbeit wurden zuerst ein akteur*innenbezogener, dann ein thematischer und schließlich ein wertender Zugang gewählt:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Formale Identifikation: Die formalen Codier-Einheiten fokussieren die Anzahl der Nennungen der Europäischen Kommission und deren zugehörige Akteur*innen. Folgende Begriffe wurden codiert:

a) Europäische Kommission/Kommission/EU-Kommission sowie alle Attribute, die der Kommission begrifflich zugeordnet werden (z. B. Kommissionspläne, Kommissionsgebäude)
b) Kommissionspräsident/Präsident der Kommission/Jean-Claude Juncker
c) (ehemalige*r) Kommissar*in
d) Beamt*innen/Sprecher*innen der Europäischen Kommission
e) EU-Außenbeauftragte/Hohe Vertreterin für Außenpolitik/Federica Mogherini

Hinzuweisen ist auch darauf, dass mitunter Begriffe eingeschlossen wurden, die darüber hinaus eindeutig die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen bezeichnen. Darunter werden Begrifflichkeiten wie z. B. „Brüsseler Behörde“ oder „Chef der Kommission“ verstanden.

Auch die Namen des Kommissionspräsidenten beziehungsweise der Kommissar*innen dienten als Suchkriterien. Zusätzlich wurde auch Federica Mogherini als Variable gewählt, da sie zum Zeitpunkt der Untersuchung als Hohe Vertreterin der EU für Außen- und Sicherheitspolitik nicht nur EU-Außenbeauftragte war und den Europäischen Auswärtigen Dienst leitete, sondern auch die Funktion einer Vizepräsidentin der Europäischen Kommission innehatte.

Mit falschen oder schlampigen Bezeichnungen wurde folgendermaßen umgegangen: Sollte zum Beispiel, wie in einem konkreten Fall, Kommissionspräsident Juncker als Parlamentspräsident bezeichnet werden, so wurde diese Variable trotzdem codiert, weil der Fehler offensichtlich war. Wurde fälschlicherweise von EU geschrieben und die Europäische Kommission damit bezeichnet, wurde diese Variable nur dann codiert, wenn sie eindeutig als „Europäische Kommission“ einzuschätzen war. Der Begriff „EU“ wird beispielsweise in Überschriften und Untertiteln aufgrund seiner Kürze gerne verwendet, ist in den allermeisten untersuchten Fällen jedoch kein klar ersichtliches Synonym für die „Europäische Kommission“ und wurde daher nur selten für die Codierung herangezogen. Codierung ist auch keine zulässig, wenn die Europäische Kommission falsch zugeordnet wird (z. B.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„Kommissionspräsident Schulz“, wenn vom damaligen Präsidenten des EU-Parlaments die Rede ist).

Thematische Klassifikation: Die thematische Zugehörigkeit der vorher eruierten Codes wurde durch die Analyse übergreifender Themen ergänzt (Roessler 2010, 45). Für diese inhaltlichen Codier-Einheiten wurde auf das Codebuch von *Derks, Gemenis* und *Van Gerven* (2013) zur Analyse der Agenda der Europäischen Kommission sowie auf das Codebuch von *Gerhards, Roose* und *Offerhaus* (2004) im Rahmen einer länder-, zeit- und medienvergleichenden Untersuchung zur EU-Berichterstattung zurückgegriffen. Deren Kategorien wurden in dieser Arbeit zum Teil repliziert bzw. adaptiert und erweitert.

Wertende Klassifikation: Für die Codierung von Wertungen wurden sowohl formale Codier-Einheiten wie die Länge des Beitrags und die Platzierung im Medienkontext als auch inhaltliche Codier-Einheiten wie Bedeutungsdimensionen festgelegt (Roessler 2010, 44).

4.) Erhebung der Kontexteinheiten (context unit)

Die Kontexteinheit ist *Roessler* zufolge ein Konstrukt, *„um zu einer korrekten Codierung der Analyseeinheit zu gelangen“* (Roessler 2010, 45). Sowohl für die Erhebung thematischer Variablen als auch für die Erhebung wertender Variablen wird als Kontexteinheit zunächst die Aussagenebene festgelegt. Das Codebuch erlaubt darüber hinaus in ausgewählten Fällen bei Unklarheit auf die höhere Analyseeinheit, den gesamten Artikel, zurückzugreifen.
Die Bewertungskategorie „Positivität/Negativität/Neutralität der Berichterstattung“ macht darüber hinaus noch eine nähere Aufschlüsselung notwendig: Es werden nur explizite, direkte Wertungen berücksichtigt und eine sogenannte „harte“ Codierung vorgenommen. Dieser Vorgang erklärt sich durch die methodische Unzulässigkeit von „weichen“ Codierungen durch nur eine einzelne Person ohne die Hinzuziehung eines Korrektivs durch eine Gruppencodierung. Da aber Ausgewogenheit ein wesentliches journalistisches Prinzip ist (vor allem im Qualitätsjournalismus), wird bei einer Medienanalyse mitunter eine klare Zuordnung erschwert (Roessler 2010, 157). Dadurch kann das Problem auftreten, dass sich Bewertungen nur indirekt erschließen lassen und Aussagen mitunter nicht eindeutig als positiv, neutral bzw. sowohl positiv als auch negativ oder negativ eingestuft werden können. Bei einer exakten Codierung – wie im Fall der vorliegenden Analyse – kann es also passieren, dass es viele

10.15772/ANDRASSY.2021.001

unklare Antworten gibt. Das erklärt auch die in dieser Kategorie vergleichsweise niedrigen Prozentwerte im Endergebnis (Roessler 2010, 23).

9.2.4 Tests und Auswertungsverfahren

1.) Pretest

In einer Testphase von zwei Wochen wurde im Juli 2015 das Codebuch an der Politikberichterstattung der ausgewählten Zeitungen (*Der Standard, Die Presse, Kurier, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung*) getestet. Bei diesem Pretest wurde insbesondere darauf geachtet, ob die Kategorien klar angewendet werden können und ob das Codebuch zuverlässig ist. Modifizierungen wurden vor allem im Bereich der „Autor*innen“ (Codierung Nr. 5), der „Anlässe“ (Codierung Nr. 10) und des „Berichterstattungskontexts“ (Codierung Nr. 11) vorgenommen. Die anderen Kategorien erwiesen sich zum überwiegenden Teil als brauchbar. Wenn kein Bezugspunkt gefunden werden konnte, wurde die Kategorie „unklar“ eingeführt. Existieren mehrere Anlässe (Codierung Nr. 10), was vor allem im Kurier öfter der Fall war, so wird jeweils der erstgenannte codiert. Zum Schluss der Pretest-Phase wurden die zu codierenden Ressorts und Rubriken der jeweiligen Zeitungen fixiert.

2.) Auswertung

Die nach dem Codebuch vorgegebene Analyse wurde in Einzelarbeit händisch durchgeführt und ins Office-Programm Excel übertragen sowie anschließend ausgewertet. Die Operationalisierung des Auswertungsprozesses ist wiederum in drei Ebenen gegliedert, die für die Beantwortung der Ausgangsfragen notwendig sind, und orientiert sich an einem Modell von *Kromrey* (Kromrey 2009, 322–323):

a) Frequenzanalyse: Sie ordnet Variablen den im Vorhinein erstellten Kategorien zu.
b) Kontingenzanalyse: Sie eruiert, wie oft ein sprachliches Element in Zusammenhang mit anderen sprachlichen Elementen erscheint, und stellt einen Zusammenhang zwischen Variablen und anderen Aussagen im Text her.
c) Valenzanalyse: Sie misst Bewertungen und kann Aussagen über Tendenzen treffen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Die quantitative Auszählung der formalen, inhaltlichen und wertenden Merkmale der Zeitungsartikel erfolgte in einer statistischen Auswertung. Die Merkmale sind nominal skaliert und wurden mit numerischen Codes versehen. Die quantifizierenden Analysen dieser Arbeit suchen nach Schlüsselbegriffen, Nennhäufigkeiten und Assoziationen, mitunter gekoppelt mit qualitativen Kategorien wie Bewertungen, welche dann quantitativ erfasst werden, um ein differenziertes Bild entstehen zu lassen (Merten 1995, 51).

Für die Messung heißt das konkret, dass bei der Frequenzanalyse das quantitative Vorkommen an Variablen (die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen) ausgewertet wird. Bei der Kontingenzanalyse werden die Variablen klassifiziert. Die Herausforderung der Kontingenzanalyse ist es, alle vorkommenden Inhalte abzudecken. Das erklärt auch eine teilweise große Bandbreite an Kategorisierungen. Die Valenzanalyse beschäftigt sich damit, ob und wie einzelne Variablen bewertet werden (Merten 1995, 21). Die abschließende Zusammenfassung sucht Übereinstimmungen und Unterschiede durch einen Vergleich der verschiedenen Medienprodukte.

3.) Reliabilitätstest

Um die Güte der Inhaltsanalyse festzustellen, werden Reliabilitätstests durchgeführt, welche die Zuverlässigkeit der erhobenen Daten sicherstellen sollen. Ganz allgemein messen Reliabilitätstests die Ähnlichkeit der Ergebnisse der Codierung bei einer erneuten Sichtung desselben Materials.

Um das Ergebnis von Reliabilitätstests quantifizieren zu können, definiert man entsprechende Maßzahlen. Hierzu wird in der vorliegenden Arbeit mit einem Reliabilitätskoeffizienten in Anlehnung an *Holsti* gearbeitet. Bei Inhaltsanalysen wird mitunter auch auf den Übereinstimmungskoeffizienten zurückgegriffen. Da allerdings beim Übereinstimmungskoeffizienten nur komplett übereinstimmende Codierungen gemessen werden, eignet sich dieser in seiner Reinform nur in ganz speziellen Untersuchungsdesigns. Beim *Holsti*-Koeffizienten hingegen wird auch berücksichtigt, wenn Codierungen zu sehr ähnlichen (aber eben nicht ganz identen) Ergebnissen kommen. Hat man es darüber hinaus auch mit fehlenden Daten und unterschiedlichen Skalenniveaus zu tun oder möchte man statistische Kenngrößen wie zum Beispiel Konfidenzintervalle ermitteln, erscheint als Kennzahl Krippendorffs Alpha sinnvoll (Holsti 1969, 135; Raupp & Vogelsang 2009, xv–xviii).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wird die Inhaltsanalyse – wie im Fall der vorliegenden Arbeit – nur von einer Person durchgeführt, kommt für die vorliegende Analyse nur ein Intracoder-Reliabilitätstest infrage. Das Material wurde dabei stichprobenartig nach einer gewissen Zeit noch einmal codiert und dann die zu verschiedenen Zeitpunkten erhobenen Daten abgeglichen sowie die Unterschiede ausgewertet.

Im vorliegenden Codebuch sind Variablen mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden enthalten. Einerseits werden formale Variablen (z. B. Vorkommen auf Titelseite) codiert, die eine sehr hohe Reliabilität aufweisen müssten. Andererseits kommen Variablen vor, die dem*der Codierer*in einen gewissen Interpretationsspielraum geben (z. B. Wertung eines Artikels). Daher scheint es sinnvoll zu sein, für jede einzelne Variable i im Codebuch einen eigenen Reliabilitätskoeffizienten R_i zu berechnen. Konkret wurde dabei wie folgt vorgegangen: Nach der vollständigen Inhaltsanalyse wurden ein Jahr später von jeder der fünf Tageszeitungen (*Der Standard, Die Presse, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Kurier*) sechs Exemplare ausgewählt, deren Artikel in Bezug zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen erneut durchforstet und deren entsprechende Texte abermals nach dem Codebuch codiert wurden. Insgesamt wurden also 30 Exemplare mit exakt der gleichen Vorgehensweise analysiert wie ein Jahr zuvor. Die Auswahl erfolgte zufällig, wobei sichergestellt wurde, dass die sechs Exemplare einer Tageszeitung jeweils in unterschiedlichen Monaten erschienen sind, um einen Bias zu verhindern.

Insgesamt wurden so 52 Artikel bzw. 3,77 Prozent der ursprünglich 1380 Artikel für den Reliabilitätstest verwendet. Festzuhalten ist, dass beim ersten Durchgang kein zusätzlicher Artikel, der die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen zum Inhalt hat, übersehen bzw. beim zweiten Durchgang entdeckt wurde. In der Tabelle 9.2_4 sind die Anzahl der insgesamt im ersten Durchgang codierten Artikel sowie die Anzahl bzw. Prozent der Artikel, die zufällig für den Reliabilitätstest ausgewählt wurden, angegeben. Aufgrund der zufälligen Auswahl variiert die Prozentzahl der für den Reliabilitätstest verwendeten Artikel nach der jeweiligen Tageszeitung, wobei die *Kronen Zeitung* mit 7,45 Prozent den höchsten und *Der Standard* mit 2,47 Prozent den niedrigsten Wert einnimmt. Die Werte der übrigen drei Tageszeitungen liegen zwischen drei und fünf Prozent.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 9.2_4: Reliabilitätskoeffizient

	Standard	*Presse*	*Krone*	*Kleine*	*Kurier*	Gesamt
n	405	428	94	184	269	1380
m	10	14	7	8	13	52
Prozent	**2,47 %**	**3,27 %**	**7,45 %**	**4,35 %**	**4,83 %**	**3,77 %**

Anmerkung: Hier bezeichnet n die Anzahl der insgesamt im ersten Durchgang codierten Artikel und m die Anzahl der Artikel, die zufällig für den Reliabilitätstest ausgewählt wurden.

Basierend auf den 52 zufällig ausgewählten Artikeln wird ein Reliabilitätskoeffizient R_i für jede Kategorie i mit folgender Formel berechnet:

$$R_i = 1 - \frac{\sum_j x_{ij}}{\sum_j m_j}$$

Dabei bezeichnet man mit x_{ij} die Anzahl der Abweichungen bei Kategorie i und Tageszeitung j zwischen dem ersten Original- und dem zweiten Testdurchgang. Weiters wird für die Anzahl der Artikel, die in Tageszeitung j erneut codiert wurden, m_j verwendet. Gilt R_i=1, dann stimmen die Codierungen in allen Tageszeitungen für die Kategorie i in den für den Reliabilitätstest verwendeten Artikeln überein. Je kleiner R_i wird, umso kleiner wird die Anzahl der Übereinstimmungen (Raupp & Vogelsang 2009, xv–xxvi).

In der Tabelle 9.2_5 sind nur jene Kategorien aufgelistet, bei denen es bei mindestens einer Tageszeitung zu Abweichungen gekommen ist. Die Anzahl der Abweichungen sind in der Tabelle nach Tageszeitungen aufgeschlüsselt: Bei sieben Kategorien gab es keine einzige Abweichung und damit einen Reliabilitätskoeffizienten von 1. Bei Kategorie 10 (Berichterstattungsanlass) ist die Anzahl der Abweichungen über alle Tageszeitungen mit zehn am höchsten. Dies führt daher zum kleinsten Reliabilitätskoeffizienten, der mit 0,81 berechnet wurde. Den zweitniedrigsten Reliabilitätskoeffizienten weist Kategorie 11 (Berichterstattungskontext) aus. Dort wurden sieben Abweichungen festgestellt, was zu einem Reliabilitätskoeffizienten von 0,87 führt. Bei allen anderen Kategorien gibt es nicht mehr als vier Abweichungen und einen Koeffizienten, der größer als 0,9 ist.

Betrachtet man die Abweichungen auf die Tageszeitungen aufgeschlüsselt, fällt auf, dass beim *Standard*, der *Presse*, der *Kronen Zeitung* und der *Kleinen Zeitung* jeweils zwischen fünf und sieben Abweichungen zustande gekommen sind. Auffällig ist die hohe Anzahl von elf Abweichungen beim *Kurier*. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Berichterstattung zur Europäischen Kommission im *Kurier* – im Unterschied zu den anderen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tageszeitungen – sehr häufig in Mischformen konzipiert wurde: Artikel sind mitunter nicht monothematisch aufgebaut bzw. es existieren häufiger als in anderen Tageszeitungen Variationen von Akteur*innen in einem Artikel, was die Zuordnung erschwerte.

Tabelle 9.2_5: Abweichungen

Codierung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	R_i
Kategorie 5	1	0	1	0	0	0,96
Kategorie 6	0	0	0	0	1	0,98
Kategorie 8	0	0	0	0	1	0,98
Kategorie 9	0	0	1	0	2	0,94
Kategorie 10	2	2	2	1	3	0,81
Kategorie 11	1	2	1	3	0	0,87
Kategorie 14	0	0	0	1	0	0,98
Kategorie 16	0	0	0	2	0	0,96
Kategorie 17	1	2	0	0	1	0,92
Kategorie 18	1	0	0	0	3	0,92
Summe	**6**	**6**	**5**	**7**	**11**	

Anmerkung: In der Tabelle werden nur jene Codierungsschritte inkludiert, bei denen in der Reliabilitätstestung Abweichungen zur Original-Codierung festgestellt wurden.

9.3 Stufe II: Befragungen

9.3.1 Thematischer Rahmen

Bei den Befragungen stehen Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen österreichischer Medien im Blickpunkt des Forschungsinteresses. Ziel ist es, ihre Kommunikationsinteressen und Motive, Hindernisse und Verstärker für Kommunikationsprozesse sowie Interaktionen im Nachrichtenproduktionsprozess zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen zu erfassen. Mithilfe der Befragungen soll aus der Perspektive der Beamt*innen der Europäischen Kommission und der Journalist*innen geklärt werden, welche Parameter im Nachrichtenproduktionsprozess eine Rolle spielen, um Kommunikation zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen für die Medienkonsument*innen österreichischer Printmedien zu publizieren bzw. diese nicht zu veröffentlichen *(siehe Kapitel 7.2 – Forschungsfrage 2 und 3).* Darüber hinaus sollen Beschreibungen zu gegenseitigen Verhältnissen und Kommunikationsbeziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Medien aus der Perspektive der Akteur*innen eingefangen werden *(siehe Kapitel 7.2 – Forschungsfrage 4).*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Nach *Gläser* und *Laudel* wird zum einen das Handeln der Akteur*innen zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus in seinem Ablauf und in seinen Wirkungen aus akteur*innenzentrierter Sicht erklärt. Zum anderen lassen sich durch Befragungen die subjektiven Bedeutungen erfassen, welche die Akteur*innen den Kommunikationshandlungen zuweisen. Im Rahmen der Auswertung werden sowohl unterschiedliche Beschreibungen als auch verschiedenartige Interaktionen zwischen den Kommunikator*innen identifiziert (Gläser & Laudel 2010, 24–25). Überlappende und konfligierende Faktoren aus Akteur*innensicht, die als Grundlage für kommunikatives Handeln zwischen den beiden Kommunikationsinstanzen zu einer Veröffentlichung führen bzw. Veröffentlichungen unterbinden, sollen erhoben werden.

Um den Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen sowie die damit verbundenen Kommunikationsprozesse zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen österreichischer Printmedien aus Akteur*innensicht zu erfassen, wurden Befragungsmethoden gewählt, die sich in drei Phasen teilen: Leitfaden-Interviews I *(siehe Kapitel 9.3.2)*, Online-Befragung *(siehe Kapitel 9.3.3)* und Leitfaden-Interviews II *(siehe Kapitel 9.3.4)*.

1.) Leitfaden-Interviews I

Der Interview-Leitfaden für die erste Phase (Zielgruppe: Leiter der Pressearbeit und Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien sowie Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel) fokussiert sich thematisch auf den Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen (Kommunikationsinteressen und Motive, Verstärker, Hindernisse). Darüber hinaus sollen Charakteristika der Verhältnisse und Kommunikationsbeziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den österreichischen Journalist*innen – mit Vergleichen zwischen der nationalen und der transnationalen Ebene – herausgearbeitet werden.

Da zu diesem Problembereich bisher nur wenige Erkenntnisse vorliegen, wurden Informationen auf möglichst breiter Ebene gesammelt (Kaiser 2014, 29–30). Im Anschluss daran wurden relevante Themen selektiert, um diese dann in den späteren Befragungsschritten einzubauen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Online-Befragung

Der Fragebogen (Zielgruppe: Journalist*innen österreichischer Printmedien) startet mit sechs „Aufwärmfragen“ zu allgemeinen Informationen zur Person und deren journalistischen Funktion. Anschließend wird mit drei thematischen Blöcken fortgesetzt: Der inhaltliche Einstieg betrifft die allgemeinen journalistischen Prioritäten und Arbeitsweisen. Im Hauptteil geht es um den Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten und Akteur*innen der Europäischen Kommission (z. B. Recherche-Gewohnheiten, Themen-Interessen, Hindernisse und Verstärker für eine Berichterstattung) bzw. um die Beschreibung von Interaktionen mit den Beamt*innen der Europäischen Kommission. Der Fragebogen schließt mit Fragen zum Herkunftsmedium – speziell auch in Hinblick auf die EU-Berichterstattung – und einigen zusätzlichen Angaben zur Person.

3.) Leitfaden-Interviews II

Die thematische Zusammenstellung des Interview-Leitfadens für die zweite Phase (Zielgruppe: Beamt*innen der Europäischen Kommission in Brüssel) erfolgte nach Vorbild der ersten Interview-Phase: Fragen zum Nachrichtenproduktionsprozess (Kommunikationsinteressen und Motive, Verstärker, Hindernisse) sowie zu Charakteristika der Verhältnisse und Beziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den österreichischen Journalist*innen stehen im Fokus und sollen aus Sicht der Beamt*innen weiter detailliert werden.

Zusätzlich wurden Konkretisierungsfragen formuliert, die aus der ersten Interview-Phase sowie der Online-Befragung und vier weiteren Hintergrundgesprächen in Brüssel abgeleitet wurden. Die Interviewerin legte dabei ausgewählte Schwerpunkte zur Vertiefung der Interviews, wenn sich das Profil der Auskunftsperson dafür geeignet zeigte oder sich spontan die Gelegenheit dazu ergab (z. B. Regionalisierung, Digitalisierung, Rolle von Nationalitäten, soziale Dynamiken, Konflikt).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

9.3.2 Leitfaden-Interviews I

9.3.2.1 Empirisches Material

Für die Auswahl der Stichprobe in Hinblick auf die Leitfaden-Interviews I wurde eine genaue *„Vorab-Festlegung“* (Mayer 2013, 37) durchgeführt: Es wurden jene Personen aus dem Bereich der EU-Kommunikation gesucht, die sowohl Expertise zur Kommunikation der Europäischen Kommission als auch zur EU-Berichterstattung des österreichischen Journalismus vorweisen und somit eine Perspektive auf beide Funktionsbereiche politischer Kommunikation legen können.

Als Auskunftsperson von Seiten der Europäischen Kommission mit Einblick in den österreichischen Journalismus bot sich Heinz-Rudolf Miko, Leiter der Pressearbeit und Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien, an. Für die Auswahl geeigneter Journalist*innen fiel die Wahl auf die in Brüssel stationierten Korrespondent*innen. Sie erfolgte anhand des Korrespondent*innen-Verzeichnisses am Internetportal der Presseabteilung der *Ständigen Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union*: Der Stichtag wurde mit 5. März 2017 festgelegt. Zum Zeitpunkt der Erhebung bestand das Register aus insgesamt zwölf Brüssel-Korrespondent*innen, die für acht unterschiedliche österreichische Medien arbeiteten bzw. kürzlich gearbeitet hatten. Eine Person davon war für zwei unterschiedliche Medien tätig (Ständige Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union 2017) *[Anmerkung: Austria Presse Agentur (zwei Personen), Der Standard, Die Presse, Kleine Zeitung, Oberösterreichische Nachrichten, Österreichischer Rundfunk (drei Personen), Salzburger Nachrichten, Trend, Wiener Zeitung].* Bereitschaft für ein Interview zeigten davon sechs Korrespondent*innen, die jeweils unterschiedliche Medien abdeckten. Auch wenn sich die Analyse dieser Arbeit speziell auf den österreichischen Printjournalismus bezieht, wurde das gesamte Spektrum an Brüssel-Korrespondent*innen – auch die Vertreter*innen der Nachrichtenagentur *Austria Presse Agentur* (APA) und die Journalist*innen des *Österreichischen Rundfunks* (ORF) – via E-Mail angeschrieben. Diese Vorgehensweise ist deshalb zulässig, da es sich bei dieser ersten Interview-Phase um explorierende Befragungen handelte, um das Forschungsfeld generell zu öffnen.

Die Frage, ob soziodemographische Daten bei qualitativen Expert*innenbefragungen zur besseren Beurteilung der Interviews eine Rolle spielen, wird in der Literatur unterschiedlich

10.15772/ANDRASSY.2021.001

diskutiert. Während sich *Kaiser* (2014, 9) dafür ausspricht, widersprechen *Meuser* und *Nagel* (2005, 74). In der vorliegenden Arbeit wurde diese Frage pragmatisch geklärt: Da eine Person ausdrücklich um Anonymität gebeten hat und die Anzahl der in Brüssel vertretenen österreichischen Korrespondent*innen ohnedies nur klein ist, wurde eine gänzliche Anonymisierung durchgeführt und die Personen – nach dem Zeitpunkt des Interviews – in alphabetischer Reihenfolge mit einer Buchstaben-Zahlen-Kombination benannt. Möglicherweise wären Hintergrundinformationen zum Berufsweg (eine klassische Laufbahn als Brüssel-Korrespondent*in bzw. eine Quereinsteiger*innen-Karriere) oder zur Verweildauer in Brüssel für die Interpretation der jeweiligen Perspektive interessant gewesen. Dies kann jedoch aufgrund der zugesicherten Anonymität nicht offengelegt werden. In der kleinen österreichischen Medienlandschaft wären durch Personen- und Medienangaben Rückschlüsse zu leicht möglich. Daher wurden im Transkript nicht nur Namen, sondern auch Aussagen, aus denen eindeutige Rückschlüsse gewonnen werden könnten, geschwärzt.

9.3.2.2 Erhebungsmethoden

Das Face-to-face-Interview mit dem Leiter der Pressearbeit und Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien fand am 11. April 2017 im „Haus der EU“, dem Sitz der Vertretung in Wien, statt und dauerte eine Stunde und 43 Minuten. Die Leitfaden-Interviews mit den Korrespondent*innen wurden von Mitte März bis Ende April 2017 via Skype durchgeführt und dauerten zwischen 18 Minuten und einer Stunde und sechs Minuten. Die Anfragen erfolgten via E-Mail. Bei Nicht-Beantwortung der E-Mails wurden die angefragten Personen zusätzlich telefonisch kontaktiert.

Die Aufzeichnung erfolgte mit einem digitalen Aufnahmegerät im MP3-Format. Wesentliche Rahmenbedingungen für ein solches Interview wie Ungestörtheit und ausreichende Zeit waren bis auf eine Interviewsituation, bei der das Zeitlimit von Vornherein auf 15 Minuten begrenzt wurde, gegeben. Da aufgrund der Distanz keine Face-to-face-Termine mit den Korrespondent*innen möglich waren, war natürlich mit einer gewissen Einschränkung der Kontrollierbarkeit der Interviews zu rechnen (Bogner & Menz 2005, 39). Ein Telefonat wurde kurz unterbrochen, was den Redefluss jedoch nicht nachhaltig störte. Bis auf zwei Interviews, die marginale technische Unterbrechungen beinhalteten, konnte die Skype-Übertragungsqualität auch für eine Weiterarbeit problemlos verwendet werden.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Sowohl für den Pressesprecher der Europäischen Kommission als auch für die Korrespondent*innen wurde derselbe teilstrukturierte Leitfaden entworfen. Er spielte eine entscheidende Rolle zur Strukturierung des Themenfeldes, diente als Hilfsmittel in der Erhebungssituation und setzte die theoretischen Fragestellungen und das Untersuchungsziel der Arbeit um (Kaiser 2014, 5; Bogner & Menz 2005, 27; Scholl 2015, 143–144). Für rekonstruierende Untersuchungen von Kommunikationsprozessen ist das Leitfaden-Interview das geeignetste Instrument, weil über den Leitfaden sichergestellt werden kann, dass alle für die Rekonstruktion benötigten Informationen erhoben werden (Gläser & Laudel 2010, 116). Durch seine Strukturierung der Inhalte ist eine bessere Vergleichbarkeit mehrerer Interview-Ergebnisse möglich. Darüber hinaus bietet ein Leitfaden-Interview die Möglichkeit, durch seine flexible Handhabung und offenen Fragestellungen auch Zugang zu subjektiven Orientierungen zu erhalten, und erfüllt somit die Vorgaben des vorliegenden Forschungsdesigns (Mayer 2013, 37). Grundsätzlich ist diese Phase der Leitfaden-Interviews als explorative Interview-Reihe konzipiert: Offenheit gegenüber neuen Erkenntnissen, subjektiven Relevanzsetzungen und Deutungen stehen im Zentrum des Erhebungsprozesses. Weder die genauen Frageformulierungen noch die Reihenfolge der Fragen waren fixiert (Gläser & Laudel 2010, 30–31). Andererseits ist natürlich auch festzuhalten, dass gewisse Richtungsentscheidungen bereits durch die theoretische Beschäftigung im Vorhinein bzw. die Festlegung der Forschungsfragen stattgefunden hatten, was sich zumindest phasenweise in einem höheren Grad an Strukturierung und Detaillierung abbildete. Dies betraf speziell die Fragen zu Hindernissen und Verstärkern im Berichterstattungsprozess bzw. zu den gegenseitigen Kommunikationsbeziehungen (Gläser & Laudel 2010, 31; Kaiser 2014, 3).

In der Praxis stellte sich heraus, dass die Beantwortung der Einstiegsfrage zu ausschweifend für die intendierten Ziele der Arbeit ausfiel. Sie wurde im Lauf der Interviews daher deutlich kürzer gehalten. Den Korrespondent*innen so viel Freiraum wie möglich zu lassen, war insofern schwierig, weil sie sich zum Großteil sehr erzählfreudig zeigten, aber aufgrund des journalistischen Alltags nur eine begrenzte Zeit zur Verfügung stand. Vor allem beim Abdriften von der Ebene der Europäischen Kommission zu allgemeinen EU-Themen, wozu die Befragten immer wieder tendierten, mussten Unterbrechungen der Interviews vorgenommen werden. Bei den Interviews mit den Korrespondent*innen mussten zum Teil Unterschiede der Kommunikation der Europäischen Institutionen erst stärker herausgearbeitet werden. Für ein

10.15772/ANDRASSY.2021.001

besseres Verständnis oder für Konkretisierungen der Antworten zur Europäischen Kommission wurden daher auch Ad-hoc-Nachfragen gestellt. Bei Unklarheit oder Nicht-weiter-Wissen der Befragten wurden inhaltliche Anstöße eingebracht, die sich aus vorhergehenden Interviews bzw. aus der Literaturanalyse ergaben. Bemerkenswert war das zum Teil unterschiedliche Ausmaß an Distanz bzw. Nähe dem Befragungsgegenstand gegenüber, was mitunter durch eher skeptische oder eher interessierte Haltungen bzw. durch mehr oder weniger intensive Auseinandersetzungen mit dem Thema zum Ausdruck gebracht wurde. In unklaren Passagen oder in für die Ergebnisse der Arbeit sehr relevanten Passagen wurde den Befragten die Möglichkeit zur Korrektur oder Ergänzung bzw. zur Erklärung von Vielschichtigkeiten gegeben (Gläser & Laudel 2010, 42).

9.3.2.3 Tests und Auswertungsverfahren

1.) Pretest

Der Leitfaden wurde im Vorfeld bei zwei österreichischen Journalisten getestet und im Anschluss geringfügig ergänzt. Im Rahmen dieses Pretests wurden die Befragten nach dem Vorgang des „lauten Denkens“ instruiert: Alles, was bei der Befragung auf- und einfällt, sollte kurz protokolliert werden. In einem anschließenden Gespräch wurde noch explizit nach Verständlichkeit und einem eventuellen Bias in den Fragestellungen gefragt (Raab-Steiner & Benesch 2015, 63–64).

2.) Auswertung

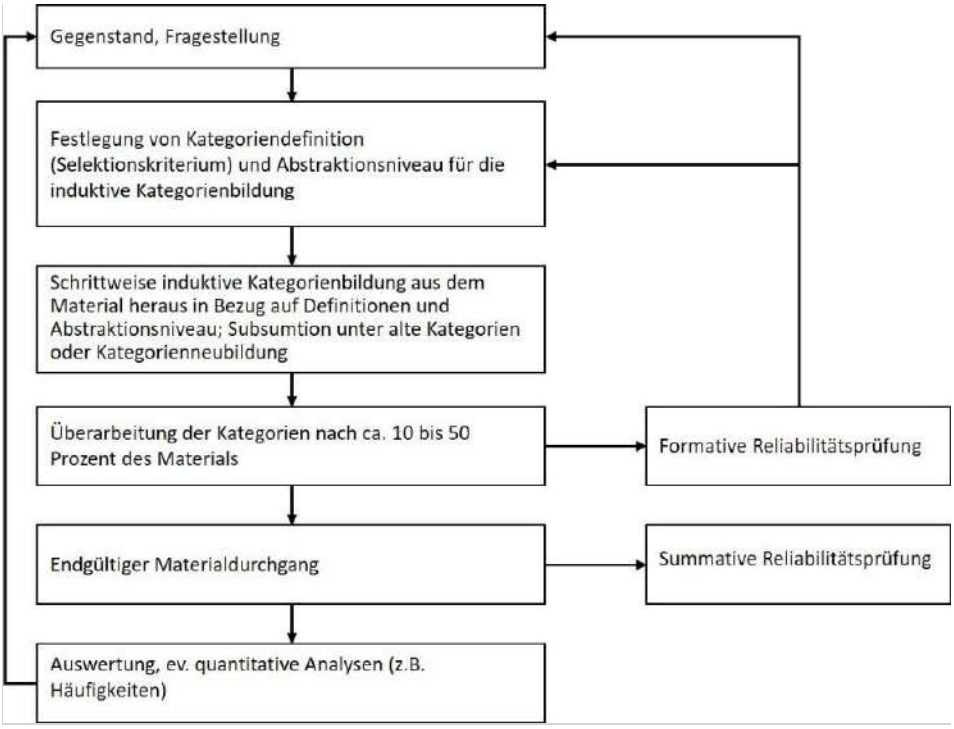
Im Anschluss an die Befragungsphase wurden die MP3-Aufzeichnungen transkribiert. Die Transkriptionen wurden an einen Experten ausgelagert. In welcher Detailgenauigkeit und in welcher Art das Interview im Transkript durchgeführt wurde, definieren die einheitlich vorgegebenen Transkriptionsregeln *(siehe Appendix – Transkriptionsregeln für die Leitfaden-Interviews)* (Fuß & Karbach 2014, 18).

Die Auswertung erfolgte nach dem Code-basierten Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse nach *Mayring* (2010). Dabei wurde speziell die Technik der induktiven Kategorienbildung gewählt. Diese kategoriengeleitete Textanalyse wurde mit der Web-Applikation QCAmap (Mayring & Fenzl 2017), die unter der Webadresse www.qcamap.org frei verfügbar ist,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

durchgeführt. Sie eignet sich, um dem Textmaterial in einem systematischen Verfahren und den Forschungsfragen entsprechend Informationen zu entnehmen und diese dann komprimierend darzustellen (Mayring 2016, 49). Die induktive Kategorienbildung ermöglicht eine möglichst gegenstandsnahe Abbildung des Materials ohne Verzerrungen durch Vorannahmen. Lediglich die Forschungsfragen geben eine Richtung an (vgl. Mayring 2016, 86–87):

Grafik 9.3_1: Auswertungsmodell nach Mayring *(vgl. Mayring 2016, 86-87; Mayring & Fenzl 2017)*



Nach den Vorgaben des Ablaufmodells nach *Mayring* wurde das Datenmaterial schrittweise systematisch bearbeitet Nach Hochladen des Textmaterials in die Web-Applikation wurden zunächst die Interviews in drei Gruppen geteilt:

a) Pressesprecher der Europäischen Kommission in Wien und Korrespondent*innen
b) Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen
c) Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service der Europäischen Kommission

Anschließend wurden die Fragestellungen an das Textmaterial festgelegt, die sich aus den Forschungsfragen ergeben (jeweils vier pro Gruppe), sowie das Abstraktionsniveau für die Codierung festgelegt. Als Analyseeinheiten wurde für die Codiereinheit eine Phrase oder

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wortfolge (klare bedeutungstragende Elemente im Text) sowie für die Kontexteinheit und Auswertungseinheit jeweils das ganze Interview bestimmt (Mayring 2010, 67–72).

Nach dieser Vorgabe und mithilfe der Software erfolgte die Codierung des gesamten Textmaterials. Mit den Fragen wurden die für die Auswertung der Forschungsfragen relevanten Daten aus den Interviews extrahiert. Diese Abschnitte wurden mit Codes versehen und Kategorien zugeordnet. Die Kategorienbildung erfolgte induktiv und wurde – abhängig vom Materialinhalt – ständig erweitert (Mayring 2010, 70–71). Das Kategoriensystem entstand somit schrittweise: Die thematische Struktur wurde durch die Forschungsfrage und den Interview-Leitfaden vorgegeben. Durch die Inhalte des Textmaterials wurden aber auch andere inhaltliche Aspekte eingebracht, die neue Kategorien zur Folge hatten. Dieses System basiert also sowohl auf theoretischen Ausgangsüberlegungen als auch auf den Spezifika des empirischen Textmaterials (Mayring 2010, 83). Nach einer automatischen Erinnerung des Programms wurde das Textmaterial nach etwa 30 Prozent der Codierung noch einmal codiert und die Kategorien überarbeitet. Auf Basis des neuen Kategoriensystems fand schließlich die Analyse des restlichen Materials statt.

Nach Abschluss der Codierungen erfolgte die Zusammenfassung der codierten und in Kategorien zugeordneten Textbestandteile in folgender Reihenfolge: Im ersten Reduktionsdurchgang wurden bedeutungsgleiche Paraphrasen gestrichen sowie nicht inhaltstragende und ausschmückende Textteile gekürzt. Die zweite Reduktion fasste passende Paraphrasen zusammen und selektierte wesentliche Interview-Zitate. Diese wurden dann gebündelt und anschließend generalisiert. Nach der Zusammenfassung der Paraphrasen bzw. der Identifikation wichtiger Interview-Zitate, die zu einer möglichst authentischen Darstellung der Interviews mit Anreicherungen von konkreten Beispielen der Befragten führen sollten, erfolgte schlussendlich die Textzusammenstellung, die sich an den Forschungsfragen orientierte (Mayring 2010, 67–72). Die Interview-Zitate wurden zuvor noch von Füllwörtern, unnötigen Satzteilen und sprachlichen Fehlern bereinigt. Für die leichtere Lesbarkeit wurde mitunter auch der Satzbau verändert, Satzzeichen eingefügt und bei starken Vermischungen zwischen unterschiedlichen Sprachen Vereinheitlichungen vorgenommen. Im Rahmen des letzten Materialdurchgangs folgte die Darstellung von Vergleichen auf der Ebene der Befragten sowie die Interpretation der Ergebnisse (Kuckartz 2014, 63).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Für die Interpretation ist zu beachten, dass Interviews als Ansammlung von Informationen selektiv und mitunter widersprüchlich sind. Aus konstruktivistischer Sicht ist es aber dennoch zulässig, nach der systematischen Inhaltsanalyse, der Zusammenfassung und dem Vergleich der Informationen, welche die Expert*innen geliefert haben, mitunter auch Kausalabhängigkeiten aufzuzeigen (Bogner & Menz 2005, 72–73). Ein spezifisches Merkmal der Inhaltsanalyse von *Mayring* ist darüber hinaus die Überwindung des Gegensatzes zwischen quantitativer und qualitativer Ergebnisanalyse (Mayring 2016, 20): Durch Einbezug quantitativer Analyseschritte, die ebenfalls die Web-Applikation QCAmap (Mayring & Fenzl 2017) zur Verfügung stellt, sind gewisse Verallgemeinerungen der Ergebnisse möglich. Es wird damit gezeigt, dass auch in qualitativ orientierten Untersuchungen Quantifizierungen die Ergebnisse verallgemeinert werden können *(siehe Kapitel 10.3.2)* (Mayring 2016, 37–38).

3.) Kategorientestungen

Die Kategorien stehen im Zentrum der Analyse und ermöglichen Intersubjektivität. Sie wurden am konkreten Textmaterial entwickelt und entscheiden, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, um zu einer Codierung zu gelangen (Mayring 2016, 51). Daher ist eine Rücküberprüfung des zusammenfassenden Kategoriensystems notwendig. Diese muss nach Vorgaben der Web-Applikation nach 10 bis 50 Prozent des codierten Textmaterials direkt am Ausgangsmaterial nochmals durchgeführt werden *(siehe Grafik 9.3_1).*

Sechs Monate nach Abschluss der Codierungen wurde außerdem eine weitere Überprüfung durchgeführt: Die Zuordnung der Codes in die vorgegebenen Kategorien wurde anhand zufällig ausgewählter Textteile (zwei Absätze pro Interview) von einer weiteren Person durchgeführt. In einem weiteren vollständigen Revisionsdurchgang wurden anschließend ausgewählte Kategorisierungen und Codierungen leicht adaptiert und somit ein präziseres Kategoriensystem erstellt (Mayring 2015, 70–71).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

9.3.3 Online-Befragung

9.3.3.1 Empirisches Material

Als Zielgruppe der Online-Befragung dienten Journalist*innen österreichischer Printmedien. Die Definition, wer als Printjournalist*in gilt, ist allerdings nicht ganz einfach zu treffen. Die Grenzen des Systems „Journalismus“ zu seiner Umwelt sind generell weder eindeutig noch natürlich, sondern müssen konstruiert werden. Auch wenn der Umbruch des Journalismus in Österreich weniger schnell und drastisch verlief als in anderen Ländern, haben die Bedingungen von Digitalisierung und Globalisierung gerade den Print-Journalismus stark verändert: Online-Plattformen, Social Media und Datenjournalismus bringen zusätzlich neue journalistische Aufgaben für Printjournalist*innen. Darüber hinaus vermischen sich in der Praxis die Aufgabenbereiche des Journalismus immer mehr mit PR. Viele, die zum Metier des Journalismus gezählt werden, arbeiten in Teilzeit oder nebenberuflich für Printmedien oder gar als Citizen Journalists (Kaltenbrunner et al. 2020, 15).

Die vorliegende Untersuchung orientiert sich bei der Auswahl der Stichprobe für diesen Befragungsschritt am Online-Printjournalist*innen-Verzeichnis des „Medienhandbuchs Österreich“. Mit der Auswahl des Online-Verzeichnisses wurde die Selektion der Befragten an die Redaktion des Medienhandbuchs ausgelagert und somit ein pragmatischer Forschungszugang gewählt. Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) gibt diese Online-Datenbank als Nachschlagewerk für Journalist*innen und Mediendaten heraus und aktualisiert diese laufend (VÖZ 2017). Vor der Entnahme der Daten wurde auf telefonische Nachfrage die letzte Aktualisierung mit 15. Juni 2017 bekannt gegeben.

Die Adressen der Printjournalist*innen wurden drei unterschiedlichen Printmedien-Kategorien zugeordnet: Tageszeitungen, Wochenzeitungen sowie Magazine, Fachzeitschriften und Special-Interest-Medien.

9.3.3.2 Erhebungsmethoden

Für die Umfrage, die an Journalist*innen österreichischer Printmedien gerichtet war, wurde ein Online-Fragebogen als ideales Befragungsinstrument ausgewählt, weil dieser dem digitalen, mobilen und flexiblen Arbeitsalltag der Journalist*innen entgegenkommt. Da das Internet zum täglichen Arbeitsmedium für Journalist*innen zählt, wurde der Online-

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Fragebogen als effizienteste Methode eingeschätzt, um eine große Anzahl an Journalist*innen schnell und kostengünstig zu erreichen.

Der Fragebogen wurde auf dem Open-Source-Produkt Lime Survey (Version 2.05+) erstellt, auf dem IT-Service-Portal für Mitarbeiter*innen der Karl-Franzens-Universität Graz durchgeführt und auf dem Server der Universität gespeichert. Die ausgewählten Printjournalist*innen wurden per E-Mail aufgefordert, an der Umfrage teilzunehmen, und konnten via Link auf die Befragung zugreifen.

Als geeigneter Zeitraum für die Befragung wurde das „journalistische Sommerloch" gewählt, um einen möglichst hohen Rücklauf abseits üblicher Zeitknappheit im journalistischen Alltag zu erhalten. Der Online-Link zum Fragebogen wurde erstmalig zwischen 20. und 24. Juli 2017 via E-Mail ausgesandt. Eine Erinnerung und erneute Einladung zur Teilnahme an der Online-Befragung erhielten die Printjournalist*innen am 21. August 2017. Da sich ein Fokus der Auswertungen auf österreichische Tageszeitungen bezieht, wurde noch ein drittes Mal nachgehakt: Um zusätzliche Aufmerksamkeit vor allem der Tageszeitungsjournalist*innen zu erhalten, erhielten die Chefredakteur*innen österreichischer Tageszeitungen am 18. September 2017 eine weitere Nachricht. Mit einem beigelegten Schreiben des Dissertationsbetreuers wurden sie gebeten, in der Redaktion auf die Befragung hinzuweisen. Bis zur Erinnerung Ende August belief sich die Zahl der (vollständigen und teilweisen) Teilnahmen an der Befragung auf 152 Personen. Im Rahmen der zweiten Einladung zur Teilnahme konnte der Rücklauf auf 255 Personen gesteigert werden. Nachdem die Chefredakteur*innen die Bitte um Weiterleitung erhielten, nahmen schließlich noch weitere sieben Personen an der Online-Befragung teil.

Die inhaltliche Konzeption des Fragebogens orientierte sich an *Scholl* (2015) sowie *Kuckartz et al.* (2009). Bei der Zusammenstellung der Fragen wurde neben der Umsetzung der Forschungsfragen auch eine möglichst geringe Abbruchquote angepeilt: Um eine Dauer von maximal 15 Minuten nicht zu überschreiten, wurden nur zwei offene Fragen eingefügt (Kuckartz et al. 2009, 35). Auf eine Bildschirmseite wurden mehrere Fragen integriert, um Übersichtlichkeit und thematische Zusammengehörigkeit zu illustrieren, sowie ein Fortschrittsbalken eingesetzt, um anzuzeigen, wie weit der*die Befragte bereits vorangekommen ist (Kuckartz et al. 2009, 45; Scholl 2015, 179). Die Praxis zeigte eine durchschnittliche Dauer der Befragung von knapp über elf Minuten bei jenen, die die Umfrage

10.15772/ANDRASSY.2021.001

vollständig beendet haben. Schließlich muss auf die begrenzte Kontrollierbarkeit von Online-Befragungen hingewiesen werden: Weiterleitungen auch an Personen, die nicht zur Zielgruppe gehören, wurden durch die Einstiegsfragen grundsätzlich zwar selektiert, sind aber in der Praxis nicht gänzlich auszuschließen.

Im Lauf der Befragungszeit war die Anzahl der Journalist*innen, die mit der Forscherin via E-Mail in Kontakt traten, bemerkenswert: Eine Person äußerte Kritik an Einstellungsfragen, eine weitere bemängelte, dass generell kein journalistisches Interesse am Forschungsthema bestehe. Der Rest übermittelte jedoch wohlwollende und interessierte Bemerkungen, lieferte noch zusätzliche vertiefende Rückmeldungen zu den abgefragten Themenbereichen oder stellte persönliche Fragen bzw. äußerte spezielles Interesse an den Ergebnissen.

9.3.3.3 Tests und Auswertungsverfahren

1.) Pretest

Vor der Online-Befragung wurde ein Pretest durchgeführt: Fünf (ehemalige) Journalist*innen österreichischer Medien – zwei Journalist*innen aus dem Print-Journalismus und jeweils eine Person aus dem Online-, TV- und Radio-Journalismus – testeten den Fragebogen. Drei von ihnen waren zum Zeitpunkt der Befragung in einem anderen Tätigkeitsfeld als im Journalismus tätig. Alle Personen hatten jedoch in der Vergangenheit oder haben in der Gegenwart im Rahmen einer jahrelangen journalistischen Tätigkeit mit EU-Politik und/oder internationaler Wirtschaft zu tun. Im Rahmen dieses Pretests wurden die Teilnehmer*innen nach dem Vorgang des „lauten Denkens“ instruiert: Alles, was bei der Bearbeitung auf- und einfällt, sollte kurz protokolliert werden. In einem anschließenden Telefongespräch wurde zusätzlich speziell nach Verständlichkeit, Länge und einem eventuellen Bias in den Fragestellungen gefragt (Raab-Steiner & Benesch 2015, 63–64). Nach dieser Pretest-Phase wurde der Online-Fragebogen an einigen Stellen überarbeitet und sprachlich präzisiert sowie eine technische Programmierung korrigiert.

2.) Auswertung

Nach Abschluss der Befragung wurden die Datensätze vom Server der Karl-Franzens-Universität Graz heruntergeladen, anschließend in ein Excel-File exportiert, bereinigt und zur

10.15772/ANDRASSY.2021.001

weiteren Verarbeitung vorbereitet. Dabei wurden die Zeitstempel und andere administrative Informationen aus dem File entfernt. Mit Hilfe des Office-Programms Excel wurde dann die Auswertung mit einer deskriptiven Datenanalyse durchgeführt.

Diese erfolgte zunächst auf Ebene des gesamten Datensatzes. Dann wurden die Tageszeitungsjournalist*innen mit der restlichen Stichprobe verglichen und unterschiedliche Fragekategorien systematisch aufeinander bezogen, um ein möglichst vielschichtiges Bild zu den Ergebnissen zu erhalten. Mittels Häufigkeitsanalysen, die mehrere Variablen miteinander verbinden, wurden Zusammenhänge hergestellt und dafür die entsprechenden Kontingenztabellen und Grafiken erstellt. Strukturen in den Daten und Abweichungen von diesen Strukturen wurden eruiert (Hedderich & Sachs 2011, 11). Zum Schluss folgte die Auswertung der offenen Fragebereiche nach Regeln zur Vereinheitlichung des Textmaterials *(siehe Appendix – Regeln zur Vereinheitlichung der offenen Antwortbereiche).*

9.3.4 Leitfaden-Interviews II

9.3.4.1 Empirisches Material

Für die Leitfaden-Interviews II wurden zwei Personengruppen als relevant eingeschätzt: Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen (aufgrund ihrer unterschiedlichen Bezeichnungen – jeweils abhängig von den Kabinetten – wurde der einheitliche Begriff „Kommunikationsverantwortliche“ gewählt) sowie Pressesprecher*innen des Sprecher*innendienstes der Europäischen Kommission (im Folgenden: Spokesperson’s Service). Beide Funktionsträger*innen politischer Kommunikation erfüllen das Kriterium, die Europäische Kommission nach außen repräsentieren zu dürfen und dabei – in mehr oder weniger großem Ausmaß und unterschiedlichen Häufigkeiten – mit (österreichischen) Journalist*innen zu kommunizieren.

1.) Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen

Alle 27 für die Kommunikation der Kommissar*innen-Kabinette zuständigen Beamt*innen wurden für diese Befragung via E-Mail kontaktiert. *[Anmerkung: Großbritannien hatte zum Zeitpunkt der Befragung aufgrund des negativen Referendums zum Verbleib in der*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Europäischen Union keinen Kommissar mehr inne.] Neun der kontaktierten Personen (ein Drittel) haben ein Treffen zugesagt. Weitere vier Personen haben die E-Mail-Anfrage positiv beantwortet. Aufgrund mangelnder Zeitressourcen konnte jedoch kein Treffen realisiert werden. Die Gespräche dauerten zwischen 41 Minuten und einer Stunde und 21 Minuten. Die Namen und Funktionen der Befragten werden in der Beschreibung der Auswahlstichprobe genannt *(siehe Tabelle 9.3_1)*. In der Auswertung werden die Personen der Reihenfolge der Interviews nach anonymisiert und mit einer Buchstaben-Zahlen-Kombination bezeichnet. Diese Vorgangsweise intendierte, bei eventuell auftretenden heiklen Themen Hindernisse für einen offenen Gesprächsverlauf möglichst von Vornherein zu beseitigen.

Die Variation und Heterogenität der Portfolios der Kommunikationsverantwortlichen zeigte sich als inhaltlich ausgewogen (Scholl 2015, 26): Euro- und Finanzstabilität, Wettbewerb, Handel und Handelsbeziehungen gehören zu den gewichtigen und einflussreichen Politikbereichen der Europäischen Kommission. Der Politikbereich Handel und Handelsabkommen wurde zum Zeitpunkt der Befragung speziell in Österreich als bedeutendes Handlungsfeld der Europäischen Kommission wahrgenommen. Zum einen fanden in dieser Zeit die Verhandlungen für die umstrittenen Handelsabkommen TTIP oder CETA statt, die – allen voran durch eine Kampagne der *Kronen Zeitung* – in den österreichischen Medien stark verfolgt wurden. Mit dem Wettbewerb wiederum kann ein in der österreichischen Debatte positiv besetztes Politikfeld der Europäischen Kommission mit in die Analyse aufgenommen werden.

Humanitäre Hilfe und Krisenmanagement waren zum Zeitpunkt der Befragung aufgrund des Syrien-Krieges und dessen Auswirkungen im Migrationsbereich ein aktuell relevanter Tätigkeitsbereich der Europäischen Kommission. Mit Beschäftigung und Soziales, Regionalpolitik, Europäische Nachbarschaftspolitik und Erweiterung sowie Digitale Ökonomie waren darüber hinaus auch Themen vertreten, die entweder aufgrund der Kompetenzen der Europäischen Kommission oder aufgrund der politischen Lage zum Zeitpunkt der Befragung eine eher untergeordnete Rolle spielten.

Mit der Kommunikationsverantwortlichen im Kabinett von Kommissar Hahn war darüber hinaus auch eine Person vertreten, die unter anderem als Journalistin und langjährige Pressesprecherin der Europäischen Kommission in der Vertretung in Wien auch gute Kenntnisse des österreichischen Journalismus vorzuweisen hatte. Mit einer Anzahl von fünf

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Männern und vier Frauen war das Geschlechterverhältnis ausgewogen. Die folgende Tabelle listet die offizielle Aufgabenbeschreibung der befragten Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen zum Zeitpunkt der Befragungen auf (vgl. European Commission 2017e):

*Tabelle 9.3_1: Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen*

Name des*der Befragten & Funktionen	Zugehörige*r Kommissar*in & Portfolio
Natasja Bohez Rubiano: Policy Assistant, Communication Adviser • assistance on communication and press matters, social media, website • relations with communication and spokesperson's service (COMM and SPP) • coordination of speech writers, trainees, College, humanitarian aid and crisis management (ECHO), neighborhood and enlargement (NEAR), international cooperation and development (DEVCO)	**Marianne Thyssen:** "Employment, Social Affairs, Skills and Labour Mobility"
Carl-Christian Buhr: Deputy Head of Cabinet • relations with Directorate General for Communications Networks, Content and Technology (DG CONNECT) and Directorate General for Informatics (DIGIT) • preparation jour fixe, research, science and innovation, cybersecurity, privacy, free flow of data, data economy, e-government • inter-institutional relations group (GRI)	**Mariya Gabriel:** "Digital Economy and Society"
Maija Celmina: Policy Assistant • communication with Latvian press and social media • relations with Latvian stakeholders • coordinating special communication projects • Vice President's web page • digital economy and e-society	**Valdis Dombrovskis:** Vice-President for "Euro and Social Dialogue" also in charge of "Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union" *[Anmerkung: nach Rücktritt des britischen Kommissars aufgrund des negativen Referendums zum Verbleib des Vereinigten Königreichs in der Europäischen Union im Juni 2016]*
Christina Holm-Eiberg: • co-ordination of communication issues • relations with Spokesperson's Service (SPP)	**Margrethe Vestager:** Competition
Patrizio Fiorilli: Communication Advisor • communication and information policy • coordination of speeches and speechwriting • relations with the Spokesperson's Service • European Week of Regions and Cities, Regio Stars, Media Web, Citizens dialogue	**Corina Crețu:** "Regional Policy"
Annemarie Huber Strategic Communications Adviser	**Johannes Hahn:** "European Neighborhood and Enlargement"

10.15772/ANDRASSY.2021.001

• communications strategy and media relations • relations with the Spokesperson's Service (SPP) • Social media, Civil society	
Joakim Larsson: Communications Adviser • communications strategy, planning and coordination • media relations and interviews • social media outreach • supervision of press releases & communications material, commissioner's website and blog, opinion-editorial articles • Press briefings & media monitoring • relations with DG TRADE communications team, spokesperson's service and DG COMM	**Cecilia Malmström:** "Trade/International Trade, Trade Agreements"
Luka Sohail Cabinet Expert, Communication Adviser • communication strategy and coordination • EU Ebola Coordination • Policy articulation on civil-military relations • Comprehensive approach: Health, Middle East, Relations with EU Member States: Italy, Estonia, Latvia, Lithuania	**Christos Stylianides:** "Humanitarian Aid, Crisis Management"
Wojtek Talko Communication Adviser • Data Protection (internal) • College & Directorate General for Communication Networks, Content, Technology (CNECT)	**Věra Jourová:** "Justice, Consumers and Gender Equality"

2.) Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service der Europäischen Kommission

Pressesprecher*innen als Auskunftspersonen zu gewinnen, stellte sich als schwierig heraus. Von den zum Zeitpunkt der Befragung 19 tätigen Pressesprecher*innen im Spokesperson's Service haben drei Personen der Interview-Anfrage via E-Mail zugesagt. Mit einer weiteren Pressesprecherin kam aufgrund einer Terminkollision kein Treffen zustande.

Aufgrund ihrer tagesaktuellen Tätigkeit stehen die Pressesprecher*innen im Normalfall mehr unter Druck als die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten. Nicht zuletzt durch das tägliche Mittagsbriefing sowie durch täglich stattfindende fixierte Routinen sind sie einem straffen Zeitplan unterworfen. Der engmaschige Arbeitsablauf zeigte sich auch in den Interviews, die – mitunter im Gegensatz zu denen mit den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten – jeweils von Vornherein mit einem Ende anberaumt waren. Sie dauerten zwischen 42 und 55 Minuten. Eine Person wurde dazwischen zu einem anderen Termin

10.15772/ANDRASSY.2021.001

gerufen, wodurch das Gespräch kurz unterbrochen und unter zeitlichem Druck vollendet wurde. Aber auch ihre mitunter heikle Aufgabe als Repräsentant*innen für die Europäische Kommission nach außen und die direkte Verantwortlichkeit gegenüber dem Kommissionspräsidenten sowie dem Generalsekretariat der Europäischen Kommission könnte eine Erklärung für die hohe Anzahl an Absagen bzw. die Nicht-Beantwortung zahlreicher E-Mail-Anfragen sein. In allen drei Interviews wurde auf die Verantwortung der Pressesprecher*innen für die Europäische Kommission hingewiesen und explizit um Anonymisierung gebeten. Die Personen wurden daher nach der Reihenfolge der Interviews mit einer Buchstaben- Kombination bezeichnet. Eigenschaften der Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service dürfen deshalb nicht erläutert werden.

*Tabelle 9.3_2: Pressesprecher*innen im Spokesperson‘s Service der Europäischen Kommission*

Name des*der Befragten	Portfolio
Person A	aufgrund der Wiedererkennungsmöglichkeit anonymisiert
Person B	aufgrund der Wiedererkennungsmöglichkeit anonymisiert
Person C	aufgrund der Wiedererkennungsmöglichkeit anonymisiert

3.) Hintergrundgespräche

Aufgrund der festgelegten Kriterien zur Bestimmung der Auswahlstichprobe (öffentliches Sprachrohr nach außen und Kontakt zu (österreichischen) Journalist*innen) sowie der Vorgaben der Europäischen Kommission für die externe Kommunikation wurden von Vornherein Personengruppen von der Befragung ausgeschlossen, die ebenfalls Kommunikationsfunktionen in der Europäischen Kommission innehaben: Neben den Pressesprecher*innen arbeiteten zum Zeitpunkt der Befragung auch 13 Press Officers im Spokesperson‘s Service der Europäischen Kommission, die Recherchetätigkeiten erledigten und im Hintergrund (meist schriftliche) Anfragen der Journalist*innen beantworteten. Während unter der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker eine starke Zentrierung auf die Pressesprecher*innen stattfand, galt für die Press Officers kein öffentliches Auskunftsrecht. Von dieser Regelung waren zum Zeitpunkt der Befragung auch weitere Kommunikationsexpert*innen in den unterschiedlichen Generaldirektionen bzw. Beamt*innen, die für die Generaldirektion Kommunikation arbeiteten, betroffen. Da diese

10.15772/ANDRASSY.2021.001

jedoch in erster Linie für spezialisierte inhaltliche oder administrative Belange zuständig sind, kaum oder gar nicht in Kontakt mit Journalist*innen nach außen stehen und nur in Abstimmung mit dem Spokesperson‘s Service nach außen treten dürfen, wurde von dieser Zielgruppe auch keine inhaltliche Ergiebigkeit für die Arbeit erwartet.

Hintergrundgespräche mit ausgewählten Personen aus diesen zwei Gruppen wurden dennoch (mit teilweiser Zusicherung auf Anonymisierung) geführt. Aufgrund der Vorgaben der Europäischen Kommission für die externe Kommunikation und zu geringer Passung für die vorliegende Forschungsarbeit wurden sie zwar nicht aufgenommen bzw. nicht transkribiert und ausgewertet. Sie dienten jedoch dazu, die Leitfaden-Interviews mit Hintergrundinformationen und Orientierungswissen zu ergänzen. Dadurch konnten die Befragungen zielgerichteter und effizienter ausgestaltet werden.

Aufgrund seiner Funktion im Kabinett des österreichischen Kommissars Johannes Hahn hat sich darüber hinaus auch noch ein weiterer Mitarbeiter für die Forschungsarbeit als interessant erwiesen. Er war zum Zeitpunkt der Befragung explizit für die Beobachtung der österreichischen Medien zuständig, hatte jedoch selbst nur peripher mit Journalist*innen zu tun.

*Tabelle 9.3_3: Hintergrundgespräche mit Beamt*innen der Europäischen Kommission*

Abteilung in der Europäischen Kommission	Name und Jobbezeichnung	Funktion
Spokesperson’s Service	Press Officer – anonym	aufgrund der Wiedererkennungsmöglichkeit anonymisiert
Spokesperson’s Service	Press Officer – anonym	aufgrund der Wiedererkennungsmöglichkeit anonymisiert
DG Health and Food Safety	Communication Officer – anonym	aufgrund der Wiedererkennungsmöglichkeit anonymisiert
DG Communication	Christiana Walcher • Directorate „Representations & Communication in Member States” • Deputy Head of Unit „Politische Information und Kommunikationsmaßnahmen“	Österreicherin mit jahrelanger Erfahrung in der DG Comm der Europäischen Kommission und in der Beobachtung der Rezeption von EU-Kommunikation in den EU-Mitgliedsländern
Kabinett Kommissar Johannes Hahn	David Müller Cabinet Expert	Portfolio: Austrian political debate on the EU

10.15772/ANDRASSY.2021.001

9.3.4.2 Erhebungsmethoden

Im Juli und August 2017 wurden zunächst jene Kommunikationsverantwortlichen der Kabinette der Kommissar*innen sowie jene Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service kontaktiert, welche die Kommunikation für die in der Inhaltsanalyse österreichischer Printmedien fünf erstgereihten und fünf letztgereihten Politikfelder innehatten *(siehe Kapitel 10.2.3)*. Sie erhielten eine E-Mail-Anfrage für einen Interview-Termin im September oder Oktober in Brüssel und ein zusätzliches Empfehlungsschreiben des Dissertationsbetreuers. Aufgrund geringer Rückmeldungen während der Sommermonate wurde Ende August schließlich der Entschluss getroffen, eine breitere Palette an Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission anzufragen. Bei der weiteren Auswahl wurde *Gläser* und *Laudel* gefolgt, welche die Anzahl der Interviews nicht bereits von Beginn der Erhebung an als abgeschlossen einfordern (Gläser & Laudel 2010, 118). Mit den meisten Beamt*innen wurden die Interviews recht kurzfristig und flexibel während des Forschungsaufenthaltes in Brüssel vereinbart. Aufgrund der Schwierigkeit, Zusagen von Pressesprecher*innen aus dem Spokesperson‘s Service zu erhalten, wurden die Pressesprecher*innen zur Zeit der Befragung in Brüssel noch einmal zusätzlich via E-Mail bzw. telefonisch kontaktiert.

Die Interviews fanden zwischen 21. September und 7. Oktober 2017 in Brüssel statt. Bis auf wenige Ausnahmen wurden sie in den Büros der Beamt*innen im Berlaymont, dem Hauptgebäude der Europäischen Kommission, abgehalten. Für alle Termine im Kommissionsgebäude war eine Akkreditierung, Anmeldung bei der Rezeption und Sicherheitskontrolle erforderlich. Um für die Befragten eine möglichst angenehme und sichere Gesprächsumgebung herzustellen (Herzog 2012, 209), fanden vereinzelte Interviews auf Wunsch auch in einem unbelebten Café, in der Cafeteria des Berlaymont oder direkt im Pressezentrum der Europäischen Kommission statt. Neben einigen kurzen Unterbrechungen durch Telefongespräche oder andere Kabinettsmitarbeiter*innen existierten keine besonderen Störungen der Interviewsituationen.

Die Fragebogenzusammenstellung erfolgte nach dem Vorbild der ersten Interview-Phase *(siehe Kapitel 9.3.2)*. An bereits vorhandenes Wissen über den Untersuchungsgegenstand wurde angeknüpft und aufgrund dessen eine stärker deskriptive Interviewform, ein höherer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Grad an Strukturierung und häufigere Detailfragen eingefügt. Sowohl für die Kommunikationsverantwortlichen der Kabinette als auch für die Pressesprecher*innen diente derselbe teilstrukturierte Leitfaden als Grundlage. Jedoch wurden zusätzliche Konkretisierungsfragen mit zum Teil unterschiedlichen Schwerpunkten angelegt, die hilfreich waren, um Detaillierungen anzuregen und Präzisierungen einzufordern. Diese ergaben sich entweder aufgrund des Profils der Person oder auch spontan im Gesprächsverlauf. Im Vergleich zur ersten Interview-Phase verlief die Interviewsituation deutlich asymmetrischer zugunsten der Interviewerin (Bogner & Menz 2005, 66; Kaiser 2014, 3).

Diese Vorgehensweise war auch deshalb wichtig, da die Interviewsituationen zeigten, dass die Befragten durchaus Übung im Umgang mit (zumeist journalistischen) Interviews hatten. Es gab in den allermeisten Fällen eine offene Gesprächsatmosphäre. Aber es muss natürlich erwähnt werden, dass die Interviews – in unterschiedlichem Ausmaß – von einer institutionellen Perspektive und Standortgebundenheit geprägt waren. Im Gegensatz zu den Interviews mit den Korrespondent*innen war natürlich davon auszugehen, dass es für die Beamt*innen der Europäischen Kommission (hier wird auch der Pressesprecher der Vertretung in Wien aus der Interview-Phase I mitgerechnet) klarere Grenzen des Sagbaren gab. Das institutionelle Framing der gesprochenen Inhalte war beispielsweise auch an einer einheitlichen Sprache sichtbar (Potter & Hepburn 2012, 555-570). Unterschiede zeigten sich zwischen den Kommunikationsverantwortlichen der Kabinette, die aus verschiedenen Gesichtspunkten eine sehr heterogene Gruppe ausmachten (z. B. Aufgabenbereiche im Kabinett, beruflicher Hintergrund, Herangehensweise an die Kommunikationsarbeit), und den Pressesprecher*innen, die neben klar festgelegten Aufgabenbereichen viel stärker standardisierte Kommunikations- und Verhaltensweisen zum Ausdruck brachten. Die Pressesprecher*innen baten beispielsweise um Anonymität und in zwei Fällen auch um ein Abschalten des Aufnahmegeräts. Wie aber konkret mit der jeweiligen Standortgebundenheit umgegangen wurde, ist keinesfalls einheitlich über die gesamte Beamt*innenschaft der Europäischen Kommission zu legen. Es muss einerseits nach Funktionsgruppen unterschieden werden, und andererseits waren unterschiedliche Herangehensweisen stets auch individuell festzumachen.

Für die Interpretation der Ergebnisse müssen schließlich auch kulturelle und sprachliche Eigenschaften berücksichtigt werden *(siehe Kapitel 8.2.4 – Punkt 3).* Die doch recht große

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Anzahl an Interviews in deutscher Sprache könnte die Vermutung nahelegen, dass die Herkunft der Forscherin eventuell für eine Interview-Zusage ausschlaggebend war. Hier muss aber erwähnt werden, dass die Verwendung der deutschen Sprache nicht automatisch auf eine deutsche oder österreichische Herkunft der Interview-Partner*innen schließen lässt.

9.3.4.3 Test und Auswertungsverfahren

1.) Pretest

Der Fragebogen wurde im Vorfeld bei einer slowenischen Beamtin aus dem Rat der Europäischen Union und einem österreichischen Beamten aus dem Europäischen Parlament – beide für Kommunikation zuständig – getestet und im Anschluss geringfügig ergänzt. Im Rahmen dieses Pretests wurden die Befragten nach dem Ablaufmodell des „lauten Denkens" instruiert: Alles, was auf- und einfällt, sollte kurz protokolliert werden. In einem anschließenden Gespräch wurde noch explizit nach Verständlichkeit und einem eventuellen Bias in den Fragestellungen gefragt (Raab-Steiner & Benesch 2015, 63–64).

2.) Auswertung

Die Auswertung erfolgte nach demselben Ablauf wie die Reihe der Leitfaden-Interviews I *(siehe Kapitel 9.3.2).*

3.) Kategorientestungen

Die Kategorientestungen wurden nach dem Vorbild der Leitfaden-Interviews I durchgeführt *(siehe Kapitel 9.3.2).*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10. ERGEBNISSE

10.1 Inhaltsanalyse

10.1.1 Vorbemerkungen

Den Forschungsfragen entsprechend werden im folgenden Kapitel jene Ergebnisse aus den erhobenen Daten der Inhaltsanalyse von fünf untersuchten Tageszeitungen (*Der Standard, Die Presse, Kurier, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung*) im Erhebungszeitraum von 01. August 2015 bis 31. Januar 2016 zusammengefasst, die Hinweise auf die formelle Einordnung, auf die inhaltliche Klassifikation und auf die Wertung der gesuchten Variablen geben. Folgende Variablen dienten als Kriterium für die Selektion der Printmedien-Artikel *(Details zur Operationalisierung siehe Kapitel 9.2 bzw. Codebuch im Appendix)*:

Tabelle 10.1_1: Variablen im Überblick

Europäische Kommission	sowie alle Attribute, die der Kommission begrifflich zugeordnet werden (z. B. Kommissionspläne, Kommissionsgebäude)
Akteur*innen der Europäischen Kommission	Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker Kommissar*innen der Europäischen Kommission ehemalige Kommissar*innen der Europäischen Kommission Beamt*innen und Sprecher*innen der Europäischen Kommission EU-Außenbeauftragte Federica Mogherini als eine der Vizepräsident*innen der Europäischen Kommission

Die Ergebnisse werden im Folgenden deskriptiv dargestellt und so aufbereitet, dass Auffälligkeiten und Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Printmedien bzw. zwischen den Kategorien hervorgehoben werden. Wenn zulässig, werden interpretative Einordnungen eingefügt, um so ein möglichst detailliertes Bild zur Darstellung der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen durch die österreichischen Journalist*innen in den fünf ausgewählten Printmedien zu erhalten.

Bei der Interpretation der Daten ist zu beachten, dass nicht in jedem Medium sämtliche gesuchte Kategorien abzufragen waren, da diese aufgrund der unterschiedlichen Verfasstheit der Printmedien-Produkte mitunter überhaupt nicht existieren (z. B. Ortsangaben,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Karikaturen, Leitartikel) oder im untersuchten Fall nicht vorhanden waren. Was die Datenaufbereitung betrifft, so wurden die Prozentzahlen immer auf zwei Kommastellen gerundet, wodurch es eventuell zu Rundungsfehlern kommen kann.

10.1.2 Formale Einordnungen

1.) Vorkommen

Aus der Grundgesamtheit von 870 Tageszeitungen, die sich aus fünf verschiedenen Printmedien (*Der Standard, Die Presse, Kronen Zeitung, Kleine Zeitung, Kurier*) zusammensetzt, wurden insgesamt 1380 Artikel für die Forschungsfrage als relevant selektiert, codiert und ausgewertet. Bei der Interpretation der folgenden Daten müssen die unterschiedlichen Erscheinungshäufigkeiten der fünf Tageszeitungen berücksichtigt werden. Der *Standard* publizierte – im Unterschied zur *Presse* – im Zeitraum der Analyse beispielsweise keine Sonntagszeitung, sondern nur eine am Samstag erscheinende Wochenend-Ausgabe *(siehe Tabelle 9.2_1).*

Im Zeitraum von 01. August 2015 bis 31. Januar 2016 fand sich im Medienvergleich in den Tageszeitungen *Die Presse* (im Folgenden: *Presse*) mit 428 Artikeln (31,01 Prozent) und *Der Standard* (im Folgenden: *Standard*) mit 405 Artikeln (29,35 Prozent) die mit Abstand höchste Anzahl an Artikeln, die den Suchkriterien entsprachen. Da es sich hierbei um die beiden österreichischen Printmedien handelt, welche der Qualitätspresse zuzuordnen sind, fällt dieses Ergebnis nicht überraschend aus. Die Tageszeitung *Kurier* liegt mit 269 eigenständigen Artikeln (19,49 Prozent), in denen die Europäische Kommission beziehungsweise deren zugehörige Akteur*innen erwähnt wurden, ebenso wie die *Kleine Zeitung* mit 184 Artikeln (13,33 Prozent) im Mittelfeld, wobei zwischen diesen beiden Printmedien doch ein deutlicher Unterschied in der Anzahl der analysierten Artikel festgestellt werden kann. Die *Kronen Zeitung* rangiert mit 94 Artikeln (6,81 Prozent) an letzter Stelle.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Grafik 10.1_1: Verteilung der analysierten Artikel im Medienvergleich

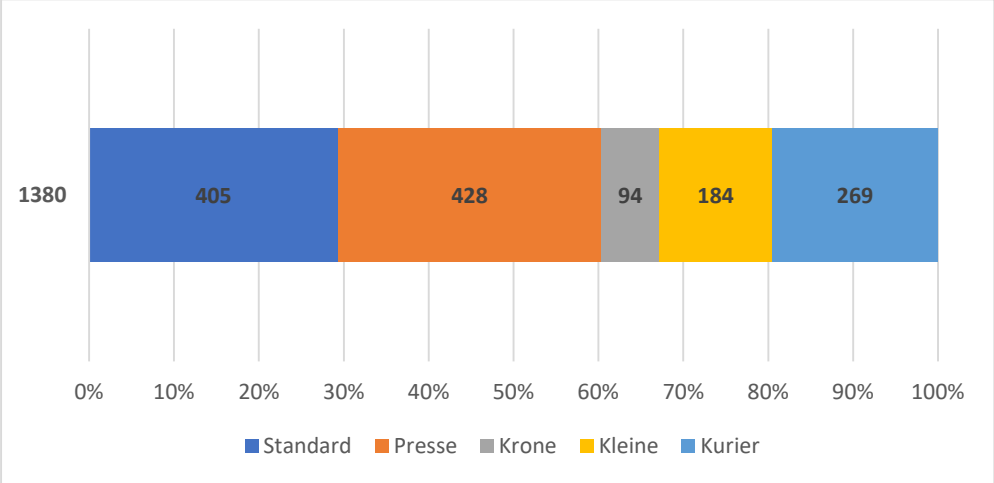


Tabelle 10.1_2: Anzahl codierter Artikel pro Ausgabe

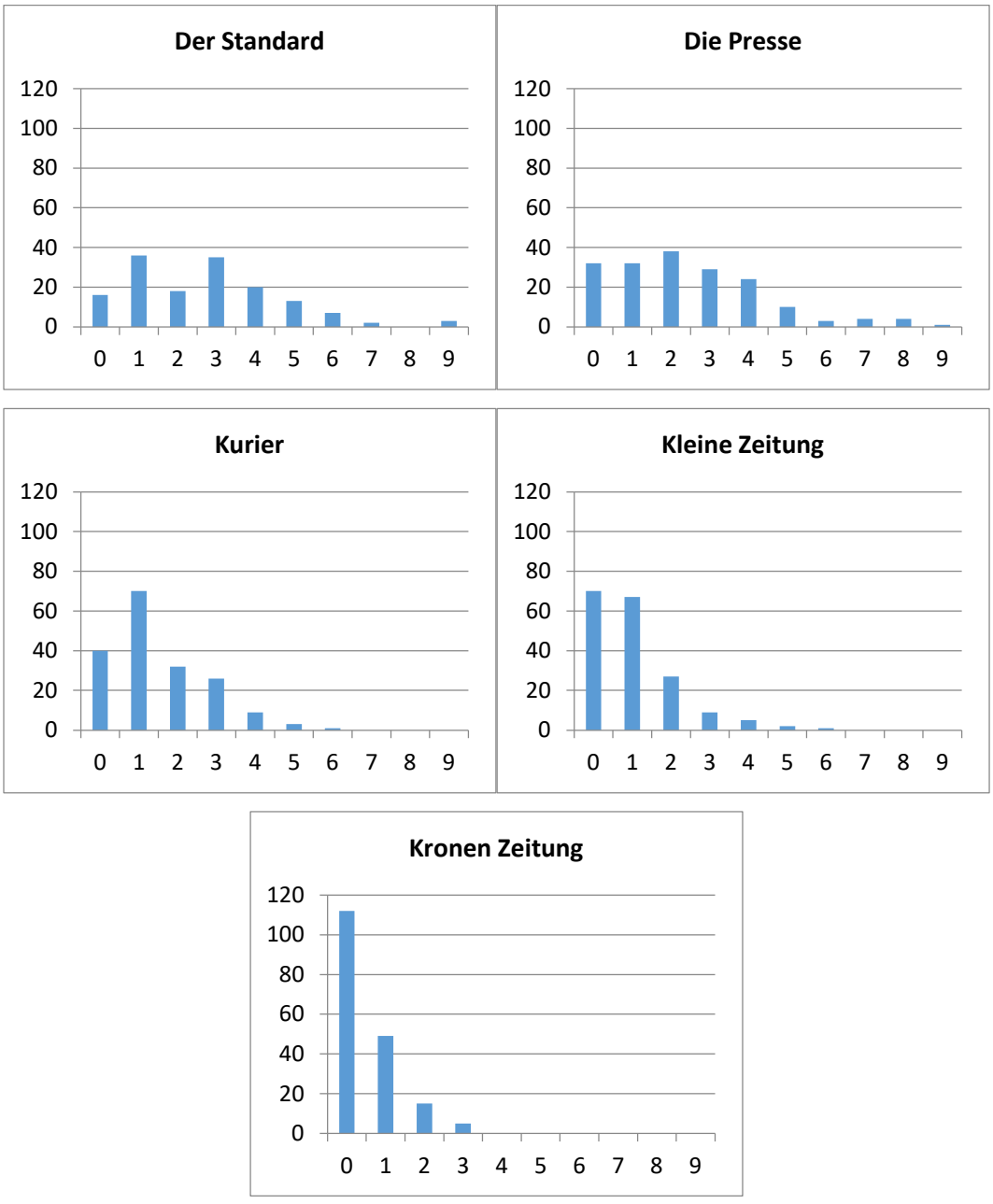
Anzahl Artikel pro Ausgabe	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
0	16	32	112	70	40	**270**
1	36	32	49	67	70	**254**
2	18	38	15	27	32	**130**
3	35	29	5	9	26	**104**
4	20	24	0	5	9	**58**
5	13	10	0	2	3	**28**
6	7	3	0	1	1	**12**
7	2	4	0	0	0	**6**
8	0	4	0	0	0	**4**
9	3	1	0	0	0	**4**
Summe	**150**	**177**	**181**	**181**	**181**	**870**

Im Zeitraum von sechs Monaten wurden die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen in 600 Print-Exemplaren (68,97 Prozent) zumindest ein Mal genannt. An der Spitze stehen erneut der *Standard* und die *Presse:* Die gesuchten Variablen kommen in 134 (89,33 Prozent) bzw. 145 (81,92 Prozent) der Ausgaben mindestens ein Mal vor. Auch die Print-Exemplare, in denen die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen am öftesten erwähnt werden, sind diesen beiden Zeitungen zuzuordnen: In drei Ausgaben des *Standard* und einer Ausgabe der *Presse* finden sich die entsprechenden Variablen in jeweils neun Artikeln. Im *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* ist die Europäische Kommission in je einer Printausgabe sechs Mal vertreten, in der *Kronen Zeitung* kann eine dreimalige Nennung der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen als Maximum an Erwähnungen identifiziert werden.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

In der Analyse der Anzahl der Ausgaben, in denen die gesuchten Variablen gar nicht vorkommen, liegt die *Kronen Zeitung* an der Spitze: In 112 von 181 Ausgaben (61,88 Prozent) wird die Europäische Kommission kein einziges Mal erwähnt. Dies passiert 16 Mal im *Standard* (10,67 Prozent), 32 Mal in der *Presse* (18,08 Prozent), 40 Mal im *Kurier* (22,10 Prozent) und 70 Mal in der *Kleinen Zeitung* (38,67 Prozent).

Grafik 10.1_2: Anzahl codierter Artikel pro Ausgabe im Medienvergleich



10.15772/ANDRASSY.2021.001

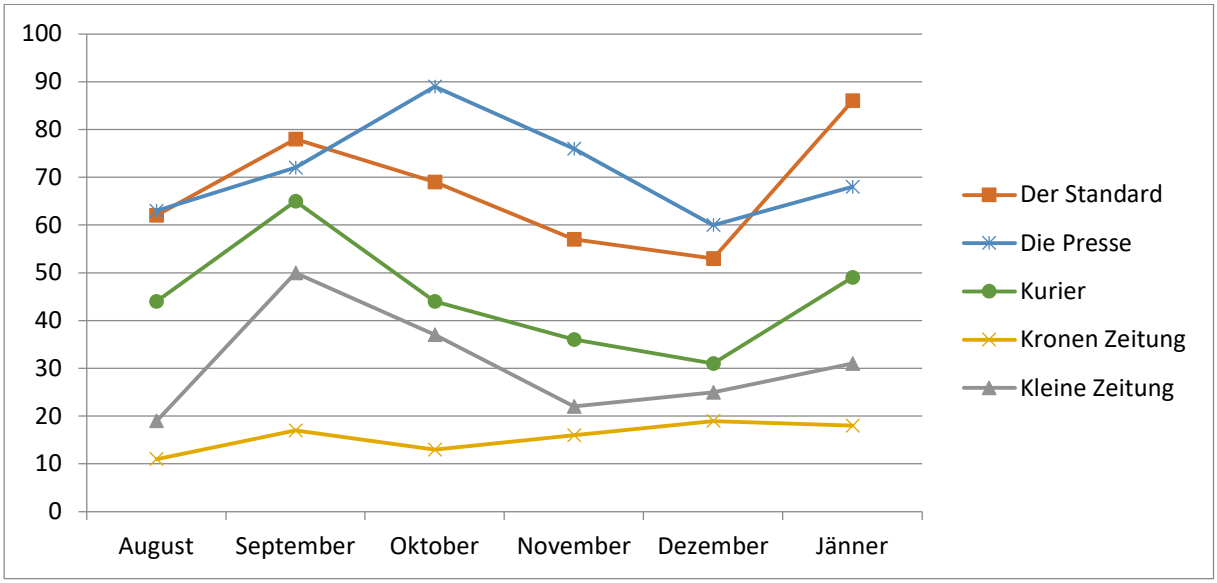
Analysiert man die Artikel, welche mindestens eine der gesuchten Variablen beinhalten, nach dem Monat ihres Erscheinens im Tageszeitungsvergleich und trägt diese in einer Grafik auf *(siehe Grafik 10.1_3)*, fällt auf, dass die Kurven – mit leichten Abweichungen der *Presse* und der *Kronen Zeitung* – annähernd parallel sind. Dies weist auf eine sehr ähnliche Nachrichtenaufmerksamkeit und ein überschneidendes Berichterstattungsinteresse der Journalist*innen in Hinblick auf die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen hin. Bei der *Presse* steigt die Anzahl an Berichterstattung und Meinungsartikulation im Oktober, während diese bei den restlichen Tageszeitungen doch deutlich abnimmt. Sie weist überhaupt die höchste Anzahl an codierten Artikeln im Monatsvergleich im Oktober auf (89 Artikel). Darüber hinaus kann ab Oktober bei der *Kronen Zeitung* außerdem eine im Vergleich zu den übrigen Printmedien leicht gegenläufige Entwicklung festgestellt werden: Die Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen nimmt bis Dezember zu und im Januar wiederum geringfügig ab. Aufgrund der kleinen absoluten Zahlen kann jedoch kein eindeutiger Trend festgemacht werden.

Tabelle 10.1_3: Anzahl der codierten Artikel im Monatsvergleich

	August	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Summe
Standard	62	78	69	57	53	86	**405**
Presse	63	72	89	76	60	68	**428**
Krone	11	17	13	16	19	18	**94**
Kleine	19	50	37	22	25	31	**184**
Kurier	44	65	44	36	31	49	**269**
Summe	**199**	**282**	**252**	**207**	**188**	**252**	**1380**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Grafik 10.1_3: Anzahl der codierten Artikel im Monatsvergleich



Die Hypothese der Existenz eines „journalistischen Sommerlochs“ im August aufgrund der jährlich reduzierten Aktivitäten der Europäischen Kommission und einer generell deutlichen Abnahme journalistischer Politikberichterstattung während der Urlaubszeit im Sommer hat sich in der Tat in der Analyse bemerkbar gemacht – ebenso wie die Dezemberfeiertage. Nur die *Kronen Zeitung* zeigt beispielsweise im Dezember mit insgesamt 19 codierten Artikeln eine Berichterstattungsintensität mit den insgesamt meisten Nennungen im Zeitverlauf der Untersuchung. Aufgrund der relativ kleinen Fallzahlen bei der *Kronen Zeitung* lassen sich jedoch keine eindeutigen Gründe herauslesen. Während die Häufigkeit an Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen auch im November im allgemeinen Vergleich ebenso unterdurchschnittlich ausfiel, verzeichneten die Monate September, Oktober und Januar die häufigsten Erwähnungen.

2.) Genre

Diese Kategorie gibt Einblick in die Darstellungsform, wie Kommunikation in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen den Printmedien-Rezipient*innen präsentiert wird: Die Nachricht bzw. der Bericht (eine etwas längere journalistische Darstellungsform auf Basis der Nachricht) sind medienübergreifend das mit Abstand beliebteste Genre für die Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und deren zugehörigen Akteur*innen. Insgesamt 886 Artikel (64,20

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Prozent aller codierten Artikel) sind diesem Typus zuzuordnen. Dahinter folgt mit 288 Artikeln (20,87 Prozent) der Hintergrundbericht (detailliertere Veranschaulichung von Sachverhalten) bzw. die Reportage (Hintergrundbericht mit dramaturgischer Aufbereitung). Generell werden in allen Kategorien medienübergreifend weitgehend ähnliche Werte mit nur einer großen Ausnahme sichtbar: Die *Kronen Zeitung* weist bei den Nachrichten bzw. Berichten einen Prozentsatz von 80,85 auf und liegt damit deutlich über allen anderen Tageszeitungen, die jeweils unter 67 Prozent liegen. Auf der anderen Seite sind nur 2,13 Prozent aller von der *Kronen Zeitung* codierten Artikel als Reportage oder Hintergrundbericht einzustufen, wogegen die anderen untersuchten Medien bei diesem Genre alle auf mindestens 18 Prozent kommen. Unterschiede zwischen der Qualitätspresse und den restlichen Medien können nur marginal festgestellt werden. Dass die *Kronen Zeitung* keine Korrespondent*innen-Stelle vor Ort in Brüssel hat, mag mit ein Grund für ihre vergleichsweise geringe Anzahl an Reportagen sein.

Die häufige Verwendung der Nachricht bzw. des Berichts als Darstellungsform zur Europäischen Kommission weist auf kurze tagesaktuelle Berichterstattung und die Übernahme von (oft nicht gekennzeichneten) Artikeln von Presseagenturen hin. Hintergrundberichterstattung und Reportagen benötigen hingegen mehr Platz und tiefergehenden Einblick vor Ort.

Kommentare oder Glossen zu den politischen (Kommunikations-)Handlungen der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen kommen insgesamt nur selten vor. Einige Differenzen zwischen den Printmedien können hier aber statuiert werden: Der *Standard* zeigt bei den Kommentaren überdurchschnittliche Aktivität. Mit einer Anzahl von 44 zählen 10,86 Prozent der gesamten Artikel zur Europäischen Kommission im *Standard* zum Genre der Kommentare. Auch die *Kronen Zeitung* liegt mit 8 Kommentaren (8,51 Prozent) über dem allgemeinen Durchschnitt von 5,65 Prozent, wobei die Signifikanz hier aufgrund der geringeren Anzahl an codierten Artikeln der *Kronen Zeitung* nicht deutlich ist. Entgegen der Erwartungen an eine Qualitätszeitung belegt die *Presse* mit 9 Kommentaren (2,10 Prozent) nur den letzten Platz im Medienvergleich und hat sogar in absoluten Zahlen nur einen Kommentar mehr als die *Kronen Zeitung* aufzuweisen. Selbst nach Hinzuziehung der Nennungen in der Editorial/Leitartikel-Kategorie (15 bei der *Presse* versus 0 beim *Standard*), die ja ebenfalls als Kommentierung politischer Entwicklungen angesehen werden können,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

bleibt ein großer Unterschied im Vergleich zwischen der *Presse* und dem *Standard* bestehen. Dies mag verwundern, lässt sich aber mit der Tatsache relativieren, dass die *Presse* einen Teil ihrer Kommentare an eine beträchtliche Zahl externer Personen außerhalb der Redaktion auslagert. Diese wurden aufgrund der Forschungsfrage dieser Arbeit (welche sich nur auf Journalist*innen bezieht) nicht in die Analyse aufgenommen. Bei der Interpretation der Daten muss darüber hinaus beachtet werden, dass der *Standard* keinen ausgewiesenen Editorial/Leitartikel-Bereich in seinem Repertoire beinhaltet.

Zwar könnte man meinen, dass Fachtexte und dienstleistende Texte die Medienrezipient*innen bei der leichteren Lesbarkeit von Artikeln zur Europäischen Kommission unterstützen. In der untersuchten Printmedienlandschaft spielen sie, um Themen der Europäischen Kommission zu erläutern, mit Ausnahme in der *Presse* jedoch keine Rolle. Diese Art der journalistischen Darstellungsform schneidet in der *Presse* mit einer Anzahl von 30 (7,01 Prozent aller von der *Presse* codierten Artikel) überdurchschnittlich hoch ab, was den typischen Eigenschaften einer Qualitätszeitung entspricht. Der *Standard* unterscheidet sich mit nur fünf Fachtexten zur Europäischen Kommission (1,23 Prozent) wiederum deutlich von der *Presse*. Die Anzahl der Leitartikel als auch der Interviews ist insgesamt gering.

Tabelle 10.1_4: Genre in absoluten Zahlen

Genre	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
Nachricht/Bericht	256	283	76	107	164	**886**
Editorial/Leitartikel	0	15	5	10	12	**42**
Kommentar/Glosse	44	9	8	8	9	**78**
Reportage/Hintergrundbericht	92	80	2	48	66	**288**
Fachtext/dienstleistender Text	5	30	3	5	10	**53**
Interview	8	11	0	6	8	**33**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_5: Genre in Prozent

Genre	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Nachricht/Bericht	63,21 %	66,12 %	80,85 %	58,15 %	60,97 %	64,20 %
Editorial/Leitartikel	0,00 %	3,50 %	5,32 %	5,43 %	4,46 %	3,04 %
Kommentar/Glosse	10,86 %	2,10 %	8,51 %	4,35 %	3,35 %	5,65 %
Reportage/Hintergrundbericht	22,72 %	18,69 %	2,13 %	26,09 %	24,54 %	20,87 %
Fachtext/dienstleistender Text	1,23 %	7,01 %	3,19 %	2,72 %	3,72 %	3,84 %
Interview	1,98 %	2,57 %	0,00 %	3,26 %	2,97 %	2,39 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

3.) Ressorts

Die Verteilung der gesuchten Variablen auf die unterschiedlichen Ressorts spiegelt einerseits die Innenarchitektur der Tageszeitungen wider und andererseits die jeweiligen inhaltlichen Schwerpunkte der Printmedien sowie spezifische Berichterstattungs- und Meinungsartikulationsinteressen der Journalist*innen zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen.

Es wird bemerkbar, dass es Unterschiede zwischen den Prioritäten der verschiedenen Tageszeitungen gibt: In der *Presse* existiert sowohl eine Außenpolitik-Rubrik als auch eine regelmäßig erscheinende EU-Rubrik, was eine deutlich höhere Anzahl an Nennungen in dieser Kategorie zur Folge hat. Der *Kurier* wiederum hat keine ausgewiesene Meinungsseite; Meinungsartikulationen sind hier über die ganze Zeitung hinweg verteilt. Bei der *Kronen Zeitung* betrifft dies das Ressort „Außenpolitik und EU“ und beim *Standard* den Bereich „Politik allgemein“, wodurch sich hier die Null-Prozent-Werte erklären lassen.

Auffallend ist die hohe Anzahl an Nennungen der Europäischen Kommission in den Wirtschaftsressorts bei der Mehrzahl der untersuchten Tageszeitungen. Hier sticht vor allem die große Berichterstattungsintensität des *Standard* mit 126 Codierungen (31,11 Prozent) heraus. Auch beim *Kurier* und bei der *Kleinen Zeitung* befindet sich knapp ein Viertel der gesamten Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission im Wirtschaftsressort. Die *Presse* und die *Kronen Zeitung* schneiden im Medienvergleich mit 62 Codierungen (14,49 Prozent) bzw. fünf Codierungen (5,32 Prozent) jedoch nur unterdurchschnittlich ab. Eine vertiefte Analyse zeigt aber, dass im Bereich „Außenpolitik und EU“ bei der *Presse* ebenfalls eine große Anzahl an wirtschaftlichen Themen vertreten ist.

Die hohe Anzahl an Nennungen in der Kategorie „Aktuelles“ weist auf die Bedeutung der Tagesaktualität von Artikeln zur Europäischen Kommission hin. Dabei fallen jeweils beinahe übereinstimmende Prozentwerte zwischen dem *Standard* und der *Presse* (37,53 Prozent und 38,08 Prozent) sowie zwischen dem *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* (16,85 Prozent und 16,36 Prozent) auf. Die *Kronen Zeitung* zeigt hier ein differierendes Bild mit nur 5,32 Prozent in dieser Kategorie.

Die Erwähnung der Europäischen Kommission in den Innenpolitik-Ressorts fällt, im durchschnittlichen Medienvergleich betrachtet, sehr gering aus. Während die Zahl der Nennungen in dieser Kategorie beim *Standard* (2,72 Prozent), der *Presse* (1,17 Prozent), der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kleinen Zeitung (1,63 Prozent) und dem *Kurier* (0,74 Prozent) nur eine niedrige einstellige Prozentzahl hervorbringt, sticht auch hier die *Kronen Zeitung* heraus: 11,70 Prozent der analysierten Artikel in der *Kronen Zeitung* sind dem Innenpolitik-Ressort zuzuordnen.

Auch die abweichende Rolle der *Kronen Zeitung* im Ressort „Meinung" ist eklatant: Mit 15,96 Prozent steht sie hier an erster Stelle im Medienvergleich. Die *Kleine Zeitung* folgt mit 12,15 Prozent, der *Standard* mit 10,62 Prozent und die *Presse* mit 0,47 Prozent. Wie schon im Abschnitt „Genre" festgestellt, zeigt die *Presse* im Bereich der Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen kaum Aktivität.

Tabelle 10.1_6: Ressortverteilung in absoluten Zahlen

Ressortverteilung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
Innenpolitik	11	5	11	3	2	**32**
Außenpolitik und EU	73	195	0	8	3	**279**
Wirtschaft	126	62	5	42	66	**301**
Meinung	43	2	15	23	0	**83**
Aktuelles	152	163	3	31	44	**393**
Politik allgemein	0	1	60	77	154	**292**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_7: Ressortverteilung in Prozent

Ressortverteilung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Innenpolitik	2,72 %	1,17 %	11,70 %	1,63 %	0,74 %	2,32 %
Außenpolitik und EU	18,02 %	45,56 %	0,00 %	4,35 %	1,12 %	20,22 %
Wirtschaft	31,11 %	14,49 %	5,32 %	22,83 %	24,54 %	21,81 %
Meinung	10,62 %	0,47 %	15,96 %	12,50 %	0,00 %	6,01 %
Aktuelles	37,53 %	38,08 %	3,19 %	16,85 %	16,36 %	28,48 %
Politik allgemein	0,00 %	0,23 %	63,83 %	41,85 %	57,25 %	21,16 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

4.) Autor*innenschaft

Die Frage nach den Urheber*innen der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und deren zugehörigen Akteur*innen zielt aufgrund des akteur*innenzentrierten Fokus dieser Forschungsarbeit auf eines der Kernthemen auch im Rahmen der Inhaltsanalyse: Es zeigt sich, dass Redakteur*innen der analysierten Printmedien mit 580 Nennungen die Mehrheit der Berichterstatter*innen zur Europäischen Kommission

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ausmachen (insgesamt 42,03 Prozent). Sie stehen beim *Standard*, bei der *Presse* und beim *Kurier* im Vergleich zu den übrigen Kategorien an erster Stelle. Beim *Kurier* liegen sie nur knapp vor den Korrespondent*innen. Das Gesamtbild offenbart aber Unklarheiten: Bei der *Kleinen Zeitung* und der *Kronen Zeitung* bleibt die Mehrheit der Artikel (52,17 Prozent und 50,00 Prozent) ohne eine Angabe von Autor*innenschaft.

Was die Korrespondent*innen betrifft, zeigen die Ergebnisse der Analyse ein differenziertes Bild, das eine Zweiteilung zwischen „Qualitätspresse“ und den restlichen untersuchten Medienprodukten nicht zulässt: Die Berichterstattung und Meinungsartikulation durch Korrespondent*innen ist vor allem beim *Kurier* (34,94 Prozent) und beim *Standard* (28,15 Prozent) hoch. Die *Kleine Zeitung* (20,11 Prozent) liegt in dieser Kategorie noch vor der *Presse* (14,25 Prozent). Die *Kronen Zeitung* weist keine Korrespondent*innen in ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation aus. Sie ist auch das einzige der untersuchten Printmedien, das keine Korrespondent*innen-Stelle in Brüssel stationiert hat.

Presseagenturen konnten nur beim *Standard* und der *Presse* registriert werden, da das restliche Medienspektrum diese nie als Informationsquelle angegeben hat. Berichterstattung, die durch Redaktion und Korrespondent*innen entstanden ist, konnte insgesamt nur selten identifiziert werden.

Auffallend ist insgesamt die große Anzahl an Kennzeichnungen der Urheber*innen von Artikeln zur Europäischen Kommission beim *Standard*: Nur 10 Artikel (2,47 Prozent) bleiben ohne eindeutige Urheber*innen-Zuordnung.

*Tabelle 10.1_8: Autor*innenschaft in absoluten Zahlen*

*Autor*innenschaft*	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
Redakteur*in	212	175	47	51	95	**580**
Korrespondent*in	114	61	0	37	94	**306**
Presseagentur/Presseagenturen	45	32	0	0	0	**77**
Redaktion und Korrespondent*in	2	5	0	0	7	**14**
Presseagentur und Redaktion	22	53	0	0	0	**75**
unklar	10	102	47	96	73	**328**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

*Tabelle 10.1_9: Autor*innenschaft in Prozent*

*Autor*innenschaft*	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Redakteur*in	52,35 %	40,89 %	50,00 %	27,72 %	35,32 %	42,03 %
Korrespondent*in	28,15 %	14,25 %	0,00 %	20,11 %	34,94 %	22,17 %
Presseagentur/Presseagenturen	11,11 %	7,48 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,58 %
Redaktion und Korrespondent*in	0,49 %	1,17 %	0,00 %	0,00 %	2,60 %	1,01 %
Presseagentur und Redaktion	5,43 %	12,38 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	5,43 %
unklar	2,47 %	23,83 %	50,00 %	52,17 %	27,14 %	23,77 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

5.) Ortsangabe

Die Erhebung der Ortsangabe gibt Aufschluss über den geografischen Bezug, den die Verfasser*innen dem Artikel zuordnen. Indem ein Artikel beispielsweise mit Österreich, mit Brüssel oder einer anderen EU-Hauptstadt in Verbindung gebracht wird, können Betonungen gesetzt werden, die Aufschluss über den Inhalt des Artikels, aber auch über die Intention der Verfasser*innen geben. Wenn mehrere Orte mit den Inhalten assoziiert werden, dann lassen sich in manchen Printmedien mitunter auch zahlreiche Ortsangaben finden. Diese Kategorie ist nicht zu verwechseln mit dem tatsächlichen Aufenthaltsort des*der Verfasser*in, welcher durch eine bloße Inhaltsanalyse nicht erhoben werden kann.

Die Analyse zeigt, dass 545 aller codierten Artikel (39,49 Prozent) keine Ortsangabe beinhalten. Mit 434 Artikeln lassen sich 31,45 Prozent der Berichterstattung und Meinungsartikulation Brüssel zuordnen. Dies kann als Hinweis gedeutet werden, dass die meisten Artikel einen Bezug zu den Geschehnissen und Institutionen in der „EU-Hauptstadt“ Brüssel aufweisen. Österreichische Orte beziehungsweise andere europäische Orte mit Ausnahme Brüssels zeigen in Gegenüberstellung eine ähnliche Häufigkeit (22,90 Prozent und 21,38 Prozent). Auffallend ist, dass der *Kurier* und die *Kleine Zeitung* in weit unterdurchschnittlichem Ausmaß Österreich als Bezugsort angeben (1,12 Prozent und 7,07 Prozent), was eventuell als Zeichen gedeutet werden kann, dass die Europäische Kommission in erster Linie nicht mit Österreich in Zusammenhang gebracht wird. Diese Annahme korreliert auch mit der im Abschnitt „Ressorts“ ersichtlichen geringen Bedeutung der Europäischen Kommission für die innenpolitische Berichterstattung in diesen beiden Printmedien. Im Gegensatz dazu zeigt die *Kronen Zeitung* mit 28,72 Prozent eine deutlich höhere Prozentzahl

10.15772/ANDRASSY.2021.001

an Artikeln, welche die Europäische Kommission mit einem Ort in Österreich in Verbindung bringen.

Hinzuzufügen ist, dass in den Medien aus dem Qualitätsspektrum häufiger die Kategorie „andere europäische Orte“ verwendet wird, was wiederum ein Indikator für deren verstärkte Beobachtung anderer EU-Länder ist. Orte außerhalb der geografischen Grenze Europas werden insgesamt nur selten genannt (3,99 Prozent).

Tabelle 10.1_10: Ortsangabe in Prozent

Ortsangabe	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
keine Ortsangabe	22,96 %	34,58 %	56,38 %	43,48 %	63,57 %	39,49 %
Ort in Österreich	29,63 %	35,75 %	28,72 %	7,07 %	1,12 %	22,90 %
Brüssel	35,31 %	31,78 %	29,79 %	33,15 %	24,54 %	31,45 %
andere europäische Orte	29,38 %	24,77 %	17,02 %	15,76 %	9,29 %	21,38 %
Orte außerhalb Europas	6,67 %	3,74 %	2,13 %	2,72 %	1,86 %	3,99 %

Anmerkung: Da in manchen Fällen den codierten Artikeln mehrere Variablen zuordenbar waren, summieren sich die Ergebnisse mitunter auf mehr als 100 Prozent.

10.1.3 Inhaltliche Klassifikationen

1.) Akteur*innen

Die Analyse zu den Urheber*innen der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen zeigt ein medienübergreifend überwiegend einheitliches Bild: Die Europäische Kommission wird in insgesamt 972 Artikeln (70,43 Prozent) benannt und ist in dieser Kategorie die am häufigsten gefundene Variable. Dahinter folgt die Nennung eines oder mehrerer Kommissar*innen (32,61 Prozent) noch vor der Nennung des Kommissionspräsidenten (23,41 Prozent). Die Benennung der EU-Außenbeauftragten Federica Mogherinis als eine der Vizepräsident*innen der Europäischen Kommission sowie der Beamt*innen der Europäischen Kommission liegt ungefähr gleichauf (5,07 Prozent und 5,43 Prozent). Bei der Interpretation der Daten ist die Möglichkeit der Mehrfachzählung zu beachten.

Bis auf die Kategorie, welche die Attribute zur Europäischen Kommission zusammenfasst, ähneln sich der *Standard* und die *Presse* bei den meisten abgefragten Variablen. Die *Presse* zeigt nur eine seltenere Erwähnung des Kommissionspräsidenten im Vergleich zum *Standard* (17,76 versus 20,74 Prozent). Auch der Vergleich mit den übrigen Tageszeitungen macht die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

deutlichen Gemeinsamkeiten sichtbar. Dass der *Kurier*, die *Kleine Zeitung* und die *Kronen Zeitung* bei der Erwähnung der Europäischen Kommission im Vergleich zum *Standard* und der *Presse* etwas niedrigere Prozentangaben aufweisen und dafür bei der Nennung des Kommissionspräsidenten höher liegen, könnte an der journalistischen Personalisierungsstrategie liegen, die Personen gegenüber Institutionen bevorzugt. Der *Standard* und die *Presse* zitieren oder benennen dafür häufiger die Beamt*innen bzw. Sprecher*innen der Europäischen Kommission (6,17 Prozent und 5,84 Prozent).

*Tabelle 10.1_11: Akteur*innen in Prozent*

*Akteur*innen*	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Europäische Kommission	74,07 %	76,87 %	63,83 %	55,98 %	66,91 %	70,43 %
Kommissionspräsident	20,74 %	17,76 %	26,60 %	27,72 %	32,34 %	23,41 %
Kommissar*in	32,59 %	34,81 %	21,28 %	34,24 %	31,97 %	32,61 %
ehemalige*r Kommissar*in	4,20 %	3,27 %	3,19 %	2,72 %	2,97 %	3,41 %
Beamte*r oder Sprecher*in	6,17 %	5,84 %	4,26 %	4,89 %	4,46 %	5,43 %
Kommissions-	1,23 %	4,67 %	1,06 %	3,26 %	3,35 %	2,97 %
Federica Mogherini	4,44 %	4,91 %	2,13 %	8,15 %	5,20 %	5,07 %

Anmerkung: Da in manchen Fällen den codierten Artikeln mehrere Variablen zuordenbar waren, summieren sich die Ergebnisse mitunter auf mehr als 100 Prozent.

2.) Politikbereiche

Diese Kategorie analysiert jene Politikbereiche, mit denen sich die Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission in den fünf ausgewählten Printmedien thematisch befasst. Generell gilt, dass keine Mehrfachzählungen erhoben werden. Bei der Codierung wurde jener Politikbereich erfasst, der das Hauptthema des jeweiligen Artikels ausmachte.

Der von August 2015 bis Januar 2016 in allen untersuchten Printmedien mit insgesamt 656 Nennungen mit Abstand am häufigsten vorkommende Politikbereich ist „Justiz und Inneres“ (47,54 Prozent). Beinahe jeder zweite analysierte Artikel, welcher die Europäische Kommission beinhaltet, steht in Zusammenhang mit diesem Themenspektrum, wobei der *Kurier* mit 58,36 Prozent deutlich über dem Durchschnitt liegt.

Die restlichen 19 Kategorien erscheinen neben diesem großen Themenblock nur unbedeutend: Mit 8,62 Prozent der gesamten Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission steht der Themenblock „Wirtschaft und Finanzen“ an zweiter

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Stelle. Dahinter folgen Politikfelder, die internationale Verflechtungen anzeigen: internationale „Handelsbeziehungen“ (6,23 Prozent), worunter das in diesem Zeitraum mit den USA verhandelte und vor allem in Österreich umstrittene TTIP-Freihandelsabkommen fällt. Mitunter wurde in diesem Zeitraum auch vom CETA-Freihandelsabkommen der Europäischen Union mit Kanada berichtet. Im Bereich „Außenbeziehungen und humanitäre Hilfe“ (5,58 Prozent) sind im analysierten Material vor allem die Syrien-, Türkei- und USA-Beziehungen der Europäischen Union zu finden, in denen die Europäische Kommission eine Rolle spielt, sowie die humanitäre Krisensituation im Kriegsland Syrien und seinen Nachbarregionen. Zum Themenblock „Binnenmarkt, Steuern und Zollunion“ wurde in diesem Zeitraum vor allem zu Steuerflucht und Besteuerung von Großkonzernen berichtet bzw. debattiert (4,06 Prozent).

Auf niedrigem Niveau liegen folgende Themen ungefähr gleichauf: „Landwirtschaft“ (3,62 Prozent), „Wettbewerb“ (3,48 Prozent), „Umwelt und Klima“ (2,97 Prozent) sowie Angelegenheiten rund um die „Informationsgesellschaft und Medien“ (2,54 Prozent), wozu auch der Datenschutz zu rechnen ist. Hier wurde im Untersuchungszeitraum intensiv über das Facebook-Urteil des Europäischen Gerichtshofs zur Klage des Österreichers Max Schrems berichtet, welches den Schutz der Daten für EU-Bürger*innen als unzureichend erklärte. Der Themenblock „Institutionelle Angelegenheiten“ befindet sich mit einer Nennung von 2,46 Prozent in einem ähnlichen Häufigkeitsbereich. In diesen Politikbereich fällt speziell die vom britischen Premier David Cameron diskutierte Neuverhandlung der EU-Verträge mit Großbritannien beziehungsweise die „Brexit“-Austrittspläne der Briten.

Zahlenmäßig kaum erfasst wurden in der Analyse Politikbereiche, deren Effekte sich konkret auf die Bürger*innen auswirken wie „Gesundheits- und Konsument*innenschutz“ (2,03 Prozent) oder „Transport“ (2,03 Prozent). Dass „Sozialpolitik“ (1,16 Prozent) und „Bildung“ (keine Nennung) in der Rangliste weit hinten rangieren, überrascht nicht, da sie zu den wenig vergemeinschafteten Politikfeldern der Europäischen Union zählen. Die EU-Erweiterung (2,03 Prozent) spielte in der medialen Berichterstattung und Meinungsartikulation während der Erhebungsphase keine große Rolle, was sich durch die politische Situation der Europäischen Union erklären lässt. In der Juncker-Administration wurde den Erweiterungsagenden keine besondere Bedeutung zugesprochen. Themen, welche die Europäische Union mit Innovation und Fortschritt in Verbindung bringen könnten – wie zum Beispiel die Politikbereiche

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„Unternehmen und Industrie“, „Energie“ bzw. „Forschung und Innovation“ –, werden von den analysierten Printmedien weitgehend ausgespart (1,45 Prozent, 1,38 Prozent und 0,14 Prozent). Dass von „Maritimen Angelegenheiten und Fischerei“ (keine Nennung) in Österreich nicht unbedingt berichtet werden muss, ist wohl mit der innereuropäischen geografischen Lage zu argumentieren.

Bei einem Vergleich zwischen den Printmedien zeigen die Ergebnisse der Analyse bis auf die *Kronen Zeitung* ein überwiegend einheitliches Bild. Dies überrascht insofern, weil selbst der ideologisch eher im linken Politikfeld anzutreffende *Standard* und die eher dem rechten Spektrum zuzuordnende *Presse* beim medialen Agenda Setting in Bezug auf die Europäische Kommission und deren Akteur*innen in sehr ähnlichem Ausmaß auf dieselben Themen setzen. Beim *Standard* und der *Presse* bzw. beim *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* lassen sich darüber hinaus zwei Parallelen erkennen: Sie zeigen sowohl beim Themenbereich „Handelsbeziehungen“ als auch „Institutionelles“ jeweils sehr ähnliche prozentuelle Häufigkeiten an Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission.

Stärkere Abweichungen, die zu konstatieren sind, lassen sich in den meisten Fällen der *Kronen Zeitung* zurechnen: Sie thematisiert Wirtschafts- und Finanzthemen in nur 3,19 Prozent ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation, welche mit der Europäischen Kommission verbunden wird. Der *Standard*, die *Presse* und der *Kurier* zeigen beinahe idente Prozentzahlen, was die Wirtschafts- und Finanz-Berichterstattung in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission betrifft (9,38 Prozent, 9,35 Prozent und 9,29 Prozent). Die *Kleine Zeitung* zeigt mit 7,07 Prozent eine etwas geringere Gewichtung dieser Themen, befindet sich mit diesem Wert jedoch noch immer deutlich vor der *Kronen Zeitung*. Auffallend ist auch, dass die *Kronen Zeitung* die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen mit einem engeren Spektrum an Politikbereichen in Verbindung setzt als die übrigen untersuchten Printmedien. Die Themen „Wettbewerb“, „Erweiterung“, „Gesundheit und Konsument*innenschutz“ und „Forschung und Sozialpolitik“ werden in der *Kronen Zeitung* im erhobenen Zeitraum überhaupt nicht thematisiert, „Energie“, „Umwelt und Klima“, „Institutionelles“, „Informationsgesellschaft und Medien“ sowie „Transport“ in vergleichsweise geringem Ausmaß. Im Gegensatz dazu bringt die *Kronen Zeitung* Themen wie „Unternehmen und Industrie“, „Handelsbeziehungen“, „Außenbeziehungen und humanitäre Hilfe“ sowie Themen, die keinem Politikbereich zuzuordnen sind, überdurchschnittlich häufig auf das publizistische Tapet. Vor allem im

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Bereich der internationalen „Handelsbeziehungen“ wird ein signifikanter Unterschied sichtbar (10,64 Prozent versus einem Durchschnittswert von 6,23 Prozent), was sich speziell durch eine Kampagne der *Kronen Zeitung* gegen das geplante Handelsabkommen der Europäischen Union mit den USA (TTIP) erklären lässt. Diese Kampagne zeigt sich auch in Form von Leserbriefen, die der Leser*innenschaft in regelmäßigen Abständen – mit Logos gekennzeichnet und mit Überschriften hervorgehoben – präsentiert werden. Sie stellen mitunter auch eine Verbindung zur Europäischen Kommission und zu den Kommissar*innen her. Aufgrund der journalistischen Darstellungsform „Leserbrief“ wurde diese Rubrik jedoch nicht in der Analyse berücksichtigt, da hierfür aufgrund der Anlage der Forschungsfrage nur explizite Produkte von Journalist*innen ausgewählt wurden.

Geringfügigere Unterschiede im Medienvergleich sind darüber hinaus noch in folgenden Themenbereichen sichtbar: Die Debatte rund um die Landwirtschaft, die in Österreich seit Beginn des EU-Beitritts geführt wird, bildet sich in Bezug auf die Europäische Kommission in der *Kleinen Zeitung* anteilsmäßig an der gesamten Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission (mit 6,52 Prozent) stärker als im übrigen Printmedienspektrum ab. Die prozentuelle Häufigkeit der Erwähnung landwirtschaftlicher Themen im Zusammenhang mit der Europäischen Kommission ist in der *Kleinen Zeitung* mehr als doppelt so hoch wie im *Standard* (2,96 Prozent) und in der *Presse* (2,57 Prozent). Auch zur *Kronen Zeitung* (4,26 Prozent) sowie zum *Kurier* (4,09 Prozent) sind noch merkbare Unterschiede festzustellen. Die *Kleine Zeitung* hat sich im prozentuellen Vergleich mit 4,89 Prozent auch deutlich öfter der EU-Erweiterung in Verbindung mit der Europäischen Kommission angenommen als die analysierten Mitbewerber*innen im österreichischen Printjournalismus. Der *Standard* (2,72 Prozent), die *Presse* (1,17 Prozent) und der *Kurier* (1,12 Prozent) weisen hier deutlich weniger Berichterstattung oder Meinungsartikulation auf. Die *Kronen Zeitung* hat zu diesem Thema überhaupt keine Nennung der Europäischen Kommission vorzuweisen. Der *Standard* sticht wiederum in anderen Themenbereichen heraus, mit denen die Europäische Kommission im Medienvergleich prozentuell überdurchschnittlich häufig in Zusammenhang gebracht wird: „Umwelt und Klima“ (4,20 Prozent versus durchschnittlich 2,97 Prozent), „Binnenmarkt, Steuern und Zollunion“ (5,43 Prozent versus durchschnittlich 4,06 Prozent) sowie „Transport“ (3,70 Prozent versus durchschnittlich 2,03 Prozent).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.1_12: Politikbereiche in absoluten Zahlen

Politikbereich	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kurier***	***Kleine***	**Summe**
Justiz und Inneres	168	197	48	86	157	**656**
Wirtschaft und Finanzen	38	40	3	13	25	**119**
Handelsbeziehungen	26	33	10	7	10	**86**
Außenbeziehungen und Humanitäres	22	22	9	11	13	**77**
Binnenmarkt, Steuern und Zollunion	22	15	3	7	9	**56**
Landwirtschaft	12	11	4	12	11	**50**
Wettbewerb	11	16	0	9	12	**48**
Umwelt und Klima	17	15	2	2	5	**41**
Informationsgesellschaft und Medien	13	12	1	9	0	**35**
Keinem Politikbereich zuzuordnen	8	11	5	6	7	**37**
Institutionelle Angelegenheiten	13	12	2	2	5	**34**
Gesundheit und Konsumentenschutz	10	13	0	3	2	**28**
Transport	15	10	1	1	1	**28**
EU-Erweiterung	11	5	0	9	3	**28**
Unternehmen und Industrie	2	6	4	4	4	**20**
Energie	9	5	1	1	3	**19**
Sozialpolitik	6	5	1	2	2	**16**
Forschung und Innovation	2	0	0	0	0	**2**
Maritime Angelegenheiten und Fischerei	0	0	0	0	0	**0**
Bildung	0	0	0	0	0	**0**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_13: Politikbereiche in Prozent

Politikbereich	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kurier***	***Kleine***	**Gesamt**
Justiz und Inneres	41,48 %	46,03 %	51,06 %	46,74 %	58,36 %	47,54 %
Wirtschaft und Finanzen	9,38 %	9,35 %	3,19 %	7,07 %	9,29 %	8,62 %
Handelsbeziehungen	6,42 %	7,71 %	10,64 %	3,80 %	3,72 %	6,23 %
Außenbeziehungen und Humanitäres	5,43 %	5,14 %	9,57 %	5,98 %	4,83 %	5,58 %
Binnenmarkt, Steuern und Zollunion	5,43 %	3,50 %	3,19 %	3,80 %	3,35 %	4,06 %
Landwirtschaft	2,96 %	2,57 %	4,26 %	6,52 %	4,09 %	3,62 %
Wettbewerb	2,72 %	3,74 %	0,00 %	4,89 %	4,46 %	3,48 %
Umwelt und Klima	4,20 %	3,50 %	2,13 %	1,09 %	1,86 %	2,97 %
Informationsgesellschaft und Medien	3,21 %	2,80 %	1,06 %	4,89 %	0,00 %	2,54 %
Keinem Politikbereich zuzuordnen	1,98 %	2,57 %	5,32 %	3,26 %	2,60 %	2,68 %
Institutionelle Angelegenheiten	3,21 %	2,80 %	2,13 %	1,09 %	1,86 %	2,46 %
Gesundheit und Konsumentenschutz	2,47 %	3,04 %	0,00 %	1,63 %	0,74 %	2,03 %
Transport	3,70 %	2,34 %	1,06 %	0,54 %	0,37 %	2,03 %
EU-Erweiterung	2,72 %	1,17 %	0,00 %	4,89 %	1,12 %	2,03 %
Unternehmen und Industrie	0,49 %	1,40 %	4,26 %	2,17 %	1,49 %	1,45 %
Energie	2,22 %	1,17 %	1,06 %	0,54 %	1,12 %	1,38 %
Sozialpolitik	1,48 %	1,17 %	1,06 %	1,09 %	0,74 %	1,16 %
Forschung und Innovation	0,49 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,14 %
Maritime Angelegenheiten und Fischerei	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Bildung	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Eine vertiefte Analyse in die Verteilung der vier häufigsten Politikbereiche auf die einzelnen untersuchten Monate und Tageszeitungen ergibt folgendes Bild *(siehe Grafik 10.1_4)*:

Betrachtet man den Politikbereich „Justiz und Inneres“, fällt auf, dass der *Standard*, der *Kurier* und die *Kleine Zeitung* eine starke Parallelität im Kurvenvergleich aufweisen. Die *Kronen*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Zeitung weist ebenfalls ein sehr ähnliches Bild auf und zeigt nur im Januar einen Abfall, wohingegen die vorgenannten Medien einen weiteren Anstieg verzeichnen. Bei der *Presse* erkennt man im Monat Oktober keinen Rückgang und bis Dezember eine im Tageszeitungsvergleich hohe Anzahl an Nennungen.

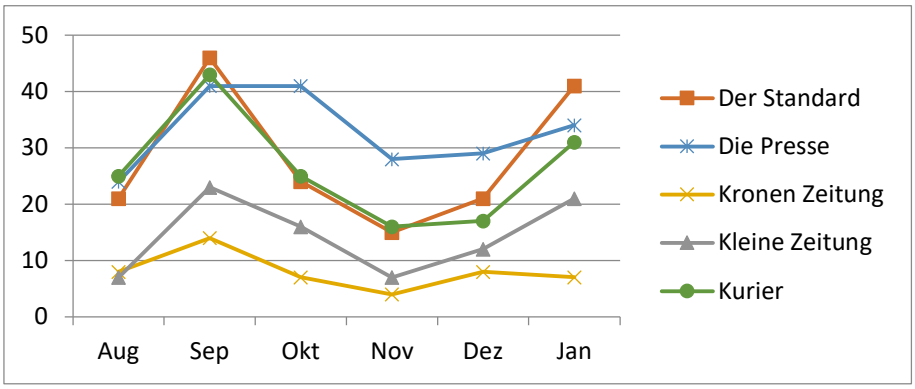
Zum Politikbereich „Wirtschaft und Finanzen" ist vor allem bei der *Presse* eine hohe Schwankung an Nennungen über die Monate hinweg auffällig. Können im September nur ein und im Dezember nur zwei Artikel diesem Bereich zugeordnet werden, sind es im November 16. Auch der *Standard* zeigt hier ähnliche Kurven im Vergleich zur *Presse*, aber bei weitem nicht so ausgeprägt. Bei der *Kronen Zeitung* spielt dieser Politikbereich so gut wie keine Rolle.

Im Politikbereich „Handelsbeziehungen" lassen sich die analysierten Tageszeitungen in zwei Gruppen teilen: Die beiden „Qualitätsmedien" zeigen hier in jedem Monat mehr Nennungen als das übrige Tageszeitungsspektrum. Hervorzustreichen ist in diesem Zusammenhang noch die *Kronen Zeitung*, die in Summe im November und Dezember im Vergleich zum *Kurier* und zur *Kleinen Zeitung* diesen Politikbereich häufiger zum Thema macht, was vor allem in Hinblick auf die insgesamt kleine Anzahl an codierten Artikeln bemerkenswert ist. *[Anmerkung: Dieser Aspekt wird auch im Rahmen der Leitfaden-Interviews als auffallend bezeichnet – siehe Kapitel 10.3.]*

Der letzte Kurvenvergleich zum Politikfeld „Außenbeziehungen und Humanitäres" zeigt eine große Auffälligkeit: Während alle Zeitungen in keinem Monat mehr als sechs Nennungen vorweisen, gibt es in der *Presse* im Oktober einen Peak von elf Nennungen. Bemerkenswert ist hier wiederum die *Kronen Zeitung*, die im Dezember sogar den höchsten Wert aller untersuchten Medien aufweist.

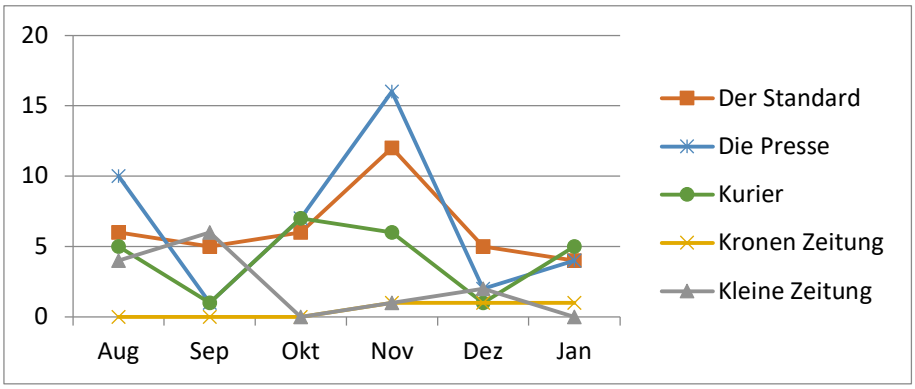
Grafik 10.1_4: Politikbereiche im Tageszeitungsvergleich

Justiz und Inneres:

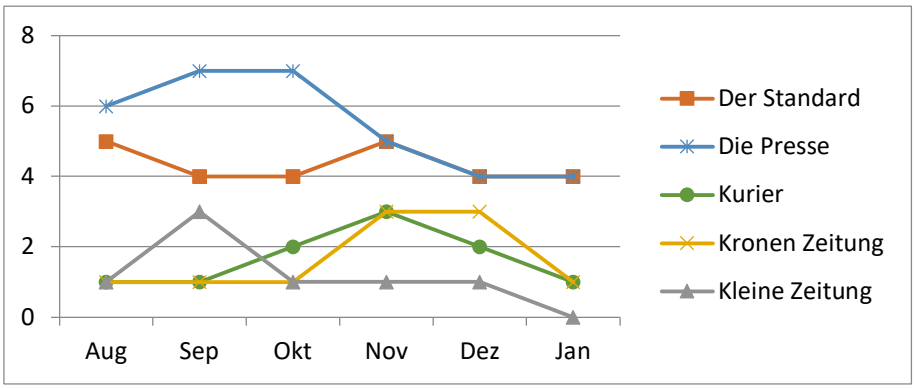


10.15772/ANDRASSY.2021.001

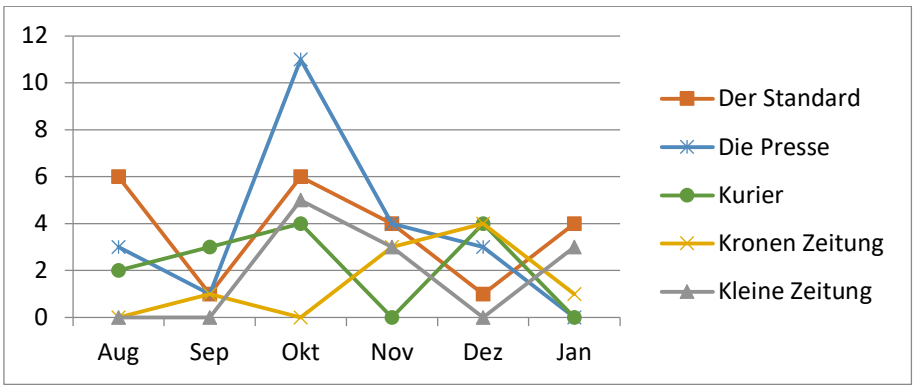
Wirtschaft und Finanzen:



Handelsbeziehungen:



Außenbeziehungen und Humanitäres:



3.) Berichterstattungsanlässe

Für die Einschätzung der Rolle der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen im österreichischen Printjournalismus sind auch die Berichterstattungsanlässe von Interesse, mit denen die Europäische Kommission in Zusammenhang gebracht wird: Sind es Anlässe, die die Europäische Kommission selbst initiiert hat? Oder sind die (Kommunikations-)Handlungen in Österreich bzw. in einem anderen europäischen Land verortet? Und an wen sind diese

10.15772/ANDRASSY.2021.001

gerichtet? Berichten die Journalist*innen häufiger von (Kommunikations-)Handlungen, die sich direkt an Massenmedien oder an eine (Teil-)Öffentlichkeit richten? Oder sind sie mitunter auch selbst die Urheber*innen des Anlasses für die Berichterstattung? Die Codierungen erfolgten nach folgenden Deskriptionen:

Tabelle 10.1_14: Codierungsanleitung für die Analyse der Berichterstattungsanlässe

Europäische Kommission → Medien	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die an die Medien gerichtet ist (z. B. Mittagsbriefing, Hintergrundgespräch)
Europäische Kommission → (Teil-)Öffentlichkeit	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die an die gesamte europäische Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist (z. B. Mitteilung an „alle Europäer*innen“, Empfehlung für „österreichische Konsument*innen“)
Europäische Kommission/ Eigenlogik	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die sich aus ihrer Eigenlogik ergibt (z. B. jährliche „Rede zur Lage der Union“ des Kommissionspräsidenten, Veröffentlichung eines Weißbuchs)
Europäische Kommission → Akteur*in	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die an eine*n spezielle*n Akteur*in gerichtet ist (z. B. Kommissionspräsident ermahnt österreichischen Bundeskanzler, Sprecher*in widerspricht Europa-Parlamentarier*in)
Europäische Kommission → unklar	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, deren Adressat*in nicht ersichtlich ist
EU-Institutionen	eine (Kommunikations-)Handlung einer oder mehrerer EU-Institutionen, eventuell auch im Zusammenspiel mit der Europäischen Kommission
Österreich → Medien	ein Ereignis in Österreich oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r österreichischen Akteur*in, das bzw. die an die Medien gerichtet ist (z. B. Pressekonferenz, Hintergrundgespräch)
Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	ein Ereignis in Österreich oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r österreichischen Akteur*in, das bzw. die an die gesamte Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist (z. B. Rede des Bundespräsidenten zum Jahresbeginn, Veranstaltung der Wirtschaftskammer)
Österreich/Eigenlogik	ein Ereignis in Österreich oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r österreichischen Akteur*in, das bzw. die sich aus der Eigenlogik heraus ergibt (z. B. Urteil des Verfassungsgerichtshofs, Bericht des Rechnungshofes)
Nicht-Österreich → Medien	ein nationales (nicht-österreichisches) Ereignis oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r nationalen (nicht-österreichischen) Akteur*in, das bzw. die an die Medien gerichtet ist (z. B. Medienbriefing der deutschen Kanzlerin, Pressekonferenz des VW-Vorstandsvorsitzenden)
Nicht-Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	ein nationales (nicht-österreichisches) Ereignis oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r nationalen (nicht-österreichischen) Akteur*in, das bzw. die an die gesamte Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist (z. B. Eröffnung der Frankfurter Buchmesse, Warnung eines britischen Rechtsextremismus-Forschers)
Nicht-Österreich/Eigenlogik	ein nationales (nicht-österreichisches) Ereignis oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r nationalen (nicht-österreichischen) Akteur*in, das bzw. die sich aus der Eigenlogik heraus ergibt (z. B. Wahlen in Frankreich, Ratingagentur stuft Italien herab)
Anderes → Medien	ein anderes Ereignis oder eine andere (Kommunikations-)Handlung, das bzw. die an die Medien gerichtet ist (z. B. Pressekonferenz zum G7-Treffen, Veröffentlichung der PISA-Ergebnisse)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Anderes → (Teil-)Öffentlichkeit	ein anderes Ereignis oder eine andere (Kommunikations-)Handlung, das bzw. die an die gesamte Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist (z. B. Reisewarnung von Amnesty International, Empfehlung für die Immobilien-Branche am Weltwirtschaftsforum in Davos)
Anderes/Eigenlogik	ein anderes Ereignis oder eine andere (Kommunikations-)Handlung, das bzw. die sich aus der Eigenlogik heraus ergibt (z. B. internationale Klage, Verlust an den Börsen)
Medienlogik	ein aus der Medienberichterstattung oder der Eigenlogik der Medien hervorgehender bzw. auf journalistische Initiative zurückzuführender Anlass (z. B. Interview zum Internationalen Frauentag, eigene Beobachtung des*r Journalist*in)
unklar	Anlass der Berichterstattung ist unklar

Die Analyse ergibt medienvergleichend ein recht klares Bild: Die eigenständigen Aktivitäten der Europäischen Kommission dienen den Journalist*innen der analysierten österreichischen Printmedien überwiegend nicht als Impetus für eine Medienberichterstattung oder Meinungsartikulation. Eine Medienberichterstattung zur Europäischen Kommission wird dann am häufigsten publiziert, wenn die Europäische Kommission im Zusammenspiel mit anderen EU-Akteur*innen auftritt (z. B. Gipfeltreffen, gemeinsamer Beschluss mit dem Rat) oder wenn andere EU-Institutionen den Ausschlag dafür geben (z. B. Abstimmung im Europäischen Parlament, Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes). Insgesamt 235 Artikel (17,03 Prozent) der analysierten Printmedienartikel – 22,83 Prozent der Berichterstattung der *Kleinen Zeitung*, 17,99 Prozent der *Presse*, 17,04 Prozent des *Standard*, 14,50 Prozent des *Kurier*, aber nur 8,51 Prozent der *Kronen Zeitung* – sind dieser Kategorie zuzuordnen.

Die Ergebnisse der Analyse weisen aber zugleich auch auf durchaus sichtbare Aufmerksamkeit der Journalist*innen hinsichtlich der Eigeninitiativen der Europäischen Kommission hin: In 14,06 Prozent der analysierten Artikel war wiederum eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die sich an die gesamte Öffentlichkeit oder an spezielle Teil-Öffentlichkeiten wandte, der ausschlaggebende Grund für die Berichterstattung (z. B. Betriebsbesuche von Kommissar*innen, Botschaften an EU-Länder, Mahnungen an Unternehmen). Auch in dieser Kategorie ist die relative Häufigkeit der Erwähnung der Europäischen Kommission in der *Kronen Zeitung* mit 9,57 Prozent niedriger als im übrigen Printmedienspektrum (*Presse* 16,36 Prozent, *Kleine Zeitung* 15,22 Prozent, *Standard* 13,33 Prozent, *Kurier* 12,27 Prozent).

Jene Ereignisse und Entwicklungen, die sich aus der Eigenlogik der jeweiligen politischen Systeme heraus entwickelt haben, folgen in absteigender Reihenfolge: 12,03 Prozent der Anlässe für die untersuchte journalistische Berichterstattung und Meinungsartikulation sind

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Entwicklungen und Ereignisse auf einer globalen Ebene, die mit der Europäischen Kommission in Verbindung gebracht wurden (z. B. Migration, internationale Klage). Mit einem weit überdurchschnittlichen Wert von 27,66 Prozent sticht bei dieser Kategorie die *Kronen Zeitung* hervor. Zu Handlungen, die aus der Eigenlogik der Europäischen Kommission heraus entstanden sind (z. B. Vorschlag für eine EU-Richtlinie, Vertragsverletzungsverfahren), zählen 10,80 Prozent aller Berichterstattungsanlässe. Auch hier zeigt die *Kronen Zeitung* mit 19,15 Prozent ein überdurchschnittliches Berichterstattungs- oder Meinungsartikulationsinteresse. Politischen Geschehnissen, die aus einer nationalen, nicht-österreichischen Eigenlogik heraus entstanden sind (z. B. Beschluss des polnischen Parlaments, Urteil der ungarischen Justiz), sind 8,48 Prozent der gesamten analysierten Berichterstattung hinzuzurechnen. Zu dieser sowie allgemein zu jenen Kategorien, deren Berichterstattungsanlass ein nationales, nicht-österreichisches Ereignis oder eine (Kommunikations-)Handlung eines*r nationalen, nicht-österreichischen Akteur*in ist, hat die *Kronen Zeitung* keine Nennung vorzuweisen. Im Gegensatz dazu werden im *Standard* Ereignisse, die aus einer nationalen, nicht-österreichischen Eigenlogik heraus entstanden sind, mit 13,83 Prozent überdurchschnittlich oft erwähnt.

Es fällt auf, dass dezidiert österreichischen Anlässen – entweder aus der Eigenlogik des österreichischen politischen Systems heraus (z. B. ein Beschluss des österreichischen Parlaments) oder (Kommunikations-)Handlungen österreichischer Akteur*innen, die an die Öffentlichkeit oder eine Teil-Öffentlichkeiten gerichtet sind (z. B. Demonstration, Veranstaltung, Publikation eines Berichts) – im Zusammenhang mit der Erwähnung der Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen wenig Bedeutung zugemessen wird. Die Verbindung der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen mit explizit österreichischen Ereignissen konnte also nicht als relevanter Anlassfaktor für die österreichische Printmedienberichterstattung konstatiert werden.

Wenig Bedeutung zeigen auch Kommunikationsanlässe, die direkt auf Medien abzielen – unabhängig davon, welche*r Akteur*in dahintersteckt. Signifikante Differenzen zwischen der nationalen österreichischen Ebene und der EU-Ebene sind hierbei nicht sichtbar. Bei der Interpretation dieser Kategorien muss jedoch hinzugefügt werden, dass von den Journalist*innen eine Pressekonferenz der Leser*innenschaft nicht immer explizit als Anlass auch kommuniziert werden muss. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass Aussagen von

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Akteur*innen der Europäischen Kommission, die sich in Form einer Medienkommunikation an die Journalist*innen wandten, nicht als Medienereignis codiert, sondern der Kategorie „Anlass, der sich an die (Teil-)Öffentlichkeit richtet“ zugeordnet wurden, obwohl die Information durch ein Medienereignis an die Öffentlichkeit gebracht wurde (z. B. Präsentation eines Berichts). Diese Tatsache kann als Verzerrung der Analyse gedeutet werden und muss bei der Interpretation mitbedacht werden. Eine andere Möglichkeit der Erklärung der vergleichsweise seltenen Erwähnung der zahlreich existierenden Kommunikationshandlungen der Europäischen Kommission könnte auf die generell geringe Bedeutung von Medienereignissen hinweisen. Es könnte sich daraus schließen lassen, dass informelle Gespräche mit den Akteur*innen der Europäischen Kommission bevorzugt oder deren Auftritte in der Öffentlichkeit und nicht bloß vor einem journalistischen Publikum präferiert werden. Diese Annahme kann durch die bloße Analyse dieser Kategorisierung jedoch nicht völlig erschlossen werden und wird in den anderen empirischen Forschungsteilen dieser vorliegenden Arbeit noch präzisiert.

Eine ähnliche Problematik trifft auch auf jene Anlässe zu, die in der Eigenlogik der Medienberichterstattung zu finden sind: Es muss nicht zwingend der Fall sein, dass der*die Autor*in der Leser*innenschaft eine Referenz auf ein anderes Medium preisgibt. Insgesamt fällt aber auf, dass die eigene Themensetzung des*der Journalist*in (z. B. Sonderberichterstattung zu einem Jahrestag, ein Ereignis, das nicht unbedingt der aktuellen Berichterstattung zuzuordnen ist) im Erhebungszeitraum im *Standard*, der *Presse* und dem *Kurier* nur selten (insgesamt 43 Mal) sowie in der *Kleinen Zeitung* und der *Kronen Zeitung* nie vorkommt.

In der Tat zeigt die Kategorisierung unterschiedlicher Anlässe für die journalistische Printmedien-Berichterstattung und Meinungsartikulation wieder ein überwiegend einheitliches Bild, was die Kommunikation der Journalist*innen des *Standard*, der *Presse*, des *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* betrifft; Abweichungen sind hingegen bei der *Kronen Zeitung* festzustellen.

Die *Kleine Zeitung* hebt sich ab, indem sie in ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation etwas häufiger auf Anlässe zurückgreift, die entweder in den anderen EU-Institutionen bzw. in deren Kooperationen mit der Europäischen Kommission wurzeln, ähnelt aber insgesamt stark der Qualitätspresse. Beim *Standard* werden nicht-österreichische Eigenlogiken häufiger

10.15772/ANDRASSY.2021.001

als in anderen Printmedien – und vor allem auch im Vergleich zur *Presse* – als Anlass für eine Berichterstattung rund um die Europäische Kommission hergenommen. Umgekehrt ist festzuhalten, dass die *Kronen Zeitung* bei der Auswahl der Anlässe für ihre Berichterstattung und Meinungsartikulation andere Präferenzen hat als das restliche Feld der analysierten Printmedien: Die Europäische Kommission wird bevorzugt mit allgemeinen politischen Ereignissen und (Kommunikations-)Handlungen verknüpft (z. B. internationale Klage). Neben den Ereignissen und (Kommunikations-)Handlungen, die sich aus der Eigenlogik der Europäischen Kommission heraus ergeben (z. B. Rede des Kommissionspräsidenten), werden auch jene aus Österreich (z. B. Urteil des Verfassungsgerichtshofs) im Vergleich zu den anderen österreichischen Tageszeitungen überdurchschnittlich oft genannt. Auch bei der Kategorisierung „Anlass ist unklar oder nicht zuzuordnen" zeigt die *Kronen Zeitung* einen signifikant höheren Wert als das übrige Printmedienspektrum. Sie berichtet häufiger über die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen, ohne politische Zusammenhänge darzustellen.

Tabelle 10.1_15: Anlässe in absoluten Zahlen

Anlass	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
EU-Institutionen	69	77	8	42	39	**235**
Europäische Kommission → (Teil-)Öffentlichkeit	54	70	9	28	33	**194**
Anderes/Eigenlogik	40	51	26	22	27	**166**
Europäische Kommission/Eigenlogik	38	47	18	14	32	**149**
Nicht-Österreich/Eigenlogik	56	22	0	21	18	**117**
Europäische Kommission → Medien	19	29	2	11	14	**75**
Nicht-Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	29	29	0	5	9	**72**
Österreich/Eigenlogik	14	14	11	8	15	**62**
Europäische Kommission → unklar	15	19	2	10	16	**62**
Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	21	12	1	4	17	**55**
Anderes → (Teil-)Öffentlichkeit	14	19	2	1	18	**54**
Medienlogik	16	18	0	0	9	**43**
Unklar	2	2	11	8	11	**34**
Österreich → Medien	7	7	3	4	8	**29**
Nicht-Österreich → Medien	8	10	0	3	1	**22**
Anderes → Medien	3	2	0	2	2	**9**
Europäische Kommission → Akteur*in	0	0	1	1	0	**2**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.1_16: Anlässe in Prozent

Anlass	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
EU-Institutionen	17,04 %	17,99 %	8,51 %	22,83 %	14,50 %	17,03 %
Europäische Kommission → (Teil-)Öffentlichkeit	13,33 %	16,36 %	9,57 %	15,22 %	12,27 %	14,06 %
Anderes/Eigenlogik	9,88 %	11,92 %	27,66 %	11,96 %	10,04 %	12,03 %
Europäische Kommission/Eigenlogik	9,38 %	10,98 %	19,15 %	7,61 %	11,90 %	10,80 %
Nicht-Österreich/Eigenlogik	13,83 %	5,14 %	0,00 %	11,41 %	6,69 %	8,48 %
Europäische Kommission → Medien	4,69 %	6,78 %	2,13 %	5,98 %	5,20 %	5,43 %
Nicht-Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	7,16 %	6,78 %	0,00 %	2,72 %	3,35 %	5,22 %
Österreich/Eigenlogik	3,46 %	3,27 %	11,70 %	4,35 %	5,58 %	4,49 %
Europäische Kommission → unklar	3,70 %	4,44 %	2,13 %	5,43 %	5,95 %	4,49 %
Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	5,19 %	2,80 %	1,06 %	2,17 %	6,32 %	3,99 %
Anderes → (Teil-)Öffentlichkeit	3,46 %	4,44 %	2,13 %	0,54 %	6,69 %	3,91 %
Medienlogik	3,95 %	4,21 %	0,00 %	0,00 %	3,35 %	3,12 %
Unklar	0,49 %	0,47 %	11,70 %	4,35 %	4,09 %	2,46 %
Österreich → Medien	1,73 %	1,64 %	3,19 %	2,17 %	2,97 %	2,10 %
Nicht-Österreich → Medien	1,98 %	2,34 %	0,00 %	1,63 %	0,37 %	1,59 %
Anderes → Medien	0,74 %	0,47 %	0,00 %	1,09 %	0,74 %	0,65 %
Europäische Kommission → Akteur*in	0,00 %	0,00 %	1,06 %	0,54 %	0,00 %	0,14 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

4.) Kontext

Für eine Einordnung der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen in der Printmedien-Berichterstattung und Meinungsartikulation der analysierten Tageszeitungen braucht es auch eine Einschätzung zum Kontext, in den diese gestellt werden: Wird die Europäische Kommission eher im Diskurs mit anderen Sprecher*innen rund um eine anstehende bzw. bereits vollzogene politische Handlung oder bereits mit dem Vollzug konkreter politischer Handlungen in Verbindung gebracht?

Die deutliche Mehrheit der Artikel bezieht sich in überwiegendem Ausmaß auf eine oder mehrere in Aussicht gestellte oder bereits vollzogene politische Handlung/en (62,17 Prozent). Die Berichterstattung oder Meinungsartikulation dient in diesem Fall als Tatsachenfeststellung. Keine oder kaum andere Sprecher*innen kommen mit ihren Positionen und unterschiedlichen Perspektiven zu Wort. Die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen werden demnach mehrheitlich mit politischen Handlungen und in erster Linie nicht mit politischen Diskussionen in Zusammenhang gebracht. Nur die *Kleine Zeitung* und die *Kronen Zeitung* zeigen hier mit 48,37 Prozent und 51,06 Prozent leicht unterdurchschnittliche Ergebnisse. Diese handlungszentrierte Sichtweise der journalistischen Berichterstattung lässt auf eine agierende bis deutlich aktive Darstellung der Europäischen Kommission in der Berichterstattung und Meinungsartikulation schließen. Diese

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kategorisierung reicht jedoch für solche Rückschlüsse nicht aus und muss noch um eine weitere Kategorisierung ergänzt werden *(siehe Kapitel 10.1.4 – Aktivität/Passivität).*

35,36 Prozent aller analysierten Artikel der fünf Tageszeitungen sind der Berichterstattung oder Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission im Rahmen einer Diskussion um eine anstehende oder bereits vollzogene politische Handlung zuzurechnen. Hierbei kommen mehrere Sprecher*innen zu Wort beziehungsweise werden unterschiedliche Positionen und Perspektiven zur Sprache gebracht. Genau gegenläufig zum zuvor beschriebenen Merkmal scheren auch hier die *Kleine Zeitung* und die *Kronen Zeitung* leicht aus. Mit 45,65 Prozent und 43,62 Prozent liegen sie in dieser Kategorie im Printmedienvergleich etwas über dem Durchschnitt.

Insgesamt kann nur ein marginaler Teil der gesamten analysierten Berichterstattung und Meinungsartikulation aller Printmedienprodukte keinen Referenzpunkt zu einer politischen Handlung oder Diskussion herstellen (2,46 Prozent).

Tabelle 10.1_17: Kontext in absoluten Zahlen

Kontext	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
Diskussion	125	134	41	84	104	**488**
Handlung	280	289	48	89	152	**858**
kein politischer Referenzpunkt	0	5	5	11	13	**34**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_18: Kontext in Prozent

Kontext	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Diskussion	30,86 %	31,31 %	43,62 %	45,65 %	38,66 %	35,36 %
Handlung	69,14 %	67,52 %	51,06 %	48,37 %	56,51 %	62,17 %
kein politischer Referenzpunkt	0,00 %	1,17 %	5,32 %	5,98 %	4,83 %	2,46 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

10.1.4 Wertungen

1.) Platzierung im Printmedium

Die Mehrheit der analysierten Artikel findet sich nicht an begehrten redaktionellen Plätzen in der Architektur der analysierten Printmedien: Fast die Hälfte der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission (48,91 Prozent) ist auf eher

10.15772/ANDRASSY.2021.001

unbedeutenden Seiten platziert. 43,77 Prozent sind entweder auf der zweiten bzw. dritten Seite (wenn sich ein Artikel über die ganze Doppelseite erstreckt) oder auf der ersten Seite bzw. ersten Doppelseite einer neuen Sparte zu finden. Mit 66,59 Prozent sticht hier die *Presse* mit einem überdurchschnittlichen Wert hervor. Ansonsten überwiegen medienübergreifend recht einheitliche Ergebnisse.

Bei insgesamt 101 der 1380 analysierten Artikel (7,32 Prozent) hat es die Europäische Kommission oder ihre Akteur*innen auf die Titelseite der analysierten Printprodukte geschafft. In dieser Kategorie rangiert der *Standard* mit Abstand an erster Stelle (14,07 Prozent). Dahinter folgen die *Presse* (7,48 Prozent), der *Kurier* (3,72 Prozent) und die *Kleine Zeitung* (1,09 Prozent). Die *Kronen Zeitung* machte im Erhebungszeitraum von sechs Monaten die Europäische Kommission oder ihre zugehörigen Akteur*innen in keiner ihrer Ausgaben auf der ersten Seite zum Thema. Hier kann insgesamt also ein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Qualitätszeitungen und den restlichen untersuchten Printmedien festgestellt werden.

Tabelle 10.1_19: Platzierung in absoluten Zahlen

Platzierung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
Titelseite	57	32	0	2	10	**101**
zweite Seite oder erste (Doppel-)Seite eines Ressorts	165	285	35	67	52	**604**
alle anders platzierten Artikel	183	111	59	115	207	**675**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_20: Platzierung in Prozent

Platzierung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Titelseite	14,07 %	7,48 %	0,00 %	1,09 %	3,72 %	7,32 %
zweite Seite oder erste (Doppel-)Seite eines Ressorts	40,74 %	66,59 %	37,23 %	36,41 %	19,33 %	43,77 %
alle anders platzierten Artikel	45,19 %	25,93 %	62,77 %	62,50 %	76,95 %	48,91 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

2.) Aufmachung auf einer Seite bzw. Doppelseite

Betrachtet man die Wertigkeit der Artikel, in denen die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen vorkommen, aus der Perspektive der Überschriften und Hervorhebungen auf einer gesamten Seite oder Doppelseite, ist Folgendes festzustellen:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

37,39 Prozent der Berichterstattung und Meinungsartikulation, welche die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen inkludieren, kann die jeweils größte Überschrift der analysierten Seite bzw. Doppelseite vorweisen. Im Medienvergleich scheren vor allem der *Standard* und die *Kleine Zeitung* in dieser Kategorie etwas nach oben aus (43,70 Prozent und 41,30 Prozent). Ansonsten überwiegt auch hier die Übereinstimmung zwischen den ausgewählten Medien. 32,54 Prozent der Artikel sind der zweitgrößten Überschrift der jeweiligen analysierten Seite zuzurechnen. 30,07 Prozent der Berichterstattung und Meinungsartikulation über die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen ist wiederum weniger stark hervorgehoben.

Tabelle 10.1_21: Aufmachung in absoluten Zahlen

Aufmachung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
größte Überschrift	177	139	27	76	97	**516**
zweitgrößte Überschrift	132	147	35	52	83	**449**
weniger stark hervorgehoben	96	142	32	56	89	**415**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_22: Aufmachung in Prozent

Aufmachung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
größte Überschrift	43,70 %	32,48 %	28,72 %	41,30 %	36,06 %	37,39 %
zweitgrößte Überschrift	32,59 %	34,35 %	37,23 %	28,26 %	30,86 %	32,54 %
weniger stark hervorgehoben	23,70 %	33,18 %	34,04 %	30,43 %	33,09 %	30,07 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

3.) Vorkommen im Artikel

Analysiert man das Vorkommen der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen im Titel und Untertitel der untersuchten Berichterstattung und Meinungsartikulation, so spielen die gesuchten Variablen eine wenig bedeutsame Rolle: In insgesamt 7,46 Prozent der Artikel kann man das Vorkommen der Europäischen Kommission oder deren Akteur*innen bereits im Titel erfassen. In 16,30 Prozent war dies (auch) im Untertitel der Fall. Mitunter wurde die „EU“ als Synonym für die Europäische Kommission verwendet – dies wurde jedoch nur dann codiert, wenn die Eindeutigkeit klar zu argumentieren war. Die *Kronen Zeitung* hat die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen in nur zwei Fällen (2,13 Prozent) in den Titel der analysierten Artikel gesetzt. Bis

10.15772/ANDRASSY.2021.001

auf diese Ausnahme weist diese Kategorisierung keine nennenswerten Differenzen zwischen den Printmedien aus.

Tabelle 10.1_23: Vorkommen in Prozent

Vorkommen	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
im Titel	7,65 %	10,28 %	2,13 %	6,52 %	5,20 %	7,46 %
im Untertitel	16,30 %	18,22 %	18,09 %	15,22 %	13,38 %	16,30 %
im Text	99,51 %	98,36 %	92,55 %	97,83 %	99,26 %	98,41 %

Anmerkung: Da in manchen Fällen den codierten Artikeln mehrere Variablen zuordenbar waren, summieren sich die Ergebnisse mitunter auf mehr als 100 Prozent.

4.) Umfang des Artikels

Auch die Länge der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission gibt Auskunft über die Bedeutungszumessung durch die Journalist*innen. Hier hat die Analyse ein überwiegend einheitliches Bild ergeben: Die analysierten Artikel bestehen in den meisten Fällen aus mehr als zwei Absätzen (73,99 Prozent). Vor allem der *Standard* und der *Kurier* zeigen hier überdurchschnittliche Prozentwerte (80,74 Prozent und 80,67 Prozent). Knapp mehr als ein Viertel der Berichterstattung und Meinungsartikulation besteht entweder aus einem Absatz (19,86 Prozent) oder ist aus zwei Absätzen zusammengesetzt (6,16 Prozent).

Tabelle 10.1_24: Umfang in absoluten Zahlen

Umfang	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
ein Absatz	54	103	34	43	40	**270**
zwei Absätze	24	28	3	18	12	**85**
mehr als zwei Absätze	327	297	57	123	217	**1021**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_25: Umfang in Prozent

Umfang	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
ein Absatz	13,33 %	24,07 %	36,17 %	23,37 %	14,87 %	19,86 %
zwei Absätze	5,93 %	6,54 %	3,19 %	9,78 %	4,46 %	6,16 %
mehr als zwei Absätze	80,74 %	69,39 %	60,64 %	66,85 %	80,67 %	73,99 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

5.) Thematischer Stellenwert

Was den Stellenwert der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen anbelangt, ist festzuhalten, dass sie in einer überwiegenden Anzahl von 51,45 Prozent der analysierten Berichterstattung und Meinungsartikulation als Nebenthema erwähnt werden. Dem gegenüber stehen 37,97 Prozent, welche die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen als Hauptthema gewählt haben. Es zeigt sich deutlich, dass die *Kronen Zeitung* überdurchschnittlich häufig die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen zum Hauptthema ihrer Artikel macht (47,87 Prozent).

In einem nur kleinen Teil der Berichterstattung und Meinungsartikulation kommen die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen im *Standard*, der *Presse* und der *Kronen Zeitung* als bloße Nennung vor (5,19 Prozent, 8,41 Prozent und 9,57 Prozent). Beim *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* passiert dies hingegen deutlich häufiger (16,36 Prozent und 19,57 Prozent).

Tabelle 10.1_26: Stellenwert in absoluten Zahlen

Stellenwert	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
Hauptthema	156	171	45	62	90	524
Nebenthema	228	221	40	86	135	710
Nennung	21	36	9	36	44	146
Summe	405	428	94	184	269	1380

Tabelle 10.1_27: Stellenwert in Prozent

Stellenwert	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
Hauptthema	38,52 %	39,95 %	47,87 %	33,70 %	33,46 %	37,97 %
Nebenthema	56,30 %	51,64 %	42,55 %	46,74 %	50,19 %	51,45 %
Nennung	5,19 %	8,41 %	9,57 %	19,57 %	16,36 %	10,58 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

6.) Bebilderung

Auch die Hinzufügung von Fotos und Illustrationen zu Artikeln, die über die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen berichten, kann Aufschluss über die Relevanz geben, welche die Journalist*innen der Europäischen Kommission in ihrer Berichterstattung zusprechen. Andererseits ist natürlich auch festzuhalten, dass den Journalist*innen eine

10.15772/ANDRASSY.2021.001

medientaugliche Bebilderung zu Themen der Europäischen Kommission mitunter Schwierigkeiten bereitet *(siehe Kapitel 10.2 und 10.3).*

Mehr als die Hälfte aller analysierten Artikel beinhalten kein Foto (53,70 Prozent). In der *Presse* ist das gar in 66,59 Prozent der Berichterstattung der Fall. Wenn Fotos abgedruckt werden, dann sind dies in überwiegendem Maß Pressefotos. Wenig Bedeutung haben Grafiken und die Zusammenstellung mehrerer Illustrations-Typen (z. B. Foto und Grafik) beziehungsweise Symbolfotos. Kein einziges Mal wurde eine Karikatur als Bebilderung für einen Artikel zur Europäischen Kommission verwendet.

Tabelle 10.1_28: Bebilderung in absoluten Zahlen

Bebilderung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
kein Foto	219	285	39	83	115	**741**
Pressefoto	99	90	32	70	79	**370**
Grafik	11	10	2	1	6	**30**
Karikatur	0	0	0	0	0	**0**
mehrere Illustrationstypen	8	8	3	3	12	**34**
Foto/Illustration unklar	68	35	18	27	57	**205**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_29: Bebilderung in Prozent

Bebilderung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
kein Foto	54,07 %	66,59 %	41,49 %	45,11 %	42,75 %	53,70 %
Pressefoto	24,44 %	21,03 %	34,04 %	38,04 %	29,37 %	26,81 %
Grafik	2,72 %	2,34 %	2,13 %	0,54 %	2,23 %	2,17 %
Karikatur	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %
mehrere Illustrationstypen	1,98 %	1,87 %	3,19 %	1,63 %	4,46 %	2,46 %
Foto/Illustration unklar	16,79 %	8,18 %	19,15 %	14,67 %	21,19 %	14,86 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

7.) Aktivität/Passivität

Diese Kategorisierung bestätigt eine Vermutung, die bereits im Kapitel zum Kontext der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen angesprochen wurde *(siehe Kapitel 10.1.3 – Kontext).* Mit 759 Artikeln stellt mehr als die Hälfte der analysierten Berichterstattung und Meinungsartikulation die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen als aktiv dar (55,00 Prozent). Demgegenüber wird die Europäische Kommission in 17,39 Prozent der Berichterstattung und Meinungsartikulation als passive politische Akteurin deklariert. Signifikante Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Printmedien wurden nicht festgestellt. Insgesamt 27,61

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Prozent der analysierten Variablen bleiben in dieser Kategorie unklar. Dieser nicht unbeträchtlich hohe Wert erklärt sich durch den Codierungsvorgang ohne Rückgriff auf die höhere Kontexteinheit. Eine solche Analyse wäre aus methodischen Gründen im Rahmen einer Einzelarbeit nicht möglich gewesen.

Tabelle 10.1_30: Aktivität/Passivität in absoluten Zahlen

aktiv/passiv	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
aktiv	217	235	48	105	154	**759**
passiv	64	80	14	36	46	**240**
unklar	124	113	32	43	69	**381**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_31: Aktivität/Passivität in Prozent

aktiv/passiv	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
aktiv	53,58 %	54,91 %	51,06 %	57,07 %	57,25 %	55,00 %
passiv	15,80 %	18,69 %	14,89 %	19,57 %	17,10 %	17,39 %
unklar	30,62 %	26,40 %	34,04 %	23,37 %	25,65 %	27,61 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

8.) Direkte Bewertung

Bei einer deutlichen Mehrheit der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und deren zugehörigen Akteur*innen konnte keine direkte Bewertung festgestellt werden (67,46 Prozent). Dazu ist anzumerken, dass den Kategorien nur eindeutige Bewertungen zugeordnet wurden, ohne jedoch auf höhere Kontexteinheiten zurückzugreifen. Eine indirekte Codierung mit Rückgriff auf höhere Kontexteinheiten wäre – wie oben bereits angemerkt – nur im Rahmen einer Team-Codierung möglich gewesen.

Jene Bewertungen, die deklariert wurden, sind vorrangig der negativen Kategorie zuzuordnen: In 274 Artikeln (19,86 Prozent) bewerten die untersuchten Printmedien die Europäische Kommission ablehnend, negativ kritisch, pessimistisch oder lächerlich machend. Im Gegensatz dazu sind es nur 73 Artikel (5,29 Prozent), die die Europäische Kommission und deren zugehörige Akteur*innen mit positiven, zustimmenden, optimistischen oder lobenden Bewertungen in Verbindung bringen. 7,39 Prozent der Artikel zeigen eine differenzierte Darstellung der Europäischen Kommission und stellen ihr sowohl positive als auch negative Bewertungen aus.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Im Gegensatz zu einigen vorhergehenden Analysen, die starke Ähnlichkeiten im Medienvergleich festgestellt haben, können in diesem Bereich einige deutliche Differenzen zwischen den unterschiedlichen Printmedien ausgemacht werden: Der *Standard* und der *Kurier* kennzeichnen sich durch eine überdurchschnittlich positive Bewertung der Europäischen Kommission (6,67 Prozent und 7,06 Prozent). Die *Kronen Zeitung* weist hingegen keinen einzigen Artikel auf, welcher die Europäische Kommission mit positiven Eigenschaften in Verbindung bringt. 30,85 Prozent ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation sind dem negativen Bereich zuzuordnen, was ein im Vergleich zu den anderen untersuchten Medien ebenfalls überdurchschnittlicher Wert ist. Die *Presse* sticht durch Artikel hervor, die der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen sowohl positive als auch negative Attribute zuweisen (11,45 Prozent). Der *Standard* und die *Kronen Zeitung* schneiden hier unterdurchschnittlich ab (3,95 Prozent und 1,06 Prozent).

Tabelle 10.1_32: Direkte Bewertung in absoluten Zahlen

direkte Bewertung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Summe**
keine Bewertung	294	275	64	127	171	**931**
positive Bewertung	27	20	0	7	19	**73**
sowohl positive als auch negative Bewertung	16	49	1	15	21	**102**
negative Bewertung	68	84	29	35	58	**274**
Summe	**405**	**428**	**94**	**184**	**269**	**1380**

Tabelle 10.1_33: Direkte Bewertung in Prozent

direkte Bewertung	***Standard***	***Presse***	***Krone***	***Kleine***	***Kurier***	**Gesamt**
keine Bewertung	72,59 %	64,25 %	68,09 %	69,02 %	63,57 %	67,46 %
positive Bewertung	6,67 %	4,67 %	0,00 %	3,80 %	7,06 %	5,29 %
sowohl positive als auch negative Bewertung	3,95 %	11,45 %	1,06 %	8,15 %	7,81 %	7,39 %
negative Bewertung	16,79 %	19,63 %	30,85 %	19,02 %	21,56 %	19,86 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**	**100 %**

Untersucht man die direkte Bewertung mit Hinblick auf die Autor*innenschaft, so fällt auf, dass vor allem Redakteur*innen Artikel verfassen, die eine negative Bewertung aufweisen. Mit 25,17 Prozent liegt der entsprechende Wert deutlich höher als bei den restlichen Autor*innen. Diese Zahl bekommt durch die geringe Anzahl an Artikeln von Redakteur*innen, die positiv zu werten sind (5,17 Prozent), noch mehr Gewicht. Redakteur*innen beziehen vergleichsweise öfter klar Stellung, da in dieser Gruppe nur 60,52 Prozent aller Artikel keine Bewertung zulassen. Besonders groß sind die Prozentzahlen negativ zu wertender Artikel von

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Redakteur*innen in der *Kronen Zeitung* (46,81 Prozent) und in der *Kleinen Zeitung* (35,29 Prozent).

In Hinblick auf die weiteren empirischen Untersuchungsschritte ergibt diese Frage auch eine interessante Perspektive auf die Berichterstattung der Korrespondent*innen: Ihre Artikel sind – sowohl bei alleiniger Autor*innenschaft (8,82 Prozent) als auch in gemeinsamer Autor*innenschaft mit der Redaktion (14,29 Prozent) – in einem deutlich häufigeren Ausmaß positiv verfasst als die der anderen Autor*innengruppen. Zusätzlich zeigen Korrespondent*innen in alleiniger Autor*innenschaft auch den höchsten Wert an Berichterstattung, die sowohl positive als auch negative Bewertungen inkludiert (10,46 Prozent) – was deren Anzahl an Artikeln mit positiver Konnotation zusätzlich erhöht. Nicht ganz in dieses Bild passt auf den ersten Blick die relativ hohe Anzahl an negativen Bewertungen in Artikeln, die von Korrespondent*innen gemeinsam mit der Redaktion verfasst wurden (21,43 Prozent). Dies könnte jedoch darauf zurückgeführt werden, dass sich hier in einem größeren Ausmaß das Bewertungsverhalten der Redakteur*innen durchsetzt, die – wie bereits erwähnt – in alleiniger Autor*innenschaft die Europäische Kommission am häufigsten negativ beurteilen. Bei allen anderen Verfasser*innengruppen liegt die Anzahl der positiven Artikel (teilweise sehr deutlich) unter 9 Prozent. Vor allem der Wert der Presseagenturen sticht als der niedrigste hervor (1,30 Prozent). Bemerkenswert ist auch die Tatsache, dass es in keiner Gruppe mehr positive als negative Bewertungen der Europäischen Kommission gibt.

*Tabelle 10.1_34: Direkte Bewertung nach Autor*innenschaft in Prozent*

*Autor*innenschaft*	**keine Bewertung**	**positive Bewertung**	**positive und negative Bewertung**	**negative Bewertung**	**Summe**
Redakteur*in	60,52 %	5,17 %	9,14 %	25,17 %	**100 %**
Korrespondent*in	63,40 %	8,82 %	10,46 %	17,32 %	**100 %**
Presseagentur/Presseagenturen	77,92 %	1,30 %	5,19 %	15,58 %	**100 %**
Redaktion und Korrespondent*in	57,14 %	14,29 %	7,14 %	21,43 %	**100 %**
Presseagentur und Redaktion	73,33 %	5,33 %	9,33 %	12,00 %	**100 %**
unklar	80,18 %	2,74 %	1,52 %	15,55 %	**100 %**
Gesamt	67,46 %	5,29 %	7,39 %	19,86 %	**100 %**

Weitere interessante Einblicke bringt auch die Analyse der Bewertung der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen aufgeschlüsselt nach unterschiedlichen Themenbereichen. Während die in den Medien am häufigsten vorkommenden Artikel zu den Themen „Justiz und Inneres“ und „Wirtschaft und Finanzen“ eine Bewertung aufweisen, die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

im Wesentlichen der Gesamtheit der Artikel entspricht, gibt es beim dritthäufigsten Themenblock „Handelsbeziehungen“ eine deutliche Abweichung: 36,05 Prozent der Artikel, welche eine negative Bewertung der Europäischen Kommission beinhalten, stehen nur 3,49 Prozent an Artikeln gegenüber, die eine positive Wertung der Europäischen Kommission enthalten. Nur 53,49 Prozent der Artikel aus dem Bereich „Handelsbeziehungen“ konnten nicht in eine der Bewertungskategorien aufgenommen werden, was wiederum darauf hinweist, dass in dieser Kategorie im Vergleich eine überdurchschnittlich hohe Anzahl an Artikeln mit direkten Bewertungen versehen wurde.

Untersucht man die Bewertung der Europäischen Kommission in Bezug auf „Handelsbeziehungen“ differenziert nach den einzelnen Tageszeitungen, dann fällt auf, dass der *Standard* hier eine relativ ausgewogene Berichterstattung zeigt: Zwei positiv konnotierte Artikel und drei Artikel mit positiven und negativen Bewertungen stehen vier negativen Artikeln gegenüber. 17 Artikel bleiben ohne Bewertung der Europäischen Kommission. Die *Presse* als zweites Qualitätsmedium hingegen hat in diesem Themenzusammenhang keinen einzigen Artikel mit positiver Bewertung der Europäischen Kommission, jedoch zwölf negative. Drei Artikel in der *Presse* haben positive und negative Bewertungen. Dennoch überwiegt bei der *Presse* hier eine insgesamt deutlich negative Berichterstattung. Bei der *Kronen Zeitung* und der *Kleinen Zeitung* zeichnet sich ein noch klareres Bild ab: Bei beiden Zeitungen lassen sich jeweils fünf Artikel mit einer negativen Bewertung der Europäischen Kommission und kein einziger Artikel mit positiver bzw. positiver und negativer Einordnung finden. Bei der *Kronen Zeitung* gibt es zusätzlich noch fünf weitere Artikel ohne Bewertung. Damit hat die *Kronen Zeitung* insgesamt zehn Artikel zu diesem Thema publiziert, wodurch das Thema „Handelsbeziehungen“ im Zusammenhang mit der Europäischen Kommission an die insgesamt zweite Stelle der genannten Themen bei der *Kronen Zeitung* rückt. Eine „Negativkampagne“ zum Thema „Handelsbeziehungen“, wie sie von Beamt*innen der Europäischen Kommission mehrmals erwähnt wurde, liegt hier also nahe. Auch der *Kurier* reiht sich in das negative Stimmungsbild ein: Eine positive Bewertung der Europäischen Kommission im Zusammenhang mit dem Thema „Handelsbeziehungen“ steht fünf negativen Artikeln und vier Artikeln ohne Bewertung gegenüber.

Die weiteren Themen im Tageszeitungsvergleich nach absoluter Häufigkeit – „Außenbeziehungen und Humanitäres“, „Binnenmarkt, Steuern und Zollunion“ sowie

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„Landwirtschaft“ – weisen eine etwas größere Anzahl an Artikeln mit negativer Bewertung der Europäischen Kommission auf als die gesamte Stichprobe. Der Politikbereich „Wettbewerb“ zeigt hingegen deutliche Differenzen: In diesem Zusammenhang wird die Europäische Kommission in nur 2,08 Prozent der Artikel negativ bewertet, während 8,33 Prozent der Artikel eine positive Bewertung beinhalten. Die weiteren Themen spielen aufgrund der kleinen absoluten Zahlen keine signifikante Rolle mehr, was die direkte Bewertung der Europäischen Kommission in den österreichischen Tageszeitungen betrifft. *[Anmerkung: Die negative Bewertung der Europäischen Kommission im Bereich der „Handelsbeziehungen“ bzw. die positive Bewertung im Bereich „Wettbewerb“ in den österreichischen Medien wird auch mehrmals in den Leitfaden-Interviews angesprochen und kann durch die vorliegenden Daten bestätigt werden – siehe Kapitel 10.3.3.]*

Tabelle 10.1_35: Direkte Bewertung nach Politikbereichen in Prozent

Politikbereich	**keine Bewertung**	**positive Bewertung**	**positive und negative Bewertung**	**negative Bewertung**	**Summe**
Justiz und Inneres	69,66 %	5,18 %	8,08 %	17,07 %	**100 %**
Wirtschaft und Finanzen	71,43 %	2,52 %	7,56 %	18,49 %	**100 %**
Handelsbeziehungen	53,49 %	3,49 %	6,98 %	36,05 %	**100 %**
Außenbeziehungen und Humanitäres	66,23 %	3,90 %	3,90 %	25,97 %	**100 %**
Binnenmarkt, Steuern und Zollunion	55,36 %	7,14 %	14,29 %	23,21 %	**100 %**
Landwirtschaft	68,00 %	4,00 %	4,00 %	24,00 %	**100 %**
Wettbewerb	81,25 %	8,33 %	8,33 %	2,08 %	**100 %**
Umwelt und Klima	78,05 %	4,88 %	2,44 %	14,63 %	**100 %**
Informationsgesellschaft und Medien	51,43 %	0,00 %	2,86 %	45,71 %	**100 %**
Keinem Politikbereich zuzuordnen	59,46 %	8,11 %	10,81 %	21,62 %	**100 %**
Institutionelle Angelegenheiten	64,71 %	11,76 %	8,82 %	14,71 %	**100 %**
Gesundheit und Konsumentenschutz	53,57 %	3,57 %	14,29 %	28,57 %	**100 %**
Transport	67,86 %	7,14 %	10,71 %	14,29 %	**100 %**
EU-Erweiterung	82,14 %	10,71 %	0,00 %	7,14 %	**100 %**
Unternehmen und Industrie	50,00 %	10,00 %	0,00 %	40,00 %	**100 %**
Energie	73,68 %	5,26 %	0,00 %	21,05 %	**100 %**
Sozialpolitik	68,75 %	12,50 %	6,25 %	12,50 %	**100 %**
Forschung und Innovation	100,00 %	0,00 %	0,00 %	0,00 %	**100 %**
Maritime Angelegenheiten und Fischerei	--	--	--	--	--
Bildung	--	--	--	--	--
Gesamt	67,46 %	5,29 %	7,39 %	19,86 %	**100 %**

Anmerkung: Für die Politikbereiche „Bildung“ und „Maritime Angelegenheiten und Fischerei“ gab es keine Artikel, daher bleiben die entsprechenden Zeilen in der Tabelle leer.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10.1.5 Zusammenfassung

Die Berichterstattung zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen in den österreichischen Printmedien

Die abschließende Zusammenfassung der Inhaltsanalyse präsentiert Übereinstimmungen und Unterschiede der Berichterstattung zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen in Form eines Vergleichs zwischen den verschiedenen analysierten österreichischen Tageszeitungen (*Standard, Presse, Kurier, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung*). Durch die Erhebung formaler, thematischer und wertender Kategorien werden Divergenzen bzw. Konvergenzen zwischen den Tageszeitungen aufgezeigt, um somit Rückschlüsse auf die – übereinstimmende oder differente – Berichterstattung der Printmedien-Journalist*innen österreichischer Zeitungen zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen zu ermöglichen. Die spezifische Tageszeitungsauswahl gibt Einblicke in die Berichterstattung der sogenannten österreichischen „Qualitätspresse“ (*Standard, Presse*) sowie der im Jahr 2014 drei auflagenstärksten österreichischen Tageszeitungen (*Kronen Zeitung*, *Kleine Zeitung* und *Kurier*) (Österreichische Auflagenkontrolle 2015). Mit der Kronen Zeitung wurde darüber hinaus die – auch im Europa-Vergleich –reichweitenstärkste Tageszeitung ausgewählt (gemessen am Bevölkerungsanteil eines Landes), auch wenn zu diesem Zeitpunkt bereits ein Einbruch ihrer Leser*innenschaft sichtbar war (Kaltenbrunner et al. 2020, 50).

Durch die Inhaltsanalyse werden sowohl Nachrichtenwertfaktoren, die in die Berichterstattung Eingang gefunden haben, als auch die Eigenlogik des*r jeweiligen Journalist*in bzw. des Mediums, welches die Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission transportiert, beleuchtet (Kuckartz 2014, 29–30). Um auch Aussagen über die soziale Realität außerhalb der Berichterstattung treffen und Schlüsse ziehen zu können, die über das einzelne analysierte Dokument hinaus Verallgemeinerungen zulassen (Kromrey 2009, 301), wird neben der zusammenfassenden Darstellung des manifesten Inhalts für eine Interpretation wenn nötig auch der politische und gesellschaftliche Kontext berücksichtigt.

Für die Analyse der Medienberichterstattung müssen darüber hinaus auch der mediale Kontext, seine Strukturbedingungen und dessen Wandel beachtet werden, in den die analysierten österreichischen Printmedien zum Zeitpunkt der Untersuchung eingebettet waren (Latzer & Saurwein 2006, 23): Dazu gehört unter anderem die Feststellung von Umbrüchen ausgelöst durch die Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008, die auch vor dem

10.15772/ANDRASSY.2021.001

österreichischen (Print-)Journalismus nicht Halt gemacht haben. Ressourcenabbau, Digitalisierung und zunehmende Abhängigkeiten von der österreichischen Medienpolitik durch Inseratenförderungen kennzeichnen diese Beobachtungsperiode aus struktureller Perspektive (Kaltenbrunner et al. 2020, 209–211) *(siehe auch Kapitel 6.2.2).* Nicht zuletzt auch aufgrund wenig rezenter und heterogener bisheriger Forschungen zur EU-Berichterstattung, die sich vor allem auf themenbezogene Längs- und Querschnittsanalysen beziehen sowie unterschiedliche Grundgesamtheiten, Analyseparameter und Analyseeinheiten vorweisen und dabei kaum die Europäische Kommission thematisieren, ist eine Vergleichbarkeit der vorliegenden Inhaltsanalyse mit vorangegangenen Analysen im Feld der EU-Berichterstattung insgesamt schwierig (Latzer & Saurwein 2006, 21) *(siehe Kapitel 4.3).*

1.) Formale Einordnung

In der vorliegenden Stichprobe (870 Zeitungsausgaben) werden die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen in 68,97 Prozent der untersuchten Printexemplare der Tageszeitungen *Standard, Presse, Kurier, Kleine Zeitung* und *Kronen Zeitung* zumindest ein Mal genannt. Insgesamt entsprachen im Zeitraum der sechsmonatigen Analyseperiode (August 2015 – Jänner 2016) 1380 Artikel den vorgegebenen Kriterien zur Codierung und wurden in die Analyse aufgenommen. Verteilt auf die jeweiligen Printmedien und den gesamten Untersuchungszeitraum sind jedoch unterschiedliche Aufteilungen sichtbar: Der *Standard* und die *Presse* enthalten die meisten für die Analyse relevanten Artikel (405 und 428). Die *Kronen Zeitung* zeigt mit 94 Artikeln das geringste Interesse an einer Berichterstattung zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen. Der insgesamt hohe Wert an Nennungen im gesamten Untersuchungszeitraum birgt jedoch die Gefahr der Blendung in sich: Es muss zusätzlich berücksichtigt werden, dass die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen in 51,45 Prozent der analysierten Berichterstattung von den Journalist*innen als Nebenthema behandelt werden und in 10,58 Prozent bloß genannt werden. Fokussiert man die quantitative Verteilung der ausgewerteten Artikel auf die jeweiligen Monate, so zeigen die Kurven – mit leichten Abweichungen der *Presse* und der *Kronen Zeitung* – starke Ähnlichkeiten, was auf Überschneidungen in Nachrichtenaufmerksamkeit und Berichterstattungsinteresse der Journalist*innen in Hinblick auf die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen schließen lässt.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Was das quantitative Ausmaß der Berichterstattung betrifft, finden sich Bruchlinien zwischen den beiden Qualitätsmedien (*Standard* und *Presse*), den beiden Tageszeitungen mit Schwerpunkt auf Bundesländer (*Kleine Zeitung* und *Kurier*) sowie der *Kronen Zeitung*. Aber nicht immer lässt sich von dieser Dreiteilung sprechen, wie die überdurchschnittliche Anzahl an Artikeln im *Kurier* zeigt, die von Korrespondent*innen stammen. Auch zwischen dem *Standard* und der *Presse* sind Abweichungen ersichtlich, z. B. im Bereich der Kommentierungen und Ressorts-Schwerpunktsetzungen.

Die Berichterstattung zur Europäischen Kommission erfolgt in den analysierten österreichischen Tageszeitungen mehrheitlich durch (freie oder fest angestellte) Redakteur*innen der Printmedien (42,03 Prozent). Sie stehen beim *Standard*, bei der *Presse* und beim *Kurier* im Vergleich zu den übrigen Kategorien an erster Stelle, beim *Kurier* liegen sie jedoch nur knapp vor den Korrespondent*innen. Dahinter folgen die Korrespondent*innen, die in mehr oder weniger großem Ausmaß aus verschiedenen Ländern der nationalen Medienproduktion zuarbeiten (22,17 Prozent). Die Ergebnisse der Analyse zeigen hierbei ein differenziertes Bild, das eine Zweiteilung zwischen „Qualitätspresse“ und den restlichen untersuchten Medienprodukten nicht zulässt: Die Berichterstattung und Meinungsartikulation durch Korrespondent*innen ist vor allem beim *Kurier* (34,94 Prozent) und beim *Standard* (28,15 Prozent) hoch. Die *Kleine Zeitung* (20,11 Prozent) liegt in dieser Kategorie noch vor der *Presse* (14,25 Prozent). Die *Kronen Zeitung* weist keine Korrespondent*innen in ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation aus. Die (mitunter bearbeiteten) Kommunikationsprodukte von Redakteur*innen aus Presseagenturen konnten nur beim *Standard* und der *Presse* registriert werden, die übrigen Zeitungen machen dazu keine Angabe. Berichterstattung, die durch eine gemeinsame Kooperation zwischen Presseagentur und Redaktion bzw. Redaktion und Korrespondent*innen entstanden ist, konnte insgesamt nur selten identifiziert werden, dürfte aber möglicherweise nicht immer preisgegeben werden und der reale Wert dazu daher höher liegen. Das Gesamtbild offenbart zugleich Unklarheiten: Bei der *Kleinen Zeitung* und der *Kronen Zeitung* bleibt die Mehrheit der Artikel (52,17 Prozent und 50,00 Prozent) ohne eine Angabe von Autor*innenschaft.

Die Nachricht bzw. der Bericht (eine etwas längere journalistische Darstellungsform auf Basis der Nachricht) sind medienübergreifend das mit Abstand beliebteste Genre (64,20 Prozent). Der Hintergrundbericht (detailliertere Veranschaulichung von Sachverhalten) bzw. die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Reportage (Hintergrundbericht mit dramaturgischer Aufbereitung) erhalten deutlich weniger Relevanz (20,87 Prozent). Diese Befunde weisen darauf hin, dass die Europäische Kommission mehrheitlich nicht mit tiefergehender Berichterstattung in Verbindung gebracht wird. Der Eindruck vertieft sich bei der Kategorie der Wertungen, die sichtbar macht, dass die Berichterstattung zur Europäischen Kommission zum Großteil eher kurz gehalten wird. Dabei sind – bis auf Abweichungen bei der *Kronen Zeitung* und der *Presse* – insgesamt kaum Unterschiede zwischen den analysierten Tageszeitungen zu erkennen: Die *Kronen Zeitung* weist bei den Nachrichten einen Prozentsatz von 80,85 aus und liegt damit deutlich über allen anderen Tageszeitungen, die jeweils unter 67 Prozent liegen. Dass die *Kronen Zeitung* mit zwei Hintergrundberichterstattungen im Vergleich zu den anderen analysierten Tageszeitungen deutlich weniger Artikel aus diesem Genre zur Europäischen Kommission veröffentlicht hat (alle anderen Tageszeitungen haben 48 oder mehr), ist für ein Medium, das dem Boulevard-Segment zugeordnet wird, jedoch nicht überraschend. Entgegen den Erwartungen an eine Qualitätszeitung belegt die *Presse* mit 9 Kommentaren (2,10 Prozent) jedoch den letzten Platz im Medienvergleich und weist damit sogar in absoluten Zahlen keinen nennenswerten Unterschied zur *Kronen Zeitung* (8 Kommentare) auf. Kommentierungen der Europäischen Kommission in ausgewiesenen Kommentar-Spalten sind mit Ausnahme beim *Standard*, der 10,86 Prozent der gesamten Nennungen im Kommentarbereich aufweist, generell selten. Zwar könnte man meinen, dass Fachtexte und dienstleistende Texte die Medienrezipient*innen bei der leichteren Lesbarkeit von Artikeln zur Europäischen Kommission unterstützen, in der untersuchten Printmedienlandschaft spielen sie, um Themen der Europäischen Kommission zu erläutern, mit Ausnahme bei der *Presse* jedoch keine Rolle.

Allein an der Innenarchitektur, welche die analysierten Tageszeitungen in unterschiedliche Ressorts aufteilt, sind verschiedene Prioritäten der Medien abzulesen. Ein EU-Schwerpunkt zeigt sich zum Beispiel durch einen speziellen EU-Ressortteil bei der *Presse*. Was die Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrifft, so ist die hohe Anzahl an Nennungen bei der Mehrzahl der untersuchten Tageszeitungen in den Wirtschaftsressorts auffallend. Dabei sticht vor allem die hohe Berichterstattungsintensität im *Standard* mit 126 Codierungen (31,11 Prozent) heraus. Auch beim *Kurier* und bei der *Kleinen Zeitung* befindet sich knapp ein Viertel der gesamten Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission im Wirtschaftsressort. Die *Presse* und die *Kronen Zeitung* schneiden im

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Medienvergleich mit 62 Codierungen (14,49 Prozent) bzw. fünf Codierungen (5,32 Prozent) jedoch nur unterdurchschnittlich ab. Eine vertiefte Analyse zeigt aber zugleich, dass im Bereich „Außenpolitik und EU“ bei der *Presse* ebenfalls eine große Anzahl an wirtschaftlichen Themen vertreten ist. Die hohe Anzahl an Nennungen in der Kategorie „Aktuelles“ weist wiederum auf die Bedeutung der Tagesaktualität der Berichterstattung zur Europäischen Kommission hin. Dabei fallen jeweils beinahe übereinstimmende Prozentwerte zwischen dem *Standard* und der *Presse* (37,53 Prozent und 38,08 Prozent) sowie zwischen dem *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* (16,85 Prozent und 16,36 Prozent) auf. Die *Kronen Zeitung* zeigt hier ein differentes Bild mit nur 5,32 Prozent in dieser Kategorie. Die Erwähnung der Europäischen Kommission in den Innenpolitik-Ressorts fällt, im durchschnittlichen Medienvergleich betrachtet, sehr gering aus. Während die Zahl der Nennungen in dieser Kategorie beim *Standard* (2,72 Prozent), der *Presse* (1,17 Prozent), der *Kleinen Zeitung* (1,63 Prozent) und dem *Kurier* (0,74 Prozent) nur eine niedrige einstellige Prozentzahlen hervorbringt, sticht auch hier die *Kronen Zeitung* heraus: 11,70 Prozent der analysierten Artikel in der *Kronen Zeitung* sind dem Innenpolitik-Ressort zuzuordnen. Auch die abweichende Rolle der *Kronen Zeitung* im Ressort „Meinung“ ist eklatant: Mit 15,96 Prozent steht sie hier an erster Stelle im Medienvergleich. Die *Kleine Zeitung* folgt mit 12,15 Prozent, der *Standard* mit 10,62 Prozent und die *Presse* mit 0,47 Prozent. Wie schon zum Thema „Genre“ festgestellt, zeigt die *Presse* im Bereich der Kommentierung zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen kaum Aktivität.

31,45 Prozent der Berichterstattung und Meinungsartikulation wird von den Journalist*innen Brüssel zugeordnet. Dies kann als Hinweis gedeutet werden, dass die meisten Artikel einen Bezug zu den Geschehnissen und Institutionen in der „EU-Hauptstadt“ Brüssel aufweisen. Österreichische Orte beziehungsweise andere europäische Orte mit Ausnahme Brüssels zeigen in Gegenüberstellung eine ähnliche Häufigkeit (22,90 Prozent und 21,38 Prozent). Auffallend ist, dass der *Kurier* und die *Kleine Zeitung* in weit unterdurchschnittlichem Ausmaß Österreich als Bezugsort angeben (1,12 Prozent und 7,07 Prozent), was eventuell als Zeichen gedeutet werden kann, dass die Europäische Kommission in erster Linie nicht mit Österreich in Zusammenhang gebracht wird. Diese Annahme korreliert auch mit der in der Kategorie „Ressorts“ ersichtlichen geringen Bedeutung der Europäischen Kommission für die innenpolitische Berichterstattung in diesen beiden Printmedien. Orte in den EU-Ländern

10.15772/ANDRASSY.2021.001

abseits von Brüssel werden wiederum nur beim *Standard* und der *Presse* angegeben, was wiederum ein Indikator für deren verstärkte Beobachtung anderer EU-Länder ist.

2.) Themen und Berichterstattungsanlässe

Die Europäische Kommission als Akteurin wird in insgesamt 972 Artikeln (70,43 Prozent) benannt und ist in dieser Kategorie die am häufigsten gefundene Variable, was die Interpretation der Darstellung der Europäischen Kommission als vielfach „anonyme Behörde" nahe legt. Dahinter folgt die Nennung eines*r oder mehrerer Kommissar*innen der Europäischen Kommission (32,61 Prozent) noch vor dem Kommissionspräsidenten (23,41 Prozent). Die Benennung der EU-Außenbeauftragten Federica Mogherinis als eine der Vizepräsident*innen der Europäischen Kommission sowie der Beamt*innen der Europäischen Kommission liegt ungefähr gleichauf (5,07 Prozent und 5,43 Prozent). Dass der *Kurier*, die *Kleine Zeitung* und die *Kronen Zeitung* bei der Erwähnung der Europäischen Kommission als Institution im Vergleich zum *Standard* und der *Presse* etwas niedrigere Prozentangaben aufweisen und dafür bei der Nennung des Kommissionspräsidenten höher liegen, könnte an der journalistischen Personalisierungsstrategie liegen, die Personen gegenüber Institutionen bevorzugt. Der *Standard* und die *Presse* zitieren oder benennen dafür häufiger die Beamt*innen bzw. Sprecher*innen der Europäischen Kommission als das übrige Printmedienspektrum (6,17 Prozent und 5,84 Prozent).

Die Politikbereiche, mit denen die Europäische Kommission und deren zugehörige Akteur*innen in Zusammenhang gesetzt werden, ergeben ein klar dominierendes Thema während der Untersuchungsperiode dieser Analyse: Der in allen Printmedien bei weitem am häufigsten erwähnte Politikbereich im Zusammenhang mit der Europäischen Kommission ist mit insgesamt 656 Nennungen Justiz und Inneres (47,54 Prozent). Fast jeder zweite Artikel beinhaltete demnach ein Thema aus diesem Bereich. Dies betraf im Zeitraum der Untersuchung vor allem Flüchtlings-, Asyl- oder Terrorbekämpfungsthemen, die durch einen starken Konnex zur aktuellen politischen Lage in Europa im Zeitraum der Untersuchung zu erklären sind. Die *Kleine Zeitung* liegt hier mit 58,36 Prozent deutlich über dem Durchschnitt. Auch wenn angesichts dieser Dominanz im Nachhinein eine weitere Präzisierung der Kategorien im Codebuch ideal gewesen wäre, um noch ein genaueres Bild zur Themenlage zu erhalten, dient diese Tatsache als deutlicher Hinweis auf eine Verknüpfung der Europäischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommission mit aktuellen Politikbereichen, aber auch mit Bezügen zu länderübergreifenden Ereignissen in Verbindung mit Nähe, Betroffenheit und/oder Emotion. Folgende politische und gesellschaftliche Entwicklungen dienen dazu als Erklärung: Die Zunahme von flüchtenden und asylsuchenden Menschen in Europa war ein beherrschendes Thema im Zeitraum der Analyse – verbunden mit der Suche nach gemeinsamen „europäischen Lösungen" und dem Thema Sicherheit, ausgelöst durch die sogenannte „Kölner Silvesternacht". Darüber hinaus fielen auch die Terroranschläge in Paris in den Untersuchungszeitraum, die ebenfalls unter dieser Kategorie codiert wurde:

- Zu Beginn des Untersuchungszeitraums dieser Analyse im Sommer 2015 nahm die Zahl der Flüchtenden und Asylsuchenden vor allem aus dem Nahen und Mittleren Osten auf dem Weg nach Europa deutlich zu. In den EU-Ländern gab es zu dieser Zeit unterschiedliche mediale Interpretationen dieses Prozesses. Es wurden verschiedene Mobilisierungs- und Politisierungskonzepte in öffentlichen Diskursen eingesetzt, um entweder Beschränkungen von Migration und Asylpolitik oder verschiedene Ausdrucksformen von Solidarität bzw. deren Fehlen zu legitimieren (Krzyżanowski, Triandafyllidou & Wodak 2018, 1). In Österreich entfachte sich ab dem 27. August 2015 eine breite öffentliche Debatte zu diesen Themen, als 71 Personen aus dem Irak, aus Afghanistan, Syrien und dem Iran in einem Kühllastwagen ums Leben kamen, als diese von Ungarn aus nach Österreich einreisen wollten (Weisgram 2019). In der Folge beherrschten Themen zu Migration und Asyl wie die EU-weite Aufteilung von Menschen auf der Flucht, deren Unterbringung, rechtliche und wirtschaftliche Faktoren, die Suche nach einer europaweiten Strategie sowie die Verhandlungen mit der Türkei als Flucht-Transitland auf dem Weg nach Europa die mediale Debatte in Österreich.
- Am 13. November 2015 fanden die Terroranschläge an verschiedenen Orten in Paris mit 130 Toten statt (Biermann et al. 2015), welche medial als ein transnationales Solidaritäts- und Erinnerungsereignis kommuniziert wurden. Auch die Berichterstattung darüber war im Rahmen dieser Inhaltsanalyse in die Kategorie „Justiz und Inneres" einzuordnen.
- Nach der sogenannten „Kölner Silvesternacht" und Übergriffen von Asylsuchenden während der Silvesterfeiern entfachte sich eine Debatte um die sogenannte „Willkommenskultur", und ein gemeinsames europäisches Vorgehen in der Flüchtlings- und Migrationspolitik wurde eingefordert. Neben Strafrecht und Sicherheit wurde

10.15772/ANDRASSY.2021.001

daraufhin auch die Frage einer zukünftigen europäischen Migrationspolitik debattiert, die ebenfalls zu dieser Kategorie gehört (Bundeszentrale für Politische Bildung 2016).

Ein Vergleich mit zwei Analysen zur medialen Berichterstattung der Flüchtlingsbewegungen von 2015/16 unterstreicht die Annahme eines Zusammenhangs zwischen den vorliegenden häufigen Erwähnungen der Europäischen Kommission im Bereich Justiz und Inneres und aktuellen gesellschaftlichen und politischen Entwicklungen während der Analyseperiode: Eine Studie im Auftrag der Otto Brenner Stiftung von Februar 2015 bis März 2016 zum Verhalten der tagesaktuellen Medien mit nationaler und regionaler Reichweite in Deutschland rund um die sogenannte „Flüchtlingskrise“ identifizierte, dass zwei von drei Akteur*innen und Sprecher*innen in der Medienberichterstattung der institutionellen Politik zuzurechnen waren. Das sozial- und gesellschaftspolitische Flüchtlingsthema in den Medien entpuppte sich nach Ansicht der Autor*innen als ein abstraktes Aushandlungsobjekt der institutionellen Politik (Haller 2017, 133). Dieses Ergebnis legt daher auch eine vermehrte Thematisierung der Europäischen Kommission in der Medienberichterstattung nahe.

Eine Medienanalyse im Auftrag des österreichischen Integrationsfonds zur Flüchtlingsthematik in den österreichischen Medien zwischen August 2015 und Juli 2016 zeigt wiederum sehr ähnliche Berichterstattungskurven wie die vorliegende Inhaltsanalyse zum Thema Justiz und Inneres *(siehe Grafik 10.1_4*): In diesen beiden Analysen steigt (mit wenigen Ausnahmen) die Berichterstattung von August bis September 2015 und dann wieder ab Dezember 2015 nach der sogenannten „Kölner Silvesternacht“. In der ersten Phase (August bis September 2015) stehen der Studie des österreichischen Integrationsfonds zufolge allgemeine Themen zu Flucht, Grenzmanagement und die europäische Flüchtlingspolitik im Fokus der medialen Berichterstattung in Österreich. In der zweiten Phase (Dezember 2015 bis Januar 2016) werden bevorzugt sexuelle Übergriffe und Asyl-Obergrenzen debattiert. Diese Politikthemen werden in der vorliegenden Inhaltsanalyse allesamt dem Bereich Justiz und Inneres zugeordnet. Zu sämtlichen Bereichen lassen sich transnationale Anker und somit auch Anknüpfungspunkte für die Europäische Kommission finden (Hajek 2016, 4).

8,62 Prozent der analysierten Berichterstattung zur Europäischen Kommission sind dem Themenbereich Finanz- und Wirtschaft zuzurechnen. Darüber hinaus kann durch die Analyse ein Fokus auf aktuelle Ereignisse und Entwicklungen, die in internationalen beziehungsweise globalen Zusammenhängen stehen und mit der Europäischen Kommission verbunden

10.15772/ANDRASSY.2021.001

werden, herausgelesen werden: Mit 6,23 Prozent folgen Politikbereiche, die internationale Verflechtungen beinhalten (Handels- sowie Außenbeziehungen), was sich durch die in diesem Zeitraum verhandelten Freihandelsabkommen mit den USA (TTIP) und Kanada (CETA), die humanitäre Krisensituation im Kriegsland Syrien und seinen Nachbarregionen sowie die aufgrund der Flüchtlingsbewegungen verstärkten EU-Türkei-Beziehungen erklären lässt. Politikbereiche, die sich wiederum konkret auf Bürger*innen auswirken (Gesundheits- und Konsument*innenschutz, Transport, Sozialpolitik) oder die Europäische Kommission mit Innovation in Verbindung bringen (Unternehmen und Industrie, Energie und Forschung) bzw. als für Österreich charakteristische EU-Themen gelten (Agrarpolitik, Transport), wurden im Zeitraum der Analyse in den Printmedien nur in geringem Ausmaß in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission angesprochen.

Bei einem Vergleich zwischen den Printmedien zeigen die Ergebnisse der Themenanalyse bis auf die *Kronen Zeitung* ein überwiegend einheitliches Bild. Dies überrascht insofern, weil selbst die ideologisch unterschiedlich angesiedelten Tageszeitungen *Der Standard* und *Die Presse* beim medialen Agenda Setting in Bezug auf die Europäische Kommission und deren Akteur*innen in sehr ähnlichem Ausmaß auf dieselben Themen setzten. Dies wird auch von *Trenz* bestätigt, der in europäischen Medienanalysen feststellte, dass ideologische Muster bei der Medienberichterstattung europapolitischer Themen an Relevanz verlieren und weitgehend gleiche Interpretations- und Bewertungsmaßstäbe angelegt werden (Trenz 2005, 286).

Beim *Standard* und der *Presse* bzw. dem *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* lassen sich darüber hinaus zwei Parallelen erkennen: Sie zeigen sowohl beim Themenbereich „Handelsbeziehungen“ als auch bei „Institutionelles“ jeweils sehr ähnliche prozentuelle Häufigkeiten an Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission. Die *Kronen Zeitung* gilt auch hier wiederum als „Ausreißer“: Sie thematisiert Wirtschafts- und Finanzthemen in nur 3,19 Prozent ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation, welche mit der Europäischen Kommission verbunden wird. Die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen werden mit einem engeren Spektrum an Politikbereichen als die übrigen untersuchten Printmedien in Verbindung gesetzt. Themen wie „Unternehmen und Industrie“, „Handelsbeziehungen“, „Außenbeziehungen und humanitäre Hilfe“ sowie Themen, die keinem Politikbereich zuzuordnen sind, werden jedoch überdurchschnittlich häufig auf das

10.15772/ANDRASSY.2021.001

publizistische Tapet gebracht. Vor allem im Bereich der internationalen „Handelsbeziehungen“ wird ein signifikanter Unterschied sichtbar (10,64 Prozent versus einem Durchschnitt von 6,23 Prozent), was sich speziell durch eine Kampagne der *Kronen Zeitung* gegen das geplante Handelsabkommen der Europäischen Union mit den USA (TTIP) erklären lässt.

Neben der Analyse der politischen Themenbereiche ist freilich auch die Feststellung von Berichterstattungsanlässen für die inhaltliche Einschätzung der Berichterstattung zur Europäischen Kommission von Relevanz. Hier ist festzuhalten, dass die eigenständigen Aktivitäten der Europäischen Kommission den Journalist*innen der analysierten österreichischen Printmedien überwiegend nicht als Impetus für eine Medienberichterstattung oder Meinungsartikulation dienten. Die Auswertung der Anlässe deutet auf eine geringe Bedeutung der Europäischen Kommission als alleinige politische Akteurin in der Berichterstattung der österreichischen Printmedien hin.

Eine Medienberichterstattung zur Europäischen Kommission wird dann am häufigsten publiziert, wenn die Europäische Kommission im Zusammenspiel mit anderen EU-Akteur*innen auftritt: Es ist festzustellen, dass 17,03 Prozent der Artikel, in denen die Europäische Kommission vorkommt, ein Ereignis in einer anderen EU-Institution (z. B. Abstimmung im Europäischen Parlament, Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs) beziehungsweise ein gemeinsames Ereignis einer anderen EU-Institution mit der Europäischen Kommission (z. B. Gipfeltreffen, gemeinsamer Beschluss mit den EU-Mitgliedsländern) zum Ausgangspunkt für eine Berichterstattung nehmen. Die Europäische Kommission wird also von den Journalist*innen in erster Linie nicht als eigenständige Akteurin, sondern als Konglomerat mit weiteren EU-Akteur*innen dargestellt. Weitere relevante Anlässe für eine Berichterstattung über die Europäische Kommission sind Entwicklungen und Ereignisse auf einer globalen Ebene (z. B. Präsidentschaftswahlen in den USA, Flüchtlingsbewegungen, internationale Klage), was auch bei der Kategorie der bevorzugten Berichterstattungsthemen sichtbar geworden ist.

In der Tat zeigt die Kategorisierung unterschiedlicher Anlässe für die journalistische Printmedien-Berichterstattung und Meinungsartikulation ebenso wieder ein überwiegend einheitliches Bild, was die Kommunikation der Journalist*innen des *Standard*, der *Presse*, des *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* betrifft. Abweichungen sind hingegen bei der *Kronen Zeitung*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

festzustellen. Bei der Auswahl der Anlässe für ihre Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission nimmt sie andere Präferenzen vor als das restliche Feld der analysierten Printmedien. Die Europäische Kommission wird in der *Kronen Zeitung* bevorzugt mit allgemeinen politischen Ereignissen und (Kommunikations-)Handlungen verknüpft (z. B. internationale Klage). Neben den Ereignissen und (Kommunikations-)Handlungen, die sich aus der Eigenlogik der Europäischen Kommission heraus ergeben (z. B. Rede des Kommissionspräsidenten), werden auch jene aus Österreich (z. B. Urteil des Verfassungsgerichtshofs) im Vergleich zu den anderen österreichischen Tageszeitungen überdurchschnittlich oft genannt. Auch bei der Kategorisierung „Anlass ist unklar oder nicht zuzuordnen" zeigt die *Kronen Zeitung* einen signifikant höheren Wert als das übrige Printmedienspektrum. Sie berichtet häufiger über die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen, ohne politische Zusammenhänge darzustellen.

Insgesamt fällt auf, dass dezidiert österreichischen Anlässe – entweder aus der Eigenlogik des österreichischen politischen Systems heraus (z. B. ein Beschluss des österreichischen Parlaments) oder (Kommunikations-)Handlungen österreichischer Akteur*innen, die an die Öffentlichkeit oder Teil-Öffentlichkeiten gerichtet sind (z. B. Demonstration, Veranstaltung, Publikation eines Berichts) – in Zusammenhang mit der Erwähnung der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen wenig Bedeutung zugemessen wird. Die Verbindung der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen mit explizit österreichischen Ereignissen kann also nicht als relevanter Anlassfaktor für die österreichische Printmedienberichterstattung konstatiert werden.

Die deutliche Mehrheit der Artikel bezieht sich – in einem überwiegenden Ausmaß – auf eine oder mehrere in Aussicht gestellte oder bereits vollzogene politische Handlungen (62,17 Prozent). Die Europäische Kommission und ihre Akteur*innen werden demnach vor allem mit politischen Handlungen und nicht mit politischen Diskussionen in Zusammenhang gebracht. Mehrheitlich kommen keine oder kaum andere Sprecher*innen mit ihren Positionen und unterschiedlichen Perspektiven zu Wort. Das Ergebnis dieser Kategorie bestätigt eine stark handlungszentrierte Sichtweise der journalistischen Berichterstattung, die auf eine agierende bis deutlich aktive Darstellung der Europäischen Kommission in der Berichterstattung und Meinungsartikulation hinweist *(siehe auch Abschnitt „Wertungen").* Nur die *Kleine Zeitung*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

und die *Kronen Zeitung* zeigen hier mit 48,37 Prozent und 51,06 Prozent leicht unterdurchschnittliche Ergebnisse.

3.) Wertungen

Der Untersuchung liegt die Annahme zugrunde, dass die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen in der österreichischen Printmedien-Berichterstattung mit unterschiedlichen Wertungen in Verbindung gebracht werden. Dahinter liegende Muster sind von Interesse für die vorliegende Arbeit.

Was den Stellenwert der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen anbelangt, ist festzuhalten, dass sie in einer überwiegenden Anzahl von 51,45 Prozent der analysierten Berichterstattung und Meinungsartikulation in den österreichischen Printmedien als Nebenthema erwähnt werden. Nur die *Kronen Zeitung* macht die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen überdurchschnittlich häufig zum Hauptthema ihrer Artikel (47,87 Prozent), ansonsten existieren im Printmedienvergleich kaum Unterschiede zwischen den einzelnen Tageszeitungen.

Die Mehrheit der Artikel findet sich nicht an prominenten redaktionellen Plätzen der analysierten Printmedien: Bei insgesamt 101 der 1380 Artikel (7,32 Prozent) hat es die Europäische Kommission oder ihre Akteur*innen auf die Titelseite der analysierten Printprodukte geschafft, und bei nur 7,46 Prozent kommt die Europäische Kommission im Titel eines Artikels vor. Die *Kronen Zeitung* machte im Erhebungszeitraum von sechs Monaten die Europäische Kommission oder ihre zugehörigen Akteur*innen in keiner ihrer Ausgaben auf der ersten Seite zum Thema. Hier kann insgesamt also ein signifikanter Unterschied zwischen Qualitätszeitungen und den restlichen untersuchten Printmedien festgestellt werden. Eine Bebilderung der Berichterstattung ist in 53,70 Prozent der Artikel nicht vorhanden, was wiederum für die Interpretation der Darstellung der Europäischen Kommission als eine „anonyme Behörde“ spricht.

Auch die Länge der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission gibt Auskunft über die Bedeutungszumessung der Europäischen Kommission durch Journalist*innen. Betrachtet man den Umfang, so ist festzustellen, dass die beträchtliche Mehrheit der Berichterstattung zur Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen eine Länge von mehr als zwei Absätzen ausmacht (73,99 Prozent). Hier ist jedoch erneut

10.15772/ANDRASSY.2021.001

mitzubedenken, dass die Europäische Kommission medienübergreifend gesehen in einer Mehrheit der Artikel nicht als Hauptthema vorkommt. Etwas mehr als ein Drittel der Artikel, die eine Nennung der Europäischen Kommission bzw. ihrer zugehörigen Akteur*innen beinhalten, gehören zur größten Überschrift der analysierten (Doppel-)Seite (37,39 Prozent). Im *Standard*, der *Presse* und der *Kronen Zeitung* kommen in einem nur kleinen Teil der journalistischen Berichterstattung und Meinungsartikulation die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen als bloße Nennung vor (5,19 Prozent, 8,41 Prozent und 9,57 Prozent). Beim *Kurier* und der *Kleinen Zeitung* passiert dies hingegen deutlich häufiger (16,36 Prozent und 19,57 Prozent).

Mit 759 Artikeln stellt mehr als die Hälfte der analysierten Berichterstattung und Meinungsartikulation (55,00 Prozent) die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen als aktive Akteur*innen in der Berichterstattung dar. Diese Kategorisierung bestätigt eine Vermutung, die bereits im Kapitel zum Kontext der Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen angesprochen wurde.

Da in die Analyse aus methodischen Gründen ausschließlich direkte Bewertungen aufgenommen wurden, konnte in nur 32,54 Prozent der codierten Artikel eine Wertung der Europäischen Kommission bestimmt werden. Davon findet sich in der Mehrheit der Artikel (61,03 Prozent) eine ablehnende, negativ kritische, pessimistische oder lächerlich machende Bewertung der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen. 16,26 Prozent der Artikel, die in der Analyse eine direkte Bewertung zuließen, verknüpfen die Europäische Kommission und deren zugehörige Akteur*innen mit positiven, zustimmenden, optimistischen oder lobenden Bewertungen. 22,71 Prozent der bewerteten Artikel stellen der Europäischen Kommission sowohl positive als auch negative Bewertungen aus.

Während die anderen Bewertungskategorien im gesamten Printmedienspektrum eher einheitliche Ergebnisse zeigen, kann in dieser Kategorie ein signifikanter Unterschied zwischen einzelnen Printmedien festgestellt werden: Der *Standard* und der *Kurier* zeichnen sich durch eine überdurchschnittlich positive Bewertung der Europäischen Kommission aus. Die *Kronen Zeitung* weist hingegen keinen Artikel auf, welcher die Europäische Kommission mit nur positiven Eigenschaften in Verbindung bringt. Ihre Berichterstattung und Meinungsartikulation, die dem negativen Bereich zuzuordnen ist, ergibt einen weit höheren

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wert als im Durchschnitt. Die *Presse* charakterisiert sich wiederum durch eine überdurchschnittlich hohe Anzahl an Artikeln, die der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen sowohl positive als auch negative Attribute zuweisen.

Während die Artikel mit den in den Medien am häufigsten vorkommenden Themen „Justiz und Inneres“ und „Wirtschaft und Finanzen“ eine Bewertung aufweisen, die im Wesentlichen der Gesamtheit der Artikel entspricht, gibt es beim dritthäufigsten Themenblock „Handelsbeziehungen“ eine deutliche Abweichung: 36,05 Prozent der Artikel, welche eine negative Bewertung der Europäischen Kommission beinhalten, stehen nur 3,49 Prozent an Artikeln gegenüber, die eine positive Wertung der Europäischen Kommission enthalten. Nur 53,49 Prozent der Artikel aus dem Bereich „Handelsbeziehungen“ konnten nicht in die Bewertungskategorien aufgenommen werden, was wiederum darauf hinweist, dass in dieser Kategorie im Vergleich eine überdurchschnittliche Anzahl an Artikeln mit direkten Bewertungen versehen wurde.

Untersucht man die Bewertung der Europäischen Kommission in Bezug auf „Handelsbeziehungen“ differenziert nach den einzelnen Tageszeitungen, dann fällt besonders die *Kronen Zeitung* auf: Hier lassen sich fünf Artikel mit einer negativen Bewertung der Europäischen Kommission und kein einziger Artikel mit positiver bzw. mit positiver und negativer Einordnung finden. Zusätzlich gibt es noch fünf weitere Artikel ohne Bewertung. Damit hat die *Kronen Zeitung* insgesamt zehn Artikel zu diesem Thema publiziert, was das Thema „Handelsbeziehungen“ im Zusammenhang mit der Europäischen Kommission an die insgesamt zweite Stelle der genannten Themen bei der *Kronen Zeitung* rücken lässt. Eine Negativkampagne zum Thema „Handelsbeziehungen“, die in den Befragungen sowohl von Brüssel-Korrespondent*innen als auch von Beamt*innen der Europäischen Kommission oftmals hervorgestrichen wurde *(siehe Kapitel 10.3.3),* liegt hier also nahe.

Der Politikbereich „Wettbewerb“ zeigt wiederum deutliche Differenzen: In diesem Zusammenhang wird die Europäische Kommission in nur 2,08 Prozent der Artikel negativ bewertet, und sogar 8,33 Prozent der Artikel beinhalten eine positive Bewertung.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10.2 Online-Befragung

10.2.1 Vorbemerkungen

Im vorliegenden Kapitel werden die Ergebnisse der Online-Befragung, die zwischen Juli und September 2017 unter Journalist*innen österreichischer Printmedien auf der Lime Survey Plattform der Karl-Franzens-Universität Graz erhoben wurden *(Details zur Operationalisierung siehe Kapitel 9.3.3)*, in folgende Themenbereiche gegliedert:

Der erste Abschnitt fasst persönliche Merkmale der befragten Printjournalist*innen zusammen, die das Sample der Befragten charakterisieren und im Anschluss mit den Antworten des inhaltlichen Kernbereichs der Online-Befragung in Verbindung gebracht werden. Anschließend folgt die Darstellung der drei Hauptfragebereiche: Angaben der befragten Journalist*innen zur eigenen Berichterstattung zu Inhalten der Europäischen Kommission und Interaktionen mit Beamt*innen der Europäischen Kommission; Eigenschaften des redaktionellen Berichterstattungsprozesses zu Kommunikationsinhalten der Europäischen Kommission (welcher auch zwei offene Antwortbereiche zu Verstärkern und Hindernissen im redaktionellen Berichterstattungsprozess inkludiert); allgemeine Einschätzungen der befragten Journalist*innen zu Wissen und Haltungen zur Europäischen Kommission bzw. Europäischen Union.

Die Ergebnisse werden deskriptiv dargestellt und so aufbereitet, dass Auffälligkeiten und Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Printmedienjournalist*innen bzw. zwischen den Kategorien hervorgehoben werden. Wenn zulässig, werden interpretative Einordnungen eingefügt, um so ein möglichst detailliertes Bild zur Darstellung der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen durch die österreichischen Journalist*innen zu erhalten. Die Antworten werden jeweils mit Tabellen bzw. Auflistungen der Zahlen illustriert. Da sich die vorliegende Arbeit durch einen speziellen Fokus auf den österreichischen Tageszeitungsjournalismus charakterisiert *(siehe Inhaltsanalyse Kapitel 10.1),* wird in dieser Auswertung auch explizit auf die Angaben der Tageszeitungsjournalist*innen im Vergleich zu den Journalist*innen des restlichen Printmedien-Spektrums eingegangen. Die Darstellung der Ergebnisse präsentiert daher zu jedem Thema zuerst die gesamte Stichprobe und anschließend einen Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und dem Rest der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Stichprobe. Dabei gilt es zu beachten, dass einzelne Journalist*innen die Umfrage nicht vollständig ausgefüllt und früher verlassen haben. Aus diesem Grund ist insbesondere eine Zuordnung der Antworten zu den Kategorien „Tageszeitung“ bzw. „sonstige Printmedien“ nicht in allen Fällen möglich. Obwohl die Anzahl der Antworten zu den einzelnen Fragebereichen nicht konstant ist, wurden sämtliche Antworten in die Analyse aufgenommen, um ein möglichst adäquates Bild der Online-Befragung wiederzugeben. Was die Datenaufbereitung betrifft, so wurden die Prozentzahlen immer auf zwei Kommastellen gerundet, wodurch es eventuell zu Rundungsfehlern kommen kann.

10.2.2 Formale Einordnungen

1.) Beschreibung der Stichprobe

Die Befragung hat folgendes Sample ergeben: Zwischen 20. Juli 2017 und 21. September 2017 wurden 3995 E-Mails mit einem Link zur Online-Befragung an Journalist*innen österreichischer Printmedien gesandt. Davon waren 250 nicht zustellbar. Von den 3745 E-Mailempfänger*innen haben 361 den Link zur Online-Befragung angeklickt. Für die Ergebnisauswertung wurden jedoch nur jene 262 Printjournalist*innen berücksichtigt, welche die ersten sieben Fragen vollständig beantwortet haben. Diese Entscheidung wurde getroffen, da die ersten sechs Fragen nur formale Angaben beinhalteten.

Tabelle 10.2_1: Beschreibung der Stichprobe

Medium	**Printmedien gesamt**			
	Sent	**Fail**	**Success**	**Reply**
Tageszeitung	1125	69	1056	60
wöchentlich oder 14-tägig erscheinende/s Zeitung oder Magazin	464	29	435	43
Monatsmagazin oder Fachzeitschrift	2406	152	2254	108
keine Zuordnung möglich	--	--	--	51
Summe	**3995**	**250**	**3745**	**262**

Anmerkung: Von den 262 Personen, die für die Auswertung berücksichtigt wurden, haben nur 211 eine Angabe zum Herkunftsmedium gemacht. Die restlichen 51 Personen sind frühzeitig ausgestiegen und haben die Frage zum Herkunftsmedium nicht beantwortet.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Alle Fragen bis zum Ende ausgefüllt haben schlussendlich 210 Printjournalist*innen. Die restlichen 52 Teilnehmer*innen sind während der Umfrage ausgestiegen bzw. haben keine Frage mehr beantwortet, was einer Abbruchquote von 41,83 Prozent entspricht. Die meisten davon stiegen vor Frage 23 (zwölf Journalist*innen), gefolgt von Frage 8 und 17 (jeweils neun Journalist*innen) aus. *(siehe Appendix – Online-Fragebogen)*

2.) Herkunftsmedium

Analyse Printmedien gesamt: Mit 34,12 Prozent stammt mehr als ein Drittel der Befragten aus einer Redaktion einer Fachzeitschrift. Die Erscheinungshäufigkeit der Printmedienprodukte, für welche die befragten Journalist*innen darüber hinaus tätig sind, zeigt einen klaren Trend zugunsten kürzerer Erscheinungsintervalle: 28,44 Prozent der Befragten arbeiten für Tageszeitungen, 20,38 Prozent für wöchentlich erscheinende Zeitungen und Magazine und 17,06 Prozent für Monatszeitungen. Die große Mehrheit der befragten Personen (73,46 Prozent) arbeitet für ein Kaufmedium und knapp zwei Drittel für ein Medium, das national und nicht regional erscheint.

Analyse Tageszeitungen: Analysiert man die Antworten der Journalist*innen, die für Tageszeitungen arbeiten, fällt auf, dass ein sehr hoher Prozentsatz (95,00 Prozent) und damit deutlich mehr als in der gesamten Stichprobe für ein Kaufmedium arbeitet. Als direkte Folgerung daraus ist zu beobachten, dass bei den sonstigen Printjournalist*innen die Gruppe der Personen, die für ein Gratismedium schreiben, mit 35,10 Prozent deutlich höher ist als bei der Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen.
Untersucht man hingegen die Angaben in Bezug auf die Reichweite des Herkunftsmediums, fällt das Antwortverhalten nahezu ident aus: In beiden Gruppen arbeiten etwa zwei Drittel der Befragten für ein Printmedium mit nationaler Reichweite und nur etwa ein Drittel für ein Medium, das regional erscheint. In Hinblick auf das Forschungsthema lässt sich aufgrund der geringeren Teilnahme von Regionalzeitungsjournalist*innen möglicherweise auf einen mangelnden Bezug bzw. mangelndes Interesse von Journalist*innen aus dem Regionalzeitungsspektrum an EU-Themen rückschließen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_2: Medium I – gesamte Printmedien

Medium	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
Fachzeitschrift	72	34,12 %
Tageszeitung	60	28,44 %
Monatszeitung	36	17,06 %
wöchentliche Zeitung	35	16,59 %
wöchentliches Magazin	8	3,79 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_3: Medium II – gesamte Printmedien

Medium	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
Kaufmedium	155	73,46 %
Gratismedium	56	26,54 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_4: Medium II – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Medium	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Kaufmedium	57	95,00 %	98	64,90 %
Gratismedium	3	5,00 %	53	35,10 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

Tabelle 10.2_5: Medium III – gesamte Printmedien

Medium	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
national	140	66,35 %
regional	71	33,65 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_6: Medium III – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Medium	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
national	41	68,33 %	99	65,56 %
regional	19	31,67 %	52	34,44 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

3.) Journalistische Tätigkeit

a) Funktion

Analyse Printmedien gesamt: Beachtet man die Stellung der Befragten innerhalb der Redaktion, ist die hohe Zahl an Chefredakteur*innen (32,82 Prozent) auffällig. Diese stammen vor allem aus dem Spektrum der Fachzeitschriften. In dieser Gruppe geben 54,17 Prozent an, als Chefredakteur*in tätig zu sein, was sich möglicherweise durch die Kleinteiligkeit in der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Redaktionsstruktur erklären lässt. Außerdem haben deutlich mehr Vollzeit- als Teilzeit-Redakteur*innen an der Umfrage teilgenommen: 85 Personen (32,44 Prozent) sehen sich als Vollzeit-Redakteur*innen und nur 50 Personen (19,08 Prozent) als Teilzeit-Redakteur*innen. Insgesamt sind also knapp zwei Drittel der Befragten Chefredakteur*innen oder Vollzeit-Redakteur*innen.

Analyse Tageszeitungen: Bei den Tageszeitungsjournalist*innen unterscheidet sich die Verteilung auf die unterschiedlichen Funktionen deutlich: Während nur zwei Personen (3,33 Prozent) angeben, als Chefredakteur*in einer Tageszeitung zu arbeiten, sind deutlich mehr als die Hälfte (56,67 Prozent) als Vollzeit-Redakteur*innen tätig. Bei den sonstigen Printjournalist*innen ergibt sich ein genau umgekehrtes Bild. Hier geben 43,46 Prozent an, Chefredakteur*in zu sein, und nur 19,87 Prozent arbeiten als Vollzeit-Redakteur*in. Während die Gruppen der Teilzeit-Redakteur*innen (16,67 Prozent versus 21,85 Prozent) und der Chef*innen vom Dienst (1,67 Prozent versus 3,97 Prozent) annähernd gleich groß sind, geben bei den sonstigen Journalist*innen nur 7,95 Prozent an, als Ressortleiter*in zu arbeiten, während es bei den Tageszeitungsjournalist*innen 21,67 Prozent sind.

Tabelle 10.2_7: Journalistische Funktion – Printmedien gesamt

Funktion	**Printmedien gesamt**	
	Anzahl	**Prozent**
Chefredakteur*in	86	32,82 %
Vollzeit-Redakteur*in	85	32,44 %
Teilzeit-Redakteur*in	50	19,08 %
Ressort-Leiter*in	30	11,45 %
Chef*in vom Dienst	11	4,20 %
Summe	**262**	**100 %**

Tabelle 10.2_8: Journalistische Funktion – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Funktion	**Tageszeitungen**		**sonstige Printmedien**	
	Anzahl	**Prozent**	**Anzahl**	**Prozent**
Chefredakteur*in	2	3,33 %	70	46,36 %
Vollzeit-Redakteur*in	34	56,67 %	30	19,87 %
Teilzeit-Redakteur*in	10	16,67 %	33	21,85 %
Ressort-Leiter*in	13	21,67 %	12	7,95 %
Chef*in vom Dienst	1	1,67 %	6	3,97 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

b) Ressortzugehörigkeit

Analyse Printmedien gesamt: Auffallend ist, dass ein großer Teil der befragten Journalist*innen nicht in klassischen Ressorts tätig ist, die auf den ersten Blick mit EU-Themen assoziiert werden. Journalist*innen aus den Ressorts Wirtschaft, Innenpolitik und Außenpolitik, die EU-Themen gegenüber am ehesten nahe stehen, machen insgesamt 30,92 Prozent der Befragten aus. Diese verteilen sich folgendermaßen: Von den befragten Journalist*innen, die sich dem Ressort Wirtschaft zugehörig fühlen (15,65 Prozent), sind zahlenmäßig deutlich vor dem Innenpolitik-Ressort (9,16 Prozent) und dem Außenpolitik-Ressort (6,11 Prozent) angesiedelt.

Betrachtet man die Ressorts, denen sich die Befragten hauptsächlich zugehörig fühlen, fällt auf, dass der Bereich „Sonstiges“ am häufigsten genannt wird (16,79 Prozent). Da das Kategorienspektrum, das zur Verfügung stand, sehr breit war, verwundert dieser Befund auf den ersten Blick. Erklärbar könnte dieses Phänomen jedoch damit werden, dass ein großer Teil der Befragten in der Chefredaktion *(siehe Tabelle 10.2_7)* oder in spezialisierten Fachzeitschriften arbeitet *(siehe Tabelle 10.2_2)* und sich eventuell keinem Ressort zuordnen lässt.

Analyse Tageszeitungen: Bei den Tageszeitungen fällt eine hohe Konzentration auf wenige Ressorts auf: Genau zwei Drittel aller Befragten arbeiten hier in den Ressorts Chronik/Lokales (20,00 Prozent), Wirtschaft (18,33 Prozent), Außen- (15,00 Prozent) und Innenpolitik (13,33 Prozent). Aus den sechs Ressorts Medizin/Gesundheit, Umwelt/Landwirtschaft, Lifestyle, Motor, Meinung und Technik/Computer stammen insgesamt nur drei der antwortenden Tageszeitungsjournalist*innen. Die Gruppe der sonstigen Printjournalist*innen zeigt sich bei dieser Frage deutlich heterogener: Einerseits gibt es im Vergleich zu den Tageszeitungsjournalist*innen kaum Nennungen in den Ressorts Innenpolitik (6,62 Prozent) und Außenpolitik (2,65 Prozent). Andererseits sind die Ressorts Sport (6,62 Prozent), Kultur (10,60 Prozent), Medizin/Gesundheit (7,28 Prozent) und Umwelt/Landwirtschaft (6,62 Prozent) deutlich stärker vertreten.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_9: Ressort – gesamte Printmedien

Ressort	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
Sonstiges	44	16,79 %
Chronik/Lokales	43	16,41 %
Wirtschaft	41	15,65 %
Innenpolitik	24	9,16 %
Kultur	22	8,40 %
Außenpolitik	16	6,11 %
Medizin/Gesundheit	14	5,34 %
Umwelt/Landwirtschaft	11	4,20 %
Sport	8	3,05 %
Lifestyle	8	3,05 %
Motor	7	2,67 %
Meinung	6	2,29 %
Technik/Computer	5	1,91 %
Wissenschaft	4	1,53 %
Bauen/Wohnen	4	1,53 %
Freizeit/Hobby	3	1,15 %
Supplement	2	0,76 %
Summe	**262**	**100 %**

Tabelle 10.2_10: Ressort – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Ressort	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Sonstiges	7	11,67 %	28	18,54 %
Chronik/Lokales	12	20,00 %	19	12,58 %
Wirtschaft	11	18,33 %	25	16,56 %
Innenpolitik	8	13,33 %	10	6,62 %
Kultur	3	5,00 %	16	10,60 %
Außenpolitik	9	15,00 %	4	2,65 %
Medizin/Gesundheit	0	0,00 %	11	7,28 %
Umwelt/Landwirtschaft	1	1,67 %	10	6,62 %
Sport	5	8,33 %	3	1,99 %
Lifestyle	0	0,00 %	4	2,65 %
Motor	0	0,00 %	6	3,97 %
Meinung	1	1,67 %	5	3,31 %
Technik/Computer	1	1,67 %	2	1,32 %
Wissenschaft	2	3,33 %	2	1,32 %
Bauen/Wohnen	0	0,00 %	2	1,32 %
Freizeit/Hobby	0	0,00 %	3	1,99 %
Supplement	0	0,00 %	1	0,66 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

c) Dauer der bisherigen journalistischen Tätigkeit

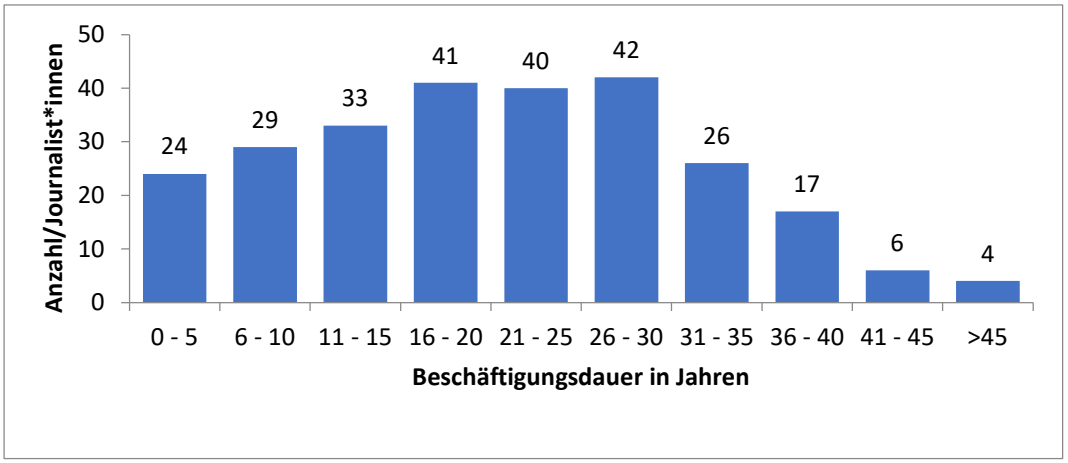
Analyse Printmedien gesamt: Wie auch bei der Altersstruktur der Befragten im nächsten Abschnitt noch deutlich wird, haben tendenziell eher ältere Personen an der Umfrage teilgenommen. Diese Tatsache spiegelt sich auch bei der Darstellung der Dauer der journalistischen Tätigkeit wider: Etwas mehr als die Hälfte der befragten Journalist*innen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

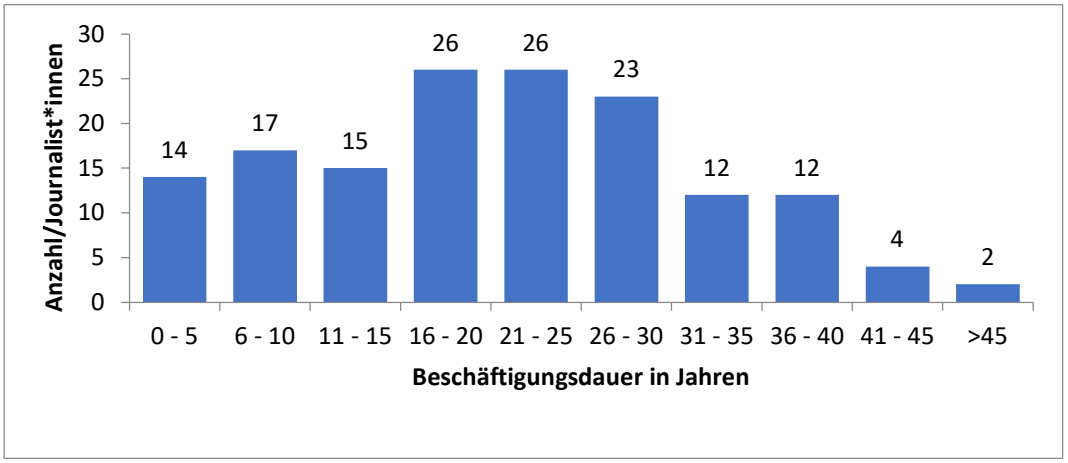
(51,27 Prozent) übt bereits mehr als 20 Jahre diesen Beruf aus. Nur 20,23 Prozent der Befragten sind weniger als zehn Jahre und nur 9,16 Prozent der Befragten weniger als fünf Jahre in diesem Metier tätig.

Analyse Tageszeitungen: Die Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen ist deutlich länger als Journalist*in tätig als die sonstigen Printjournalist*innen. Genau die Hälfte aller befragten Personen arbeitet mehr als 25 Jahre in diesem Beruf, während es in der anderen Gruppe nur 35,10 Prozent sind. Bei den Befragten, die erst seit kurzem als Journalist*in tätig sind, ergibt sich ein analoges Bild: Knapp mehr als ein Fünftel der sonstigen Printjournalist*innen gibt an, weniger als zehn Jahre als Journalist*in zu arbeiten; bei den Tageszeitungen sind es nur 11,67 Prozent.

Grafik 10.2_1: Dauer der journalistischen Tätigkeit – gesamte Printmedien (n = 262)



Grafik 10.2_2: Dauer der journalistischen Tätigkeit – sonstige Printmedien (n = 151)



10.15772/ANDRASSY.2021.001

Grafik 10.2_3: Dauer der journalistischen Tätigkeit – Tageszeitungen (n = 60)

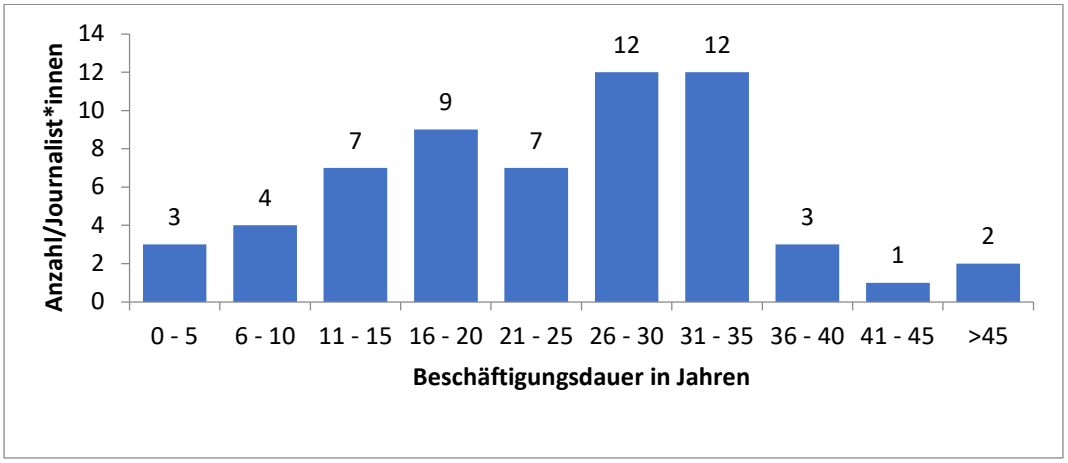


Tabelle 10.2_11: Dauer der journalistischen Tätigkeit

Beschäftigungsdauer	Printmedien gesamt	Tageszeitungen	sonstige Printmedien
0 – 5 Jahre	9,16 %	5,00 %	9,27 %
6 – 10 Jahre	11,07 %	6,67 %	11,26 %
11 – 15 Jahre	12,60 %	11,67 %	9,93 %
16 – 20 Jahre	15,65 %	15,00 %	17,22 %
21 – 25 Jahre	15,27 %	11,67 %	17,22 %
26 – 30 Jahre	16,03 %	20,00 %	15,23 %
31 – 35 Jahre	9,92 %	20,00 %	7,95 %
36 – 40 Jahre	6,49 %	5,00 %	7,95 %
41 – 45 Jahre	2,29 %	1,67 %	2,65 %
mehr als 45 Jahre	1,53 %	3,33 %	1,32 %
Summe	**100 %**	**100 %**	**100 %**

4.) Allgemeine Merkmale der Befragten

a) Alter

Analyse Printmedien gesamt: Das Alter der Befragten kann tendenziell als eher höher klassifiziert werden: Mehr als 60 Prozent der befragten Journalist*innen waren zum Zeitpunkt der Befragung älter als 46 Jahre, während nur rund ein Sechstel das 36. Lebensjahr noch nicht erreicht hatte. Insgesamt waren zum Zeitpunkt der Umfrage nur zwei der befragten Personen noch keine 26 Jahre alt.

Analyse Tageszeitungen: Die Altersstruktur weist in beiden Gruppen keine wesentlichen Unterschiede auf und ist der gesamten Stichprobe sehr ähnlich. Bei den Tageszeitungsjournalist*innen lässt sich ein leicht jüngeres Alter festmachen: Nur 23,33

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Prozent sind über 56 Jahre alt, in der Gruppe der sonstigen Printmedien 33,11 Prozent. Dafür geben 30 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen an, zwischen 36 und 45 Jahren zu sein. Bei den sonstigen Printjournalist*innen sind dies nur 15,89 Prozent.

Berücksichtigt man in diesem Zusammenhang auch noch die Dauer der beruflichen Tätigkeit als Journalist*in, ist zu konstatieren, dass die antwortenden Tageszeitungsjournalist*innen zwar etwas jünger, aber bereits länger im Journalismus tätig sind.

Tabelle 10.2_12: Alter – gesamte Printmedien

Alter	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
bis 25 Jahre	2	0,76 %
26 – 35 Jahre	42	16,03 %
36 – 45 Jahre	55	20,99 %
46 – 55 Jahre	93	35,50 %
über 56 Jahre	70	26,72 %
Summe	**262**	**100 %**

Tabelle 10.2_13: Alter – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Alter	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
bis 25 Jahre	0	0,00 %	1	0,66 %
26 – 35 Jahre	8	13,33 %	22	14,57 %
36 – 45 Jahre	18	30,00 %	24	15,89 %
46 – 55 Jahre	20	33,33 %	54	35,76 %
über 56 Jahre	14	23,33 %	50	33,11 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

b) Geschlecht

Analyse Printmedien gesamt: Die deutliche Mehrheit der befragten Journalist*innen ist männlich (61,07 Prozent), 38,55 Prozent der Befragten haben „weiblich“ als Geschlecht angegeben, eine Person hat keine Zuordnung getroffen. Insgesamt kann ein Altersunterschied zwischen den Geschlechtern festgestellt werden: Von den männlichen Befragten sind 67,5 Prozent über 46 Jahre alt, während es bei den Frauen nur 54,46 Prozent sind.

Analyse Tageszeitungen: Stärker noch als im gesamten Medienspektrum sticht in der Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen eine hohe Teilnahme von Personen männlichen Geschlechts heraus. Hier wählen 78,33 Prozent aller Befragten die Antwort „männlich“ aus, während bei den sonstigen Printmedien das Geschlechterverhältnis der gesamten Stichprobe

10.15772/ANDRASSY.2021.001

sehr ähnlich ist. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang auch die Tatsache, dass vor allem weibliche Journalist*innen die Frage nach der Art des Mediums nicht mehr beantwortet haben, da sie die Umfrage früher abgebrochen haben. Während bei den Männern 87,50 Prozent alle Fragen beantwortet haben, sind es bei den Frauen nur 68,32 Prozent.

Tabelle 10.2_14: Geschlecht – gesamte Printmedien

Geschlecht	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
männlich	160	61,07 %
weiblich	101	38,55 %
keine Zuordnung	1	0,38 %
Summe	**262**	**100 %**

Tabelle 10.2_15: Geschlecht – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Geschlecht	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
männlich	47	78,33 %	93	61,59 %
weiblich	13	21,67 %	57	37,75 %
keine Zuordnung	0	0,00 %	1	0,66 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

c) Höchster abgeschlossener Bildungsgrad

Analyse Printmedien gesamt: Was den Bildungsgrad der befragten Journalist*innen betrifft, so zählen Personen mit einem universitären Abschluss (65,26 Prozent) eindeutig zur Mehrheit. Ein Magister- oder Masterstudium gaben 41,98 Prozent der Journalist*innen als höchste abgeschlossene Ausbildung an. Ein Dissertationsstudium haben 16,79 Prozent der Befragten absolviert. Beim formal höchsten Bildungsgrad zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern. So haben 12,87 Prozent aller weiblichen Journalist*innen ein Promotionsstudium absolviert, während es bei den Männern 19,38 Prozent sind.

Analyse Tageszeitungen: Hier sind zwischen den beiden Gruppen keine großen Unterschiede erkennbar, und es zeigt sich jeweils ein ähnliches Bild wie in der gesamten Stichprobe. Leicht auffällig ist der etwas höhere Prozentsatz an Personen mit einem abgeschlossenen Dissertationsstudium bei den Tageszeitungsjournalist*innen (23,33 Prozent versus 14,57 Prozent).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_16: Höchster Bildungsgrad – gesamte Printmedien

höchster Bildungsgrad	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
kein Hochschulabschluss	91	34,73 %
Bachelor-Studium	17	6,49 %
Magister-/Master-Studium	110	41,98 %
Promotion	44	16,79 %
Summe	**262**	**100 %**

Tabelle 10.2_17: Höchster Bildungsgrad – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

höchster Bildungsgrad	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
kein Hochschulabschluss	20	33,33 %	54	35,76 %
Bachelor-Studium	2	3,33 %	11	7,28 %
Magister-/Master-Studium	24	40,00 %	64	42,38 %
Promotion	14	23,33 %	22	14,57 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

d) Auslandsaufenthalte

Analyse Printmedien gesamt: Im Rahmen ihres Studiums, ihrer Berufsausbildung oder ihrer Arbeit haben 99 der befragten Journalist*innen (46,92 Prozent) mehr als drei Monate außerhalb von Österreich verbracht. 37 Personen davon (17,54 Prozent) waren zwischen einem und fünf Jahren außerhalb Österreichs tätig. Zehn Befragte davon (4,74 Prozent) gaben an, mehr als sechs Jahre im Ausland verbracht zu haben.

Analyse Tageszeitungen: Sowohl bei den Tageszeitungsjournalist*innen als auch bei den sonstigen Printjournalist*innen war ungefähr die Hälfte der Befragten weniger als drei Monate und etwa fünf Prozent der Befragten mehr als sechs Jahre im Ausland. Die sonstigen Printjournalist*innen weisen allerdings eine höhere Quote bei Auslandsaufenthalten mittlerer Länge aus: Von ihnen verbrachten 34,44 Prozent zwischen einem halben und fünf Jahren außerhalb von Österreich, während es bei den Tageszeitungsjournalist*innen nur 23,33 Prozent waren.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_18: Auslandsaufenthalte – gesamte Printmedien

Dauer	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
weniger als 3 Monate	112	53,08 %
3 – 6 Monate	23	10,90 %
7 – 12 Monate	29	13,74 %
1 – 5 Jahre	37	17,54 %
6 – 10 Jahre	7	3,32 %
mehr als 10 Jahre	3	1,42 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_19: Auslandsaufenthalte – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Dauer	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
weniger als 3 Monate	30	50,00 %	82	54,30 %
3 – 6 Monate	13	21,67 %	10	6,62 %
7 – 12 Monate	6	10,00 %	23	15,23 %
1 – 5 Jahre	8	13,33 %	29	19,21 %
6 – 10 Jahre	2	3,33 %	5	3,31 %
mehr als 10 Jahre	1	1,67 %	2	1,32 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

10.2.3 Inhaltliche Klassifikationen

1.) Eigene Berichterstattung zur Europäischen Kommission

a) Häufigkeit

Analyse Printmedien gesamt: Zur Häufigkeit der Informationsrecherchen von Journalist*innen österreichischer Printmedien zu Belangen der Europäischen Kommission kann Folgendes festgestellt werden: 15,54 Prozent der Befragten benötigen mehrmals die Woche oder täglich Informationen zur Europäischen Kommission. 17,53 Prozent der Befragten geben an, mehrmals im Monat Informationen zu benötigen. Im Gegensatz dazu braucht ungefähr ein Drittel der Journalist*innen (32,67 Prozent) gar keine Informationen. 5,98 Prozent aller Befragten schließen es auch grundsätzlich aus, solche Informationen in Zukunft zu benötigen. Bei der Interpretation dieser Daten ist freilich das bereits im E-Mail-Anschreiben ausgewiesene EU-Thema der Umfrage als Selektionskriterium mitzudenken, das möglicherweise von vornherein eine gewisse Verzerrung verursacht.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Insgesamt fällt eine große Kluft zwischen den Geschlechtern auf: Während nur 8,70 Prozent der Frauen angeben, mehrmals die Woche oder täglich Informationen zur Europäischen Kommission zu benötigen, sind es bei den Männern 19,62 Prozent. Vergleicht man die Ressorts Außenpolitik, Innenpolitik und Wirtschaft, lässt sich feststellen, dass Journalist*innen, die für Außenpolitik zuständig sind, am öftesten nach Informationen zur Europäischen Kommission recherchieren: 56,25 Prozent beantworten die entsprechende Frage mit „täglich“ oder „mehrmals die Woche“. In Innenpolitik-Ressorts sind es 21,74 Prozent und in Wirtschaftsressorts 25,64 Prozent.

Auffallend ist auch der Vergleich zwischen Journalist*innen mit einer positiven Einstellung zur EU und jenen mit einer negativen Einstellung: 21,22 Prozent der Befragten, die „ein sehr positives“ oder „ein ziemlich positives“ Bild von der EU haben, benötigen mehrmals die Woche oder täglich Informationen zur Europäischen Kommission. In der Gruppe jener Journalist*innen, die von der EU ein (eher) negatives Bild haben, sind es hingegen nur 9,09 Prozent, die mehrmals die Woche oder täglich Informationen zur Europäischen Kommission benötigen. Auch die Anzahl jener Personen, die angeben, niemals Informationen zur Europäischen Kommission zu benötigen, ist in der Gruppe der Journalist*innen, die ein (eher) negatives Bild von der EU haben, mit 33,33 Prozent etwas höher als in der ersten Gruppe mit 28,79 Prozent.

Was die Häufigkeit der Recherchetätigkeiten zur Europäischen Kommission betrifft, kann ein Zusammenhang mit beruflichen Auslandserfahrungen der Journalist*innen und ihren journalistischen Prioritäten festgestellt werden: 58,58 Prozent jener Journalist*innen, die länger als drei Monate beruflich im Ausland verbracht haben, recherchieren mehrmals im Jahr oder nie nach Informationen zur Europäischen Kommission. Dahingegen sind es in der Gruppe jener Journalist*innen, die weniger als drei Monate beruflich im Ausland verbracht haben, 72,32 Prozent. Betrachtet man den Prozentsatz der Journalist*innen, die mehrmals pro Woche oder öfter zur Europäischen Kommission recherchieren, zeigt sich zwischen den beiden Journalist*innengruppen ein deutlicher Unterschied (23,23 Prozent bei Journalist*innen mit Auslandserfahrung versus 11,61 Prozent bei Journalist*innen ohne Auslandserfahrungen).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Analyse Tageszeitungen: Bei Journalist*innen, die für Tageszeitungen arbeiten, geben mit 55,00 Prozent mehr als die Hälfte der Personen an, Informationen zur Europäischen Kommission mehrmals im Monat oder öfter zu benötigen. Im Vergleich dazu sind es bei den sonstigen Printmedien mit 25,83 Prozent deutlich weniger. In dieser Gruppe geben auch 35,76 Prozent an, nie Informationen über die Europäische Kommission zu benötigen. Bei den Journalist*innen aus dem Bereich der Tageszeitungen sind es hingegen nur 21,67 Prozent. Zusammengefasst bedeutet dies, dass Tageszeitungsjournalist*innen viel häufiger Informationen über die Europäische Kommission benötigen als sonstige Printjournalist*innen.

Tabelle 10.2_20: Häufigkeit der Informationsrecherche zur Europäischen Kommission – gesamte Printmedien

Häufigkeit	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
täglich	8	3,19 %
mehrmals pro Woche	31	12,35 %
mehrmals im Monat	44	17,53 %
mehrmals im Jahr	86	34,26 %
nie – grundsätzlich nicht ausgeschlossen	67	26,69 %
nie – grundsätzlich ausgeschlossen	15	5,98 %
Summe	**251**	**100 %**

Tabelle 10.2_21: Häufigkeit der Informationsrecherche zur Europäischen Kommission – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Häufigkeit	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
täglich	3	5,00 %	4	2,65 %
mehrmals pro Woche	15	25,00 %	14	9,27 %
mehrmals im Monat	15	25,00 %	21	13,91 %
mehrmals im Jahr	14	23,33 %	58	38,41 %
nie – grundsätzlich nicht ausgeschlossen	10	16,67 %	46	30,46 %
nie – grundsätzlich ausgeschlossen	3	5,00 %	8	5,30 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

b) Themen

Analyse Printmedien gesamt: Was die Themen betrifft, über welche die Journalist*innen vorrangig in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission recherchieren, so werden am häufigsten die Bereiche Wirtschaft (42,41 Prozent) und Umwelt (39,87 Prozent) genannt. Auffallend ist, dass von einem beträchtlichen Teil der Befragten auch Bildungsthemen und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Soziales häufig mit der Europäischen Kommission verknüpft werden (31,65 Prozent und 26,58 Prozent), wobei diese beiden Bereiche eigentlich kaum auf europäischer Ebene vergemeinschaftet sind und für die Europäische Kommission eher unbedeutende Politikbereiche ausmachen.

Von mindestens einem Viertel der Befragten werden darüber hinaus noch die Bereiche Landwirtschaft (31,01 Prozent), Energie (28,48 Prozent), Forschung (25,95 Prozent) und Gesundheit (25,32 Prozent) genannt. Für die Europäische Kommission besonders charakteristische Themen spielen hingegen für die Journalist*innen der gesamten Stichprobe keine bedeutende Rolle: Wettbewerb (24,68 Prozent), Handel (24,05 Prozent), Außenbeziehungen (23,42 Prozent), Binnenmarkt (23,42 Prozent) und EU-Erweiterung (20,89 Prozent). *[Anmerkung: In der Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen spielen Wirtschaft im Zusammenhang mit der Europäischen Kommission eine bedeutende, Sozialpolitik, Energie und Forschung eine marginale und Bildungsthemen gar keine Rolle – siehe Tabelle 10.1_12. Im Rahmen der Leitfaden-Interviews werden wiederum die Politikthemen „Handel“ und „Außenbeziehungen“ häufig mit der österreichischen Medienlandschaft verknüpft – siehe Kapitel 10.3.3.]*

Analyse Tageszeitungen: Tageszeitungsjournalist*innen zeigen mit wenigen Ausnahmen an allen Themenbereichen deutlich mehr Interesse, wenn sie zur Europäischen Kommission recherchieren, als die Journalist*innen sonstiger Printmedien. Bei den Themen Wettbewerb (44,68 Prozent versus 15,46 Prozent), Wirtschaft (51,06 Prozent versus 37,11 Prozent), EU-Erweiterung (34,04 Prozent versus 14,43 Prozent), Handel (40,43 Prozent versus 16,49 Prozent) und Binnenmarkt (34,04 Prozent versus 18,56 Prozent) ist der Unterschied zwischen den beiden Gruppen jeweils größer als zehn Prozent. *[Anmerkung: Die Relevanz der Themenbereiche Wirtschaft, Wettbewerb, Handel und Binnenmarkt kann auch an den Ergebnissen der Inhaltsanalyse abgelesen werden – siehe Kapitel 10.1.3.]* Sonstige Printjournalist*innen geben nur beim Thema Bildung (35,05 Prozent versus 23,40 Prozent) klar mehr Interesse an. Ansonsten ist deren Interesse nur noch bei Forschung (27,84 Prozent versus 25,53 Prozent), Fischerei (5,15 Prozent versus 4,26 Prozent) und Landwirtschaft (31,96 Prozent versus 31,91 Prozent) knapp größer.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_22: Themen/Europäische Kommission – gesamte Printmedien (n = 158)

	Printmedien gesamt	
	Interesse	Prozent
Wirtschaft	67	42,41 %
Umwelt	63	39,87 %
Bildung	50	31,65 %
Landwirtschaft	49	31,01 %
Energie	45	28,48 %
Soziales	42	26,58 %
Forschung	41	25,95 %
Gesundheit	40	25,32 %
Wettbewerb	39	24,68 %
Medien	39	24,68 %
Handel	38	24,05 %
Industrie	38	24,05 %
Außenbeziehungen	37	23,42 %
Binnenmarkt	37	23,42 %
EU-Erweiterung	33	20,89 %
Justiz	27	17,09 %
Transport	18	11,39 %
Institutionelles	15	9,49 %
Fischerei	7	4,43 %
kein Bereich	3	1,90 %

Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Tabelle 10.2_23: Themen/Europäische Kommission – Tageszeitungen (n = 47)/sonstige Printmedien (n = 97)

	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Interesse	Prozent	Interesse	Prozent
Wirtschaft	24	51,06 %	36	37,11 %
Umwelt	22	46,81 %	38	39,18 %
Bildung	11	23,40 %	34	35,05 %
Landwirtschaft	15	31,91 %	31	31,96 %
Energie	16	34,04 %	25	25,77 %
Soziales	14	29,79 %	23	23,71 %
Forschung	12	25,53 %	27	27,84 %
Gesundheit	13	27,66 %	25	25,77 %
Wettbewerb	21	44,68 %	15	15,46 %
Medien	13	27,66 %	24	24,74 %
Handel	19	40,43 %	16	16,49 %
Industrie	14	29,79 %	23	23,71 %
Außenbeziehungen	13	27,66 %	20	20,62 %
Binnenmarkt	16	34,04 %	18	18,56 %
EU-Erweiterung	16	34,04 %	14	14,43 %
Justiz	10	21,28 %	13	13,40 %
Transport	9	19,15 %	9	9,28 %
Institutionelles	8	17,02 %	7	7,22 %
Fischerei	2	4,26 %	5	5,15 %
kein Bereich	0	0,00 %	2	2,06 %

Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

10.15772/ANDRASSY.2021.001

c) Informationsquellen allgemein

Analyse Printmedien gesamt: Den direkten Weg zur Europäischen Kommission, um Informationen zu ihren Belangen zu erhalten, nehmen 20,73 Prozent der Befragten „oft“ und 32,32 Prozent der Befragten „manchmal“ in Anspruch – also eine knappe Mehrheit der Journalist*innen. Bei der Recherche zu Belangen der Europäischen Kommission greifen die befragten österreichischen Journalist*innen jedoch überwiegend auf Informationen von österreichischen Quellen zurück:

71,34 Prozent der Befragten geben an, oft oder manchmal Informationen von österreichischen Expert*innen zu beziehen, und 64,03 Prozent geben an, Informationen oft oder manchmal von österreichischen Presseagenturen zu beziehen. Informationen von internationalen Expert*innen und internationalen Presseagenturen werden hingegen deutlich seltener beschafft (56,70 Prozent und 54,27 Prozent geben hier „oft“ oder „manchmal“ als Antwort an). Etwas mehr als die Hälfte der Befragten verwendet auch österreichische Medien (56,71 Prozent) und österreichische Politiker*innen (56,09 Prozent) oft oder manchmal als Informationsquellen zur Europäischen Kommission. Ebenso werden österreichische NGOs und Sozialpartner mit 57,31 Prozent oft oder manchmal als Informationsquellen zur Europäischen Kommission und ihren Belangen angefragt. Bei internationalen NGOs und Sozialpartnern sind dies nur 39,64 Prozent. Nur in Sachen Medienberichterstattung wird die internationale Berichterstattung gegenüber der österreichischen öfter zur Informationsrecherche herangezogen: 67,07 Prozent der Befragten recherchieren oft oder manchmal in internationalen Medien, hingegen nur 56,71 Prozent der Befragten oft oder manchmal in den nationalen Medien. Den Mitbewerber*innen im eigenen nationalen Feld wird also in Sachen Informationen zur Europäischen Kommission weniger häufig auf die Finger geschaut. Vergleichsweise selten genannt werden auch Korrespondent*innen, was allerdings daran liegt, dass sehr viele österreichische Medien keine*n Korrespondent*in vor Ort in Brüssel haben.

Bemerkenswert ist, dass vor allem jene Journalist*innen, die der EU negativ oder ziemlich negativ gegenüberstehen, sich oft auf österreichische Quellen verlassen. Hier geben 22,73 Prozent österreichische Expert*innen, 18,18 Prozent österreichische Politiker*innen sowie jeweils 13,64 Prozent die österreichische Medienberichterstattung und österreichische Presseagenturen als oftmalige Quellen an, während alle internationalen Informationsquellen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

von weniger als 10 Prozent dieser Gruppe oft verwendet werden. Journalist*innen, bei denen die EU ein positives oder ziemlich positives Bild hervorruft, geben hingegen bei keiner einzigen Quelle weniger als 10 Prozent „oft“ an. Große Unterschiede zwischen diesen beiden Gruppen sind vor allem bei den Quellen „Europäische Kommission“, „andere EU-Institutionen“ und „internationale Presseagenturen“ zu konstatieren. Während zu den beiden Recherchequellen „Europäische Kommission“ und „andere EU-Institutionen“ jeweils 26,60 Prozent der Journalist*innen, die der EU gegenüber positiv eingestellt sind, oftmalige Recherchen angeben, sind es in der Gruppe der negativ eingestellten Journalist*innen nur 9,09 Prozent bzw. 4,55 Prozent. Ähnlich groß ist der Unterschied auch bei der Recherchequelle „internationale Presseagenturen“ (19,15 Prozent versus 4,55 Prozent).

Social Media, internationale NGOs und Think Tanks spielen insgesamt nur eine untergeordnete Rolle als Informationsquelle. Social Media werden zu Inhalten der Europäischen Kommission von der Mehrheit aller Journalist*innen (54,88 Prozent) eher selten oder nie als Quelle verwendet. 60,35 Prozent geben an, eher selten oder nie internationale NGOs und Think Tanks für die Recherche zu Belangen der Europäischen Kommission zu konsultieren.

Analyse Tageszeitungen: Tageszeitungsjournalist*innen beziehen von fast allen Quellen öfter Informationen als ihre Kolleg*innen der sonstigen Printmedien. Dieses Antwortverhalten ist wohl eine direkte Konsequenz darauf, dass Tageszeitungsjournalist*innen generell mehr Informationen zur Europäischen Kommission benötigen und daher generell öfter auf Informationsquellen zurückgreifen. Nur bei zwei Quellen geben Tageszeitungsjournalist*innen seltener die Antwort „oft“: bei österreichischen NGOs und Sozialpartnern (14,89 Prozent versus 16,49 Prozent) und bei österreichischer Medienberichterstattung (21,28 Prozent versus 24,74 Prozent). Besonders gering ist die Informationsquelle der Korrespondent*innen des eigenen Mediums in Brüssel bei den sonstigen Printjournalist*innen (4,12 Prozent). Das lässt sich dadurch erklären, dass die Brüssel-Korrespondent*innen fast ausschließlich aus dem Segment der Tageszeitungen stammen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_24: Informationsquellen zu Belangen der Europäischen Kommission in absoluten Zahlen – gesamte Printmedien

Informationsquellen	Printmedien gesamt				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
europäische Kommission	34	53	54	23	**164**
andere EU-Institutionen	31	70	52	11	**164**
Korrespondent*in des eigenen Mediums in Brüssel	24	18	17	105	**164**
österreichische Politiker*innen	24	68	52	20	**164**
österreichische Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	43	74	35	12	**164**
Internationale Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	27	66	47	24	**164**
österreichische NGOs und Sozialpartner	24	70	52	18	**164**
internationale NGOs und Think Tanks	20	45	67	32	**164**
österreichische Medienberichterstattung	36	57	64	7	**164**
österreichische Presseagenturen	48	57	47	12	**164**
internationale Medienberichterstattung	34	76	40	14	**164**
internationale Presseagenturen	30	59	51	24	**164**
Social Media	21	53	54	36	**164**

Tabelle 10.2_25: Informationsquellen zu Belangen der Europäischen Kommission in Prozent – gesamte Printmedien (n = 164)

Informationsquellen	Printmedien				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
europäische Kommission	20,73 %	32,32 %	32,93 %	14,02 %	**100 %**
andere EU-Institutionen	18,90 %	42,68 %	31,71 %	6,71 %	**100 %**
Korrespondent*in des eigenen Mediums in Brüssel	14,63 %	10,98 %	10,37 %	64,02 %	**100 %**
österreichische Politiker*innen	14,63 %	41,46 %	31,71 %	12,20 %	**100 %**
österreichische Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	26,22 %	45,12 %	21,34 %	7,32 %	**100 %**
Internationale Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	16,46 %	40,24 %	28,66 %	14,63 %	**100 %**
österreichische NGOs und Sozialpartner	14,63 %	42,68 %	31,71 %	10,98 %	**100 %**
internationale NGOs und Think Tanks	12,20 %	27,44 %	40,85 %	19,51 %	**100 %**
österreichische Medienberichterstattung	21,95 %	34,76 %	39,02 %	4,27 %	**100 %**
österreichische Presseagenturen	29,27 %	34,76 %	28,66 %	7,32 %	**100 %**
internationale Medienberichterstattung	20,73 %	46,34 %	24,39 %	8,54 %	**100 %**
internationale Presseagenturen	18,29 %	35,98 %	31,10 %	14,63 %	**100 %**
Social Media	12,80 %	32,32 %	32,93 %	21,95 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_26: Informationsquellen zu Belangen der Europäischen Kommission in Prozent – Tageszeitungen (n = 47)

Informationsquellen	Tageszeitungen				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
europäische Kommission	29,79 %	36,17 %	25,53 %	8,51 %	100 %
andere EU-Institutionen	23,40 %	46,81 %	29,79 %	0,00 %	100 %
Korrespondent*in des eigenen Mediums in Brüssel	40,43 %	23,40 %	8,51 %	27,66 %	100 %
österreichische Politiker*innen	23,40 %	48,94 %	25,53 %	2,13 %	100 %
österreichische Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	36,17 %	36,17 %	21,28 %	6,38 %	100 %
Internationale Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	17,02 %	40,43 %	25,53 %	17,02 %	100 %
österreichische NGOs und Sozialpartner	14,89 %	46,81 %	31,91 %	6,38 %	100 %
internationale NGOs und Think Tanks	17,02 %	29,79 %	40,43 %	12,77 %	100 %
österreichische Medienberichterstattung	21,28 %	36,17 %	40,43 %	2,13 %	100 %
österreichische Presseagenturen	44,68 %	34,04 %	17,02 %	4,26 %	100 %
internationale Medienberichterstattung	34,04 %	40,43 %	19,15 %	6,38 %	100 %
internationale Presseagenturen	36,17 %	31,91 %	19,15 %	12,77 %	100 %
Social Media	10,64 %	44,68 %	29,79 %	14,89 %	100 %

Tabelle 10.2_27: Informationsquellen zu Belangen der Europäischen Kommission in Prozent – sonstige Printmedien (n = 97)

Informationsquellen	sonstige Printmedien				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
europäische Kommission	16,49 %	31,96 %	35,05 %	16,49 %	100 %
andere EU-Institutionen	16,49 %	44,33 %	29,90 %	9,28 %	100 %
Korrespondent*in des eigenen Mediums in Brüssel	1,03 %	3,09 %	12,37 %	83,51 %	100 %
österreichische Politiker*innen	9,28 %	40,21 %	35,05 %	15,46 %	100 %
österreichische Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	23,71 %	49,48 %	20,62 %	6,19 %	100 %
Internationale Expert*innen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	16,49 %	42,27 %	28,87 %	12,37 %	100 %
österreichische NGOs und Sozialpartner	16,49 %	43,30 %	29,90 %	10,31 %	100 %
internationale NGOs und Think Tanks	11,34 %	27,84 %	40,21 %	20,62 %	100 %
österreichische Medienberichterstattung	24,74 %	31,96 %	39,18 %	4,12 %	100 %
österreichische Presseagenturen	21,65 %	35,05 %	35,05 %	8,25 %	100 %
internationale Medienberichterstattung	15,46 %	46,39 %	28,87 %	9,28 %	100 %
internationale Presseagenturen	8,25 %	39,18 %	37,11 %	15,46 %	100 %
Social Media	14,43 %	24,74 %	37,11 %	23,71 %	100 %

10.15772/ANDRASSY.2021.001

d) Informationsquellen der Europäischen Kommission

Analyse Printmedien gesamt: Was die Informationsquellen betrifft, welche direkt von der Europäischen Kommission angeboten werden, werden folgende zwei Bereiche am häufigsten von den befragten Journalist*innen verwendet: Pressemitteilungen, Newsletter bzw. die Website (28,99 Prozent wählten hier „oft“ als Antwort) und das Medienservice der Europäischen Kommission in Brüssel (18,84 Prozent wählten hier „oft“ als Antwort). Das sind auch die bedeutendsten Interaktionsplattformen der Europäischen Kommission mit den österreichischen Journalist*innen und die einzigen beiden Informationsbereiche, die von einer Mehrheit der Journalist*innen oft oder manchmal konsultiert werden.

Alle anderen abgefragten Informationsquellen der Europäischen Kommission werden von einer Mehrheit selten oder nie benützt und haben somit überwiegend geringen Wert bei der Aufnahme von Interaktionen mit der Europäischen Kommission für die Journalist*innen: Das Vertretungsbüro der Europäischen Kommission in Österreich (64,49 Prozent), Veranstaltungen der Europäischen Kommission in Österreich (73,91 Prozent) oder Büros der Kommissar*innen bzw. das Präsidium der Europäischen Kommission (68,84 Prozent) spielen für eine überwiegende Mehrheit der befragten Journalist*innen keine Rolle. Pressereisen oder Veranstaltungen in Brüssel, das Midday-Briefing der Europäischen Kommission direkt in Brüssel bzw. via Web-Cam sowie persönliche Kamingespräche werden noch seltener als Informationsquellen genutzt. Auch Pressekonferenzen oder Kamingespräche der Vertretung der Europäischen Kommission in Österreich haben nur geringen Attraktionswert für Journalist*innen, um mit der Europäischen Kommission in Interaktion zu treten.

Von jenen Journalist*innen, die ein sehr oder ziemlich negatives Bild zur Europäischen Union angeben, haben 33,33 Prozent das Medienservice der Europäischen Kommission in Brüssel, 52,38 Prozent die Büros der Kommissar*innen bzw. das Präsidium der Europäischen Kommission in Brüssel, 66,67 Prozent Veranstaltungen der Europäischen Kommission in Brüssel bzw. Pressereisen nach Brüssel sowie 76,19 Prozent das Midday Briefing der Europäischen Kommission in Brüssel noch nie kontaktiert. In der Gruppe jener Journalist*innen, welche die EU sehr oder ziemlich positiv sehen, sind es hingegen nur 9,41 Prozent (Medienservice) bzw. 34,12 Prozent (Büros der Kommissar*innen bzw. Präsidium der Europäischen Kommission in Brüssel) bzw. 38,82 Prozent (Veranstaltungen der Europäischen Kommission in Brüssel bzw. Pressereisen nach Brüssel) bzw. 42,94 Prozent (Midday Briefing

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Europäischen Kommission in Brüssel). Keine einzige Person, die ein sehr oder ziemlich negatives Bild zu EU hat, gibt an, diese vier Informationsdienste der Europäischen Kommission oft in Anspruch zu nehmen.

Analyse Tageszeitungen: Auch in dieser Kategorie zeigt die Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen eine im Vergleich zu den sonstigen Printjournalist*innen häufigere Inanspruchnahme aller Informationsdienste der Europäischen Kommission. Dieses Antwortverhalten kann erneut als direkte Konsequenz davon interpretiert werden, dass Tageszeitungsjournalist*innen mehr Informationen zur Europäischen Kommission benötigen und daher generell öfter auf Informationsquellen zurückgreifen. Was die spezifischen Quellen zur Europäischen Kommission betrifft, werden folgende oft von den Tageszeitungsjournalist*innen verwendet: Pressemitteilungen, Newsletter und Website (30,23 Prozent), das Medienservice der Europäischen Kommission in Brüssel (25,58 Prozent), das Vertretungsbüro der Europäischen Kommission in Österreich (16,28 Prozent) sowie die Büros der Kommissar*innen bzw. das Präsidium der Europäischen Kommission in Brüssel (13,95 Prozent). Alle anderen Quellen weisen in der Kategorie „oft“ einen Wert unter 5 Prozent auf. Bei den sonstigen Printjournalist*innen sticht nur die Kategorie Pressemitteilungen, Newsletter und Website hervor, die von 30,86 Prozent der Befragten oft als Recherchequelle genutzt wird.

Tabelle 10.2_28: Informationsquellen der Europäischen Kommission (EK) in absoluten Zahlen – gesamte Printmedien

Informationsquellen der EK	Printmedien gesamt				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
Medienservice der EK in Brüssel	26	61	33	18	**138**
Büros der Kommissar*innen bzw. Präsidium der EK in Brüssel	12	31	51	44	**138**
Veranstaltung der EK in Brüssel bzw. Pressereise nach Brüssel	7	29	43	59	**138**
Midday-Briefing der EK in Brüssel	4	4	29	101	**138**
Midday-Briefing der EK via Web	5	11	20	102	**138**
Vertretungsbüro der EK in Österreich	18	31	39	50	**138**
Pressekonferenz der EK in Österreich	4	23	55	56	**138**
Kamingespräche der EK in Österreich	1	12	32	93	**138**
Veranstaltung der EK in Österreich	4	39	40	55	**138**
Pressemitteilungen, Newsletter, Website	40	67	25	6	**138**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_29: Informationsquellen der Europäischen Kommission (EK) in Prozent – gesamte Printmedien (n = 138)

Informationsquellen der EK	Printmedien gesamt				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
Medienservice der EK in Brüssel	18,84 %	44,20 %	23,91 %	13,04 %	**100 %**
Büros der Kommissar*innen bzw. Präsidium der EK in Brüssel	8,70 %	22,46 %	36,96 %	31,88 %	**100 %**
Veranstaltung der EK in Brüssel bzw. Pressereise nach Brüssel	5,07 %	21,01 %	31,16 %	42,75 %	**100 %**
Midday-Briefing der EK in Brüssel	2,90 %	2,90 %	21,01 %	73,19 %	**100 %**
Midday-Briefing der EK via Web	3,62 %	7,97 %	14,49 %	73,91 %	**100 %**
Vertretungsbüro der EK in Österreich	13,04 %	22,46 %	28,26 %	36,23 %	**100 %**
Pressekonferenz der EK in Österreich	2,90 %	16,67 %	39,86 %	40,58 %	**100 %**
Kamingespräche der EK in Österreich	0,72 %	8,70 %	23,19 %	67,39 %	**100 %**
Veranstaltung der EK in Österreich	2,90 %	28,26 %	28,99 %	39,86 %	**100 %**
Pressemitteilungen, Newsletter, Website	28,99 %	48,55 %	18,12 %	4,35 %	**100 %**

Tabelle 10.2_30: Informationsquellen der Europäischen Kommission (EK) in Prozent – Tageszeitungen (n = 43)

Informationsquellen der EK	Tageszeitungen				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
Medienservice der EK in Brüssel	25,58 %	48,84 %	16,28 %	9,30 %	**100 %**
Büros der Kommissar*innen bzw. Präsidium der EK in Brüssel	13,95 %	27,91 %	41,86 %	16,28 %	**100 %**
Veranstaltung der EK in Brüssel bzw. Pressereise nach Brüssel	4,65 %	32,56 %	32,56 %	30,23 %	**100 %**
Midday-Briefing der EK in Brüssel	4,65 %	2,33 %	32,56 %	60,47 %	**100 %**
Midday-Briefing der EK via Web	2,33 %	16,28 %	13,95 %	67,44 %	**100 %**
Vertretungsbüro der EK in Österreich	16,28 %	27,91 %	30,23 %	25,58 %	**100 %**
Pressekonferenz der EK in Österreich	2,33 %	23,26 %	37,21 %	37,21 %	**100 %**
Kamingespräche der EK in Österreich	0,00 %	13,95 %	27,91 %	58,14 %	**100 %**
Veranstaltung der EK in Österreich	2,33 %	30,23 %	34,88 %	32,56 %	**100 %**
Pressemitteilungen, Newsletter, Website	30,23 %	48,84 %	16,28 %	4,65 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_31: Informationsquellen der Europäischen Kommission (EK) in Prozent – sonstige Medien (n = 81)

Informationsquellen der EK	sonstige Printmedien				
	oft	manchmal	selten	nie	Summe
Medienservice der EK in Brüssel	12,35 %	44,44 %	27,16 %	16,05 %	**100 %**
Büros der Kommissar*innen bzw. Präsidium der EK in Brüssel	3,70 %	19,75 %	33,33 %	43,21 %	**100 %**
Veranstaltung der EK in Brüssel bzw. Pressereise nach Brüssel	1,23 %	16,05 %	32,10 %	50,62 %	**100 %**
Midday-Briefing der EK in Brüssel	0,00 %	1,23 %	17,28 %	81,48 %	**100 %**
Midday-Briefing der EK via Web	2,47 %	1,23 %	17,28 %	79,01 %	**100 %**
Vertretungsbüro der EK in Österreich	9,88 %	20,99 %	25,93 %	43,21 %	**100 %**
Pressekonferenz der EK in Österreich	1,23 %	14,81 %	43,21 %	40,74 %	**100 %**
Kamingespräche der EK in Österreich	0,00 %	6,17 %	22,22 %	71,60 %	**100 %**
Veranstaltung der EK in Österreich	2,47 %	28,40 %	27,16 %	41,98 %	**100 %**
Pressemitteilungen, Newsletter, Website	30,86 %	48,15 %	16,05 %	4,94 %	**100 %**

e) Anlass für Interaktionen

Analyse Printmedien gesamt: Die Europäische Kommission wird von den Journalist*innen besonders dann als Ansprechpartnerin genützt, wenn es um österreichische Angelegenheiten im europäischen Kontext oder um Angelegenheiten der EU geht. Für beide Interessenslagen trifft dies bei mehr als 60 Prozent der Befragten zu oder eher zu. Nur knapp über 40 Prozent Zustimmung erhalten die Themen „Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern“ und „globale Angelegenheiten“. Eine geringe Zustimmung erhalten österreichische Angelegenheiten. Hier nehmen etwas weniger als ein Viertel der Journalist*innen die Europäische Kommission als geeignete Ansprechpartnerin wahr.

Analyse Tageszeitungen: Vergleicht man die Tageszeitungsjournalist*innen mit den Journalist*innen der sonstigen Printmedien, gibt es in einem Punkt eine deutlich höhere Zustimmung: Geht es um Angelegenheiten der EU, geben 78,94 Prozent an, die Europäische Kommission als Ansprechpartnerin zu schätzen. In der anderen Gruppe sind es hingegen nur 60,14 Prozent. Auffallend ist auch, dass bei allen Recherche-Themen die Antwort „trifft nicht zu“ von den Tageszeitungsjournalist*innen viel seltener gewählt wird als von den Kolleg*innen bei den sonstigen Printmedien. Besonders groß sind hier die Unterschiede bei „Angelegenheiten der EU“ (3,51 Prozent versus 22,38 Prozent), „globale Angelegenheiten“ (15,79 Prozent versus 30,07 Prozent) und „Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern“ (12,28 Prozent versus 26,57 Prozent).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_32: Anlass für Interaktionen in absoluten Zahlen – gesamte Printmedien

Anlass	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Angelegenheiten	14	39	85	78	**216**
österreichische Angelegenheiten in europäischen Kontext einordnen	44	95	39	38	**216**
Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern	33	61	73	49	**216**
Angelegenheiten der EU	65	75	40	36	**216**
globale Angelegenheiten	22	71	68	55	**216**

Tabelle 10.2_33: Anlass für Interaktionen in Prozent – gesamte Printmedien (n = 216)

Anlass	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Angelegenheiten	6,48 %	18,06 %	39,35 %	36,11 %	**100 %**
österreichische Angelegenheiten in europäischen Kontext einordnen	20,37 %	43,98 %	18,06 %	17.59 %	**100 %**
Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern	15,28 %	28,24 %	33,80 %	22,69 %	**100 %**
Angelegenheiten der EU	30,09 %	34,72 %	18,52 %	16,67 %	**100 %**
globale Angelegenheiten	10,19 %	32,87 %	31,48 %	25,46 %	**100 %**

Tabelle 10.2_34: Anlass für Interaktionen in Prozent – Tageszeitungen (n = 57)

Anlass	Tageszeitungen				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Angelegenheiten	5,26 %	22,81 %	38,60 %	33,33 %	**100 %**
österreichische Angelegenheiten in europäischen Kontext einordnen	19,30 %	47,37 %	22,81 %	10,53 %	**100 %**
Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern	17,54 %	33,33 %	36,84 %	12,28 %	**100 %**
Angelegenheiten der EU	33,33 %	45,61 %	17,54 %	3,51 %	**100 %**
globale Angelegenheiten	3,51 %	40,35 %	40,35 %	15,79 %	**100 %**

Tabelle 10.2_35: Anlass für Interaktionen in Prozent – sonstige Printmedien (n = 143)

Anlass	sonstige Printmedien				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Angelegenheiten	7,69 %	16,08 %	39,16 %	37,06 %	**100 %**
österreichische Angelegenheiten in europäischen Kontext einordnen	20,28 %	43,36 %	15,38 %	20,98 %	**100 %**
Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern	13,99 %	27,97 %	31,47 %	26,57 %	**100 %**
Angelegenheiten der EU	27,27 %	32,87 %	17,48 %	22,38 %	**100 %**
globale Angelegenheiten	12,59 %	29,37 %	27,97 %	30,07 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

f) Bewertung der Interaktionen

Analyse Printmedien gesamt: Die Europäische Kommission wird am häufigsten als „Partnerin für EU-Kommunikation“ oder als „Lobbyistin für eigene Interessen“ bezeichnet (66,91 Prozent und 46,32 Prozent). Für etwas mehr als ein Drittel der Journalist*innen dient sie als „Input-Geberin für weitere Storys“ (37,50 Prozent). Eindeutig negative Zuschreibungen befinden sich in der Minderheit: „Manipulatorin von Nachrichten“ (8,82 Prozent), „Blockiererin von Informationen“ (8,82 Prozent), „Institution ohne Mehrwert“ (6,62 Prozent) und „Gegenspielerin von Journalist*innen“ (2,94 Prozent) finden selten Zustimmung.

Analyse Tageszeitungen: Der Vergleich zwischen den beiden Journalist*innengruppen ergibt ein ausgeglichenes Bild: Es werden kaum Unterschiede zwischen den Befragungsgruppen erkennbar. Nur bei der Kategorie „Input-Geberin für weitere Storys“ findet sich im Vergleich mehr Zustimmung bei den Journalist*innen der sonstigen Printmedien.

Tabelle 10.2_36: Einordnung der Informationsarbeit der Europäischen Kommission – gesamte Printmedien (n = 136)

Einordnung	Printmedien gesamt	
	Zustimmung	Prozent
Partnerin	91	66,91 %
Input-Geberin	51	37,50 %
Lobbyistin	63	46,32 %
Manipulatorin	12	8,82 %
Blockiererin	12	8,82 %
Gegenspielerin	4	2,94 %
ohne Mehrwert	9	6,62 %

Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

Tabelle 10.2_37: Einordnung der Informationsarbeit der Europäischen Kommission – Tageszeitungen (n = 43)/sonstige Printmedien (n = 81)

Einordnung	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Partnerin	29	67,44 %	53	65,43 %
Input-Geberin	11	25,58 %	34	41,98 %
Lobbyistin	21	48,84 %	37	45,68 %
Manipulatorin	4	9,30 %	6	7,41 %
Blockiererin	4	9,30 %	6	7,41 %
Gegenspielerin	1	2,33 %	2	2,47 %
ohne Mehrwert	4	9,30 %	5	6,17 %

Anmerkung: Mehrfachnennungen möglich

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Redaktioneller Berichterstattungsprozess zur Europäischen Kommission

67,33 Prozent der Befragten haben schon einmal im Rahmen ihrer journalistischen Arbeit zur Europäischen Kommission recherchiert. Diese Befragungsgruppe wird nun im Folgenden genauer unter die Lupe genommen, um weitere Details zum Berichterstattungsprozess zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien zu erhalten und insbesondere Informationen zu Hürden und Verstärkern zu gewinnen.

a) Redaktionelle Entscheidungsträger*innen

Analyse Printmedien gesamt: Die redaktionellen Entscheidungsträger*innen im Falle einer Recherche über die Europäische Kommission entfallen zum Großteil auf die Redakteur*innen selbst oder den*die Chef*in vom Dienst (37,74 Prozent). Mit knapp einem Drittel (28,93 Prozent) spielen auch die Chefredaktionen eine nicht unbedeutende Rolle, wenn es um die Veröffentlichung medialer Berichte zur Europäischen Kommission geht. Hier muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Chefredakteur*innen vor allem dem Spektrum der Fachzeitschriften zuzuordnen sind, was sich möglicherweise durch deren Kleinteiligkeit in der Redaktionsstruktur erklären lässt. Den Ressortleiter*innen oder Redaktionskonferenzen wird von der Mehrheit der Befragten hingegen keine Bedeutung zugesprochen. Diese Aussage relativiert sich jedoch etwas, wenn man die Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen herauslöst und separat analysiert.

Analyse Tageszeitungen: Teilt man die gesamten Journalist*innen in zwei Gruppen auf, fallen die Ergebnisse auf diese Frage sehr unterschiedlich aus. Während bei den Tageszeitungsjournalist*innen mit 55,32 Prozent mehr als die Hälfte angeben, dass die Initiative zur Recherche bzw. Berichterstattung über die Europäische Kommission von einem*r Redakteur*in stammt, sind es bei den restlichen Personen nur 29,90 Prozent. Auch bei der Antwort „Ressortleiter*in“ ergibt sich eine viel größere Zustimmung bei den Tageszeitungsjournalist*innen mit 17,02 Prozent versus 5,15 Prozent.
Genau entgegengesetzt sieht das Bild bei den restlichen Funktionsträger*innen aus. Während bei den Tageszeitungsjournalist*innen nur 19,15 Prozent der Befragten die Initiative für eine Recherche oder Berichterstattung der Redaktionskonferenz oder der Chefredaktion zuschreiben, sind es in der anderen Gruppe mit 54,63 Prozent sogar mehr als die Hälfte.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

*Tabelle 10.2_38: Redaktionelle Entscheidungsträger*innen – gesamte Printmedien*

*Entscheidungs-träger*innen*	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
Redakteur*in oder Chef*in v. Dienst	60	37,74 %
Ressortleiter*in	15	9,43 %
Redaktionskonferenz	22	13,84 %
Chefredaktion	46	28,93 %
Sonstiges	16	10,06 %
Summe	**159**	**100 %**

*Tabelle 10.2_39: Redaktionelle Entscheidungsträger*innen – Tageszeitungen/sonstige Printmedien*

*Entscheidungs-träger*innen*	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Redakteur*in oder Chef*in v. Dienst	26	55,32 %	29	29,90 %
Ressortleiter*in	8	17,02 %	5	5,15 %
Redaktionskonferenz	5	10,64 %	16	16,49 %
Chefredaktion	4	8,51 %	37	38,14 %
Sonstiges	4	8,51 %	10	10,31 %
Summe	**47**	**100 %**	**97**	**100 %**

b) Koordination von EU-Themen

Analyse Printmedien gesamt: Eine große Mehrzahl der befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien (73,93 Prozent) verneint, dass es ein Ressort oder eine Person in der Redaktion zur Koordination von EU-Themen gibt, worin die Berichterstattung zur Europäischen Kommission inkludiert wird. Mit 79,62 Prozent geben noch mehr der Befragten an, dass keine regelmäßige Rubrik oder Extraseite zur EU in ihrem Medium existiert. 23,22 Prozent bestätigen wiederum, dass in den Herkunftsredaktionen die EU-Berichterstattung in einem gewissen Ausmaß institutionalisiert wurde.

Auch hier zeigt sich ein großer Unterschied zwischen den Journalist*innen, die der EU gegenüber (eher) positiv, und jenen, die ihr gegenüber (eher) negativ eingestellt sind: Nur 12,12 Prozent der Befragten, welche die eigene Einstellung zur EU als sehr oder ziemlich negativ beurteilen, geben an, dass es in der Herkunftsredaktion eine EU-Koordination gibt, und nur 15,15 Prozent konstatieren eine regelmäßige Rubrik oder Extraseite. Es kann also von einem Zusammenhang zwischen einer (eher) positiven Haltung zur EU und einer ständigen redaktionellen „Institutionalisierung“ zu EU-Themen im Herkunftsmedium ausgegangen werden.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Analyse Tageszeitungen: Die Koordination von EU-Themen betreffend, gibt es einen großen Unterschied zwischen den Redaktionen von Tageszeitungen und den restlichen Redaktionen. Während bei den Tageszeitungsjournalist*innen genau 60 Prozent angeben, dass es innerhalb der Redaktion ein eigenes Ressort oder eine Person, die für die Koordination von EU-Themen zuständig ist, gibt, sind es bei den übrigen Befragten nur 8,61 Prozent. Ähnlich sieht das Bild bei den Antworten bezüglich einer regelmäßigen Rubrik oder Extraseite(n) zur EU aus: Geben hier 28,33 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen an, dass den Leser*innen ein solches Angebot gemacht wird, sind es in der anderen Gruppe nur 11,26 Prozent. Zusammenfassend kann man festhalten, dass es bei Tageszeitungen mehr Koordination zu EU-Themen gibt und auch ein größeres Angebot für die Medienrezipient*innen in Bezug auf regelmäßige Rubriken und/oder Extraseite(n). *[Anmerkung: Die Interpretation der Zahlen ist jedoch mit Vorsicht zu genießen, da davon auszugehen ist, dass mehrere Personen derselben Redaktion an der Umfrage teilgenommen haben.]*

Tabelle 10.2_40: Koordination von EU-Themen innerhalb der Redaktion – gesamte Printmedien

Koordination EU-Themen	**Printmedien gesamt**	
	Anzahl	**Prozent**
ja	49	23,22 %
nein	156	73,93 %
weiß nicht	6	2,84 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_41: Koordination von EU-Themen innerhalb der Redaktion – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Koordination EU-Themen	**Tageszeitungen**		**sonstige Printmedien**	
	Anzahl	**Prozent**	**Anzahl**	**Prozent**
ja	36	60,00 %	13	8,61 %
nein	19	31,67 %	137	90,73 %
weiß nicht	5	8,33 %	1	0,66 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

Tabelle 10.2_42: Redaktioneller Umgang mit EU-Themen – gesamte Printmedien

EU-Rubrik oder Extraseite(n)	**Printmedien gesamt**	
	Anzahl	**Prozent**
ja	40	18,96 %
nein	168	79,62 %
weiß nicht	3	1,42 %
Summe	**211**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_43: Redaktioneller Umgang mit EU-Themen – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

EU-Rubrik oder Extraseite(n)	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
ja	23	38,33 %	17	11,26 %
nein	36	60,00 %	132	87,42 %
weiß nicht	1	0,47 %	2	0,95 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

c) Interne Diskussionen

Analyse Printmedien gesamt: Ein ambivalentes Bild zeigt sich bei der Frage, ob in den österreichischen Printmedienredaktionen intern über EU-Berichterstattung diskutiert wird: Die Antworten sind auf die vier möglichen Kategorien „regelmäßig", „manchmal", „selten" und „nie" relativ gleichmäßig verteilt und erhalten jeweils eine Zustimmung zwischen 20 und 33 Prozent.

Analyse Tageszeitungen: Der Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und jenen der sonstigen Printmedien führt jedoch Differenzen vor Augen: 41,67 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen geben an, in den Redaktionen regelmäßig über die EU zu diskutieren (versus 11,92 Prozent der sonstigen Printjournalist*innen). Nur 5,00 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen diskutieren innerhalb der Redaktion nie über EU-Themen (versus 27,15 Prozent der sonstigen Printjournalist*innen).

Tabelle 10.2_44: Interne Diskussionen zu EU-Themen – gesamte Printmedien

interne Diskussionen	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
regelmäßig	43	20,38 %
manchmal	68	32,23 %
selten	56	26,54 %
nie	44	20,85 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_45: Interne Diskussionen zu EU-Themen – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

interne Diskussionen	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
regelmäßig	25	41,67 %	18	11,92 %
manchmal	19	31,67 %	49	32,45 %
selten	13	21,67 %	43	28,48 %
nie	3	5,00 %	41	27,15 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

d) Verstärker im Nachrichtenproduktionsprozess

Der folgende Abschnitt eruiert zunächst jene Kommunikationsinteressen und Motive der Journalist*innen, die im Nachrichtenproduktionsprozess förderlich sind und als Verstärker wirken, um Inhalte der Europäischen Kommission auch redaktionell zu verarbeiten. Hierzu waren Auswahlmöglichkeiten vorgegeben *(siehe Tabelle 10.2_46).* Danach werden Verstärker aus der Perspektive der befragten Printmedienjournalist*innen, die in einem offenen Antwortbereich von diesen selbst verbalisiert werden konnten, gesammelt.

Analyse Printmedien gesamt: Für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission benennen die befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien im Speziellen folgende Kommunikationsaktivitäten der Europäischen Kommission als wichtig bzw. eher wichtig für die Unterstützung ihrer redaktionellen Arbeit: „die Kompliziertheit europäischer Politik entziffern“ (74,41 Prozent), „positive Seiten der EU aufzeigen“ (68,73 Prozent), „Hintergrundinformationen vermitteln“ (82,94 Prozent), „transparent mit Nachrichten umgehen“ (80,57 Prozent) sowie „Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die gerade aktuell sind“ (72,51 Prozent).

Analyse Tageszeitungen: Im Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den sonstigen Printmedienjournalist*innen lassen sich keine großen Unterschiede finden: „Hintergrundinformationen vermitteln“ und „transparent mit Nachrichten umgehen“ hat in beiden Gruppen die höchste Zustimmung. *[Anmerkung: Diese beiden redaktionellen Interessen der Journalist*innen werden auch in den Leitfaden-Interviews deutlich – siehe Kapitel 10.3.3.]* Nur in den beiden Kategorien „Nähe zu Leser*innen herstellen“ und „zum europäischen Zusammenhalt beitragen“ haben Tageszeitungsjournalist*innen eine geringere Antwortrate im Bereich „nicht wichtig“ vorzuweisen als die sonstigen Journalist*innen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_46: Verstärker im Nachrichtenproduktionsprozess in absoluten Zahlen – gesamte Printmedien

Verstärker	Printmedien gesamt				
	wichtig	eher wichtig	wenig wichtig	nicht wichtig	Summe
Kompromissfindungsprozesse vermitteln	46	56	65	44	**211**
Kompliziertheit europäischer Politik entziffern	81	76	27	27	**211**
positive Seiten der EU aufzeigen	70	75	37	29	**211**
Hintergrundinformationen vermitteln	100	75	17	19	**211**
transparent mit Nachrichten umgehen	107	63	19	22	**211**
Informationen via Social Media verbreiten	35	51	73	52	**211**
brauchbare Zitate liefern	38	72	64	37	**211**
Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die gerade aktuell sind	68	85	34	24	**211**
Themen aufbereiten, um sie in personalisierter Form darzustellen	40	67	74	30	**211**
Nähe zu Leser*innen herstellen	41	72	58	40	**211**
zum europäischen Zusammenhang beitragen	67	74	46	24	**211**
Distanz zu nationalen Befindlichkeiten zeigen	42	77	60	32	**211**

Tabelle 10.2_47: Verstärker im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – gesamte Printmedien

Verstärker	Printmedien gesamt				
	wichtig	eher wichtig	wenig wichtig	nicht wichtig	Summe
Kompromissfindungsprozesse vermitteln	21,80 %	26,54 %	30,81 %	20,85 %	**100 %**
Kompliziertheit europäischer Politik entziffern	38,39 %	36,02 %	12,80 %	12,80 %	**100 %**
positive Seiten der EU aufzeigen	33,18 %	35,55 %	17,54 %	13,74 %	**100 %**
Hintergrundinformationen vermitteln	47,39 %	35,55 %	8,06 %	9,00 %	**100 %**
transparent mit Nachrichten umgehen	50,71 %	29,86 %	9,00 %	10,43 %	**100 %**
Informationen via Social Media verbreiten	16,59 %	24,17 %	34,60 %	24,64 %	**100 %**
brauchbare Zitate liefern	18,01 %	34,12 %	30,33 %	17,54 %	**100 %**
Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die gerade aktuell sind	32,23 %	40,28 %	16,11 %	11,37 %	**100 %**
Themen aufbereiten, um sie in personalisierter Form darzustellen	18,96 %	31,75 %	35,07 %	14,22 %	**100 %**
Nähe zu Leser*innen herstellen	19,43 %	34,12 %	27,49 %	18,96 %	**100 %**
zum europäischen Zusammenhang beitragen	31,75 %	35,07 %	21,80 %	11,37 %	**100 %**
Distanz zu nationalen Befindlichkeiten zeigen	19,91 %	36,49 %	28,44 %	15,17 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_48: Verstärker im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – Tageszeitungen (n = 60)

Verstärker	Tageszeitungen				
	wichtig	eher wichtig	wenig wichtig	nicht wichtig	Summe
Kompromissfindungsprozesse vermitteln	13,33 %	36,67 %	33,33 %	16,67 %	**100 %**
Kompliziertheit europäischer Politik entziffern	35,00 %	41,67 %	16,67 %	6,67 %	**100 %**
positive Seiten der EU aufzeigen	30,00 %	38,33 %	21,67 %	10,00 %	**100 %**
Hintergrundinformationen vermitteln	51,67 %	33,33 %	11,67 %	3,33 %	**100 %**
transparent mit Nachrichten umgehen	56,67 %	26,67 %	10,00 %	6,67 %	**100 %**
Informationen via Social Media verbreiten	15,00 %	33,33 %	36,67 %	15,00 %	**100 %**
brauchbare Zitate liefern	20,00 %	46,67 %	26,67 %	6,67 %	**100 %**
Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die gerade aktuell sind	35,00 %	46,67 %	10,00 %	8,33 %	**100 %**
Themen aufbereiten, um sie in personalisierter Form darzustellen	21,67 %	36,67 %	30,00 %	11,67 %	**100 %**
Nähe zu Leser*innen herstellen	25,00 %	33,33 %	21,67 %	20,00 %	**100 %**
zum europäischen Zusammenhang beitragen	26,67 %	40,00 %	21,67 %	11,67 %	**100 %**
Distanz zu nationalen Befindlichkeiten zeigen	16,67 %	40,00 %	31,67 %	11,67 %	**100 %**

Tabelle 10.2_49: Verstärker im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – sonstige Printmedien (n = 151)

Verstärker	sonstige Printmedien				
	wichtig	eher wichtig	wenig wichtig	nicht wichtig	Summe
Kompromissfindungsprozesse vermitteln	25,17 %	22,52 %	29,80 %	22,52 %	**100 %**
Kompliziertheit europäischer Politik entziffern	39,74 %	33,77 %	11,26 %	15,23 %	**100 %**
positive Seiten der EU aufzeigen	34,44 %	34,44 %	15,89 %	15,23 %	**100 %**
Hintergrundinformationen vermitteln	45,70 %	36,42 %	6,62 %	11,26 %	**100 %**
transparent mit Nachrichten umgehen	48,34 %	31,13 %	8,61 %	11,92 %	**100 %**
Informationen via Social Media verbreiten	17,22 %	20,53 %	33,77 %	28,48 %	**100 %**
brauchbare Zitate liefern	17,22 %	29,14 %	31,79 %	21,85 %	**100 %**
Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die gerade aktuell sind	31,13 %	37,75 %	18,54 %	12,58 %	**100 %**
Themen aufbereiten, um sie in personalisierter Form darzustellen	17,88 %	29,80 %	37,09 %	15,23 %	**100 %**
Nähe zu LeserInnen herstellen	17,22 %	34,44 %	29,80 %	18,54 %	**100 %**
zum europäischen Zusammenhang beitragen	33,77 %	33,11 %	21,85 %	11,26 %	**100 %**
Distanz zu nationalen Befindlichkeiten zeigen	21,19 %	35,10 %	27,15 %	16,56 %	**100 %**

Aus der Perspektive der befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien werden im offenen Antwortteil Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission genannt, die dazu beitragen könnten, eine mediale Veröffentlichung zu forcieren. Diese

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wurden im Rahmen der Auswertung systematisiert und in drei Themengruppen bzw. einen Bereich mit allgemeinen zusätzlichen Bemerkungen gegliedert:

Interaktionen der Europäischen Kommission mit den Journalist*innen: Hier wird vor allem eine offensivere und aktivere Kontaktanbahnung mit Journalist*innen erwähnt. Es wird zum Ausdruck gebracht, dass man an einer direkten Ansprache nichts auszusetzen hat – speziell auch durch Ansprechpersonen vor Ort und eine persönliche Kontaktaufnahme durch Beamt*innen der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien. *[Anmerkung: Die Rolle der Vertretungen für die Journalist*innen in den EU-Mitgliedsländern ist in den Leitfaden-Interviews mit den Beamt*innen der Europäischen Kommission in Brüssel ein relevantes Thema – siehe Kapitel 10.3.3.]* Dabei wünscht man sich generell eine offenere Haltung gegenüber Journalist*innen ohne Manipulation oder Verhinderung von Informationen und eine kompetente/professionelle Ansprache. Auch Einladungen zu Weiterbildungen, Veranstaltungen und Brüssel-Reisen werden diesbezüglich genannt. Die Antworten geben wieder, dass eine Erweiterung des Zielgruppenspektrums auch abseits von Politik-Journalist*innen gewünscht ist. Speziell auch in Hinblick auf regionale Medien und Special-Interest-Zeitschriften würde man eine Interaktion der Europäischen Kommission befürworten. Diese Aspekte weisen auf einen gewissen Bedarf an Interaktion mit Journalist*innen österreichischer Printmedien hin, könnten aber zugleich auch Raum für Beeinflussungsmöglichkeiten durch die Europäische Kommission andeuten.

Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission: Dazu wird von den Journalist*innen eine große Bandbreite an unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten und Darstellungsformen der Europäischen Kommission genannt. Darüber hinaus wird deutlich, dass eine Regionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit und eine Anpassung der Inhalte an regionale Spezifika als ein bisheriges Manko der Europäischen Kommission angesehen wird, das nach Ansicht der Journalist*innen jedoch eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission verstärken würde. *[Anmerkung: Problemfelder der Regionalisierung von Kommunikationsinhalten werden auch in den Ergebnissen der Leitfaden-Interviews deutlich – siehe Kapitel 10.3.3.]* Ein wesentlicher Verstärker-Bereich, auf den die Journalist*innen hinweisen, ist eine verständlichere und klare Sprache sowie Ansprechpersonen und Informationen in deutscher Sprache. Zudem werden etliche Vorschläge für eine offensivere

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Öffentlichkeitsarbeit mit mehr Frequenz und Quantität an Informationen gegeben. Damit wird – wie schon im ersten Bereich – angedeutet, dass man die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission als eher passiv empfindet. *[Anmerkung: Dieses Thema wird in den Leitfaden-Interviews von den Beamt*innen in Brüssel unter dem Schlagwort „Proaktivität" aufgegriffen – siehe Kapitel 10.3.3.]* Mit der Forderung nach „mehr Positivität" der Inhalte für eine verstärkte Veröffentlichung weist man außerdem darauf hin, dass man die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission darüber hinaus als mitunter zu negativ wahrnimmt. *[Die von den Beamt*innen der Europäischen Kommission in Brüssel in den Leitfaden-Interviews angesprochene „positive Agenda für Europa" im Bereich der Kommunikationsarbeit dringt hier anscheinend nicht durch – siehe Kapitel 10.3.3.]*

Handlungen und Auftreten der Europäischen Kommission nach außen: Dass das Handeln und Auftreten der Europäischen Kommission einen sehr prominenten Platz in den freien Antworten der Journalist*innen einnimmt, zeigt einen skeptischen Blick der Journalist*innen, was die Gestalt der Europäischen Kommission nach außen betrifft. Hinsichtlich möglicher Verstärker-Funktionen für die eigene redaktionelle Arbeit wünschen sie sich von der Europäischen Kommission Folgendes: Einerseits werden Forderungen in Hinblick auf ihr generelles Auftreten geäußert (z. B. transparent, klar, objektiv, ehrlich). Zum anderen werden Bemerkungen hinsichtlich des Handelns der Europäischen Kommission als politische Akteurin nach außen (z. B. Außenpolitik und wirtschaftliche Interessen) und nach innen (z. B. Veränderung der Mehrebenen-Politik, Umgang mit NGOs, Präferenzen hinsichtlich der Politikbereiche) gemacht. Auch ein näherer Umgang der Europäischen Kommission mit den europäischen Bürger*innen wird als mögliches Verstärker-Element für Veröffentlichungen thematisiert. Darüber hinaus wünschen sich die Journalist*innen finanzielle Zuwendungen, um eine Berichterstattung über die Europäische Kommission zu fördern.

Allgemeine Bemerkungen: Am Schluss der folgenden Tabelle werden noch einige allgemeine Bemerkungen gesammelt, die kritische Hinterfragungen inkludieren.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_50: Verstärker im Nachrichtenproduktionsprozess – offener Antwortbereich

Interaktionen der Europäischen Kommission mit den Journalist*innen	
Offensivere Kontaktanbahnung mit Journalist*innen:	• Aktiver auf Journalist*innen zugehen. *[4 Nennungen]* • Mehr direkten Kontakt zu Journalist*innen pflegen. *[3 Nennungen]* • Direkten Kontakt zu Journalist*innen, die sich für bestimmte Themen interessieren, suchen oder diese aus aktuellem Anlass suchen. • Die Handelnden (EU-Politiker*innen) näher an die Medienvertreter*innen bringen. • Gezielt innenpolitische Journalist*innen in den Mitgliedsländern zu Hintergrundgesprächen zu aktuellen Themen einladen, um die europäische Dimension breiter in der Berichterstattung zu verankern.
Haltung gegenüber Journalist*innen:	• Offener informieren. *[2 Nennungen]* • Mehr erklären. • Die Europäische Kommission sollte sich als neutrale Dienstleisterin für interessierte Journalist*innen sehen, nicht als Manipulatorin. • Das Image einseitiger Manipulation abschütteln. • Sich nicht als Verhinderer unangenehmer EU-Artikel sehen. • Professioneller mit Journalist*innen sprechen. • Kompetenterer Ansprechpartner für Journalist*innen. • Linkslastige Lügenpresse eindämmen.
Erweiterung des Journalist*innen-Spektrums:	• Nicht nur Politik-Journalist*innen informieren und einbeziehen. Auch lokale und regionale Medien sowie Corporate Media und PR-Leute berichten über EU-Themen. • Sich nicht nur auf die Großen konzentrieren. • Offener mit kleineren Medien umgehen. • Proaktive Erweiterung des Presseverteilers auf Fachmedien in den unterschiedlichen Ressorts. • Gezielt Kontakt mit Medien aufnehmen – auch Interest Medien.
Fortbildungen für Journalist*innen:	• „Educational tours“ für Journalist*innen (inkl. eine Fahrt nach Brüssel). Die Medien sind die Hauptmultiplikatoren! Wenn die Journalist*innen nicht richtig aufgeklärt sind, können sie komplexe Zusammenhänge an die Leser*innen nur sehr schlecht und dürftig weitervermitteln. • Journalist*innen nach Brüssel/Straßburg zu Veranstaltungen einladen. • Mehr Journalist*innen in Brüssel einladen.
Regionalisierung der Ansprechpersonen:	• Vor Ort Ansprechpartner*innen zu haben. • Besserer persönlicher Kontakt, zum Beispiel der Mitarbeiter*innen der Wiener Vertretung zu den Journalist*innen.

Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission	
Inhalte allgemein:	• Mehr Kultur. *[3 Nennungen]* • Mehr Medienthemen auf die Agenda setzen. • Wissenschaftliche Anliegen besser publizieren. • Mehr Hintergrundmaterial zur Verfügung stellen. *[2 Nennungen]* • Hintergrund-Infos vor Entscheidungen liefern, nicht nur in Brüssel. • Generell könnte man sich bemühen, das Zusammenspiel zwischen EU und Mitgliedstaaten besser zu erklären. • Fakten & Praxisbeispiele. • Darstellung des Diskurses. • Politische Ziele kommunizieren, nicht nur Verwaltung. • Breiter informieren. • Interessante Themen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	• Weniger Eigen-PR.
Regionalisierung:	• Themen lokalisieren, auf kleinere Ebenen herunterbrechen: „Was heißt diese und jene Entscheidung für den Menschen vor Ort zuhause?“ *[2 Nennungen]* • Auf regionale und nationale Themen stärker eingehen. • Regional relevante Themen besser kommunizieren bzw. auffindbar machen. • Den Nutzen für die Regionen sichtbar machen. • Themen greifbarer machen anhand von Projekten vor Ort und auch auf lokaler Ebene. • EU-Themen mehr regionale Bedeutung vermitteln. • Mehr Presseaussendungen zu regionalen Themen. • Mehr Sinn für die kleine Einheit. • Aktivere PR in Mitgliedstaaten.
Darstellung der Inhalte:	• Ihre Anliegen und Beschlüsse besser kommunizieren. *[2 Nennungen]* • Bodenständigere und nicht so abstrakte offizielle öffentliche Papers. • Themen „begreifbar“ machen. • Konkrete direkte Informationen. • Personalisierung der Berichterstattung. • Individualisierung der Kommunikation. • Fokussierter über einzelne Themen informieren statt zum Beispiel im Newsletter zehn verschiedene Themen gleichzeitig anzuschneiden. • Komplexe Themen einfacher aufarbeiten. • Professionellere Nachrichten mit führendem „stress the point“. • Es ist zu mühsam, die für mich relevanten Informationen zu finden. • Herausgabe eines Europa-Magazins.
Sprache:	• Verständlichere und einfachere Wortwahl. *[3 Nennungen]* • Klare Sprache und nicht um den Brei reden. • Worthülsen und Allgemeinplätze vollständig streichen. • Eine normale Sprache für normale Menschen wählen, Fachchinesisch den Soziolog*innen und Ärzt*innen überlassen. • Weniger „Expert*innen-Chichi“, Abkürzungen und Codewörter. • Mehr Informationen auf Deutsch und deutschsprachige Ansprechpartner*innen in Brüssel.
Offensivere Öffentlichkeitsarbeit:	• Offensiver informieren und kommunizieren. *[3 Nennungen]* • Die Europäische Kommission könnte eine viel offensivere Medienarbeit machen: Ansprechpartner*innen nennen, Themen vorschlagen, auf vorhandene Datenbanken hinweisen (bzw. diese nutzbar machen). • Hinsichtlich Medienarbeit ist die EU-Kommission viel zu passiv. • Aktive Pressearbeit. • Präsenter sein
Quantität und Frequenz:	• Mehr Öffentlichkeitsarbeit machen. *[2 Nennungen]* • Mit mehr Informationen an die Öffentlichkeit gehen, nicht nur große, meist kontroversielle Themen. • Mehr gezielte Aussendungen zu wählbaren Themenkreisen. • Mehr Inhalte transportieren. • Regelmäßigere Informationsarbeit.
Positivität:	• Konkrete Beispiele aufzeigen, wie europäische Initiativen den Alltag der Menschen positiv verändern können. Über Negatives wird ohnehin viel berichtet. • Die Vorteile aufzeigen, die durch eine Entscheidung der Europäischen Kommission für die Bürger*innen entstehen. • Positive Dinge, die seitens der Kommission getan werden, müssen mehr nach außen getragen werden. Derzeit wird nur jenen Personen, die die Kommission in ein negatives Licht rücken wollen, das mediale Feld überlassen. • Generell positive Kampagnen starten.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Handlungen und Auftreten der Europäischen Kommission	
Handeln und Auftreten generell:	• Mehr Transparenz zulassen. *[5 Nennungen]* • Klarheit. *[2 Nennungen]* • Objektiver sein. • Ehrlichkeit. • Glaubhafter auftreten. • Hausverstand einsetzen. • Weniger als politisches Sprachrohr auftreten. • Raus aus dem Elfenbeinturm. • Entscheidungen rascher treffen. • Lösungen für Probleme anbieten. • Sich um wesentliche Bereiche kümmern. • Sich grundsätzlich ändern.
Handeln und Auftreten als politische Akteurin nach innen:	• Neuverteilung der Aufgaben zwischen nationaler Ebene und EU-Ebene. • Die Regierungen der einzelnen Mitgliedstaaten verpflichten, innenpolitisch die in den Gremien mitbeschlossenen Inhalte zu vermitteln und nicht gegen die eigenen Entscheidungen zu sprechen. • Die Souveränität der Nationalstaaten respektieren. • Wenigstens muss beim Brexit hart geblieben werden. • Vor den NGOs kapitulieren. • Sozial-, Bildungs- und Friedenspolitik engagierter vorwärtsbringen bzw. wenigstens konsequent und beharrlich versuchen. • Weniger Dinge wie Krümmung der Banane oder das eh schon angeschlagene Augarten-Porzellan. • EU-Fahne verbreiten, Hymne und Einigkeit fördern.
Handeln und Auftreten als politische Akteurin nach außen:	• Konzentration auf Außenpolitik und Verteidigung. • Russlandpolitik grundsätzlich ändern und Beziehungen verbessern. • Nicht die Interessen der internationalen Großkonzerne, der Banken und der USA vertreten! • Amerikahörigkeit beenden. • Selbstkritisch ihre Rolle beleuchten, z. B. im Zusammenhang mit der Türkei. • Außengrenzen undurchlässig dicht machen. • Den Eindruck bekämpfen, nur ein Spielball von wirtschaftlichen Interessen zu sein. • Aktiv und unabhängig von Konzern- und Bankvorgaben agieren.
Handeln und Auftreten gegenüber Bürger*innen:	• Vertretung der Interessen der Europäer*innen statt diktatorischer Selbstdarstellung. • Der Wahrheit und den Menschen dienen. • An der Basis recherchieren, weniger abgehoben und weltfremd agieren. • Sich für die Bürger*innen, die sie vertritt, auch einsetzen, und dabei den Fokus auf wirklich wichtige Dinge lenken. • Bürger*innenbezogener auftreten. • Auf die mehrheitliche Bürger*innenmeinung eingehen.
Finanzielle Förderungen für den Journalismus:	• Es geht nicht nur um die Inhalte, sondern vor allem um den wirtschaftlichen Teil, konkret um finanzielle Zuschüsse. Denn wir müssen auch einen Cashflow erwirtschaften. Kunst, Kultur und Presse sind Bereiche, die ohne Förderungen kaum professionelle Arbeiten leisten können. • Produktplatzierungen schalten.

Allgemeine Bemerkungen	
Keine Kommunikations-unterstützung nötig	• Ich sehe dafür keine Notwendigkeit. Dienste wie „EUROSTAT“ reichen voll aus. Alles andere riecht nach Gefälligkeitsberichterstattung.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

oder Skepsis gegenüber einer verstärkten Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission bzw. dieser Fragestellung:	• Es wird bereits ausreichend über die Europäische Kommission berichtet. • Sie sollte die Berichterstattung nicht (noch mehr) forcieren. • Ich halte diese Frage für ungeeignet. • Will sie das? • Selbstauflösung.

Fünf Personen haben sich zu diesem Themenblock nicht klar positioniert und keine detaillierte Auskunft gegeben (z. B. „weiß nicht“, „keine Ahnung“).

e) Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess

Zunächst wird eruiert, ob die Befragten überhaupt Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission wahrnehmen *(siehe Tabelle 10.2_51).* Anschließend wird wie im vorhergehenden Abschnitt zu den Verstärkern im Nachrichtenproduktionsprozess vorgegangen: Zuerst wird die Zustimmung der befragten Journalist*innen zu vorgegebenen Hindernissen präsentiert *(siehe Tabelle 10.2_53),* und am Ende dieses Abschnitts werden dann die Hindernisse aus der Perspektive der Befragten aus einem offenen Antwortbereich gesammelt *(siehe Tabelle 10.2_57).*

Analyse Printmedien gesamt: Insgesamt werden von nur 15,79 Prozent der Journalist*innen österreichischer Printmedien Hindernisse wahrgenommen, die eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission erschweren bzw. davon abhalten. Von jenen, die keine Hindernisse wahrnehmen, vertrauen 55,77 Prozent der Europäischen Kommission voll und ganz bzw. eher, die richtigen Entscheidungen zu treffen. Von jenen, die Hindernisse wahrnehmen, vertrauen nur 44,44 Prozent eher der Europäischen Kommission und kein*e einzige*r Journalist*in voll und ganz.

Eine Mehrheit der Journalist*innen gibt an, dass fehlender Platz im eigenen Medium (57,98 Prozent) und fehlende Ansprechpersonen in der Europäischen Kommission (52,94 Prozent) sowie fehlendes Verständnis der Leser*innenschaft (50,42 Prozent) als hinderlich oder eher hinderlich für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission angesehen werden. Bei den Antwortbereichen hinsichtlich mangelnder zeitlicher Ressourcen und fehlender Relevanz der Europäischen Kommission und ihrer Inhalte für die Berichterstattung sind sich die Befragten uneins und bewegen sich recht ausgewogen zwischen den beiden Polen. Zu wenig Unterstützung für EU-Themen in der Redaktion sehen 36,14 Prozent der Befragten als

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Hindernis für eine Berichterstattung an. Am seltensten als Hindernis wahrgenommen werden mangelnde eigene Sprachkenntnisse (17,65 Prozent), fehlendes eigenes Fachwissen (22,69 Prozent) sowie mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission (25,05 Prozent). *[Anmerkung: In den Leitfaden-Interviews werden sowohl von den Beamt*innen der Europäischen Kommission als auch von den Korrespondent*innen fehlende Sprachkenntnisse, mangelndes EU-Wissen sowie zu wenig Unterstützung in den Redaktionen häufig als Hindernis genannt – siehe Kapitel 10.3.3.]*

Analyse Tageszeitungen: Die Analyse der Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen ergibt, dass diese allen der vorgegebenen Themenbereiche, was eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission behindert, deutlich mehr Zustimmung geben. Diese Tatsache lässt sich wohl dadurch erklären, dass sich Tageszeitungsjournalist*innen auch häufiger mit der Europäischen Kommission beschäftigen *(siehe Tabelle 10.2_21).*

Hindernisse werden sowohl von den Tageszeitungsjournalist*innen als auch von den sonstigen Printjournalist*innen vorrangig externen Faktoren zugeschrieben und nicht innerhalb der Redaktion festgestellt: Eine fehlende Ansprechperson in der Europäischen Kommission erhält in beiden Gruppen die höchste Zustimmung. Mangelnde eigene Sprachkenntnisse und fehlendes eigenes Fachwissen werden in beiden Gruppen als keine bedeutenden Hindernisse artikuliert. Auch die Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission wird von beiden Gruppen nur als geringes Hindernis eingeschätzt.

Tabelle 10.2_51: Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess – gesamte Printmedien

Hindernisse	**Printmedien gesamt**	
	Anzahl	**Prozent**
Ja	36	15,79 %
Nein	104	45,61 %
weiß nicht	88	38,60 %
Summe	**228**	**100 %**

Tabelle 10.2_52: Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Hindernisse	**Tageszeitungen**		**sonstige Printmedien**	
	Anzahl	**Prozent**	**Anzahl**	**Prozent**
Ja	12	20,00 %	22	14,57 %
Nein	31	51,67 %	68	45,03 %
weiß nicht	17	28,33 %	61	40,40 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_53: Konkrete Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – gesamte Printmedien

konkrete Hindernisse	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
mangelnde Unterstützung der Redaktion für EU-Themen	15	28	37	39	**119**
fehlendes Verständnis der Leser*innen für EU-Themen	19	41	28	31	**119**
mangelnde eigene Sprachkenntnisse	5	16	36	62	**119**
fehlendes eigenes Fachwissen	5	22	50	42	**119**
fehlender Platz im Medium	26	43	24	26	**119**
mangelnde zeitliche Ressourcen	25	32	25	37	**119**
fehlende Ansprechperson in der Europäischen Kommission	32	31	30	26	**119**
fehlende Relevanz der Europäischen Kommission und ihrer Inhalte	30	26	41	22	**119**
mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission	9	22	50	38	**119**

Tabelle 10.2_54: Konkrete Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – gesamte Printmedien (n = 119)

konkrete Hindernisse	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
mangelnde Unterstützung der Redaktion für EU-Themen	12,61 %	23,53 %	31,09 %	32,77 %	**100 %**
fehlendes Verständnis der Leser*innen für EU-Themen	15,97 %	34,45 %	23,53 %	26,05 %	**100 %**
mangelnde eigene Sprachkenntnisse	4,20 %	13,45 %	30,25 %	52,10 %	**100 %**
fehlendes eigenes Fachwissen	4,20 %	18,49 %	42,02 %	35,29 %	**100 %**
fehlender Platz im Medium	21,85 %	36,13 %	20,17 %	21,85 %	**100 %**
mangelnde zeitliche Ressourcen	21,01 %	26,89 %	21,01 %	31,09 %	**100 %**
fehlende Ansprechperson in der Europäischen Kommission	26,89 %	26,05 %	25,21 %	21,85 %	**100 %**
fehlende Relevanz der EK und ihrer Inhalte	25,21 %	21,85 %	34,45 %	18,49 %	**100 %**
mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission	7,56 %	18,49 %	42,02 %	31,93 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_55: Konkrete Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – Tageszeitungen (n = 29)

konkrete Hindernisse	Tageszeitungen				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
mangelnde Unterstützung der Redaktion für EU-Themen	17,24 %	34,48 %	27,59 %	20,69 %	**100 %**
fehlendes Verständnis der Leser*innen für EU-Themen	20,69 %	48,28 %	20,69 %	10,34 %	**100 %**
mangelnde eigene Sprachkenntnisse	6,90 %	20,69 %	31,03 %	41,38 %	**100 %**
fehlendes eigenes Fachwissen	6,90 %	17,24 %	44,83 %	31,03 %	**100 %**
fehlender Platz im Medium	10,34 %	34,48 %	31,03 %	24,14 %	**100 %**
mangelnde zeitliche Ressourcen	27,59 %	31,03 %	13,79 %	27,59 %	**100 %**
fehlende Ansprechperson in der Europäischen Kommission	31,03 %	24,14 %	37,93 %	6,90 %	**100 %**
fehlende Relevanz der EK und ihrer Inhalte	27,59 %	17,24 %	44,83 %	10,34 %	**100 %**
mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission	17,24 %	34,48 %	27,59 %	20,69 %	**100 %**

Tabelle 10.2_56: Konkrete Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess in Prozent – sonstige Printmedien (n = 83)

konkrete Hindernisse	sonstige Printmedien				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
mangelnde Unterstützung der Redaktion für EU-Themen	12,05 %	19,28 %	33,73 %	34,94 %	**100 %**
fehlendes Verständnis der Leser*innen für EU-Themen	13,25 %	32,53 %	24,10 %	30,12 %	**100 %**
mangelnde eigene Sprachkenntnisse	3,61 %	12,05 %	31,33 %	53,01 %	**100 %**
fehlendes eigenes Fachwissen	2,41 %	20,48 %	42,17 %	34,94 %	**100 %**
fehlender Platz im Medium	21,69 %	39,76 %	18,07 %	20,48 %	**100 %**
mangelnde zeitliche Ressourcen	19,28 %	27,71 %	22,89 %	30,12 %	**100 %**
fehlende Ansprechperson in der Europäischen Kommission	27,71 %	27,71 %	20,48 %	24,10 %	**100 %**
fehlende Relevanz der EK und ihrer Inhalte	22,89 %	24,10 %	33,73 %	19,28 %	**100 %**
mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission	7,23 %	21,69 %	39,76 %	31,33 %	**100 %**

Der offene Antwortbereich zu den Hindernissen, die eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission mitunter be- oder verhindern, ist um zwei Drittel kürzer ausgefallen als jener zu den bereits zuvor beschriebenen Verstärkern für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission. Dieses Antwortverhalten ist eine Folge davon, dass nur 15,79 Prozent der gesamten Journalist*innen angeben, Hindernisse bei der Berichterstattung überhaupt wahrzunehmen.

Die Antworten zu den Hindernissen zeichnen sich vor allem durch einen Schwerpunkt aus, der den Problembereich der Zugänglichkeit zu Informationen thematisiert. Mangelnde Transparenz von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission wird von mehr als

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Hälfte der Antwortgeber*innen als Hindernis für eine journalistische Berichterstattung festgestellt.

Die im freien Antwortbereich von den Journalist*innen genannten Hindernisse wurden strukturiert und insgesamt in folgende drei Bereiche geclustert:

Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission: Hier wird zu einem beträchtlichen Teil die mangelnde Zugänglichkeit zu Informationen erwähnt. Zum einen werden Online-Suchfunktionen und unklare Ansprechpartner*innen bemängelt. Zum anderen wird der verschlossene Umgang der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission in ihrer Rolle als Gatekeeper gegenüber den Medien angeprangert. Weitere Hindernisse in diesem Bereich sind spezielle Eigenschaften der Themen und der Art der Kommunikation der Europäischen Kommission. Wie im Themenbereich zu den Verstärkern einer Berichterstattung bzw. in den empirischen Ergebnissen der Leitfaden-Interviews ersichtlich *(siehe Kapitel 10.3.3),* wird auch hier die fehlende Regionalisierung der Kommunikationsinhalte genannt. Auch eigene Sprachbarrieren werden als hinderlich betrachtet.

Medien und Journalist*innen: In dieser Kategorie werden Hindernisse vor allem aufgrund der fehlenden Relevanz von Themen der Europäischen Kommission für die Zielgruppe des eigenen Mediums identifiziert. Was die Medienorganisation betrifft, werden mangelnde zeitliche und finanzielle Ressourcen festgestellt. Aber auch die persönliche Ebene der Journalist*innen spielt aufgrund von geringem Wissen zur Europäischen Kommission eine Rolle in den Angaben der befragten Journalist*innen.

Allgemeine Belange der Europäischen Kommission: Dieser Bereich bezieht sich auf die allgemeine Gestalt der Europäischen Kommission nach innen und nach außen. Als Hindernis wird zum Beispiel die komplexe und unüberschaubare Organisation der Europäischen Kommission als Institution angegeben. Weitere Hindernisse werden im intransparenten und kritikunfreundlichen Umgang ihrer Kommunikationsakteur*innen sowie in fehlenden Expert*innen als Ansprechpersonen für Journalist*innen in der Europäischen Kommission geortet. Hindernisse werden schließlich auch noch in spezifischen Handlungen und Zielsetzungen der Europäischen Kommission als politische Akteurin gesehen, wobei die Europäische Kommission hier unter anderem als „Elefantenverein“ bezeichnet wird.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_57: Hindernisse im Nachrichtenproduktionsprozess – offener Antwortbereich

Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission	
Zugänglichkeit zu Informationen:	• Bessere Online-Suchfunktionen und Findemöglichkeiten. *[3 Nennungen]* • Oft nicht klar, wer der*die richtige Ansprechpartner*in ist. *[2 Nennungen]* • Informationszugang und -politik. • Ansprechpartner*in schwer oder gar nicht erreichbar. • Es ist mühevoll, Termine bei den einzelnen Kommissar*innen zu bekommen, um anlassaktuell berichten zu können. • Verschlossene Kommunikationswege. • Lange Zeit bis zum Rückruf. • Abblockende Pressestellen. • Meist heißt es, die Angelegenheit sei im Laufen. • Es wird oft begründet, warum keine Information möglich ist, statt dass Informationen einfach gegeben werden. • Schwerer Zugang zu Sachinformation. • Spezielle Infos oft schwer zu finden. • Nicht einfach, etwas zu erfahren.
Themen:	• Räumliche Distanz. *[3 Nennungen]* • Komplexität der Themen. • Schwierigkeit, komplexe Entscheidungen in einem einfachen Rahmen darzustellen. • Der Eindruck, immer nur einige wenige Themen zu spielen.
Art der Kommunikation:	• Europäische Fragen werden meist in einem allgemeineren Zusammenhang behandelt, weniger von den EU-Institutionen ausgehend. • Wenig vorhandene Plattformen, die zuverlässig scheinen. • Zu speziell. • Umständlich. • Keine Präzision.
Sprache:	• Allgemein zu wenig Texte auf Deutsch. • Sprachbarriere bei deutschsprachiger Recherche.
Fehlende Regionalisierung:	• Regionaler und lokaler Kontext ist nicht immer klar erkennbar. • Kein Andocken der Medienarbeit an aktuelle Diskussionen in Österreich, die Raum in der Berichterstattung beanspruchen.

Medien und Journalist*innen	
Zielgruppe:	• Themen für mein Blatt nicht relevant. *[2 Nennungen]* • Teilweise große EU-Skepsis bei unseren Rezipient*innen. • Desinteresse in Österreich.
Wissen:	• Persönliche Unkenntnis. • Wie sehen Hintergrund- und Streitgespräche hinter den Kulissen aus, bevor zu einem Gesetz abgestimmt wird? Wer sind die treibenden Kräfte dahinter? Welche Rolle spielen die unzähligen Lobbyist*innen bei der Durchsetzung eines Gesetzes?
Zeitliche Ressourcen:	• Keine Zeit im journalistischen Alltag.
Finanzielle Ressourcen:	• Haupthindernisse sind die mangelnden finanziellen Ressourcen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Allgemeine Belange der Europäischen Kommission	
Organisation der Europäischen Kommission:	• Nicht mehr überschaubar. • Schwer durchschaubare Entscheidungsprozesse. • Unklar, wer wie und wann welche Gesetze im Vorfeld durchbringen will. • Hohe Verfahrenskomplexität • Unübersichtlichkeit, wenn man sich nicht ständig mit dem Thema beschäftigt. • Anonymität einer großen Behörde.
Akteur*innen der Europäischen Kommission:	• Es darf nur positiv über die EU-Kommission berichtet werden, und Kritik ist vollkommen unzulässig. • Geringer Wille zur transparenten Zusammenarbeit. • Fehlende Kontaktpersonen – vor allem Expert*innen und Fachleute. • Ein Elefantenverein.
Handlungen und Zielsetzungen:	• Viele ihrer Angaben beruhen auf Forschungsergebnissen von den von Großkonzernen gekauften Wissenschaftler*innen • Es sollte mehr zur Bekämpfung des Terrors getan werden. • Geht es nach objektiven Interessen zum allgemeinen Wohl Europas oder eher nach dem „do-ut-des“-Prinzip der einzelnen Länder? • Wie kann man in diesem Elefantenverein wirksam die grassierende Korruption bekämpfen? (Wer richtet über die Richter?)

Eine Person hat sich dazu nicht klar positioniert und keine detaillierte Auskunft gegeben („will ich nicht hier äußern“).

f) Journalistische Prioritätensetzung

Analyse Printmedien gesamt: Was die journalistische Prioritätensetzung in Hinblick auf eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrifft, wird folgendes Bild deutlich: Sowohl die Einordnung österreichischer Themen in einen grenzüberschreitenden Zusammenhang (bottom up) als auch das Einbringen internationaler Perspektiven in die österreichische Debatte (top down) erhalten sehr ähnliche Zustimmungswerte: 59,29 Prozent der Befragten geben an, dass die Aussage „österreichische Themen in einen grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen“ die eigene Zielsetzung als Journalist*in zutreffend oder eher zutreffend beschreibt, sowie für 56,52 Prozent der Befragten trifft die Aussage „eine internationale Perspektive in die österreichische Debatte einbringen“ eher oder ganz zu. Damit sticht hier keine klare Prioritätensetzung hervor. Auch die Prioritäten „Verständnis für europäische Themen wecken“ (60,08 Prozent) sowie „das Verbindende zwischen den europäischen Ländern aufzeigen“ (58,10 Prozent) erhalten eine mehrheitlich hohe Zustimmung. Das Ziel „als Sprachrohr zwischen den Leser*innen und der EU dienen“ fällt hingegen als einziges deutlich ab (24,91 Prozent).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Jene Journalist*innen, die täglich oder mehrmals in der Woche Informationen zur Europäischen Kommission benötigen, beurteilen die Prioritäten „eine internationale Perspektive in die österreichische Debatte einbringen“ und „Verständnis für europäische Themen wecken“ mit jeweils 92,31 Prozent als (eher) zutreffend. Bei den Prioritäten „österreichische Themen in einem grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen“ und „das Verbindende zwischen den europäischen Ländern aufzeigen“ ist dies mit jeweils 84,62 Prozent der Fall. Diese Zahlen zeigen, dass Journalist*innen, die häufiger zur Europäischen Kommission recherchieren, diesen aufgelisteten Prioritäten deutlich öfter zustimmen als die Gesamtheit der Journalist*innen.

Journalist*innen mit mehr als drei Monaten Auslandserfahrung zeigen bei der Einbeziehung transnationaler Perspektiven eine unterschiedliche Prioritätensetzung: Jeweils mehr als 35 Prozent dieser Gruppe stimmen folgenden Aussagen zu: „österreichische Themen in einem grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen“, „eine internationale Perspektive in die Debatte einbringen“ sowie „Verständnis für europäische Themen wecken“. In der anderen Journalist*innengruppe sind es nur jeweils unter 20 Prozent.

Analyse Tageszeitungen: Der Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den Journalist*innen der sonstigen Printmedien bringt folgendes Bild zum Vorschein: Die aufgelisteten journalistischen Prioritäten zeigen bei den Journalist*innen der Tageszeitungen allesamt größere Zustimmung. Obwohl diese Gruppe in ihrer Arbeit häufiger Informationen zur Europäischen Kommission benötigt, steht auch hier die Priorität „als Sprachrohr zwischen den Leser*innen und der EU dienen“ mit großem Abstand an letzter Stelle.

Sowohl bei den Tageszeitungsjournalist*innen als auch bei den Journalist*innen der sonstigen Printmedien spielt die Recherchehäufigkeit zu Inhalten der Europäischen Kommission eine wesentliche Rolle für die Zustimmung zu den ersten vier Prioritäten. Bei den Tageszeitungsjournalist*innen sinkt die durchschnittliche Zustimmung zu den ersten vier Prioritäten von 97,22 auf 63,10 Prozent, wenn sie selten (mehrmals im Monat oder weniger) anstatt häufig (mehrmals in der Woche oder täglich) recherchieren. Ein ähnliches Verhalten ist bei den Journalist*innen der sonstigen Printmedien sichtbar: Bei diesen sinkt die durchschnittliche Zustimmungsrate von 81,94 auf 53,20 Prozent. Daraus lässt sich schließen, dass es einen direkten Zusammenhang zwischen der Zustimmung zu den ersten vier

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Prioritäten und der Häufigkeit der Recherche zur Europäischen Kommission bzw. der Art des Printmediums gibt.

Tabelle 10.2_58: Journalistische Rolle in absoluten Zahlen – gesamte Printmedien

journalistische Rolle	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Themen in grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen	68	82	60	43	**253**
internationale Perspektive in österreichische Debatte bringen	65	78	64	46	**253**
Verständnis für europäische Themen wecken	63	89	63	38	**253**
das Verbindende zwischen europäischen Ländern aufzeigen	48	99	67	39	**253**
als Sprachrohr zwischen den Leser*innen und der EU dienen	20	43	87	103	**253**

Tabelle 10.2_59: Journalistische Rolle in Prozent – gesamte Printmedien (n = 253)

journalistische Rolle	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Themen in grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen	26,88 %	32,41 %	23,72 %	17,00 %	**100 %**
internationale Perspektive in österreichische Debatte bringen	25,69 %	30,83 %	25,30 %	18,18 %	**100 %**
Verständnis für europäische Themen wecken	24,90 %	35,18 %	24,90 %	15,02 %	**100 %**
das Verbindende zwischen europäischen Ländern aufzeigen	18,97 %	39,13 %	26,48 %	15,42 %	**100 %**
als Sprachrohr zwischen den Leser*innen und der EU dienen	7,91 %	17,00 %	34,39 %	40,71 %	**100 %**

Tabelle 10.2_60: Journalistische Rolle in Prozent – Tageszeitungen (n = 60)

journalistische Rolle	Tageszeitungen				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Themen in grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen	36,67 %	36,67 %	18,33 %	8,33 %	**100 %**
internationale Perspektive in österreichische Debatte bringen	36,67 %	36,67 %	23,33 %	3,33 %	**100 %**
Verständnis für europäische Themen wecken	36,67 %	33,33 %	26,67 %	3,33 %	**100 %**
das Verbindende zwischen europäischen Ländern aufzeigen	26,67 %	50,00 %	21,67 %	1,67 %	**100 %**
als Sprachrohr zwischen den Leser*innen und der EU dienen	10,00 %	25,00 %	31,67 %	33,33 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_61: Journalistische Rolle in Prozent – sonstige Printmedien (n = 151)

journalistische Rolle	sonstige Printmedien				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
österreichische Themen in grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen	23,84 %	33,77 %	25,17 %	17,22 %	**100 %**
internationale Perspektive in österreichische Debatte bringen	23,18 %	30,46 %	25,17 %	21,19 %	**100 %**
Verständnis für europäische Themen wecken	23,84 %	37,75 %	22,52 %	15,89 %	**100 %**
das Verbindende zwischen europäischen Ländern aufzeigen	17,88 %	35,76 %	30,46 %	15,89 %	**100 %**
als Sprachrohr zwischen den Leser*innen und der EU dienen	8,61 %	15,89 %	35,76 %	39,74 %	**100 %**

Analyse Printmedien gesamt: Die Angaben zu den allgemeinen journalistischen Prioritäten, welche die befragten Journalist*innen allgemein in ihrem Beruf verfolgen, zeigen, dass ein hoher Anteil der Befragten an der Erklärung komplexer Sachverhalte und an neutraler und präziser Information interessiert ist. Mit diesen Prioritäten, die mit Abstand am meisten Zustimmung erhalten, können sich 75,95 Prozent bzw. 74,05 Prozent der Befragten identifizieren. Darüber hinaus stimmen mehr als zwei Drittel der Befragten den Zielen „neue Trends und Ideen aufzeigen“, „positive Ideale vermitteln“, „dem Publikum als Ratgeber dienen“ und „Kritik an Missständen üben“ voll oder eher zu. Auch das Ziel „dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln“ ist für die Mehrheit der Journalist*innen erstrebenswert.

Zwar ist es für 70,23 Prozent der Befragten wichtig oder eher wichtig, positive Ideale zu vermitteln, die Verbreitung eigener Ansichten wird hingegen von 72,14 Prozent als wenig oder nicht verfolgbares Ziel angegeben, was wiederum eine Tendenz gegen Meinungsjournalismus zeigt. Die Antworten zur Kritik- und Kontrollfunktion der Medien geben ein nicht ganz einheitliches Bild wieder: Einerseits deklariert eine deutliche Mehrheit (66,03 Prozent) die „Kritik an Missständen“ als Priorität. Die Bereiche Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft zu kontrollieren, sieht jedoch die Mehrheit der Befragten (73,66 Prozent) als nicht erstrebenswert. Die Beeinflussung der politischen Tagesordnung wird mehrheitlich deutlich abgelehnt (75,58 Prozent).

Jene Journalist*innen, die täglich oder mehrmals in der Woche Informationen über die Europäische Kommission benötigen, stimmen folgenden journalistischen Prioritäten häufiger zu: „komplexe Sachverhalte erklären (94,87 Prozent versus 72,17 Prozent), „Kritik an

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Missständen üben“ (43,59 Prozent versus 27,83 Prozent) sowie „Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren“ (15,38 Prozent versus 7,55 Prozent).

Analyse Tageszeitungen: Unterscheidet man wieder zwischen den beiden Journalist*innengruppen, so ergibt sich bei folgenden Zielen ein deutliches Übergewicht bei der Antwort „trifft zu“ für die Tageszeitungsjournalist*innen: „komplexe Sachverhalte erklären“ (91,67 Prozent versus 68,87 Prozent), „dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln“ (40,00 Prozent versus 20,53 Prozent), „mich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind“ (26,67 Prozent versus 13,91 Prozent), und „Kritik an Missständen üben“ (48,33 Prozent versus 24,50 Prozent).
Deutlich konträr verhält sich das Antwortverhalten bei den Themen „positive Ideale vermitteln“ (11,67 Prozent versus 35,10 Prozent) sowie „dem Publikum als Ratgeber*in dienen“ (15,00 Prozent versus 31,79 Prozent). Wenn man die in vielfacher Weise unterschiedlichen Informationsaufgaben zwischen Tageszeitungsjournalist*innen und den Journalist*innen sonstiger Printmedien betrachtet (wie z. B. der Fachzeitschriften), so sind diese Unterschiede jedoch nicht überraschend.

Tabelle 10.2_62: Journalistische Rolle in absoluten Zahlen – gesamte Printmedien

journalistische Prioritäten	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
komplexe Sachverhalte erklären	199	53	10	0	**262**
neutral und präzise informieren	194	60	7	1	**262**
möglichst schnell Informationen vermitteln	73	88	83	18	**262**
Nachrichten für ein möglichst breites Publikum	51	98	76	37	**262**
neue Trends und Ideen aufzeigen	93	92	60	17	**262**
positive Ideale vermitteln	76	108	60	18	**262**
als Ratgeber*in dienen	77	99	66	20	**262**
eigene Ansichten präsentieren	16	57	124	65	**262**
politische Tagesordnung beeinflussen	16	48	81	117	**262**
Kritik an Missständen üben	79	94	56	33	**262**
Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren	23	46	77	116	**262**
Plattform für Meinungen von öffentlichem Interesse geben	23	79	82	78	**262**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_63: Journalistische Rolle in Prozent – gesamte Printmedien (n = 262)

journalistische Prioritäten	Printmedien gesamt				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
komplexe Sachverhalte erklären	75,95 %	20,23 %	3,82 %	0,00 %	**100 %**
neutral und präzise informieren	74,05 %	22,90 %	2,67 %	0,38 %	**100 %**
möglichst schnell Informationen vermitteln	27,86 %	33,59 %	31,68 %	6,87 %	**100 %**
Nachrichten für ein möglichst breites Publikum	19,47 %	37,40 %	29,01 %	14,12 %	**100 %**
neue Trends und Ideen aufzeigen	35,50 %	35,11 %	22,90 %	6,49 %	**100 %**
positive Ideale vermitteln	29,01 %	41,22 %	22,90 %	6,87 %	**100 %**
als Ratgeber*in dienen	29,39 %	37,79 %	25,19 %	7,63 %	**100 %**
eigene Ansichten präsentieren	6,11 %	21,76 %	47,33 %	24,81 %	**100 %**
politische Tagesordnung beeinflussen	6,11 %	18,32 %	30,92 %	44,66 %	**100 %**
Kritik an Missständen üben	30,15 %	35,88 %	21,37 %	12,60 %	**100 %**
Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren	8,78 %	17,56 %	29,39 %	44,27 %	**100 %**
Plattform für Meinungen von öffentlichem Interesse geben	8,78 %	30,15 %	31,30 %	29,77 %	**100 %**

Tabelle 10.2_64: Journalistische Rolle in Prozent – Tageszeitungen (n = 60)

journalistische Prioritäten	Tageszeitungen				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
komplexe Sachverhalte erklären	91,67 %	6,67 %	1,67 %	0,00 %	**100 %**
neutral und präzise informieren	78,33 %	20,00 %	0,00 %	1,67 %	**100 %**
möglichst schnell Informationen vermitteln	40,00 %	40,00 %	15,00 %	5,00 %	**100 %**
Nachrichten für ein möglichst breites Publikum	26,67 %	50,00 %	20,00 %	3,33 %	**100 %**
neue Trends und Ideen aufzeigen	31,67 %	33,33 %	33,33 %	1,67 %	**100 %**
positive Ideale vermitteln	11,67 %	45,00 %	36,67 %	6,67 %	**100 %**
als Ratgeber*in dienen	15,00 %	36,67 %	40,00 %	8,33 %	**100 %**
eigene Ansichten präsentieren	5,00 %	25,00 %	50,00 %	20,00 %	**100 %**
politische Tagesordnung beeinflussen	6,67 %	15,00 %	36,67 %	41,67 %	**100 %**
Kritik an Missständen üben	48,33 %	35,00 %	15,00 %	1,67 %	**100 %**
Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren	16,67 %	25,00 %	25,00 %	33,33 %	**100 %**
Plattform für Meinungen von öffentlichem Interesse geben	8,33 %	31,67 %	36,67 %	23,33 %	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_65: Journalistische Rolle in Prozent – sonstige Printmedien (n = 151)

journalistische Prioritäten	sonstige Printmedien				
	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu	Summe
komplexe Sachverhalte erklären	68,87 %	27,15 %	3,97 %	0,00 %	**100 %**
neutral und präzise informieren	72,19 %	24,50 %	3,31 %	0,00 %	**100 %**
möglichst schnell Informationen vermitteln	20,53 %	29,80 %	41,06 %	8,61 %	**100 %**
Nachrichten für ein möglichst breites Publikum	13,91 %	34,44 %	35,10 %	16,56 %	**100 %**
neue Trends und Ideen aufzeigen	37,09 %	36,42 %	21,19 %	5,30 %	**100 %**
positive Ideale vermitteln	35,10 %	39,07 %	21,19 %	4,64 %	**100 %**
als Ratgeber*in dienen	31,79 %	41,06 %	23,18 %	3,97 %	**100 %**
eigene Ansichten präsentieren	5,30 %	22,52 %	46,36 %	25,83 %	**100 %**
politische Tagesordnung beeinflussen	68,87 %	27,15 %	3,97 %	0,00 %	**100 %**
Kritik an Missständen üben	72,19 %	24,50 %	3,31 %	0,00 %	**100 %**
Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren	20,53 %	29,80 %	41,06 %	8,61 %	**100 %**
Plattform für Meinungen von öffentlichem Interesse geben	13,91 %	34,44 %	35,10 %	16,56 %	**100 %**

3.) Einschätzungen von Wissen und Haltungen zur Europäischen Union und der Europäischen Kommission

a) Einschätzung der Haltung des Herkunftsmediums zur Europäischen Union

Analyse Printmedien gesamt: Nur 3,79 Prozent der befragten Journalist*innen schätzen die Haltung ihres Herkunftsmediums gegenüber der EU als ziemlich negativ ein und fast zwei Drittel (65,41 Prozent) als ziemlich positiv oder sehr positiv. Davon entfällt sogar fast ein Viertel der Antworten (23,70 Prozent) auf „sehr positiv“. Überhaupt keine Antwort wird dem Bereich „sehr negativ“ zugeordnet. Neben einem knappen Drittel an neutralen Einschätzungen (30,81 Prozent) kann also festgestellt werden, dass ein Großteil der Journalist*innen eine ziemlich positive oder sehr positive Haltung ihrer Herkunftsmedien gegenüber der EU konstatieren.

Fokus Tageszeitungen: Ein Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den sonstigen Printjournalist*innen zeigt bei beiden Gruppen eine positive Einschätzung der Einstellung des eigenen Mediums gegenüber der EU, wobei Tageszeitungsjournalist*innen deutlich stärker die Meinung vertreten, dass ihr Medium sehr positiv oder ziemlich positiv der EU gegenüber eingestellt ist. 80,00 Prozent stimmen dieser Aussage zu, während es bei den sonstigen Printjournalist*innen nur 59,60 Prozent sind. *[Anmerkung: Die Inhaltsanalyse*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

österreichischer Tageszeitungen hat ein hierzu konträres Bild gezeichnet. Die wenigsten der analysierten Artikel zur Europäischen Kommission sind mit positiven Konnotationen versehen – siehe Kapitel 10.1.4.]

Tabelle 10.2_66: EU-Affinität des eigenen Mediums – gesamte Printmedien

EU-Affinität	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
sehr positiv	50	23,70 %
ziemlich positiv	88	41,71 %
neutral	65	30,81 %
ziemlich negativ	8	3,79 %
sehr negativ	0	0,00 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_67: EU-Affinität des eigenen Mediums – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

EU-Affinität	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
sehr positiv	13	21,67 %	37	24,50 %
ziemlich positiv	35	58,33 %	53	35,10 %
neutral	9	15,00 %	56	37,09 %
ziemlich negativ	3	5,00 %	5	3,31 %
sehr negativ	0	0,00 %	0	0,00 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

b) Einschätzungen zur eigenen Identität

Analyse Printmedien gesamt:

Ein Großteil der befragten Journalist*innen betont die eigene Identität als Österreicher*innen (70,48 Prozent). 55,24 Prozent fühlen sich als Österreicher*innen und Europäer*innen, welche die mit Abstand größte Gruppe ausmachen. Die europäische Identität überwiegt gegenüber der österreichischen hingegen für weitere 21,43 Prozent. 8,10 Prozent der Befragten fühlen sich nur als Europäer*innen.

Analyse Tageszeitungen: Hier sind keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den Journalist*innen der sonstigen Printmedien erkennbar. Die Verteilung der Antworten entspricht dem Ergebnis der gesamten Stichprobe.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_68: Nationale/europäische Identität – gesamte Printmedien

Identität	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
Österreicher*in	32	15,24 %
Österreicher*in und Europäer*in	116	55,24 %
Europäer*in und Österreicher*in	45	21,43 %
Europäer*in	17	8,10 %
Summe	**210**	**100 %**

Tabelle 10.2_69: Nationale/europäische Identität – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Identität	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Österreicher*in	10	16,95 %	22	14,57 %
Österreicher*in und Europäer*in	33	55,93 %	83	54,97 %
Europäer*in und Österreicher*in	12	20,34 %	33	21,85 %
Europäer*in	4	6,78 %	13	8,61 %
Summe	**59**	**100 %**	**151**	**100 %**

c) Einstellungen zur Europäischen Union

Analyse Printmedien gesamt: Die persönliche Einschätzung zur EU wird von den befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien eher positiv eingestuft: 12,80 Prozent haben ein sehr positives und 49,76 Prozent ein ziemlich positives Bild von der EU. Ein sehr negatives Zeugnis stellen der EU nur 2,37 Prozent aus.

Zudem ist auffällig, dass die Journalist*innen die Blattlinie des eigenen Mediums gegenüber der persönlichen individuellen Einstellung zur EU noch positiver einstufen. Bemerkenswert ist dabei, dass Personen, die selbst eine negative Einstellung gegenüber der EU haben, diese auch verstärkt ihrem eigenen Medium zuschreiben, während Journalist*innen mit einer positiven Einstellung auch ihr eigenes Medium als EU-freundlich einstufen. So geben von den 33 Personen, die selbst ein ziemlich negatives oder negatives Bild von der EU haben, nur 24,24 Prozent an, dass ihr eigenes Medium eine sehr oder ziemlich positive Einstellung zur EU hat. Von jenen Journalist*innen hingegen, die selbst eine ziemlich positive oder sehr positive Haltung der EU gegenüber äußern, wird die Einstellung des eigenen Mediums zur EU sogar von 81,07 Prozent als sehr oder ziemlich positiv bewertet. Von den Journalist*innen, die ein

10.15772/ANDRASSY.2021.001

positives Bild von der EU haben, gibt keine einzige Person an, dass das eigene Medium sehr oder ziemlich negativ gegenüber der EU eingestellt ist.

Auch ein Zusammenhang zur eigenen (österreichischen und/oder europäischen) Identität der Befragten kann festgestellt werden: Von den 62 Personen, die ihre europäische Identität hervorheben und sich entweder als Europäer*in oder als Europäer*in und Österreicher*in fühlen, geben 82,26 Prozent an, ein sehr oder ziemlich positives Bild von der EU zu haben. Demgegenüber stehen nur 8,06 Prozent, die ein ziemlich oder sehr negatives Bild von der EU äußern. Genau umgekehrt ist das Antwortverhalten jener Journalist*innen, die ihre österreichische Identität in den Vordergrund stellen: Nur 21,88 Prozent haben von der EU ein sehr oder ziemlich positives Bild. Demgegenüber stehen 53,13 Prozent, welche die EU sehr oder ziemlich negativ sehen. Die Antworten jener Journalist*innengruppe, die sich als Österreicher*innen *und* Europäer*innen fühlen, liegen wiederum in der Mitte.

Analyse Tageszeitungen: Hier sind kaum Unterschiede zwischen den beiden Gruppen festzustellen. Die Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen ist der EU gegenüber marginal positiver eingestellt: So haben zum Beispiel nur 10,00 Prozent ein negatives oder ziemlich negatives Bild von der EU, bei den sonstigen Printjournalisten sind es hingegen 17,88 Prozent.

Tabelle 10.2_70: Bild der EU – gesamte Printmedien

Bild der EU	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
ein sehr positives	27	12,80 %
ein ziemlich positives	105	49,76 %
ein neutrales	46	21,80 %
ein ziemlich negatives	28	13,27 %
ein sehr negatives	5	2,37 %
Summe	**211**	**100 %**

Tabelle 10.2_71: Bewertung der EU – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

Bild der EU	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
ein sehr positives	8	13,33 %	19	12,58 %
ein ziemlich positives	32	53,33 %	73	48,34 %
ein neutrales	14	23,33 %	32	21,19 %
ein ziemlich negatives	4	6,67 %	24	15,89 %
ein sehr negatives	2	3,33 %	3	1,99 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

d) Einschätzung zur Europäischen Kommission

Analyse Printmedien gesamt: Die persönliche Haltung der Journalist*innen gegenüber der Europäischen Kommission ist zweigeteilt: Knapp mehr als die Hälfte (50,22 Prozent) stehen den Entscheidungen der Europäischen Kommission eher positiv gegenüber. 43,72 Prozent der Journalist*innen sind den Entscheidungen gegenüber eher negativ eingestellt, und 4,33 Prozent der Befragten lehnen die Entscheidungen der Europäischen Kommission „voll und ganz" ab.

Während die EU von einer Mehrheit der Journalist*innen insgesamt eher positiv wahrgenommen wird, so zeigt sich das Bild der Haltung der Journalist*innen gegenüber der Europäischen Kommission als deutlich differenzierter: Eine volle Zustimmung zu den Entscheidungen der Europäischen Kommission geben nur 1,73 Prozent der Journalist*innen. Wird dieser Wert mit jenen 12,80 Prozent der Befragten verglichen, die das Bild der EU generell als sehr positiv bewerten, ist hier also eine deutliche Differenz sichtbar. Auch im negativen Spektrum zeigt sich ein ähnliches Bild: Während nur 2,37 Prozent der Journalist*innen die EU als sehr negativ einstufen, lehnen beinahe doppelt so viele die Entscheidungen der Europäischen Kommission „voll und ganz" ab (4,33 Prozent). Auffallend ist in diesem Zusammenhang auch, dass von jenen 132 Personen, die die EU als sehr oder ziemlich positiv einschätzen, immerhin noch 38 Personen den Entscheidungen der Kommission eher nicht zustimmen und eine Person diese sogar vollständig ablehnt.

Das Bild ändert sich jedoch, wenn die befragten Personen bereits in Interaktion zur Europäischen Kommission getreten sind: Wurde mit der Europäischen Kommission bereits Kontakt aufgenommen, werden ihre Entscheidungen von den befragten Journalist*innen überwiegend nicht als negativ wahrgenommen. Auch die Zuordnungen zu klar negativen Assoziationen wie „Manipulatorin", „Blockiererin" oder „Gegenspielerin" bewegen sich in dieser Gruppe unter der 10-Prozent-Grenze. Bezeichnungen wie „Partnerin" und „Input-Geberin" erhalten hier deutlich höhere Zustimmung als bei jenen Befragten, die mit der Europäischen Kommission noch nie in Kontakt getreten sind.

Analyse Tageszeitungen: Der Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den Journalist*innen der sonstigen Printmedien ergibt in beiden Gruppen ein sehr ähnliches Bild wie die gesamte Stichprobe.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_72: Persönliche Einstellung zu den Entscheidungen der Europäischen Kommission – gesamte Printmedien

persönliche Haltung	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
stimme voll und ganz zu	4	1,73 %
stimme eher zu	116	50,22 %
stimme eher nicht zu	101	43,72 %
lehne voll und ganz ab	10	4,33 %
Summe	**231**	**100 %**

Tabelle 10.2_73: Persönliche Einstellung zu den Entscheidungen der Europäischen Kommission – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

persönliche Haltung	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
stimme voll und ganz zu	0	0,00 %	4	2,65 %
stimme eher zu	34	56,67 %	73	48,34 %
stimme eher nicht zu	23	38,33 %	67	44,37 %
lehne voll und ganz ab	3	5,00 %	7	4,64 %
Summe	**60**	**100 %**	**151**	**100 %**

e) Wissen und Weiterbildung zur Europäischen Union

Analyse Printmedien gesamt: Folgt man der eigenen Einschätzung der Journalist*innen, geben 80,95 Prozent der Befragten an, ein (sehr) umfassendes Wissen über die EU zu haben. Nur 0,95 Prozent geben an, einen unzureichenden Wissensstand zur EU zu haben. *[Anmerkung: Im Rahmen der Leitfaden-Interviews mit den Kommunikationsverantwortlichen und den Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission wird ein konträres Bild vom Wissen der Journalist*innen gezeichnet – siehe Kapitel 10.3.3.]* Nur etwa 28 Prozent der antwortenden Journalist*innen nehmen regelmäßig oder mehrfach an Weiterbildungen teil. Ein Drittel der Befragten (33,81 Prozent) hat noch nie an einer Weiterbildung zur EU teilgenommen. Von jenen 143 Personen, die zumindest mehrmals im Jahr Informationen zur Europäischen Kommission benötigen und die auch Angaben zur EU-Weiterbildung getätigt haben, haben 77,62 Prozent zumindest ein Mal eine Weiterbildung zur EU besucht. Generell kann aber festgehalten werden, dass Personen, die öfter Fortbildungen zu EU-Themen besuchen, sich in Sachen EU auch tatsächlich besser informiert fühlen. So antworten 94,91 Prozent der Befragten, die regelmäßig oder mehrfach Schulungen zur EU besucht haben, ein sehr umfassendes oder umfassendes Wissen zur EU aufzuweisen.

Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass die männlichen Befragten ihr Wissen zur EU als deutlich besser einschätzen als die weiblichen. Während sich 5,80 Prozent der Frauen sehr

10.15772/ANDRASSY.2021.001

umfassend informiert fühlen, sind es bei den Männern 15,00 Prozent. Darüber hinaus geben 30,44 Prozent der Frauen ihren Wissensstand zur EU als gering oder unzureichend an, während sich nur 13,57 Prozent der Männer wenig informiert fühlen und kein einziger angibt, unzureichendes Wissen zur EU zu haben.

Auch die Teilnahmehäufigkeit an EU-Weiterbildungen ist bei Frauen weniger stark ausgeprägt als bei Männern. Während bei den Männern knapp mehr als jeder Dritte (34,28 Prozent) angibt, regelmäßig oder mehrfach an Schulungen teilgenommen zu haben, ist es bei den Frauen nicht einmal jede siebente Befragte (14,49 Prozent). Eine Erklärung könnte darin liegen, dass sich Frauen in ihrer journalistischen Arbeit weniger häufig mit EU-Themen beschäftigen als Männer. Nur 8,70 Prozent der befragten Frauen geben an, täglich oder mehrmals die Woche Informationen über die Europäische Kommission zu benötigen, in der Gruppe der männlichen Befragten sind es hingegen 19,62 Prozent.

Analyse Tageszeitungen: Tageszeitungsjournalist*innen schätzen ihr eigenes Wissen zur EU deutlich besser ein als die Gruppe der sonstigen Printjournalist*innen. Von den Tageszeitungsjournalist*innen gibt keine Person an, unzureichendes Wissen zur EU zu haben (versus 1,32 Prozent bei den Journalist*innen der sonstigen Printmedien). 10,17 Prozent antworten, nur geringes Wissen zur EU aufzuweisen (versus 21,19 Prozent bei den Journalist*innen der sonstigen Printmedien). Ein sehr umfassendes Wissen zur EU attestieren sich 18,64 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen (versus nur 9,27 Prozent der Journalist*innen der sonstigen Printmedien).

Hier sieht man deutlich, dass Tageszeitungsjournalist*innen häufiger Weiterbildungen besuchen. In dieser Gruppe geben 40,68 Prozent an, diese regelmäßig oder mehrfach zu besuchen, während es in der Gruppe der Journalist*innen der sonstigen Printmedien nur 23,18 Prozent sind.

Tabelle 10.2_74: Wissen zur EU – gesamte Printmedien

EU-Wissen	**Printmedien gesamt**	
	Anzahl	**Prozent**
sehr umfassend	25	11,90 %
umfassend	145	69,05 %
gering	38	18,10 %
unzureichend	2	0,95 %
Summe	**210**	**100 %**

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tabelle 10.2_75: Wissen zur EU – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

EU-Wissen	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
sehr umfassend	11	18,64 %	14	9,27 %
umfassend	42	71,19 %	103	68,21 %
gering	6	10,17 %	32	21,19 %
unzureichend	0	0,00 %	2	1,32 %
Summe	**59**	**100 %**	**151**	**100 %**

Tabelle 10.2_76: Weiterbildung zur EU – gesamte Printmedien

EU-Weiterbildung	Printmedien gesamt	
	Anzahl	Prozent
regelmäßig	10	4,76 %
mehrfach	49	23,33 %
selten	80	38,10 %
nie	71	33,81 %
Summe	**210**	**100 %**

Tabelle 10.2_77: Weiterbildung zur EU – Tageszeitungen/sonstige Printmedien

EU-Weiterbildung	Tageszeitungen		sonstige Printmedien	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
regelmäßig	4	6,78 %	6	3,97 %
mehrfach	20	33,90 %	29	19,21 %
selten	19	32,20 %	61	40,40 %
nie	16	27,12 %	55	36,42 %
Summe	**59**	**100 %**	**151**	**100 %**

10.2.4 Zusammenfassung

Der Nachrichtenproduktionsprozess aus der Perspektive der Journalist*innen österreichischer Printmedien

Die Ergebnisse der Online-Befragung veranschaulichen den Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission aus der Perspektive der Journalist*innen österreichischer Printmedien. An der Befragung, die zwischen Juli und September 2017 stattgefunden hat, haben sich insgesamt 262 Journalist*innen beteiligt. Sie schreiben für Tageszeitungen, wöchentlich oder 14-tägig erscheinende Zeitungen oder Magazine sowie für Monatsmagazine oder Fachzeitschriften.

Die folgende Zusammenfassung gibt einerseits Einblick in die journalistische Berichterstattung (Häufigkeiten, bevorzugte Themen, Informationsquellen), andererseits werden Erkenntnisse

10.15772/ANDRASSY.2021.001

zum kommunikativen Handeln sowie zu den Interaktionen zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus aus der Sicht der Journalist*innen österreichischer Printmedien beschrieben. Inwiefern die Journalist*innen in den Nachrichtenproduktionsprozessen zu Inhalten der Europäischen Kommission Verstärker und Hindernisse entlarven, veranschaulicht ein großer Themenblock mit offenen Antworten. Darüber hinaus werden auch Angaben zu den Kommunikationsinteressen und Motiven für eine Interaktion mit der Europäischen Kommission zusammengefasst, welche die Journalist*innen als prioritär für ihre Berichterstattung bezeichnen.

Der Auswertungsprozess selbst stützt sich auf die Vorgaben der Forschungsfragen und kennzeichnet sich durch eine dreiteilige Analyse: Einerseits wird ein genereller Überblick über das gesamte Antwortenspektrum gegeben, und andererseits werden – analog zum spezifischen Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit – Unterschiede zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den Journalist*innen der restlichen Printmedien herausgearbeitet. Bei Bedarf werden noch zusätzliche Auffälligkeiten hinsichtlich übereinstimmender und differenter Merkmale eingefügt (Kuckartz et al. 2009, 66–72). Aufgrund bisher fehlender aktueller Studien zu diesem Thema in Österreich, kann bei der Interpretation der Ergebnisse bislang jedoch keine Vergleichsstudie herangezogen werden.

Die vorliegenden überlappenden und konfligierenden Eigenschaften und Verhaltensweisen zwischen den befragten Journalist*innen im Berichterstattungsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission dienen als Grundlage, um das kommunikative Handeln der österreichischen Printjournalist*innen sowie jene Faktoren zu enthüllen, die aus Sicht der Journalist*innen zu einer Veröffentlichung von Inhalten zur Europäischen Kommission führen bzw. eine solche behindern. Dabei muss freilich die allgemeine Standortgebundenheit der befragten Journalist*innen mitgedacht werden, die im Rahmen dieser Umfrage zum Teil durch weitere persönliche Einschätzungsfragen erhoben wurde. In einem Gesamt-Resümee sollten jedoch auch jene Journalist*innen nicht vernachlässigt werden, die sich aufgrund des spezifischen Forschungsthemas eventuell von vornherein nicht an der Umfrage beteiligt haben.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

1.) Charakteristika der Befragten

Die Teilnehmer*innen der Online-Befragung sind vor allem männlich (61 Prozent) und charakterisieren sich durch ein hohes Alter (60 Prozent über 46 Jahre und nur 17 Prozent unter 35 Jahren) sowie viel Berufserfahrung im journalistischen Bereich. So geben 80 Prozent der Befragten an, bereits länger als zehn Jahre im Journalismus tätig zu sein. Geht man dvon aus, dass die Befragten nach dem Einstieg in den Journalismus ihre Tätigkeit ohne Unterbrechung ausgeführt haben, dann waren bereits 36,26 Prozent beim österreichischen EU-Beitritt journalistisch tätig. Man kann daher davon ausgehen, dass ein hoher Anteil der befragten Journalist*innen in ihrer sekundären und tertiären Ausbildung wenig bis gar nichts über das Mehrebenensystem der Europäischen Union gelernt hat. Nur ein Drittel der Befragten gibt an, keinen tertiären Hochschulabschluss vorzuweisen, ein Sechstel hat ein Promotionsstudium absolviert. Was die Auslandserfahrungen der befragten Journalist*innen betrifft, lässt sich konstatieren, dass die Hälfte weniger als drei Monate im Rahmen ihrer Ausbildung oder beruflichen Tätigkeit im Ausland verbracht hat und nur 22,28 Prozent mehr als ein Jahr. Die Reichweite des eigenen Herkunftsmediums wird von zwei Dritteln der Befragten als „national“ und nur von einem Drittel als „regional“ eingestuft. 73,46 Prozent geben an, für ein Kaufmedium zu arbeiten.

Die Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen unter den Befragten (28,44 Prozent) zeichnet sich durch einen noch größeren Anteil an männlichen Teilnehmern (78,33 Prozent), eine noch längere Berufserfahrung (50,00 Prozent sind länger als 25 Jahre im Journalismus tätig) und eine größere Prozentzahl an Promotionsabschlüssen (23,33 Prozent) im Vergleich zum gesamten Datensatz aus. Auffällig ist, dass 95,00 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen für ein Kaufmedium arbeiten. Im Vergleich zu den Journalist*innen des sonstigen Printmedienspektrums gibt es hinsichtlich nationaler bzw. regionaler Verbreitung kaum Unterschiede. 73,34 Prozent aller befragten Tageszeitungsjournalist*innen sind als Vollzeit- oder Teilzeit-Redakteur*innen tätig. 46,66 Prozent arbeiten in Wirtschafts-, Innenpolitik- oder Außenpolitik-Ressorts sowie 31,67 Prozent in den Ressorts Chronik, Lokales oder Sonstiges. Damit ist eine starke Konzentration auf wenige Ressorts gegeben. Diese Gruppe ist damit in ihrer Zusammensetzung relativ homogen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Deutlich heterogener stellt sich die Gruppe der Journalist*innen der sonstigen Printmedien heraus: Hier arbeitet im Vergleich zu den Tageszeitungsjournalist*innen eine größere Anzahl der Befragten im Gratiszeitungssegment. Ein Frauenanteil von 37,75 Prozent zeugt von einer stärkeren Durchmischung der Geschlechter. Die Befragten lassen sich 17 unterschiedlichen Ressorts zuordnen, und nur 29,21 Prozent (versus 46,66 Prozent der Tageszeitungsjournalist*innen) arbeiten in Wirtschafts-, Innenpolitik- und Außenpolitik-Ressorts.

Ein Drittel der befragten Journalist*innen gibt an, als Chefredakteur*in zu arbeiten. Diese Zahl mag auf den ersten Blick erstaunen, lässt sich jedoch darauf zurückführen, dass bei den sonstigen Printmedien 46,36 Prozent diese Auswahl getroffen haben (versus 3,33 Prozent bei den Befragten der Tageszeitungen). Die Kleinteiligkeit der Redaktionsstrukturen bei Fachzeitschriften, Monatszeitungen bzw. Magazinen könnte als Erklärung dafür dienen. Zugleich lässt sich daraus wiederum auf die starke Beantwortungsrate von männlichen Befragten rückschließen: Vier von fünf Chefredaktionen befinden sich in Österreich in männlichen Händen (Dietrich-Gsenger & Seethaler 2019, 53–56).

Vergleicht man die Charakteristika der Befragten der vorliegenden Online-Befragung mit dem aktuellen österreichischen Journalismus-Report (eine Gesamterhebung aller Journalist*innen in Österreich), so unterscheiden sich die Ergebnisse teilweise: Der Report ermittelte für 2018/19 einen Männeranteil von 55 Prozent in den gesamten österreichischen Printmedien und von 58 Prozent in den österreichischen Tageszeitungen. 45 Prozent der Printjournalist*innen haben laut Journalismus-Report einen Hochschulabschluss, bei den Tageszeitungsjournalist*innen sind es 43 Prozent (Kaltenbrunner et al. 2020, 234–236). Wie in der vorliegenden Analyse ist das Durchschnittsalter der erhobenen Daten des Journalismus-Reports mit 44,5 Jahren ebenfalls relativ hoch (Kaltenbrunner et al. 2020, 213) *(siehe Kapitel 6.2.2).*

2.) Interaktionen zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien

67 Prozent der Befragten haben schon einmal im Rahmen ihrer journalistischen Arbeit zur Europäischen Kommission recherchiert. 16 Prozent benötigen mehrmals die Woche oder

10.15772/ANDRASSY.2021.001

täglich Informationen zur Europäischen Kommission. 18 Prozent der Befragten geben an, mehrmals im Monat Informationen zu benötigen. Im Gegensatz dazu braucht ungefähr ein Drittel der Journalist*innen gar keine Informationen. Sechs Prozent aller Befragten schließen es auch grundsätzlich aus, solche Informationen in Zukunft zu benötigen. *[Anmerkung: Bei der Interpretation dieser Daten ist das bereits im E-Mail-Anschreiben ausgewiesene EU-Thema der Umfrage als Selektionskriterium mitzudenken, das möglicherweise von vornherein eine gewisse Verzerrung verursacht.]*

Männer und jene Journalist*innen mit einer positiven Einstellung zur EU recherchieren deutlich häufiger zur Europäischen Kommission. Dies kann jedoch auch damit zusammenhängen, dass vor allem klassische EU-Journalismus-Ressorts wie Politik und Wirtschaft nach wie vor stark männlich bestezt sind (Dietrich-Gsenger & Seethaler 2019, 53–56). Bei Journalist*innen, die für Tageszeitungen arbeiten, geben mit 55 Prozent mehr als die Hälfte der Personen an, Informationen zur Europäischen Kommission mehrmals im Monat oder öfter zu benötigen. Im Vergleich dazu sind es bei den sonstigen Printmedien mit 26 Prozent deutlich weniger. Tageszeitungsjournalist*innen benötigen also viel häufiger Informationen über die Europäische Kommission als sonstige Printjournalist*innen.

Den direkten Weg zur Europäischen Kommission, um Informationen zu ihren Belangen zu erhalten, nehmen 21 Prozent der Befragten „oft“ und 32 Prozent der Befragten „manchmal“ in Anspruch – also eine knappe Mehrheit der Journalist*innen. Bei der Recherche zu Belangen der Europäischen Kommission greifen die befragten österreichischen Journalist*innen jedoch überwiegend auf Informationen von österreichischen Quellen, vor allem von österreichischen Expert*innen und Presseagenturen zurück. Informationen von internationalen Expert*innen und internationalen Presseagenturen werden hingegen deutlich seltener begehrt. Eine starke nationale Selbstreferenzialität und die Dominanz nationaler Akteur*innen in der politischen Berichterstattung bei europapolitischen Themen wird auch in der Literatur bestätigt (Latzer & Saurwein 2006, 22). Hier muss den Vorarbeiten von *Trenz* zur EU-Kommunikation widersprochen werden: Er sieht die Informationspolitik der EU als zentrale Akteurin zur Selektion medialer Nachrichten zur EU und führt dies auf mangelnde Eigenrecherche zurück (Trenz 2005, 285). Im Fall der vorliegenden Online-Befragung zur Kommunikation der Europäischen Kommission kann das nicht bestätigt werden. Auch *Deirdre* betrachtet die Rolle der Europäischen Kommission differenzierter: *„while the Commission officially generates the*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

*most information, informal and national sources see to contribute most to the creation of 'news'" (*Deirdre 2007, 199). Bemerkenswert ist außerdem, dass laut der vorliegenden Befragung vor allem jene Journalist*innen, die der EU negativ oder ziemlich negativ gegenüberstehen, sich besonders oft auf österreichische Quellen verlassen.

Tageszeitungsjournalist*innen beziehen von fast allen Quellen öfter Informationen als ihre Kolleg*innen der sonstigen Printmedien. Dieses Antwortverhalten ist wohl eine direkte Konsequenz davon, dass Tageszeitungsjournalist*innen generell mehr Informationen zur Europäischen Kommission benötigen und daher generell öfter auf Informationsquellen zurückgreifen.

Was die konkreten Informationsquellen betrifft, welche direkt von der Europäischen Kommission angeboten werden, werden folgende zwei Bereiche am häufigsten von den befragten Journalist*innen verwendet: Pressemitteilungen, Newsletter bzw. die Website der Europäischen Kommission sowie das Medienservice der Europäischen Kommission in Brüssel. Das sind auch die bedeutendsten Interaktionsplattformen der Europäischen Kommission mit den österreichischen Journalist*innen und die einzigen beiden Bereiche, die von einer Mehrheit der Journalist*innen oft oder manchmal konsultiert werden. Alle anderen abgefragten Informationsquellen der Europäischen Kommission werden von einer Mehrheit selten oder nie benützt und haben somit überwiegend geringen Wert bei der Aufnahme von Interaktionen mit der Europäischen Kommission für die Journalist*innen (das Vertretungsbüro der Europäischen Kommission in Österreich, Veranstaltungen der Europäischen Kommission in Österreich, Büros der Kommissar*innen bzw. das Präsidium der Europäischen Kommission in Brüssel, Pressereisen oder Veranstaltungen in Brüssel, das Midday-Briefing der Europäischen Kommission sowie Kamingespräche).

Die Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen zeigt eine im Vergleich zu den sonstigen Printjournalist*innen häufigere Inanspruchnahme aller Informationsdienste der Europäischen Kommission. Dieses Antwortverhalten kann als direkte Konsequenz davon interpretiert werden, dass Tageszeitungsjournalist*innen mehr Informationen zur Europäischen Kommission benötigen und daher generell öfter auf Informationsquellen zurückgreifen.

In der gesamten Stichprobe wird die Europäische Kommission am häufigsten als „Partnerin für EU-Kommunikation" oder als „Lobbyistin für eigene Interessen" bezeichnet. Für etwas mehr als ein Drittel der Journalist*innen dient sie als „Input-Geberin für weitere Storys". Eindeutig

10.15772/ANDRASSY.2021.001

negative Zuschreibungen befinden sich in der Minderheit. Die persönliche Haltung der Journalist*innen gegenüber der Europäischen Kommission ist zweigeteilt: 50 Prozent der Befragten stehen den Entscheidungen der Europäischen Kommission eher positiv gegenüber, 44 Prozent sind diesen gegenüber eher negativ eingestellt. Vier Prozent der Befragten lehnen die Entscheidungen der Europäischen Kommission „voll und ganz" ab. Während die EU von einer Mehrheit der Journalist*innen insgesamt eher positiv wahrgenommen wird, so zeigt sich das Bild, das die Haltung der Journalist*innen gegenüber der Europäischen Kommission zeichnet, deutlich differenzierter.

3.) Kommunikationsinteressen und Motive im Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien

Was die Themen betrifft, über welche die Journalist*innen vorrangig in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission recherchieren, so werden am häufigsten die Bereiche Wirtschaft und Umwelt genannt. Auffallend ist, dass von einem beträchtlichen Teil der Befragten auch Bildungsthemen und Soziales häufig mit der Europäischen Kommission verknüpft werden, wobei diese beiden Bereiche eigentlich kaum auf europäischer Ebene vergemeinschaftet sind und für die Europäische Kommission eher unbedeutende Politikbereiche darstellen. Tageszeitungsjournalist*innen zeigen mit wenigen Ausnahmen an allen Themenbereichen deutlich mehr Interesse, wenn sie zur Europäischen Kommission recherchieren, als die Journalist*innen sonstiger Printmedien. In dieser Gruppe spielen auch die Politikthemen Wettbewerb und Handel eine deutlich größere Rolle. *[Anmerkung: Die Inhaltsanalyse der fünf österreichischen Printmedien gibt zu den Themen in der Berichterstattung im Vergleich dazu ein differentes Bild wieder – siehe Kapitel 10.1.3.]*

Trenz entnimmt aus Medienanalysen zur EU-Berichterstattung vor allem dann eine häufige Erwähnung der Europäischen Kommission, wenn sie in Verbindung mit EU-Mehrebenenentscheidungen gebracht wird – speziell wenn sich die Entscheidungsbetroffenen ungleichmäßig im europäischen Raum verteilen (beispielsweise bei Subventionsvergaben) (Trenz 2005, 284). Dieser Befund überschneidet sich auch mit der Inhaltsanalyse der vorliegenden Arbeit, die konstatiert, dass eine Medienberichterstattung zur Europäischen Kommission dann am häufigsten publiziert wird, wenn die Europäische Kommission im Zusammenspiel mit anderen EU-Akteur*innen auftritt *(siehe Kapitel 10.1.3)*.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

In der vorliegenden Online-Befragung wird die Europäische Kommission von mehr als 60 Prozent der Journalist*innen besonders dann als Ansprechpartnerin genützt, wenn es um österreichische Angelegenheiten im europäischen Kontext oder um Angelegenheiten der EU geht. Letzteres weist wiederum auf eine Bestätigung der vorhin genannten Erkenntnisse hin.

Nur für knapp über 40 Prozent der Journalist*innen spielen Kommunikationsinteressen zu „Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern" oder zu „globalen Angelegenheiten" eine Rolle. Eine geringe Zustimmung erhalten österreichische Angelegenheiten. Hier nehmen nur etwas weniger als ein Viertel der Journalist*innen die Europäische Kommission als geeignete Ansprechpartnerin wahr. *[Anmerkung: Diese Angaben sind insofern interessant, weil Nationalisierung/Regionalisierung von Inhalten sowohl in Aussagen der Journalist*innen als auch der Korrespondent*innen und Beamt*innen der Europäischen Kommission als Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission eingestuft werden – siehe Kapitel 10.2.3 sowie 10.3.3.]*

Was die journalistische Prioritätensetzung in Hinblick auf eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrifft, wird folgendes Bild deutlich: Sowohl die Einordnung österreichischer Themen in einen grenzüberschreitenden Zusammenhang als auch das Einbringen internationaler Perspektiven in die österreichische Debatte erhalten sehr ähnliche Zustimmungswerte. Die Angaben zu den journalistischen Prioritäten, welche die befragten Journalist*innen allgemein in ihrem Beruf verfolgen, zeigen im Vergleich, dass ein hoher Anteil der Befragten an der Erklärung komplexer Sachverhalte und an neutraler und präziser Information interessiert ist. Bei den Tageszeitungsjournalist*innen erhalten die folgenden Prioritäten noch deutlich mehr Zustimmung: „komplexe Sachverhalte erklären", „dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln", „mich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind" und „Kritik an Missständen üben". Jene Journalist*innen, die täglich oder mehrmals in der Woche Informationen über die Europäische Kommission benötigen, stimmen folgenden journalistischen Prioritäten häufiger zu: „komplexe Sachverhalte erklären", „Kritik an Missständen üben" sowie „Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren".

10.15772/ANDRASSY.2021.001

4.) Hindernisse und Verstärker im journalistischen Berichterstattungsprozess

Für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission benennen die befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien im Speziellen folgende Kommunikationsaktivitäten der Europäischen Kommission als wichtig bzw. eher wichtig in Hinblick auf eine Unterstützung ihrer redaktionellen Arbeit: „Hintergrundinformationen vermitteln“ (83 Prozent), „transparent mit Nachrichten umgehen“ (81 Prozent), „die Kompliziertheit europäischer Politik entziffern“ (74 Prozent), „Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die gerade aktuell sind“ (73 Prozent) sowie „positive Seiten der EU aufzeigen“ (69 Prozent). Im Vergleich zwischen den Tageszeitungsjournalist*innen und den sonstigen Printmedienjournalist*innen lassen sich keine großen Unterschiede finden.

Im offenen Antwortteil werden von den befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien folgende Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission genannt, die dazu beitragen könnten, eine mediale Veröffentlichung zu forcieren:
Hier wird vor allem eine offensivere und aktivere Kontaktanbahnung mit Journalist*innen erwähnt – speziell auch durch Ansprechpersonen vor Ort und eine persönliche Kontaktaufnahme durch Beamt*innen der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien. Dabei wünscht man sich generell eine offenere Haltung gegenüber Journalist*innen. Auch in Hinblick auf regionale Medien und Special-Interest-Zeitschriften würde man eine Interaktion der Europäischen Kommission befürworten. Es werden etliche Vorschläge für eine offensivere Öffentlichkeitsarbeit mit mehr Frequenz und Quantität an Informationen gegeben. Diese Aspekte weisen auf einen Bedarf der Interaktion mit Journalist*innen österreichischer Printmedien hin und könnten zugleich auch Beeinflussungsmöglichkeiten der Europäischen Kommission andeuten. Eine Regionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit und eine Anpassung der Inhalte an regionale Spezifika werden als bisheriges Manko der Europäischen Kommission angesehen, dessen Behebung nach Ansicht der Journalist*innen jedoch eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission verstärken würde. Weiters werden eine verständlichere und klare Sprache sowie Ansprechpersonen und Informationen in deutscher Sprache genannt. Die Forderung nach „mehr Positivität“ der Inhalte für eine verstärkte Veröffentlichung weist außerdem darauf hin, dass man die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission als mitunter zu negativ wahrnimmt. Auch Forderungen in Hinblick

10.15772/ANDRASSY.2021.001

auf das generelle Auftreten der Europäischen Kommission nach außen werden geäußert (z. B. transparent, klar, objektiv, ehrlich). Ein näherer Umgang der Europäischen Kommission mit den europäischen Bürger*innen wird ebenso als mögliches Verstärkerelement für Veröffentlichungen thematisiert.

Insgesamt werden von nur knapp 16 Prozent der Journalist*innen österreichischer Printmedien Hindernisse wahrgenommen, die eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission erschweren bzw. ganz davon abhalten.
Fehlender Platz im eigenen Medium (58 Prozent) und fehlende Ansprechpersonen in der Europäischen Kommission (53 Prozent) sowie fehlendes Verständnis der Leser*innenschaft (50 Prozent) werden als eher hinderlich oder hinderlich für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission angesehen. Bei den Antwortbereichen hinsichtlich mangelnder zeitlicher Ressourcen und fehlender Relevanz der Europäischen Kommission und ihrer Inhalte für die Berichterstattung sind sich die Befragten uneins und bewegen sich recht ausgewogen zwischen den beiden Polen. Am seltensten als Hindernis wahrgenommen werden mangelnde eigene Sprachkenntnisse (18 Prozent), fehlendes eigenes Fachwissen (23 Prozent) sowie mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission (26 Prozent). *[Anmerkung: Die Aussagen zum eigenen Fachwissen und den Sprachkenntnissen widersprechen den Wahrnehmungen der Beamt*innen der Europäischen Kommission und der Korrespondent*innen – siehe Kapitel 10.3.3.]*
Die Analyse der Gruppe der Tageszeitungsjournalist*innen ergibt, dass diese in allen vorgegebenen Themenbereichen, was eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission behindern könnte, deutlich mehr Zustimmung geben. Diese Tatsache lässt sich wohl dadurch erklären, dass sich Tageszeitungsjournalist*innen auch häufiger mit der Europäischen Kommission beschäftigen.

Die offenen Antworten zu den Hindernissen zeichnen sich vor allem durch einen Schwerpunkt, der den Problembereich der Zugänglichkeit zu Informationen thematisiert, aus: Mangelnde Transparenz von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission wird häufig als Hindernis für eine journalistische Berichterstattung festgestellt. Zum einen werden Online-Suchfunktionen und unklare Ansprechpartner*innen bemängelt, zum anderen wird der verschlossene Umgang der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission in

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ihrer Rolle als Gatekeeper gegenüber den Medien angeprangert. Wie im Themenbereich zu den Verstärkern einer Berichterstattung bzw. in den empirischen Ergebnissen der Leitfaden-Interviews ersichtlich *(siehe Kapitel 10.3.3),* wird auch hier die fehlende Regionalisierung der Kommunikationsinhalte genannt. Was die eigene Medienorganisation betrifft, werden mangelnde zeitliche und finanzielle Ressourcen festgestellt.

In Bezug auf die Europäische Kommission wird die komplexe und unüberschaubare Organisation dieser politischen Institution als erschwerend für eine Berichterstattung angegeben. Weitere Hindernisse werden im intransparenten und kritikunfreundlichen Umgang ihrer Kommunikationsakteur*innen sowie in fehlenden Expert*innen als Ansprechpersonen für Journalist*innen in der Europäischen Kommission geortet.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10.3 Leitfaden-Interviews

10.3.1 Vorbemerkungen

Der folgende, dritte empirische Teil dieser Arbeit gibt Einblicke in Prozesse der Nachrichtenproduktion zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen sowie Einschätzungen zu gegenseitigen Verhältnissen und Beziehungen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen österreichischer Medien. Diese wurden in Form von Leitfaden-Interviews erhoben.

Wie in den Details zur Operationalisierung aufgelistet, fanden die Expert*innen-Interviews in zwei unterschiedlichen Phasen (März und April 2017 bzw. September und Oktober 2017) mit verschiedenen Funktionsträger*innen und in inhaltlich leicht veränderten Varianten statt *(siehe Kapitel 9.3.2 und 9.3.4).* Die Ergebnisse der beiden Interview-Phasen werden in der Auswertung daher auch in zwei verschiedenen Gruppen präsentiert:

Tabelle 10.3_1: Stichprobe Leitfaden-Interviews

Phase 1: **Die „Vermittlungs-Perspektive“**	Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien (Zitation im Text: EK_1a_I bzw. EK_1a_II) Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel (Zitation im Text: KORR_1a – KORR_1f)
Phase 2: **Die „Brüssel-Perspektive“**	Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen (Zitation im Text: EK_2a – EK_2i) Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service der Europäischen Kommission (Zitation im Text: EK_3a – EK_3c)

Die Darstellung der Ergebnisse ist so aufbereitet, dass die wesentlichen Inhalte erhalten bleiben und das Interview-Grundmaterial im Text strukturiert, in gebündelter Form und mit Zitaten angereichert abgebildet ist. Wenn zulässig, werden interpretative Einordnungen eingefügt, und wenn notwendig, wird in Klammern auf inhaltliche Fehler hingewiesen. Beinhalten Zitate aus dem Transkript Grammatik- und Rechtschreibfehler, so wurden sie im folgenden Text ausgebessert.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Die Beschreibung von Determinanten im Nachrichtenproduktionsprozess, welche Durchlässigkeiten oder Undurchlässigkeiten für politische Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission verursachen, gegenseitige Einflüsse bzw. Abgrenzungen sowie Konvergenzen und Divergenzen der Kommunikationsarbeit zu Inhalten der Europäischen Kommission aus der Sicht der Kommunikationsakteur*innen werden durch die Auswertung mithilfe von Fragestellungen an das Textmaterial beantwortet. Die Interviews geben dabei die Perspektiven der befragten Beamt*innen der Europäischen Kommission (Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen, Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service in Brüssel sowie der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien) und der befragten Brüssel-Korrespondent*innen österreichischer Medien wieder *(siehe Tabelle 10.3_1).*

Bei der Interpretation der Daten ist zu beachten, dass der inhaltliche Fokus dieser Arbeit zwar auf den Printjournalismus gelegt wird. Aufgrund der kleinen Gruppe an Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel wurde jedoch das gesamte Spektrum für die Auswahl zur Interview-Anfrage miteinbezogen. Zusätzlich ist anzumerken, dass die befragten Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen bzw. die Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission zwar vorrangig mit Printjournalist*innen zu tun haben, sie ihre Antworten mitunter aber auf alle Journalist*innen generalisieren. Nicht alle der Befragten können außerdem im selben Ausmaß Erfahrungen mit Journalist*innen österreichischer Printmedien vorweisen. Darüber hinaus decken die Aussagen der Beamt*innen der Europäischen Kommission freilich vorrangig nur jene Journalist*innen ab, die bereits mit der Europäischen Kommission in Kontakt getreten sind oder in regelmäßigem Kontakt mit der Europäischen Kommission stehen (Burzan 2015, 21).

10.3.2 Formale Einordnungen

Wie für Auswertungen nach dem Code-basierten Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse nach *Mayring*, der eine Überwindung der methodischen Gegensätze anstrebt, üblich, können auch einzelne quantitative Ergebnisse in die Analyse eingefügt werden (Mayring 2016, 20). Eine Darstellung von Antworthäufigkeiten, die in der Analyse induktiv hergestellten Kategorien zugeordnet wurden, und ein Vergleich zwischen den Antworthäufigkeiten der unterschiedlichen Befragungsgruppen lassen neben der qualitativen Bearbeitung des

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Textmaterials daher noch zusätzliche Einblicke zur Einordnung der Interviews zu. Sie wurden in der Web-Applikation QCAmap (Mayring & Fenzl 2017) zur Verfügung gestellt und machen zu Beginn dieses Kapitels gewisse Verallgemeinerungen der vorliegenden Ergebnisse möglich.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Antworten der Korrespondent*innen und der Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service im Vergleich mit den Antworten der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sowie des Pressesprechers der Europäischen Kommission in Wien durchschnittlich kürzer ausgefallen sind. Das könnte darauf zurückzuführen sein, dass die meisten Interviews mit den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen in englischer Sprache abgehalten wurden, die für alle Befragten inklusive Interviewerin als Zweitsprache diente. Die Interviews mit den Korrespondent*innen und den Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service fanden hingegen in überwiegendem Ausmaß in deutscher Sprache statt. Auch wenn Deutsch nicht immer die Erstsprache der Befragten war, konnte die Interviewerin möglicherweise präzisere Fragen stellen und so die Interview-Dauer kürzen. Zum anderen war festzustellen, dass zum Zeitpunkt der Befragung sowohl die Korrespondent*innen als auch die Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service unter erheblicherem Zeitdruck standen als die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten und der Pressesprecher der Europäischen Kommission in Wien. Das war auch daran zu erkennen, dass von diesen bereits bei der Kontaktaufnahme häufig nach der Dauer der Interviews gefragt wurde.
Bei der Verteilung der Antworthäufigkeiten wird allgemein sichtbar, dass die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen ein mitunter begrenzteres Themenfeld angesprochen haben und deren Antworten hinsichtlich der Themenwahl weniger Varietät als die Antworten der übrigen Funktionsträger*innen beinhalten.

Zum Bereich der **„Interaktionen“** zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen wurde insgesamt sehr häufig Stellung genommen. Was die diesbezüglichen Antworten der Korrespondent*innen betrifft, so fällt auf, dass mitunter jedoch vermieden wurde, speziell die Europäische Kommission zu benennen oder auch zwischen den EU-Institutionen zu unterscheiden. Man sprach stattdessen eher allgemein von

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„EU“ oder erklärte den Unterschied zu nationaler Politik-Kommunikation. Auf Nachfrage hinsichtlich der direkten Beurteilung der Europäischen Kommission hielten sich zwei Korrespondent*innen ganz zurück, ein*e Korrespondent*in gab zu diesem Themenbereich wiederum sehr umfassende Informationen. Die befragten Beamt*innen der Europäischen Kommission zeigten zum Teil sehr ausführliche Beobachtungen des Journalismus – auch in Hinblick auf die österreichischen Journalist*innen.

Was den Fragebereich der **„Kommunikationsinteressen und Motive“** betrifft, worunter Impulse für Interaktionen und Berichterstattung zur Europäischen Kommission verstanden werden, wurde vor allem auf normorientierte Motive des Journalismus und der Europäischen Kommission hingewiesen. Persönliche Interessen oder Motive, die in Kommunikationsbeziehungen eingebracht werden, wurden sowohl von den Korrespondent*innen als auch den Beamt*innen der Europäischen Kommission kaum benannt. Auch Motive, die sich auf strukturelle Gegebenheiten in der Europäischen Kommission bzw. im Journalismus beziehen, blieben bei der Beantwortung eher im Hintergrund. Eine Ausnahme bildete hier jedoch der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien, der eine hohe Anzahl an Antworten zu diesem Fragebereich äußerte.

„Verstärker“ für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission wurden aus quantitativer Sicht insgesamt vorrangig in der Organisation und der inhaltlichen Arbeit der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien gesehen sowie in der Evaluation der Kommunikationsinhalte durch Journalist*innen. Die Arbeit der Europäischen Kommission in Brüssel sowie der journalistische Kontext und die Akteur*innen des Journalismus wurden im Vergleich dazu seltener erwähnt. Spezifische Ereignisse als wichtige Verstärker für eine Berichterstattung wurden nur vom Vertreter der Kommissionsvertretung in Wien benannt. Von ihm sind generell die häufigsten Antworten zum Thema „Verstärker“ festzustellen. Die Antworten der Korrespondent*innen zu diesem Fragebereich fallen im Vergleich dazu deutlich spärlicher aus.

Ein ähnliches Bild ergibt der Fragebereich zu den **„Hindernissen“**, die eine Kommunikationshandlung und in der Folge eine Berichterstattung über die Europäische Kommission behindern. Auch dazu gibt es von den Korrespondent*innen vergleichsweise

10.15772/ANDRASSY.2021.001

weniger Antworten. Ihre Aussagen konzentrieren sich diesbezüglich fast ausschließlich auf den Journalismus und nicht auf die Europäische Kommission. Von den Beamt*innen der Europäischen Kommission werden die Hindernisse ebenso vor allem im Arbeitsbereich des Journalismus identifiziert – speziell bei den Journalist*innen und ihrer Evaluierung der Kommunikationsinhalte.

10.3.3 Inhaltliche Klassifikationen

10.3.3.1 Die „Vermittlungs-Perspektive“: Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien & Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel

1.) Interaktionen

a) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Europäische Kommission: Vertretung in Wien

Wie in jeder Hauptstadt der EU-Mitgliedsländer hat die Europäische Kommission auch in Wien eine Vertretung, im sogenannten „Haus der EU“. Nach Auskunft des Pressesprechers dieser Vertretung existieren an diesem Schnittpunkt regelmäßige Interaktionen mit österreichischen Journalist*innen. Die meisten finden in Form von persönlichen (Telefon-)Anfragen von Journalist*innen aus Wien statt (EK_1a_I/24). *„Also, für die ist das [die Vertretung] sozusagen eine Arbeitsadresse, […] wie wahrscheinlich der Presseklub Concordia oder […] irgendein Ministerium. Also, insofern kennen die das Haus der EU.“* (EK_1a_II/40) Anfragen werden vor allem bei der Suche nach europäischen Perspektiven gestellt: *„Da gibt es schon auch eine Tendenz bei Journalisten, die ich feststelle, zu schauen: Gibt es da auch einen europäischen Blickwinkel darauf? […] Also, wo sie sagen, da gibt es ein Problem, irgendwie eine Debatte über irgendetwas irgendwo und die fragen dann: ‚Na, und wie sieht denn das die Europäische Kommission?‘“* (EK_1a_II/131) Interaktionen kommen nach Auskunft des Pressesprechers aber auch durch Initiativen der Europäischen Kommission wie Einladungen zu Pressekonferenzen und Veranstaltungen zustande: Die österreichischen Journalist*innen würden die Vertretung der Europäischen Kommission vor allem auch im Rahmen von Besuchen von Kommissar*innen in Österreich als Schnittstelle für Interaktionen wahrnehmen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

(EK_1a_I/24). Von Seiten der Vertretung werden auch Seminare angeboten, um mit der Europäischen Kommission in Interaktion zu kommen: *„Da gibt es durchaus Interesse, also wir haben bei diesen Seminaren […] immer zwölf österreichische Journalisten dabei, die durchaus bekannt sind, das ist nicht also die fünfte Reihe […] von irgendwelchen Redakteursaspiranten, […] sondern das sind also Leute, die kennt man“* (EK_1a_I/25). Von Journalist*innen der Bundesländerzeitungen gäbe es jedoch nur vereinzelte Beispiele an Teilnahmen: Hilfreich sei es, wenn Regionalzeitungen Korrespondent*innenbüros in Wien haben. Nach Auskunft des Pressesprechers werde aber regelmäßig versucht, in Kontakt mit den Redaktionen in den Bundesländern zu treten, indem der Vertreter der Kommission in Österreich *[Anmerkung: Zur Zeit der Befragung war Jörg Wohan der Leiter der Kommissionsvertretung in Österreich.]* sogenannte „Bundesländer-Tage“ und Zusammentreffen mit Chefredaktionen oder auch mediale Veranstaltungen abseits von Wien absolviert (EK_1a_I/45). Nur selten werden auch Lokalzeitungen kontaktiert, die für die Vertretung der Europäischen Kommission in Wien kaum eine Rolle spielen: *„Also wenn es dann weiter hinuntergeht, wird es schwierig, weil dann wird es ein bisschen viel“* (EK_1a_II/49).

Auch die Korrespondent*innen beobachten Interaktionen der Europäischen Kommission mit den nationalen Journalist*innen, die mitunter über die Vertretung in Wien zustande kommen: *„Also, wenn es da jetzt wirklich um österreichspezifische Themen geht, dann wird auch die Kommission schauen, dass sie auf österreichische Journalisten verstärkt zugeht.“* (KORR_1e/7) Vor allem die Verhandlungen rund um den Freihandelsvertrag CETA, den die Europäische Kommission im Auftrag der gesamten EU mit Kanada verhandelt hat, wurden als Begegnungspunkt der Europäischen Kommission mit österreichischen Journalist*innen in Österreich festgestellt. Die dafür zuständige Kommissarin Cecilia Malmström sei zu diesem Thema so oft in Österreich gewesen wie sonst in keinem anderen Land der EU, wurde von einem*r Korrespondent*in beobachtet: *„Die war, glaube ich, drei oder vier Mal, das ist sehr, sehr außergewöhnlich, in Wien oder in Österreich, um in öffentlichen Diskussionen die Position der EU und der Kommission zu vertreten. Unter anderem genau deswegen, weil die natürlich erkannt haben, dass da irgendetwas total schief läuft im Vergleich zu TTIP, und die konnten sich das zum Teil überhaupt nicht erklären, was da los ist.“* (KORR_1d/25)

Aus Sicht eines*r Korrespondent*in nimmt die Vertretung durch ihre Interaktion mit den in Österreich ansässigen Journalist*innen mitunter auch eine für Korrespondent*innen störende

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Position ein. Indem die Vertretung den österreichischen Redaktionen spezifisch ausgewählte Informationen anbietet, würden die Korrespondent*innen gegenüber den eigenen Kolleg*innen in Österreich ausgespielt: *„Da wird auch zum Teil Foul gespielt […], es wird versucht, einer Zeitung etwas zu verkaufen, direkt über die Redaktion in Wien, ohne dass ich das mitkriege, durch gesteuerte Information oder reduzierte Information."* (KORR_1d/11)

Europäische Kommission: Headquarter in Brüssel

Die Korrespondent*innen sprechen insgesamt entweder von ihrem eigenen „Monopol" auf Kontaktanbahnung mit der Europäischen Kommission im Vergleich zu ihren Redaktionskolleg*innen in Österreich oder davon, dass ihre österreichischen Kolleg*innen in den Heimatredaktionen zwar durchaus Kontakte zur Vertretung, jedoch nur reduzierte Beziehungen zur Europäischen Kommission nach Brüssel pflegen. Diese finden vor allem auch mithilfe der von der Europäischen Kommission organisierten Brüssel-Reisen statt (KORR_1c/3; EK_1a_I/26). Verstärkt werden die Interaktionen der Heimatredaktion mit der Europäischen Kommission, wenn die Redaktion eine*n Korrespondent*in in Brüssel habe, der*die als Ansprechperson der Redaktion für Belange der Europäischen Kommission dient: *„Wenn Zeitungen einen Korrespondenten in Brüssel haben, dann ist vor allem der dann für diese EU-Themen zuständig, und der nimmt dann irgendwie Kontakt auf mit seinen diversen Ansprechpartnern oder seinen Quellen oder seinen Informanten"* (KORR_1a/13). Ausnahmen gäbe es höchstens bei einer kleinen Anzahl an Personen, die in einem EU-Ressort arbeiten, oder bei jenen, die zum Thema spezialisiert sind. Auch in gesamten Außenpolitik-Redaktionen hätten nur vereinzelte Personen Kontakte zur Europäischen Kommission (KORR_1c/2–3).

Eine besondere Beachtung oder Ignoranz österreichischer Journalist*innen in Interaktionen mit der Europäischen Kommission kann von den österreichischen Korrespondent*innen nicht beobachtet werden. Dass Interaktionen der Europäischen Kommission mit österreichischen Journalist*innen aufgrund ihrer Herkunft aus einem EU-skeptischen Land beeinträchtigt seien, wird von Korrespondent*innen bestritten: *„Man kann sagen, dass die Beziehungen, die die Kommission zu Journalisten pflegt, doch so professionell sind, dass man jetzt nicht die Journalisten dafür irgendwie bestrafen würde […], dass sie aus einem EU-skeptischen Land kommen."* (KORR_1e/27)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Journalist*innen bzw. Korrespondent*innen

Grundsätzlich werden Medien sowohl von den Korrespondent*innen als auch vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien in zwei Kategorien geteilt: Sie unterscheiden zwischen jenen Medien, die (einen oder mehrere) Korrespondent*innen in Brüssel haben, und jenen, die nicht in Brüssel vor Ort sind: *„Die [einen] beziehen Informationen aus Agenturen, aus Homepages, aus Aussendungen, aus dem, was andere berichten, und so weiter. Und dann gibt es diejenigen, die sozusagen vor allem mit Originalquellen arbeiten. Also, das sind in Österreich jetzt* ORF*,* APA*,* Standard*,* Presse*,* Salzburger Nachrichten*. Die haben eigentlich seit der EU-Mitgliedschaft immer Brüssel-Korrespondenten gehabt."* (KORR_1d/31) *[Anmerkung: Zum Zeitpunkt der Interviews hatten auch der* Kurier *und die* Oberösterreichischen Nachrichten *eine*n Korrespondent*in in Brüssel.]* Die direkte Interaktion mit der Europäischen Kommission durch Korrespondent*innen mache – vor allem auch in Sachen Einschätzungsfähigkeit, wie die Korrespondent*innen selbst betonen – einen wesentlichen Qualitätsunterschied in der Berichterstattung aus (KORR_1d/31).

Ihre eigene Rolle schätzen die Korrespondent*innen selbst als Verbindungsglied ein, das zwischen der europäischen und der nationalen Ebene vermittelt: *„Unsere Aufgabe als Korrespondent ist es, hier diese europäische Ebene und die nationale Ebene irgendwie so zusammenzuführen, damit beide Ebenen miteinander in Einklang zu bringen sind und, dass man versteht, was einerseits auf europäischer Ebene gewollt und oft sehr abstrakt ist, und wie sich das dann konkret in der österreichischen Innenpolitik auswirkt."* (KORR_1e/37)

Die Interaktionen mit der Europäischen Kommission und den anderen EU-Institutionen bewirken bei Korrespondent*innen auch eine Veränderung der Perspektiven: *„Journalisten in Österreich sind eher mit den politischen Akteuren in Österreich verbunden und […] nehmen entsprechend die Themen auch aus der österreichischen Sicht stärker wahr. In Brüssel ist es eher so, dass man mit den europäischen Akteuren konfrontiert ist, dass die Europäische Kommission hier aber sehr wenig auf die konkreten nationalen Probleme eingeht"* (KORR_1e/1). Die Interaktionen der Korrespondent*innen im Beziehungsdreieck mit den Heimatredaktionen und den EU-Institutionen wie der Europäischen Kommission werden mitunter jedoch als herausfordernd beschrieben. Sie beeinflussen auch deren journalistische Einschätzungen und in der Folge die gegenseitige tägliche Kommunikation sowie deren

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Inhalte*: „Zu Hause heißt es reflexartig ‚die in Brüssel wollen schon wieder dieses oder jenes'. Und in Brüssel sitzt man aber da, schaut sich das aus der Vogelperspektive an und sagt: ‚Wenn jedes Land so agieren würde, wie dieses oder jenes, dann gäbe es keine EU.' Und das sind zwei verschiedene Perspektiven, das ist ein bestimmtes Bewusstsein, und das ist gar nicht so leicht, also finde ich, diese zwei Dinge immer zusammenzubringen"* (KORR_1b/24). Kontakte mit der Heimatredaktion werden zugleich auch als willkommenes Korrektiv für die Interaktion mit der Europäischen Kommission und in der Folge für die eigene Berichterstattung angesehen: *„Hier [in Brüssel] kommt einem oft etwas so wichtig vor, wovon außerhalb dieser Blase niemand etwas weiß. Und alle diese Dinge, die spielen sich natürlich dann in der Kommunikation mit der Heimredaktion ab, indem man mit denen redet, und die sagen ‚nein' also, das brauchen wir heute wirklich nicht, das interessiert dann niemanden'. Und das ist oft auch ein gutes Korrektiv.*" (KORR_1b/33) Darüber hinaus werden zusätzliche Interaktionen mit dem nationalen Medienpublikum vermisst: *„In Österreich hat man immer quasi das Volk da, man kann immer irgendjemanden fragen. Das hat man in Brüssel nicht, also […] man kann nicht auf die Straße gehen und jetzt jemanden fragen."* (KORR_1b/3)

b) Kommunikationsinstrumente

Midday Briefing

Das Midday Briefing, welches täglich um 12.00 Uhr im Berlaymont-Gebäude, dem Hauptgebäude der Europäischen Kommission in Brüssel, stattfindet, dient als Knotenpunkt für die Kommunikation der Europäischen Kommission mit den in Brüssel ansässigen Journalist*innen und ist eine regelmäßig wiederkehrende Möglichkeit für die Journalist*innen, um in Kontakt mit den Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service der Europäischen Kommission zu kommen.

Im Vergleich zu den österreichischen Regierungspressekonferenzen findet dort nicht nur mündliche Kommunikation mit den Kommissar*innen und den Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission statt. Von einem*r Korrespondent*in werden vor allem die schriftlichen Dokumente betont, die im Rahmen der Pressekonferenz verteilt werden. Im Vergleich zur nationalen Politik-Kommunikation in Österreich werden hierbei deutliche Unterschiede bemerkt: *„Es geht meistens um viel konkretere und zu Papieren gebrachte, nachvollziehbare Informationen. Also, es wird irgendetwas geplant, und das wird aber jetzt*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

nicht mündlich kommuniziert, sondern da wird einmal ein Papier verfasst, ein Konzept, ein Grünbuch, eine Gesetzesvorlage, was auch immer. Und das wird dann übersetzt in viele Sprachen, das ist nämlich der Grund, warum das [Anmerkung: die schriftliche Kommunikation] so sein muss." (KORR_1d/13)

Generell kommt der Europäischen Kommission für die Korrespondent*innen, die in Brüssel tätig sind, eine wichtige Informationsrolle zu, weil sie die einzige EU-Institution ist, die täglich in ritueller Form im Rahmen des Midday-Briefings kommunikativ mit der (nicht nur auf Europa bezogenen) Öffentlichkeit in Kontakt tritt. Der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien folgert daraus, dass die Journalist*innen zur Kommission im Verhältnis zu allen anderen EU-Institutionen die engsten Beziehungen haben (EK_1a_I/17), worauf aus Sicht von Korrespondent*innen jedoch widersprochen wird (KORR_1e/12; KORR_1f/5). Von Seiten des Pressesprechers der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird aus der Ferne festgestellt, dass vor allem bei jenen Medien Interesse für die Midday Briefings bestehe, die Korrespondent*innen vor Ort haben. Bei der Live-Übertragung via Web könne man immer wieder Gesichter österreichischer Korrespondent*innen sehen, die im Pressesaal sitzen (EK_1a_I/19). Er leitet davon ab: *„Das heißt also, da gibt es offensichtlich eine durchaus große Nähe und Kontakt und auch Interesse an dem, was die Kommission tut, weil sonst würden sie nicht dort sitzen."* (EK_1a_I/19) Das Midday Briefing wird vom Pressesprecher darüber hinaus als mehr als nur eine Einbahn-Beziehung, sondern als ein Ort des Austausches untereinander – als eine Nachrichtenbörse (EK_1a_I/27) – beschrieben. Auch die Korrespondent*innen sehen, dass dieses Instrument der täglichen Pressekonferenz die Kontaktanbahnung mit den Pressesprecher*innen und Kommissar*innen unterstütze (KORR_1d/43). Ein*e Korrespondent*in hingegen spricht darüber hinaus von Verärgerung, weil dort Fragen abgeblockt und Journalist*innen mit Floskeln abgefertigt werden: *„Da kommen auch oft so abblockende, abwehrende Antworten, bis hin zu so Antworten, ‚ja, das haben wir doch schon fünf Mal beantwortet'. Das zeigt, dass eigentlich schon sehr viel so auf Abwehr irgendwie angelegt ist, also das ist jetzt keine sehr offene Kommunikationspolitik"* (KORR_1a/19).

Social Media

Die Rolle von Social Media als Mittel, um mit der Europäischen Kommission in Kontakt zu treten, wird von den Korrespondent*innen unterschiedlich beantwortet. Zum einen gibt es

10.15772/ANDRASSY.2021.001

distanzierte Herangehensweisen: *„Jeder, der will, kann es versuchen."* (KORR_1a/15) Zum anderen wird es aber auch als Muss und Selbstverständlichkeit beschrieben, indem festgestellt wird, dass die meisten Journalist*innen auf Twitter kommunizieren und die Europäische Kommission mitunter Erstinformationen auf Twitter verteilt und anschließend vertiefte Informationen dazu auf anderen Kanälen kommuniziert (EK_3b/84; KORR_1d/21).

Social Media habe die Interaktionen und Beziehungen mit den Journalist*innen stark verändert, wird betont. Die Auswirkungen dieser digitalen Interaktionen sind für die Korrespondent*innen – auch in Bezug auf die Veränderung der EU-Berichterstattung – ein wichtiges Thema: *„Das hat natürlich für die Wahrnehmung der Europäischen Union eine enorme Auswirkung."* (KORR_1d/3) Zum einen wird die große Menge an Informationen, die via Social Media täglich kommuniziert wird, und deren Beschleunigung hervorgestrichen, wodurch die eigene Rolle als Informationsgeber*in, Einordner*in und Kommentator*in als noch herausfordernder erlebt wird: *„Da werden jeden Tag, ich weiß nicht wie viele Publikationen und Texte per Mail ausgesendet von den jeweiligen Abteilungen."* (KORR_1f/8) Zugleich wird die Social-Media-Kommunikation keineswegs nur als Einbahnstraße aus der Perspektive der Europäischen Kommission betrachtet. Durch das eigene Kommunikationsverhalten gebe man auch von sich selbst etwas preis, was sich die Europäische Kommission dann mitunter auch zu Eigen mache: *„Ich kriege zum Teil selber Informationen, und zum Teil gebe ich auf diesem Weg Informationen, durch Links zum Beispiel. […] Damit wissen die ja, womit ich mich beschäftige.*" (KORR_1d/18)

Unklar sind sich die Korrespondent*innen, inwiefern diese Form der Interaktion die Qualität der politischen Kommunikation verändert habe: *„Nicht nur oberflächlich, wie viele glauben, sondern das geht zum Teil sehr in die Tiefe.*" (KORR_1d/19) Durch den dadurch verursachten Zeitdruck erkennt ein*e Korrespondent*in hingegen eine Tendenz, die zu Oberflächlichkeit führe: *„Sehr rasch mit Kommunikationsinhalten am Markt zu sein, verbunden mit einer gewissen Oberflächlichkeit, weil das Eine jagt sofort das Andere, und man geht eigentlich oft gar nicht mehr in die Tiefe, sondern man bleibt sehr oft bei Überschriften hängen."* (KORR_1e/31) Hintergründigkeit leide durch die Kommunikation via Social Media: *„Und ich möchte das nicht generalisieren […], aber wenn ich es mit früher vergleiche, wo es eben keine Social Media gegeben hat, waren gewisse Hintergrundformate noch stärker da."* (KORR_1e/34) Durch die Schnelligkeit und den Hang zu knackigen Formulierungen,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Unvollständigkeiten und Übertreibungen entstehe auch die Gefahr von Missverständnissen: *„Information ist ja sehr, sehr knapp und sehr, sehr schnell, und noch bevor es irgendwie ein bisschen in die Tiefe geht, hat sich diese [korr.] in einer rasenden Geschwindigkeit und in einem Wachstum verbreitet, wo sich dann hinterher vielleicht herausstellt, naja, ganz so ist es vielleicht doch nicht."* (KORR_1d/24) Auch der Agentur-Journalismus habe durch Social Media an Bedeutung verloren: *„Da Social Media, Twitter, so schnell ist und auf jedem Platz von überall verfügbar ist, in wenigen Sekunden sozusagen hinausgehen kann, sind die Agentur-Journalisten praktisch chancenlos, als Erste auf ihren klassischen Kanälen Erstinformationen zu verbreiten."* (KORR_1d/20)

Die Frage, ob Interaktionen via Social Media mehr Transparenz in die Kommunikation der Europäischen Kommission mit den Journalist*innen gebracht habe, wird von den Journalist*innen widersprüchlich beantwortet. Bei einer so großen Zahl an involvierten Personen Informationen über einen längeren Zeitraum wirklich geheim zu halten, sei ohnedies schwieriger als im nationalen Rahmen, wird festgestellt. Durch Twitter werde die Geheimhaltung zusätzlich erschwert: *„Also, wenn heute hinter irgendwelchen verschlossenen Türen eine Sitzung ist, haben Sie mit Sicherheit irgendjemanden da, der irgendetwas hinaus twittert, auch bei einem EU-Gipfel, und Sie erfahren viel, viel schneller, als das früher der Fall war, wenn irgendeine Entscheidung gefallen ist."* (KORR_1e/35) Zum anderen wird Twitter aber auch als eine Art „Geheimkanal" bezeichnet, durch den Journalist*innen direkt mit politischen Verantwortungsträger*innen kommunizieren: *„Das war immer in gewisser Weise üblich, aber über Twitter ist es natürlich besonders elegant, weil das niemand mitkriegt, außer die beiden Betroffenen."* (KORR_1d/23)

c) Kommunikationsstil

Europäische Kommission während der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker

Von Seiten der Korrespondent*innen wird festgestellt, dass die Europäische Kommission sich durch die Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker in ihrer Kommunikation stark verändert habe und vor allem verschlossener geworden sei. Als Gründe dafür werden politische Krisen und die Erweiterung der Europäischen Union festgestellt, auf welche die Juncker-Administration durch eine veränderte Strukturierung ihrer Organisation der Kommunikationsarbeit und einheitliche Zuständigkeiten bzw. Vorgaben reagiert habe, nach

10.15772/ANDRASSY.2021.001

denen die Kommunikationsarbeit nach außen in Originaltönen fast ausschließlich den Pressesprecher*innen vorbehalten ist.

Diesbezüglich werden politische und wirtschaftliche Krisen der Europäischen Union als Triebfeder für die veränderte Kommunikation eingeschätzt: *„Diese ganzen Krisen haben auch dazu beigetragen, dass die EU-Institutionen in ihrer Kommunikation vorsichtiger geworden sind."* (KORR_1e/21) Die Europäische Kommission sei früher häufiger und aktiver mit Hintergrundinformationen auf Journalist*innen zugegangen, was jedoch auch mit ihrer damaligen Größe in Verbindung gebracht wird: *„Wie mir die Kommission zu Beginn meiner Tätigkeit hier begegnet ist, war mehr Offenheit und Transparenz da. Damals war allerdings die EU auch kleiner."* (KORR_1e/30)

Festgestellt wird darüber hinaus aber auch, dass sich Kommissar*innen und deren Kommunikationsverantwortliche im Vergleich zu den Pressesprecher*innen und anderen Beamt*innen der Europäischen Kommission leichter tun, aus dem seit Kommissionspräsident Juncker enger gewordenen Kommunikationskorsett der Europäischen Kommission herauszutreten und mit einer Botschaft in Interaktion mit Journalist*innen zu kommen. Hierzu wird eine Kluft zwischen den Vorgaben und der Realität erkannt: *„Wenn zum Beispiel ein Kommissar wirklich in der Öffentlichkeit etwas loswerden will, dann lässt er sich durch solche Konzepte und Regeln in der Regel nicht einschränken, sondern dann sagt er im Rahmen von Interviews, im Rahmen von bestimmten Gesprächen mit Journalisten auch etwas, was vielleicht nach den offiziellen Vorgaben der Kommission, oder so, nicht vor der offiziellen Veröffentlichung, und so weiter, gesagt werden darf. Also, hier ist eine große Kluft zwischen der Realität und zwischen bestimmten offiziellen Ansprüchen."* (KORR_1e/25)

Interaktionen bzw. Interventionen der Europäischen Kommission

Aus Sicht der Korrespondent*innen wird von Beeinflussung der Europäischen Kommission durch großzügig ausgestattetes Personal gesprochen (KORR_1d/10): *„Die analysieren das alles ganz genau, und da versuchen sie auch, die öffentliche Meinung zu beeinflussen."* (KORR_1d/10) Interventionen der Europäischen Kommission gegenüber den Journalist*innen finden statt, aber weniger häufig als im nationalen Rahmen, lautet der Tenor der befragten Korrespondent*innen: *„Wenn der Pressesprecher vom Kanzler oder vom Herrn Minister oder der Frau Minister etwas will, ja dann ruft er den Journalisten direkt an oder interveniert. Das gibt es in Brüssel auch, ist mir selber auch schon passiert, aber es ist natürlich für die Brüsseler*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Pressestäbe, die viel größer sind, auch viel schwieriger, direkt in die nationalen Ebenen hinein zu intervenieren. Aber es gibt [korr.] überhaupt keinen Zweifel, dass das auch passiert." (KORR_1d/9) Beeinflussung finde nicht unbedingt auf der Ebene der Korrespondent*innen, sondern in erster Linie bei „ungelernten" Journalist*innen auf nationaler Ebene durch die Vertretungen der Europäischen Kommission statt, wird ebenso konstatiert: *„Da gibt es viele Beispiele dafür, vor allem bei Zeitungen, die keine eigenen Korrespondenten haben, weil denen kann man bald einmal etwas erzählen. Da sind dann Journalisten froh, wenn sie Informationen überhaupt kriegen, die setzt man eins zu eins um.*" (KORR_1d/11)

Was Interventionen der Europäischen Kommission betrifft, so werden diese sowohl vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien als auch von den Beamt*innen in Brüssel falscher Berichterstattung und einer fehlenden europäischen Perspektive zugeschrieben (EK_1a_I/36; EK_3c/27; EK_2g/21). Der Pressesprecher der Kommissionsvertretung beurteilt es hingegen als schwierig, bei falscher Berichterstattung aus Sicht der Europäischen Kommission in Interaktion mit Journalist*innen zu treten, da man im Vergleich zur nationalen Ebene keine Sanktionsmöglichkeit gegenüber Verfehlungen der Journalist*innen habe: *„Wenn sich heute ein Medium gegenüber österreichischen Institutionen […] konsequent negativ verhält, dann werden die Journalisten dieses Mediums wahrscheinlich in der einen oder anderen Form sanktioniert werden, indem man ihnen sozusagen einen gewissen Informationsentzug unterzieht, die kriegen kein Interview mehr, keine Exklusivgeschichten mehr. Es gibt also doch ein ganzes Instrumentarium an Sanktionierung. Diese Möglichkeit hat eigentlich die europäische Ebene nicht."* (EK_1a_II/37)

Interventionen werden von den Korrespondent*innen generell mit größerer Selbstverständlichkeit kommentiert als Privilegierungen bestimmter Journalist*innen und Medien durch intensivierte Interaktionen der Europäischen Kommission mit diesen. Es wird beanstandet, dass trotz des Übereinkommens der Europäischen Kommission mit der „Association Presse Internationale" eine Privilegierung gewisser Journalist*innen beobachtet wird (KORR_1e/22). Dieser Dachverband der Journalist*innen in Brüssel schließt mit der Europäischen Kommission Vereinbarungen und überwacht, dass diese eingehalten werden, um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu ermöglichen und eine Bevorzugung bestimmter Journalist*innen zu verhindern. Dazu wird von einem*r Korrespondent*in bemängelt: *„Das ist*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

schön und gut, aber das Eine ist die Theorie, das Andere ist die Praxis." (KORR_1e/22) *(siehe auch Kapitel 2.) Kommunikationsinteressen und Motive – „Versuchsballons")*

Interaktion bzw. Intervention der Journalist*innen

Insgesamt wird die sogenannte *„europapolitische Sacharbeit"* (KORR_1d/12) hervorgestrichen, die den Journalist*innen vor jeder Kontaktaufnahme mit der Europäischen Kommission grundsätzlich abverlangt werde. Im Vergleich zur österreichischen Ebene charakterisiere sich journalistische Arbeit auf EU-Ebene generell durch eine Fokussierung auf Schriftliches, wird von einem*r Korrespondent*in festgehalten: Er*Sie konzentriere sich *„vielmehr an Dokumenten und an Sacharbeit […], während in Österreich vieles über persönliche Beziehungen, Gespräche und Telefonate und so weiter läuft"* (KORR_1d/12).

Auch hinsichtlich möglicher Interventionen, die durch Journalist*innen erfolgen, wird die Österreich-Ebene als Vergleich herangezogen: Beziehungen zwischen Journalist*innen und den Beamt*innen der Europäischen Kommission seien insgesamt weniger persönlich, es bestehe im Allgemeinen größere Distanz, was persönliche Forderungen an die Europäische Kommission erschwere: *„In Brüssel ist es auch eine Blase, also da bilden sich natürlich auch Kreise heraus, wo dann die Distanz irgendwie immer geringer wird. Aber es kommt mir vor, dass die nationale Berichterstattung […] fast persönlicher ist als die EU-Berichterstattung."* (KORR_1a/4) Die Größe der Institution bringt auch zugleich eine längere Wartedauer mit sich, wenn Journalist*innen ein Begehren an die Europäische Kommission richten: „*In Österreich ist ja alles viel kleiner, unendlich viel kleiner. Also dann, wenn ich halt etwas wissen will vom Außenminister, dann rufe ich halt den Sprecher an, den ich vermutlich eh schon kenne, oder näher kenne und frage ‚Wie ist das so?' Und dann wird man also wirklich schnell eine Antwort kriegen oder auch nicht, je nachdem. Und hier ist das im Prinzip vom Verfahren her ähnlich, es ist nur viel, viel, viel größer. Und das heißt, es dauert vielleicht ein bisschen länger und vielleicht ist auch die Qualität der Informationen nicht schlechter, das würde ich nicht sagen. Aber bis man mehr Hintergrundinformationen kriegt, dauert das einfach. Da schaden persönliche Beziehungen nicht.*" (KORR_1f/10) Zugleich wird zugegeben, dass Korrespondent*innen selbst ausgewählte Kontakte in die Kommission nützen, um von inoffiziellem Hintergrundmaterial zu profitieren: *„Jedes Medium hat irgendwo seine Verbindungen, das haben wir auch, in die Kommission, die nicht offiziell sind, und die man natürlich ausnützt."* (KORR_1e/23)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Der Pressesprecher der Europäischen Kommission in Brüssel spricht aus eigener Erfahrung während seiner Zeit als Beamter in Brüssel von einer nationalen Cluster-Bildung und von Naheverhältnissen zwischen österreichischen Beamt*innen der Europäischen Kommission und österreichischen Journalist*innen: *„Ich hatte irgendwie ein besonderes Naheverhältnis zu den österreichischen Journalisten. Die hat man dann natürlich auch getroffen bei irgendwelchen Empfängen […]. Da gab es auch mehr informelle Kontakte. Und das ist ganz interessant, dass sich da irgendwie so ein bisschen nationale Cluster dann bilden."* (EK_1a_I/21) Unabhängig von den Inhalten werden auch vor allem spezifische Eigenschaften, Einstellungen und Arbeitsweisen des*r jeweiligen Journalist*in betont, wodurch die Interaktionen zur Europäischen Kommission geprägt werden: *„Ich gehöre überhaupt nicht zu dieser Kategorie von Europa-Korrespondenten, für die alles, was die Kommission da vorschlägt, super ist."* (KORR_1d/4) *„Die einen plaudern wahnsinnig gern. Die gehen dann irgendwie zu jedem Empfang oder nutzen ihre Kaffeepause, treffen sich dann irgendwie zum Lunch und plaudern mit denen. Andere reduzieren das auf eine Arbeitsbeziehung und rufen die nur an, wenn sie eine spezifische Frage haben. Das sind halt unterschiedliche Formen des Networkings, und bei dem Einen ist das mehr ausgeprägt, bei dem Anderen weniger ausgeprägt."* (KORR_1a/11)

Übereinstimmung und Konflikt

Keine eindeutigen Antworten der Korrespondent*innen geben die Interviews auf die Frage, inwieweit Konflikte in den Interaktionen zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen eine Rolle spielen.

Zum einen wird durchaus von Konflikten gesprochen, aber nicht immer im selben Ausmaß: *„Auf so einer inhaltlichen Ebene kann es da durchaus zu […] Reibereien oder zu einem offenen Meinungsaustausch kommen."* (KORR_1a/22) *„Zur Kommission kann ich nur Konfliktlinien erkennen."* (KORR_1b/5) Darüber hinaus gibt es Korrespondent*innen, welche Interaktionen mit den EU-Institutionen generell als positiv beschreiben: *„Man kommt nach Brüssel, und man trifft so wahnsinnig viele interessante Leute, und man ist so mitten in diesem Weltgeschehen drinnen, und das ist halt ganz anders als jetzt nur, also nur ein Land, wenn ich in Österreich über Politik schreibe"* (KORR_1b/2). Auch gemeinsame Interessen der Europäischen Kommission und der Journalist*innen werden betont: *„Dass wir irgendwie auf zwei völlig unterschiedlichen Fronten kämpfen, das glaube ich nicht. […] Im Prinzip sind wir da jetzt nicht*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

in zwei unterschiedlichen Schützengräben und schießen aufeinander ein." (KORR_1a/25–27) Als Beispiel wird die gemeinsame EU-Affinität der Korrespondent*innen konstatiert, die eher Übereinstimmung in den Interaktionen mit der Europäischen Kommission erkennen lässt: *„Gerade die Korrespondenten in Brüssel […] sind eher EU-affin als EU-skeptisch, also wenn es nicht gerade irgendwelche britischen Kollegen sind."* (KORR_1a/26) *„Ich hätte kaum jemals jemanden gesehen – und ich weiß, wie es mir selber ergangen ist – der hierhergekommen ist und nicht nach kurzer Zeit in völlige Begeisterung verfallen ist."* (KORR_1b/1) An unterschiedlichen Stellen der Interviews wird aber auch angemerkt, dass bei den Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission vor allem das Interesse zur persönlichen Bevormundung der Journalist*innen sowie wenig kritisches Bewusstsein in Hinblick auf ihre Tätigkeit vorherrsche: *„Die Sprecher in Brüssel, die haben […] ganz wenig kritisches Bewusstsein, dass das, was die da tun, zum Teil völlig daneben ist."* (KORR_1d/5)

Was Konfliktbereiche betrifft, werden Unterschiede zur nationalen Ebene festgestellt: *„Ich würde schon sagen, dass sie [die Interaktionen] weniger konfliktbeladen sind, weil […] Rede und Widerrede auch nicht so unmittelbar sind."* (EK_1a_II/38) Dies wird von den Korrespondent*innen auf die große Anzahl an Akteur*innen auf EU-Ebene zurückgeführt (KORR_1e/3). Auch der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien bezeichnet die Beziehungen zu den Journalist*innen als weniger konfliktbeladen als auf nationaler Ebene (EK_1a_II/38). Finden Konflikte statt, dann sei seiner Ansicht nach eine mangelnde Bereitschaft zur europäischen Perspektive oftmals dafür ausschlaggebend: Er kritisiert, dass **„***dieses Verständnis fehlt, […] diese größere Perspektive nicht da ist"* (EK_1a_II/195). Ein*e Korrespondent*in stellt darüber hinaus fest, dass Konflikte auf EU-Ebene eher vermieden werden und Kommissar*innen es weniger gewohnt seien, kritisiert zu werden, als Minister*innen in den Nationalstaaten. Dazu bringt er*sie ein Beispiel von Interaktionen mit Dimitris Avramopoulos, der in der Administration Juncker als Kommissar für „Migration, Inneres und Bürgerschaft" zuständig war. Im Zuge seiner öffentlichen Auftritte zur Flüchtlings- und Migrationspolitik im Jahr 2015 habe der*die Korrespondent*in begonnen, den Kommissar *„besonders hart zu kritisieren, ihn direkt anzusprechen auf sein Versagen und so weiter. Da werden die ganz unrund, weil sie damit nicht umgehen können. Die sind das nicht gewöhnt als Kommissare, dass man sie so hart angeht wie Minister auf nationaler Ebene angegangen werden."* (KORR_1d/6)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Kommunikationsinteressen und Motive

a) Europäische Kommission

i) Kommunikationsinhalte

Sachliche Argumentationen versus Emotionen

Sowohl die Korrespondent*innen als auch der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien betonen das Interesse der Europäischen Kommission, Sachlichkeit und Faktenvermittlung in die Kommunikation mit den Journalist*innen zu bringen. *„Sachliche Argumentationen“* (EK_1a_II/67) oder das Korrigieren von *„Faktenverdrehungen“* (EK_1a_II/193) werden vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien kommuniziert und auch von Korrespondent*innen als zentrale Anliegen der Europäischen Kommission wahrgenommen. Als ein wesentliches Interesse, um mit der Europäischen Kommission in Kontakt zu treten, wird von einem*r Korrespondent*in deklariert, eine Abklärung der Fakten zu erhalten: *„Wenn wir über bestimmte Themen, über bestimmte Konflikte, über bestimmte Rechtsfragen, zur Umsetzung von Richtlinien und so weiter bei der Kommission fragen, was denn eigentlich Sache ist und was eigentlich getan werden muss, was zu erfüllen ist und so weiter […], dann ist ein wichtiger Punkt einmal die Abklärung von Fakten.“* (KORR_1e/39)

Von den Korrespondent*innen wird auch das Motiv der Europäischen Kommission beobachtet, durch sachliche Argumentationen Emotionen ansprechen zu wollen: *„Die Kommission will oft geliebt werden, und dafür tut sie auch viel […]. Da erzählen sie dann, was sie alles Gutes für den Bürger getan haben, weil ja die Kritik in vielen Ländern irrsinnig groß ist.“* (KORR_1b/21) Mitunter werden von den Korrespondent*innen aber auch Versuche der emotionalen Auflockerung durch die Akteur*innen der Europäischen Kommission wahrgenommen, welche die Grenzen der Sachlichkeit überschreiten. Dies passiere vor allem dann, wenn man absichtlich Scherze einfließen lasse: *„Wenn jemand eine besonders originelle Krawatte hat, das ist dann der Versuch, eine gewisse Lockerheit an den Tag zu legen. Lockerheit, die übrigens inhaltlich oft gar nicht gegeben ist. Also, es ist auch oft der Versuch, hier etwas zu überspielen, wo vielleicht inhaltlich eben keine Lockerheit angesagt ist.“* (EK_1e/43)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Zusammenleben in Europa

Das Zusammenleben in Europa und die Einhaltung von länderübergreifendem EU-Recht werden als ein wesentliches Interesse und als Motiv der Europäischen Kommission für Kommunikationshandlungen beobachtet: Sie poche als Hüterin der Verträge immer wieder darauf, rechtsstaatliche Prinzipien zu beachten, auf die gemeinsame Rechtsgrundlage hinzuweisen und die Leistung der Europäischen Union für das Zusammenleben in Europa und für einzelne Bürger*innen hervorzustreichen.

Korrespondent*innen betonen, die Motive der Europäischen Kommission für Kommunikation seien *„sehr stark davon getrieben, […] zum europäischen Zusammenhalt beizutragen“* (KORR_1e/40). Als Beispiele werden das Aufzeigen von Vorteilen für europäische Bürger*innen, die Herstellung von gegenseitigem Verständnis sowie die Betonung der Gleichwertigkeit der Bürger*innen in ganz Europa genannt (EK_3a/1, 44; EK_1a/57).

Ein Kommunikationsinteresse, das aus dem Interview mit dem Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien deutlich durchklingt, ist die Schaffung eines europäischen Sozialisationsprozesses bis hin zur Herstellung einer europäischen Identität sowie eines europäischen Heimatgefühls (EK_1a_II/58). Das werde mitunter auch mit der Kommunikation von Jubiläen und historischen Erzählungen versucht: Der jährliche „Europatag“ am 9. Mai wird als Aufhänger für Medienkommunikation genützt (EK_1a_II/60). Die 20-jährige Mitgliedschaft Österreichs in der EU, das Jubiläum der Römischen Verträge oder der 30. Geburtstag des Erasmus-Programms (EK_1a_II/61) werden hergenommen, *„um so eine europäische Erzählung und Identitätsfindung auf der Europäischen Ebene zu schaffen“* (EK_1a_II/64).

Von den Korrespondent*innen kommt in diesem Zusammenhang der Vorwurf, dass die Europäische Kommission ihren Machtanspruch hinter europäischen Werten verstecke und durch das Hervorstreichen positiver Ziele für ein gemeinsames Zusammenleben Kritik vermeiden möchte: *„Es geht um Interessen, und es geht um Machtpolitik, und es geht darum, wer welches Interesse durchsetzt, und es geht immer auch um Geld. Und darum geht es immer. Auf der Ebene der Europäischen Kommission, weil das alles natürlich höchst komplex ist und viel größer ist von der Dimension her, wird das oft dann, sozusagen, versteckt. Man tut dann so, als sei es eh im höheren Interesse der Sache oder was auch immer, aber das ist dann oft, sehr oft, ein Trick. In Wahrheit geht es auch dort darum, dass Kommissare, so wie Minister auf*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

nationaler Ebene, gut dastehen wollen oder dass sie sich gegen Kritik immunisieren." (EK_1d/34)

Europäische Perspektive

Vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird als Motiv für Kommunikationsanstrengungen mit Journalist*innen geäußert, sie in die Lage zu versetzen, häufiger und intensiver über europäische Differenzen und Gemeinsamkeiten zu berichten: *„Unsere Aufgabe ist, auch Verständnis herzustellen für die Situation jetzt, wie sie sich aus europäischer Perspektive darstellt, nämlich wie sie sich auch für andere Mitgliedsländer darstellt."* (EK_1a_II/69) Was eine „europäische Berichterstattung" in Österreich betrifft, wird von ihm bemängelt, dass Multiperspektivität in österreichischen Medien – auch in Qualitätszeitungen – fehle: *„Das ist ein hoher Anspruch, ich weiß, aber die europäische Berichterstattung sollte halt darüber hinausgehen, was jetzt sozusagen der österreichische Bundeskanzler oder der österreichische Außenminister denken. Da sollte es natürlich auch interessant sein, was denkt denn der Ungar, was denkt der Pole, was denken die baltischen Staaten, was denken die Franzosen, was denken die Spanier, ja, wie sehen die das?"* (EK_1a_I/50)

Von den Korrespondent*innen wird das Kommunikationsinteresse der Europäischen Kommission, Gemeinsamkeiten hervorzustreichen, klar erkannt. Die stark positive Konnotation dieser „gesamteuropäischen" Kommunikationsinhalte wird mitunter kritisiert: *„Die glauben immer, sie müssen europäische Politik positiv verkaufen, so im Sinne von ‚Wir sind doch alle Pro-Europäer'. Und das halte ich für völlig daneben."* (KORR_1d/33) Ein*e Korrespondent*in beobachtet zugleich auch die Tendenz der Europäischen Kommission zur Relativierung von europäischen Differenzen, *„Länder-Interessen ein bisschen herunterzuspielen"* (KORR_1a/32), um ein Bild von einem geeinten Europa zu zeichnen. Auch dort, wo keine Einigkeit vorhanden sei, verwende die Europäische Kommission die gemeinsame europäische Perspektive, um Konflikte nicht zuzuspitzen. Sie zeige einem*r Korrespondent*in zufolge sehr stark den *„Wunsch, dass es so etwas wie ein gemeinsames europäisches Interesse gibt. Nur glaube ich, aber das ist meine persönliche Meinung, dass man um den Konflikt nicht herumkommt, weil der Konflikt ja in Wahrheit, wenn er einmal ausgeräumt ist, eine Klärung bringt. Was wir in Europa haben, ist derzeit sehr viel ungeklärte Situation."* (KORR_1e/44)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ii) Kommunikationsinstrumente

Informationshappen

Die Korrespondent*innen beobachten, dass die Kommunikation der Europäischen Kommission mitunter auf sogenannte „Informationshappen“ ohne tiefergehende Analysen fokussiert ist: Es bestehe die Tendenz, dass man Journalist*innen *„kurze Informationshäppchen hinwirft, aber dass dann sehr oft vertiefende Gesprächsangebote fehlen, die notwendig wären. Also, ich meine jetzt so Formate wie Hintergrundgespräche.“* (KORR_1e/33) Die Strategie der Verpackung kleiner Informationsstücke wird von einer*m Korrespondent*in auch als „Fingerhutspiel“ bezeichnet: *„Also, das ist ein bisschen ein Spiel geworden. […] Sie kriegen einen Fingerhut, und der ist in einer relativ großen Schachtel verpackt, und Sie müssen ganz viel Papier zur Seite räumen und Verpackung und noch eine Schachtel in der Schachtel und so. Und erst dann am Ende sind Sie bei diesem Fingerhut angekommen. Und der ist extrem wichtig, aber eigentlich war es immer nur ein Fingerhut.“* (KORR_1b/11) Der Europäischen Kommission wird in diesem Zusammenhang auch das Kommunikationsmotiv vorgeworfen, durch dieses Spiel relevante Informationen verdecken und Intransparenz verstärken zu wollen: *„Wenn sie [die Pressesprecher*innen] wieder wie die Zauberer arbeiten und jeden Tag irgendeine kleine Überraschung […] versuchen. […] Die wirklich wichtigen Entscheidungen versucht man so lange geheim zu halten, damit es ja niemand irgendwie vorher erfährt. Das ist kindisch.“* (KORR_1b/6)

Versuchsballons

Häufig beobachten Korrespondent*innen sogenannte „Versuchsballons“ der Europäischen Kommission. Diese Art der Kommunikationsstrategie intendiere, durch Weiterreichung von Dokumenten an ausgewählte Medien – bevor diese öffentlich gemacht werden – geplante Initiativen der Europäischen Kommission medial auszutesten. Durch die Kommunikation einer Initiative zu einem bestimmten Thema, welche die Europäische Kommission plant, werde via ausgewählter Medien die Stimmung erprobt: *„Diese ganzen durchgesickerten Dokumente, wo sich dann irgendwelche Zeitungen brüsten, damit jetzt irgendwie als Erste ein Dokument bekommen zu haben. Das sind oft auch Testblasen, die von der anderen Seite kommen. Also, die Kommission weiß ja auch, wem sie irgendwelche Informationen zuschanzt, bevor sie*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

öffentlich präsentiert werden, um dann auch ein bisschen so die Stimmung zu testen, um zu sehen, wie die Reaktion darauf ist. Das kommt immer wieder vor." (KORR_1a/30)

Motive bei der Auswahl der jeweiligen Kommunikationszielgruppe für die Weiterreichung noch inoffizieller Dokumente im Vorfeld sind nach Korrespondent*innen-Angaben die Größe und Wirkmächtigkeit eines Mediums. Je größer und einflussreicher Medien sind, desto relevanter seien sie für „Anfütterungsmaßnahmen" der Europäischen Kommission. Von zwei Korrespondent*innen wird in diesem Zusammenhang häufig die *Financial Times* beobachtet, an der die Europäische Kommission am meisten Interesse zeige, weil sie *„in Brüssel als sozusagen die einzige europaweite Zeitung, eine seriöse Zeitung, betrachtet wird [und] wirklich ein breites Publikum hat"* (KORR_1c/12). Der Vorgang wird folgendermaßen beschrieben: *„Die bekommen etwas zugeschoben, berichten darüber, dann schaut man, wie die Reaktion ist darauf, und dann wird entsprechend nachjustiert in der Kommission. […] Offiziell behauptet die Kommission ja, dass sie das nicht tut und dass sie so eine Strategie nicht verfolgt. Aber in der Kommission gibt es natürlich auch Beamte, […] einflussreiche Spieler, die alle auch versuchen, Einfluss auf die Medien zu nehmen."* (KORR_1e/12)

Österreichischen Medien passiere es nicht häufig, dass sie einen solchen „Versuchsballon" der Europäischen Kommission erhalten: *„Ich meine, bei österreichischen Themen kann es schon durchaus sein, dass da irgendetwas vorab kommt, aber das wird irgendwie nur rein Österreich betreffen und das ist dann doch nicht so oft."* (KORR_1c/14) Das Kommunikationsinteresse der Europäischen Kommission mit Medien aus kleinen EU-Mitgliedsländern halte sich generell in Grenzen (EK_2h/26,76). Als österreichisches Medium sei man viel zu klein für große Versuchsballons: *„Da muss man irgendwie an Informationen gelangen, […] da muss man sich da selber schon ein bisschen irgendwie ins Zeug legen und schauen, dass man an die Sachen herankommt über eigene Kanäle. Aber aus der Sicht der Kommission ist man natürlich vollkommen irrelevant. Also das, was* Die Presse *[österreichische Tageszeitung] berichtet, hat keinen Impact und wird nicht gelesen in Spanien, in Portugal, in Griechenland oder in Polen. Da wird die* Financial Times *von den Entscheidungseliten in all diesen Ländern gelesen. Insofern ist das einfach ganz klar, dass […] kein österreichisches Medium die Reichweite hat, um wirklich so europaweit als eine Art Test-Versuch-Station zu dienen."* (KORR_1c/13)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Brüssel-Reisen für Journalist*innen

Die Europäische Kommission zeigt immer wieder Initiativen, Kontakte mit Journalist*innen im Rahmen von Brüssel-Reisen anzubahnen, und verwirklicht durch dieses Angebot spezifische Kommunikationsinteressen.

Von Seiten der Europäischen Kommission wird betont, dass man im Rahmen der Brüssel-Reisen nicht nur Begegnungen mit Beamt*innen der Europäischen Kommission, sondern auch mit den Korrespondent*innen aus dem eigenen Land ermöglichen wolle. Sie werden auf Initiative der Kommission mit ihren Kolleg*innen aus Österreich in Brüssel in Kontakt gebracht: *„Weil wir halt den österreichischen Journalisten […] auch ein bisschen die Gelegenheit geben wollen mit ihren Kollegen, die vor Ort sind, zu reden, um sich auszutauschen. Das ist natürlich auch interessant für die, die nicht in Brüssel sitzen, vielleicht von einem Kollegen einmal zu hören, wie das da so läuft. Also, das finden wir ganz interessant und da gibt es immer ein gemeinsames Essen oder irgendeinen gemeinsamen Event."* (EK_1a_I/26)

Von journalistischer Seite werden diese Brüssel-Reisen als eine Art Manipulationsversuch interpretiert: *„Europa-Journalisten, die vor allem immer die Europa-Dimensionen in den Vordergrund stellen und sich quasi positiv als Europa-Botschafter verstehen, das gibt es auch. Also, mir zum Beispiel ist das völlig fremd. Und da versucht die Kommission zum Beispiel, auch bis hin zu Einladungsreisen und solchen Dingen, Journalisten davon zu überzeugen, dass sie [die Beamt*innen der Europäischen Kommission] gute Arbeit leisten und dass eigentlich die Anderen schuld sind."* (KORR_1d/7)

iii) Kommunikationsstil

Strukturierung und Vereinheitlichung

Von Seiten des Pressesprechers der Europäischen Kommission in Wien werden die Kontakte der Europäischen Kommission mit den Journalist*innen als sehr strukturiert bezeichnet – insbesondere der Umgang mit den Korrespondent*innen: *„Es gibt jeden Tag die Pressekonferenz. Es gibt jeden Tag das Pressematerial, das allen zur Verfügung steht. Das heißt also, da gibt es eine wirkliche Struktur, wo die österreichischen Journalisten, wenn sie vor Ort sind und interessiert sind, voll eingebunden sind und Möglichkeit haben, sozusagen, das Neueste vom Tag jeden Tag zu erfahren und auch nachzufragen und so weiter."* (EK_1a_I/27)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Auch von den Korrespondent*innen wird die Europäische Kommission – im Vergleich zu den anderen EU-Institutionen – als organisierter, strukturierter und effizienter in ihrer Kommunikationsarbeit beschrieben. Man erkennt den Versuch, geschlossen und einheitlich nach außen aufzutreten. Während bei anderen Institutionen einzelne Akteur*innen stärker in Erscheinung treten, sei es bei der Europäischen Kommission die Institution als Ganzes.

Sowohl vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung als auch von den Korrespondent*innen wird die Kommunikation des Europäischen Parlaments als vergleichsweise individueller und weniger strukturiert dargestellt. Die Beurteilung beider EU-Institutionen ist aber different: Der Pressesprecher schätzt die uneinheitliche Kommunikation des Parlaments als Erschwernis für die Journalist*innen ein (EK_1a_I/17). Von der Seite der Korrespondent*innen wird darauf hingewiesen, dass Kontaktaufnahmen mit den Angehörigen des Europäischen Parlaments weniger Schwierigkeiten bereiten als mit jenen der Europäischen Kommission: *„Das Parlament ist mit Sicherheit die öffentlich-freundlichste und transparenteste Organisation von den großen EU-Institutionen."* (KORR_1e/12) Als Grund wird die Vielfalt des Europäischen Parlaments, die auch individuelle Inhalte ermögliche, genannt. Anders als bei der Europäischen Kommission werde von den Akteur*innen des Europäischen Parlaments die Fülle und Vielfalt politischer Meinungen positiv hervorgestrichen, was deren Inhalte für den Journalismus brauchbarer mache. Die Parlamentarier*innen, denen die Medienarbeit selbst obliegt, sind gewählte Abgeordnete, die alleine aus ihrer politischen Rolle heraus die Öffentlichkeit brauchen würden (KORR_1e/12). Der kontroverse Diskussionsprozess im Europäischen Parlament wird im Vergleich zur vereinheitlichten Kommunikation der Europäischen Kommission auch als interessanter beschrieben: *„Dadurch ist die Berichterstattung auch anders, weil sie halt meistens bunter ist oder umfassender oder farbiger. Ich finde – aber das ist jetzt meine persönliche Sicht – sie geht mehr in die Tiefe.*" (KORR_1f/5)

Konfliktscheu

Insgesamt wird von den Korrespondent*innen das Interesse der Europäischen Kommission bemängelt, sich in der Kommunikation bedeckt zu halten, Floskeln und Standardantworten zu geben sowie zu vermeiden, Dinge beim Namen zu nennen: *„Die Akteure, die hier in Brüssel sind, bleiben hier oft sehr im Abstrakten stehen, sind wenig gewillt, auf die Situation in den einzelnen Ländern einzugehen, auch aus einer gewissen Konfliktscheu heraus."* (KORR_1e/2)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Bei konfliktbeladenen Themen wünschen sich die Korrespondent*innen zum einen mehr Klarheit: *„Sehr viel ist dann irgendwie im Hintergrund, wo man irgendwie nicht eindeutig zuordnen und zitieren soll.“* (KORR_1a/17) Zum anderen fragt man sich, warum die Europäische Kommission kein Interesse habe, bei konfliktbeladenen Themen stärker auf Journalist*innen zuzugehen, statt Konfliktthemen aus dem Weg zu gehen. Als Beispiel wird die europäische Arbeitnehmer*innenfreizügigkeit angeführt, die zum Zeitpunkt der Befragung in Österreich umstritten war: *„Da stelle ich mit gewisser Verwunderung fest, dass die Kommission sehr verhalten eigentlich auf diese Ideen reagiert und auch gar nicht so von sich aus den Kontakt zu Journalisten sucht, um ihre Sicht der Dinge zu erklären. Also, hier ist eher […] ein sehr vorsichtiger, konfliktscheuer Zugang zu den Themen vorhanden. Hier würde ich mir persönlich oft mehr wünschen, dass eine Europäische Kommission auch mehr auf österreichische Journalisten zugehen würde, um ihre Sicht der Dinge zu erklären.“* (KORR_1e/28)

Von einem*r Korrespondent*in wird speziell die zurückhaltende Kommunikation der Europäischen Kommission im Umgang mit EU-skeptischen Ländern festgestellt – beispielsweise zur Rechtsstaatlichkeitsfrage in Polen und in Ungarn: *„Hier ist die Kommission oft sehr verhalten und sehr lange sehr zögernd in ihren öffentlichen Stellungnahmen.“* (KORR_1e/17) Auch in weniger spektakulären Fällen wird ein kommunikatives Zögern der Europäischen Kommission beobachtet: *„Wo es einfach darum geht, aufzuzeigen, welche Mitgliedstaaten haben jetzt gewisses EU-Recht nicht umgesetzt, ist die Kommission […] sehr allgemein.“* (KORR_1e/18)

iv) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Persönliche Interessen der Beamt*innen der Europäischen Kommission

Die Korrespondent*innen sind sich nicht einig, inwieweit persönliche Interessen der Beamt*innen der Europäischen Kommission eine Rolle im Rahmen ihrer Kommunikationsarbeit mit den Journalist*innen spielen. Einerseits werden individuelle Intentionen nur marginal festgestellt und Anpassungen an das Institutionelle betont: *„Das Persönliche spielt am Rande eine Rolle, es ist nicht bestimmend für Kommunikationsarbeit.“* (KORR_1e/42) Andererseits wird durch unterschiedliche persönliche „Steckenpferde“ und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Motivlagen, die sich mitunter aus der eigenen Biografie der Beamt*innen ergeben, auch ein *„massives Eigeninteresse“* (KORR_1d/35) in deren Kommunikationsarbeit konstatiert.

b) Journalismus

i) Kommunikationsinhalte

Hintergrundinformationen

Hinsichtlich der inhaltlichen Schwerpunkte ihrer Arbeit auf EU-Ebene betonen Korrespondent*innen vor allem das Interesse zur Vermittlung von Hintergrundinformation statt Ereignisberichterstattung. Ereignisse einzuordnen, Zusammenhänge und das größere Bild zu erklären, den Kontext aufzurollen und dabei nicht viel voraussetzen zu können, wird häufig als Interesse bei der Vermittlung von Inhalten zur Europäischen Kommission deklariert. Einsicht hinter geschlossene Türen zu erhalten, um zu verstehen, in welche Richtung Entscheidungen gehen, sei dafür notwendig und werde vor allem über persönliche Kontakte möglich: *„Der Wert der Kontakte, die man als Korrespondent hier hat, besteht ja eigentlich nicht in der Verbreitung der Information, […] sondern der Wert besteht darin, dass man Hintergrundinformationen bekommt. Und dass man auch früher als andere, früher bevor die Dinge öffentlich sind, einen Einblick bekommt, in welche Richtung sich bestimmte Dinge entwickeln.“* (KORR_1e/38) Zur Interpretation der Informationen brauche es in erster Linie auch das eigene Interesse der Journalist*innen für ein Verständnis der Vorgänge auf EU-Ebene: *„weil manchmal ist es auch ein bisschen schwierig zu deuten, was da so kommt“* (KORR_1f/19).

Ein*e Korrespondent*in spricht die Anfälligkeit mancher Journalist*innen für sogenannte „Informationshappen“ und das Problem im Umgang mit der Oberflächlichkeit vieler Informationen der EU-Institutionen an und betont das Interesse an tiefergehender Berichterstattung. Diesbezüglich sei analytisches Denken notwendig, um zwischen Verpackung und Inhalt zu unterscheiden: *„Nicht nur in diesem oberflächlichen Fluss dahin schwimmen sollten wir als Journalisten, sondern [es sollte uns bewusst sein,] dass eben auch der vertiefende Aspekt auch noch sehr wichtig ist. Dass man einmal innehält und sagt, ‚brauche ich wirklich […] zu allen Themen irgendwie so kurze Twitter-Anreißer-Häppchen?‘ Als*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Journalist, der für ein nationales Medium mit Qualitätsanspruch hier arbeitet, muss man ja auch schauen, dass man in die Tiefe geht." (KORR_1e/36)

Journalistisches Gespür

Oft stünden Journalist*innen vor dem Problem, dass die Relevanz von politischen Kommunikationsinhalten nicht klar erkennbar und beschreibbar sei. Im Prozess des Abwägens und der journalistischen Entscheidungsfindung wird wiederum oft das „(journalistische) Gespür" als Motiv für oder gegen Kommunikationshandlungen betont: *„Das ist natürlich schwer, weil da spielt auch […] einfach Gespür hinein, also man muss halt irgendwie spüren, ein bisschen also wissen, ob die Geschichte, ob das Thema eine Relevanz für die Leser hat."* (KORR_1c/5) Nicht klare Check-Listen seien das Leitmotiv bei inhaltlichen Entscheidungen zur Berichterstattung, sondern durchaus auch die eigene Intuition: *„Ich sehe den Journalismus auch ein bisschen wie ein Handwerk. Das heißt, ab einem gewissen Moment als Kunsttischler bekommt man ein Gespür für das Material, für das Holz, oder als Bildhauer für den Stein, und dann weiß man irgendwie so genau, was in diesem Stück Material, Rohstoff drinnen steckt. Und so geht es mir irgendwie ab einem gewissen Moment beim Recherchieren und beim Schreiben. Also das ist eher, oder zu einem Teil natürlich, eine intuitive Angelegenheit, was jetzt genau relevant ist. Insofern kann ich das nicht wirklich so anhand von handfesten Check Lists, Kriterien Ihnen da jetzt darlegen, und da Relevanz von Themen messen."* (KORR_1c/7)

Europäische Perspektive versus österreichische Perspektive

Ein*e Korrespondent*in stellt in seiner*ihrer Analyse zur journalistischen Berichterstattung fest, dass sich *„österreichische Korrespondenten auf die Österreich-Aspekte stürzen und alles aus dem Österreich-Blickwinkel sehen"* (KORR_1e/51). Widerspruch kommt diesbezüglich von Seiten eines*r anderen Korrespondent*in. Mitunter heiße Brüssel-Korrespondent*in zu sein, sich auch auf die Seite der Beamt*innen der Europäischen Kommission zu stellen und die sogenannte „europäische" Perspektive einzunehmen: *„Dass es jetzt eben nicht die Bösartigkeit ist, die hier ein paar Beamte befallen hat, die den ganzen Tag sagen, ‚jetzt müssten wir uns überlegen, wie wir dieses Land piesacken können'. Also, dass es einfach das Ergebnis des Versuchs ist, eine Regelung zu finden, die halt für alle gleich passt oder gleich nicht passt."* (KORR_1b/25)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Insgesamt wird die Analyse zu den Korrespondent*innen jedoch durchaus geteilt und bestätigt, dass von Korrespondent*innen vor allem nationale Interessen in der Berichterstattung betont werden sollen: *„Alles, was hier irgendwie mit Österreich zu tun hat, herauszuarbeiten und den Österreich-Bezug herzustellen. Der Österreich-Bezug wird Ihnen hier nämlich nicht am Silbertablett serviert, sondern den müssen Sie sich selbst erarbeiten."* (EK_1e/55) *„Also da geht es irgendwie um nationale Aspekte […]. Wenn wir jetzt bei Flüchtlings- oder Migrationspolitik diskutieren, dann wird [die Informationsrecherche] […] von einem österreichischen Standpunkt gesehen oder wird irgendwie die österreichische Situation ins Feld geführt."* (KORR_1a/35) Auch nationalistische Einstellungen und die Tendenz zur nationalen Selbsterhöhung unter Journalist*innen wird bemerkt: *„Nationalismus oder übertriebener Patriotismus, Chauvinismus und alles, ist natürlich präsent, auch bei Journalisten."* (EK_1a_II/204)

Auch auf das gesamte Journalist*innenspektrum bezogen, gelte der Befund: *„Also, die meisten […] Leute, die sich nur in Österreich bewegen, die beschreiben die EU in erster Linie in ihrer Wirkung auf Österreich, haben nicht so ein feines Gespür dafür, dass Österreich erstens einmal sowieso nur eines von 28 Ländern und noch dazu ein sehr kleines Land mit 8 Millionen Einwohnern ist. Oder dass die Union 507 Millionen Einwohner hat und dass die Union als Gesamtes politisch ja vollkommen anders wirkt und arbeiten muss als nur die Summe von vielen kleinen Ländern."* (KORR_1d/29) Es gäbe aber auch Ausnahmen, wird von einem*r Korrespondent*in betont: Ein Unterscheidungsmerkmal zwischen jenen Journalist*innen mit hauptsächlicher Österreich-Perspektive und jenen, die in ihrer Berichterstattung auch europäische Aspekte mitdenken, seien die eigenen biografischen Erfahrungen. Er*sie differenziert zwischen jenen, die *„nie im Ausland waren, die nie sozusagen Europapolitik außerhalb des eigenen, des nationalen Bezugsrahmens wahrgenommen bzw. bearbeitet haben. Es gibt ja diesen Typus des innenpolitischen Journalisten nach wie vor, gibt zwar immer weniger, aber es gibt sie noch immer"* (KORR_1d/28), und jenen, die eine Zeit lang im Ausland gearbeitet oder sogar die Funktion des*der Brüssel-Korrespondent*in innegehabt haben. Dieser Unterschied zeige Auswirkungen auf das jeweilige Interesse bei der journalistischen Einschätzung und Berichterstattung: *„Eine Beobachtung ist, dass es da einen ganz gravierenden qualitativen Unterschied – Sprung – gibt. Weil alle, die jemals nicht nur für kurz, sondern für einen längeren Zeitraum über europäische Politik berichtet haben, und die das*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

außerhalb Österreichs oder Wiens wahrgenommen haben, ein ganz anderes Bewusstsein für die Komplexität der Fragestellungen entwickelt haben. Während innerhalb von Österreich wird das dann sehr stark durch diese nationale Brille gesehen." (KORR_1d/28) Das Interesse zur Berücksichtigung von Multiperspektivität in der Berichterstattung werde durch einen Auslandsaufenthalt gefördert: *„Die lassen viel stärker die unterschiedlichen Sichtweisen in ihre Beurteilungen einfließen, die ja zum Teil gravierend anders sind – gerade zwischen England, Frankreich und Österreich zum Beispiel, […] sagen wir jetzt einmal zur Türkei-Erweiterung. Also das, glaube ich, ist einmal ein ganz wichtiges Unterscheidungsmerkmal."* (KORR_1d/30)

Unter den Korrespondent*innen in Brüssel werden mitunter auch gerne Möglichkeiten zur Zusammenarbeit mit Kolleg*innen aus anderen europäischen Ländern genützt. Diese Vernetzung auf europäischer Ebene zeige ebenso Auswirkungen auf die Berichterstattung: *„Was ich hier witzig finde, ist, das ist ein bisschen anders als in Wien oder in Österreich, es gibt viel mehr Zusammenarbeit unter den Leuten […]. Man redet mit den Kollegen aus Slowenien, oder man redet mit den Kollegen aus Deutschland, oder man redet mit den Kollegen aus Spanien, und die wissen ja alle irrsinnig viel, und da gibt es auch viele, die sagen ‚komm, schau einmal, dass du dort andockst oder da anknüpfst' und das hilft."* (KORR_1b/12)

Inhaltliche Interessen der Medienbetriebe

An direkte inhaltliche Vorgaben der Medienbetriebe in Bezug auf die EU-Berichterstattung glaubt der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien eher nicht: *„Ich kann mir eigentlich kaum vorstellen, dass es irgendwie Vorgaben gibt wie ‚okay, wir schreiben grundsätzlich Europa herunter'. Das glaube ich nicht, das glaube ich eher nicht."* (EK_1a_II/82) Aber Verkaufszahlen und ökonomische Argumente wie eine hohe Anzahl an Inseraten könnten durchaus auch als inhaltliche Vorgabe gelten, wird eingewendet: *„Also, das würde ich jetzt nicht allen Journalisten unterstellen, nicht allen Medien unterstellen. Aber bei jenen, die viel verkaufen, scheint das offensichtlich eine Hauptmotivation zu sein."* (EK_1a_II/78)

Eine Aussage eines*r Korrespondent*in weist darauf hin, nicht nur die Erwartungen der Medienbetriebe in Hinblick auf positive oder negative EU-Berichterstattung, die durch die konzeptionellen Bestrebungen der Medieninhaber*innen gemacht werden, als relevante Interessen gelten zu lassen. Auch fixe Verankerungen wie Zeitungsteile zu EU-Inhalten im strukturellen Aufbau des Mediums bringen aus seiner*ihrer Sicht ein inhaltliches Interesse der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Medienbetriebe zum Ausdruck: *„Also das [die EU-Berichterstattung] ist schon seit vielen Jahren ein Schwerpunkt von uns […]. Ja, das ist eigentlich, auch wenn das nirgends so festgeschrieben ist, aber das könnte man als eine Leitlinie ansehen."* (KORR_1a/37)

ii) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Wissen zur Europäischen Union

Mangelndes Wissen der Journalist*innen generell zur Politik auf EU-Ebene sowie zur Europäischen Kommission werden von Seiten des Pressesprechers der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien kritisiert: Er versteht falsche EU-Berichterstattung in den Medien jedoch nicht als ein absichtliches Interesse an einer Verfälschung von Fakten, sondern stuft Unwissen als hauptsächlichen Grund der Journalist*innen für ihre Auslassungen und Fehler ein: *„Faktentreue [ist] offensichtlich ein sekundäres Kriterium."* (EK_1a_II/79)

Das journalistische Interesse in der österreichischen EU-Berichterstattung an Differenzierung zwischen den Institutionen halte sich in Grenzen, Abläufe der unterschiedlichen rechtsstaatlichen Gewalten auf EU-Ebene werden nicht dargestellt: *„Wer ist Legislative, wer ist Exekutive, wer ist die Judikative? Diese Differenzierung kennt man auf nationaler Ebene, und die entzieht sich der Kenntnis über weite Strecken auf der europäischen Ebene."* (EK_1a_I/16) Unter österreichischen Journalist*innen beobachtet er insgesamt ein mangelndes Bewusstsein, dass auch fehlendes Interesse an Vollständigkeit die jeweilige EU-Berichterstattung beeinflusse, und äußert den Verdacht, *„dass das nicht irgendwie aus Böswilligkeit oder Vereinfachung passiert, sondern einfach aus Unkenntnis"* (EK_1a_I/90). Diesbezügliche Ausnahmen unter den Journalist*innen könne er kaum erkennen: *„Ich meine jetzt natürlich nicht junge, heranwachsende oder freie [Journalist*innen], die von solchen Themen weit weg sind."* (EK_1a_I/9) Er zählt auch jene Journalist*innen dazu, *„die durchaus gewisse Prominenz haben"* (EK_1a_I/9).

In journalistischen Leitungsebenen sei ein fehlendes Interesse an der Berücksichtigung von EU-Kenntnissen bei Job-Qualifikationen erkennbar, konstatiert der Pressesprecher der Europäischen Kommission in Wien und weist diesbezüglich auf eine große Diskrepanz zwischen den Wissensanforderungen für die nationale und jenen für die europäische Ebene hin: *„Ein Journalist, der nicht weiß, wie die Entscheidungen in der Europäischen Union laufen, ist deswegen nicht disqualifiziert für seine Tätigkeit […]. Ein Innenpolitik-Journalist, der nicht*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

weiß, wie das österreichische Regierungssystem ausschaut, ist disqualifiziert für seinen Job. Also, hier […] gibt es eine gewisse Diskrepanz. Ich meine, keine Redaktion wird einen Innenpolitik-Redakteur einstellen, wenn der nicht weiß, wie die Ministerriege heißt […]. Aber ich wage jetzt zu behaupten, dass es nur eine Handvoll österreichische Journalisten gibt, die mir die Kommissare aufzählen können." (EK_1a_I/13)

Von journalistischer Seite kommt in Hinblick auf den Vorwurf mangelnder EU-Kenntnisse keine Selbstkritik – außer der Verweis auf mitunter (zu) große Oberflächlichkeit bei der EU-Berichterstattung (KORR_1e/31).

Vermittlungsfunktion

Von den Korrespondent*innen wird sehr deutlich das Interesse geäußert, als Vermittler*innen zwischen der EU- und der Österreich-Ebene tätig zu sein. Die Arbeit in Brüssel wird im Vergleich zu jener der Redakteur*innen auf der nationalen Ebene als unterschiedlich dargestellt, was die Einnahme einer Vermittler*innenfunktion hinsichtlich der Geschehnisse in Brüssel auch gegenüber der eigenen Redaktion notwendig mache: *„Ich will nicht sagen, das ist ein geschlossener Bereich hier. Aber er […] funktioniert nach eigenen Regeln. Und Sie müssen aus diesem geschlossenen Bereich jetzt ein bisschen hinaustreten, um zu sehen ‚aha, was ist jetzt eigentlich?' Und umgekehrt muss man aber auch manchmal die Kollegen zu Hause kurz schütteln und sagen ‚Leute! Das, was da jetzt gerade passiert, ist wirklich wichtig und unterschätzt das nicht.'"* (KORR_1b/34) Auch das Interesse an einer intensiveren Zusammenarbeit zwischen den Redaktionen und den Korrespondent*innenbüros mit ihren unterschiedlichen Perspektiven wird geäußert: *„Die inhaltlichen Aspekte von einer oft sehr abstrakten EU-Politik auf die konkreten Auswirkungen in Österreich zusammenzubringen, das muss man natürlich auch in der Redaktion schaffen. Dass dann die Leute, die mit den österreichischen Behörden und Politikern in Kontakt sind, auch reden und wir [die Korrespondent*innen] mit denen reden, dass man sich austauscht und dass man jeweils weiß, was auf dem Gebiet des Anderen sich abspielt."* (KORR_1e/68)

Bei der Berichterstattung über die Entwicklungen auf EU-Ebene werden Unterschiede zum nationalen Feld ausgemacht: *„Nicht wie man Informationen einholt, sondern wie man sie weitergibt. Also da ist sicher auch ein Unterschied."* (KORR_1a/6) Als journalistisches Interesse wird diesbezüglich vor allem die Vermittlung von politischer Einschätzung an die Redaktion deklariert: *„Ein Korrespondent, der in Brüssel ist und über EU-Themen berichtet, der hat […]*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

das jahrelang gemacht. Er schätzt Dinge anders ein, weil er weiß, dass zum Beispiel bestimmte Themen immer wieder aufpoppen. Er ist dann teilweise unaufgeregter als die Redaktion, weil er oder sie genau weiß, dass da jetzt irgendwie so ein bisschen heiße Luft, dass da viel heiße Luft drinnen ist. Umgekehrt muss er dann zum Beispiel erklären, warum jetzt dieses Thema zum dritten Mal wieder auf der Tagesordnung steht. Aber das hängt dann irgendwie mit den Gesetzgebungsprozessen zusammen. Wenn das zum Beispiel in der Kommission diskutiert wird, dann wird das im Rat diskutiert, dann wird das im Parlament diskutiert, und es wiederholt sich immer wieder, und das muss man dann auch manchmal der Redaktion erklären, warum man dieses Thema jetzt schon wieder behandeln will." (KORR_1a/38)

Die Vorgänge auf EU-Ebene, in der sogenannten „EU Bubble", werden von einem*r Korrespondent*in als „Raumschiff" beschrieben. Auch in diesem Zusammenhang wird nicht nur auf die bloße Informationsweitergabe verwiesen. Das journalistische Interesse sei in diesem Vermittlungsprozess vor allem die kritische Einordnung: *„Das ist wie im Raumschiff. Und in dem Raumschiff sprechen die Leute auch die gleiche Sprache. Das ist aber […] als hätte man sich schon sehr weit von der Erde entfernt und hätte sich auf eine neue Sprache, oder phasenweise wie mit Abkürzungen umgegangen wird, geeinigt. Die verstehen hier alle. Nur außerhalb vom Raumschiff versteht es niemand. Da ist, glaube ich, oft eine große Kluft dazwischen. Und jetzt sehe ich mich nicht in der Aufgabe, dass ich mich jetzt hinsetzen und das alles übersetzen muss, sondern ich glaube, ich muss mir langsam auch anschauen, […] ob diese Dinge, die da passieren in dem Raumschiff, noch halbwegs mit dem zusammenpassen, wofür die eigentlich sagen, dass sie entscheiden oder ihre Überlegungen anstellen oder Gesetze machen. Also […] da reibt es sich sehr sogar. Wenn ich mit den Kollegen zu Hause rede, merke ich das."* (KORR_1b/22) In diesem Zusammenhang sei es auch im Interesse der Korrespondent*innen, die eigene Heimatredaktion als Korrektiv für die Arbeit als Brüssel-Korrespondent*in zu nützen: *„Abschätzen und Einschätzen, was sich da abspielt, dazu braucht man möglicherweise hier Leute. Und umgekehrt braucht man die Heimatredaktion, weil sonst ist man wirklich früher oder später ein Trabant der Institutionen, der nur mehr hinausposaunt, was sie einem hier erklären."* (KORR_1b/35)

Journalistisches Berufsbild

Etliche Aussagen der Korrespondent*innen in Hinblick auf ihre persönlichen Interessen bezüglich journalistischer Schwerpunktsetzungen beziehen sich auch auf Kritikfunktionen und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

die eigene kritische Distanz: *„Wie macht man eine kluge und gleichzeitig kritische, aber nicht destruktive EU-Berichterstattung?“* (KORR_1b/26) *„Wie schreibe ich über das, ohne dem zu verfallen, ohne gleichzeitig Teil der Bubble zu sein, ohne aber auch völlig destruktiv irgendwie hier zu sitzen und mir zu denken ‚Alles ein Scheiß‘ […] und nur rauf zu hauen?“* (KORR_1b/27) Ein*e Korrespondent*in beschreibt eine seiner*ihrer Schwerpunktsetzungen als Journalist*in, Triebfaktor für ein Voranbringen von politischen Lösungsvorschlägen auf EU-Ebene zu sein: *„Bei einem Vorschlag der Kommission – sei es in der Flüchtlingspolitik oder in der Finanzpolitik oder irgendetwas – ist oft gar nicht klar, welche Auswirkungen der hat. Das ist auch den Akteuren oft am Anfang nicht klar. Und indem wir berichten und indem wir die Berichterstattung vorantreiben, generieren wir eine Diskussion darüber, und diese Diskussion, die natürlich Konflikte beinhaltet und auch Widersprüche beinhaltet, ist aber notwendig, um sozusagen auch die Politik weiterzutreiben.“* (KORR_1e/46)

Persönliche Interessen der Journalist*innen

Aus den Aussagen der Korrespondent*innen wird deutlich, dass sich diese immer wieder explizit vom Anschein der Nähe zur Europäischen Kommission distanzieren wollen. Zum einen wird gegen das generelle Vorurteil der EU-Freundlichkeit der EU-Korrespondent*innen angekämpft: *„Fast jeder, der länger hier ist, wird unter Anführungsstrichen verdächtigt, doch eher auch auf EU-Linie zu sein.“* (KORR_1b/23) Andererseits werden aber auch positive Bilder von der Europäischen Kommission gezeichnet und das Interesse angesprochen, diese auch kommunikativ nach Österreich zu transportieren: *„Ein wenig den Leuten zu zeigen, dass hier gute, interessante Leute sitzen, die ihre Jobs machen […] und dazu ein bisschen etwas zu erzählen haben. Ich meine, Sie haben in Brüssel mit wahnsinnig interessanten Leuten zu tun. Nur zu Hause wird das ja ganz anders wahrgenommen.“* (KORR_1b/36) Der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission bescheinigt manchen Journalist*innen wiederum ein persönliches Interesse, bei der journalistischen Analyse die Ursache von Problemen nach Brüssel zu schieben: *„Bei manchen unterstelle ich durchaus, dass sie einen Sündenbock suchen, der weit weg ist, und man sozusagen dann wieder einmal Opfer ist.“* (EK_1a_II/85)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

3.) Verstärker für journalistische Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission

a) Europäische Kommission

Politisches Gewicht der Europäischen Kommission

Das politische Gewicht der Europäischen Kommission wird mitunter als Erklärung hergenommen, um das Durchkommen von Nachrichten zur Europäischen Kommission zu erklären: Die im Vergleich zu den anderen EU-Institutionen häufige Erwähnung der Europäischen Kommission in den Medien sei auch dadurch zu erklären, dass sie im europäischen Mehrebenensystem ein Kommunikationsorgan für die EU als Ganzes sei. Auch aufgrund ihrer Regelmäßigkeit an Kommunikationsinitiativen verstärke sie mediale Berichterstattung, wird angemerkt: *„Sehr oft spricht die Kommission für die EU, und deshalb ist natürlich die Berichterstattung über die Kommission auch rein zahlenmäßig verhältnismäßig stark gegenüber anderen Institutionen. Eben weil sie auch täglich in Erscheinung tritt."* (KORR_1e/53)

Dass die Europäische Kommission von den Journalist*innen als politikgestaltende Institution anerkannt wird, würden vor allem Berichte über die Kollegiums-Sitzungen – *„wenn die Kommissare, also wenn die Kommission als Ganzes Aktivität entfaltet"* (EK_1a_II/136) – zeigen, konstatiert der Pressesprecher der Kommissionsvertretung. *„Dass die Kommission von Bedeutung ist, ich glaube, das ist allen klar, darüber besteht wenig Zweifel, sowohl in der Gesetzgebung als auch bei der Umsetzung, bei der Ausführung. Die Hüter-Funktion der Kommission ist, glaube ich, auch allen ziemlich bewusst."* (EK_1a_II/141) Dieser Aussage widerspricht jedoch ein*e Korrespondent*in: Seiner*ihrer Einschätzung nach sei die Europäische Kommission im Alltag der EU-Politik insgesamt wenig bedeutsam und habe daher vom Standpunkt ihrer politischen Beschaffenheit keine Verstärkungsfunktion inne: *„Von der Kommission gibt es da gar keine Möglichkeit, Einfluss zu nehmen."* (KORR_1f/30)

Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission

Ob eine Nachricht schlussendlich im Printprodukt zu lesen ist, hänge unter anderem von der Kompetenz des*r Pressesprecher*in ab und seinen*ihren Fähigkeiten, die Inhalte zu verpacken, konstatiert ein*e Korrespondent*in: *„Ein guter Sprecher kann die Themen auch*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

besser verkaufen, also attraktiv aufbereiten und die Relevanz hervorstreichen. Also das [die journalistische Verwendung] hängt natürlich auch davon ab, wie Nachrichten verkauft werden." (KORR_1a/46)

Verstärkt werde eine Veröffentlichung zur Europäischen Kommission auch, wenn es von den Sprecher*innen aktive Hinweise für Journalist*innen gäbe, um sich im Dickicht der Informationen zurechtzufinden und die Relevanz der Nachricht zu erkennen: *„Wenn man zum Beispiel hingewiesen wird. Also es sind so viele Themen, die da herumschwirren, dass man nicht alles im Fokus hat. Und wenn mich dann jemand, zum Beispiel, auf etwas hinweist, auf ein Thema, und mir dann noch erklärt, warum das jetzt interessant ist und vor allem wie es für Österreich interessant ist, bin ich auch froh darüber."* (KORR_1a/48)

Vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird mehrmals die eigene Verstärkerfunktion in den Vertretungen der Europäischen Kommission der EU-Mitgliedsländer betont: *„Wir hier vor Ort, ich sage das immer so, sind ein bisschen ein Verstärker – so wie man einen Tonverstärker hat. Wir verstärken das, was aus Brüssel kommt, und gegebenenfalls haben wir so ein paar Schräubchen, wo man halt ein bisschen die Bässe erhöhen oder die Höhen lauter machen kann, oder halt irgendwie den Klangkontrast. Also, das sind die Schräubchen, die wir haben, aber die Inhalte letztendlich sind die gleichen."* (EK_1a_II/93) Als Vertretung der Europäischen Kommission habe man keine eigene politische Agenda. Man könne jedoch Botschaften von der Brüsseler Zentrale hervorheben oder diese auch in den Hintergrund stellen. Wichtig sei vor allem auch die Anpassung der Inhalte an die Bedürfnisse des österreichischen Journalismus: *„Die Information kommt aus Brüssel. Wir bereiten sie nur ein bisschen anders auf und präsentieren sie dann eben, sozusagen, in der Tonlage, dass es die österreichischen Journalisten interessiert."* (EK_1a_II/147)

Am Beispiel der halbjährlichen Präsentationen der Ergebnisse des Standard-Eurobarometers im österreichischen Vertretungsbüro in Wien macht der Pressesprecher die Wirkung der Arbeit der Vertretung deutlich: *„Wir würden wahrscheinlich nicht den Widerhall finden in Österreich, wenn wir nicht über die Resultate des Eurobarometers in Österreich speziell berichten würden"* (EK_1a_II/146). Durch die Arbeit vor Ort und deren Anpassung an nationale Schwerpunkte schaffe die Vertretung einen größeren „Resonanzraum". Komme die Botschaft „nur" aus Brüssel, würde sie von den Journalist*innen in einem geringeren Ausmaß wahrgenommen werden, ist sich der Pressesprecher der Kommissionsvertretung der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wirkungen der Pressearbeit der Vertretung sicher: *„Dann wird nur das ganze europäische Bild gezeichnet, und die Journalisten machen sich dann nicht die Arbeit, das heraus zu kramen selbst, sich das selbst zusammenzuklauben. Ich sage, diese Aufbereitungsarbeit, die bringt dann schon etwas."* (EK_1a_II/151)

Außerdem betont er die Schnelligkeit und größere Flexibilität der Vertretung der Europäischen Kommission im Vergleich zum Headquarter in Brüssel, wenn Journalist*innen Stellungnahmen brauchen: *„Dann kriegt er sie natürlich schneller, die Informationen, wenn er sich an uns wendet als an die Korrespondenten in Brüssel […]. Die müssen dann wieder beim Sprecherdienst fragen, und das dauert dann mehr als einen Tag. Ich kann ihnen meistens um zwei, drei Uhr nachmittags eine Stellungnahme anbieten, weil dann hole ich mir die Information aus Brüssel. Die kriege ich meistens relativ rasch, außer es handelt sich schon wirklich um ein sehr diffiziles Problem."* (EK_1a_II/154)

Kommunikationsinstrumente

Interview-Angebote mit Kommissar*innen: Verstärkungen der Berichterstattung gelingen nach Ansicht des Pressesprechers der Europäischen Kommission in Wien speziell durch das Angebot von Interviewpartner*innen (EK_1a_II/145). Wenn der*die Kommissar*in aus dem eigenen Land im Medium sprechen möchte, werde das von den Journalist*innen gerne genützt, wird von den Korrespondent*innen bestätigt, von denen eine*r Exklusivinterview-Angebote für Journalist*innen mit Kommissar*innen als *„Lockvogel"* (KORR_1c/18) der Europäischen Kommission bezeichnet, weil sie auf diese Art und Weise ihre bevorzugten Themen transportiere (KORR_1c/19).

Größere Kampagnen: Öffentliche Kampagnenarbeit mit zahlreichen Instrumentarien der Medienarbeit bezeichnet der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien als ein Rezept zur Verstärkung der Berichterstattung über die Europäische Kommission: *„Wenn man etwas groß aufbläst, das hat schon meist Wirkung. Wenn man sehr viel Material produziert rund um ein Thema und das hoch aufhängt, sprich es gibt eine eigene Pressekonferenz dazu, es gibt die Presseaussendung in allen Sprachen, es gibt eine Rede eines Kommissars, es gibt Visuals dazu. Also, wenn dieses gesamte Instrumentarium der Kommunikation bedient wird, dann hat das schon Wirkung. Dann schlägt sich das schon nieder in der Berichterstattung in den Medien und in der Wahrnehmung der Journalisten."* (EK_1a_II/138)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Pressemitteilungen/Pressekonferenzen: Auch konservative Formen der Öffentlichkeitsarbeit wie Pressemitteilungen und Pressekonferenzen hätten nach wie vor Wirkung bei den Journalist*innen, betont ein*e Korrespondent*in (KORR_1d/43). Er*sie bezeichnet das Midday Briefing, das tägliche Pressebriefing in der Europäischen Kommission, auch als Unterstützung für die eigene Berichterstattung: *„Da sind grundsätzlich alle Themen erlaubt und werden dort behandelt. Das gibt es auch nach wie vor, ist auch wichtig, weil da entscheidet sich dann auch, welches Thema ist wichtig, was wird dann vertieft, was interessiert überhaupt die Öffentlichkeit."* (KORR_1d/42)

b) Journalismus

Struktur und Organisation im Journalismus

Brüssel-Korrespondent*innen-Büro: Vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission werden Korrespondent*innen für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission als verstärkend angesehen: *„Das bringt schon eindeutig etwas. Das kann man ganz eindeutig beobachten, dass das […] nicht nur mehr Berichterstattung bringt, sondern auch qualitativ besser ist, weil halt die Leute, die in Brüssel sind, sich besser auskennen."* (EK_1a_II/135)

Europa-Redaktion: Auch die Installation eines spezifischen Europa-Ressorts in einer Redaktion verstärke die Berichterstattung zur Europäischen Kommission, beobachten sowohl der Pressesprecher der Europäischen Kommission als auch ein*e Korrespondent*in: Wenn es spezielle Seiten gibt, die zu befüllen sind, sei die Redaktion verpflichtet, regelmäßig Informationen zur EU zu sammeln, was sich auch auf die Berichterstattung zur Europäischen Kommission auswirke. *„Leute, die beauftragt sind, das zu belegen, interessieren sich dann auch [für die Europäische Kommission und die EU]."* (EK_1a_II/132) *„Wenn die Medienorganisationen einen bestimmten Fokus haben, statt dass Europa verteilt ist, überall und nirgendwo" (*EK_1a_II/134), werde die Berichterstattung zur Europäischen Kommission positiv unterstützt.

Ein*e Korrespondent*in bestätigt aus eigener Sicht, dass das Zusammenspiel mit den Kolleg*innen, die in der Redaktion auf Europa- und EU-Themen spezialisiert sind, die Berichterstattung aus Brüssel für ihn*sie vereinfache: *„Das funktioniert eigentlich sehr gut. Also in unserem Fall hier ist das ein kleines Team, wo ich einfach der Korrespondent draußen*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

bin, und hier sitzen zwei Leute drinnen, die meine Ansprechpersonen sind […]. Insofern ist da der Instanzenweg sehr kurz, und es gibt eine sehr unmittelbare Kommunikation." (KORR_1c/21)

Kommunikationsakteur*innen des Journalismus

Wenn Journalist*innen es schaffen, sowohl die Europäische Union als auch die österreichischen nationalen Belange gleichzeitig in ihre Betrachtungsweise einfügen zu können, dann vergrößere diese Fähigkeit die Wahrscheinlichkeit, dass Berichterstattung zur Europäischen Kommission auch veröffentlicht wird, gibt ein*e Pressesprecher*in zu bedenken: *„Ein Gleichzeitig-Denken von Innen- und Europa-Politik"* (KORR_1d/39).

Aber auch die Unterstützung wichtiger Akteur*innen in der Redaktion wie Ressortleiter*in und Chefredakteur*in, die ein Interesse an der Berichterstattung aus Brüssel haben, wird als wesentlich festgestellt (KORR_1f/28–29).

Kommunikationsinhalte

Hintergründige Berichterstattung: Korrespondent*innen betonen mehrfach, dass Berichterstattung, welche die Hintergründe von Geschehnissen rund um die Europäische Kommission beleuchtet, leichter in die Veröffentlichungsschleuse ihrer Medienprodukte gelangt: *„Bei uns [Anmerkung: aufgrund der Anonymität wurde der Zeitungsnamen weggelassen] ist es oft so, dass die reine Nachricht eher klein abgehandelt wird, in einer kurzen Geschichte. Und wenn man dann das umfassender beleuchtet, dann hat man manchmal mehr Chancen, wenn es natürlich aktuell ist, das ins Blatt zu bringen als die reine Nachricht. Weil die reine Nachricht, das geschieht alles mittlerweile schon so schnell über Facebook, Twitter, Online, dass das wenig Sinn macht."* (KORR_1f/13)

Österreich-Bezüge: Österreichische Interessen und die eigene Betroffenheit seien in der journalistischen Berichterstattung voran zu stellen, wird von den Korrespondent*innen an vielfachen Stellen der Interviews konstatiert. Auf die Darstellung, inwieweit Geschehnisse auf europäischer Ebene österreichische Medienkonsument*innen interessieren und betreffen, werde in den Redaktionen besonders geachtet. Die Wichtigkeit nationaler Akteur*innen im Vergleich zur transnationalen Institution der Europäischen Kommission wird betont: **„***Der nationale Akteur hat in nationalen Medien immer Vorrang, absolut immer kategorisch. Es sei denn, die EU-Kommission sagt, leitet ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Österreich ein,*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

oder sie rügt Österreich, oder es geht gezielt gegen oder für Österreich vor. Dann hat die Kommission Vorrang, nachrichtenmäßig. Aber das ist wirklich nur in den Ausnahmefällen." (KORR_1f/21)

Der Pressesprecher der Europäischen Kommission in Wien beobachtet, dass die Kommunikation der Vorrangstellung Österreichs im Vergleich zu anderen EU-Mitgliedsländern – vor allem zu Deutschland – ein wichtiger Katalysator für eine Berichterstattung von Botschaften in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission sein kann: *„Wenn man sozusagen von Brüssel das Siegel bekommt, man sei ein gut funktionierender Rechtsstaat, in dem die Abläufe rasch vor sich gehen. Trotz der subjektiven Wahrnehmung, dass das alles lang dauert und mühsam, schwierig und bürokratisch ist. Aber wir sind gut. Das stärkt das Selbstbewusstsein. […] Wenn man da so das Gefühl erzeugen kann ‚Wir haben es richtig gemacht, wir sind gut, wir sind mindestens so gut wie die Deutschen'. Das sind, sozusagen, Katalysatoren, mit denen man Botschaften leichter hinüberbringt."* (EK_1a_II/99)

Angst-Themen: Sowohl Korrespondent*innen als auch der Pressesprecher der Kommissionsvertretung erwähnen „typische österreichische" Themen und Ängste, die sich für eine Medienberichterstattung rund um die Europäische Kommission gut eignen. Genannt werden beispielsweise der Ausverkauf des Wassers, Gentechnik und Atomenergie (KORR_1e/58). *„Das sind bestimmte, in Österreich sehr, sehr verbreitete Themen und Ängste, die auch immer wieder einen EU-Bezug haben und die ihren Weg nach Brüssel finden, im Zuge von Liberalisierungsvorhaben, im Zuge von Freihandelsabkommen, im Zuge von Atomsicherheitsstandards, im Zuge von der Zulassung gentechnisch veränderter Organismen."* (KORR_1e/58) Auch wenn das ursächliche Ereignis gar nicht in Österreich zu finden sei, sondern außerhalb des Landes, werden Menschen in Österreich durch gewisse Themen emotional berührt. Als Beispiele, die auch in engem Zusammenhang mit der Europäischen Kommission stehen, werden genannt: Flüchtlingskrise, Griechenlandkrise, Westbalkan, die Türkei und der Umgang der EU mit der Türkei (EK_2g/24; KORR_1a/52; KORR_1c/20).

Klarheit und Konkretheit: Die Ableitung klarer Vorteile und deren klare örtliche Zuordnungen, sehr greifbare Geschichten, genaue Zahlen sowie konkret beschreibbare Vorgänge werden vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung als verstärkend für eine Berichterstattung beobachtet: *„Da geht es um die Menschen in der Mur-Mürz-Furche oder sonst irgendwo. Was weiß ich, 500 Leute kriegen da jetzt etwas." (*EK_1a_II/105)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Auf Seite der Bürger*innen stehen: Medienberichterstattung werde verstärkt, wenn die Europäische Kommission nicht auf der Seite der Regierung steht, sondern den Bürger*innen Recht gibt, beobachtet der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien. Er bringt beispielhaft einen innerösterreichischen Streit, in dem die Europäische Kommission festgestellt hat, dass sich die Landesregierung nicht rechtskonform verhalten habe: *„Da hat eben die Kommission dann der Bürgerinitiative quasi recht gegeben. Das ist immer eine gute Geschichte, wo sozusagen quasi die Kommission auf der Seite der Bürger steht."* (EK_1a_II/107)

EU-Gipfel: Wenn ein politisches Problem über mehrere Wochen ungelöst ist und dann auf einem EU-Gipfel diskutiert wird, so findet die Berichterstattung darüber nach Auskunft eines*r Korrespondent*in mit höherer Wahrscheinlichkeit Eingang in die Medien. In diesem Zusammenhang – gepaart mit Personalisierung von europäischen Themen – könne man auch die Europäische Kommission und ihre Belange leichter in die Medien transportieren: *„Der Gipfel, als die höchste Instanz, die Staats- und Regierungschefs, die dann als die Alphatiere zusammensitzen, dann können Sie natürlich auch Themen leichter transportieren. Das hat auch sehr stark mit dem anderen Element der Personalisierung zu tun. Wenn Sie starke Persönlichkeiten haben, die für starke Themen stehen, dann kann man diese Themen leichter transportieren als in diesem anonymen Kontext und Umfeld, der sonst in Brüssel sehr stark vorherrscht."* (KORR_1e/60)

Konflikt: Konflikthafte Darstellung, einer der Nachrichtenwertfaktoren, wird von einem*r Korrespondent*in als besonders hilfreich betont, um die Komplexität der EU und die Position der Europäischen Kommission in der Politikgestaltung der EU besser darstellen zu können: *„Wenn Sie keinen Konflikt haben und alles relativ harmonisch abläuft, dann wird es Ihnen auch schwerfallen, irgendetwas besonders zu highlighten. Wenn Konflikt da ist, dann können Sie viel, viel schärfer herausarbeiten, wer für was steht."* (KORR_1e/59)

Wiederholung: Auch das bekannte Instrument der Wiederholung wird als ein wichtiger Verstärker für zusätzliche Berichterstattungen zur Europäischen Kommission angesehen. Der Pressesprecher der Kommissionsvertretung spricht diesbezüglich von einer Art „Aufschaukeln" durch die Medien **–** wenn ein Thema *„immer wieder aktualisiert wird, weil immer wieder die Journalisten darauf zurückkommen"* (EK_1a_II/144).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Negativität: Aus Korrespondent*innensicht helfe die Darstellung eines negativen Bildes zur Europäischen Kommission, um eine Berichterstattung in österreichischen Medien zu forcieren: *„Schreiben Sie ‚die Kommission ist blöd'. Schreiben Sie ‚die Kommission macht etwas, was für Österreich nur schlecht ist'. Beides geht gut. Und wie verrückt die alle sind. Und wie viel sie verdienen, das geht auch gut."* (KORR_1b/38) Ein weiterer Aspekt von Negativität in Zusammenhang mit einer Berichterstattung zur Europäischen Kommission sei außerdem *„Neid schüren"* (KORR_1b/39).

Andere Nachrichtenwertfaktoren: In den Interviews mit den Korrespondent*innen werden darüber hinaus an anderen Stellen auch andere journalistische Nachrichtenwertfunktionen in Bezug auf die mediale Durchdringung von Inhalten der Europäischen Kommission indirekt angesprochen –beispielsweise Neuigkeit, Relevanz, Nähe, Betroffenheit, Personalisierung.

c) Externes

Gesellschaftlicher und politischer Kontext

Ein*e Korrespondent*in konstatiert, dass das gesellschaftliche Interesse an EU-Berichterstattung insgesamt zugenommen habe (KORR_1e/61). Eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission werde darüber hinaus noch weiter forciert, wenn das jeweilige Thema Anknüpfungspunkte an ein gesellschaftliches oder politisches „Großthema" beinhaltet (KORR_1f/32).

Diesbezüglich werden vor allem Verbindungen zu globalen Ereignissen und Entwicklungen bzw. langjährige historisch-politische Verknüpfungen erkannt (KORR_1d/45). Als Beispiel bringt ein*e Korrespondent*in die mediale Berichterstattung in Hinblick auf den von Donald Trump abgelehnten Handelsvertrag mit der EU (TTIP), den die Europäische Kommission verhandelt hat. Der Europäischen Kommission gelang es, durch die Präsidentschaft von Donald Trump und seine Ablehnung internationaler Handelsverträge zusätzliche mediale Berichterstattung zu erhalten. Zugleich wurde auch die ursprünglich – vor allem in Österreich – negative Konnotation in Bezug auf Medienberichte zum TTIP-Vertrag zumindest teilweise verändert. Dadurch habe sich das Framing der Thematik geändert, was anschließend auch in der medialen Berichterstattung zur Europäischen Kommission sichtbar wurde (KORR_1d/22). Der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien beobachtet auch eine verstärkte Berichterstattung über die Europäische Kommission, wenn

10.15772/ANDRASSY.2021.001

österreichische Politiker*innen auf Konfrontationskurs mit der Europäischen Kommission gehen und diesbezüglich an alte, immer wiederkehrende Themen anknüpfen: *„Wenn die österreichische Regierung sozusagen diese Geschichte am Leben erhält, indem sie immer wieder dagegen wettert und sagt, das sei Europa-feindlich, das sei mit europäischem Recht nicht vereinbar."* (EK_1a_II/117)

Andere Akteur*innen

Eine Berichterstattung über die Europäische Kommission habe ihre Ursprünge oft außerhalb der Europäischen Kommission, bemerkt der Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien: *„Durchaus ein großer Teil der Geschichten sind Geschichten, die von irgendjemandem lanciert werden, […] der irgendein Interesse hat an irgendetwas."* (EK_1a_II/112) Auch ein*e Korrespondent*in bestätigt, dass es vor allem nationalen Akteur*innen gelinge, Themen der Europäischen Kommission via Medien publik zu machen: *„Manchmal machen Nachrichten oder Informationen die Runde und haben einen gigantischen Erfolg, ohne dass es dafür irgendeine Rechtfertigung gäbe. Weil zum Beispiel das Lobbying dafür besonders stark ist oder die Empfänglichkeit dafür. Also, ich nehme jetzt ein Beispiel, wo mir das aufgefallen ist, wo man quer durch Europa sagen konnte, unterschiedlicher könnte die Rezension in den einzelnen Ländern nicht sein, das war CETA [der Freihandelsvertrag der EU mit Kanada]."* (KORR_1d/55) Speziell Interessensvertreter*innen und Europa-Parlamentarier*innen werden vom Kommissionsvertreter als Verstärker für Berichterstattungen zur Europäischen Kommission genannt: *„Sei es von einer Interessensvertretung, wo jemand eine Gelegenheit sieht, auf die Europäische Kommission oder europäische Regelungen hinzuhauen, sich selbst zu inszenieren."* (EK_1a_II/126) Österreichische Europa-Parlamentarier*innen würden dafür häufig die *Kronen Zeitung* konfrontieren, die dann eine weitere Katalysatorenfunktion ausübe: *„Es wird dann halt irgendetwas konstruiert, ob es wahr ist oder nicht. Aber der hat dann einen* Kronen-Zeitungs-*Journalisten gefüttert, damit er in der Zeitung steht und sich freut, weil er endlich einmal in der Zeitung steht, weil sonst kennt ihn kein Mensch."* (EK_1a_II/118)

Nicht zuletzt stoßen Journalist*innen im Rahmen eigener Recherchen nicht selten von selbst auf die Europäische Kommission, indem sie auf NGOs oder Think Tanks zurückgreifen, die die Themen der Europäischen Kommission einbringen und verstärken: *„Da gibt es ja verschiedene Möglichkeiten, wo man da startet. Da kann man beginnen bei einer NGO, und dann kann man alleine beginnen oder bei einem Think Tank oder was auch immer und sich dann zur*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommission vorarbeiten." (KORR_1f/27) Auch der Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien beobachtet, dass Journalist*innen mitunter eigeninitiativ Stellungnahmen von der Europäischen Kommission einfordern, wenn sie auf andere Akteur*innen stoßen, die Inhalte der Europäischen Kommission thematisieren. Als Beispiel nennt er: *„Weil ein Journalist irgendetwas recherchiert hat und auf irgendetwas darauf gekommen ist, irgendetwas festgestellt hat. Zum Beispiel irgendwelche Förderungen bei irgendeinem Projekt in Österreich, wo auch europäisches Geld dabei war, da gibt es vermeintlich irgendwelche Unregelmäßigkeiten."* (EK_1a_II/113)

4.) Hindernisse für journalistische Berichterstattung und Meinungsartikulation zur Europäischen Kommission

a) Europäische Kommission

Struktur und Organisation der Europäischen Kommission

Mit dem Beginn der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker wurden von Korrespondent*innen Veränderungen in der Kommunikationskultur bemerkt, die von diesen mitunter als Hindernisse für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission interpretiert werden. Sehr häufig wird erwähnt, dass seither Zitate nur noch von den Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service gegeben werden bzw. nur nach vorheriger Erlaubnis und in Abstimmung mit den Pressesprecher*innen. Journalist*innen, die in ihrer Berichterstattung auf Zitate angewiesen sind, sehen das als Erschwernis ihrer Arbeit: *„Diese aktuelle Kommission ist in der Weitergabe manchmal schwieriger, […] sagen wir ein bisschen kontrollierter. Also das ist jetzt nicht so, dass ich irgendeinen beliebigen Mitarbeiter in der Kommission anrufen kann und fragen ‚wie ist das eigentlich?' Also ich kann schon, aber ich darf ihn nicht zitieren. Und das war früher ein bisschen weniger strikt gehandhabt."* (KORR_1f/34)

Die Europäische Kommission trägt von ihrer rechtlichen Verfasstheit her auch die Verantwortung für die Kommunikation von EU-Politik auf der vergemeinschafteten europäischen Ebene, nicht aber in den Mitgliedstaaten der EU. Dieses Faktum wird vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien als Hindernis für die Kommunikation der Europäischen Kommission in den Vertretungen gesehen, weil dadurch die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Ressourcen für Kommunikation auf nationalstaatlicher Ebene eingeschränkt seien: *„Die Europäische Kommission hat keine vertraglich geregelte Gemeinschaftskompetenz in Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in den Mitgliedstaaten. Und somit auch kein entsprechendes Budget."* (EK_1a_I/177)

Die Vertretung in Wien stehe zwar in regelmäßigem Kontakt mit den regionalen Zeitungen, der Pressesprecher bemängelt jedoch finanzielle und personelle Möglichkeiten für eine breitere Kommunikationsarbeit: *„Wenn es dann weiter hinuntergeht, wird es schwierig, weil dann wird es ein bisschen viel."* (EK_1a_I/160) Er identifiziert die Mitgliedstaaten als das diesbezügliche Hemmnis, Kommunikation der Europäischen Kommission zu verhindern: *„Ich vermute einmal, dass die Mitgliedstaaten das Ganze bewusst nicht wollen, weil das würde ja sozusagen der Kommission die Möglichkeit geben, ihre eigene Kommunikations-Medienpolitik in den Mitgliedstaaten zu machen. […] Es ist von nationaler Ebene gewollt, dass die europäische Ebene ja nicht auf Augenhöhe mit der nationalen Ebene in der Öffentlichkeit auftritt."* (EK_1a_I/181)

Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission

Von Korrespondent*innenseite wird die Schwierigkeit hervorgestrichen, die Europäische Kommission zu kommunizieren, da diese wenige Persönlichkeiten habe, die sich medial eignen, um die Inhalte zu transportieren: *„Ich meine, Juncker ist mit Sicherheit eine Ausnahme, weil man den Juncker über die Grenzen hinaus kennt. Aber nehmen Sie andere Figuren, Politiker, da gibt es sehr viele Leute, die im Hintergrund hervorragende Sacharbeit leisten, aber die niemand kennt und die schwer als Persönlichkeit zu transportieren sind."* (KORR_1e/66)

Darüber hinaus wird den Akteur*innen der Europäischen Kommission auch unterstellt, dass Inhalte mitunter nur mangelhaft für die mediale Kommunikation aufbereitet werden. *„Wenn sie die nicht gescheit verkauft, wenn sie es nicht attraktiv macht, dann wird sich keiner darum kümmern, wenn es nicht gerade Selbstläufer sind, wie eben bestimmte Themen, die immer wieder aufpoppen, Flüchtlingskrise, Griechenlandkrise, oder irgendeine andere Krise."* (KORR_1a/52)

Kommunikationsinhalte

Korrespondent*innen betrachten vor allem die große Menge an Inhalten zur Europäischen Kommission als hinderlich für eine mediale Berichterstattung. Komplizierte Materien,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Detailgenauigkeit, zu technische und zu sperrige Informationen werden diesbezüglich erwähnt. *„Falls jetzt etwas zu technisch, zu komplex ist, dann schreckt das auch manchmal Journalisten ab, die das eigentlich erklären sollten."* (KORR_1a/50) *„Wenn es sehr hoch technische, hoch komplexe Geschichten sind, die zum Beispiel die Finanzmarkt-Regulierung in einem bestimmten Bereich betreffen, dann ist es teilweise für die Journalisten selber abschreckend, und sie versuchen es nicht einmal zu erklären, weil das einfach so hoch technisch und hoch spezifisch ist […], was irgendwie auch verhindern kann, dass eine Nachricht dann größer gebracht wird."* (KORR_1a/49)

Auch die Komplexität bei der journalistischen Analyse von EU-Politik, viele unterschiedliche Aspekte zu einem Thema in Betracht ziehen zu müssen, sei mitunter ein Hindernis, um Themen der Europäischen Kommission für eine Berichterstattung anzutasten: *„Weil es oft nicht nur eine einfache Antwort gibt, sondern die EU ja ein Konstrukt ist, das auf zahlreichen Kompromissen gebaut ist. Und somit gibt es oft wahnsinnig viele Ausnahmen, wahnsinnig viele Sonderbestimmungen, und man hat es mit einem Dschungel-Werk von Regeln zu tun, das nicht immer auf den ersten Blick ganz klar ist. Auch mit einem Dschungel von Kompetenzen."* (KORR_1e/63)

Darüber hinaus gelte es für die journalistische Berichterstattung auf EU-Ebene, stets die historische Entwicklung von Themen und Kompetenzen der Institutionen mitzudenken, die eine große Rolle bei der Analyse politischer Gegebenheiten und Entscheidungen spiele und die mediale Kommunikation somit erschwere: *„Alles, was da ist, kann man nur aus historischen Gründen erklären."* (KORR_1b/42) Ein weiteres Hindernis für die mediale Berichterstattung sind langfristig angelegte, langsame politische Entwicklungen auf EU-Ebene. Medienkonsument*innen würden den Überblick am Weg vom Vorschlag einer EU-Regelung bis zum Inkrafttreten verlieren: *„Der Auslöser und die Wirkung liegen extrem weit auseinander, sind jenseits der Erinnerungsspanne."* (EK_1a_II/212)

Aus der Sicht des Pressesprechers der Kommissionsvertretung sind einige spezifische Themen der Europäischen Kommission aufgrund vielfacher Ausnahmen von Regelungen mitunter schlecht in die Medien transportierbar: *„Weil es 100.000 Ausnahmen gibt, die kein Mensch versteht."* (EK_1a_II/215) Am Beispiel der europäischen Fluggastrechte erklärt der Pressesprecher, dass die Kommunikation vor allem dann schwierig sei, wenn es Regelungen gibt, die zwar durchaus als positiv wahrgenommen werden, aber sollten dann

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Sondersituationen mit rechtlichen Ausnahmen eintreten, komme die Europäische Kommission mit ihrer Erklärung mitunter nicht in die Medien: *„Und das ist schon auch ein Hindernis, würde ich sagen, bei der Darstellung. Oft sehr simple Dinge, aber eben spezielle Situationen, die in der Realität dann auftreten, funktionieren dann nicht so, wie man sich das vorgestellt hat."* (EK_1a_II/218)

b) Journalismus

Struktur und Organisation im Journalismus

Die Redaktionskonferenzen der Heimatredaktionen werden von den Korrespondent*innen als wesentliche Gatekeeper für Nachrichten zur Europäischen Kommission identifiziert. Durch die örtliche Distanz sei eine Verteidigung der Geschichten durch die Korrespondent*innen aus Brüssel und die Vermittlung der dahinterliegenden Erzählung am Redaktionstisch in Österreich nicht möglich. Es wird für schwierig befunden, aus der Ferne Nachrichten unterzubringen: *„Entscheider in den eigenen Medien befinden, das Thema interessiert sie nicht, oder finden sie langweilig, oder was auch immer."* (KORR_1f/38) Durch den Abstand zur Redaktionskonferenz passieren Reibungsverluste: *„Das heißt, man ist ja am Telefon und nicht dabei in den Sitzungen. Das heißt, manche Dinge werden dann vielleicht nicht so exakt kommuniziert, wie man das selber gemacht hätte bei der Relevanz der Themen."* (KORR_1c/26)

Gerade wenn die EU-Berichterstattung nicht eigenständig, sondern nur ein Teil des Auslands- oder Politikressorts ist, sei die Konkurrenzgefahr zur EU-Materie groß, denn *„jeder hat seine Steckenpferde, dann ist es wahrscheinlich schwierig"* (KORR_1c/27). Von einigen Korrespondent*innen wird in diesem Zusammenhang auch fehlender Platz im Printprodukt bemängelt, was wiederum in Zusammenhang mit einer Nichtbeachtung oder Geringschätzung von EU-Themen in der Heimatredaktion stehe: *„Platzmangel heißt für mich nicht, dass jetzt kein Platz ist, sondern, dass kein Platz für dieses Thema ist, weil andere Themen wichtiger sind."* (KORR_1b/44)

Vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird ebenso ein geografisches Problem als Hindernis für eine breite Kommunikation zur Europäischen Kommission festgestellt, wenn Journalist*innen aus den Bundesländern kaum zu Veranstaltungen oder Pressekonferenzen ins Haus der EU nach Wien kommen (EK_1a_II/41).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Auch die rein ökonomische Perspektive auf das jeweilige Medienprodukt und das Ziel der Erreichung möglichst vieler Inserate und hoher Verkaufszahlen wird vom Pressesprecher für das Durchkommen von Inhalten zur Europäischen Kommission als erschwerend dargestellt (EK_1a_II/81).

Kommunikationsakteur*innen des Journalismus

Sowohl von den Korrespondent*innen als auch vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird das Verständnis politischer Entwicklungen auf EU-Ebene durch die Journalist*innen als eine wesentliche Vorbedingung für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission genannt. Hier werden zugleich auch Hürden festgemacht: *„Sie müssen als Journalist alles einmal primär selbst verstehen, was nicht so leicht ist, dann zweitens in einer Art und Weise transportieren, die vereinfachend, aber richtig ist."* (KORR_1e/64) Ein*e Korrespondent*in betont, dass es in der Wissensaneignung auch persönliche Grenzen gebe, was die Berichterstattung möglicherweise beeinflusse: *„Also ich, zum Beispiel, habe ganz sicher Schwierigkeiten bei den ganzen Finanzgeschichten. Weil ich mich da nicht auskenne, biete ich das auch gar nicht an, dadurch ist vielleicht dieses Angebot [in meiner Zeitung] nicht gegeben."* (KORR_1f/37) Vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung wird auch das Erkennen von Spins und Faktenverdrehungen von anderen gesellschaftlichen Akteur*innen als für Journalist*innen erschwerend für die Berichterstattung zur Europäischen Kommission gesehen: *„Ein Journalist muss das Thema zuerst verstehen, dann auch verständlich machen und den Leser durch Spin- und Faktenverdrehungen nicht in die Irre führen."* (EK_1a_II/193)

Ein*e Korrespondent*in erkennt kulturelle und sprachliche Barrieren, die Journalist*innen in den Heimatredaktionen daran hindern, mit Akteur*innen außerhalb Österreichs in Kontakt zu treten. Es wird eine generelle Berührungsangst gegenüber transnationalen und internationalen Institutionen identifiziert: *„Ich glaube, dass österreichische Journalisten seltener auf die Idee kommen, internationale Institutionen direkt anzurufen, zum Beispiel bei ihrer Recherche. Da rufen sie eher einen österreichischen Experten in einem Wiener Ministerium an als zum Beispiel in Luxemburg beim Statistikamt oder so."* (KORR_1d/48)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsinhalte

In Hinblick auf die Kommunikation von Inhalten zur Europäischen Kommission werden vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien und von den Korrespondent*innen nationale Interessen der Journalist*innen und österreichspezifische Vorlieben in der Berichterstattung der Heimatredaktionen sowie die gegenübergestellte „gesamteuropäische" Perspektive der Europäischen Kommission als auseinanderklaffende Gegenpole und Hindernisse für die Berichterstattung identifiziert: *„Weil das europäische Bewusstsein berührt immer auch nationale Interessen, und die nationalen Interessen sind zu Hause immer wichtiger. Und das ist, glaube ich, einfach ein Merkmal unserer Zeit, dass wir in einem Wechselspiel zwischen europäischer Ebene und nationaler Ebene sind und dass es da eigentlich zu einem großen, permanenten Kampf, einer permanenten Auseinandersetzung um Abgabe von Souveränität geht."* (KORR_1e/70)

Die Europäische Kommission wird als eine Institution dargestellt, deren transnationaler Zugang zu Fragestellungen sich von anderen EU-Organen deutlich unterscheidet und die aus diesem Grund mitunter mit mangelndem Berichterstattungsinteresse zu kämpfen hat: *„Die Europäische Kommission, zum Beispiel, nimmt auf nationale Befindlichkeiten viel weniger Bezug oder keine Rücksicht, weil sie sozusagen eben das transnationale gesamteuropäische Interesse im Auge hat."* (KORR_1d/50) Im Gegenzug wird die nationale Fokussierung der europäischen Medienlandschaft als Konkurrenz dazu bemerkt: *„Sie haben fast nur nationale Medien. Die britischen Medien haben alles immer nur aus britischer Sicht, aber wenig aus rein europäischer Sicht analysiert. Vielleicht ist das auch ein Grund, warum dann eine Sichtweise Platz ergreifen konnte, die zum Brexit geführt hat. Wenn man immer nur den Fokus auf die eigenen Interessen setzt."* (KORR_1e/71) Die europäische Perspektive der Europäischen Kommission wird als wesentlich weniger reißerisch und spannend für die Medien gesehen: *„Wenn es eine österreichische Geschichte gibt, dann ist die wahrscheinlich für die Menschen, die sie lesen sollen, näher, fassbarer als eine Geschichte aus Brüssel."* (EK_1a_II/163) *„Wenn die Kommission oder EU-Politiker darüber reden, dann sind die speziellen Probleme von Österreich zwar, ich sage jetzt einmal, nicht ganz ausgeblendet, aber sie sind untergeordnet, sie werden nicht wahrgenommen als ein riesiges Problem. In Österreich ist es genau umgekehrt. Da sieht man vor allem die österreichischen Probleme, die in dem Bereich besonders groß sind, und versteht nicht, dass die in Brüssel, unter Anführungszeichen, immer*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

vom gesamteuropäischen Interesse reden, aber nicht einsehen wollen, was sich da auf der nationalen Ebene abspielt." (KORR_1d/51) Wenn das eigene Land nicht von den Kommunikationsinhalten der Europäischen Kommission betroffen sei, dann nütze für eine mediale Berichterstattung auch keine zusätzliche Kommunikationsanstrengung: *„Wenn es keinen Bezug hat zu dem, was dann in den Mitgliedstaaten passiert, dann hebt das Thema auch nicht so ab, unabhängig davon, wie schön die Grafiken aufbereitet sind, oder was weiß denn ich."* (KORR_1c/22)

Inhaltliche Verzerrungen von Nachrichten zur Europäischen Kommission entstünden auch durch das bessere Platzieren von negativen Nachrichten gegenüber positiven Mitteilungen in den Medien: *„Also es ist schade, dass Erfolgsmeldungen fast schon als Hindernis angesehen werden, dass die das nicht so einfach dann in die Zeitung schaffen wie Skandale, Affären und so weiter. […] ‚Brüssel will uns jetzt irgendetwas verbieten' und ‚Brüssel dies und Brüssel das', als ob Brüssel irgendwie, keine Ahnung, der böse Mann wäre."* (KORR_1a/53)

c) Externes

Politische und gesellschaftliche Akteur*innen in Österreich

An unterschiedlichen Stellen der Interviews werden Eigenheiten der österreichischen Medienlandschaft, die einflussreiche Stellung der *Kronen Zeitung* und die prominente Rolle einiger gesellschaftlicher oder politischer Akteur*innen und deren Allianz-Bildungen genannt. Diese kommen auch im Bereich der Hindernisse für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission explizit und verdichtet zur Sprache.

Der *Kronen Zeitung* wird sowohl von Korrespondent*innen als auch vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung mehr Einfluss als anderen Zeitungen in Österreich zugesprochen, den diese mitunter auch stark für Kampagnen gegen die Europäische Kommission nütze, wodurch sie ein Meinungsbild erzeuge, welches in der Folge österreichweit mitunter nur noch schwierig zu verändern sei (EK_2h/42, 155; EK_2d/90; KORR_1d/56–58). Dieser Einfluss stehe auch in engem Zusammenhang mit hochrangigen Politiker*innen, welche der Zeitung Bedeutung verleihen: *„Ich glaube, das hängt damit zusammen, dass die handelnden Akteure der Politik da direkt mit der* Kronen Zeitung *koalieren."* (KORR_1d/58)

Verbindungen zwischen gesellschaftlichen und politischen Akteur*innen in Österreich werden genannt, die einerseits Themen der Europäischen Kommission aufs Tapet bringen und diesen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

dann andererseits ein einseitiges Framing verleihen, wodurch es für die Europäische Kommission schwierig werde, mit anderen Themen oder mit anderen Konnotationen durchzukommen: *„Also, im Falle von CETA [Freihandelsabkommen der EU mit Kanada] gibt es Parteien wie die Grünen, die Blauen, Teile der SPÖ und die NGOs, GLOBAL2000, den Sparkonzern, die* Kronen Zeitung *und so weiter, die über einen langen Zeitraum massiv einseitig sich des Themas annehmen und alles andere einfach nicht zur Kenntnis nehmen – jeden Einwand zu dieser Sicht, ihrer Sichtweise. […] Und da haben sich einige sehr einflussreiche Leute, Abgeordnete oder wer auch immer daraufgesetzt, und es hat wenige Leute gegeben, die da dagegengehalten haben. Und dadurch ist, sozusagen, das Negative dieses Handelsabkommens extrem verzerrt in den Vordergrund gerückt. In anderen Ländern hat das praktisch überhaupt nicht stattgefunden in dieser Weise."* (KORR_1d/57)

Österreichische Öffentlichkeit(en)

Sowohl die Beschaffenheit der österreichischen Öffentlichkeit(en) und ihre spezifischen Eigenheiten als auch deren mangelnde Kompetenzen und Interessen im Umgang mit Informationen zur Europäischen Kommission werden als Hindernisse für eine Kommunikation von Inhalten der Europäischen Kommission definiert.

Aus Sicht des Pressesprechers der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird die Existenz unterschiedlicher Kulturen, Sprachen und historisch geprägter Stereotype in Europa – und dadurch verschiedenartige Interessen und Problemlagen – für die Kommunikation der Inhalte der Europäischen Kommission als erschwerend betrachtet. Eine fehlende europäische Sozialisierung wird vom Kommissionssprecher als wesentliche Komponente für Schwierigkeiten der Europäischen Kommission bei der Vermittlung transnationaler Inhalte benannt: *„Weil man [als Europäische Kommission] auf Feldern unterwegs ist, die wenig oder überhaupt nicht Tradition haben, auch nicht über Generationen hinweg weitergegeben werden. Und weil Vieles von dem, was die Menschen über die Gesellschaft, über Geschichte und so weiter wissen, ist weniger erworbenes Wissen im Zuge der Ausbildung als Wissen, das sie von ihrer Umgebung mitbekommen, aufgrund von Geschichten, die die Eltern, die Großeltern, die irgendwelche Verwandten, Freunde erzählen. […] Diese Erzählungen gibt es über Brüssel nicht."* (EK_1a_II/188)

Speziell in Österreich könne man erkennen, dass das Interesse für die Europäische Union nicht ausgeprägt ist, wird vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien konstatiert:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„Das sehen wir regelmäßig in unseren Eurobarometer-Umfragen. […] ‚Die sollen uns in Ruhe lassen.' So würde ich das einmal sehr salopp formuliert sagen. Also, nur keine Wellen. Macht euer Ding, aber lasst uns in Ruhe', ‚und tut uns nicht ärgern wegen irgendwelchen Verordnungen und irgendwelchen Geschichten'. Das ist so ein bisschen der österreichische Zugang […] ‚Wir bleiben dabei, weil man weiß ja nie, für was es gut ist, aber bitte nicht allzu viel'. Und es ist dann auch, glaube ich, das Leserverhalten so." (EK_1a_I/169) Von einem*r Korrespondent*in wird die Konnotation der Europäischen Kommission in der Öffentlichkeit in Zusammenhang mit dem negativen Image der EU gebracht: **„***Dieses unfassbar negative Image, das die EU hat, also auch in Österreich, und wie wenig das […] damit zu tun hat, was die EU wirklich tut."* (KORR_1f/39)

Auch Unwissen und die (unter anderem dadurch bedingte) schwere Erklärbarkeit von Themen auf einer transnationalen europäischen Ebene werden als Hindernisse festgestellt: *„Wenn da steht ‚Bundeskanzler Kern', dann weiß jeder, wer das ist. Wenn da steht ‚Präsident Juncker', dann bin ich mir sicher, mindestens die Hälfte der Österreicher bleiben emotionslos, weil sie nicht genau wissen, wer das ist. Irgendwie ein bisschen ein Ohnmachtsgefühl ist da, glaube ich, bei den Bürgern. Sie wissen nicht so genau, wie sie diese Vorteile [der EU] dann tatsächlich zu ihrem privaten Vorteil machen können."* (EK_1a_II/216) *„Alle diese Dinge sind halt so wahnsinnig schwer jemandem, der sich nicht damit beschäftigt, zu erklären. Und umgekehrt hier, für die Leute hier, scheint das ja alles völlig klar."* (KORR_1b/43) Je detaillierter die Informationen erklärt werden, desto schwieriger werde die Vermittlung an die Leser*innenschaft: *„Weil Sie die Komplexität dem Leser nicht so hinknallen können, wie sie ist. Weil dann würde jeder sagen, ‚Ich bin nicht Student der Politikwissenschaften, ich möchte mich ja relativ rasch informieren, was Sache ist.' […] Nur der sehr interessierte Leser schaut sich dann den Unterschied an, wie die EU im Detail funktioniert."* (KORR_1e/65, 62)

Die unübersichtliche Informationsmenge zur Europäischen Kommission wird ebenso als hindernd für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrachtet: *„Das größte Hindernis ist […] die schiere Anzahl an Meldungen. Es wird immer schwerer für einen Menschen, einen Überblick zu bewahren über die Nachrichten, die in einer Stunde oder in einem Tag kommen in dieser Unendlichkeit."* (KORR_1d/52)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10.3.3.2 Die „Brüssel-Perspektive“: Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen & Pressesprecher*innen des Spokesperson’s Service der Europäischen Kommission

1.) Interaktionen

a) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Europäische Kommission: Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern

Die sogenannten „Reps“, die Vertretungen der Europäischen Kommission in den EU-Mitgliedsländern, werden von den Befragten als wichtige Verlängerungsarme ihrer Kommunikationsarbeit wahrgenommen, um zu Journalist*innen zu gelangen. Mitunter werden sie auch als einzige Ansprechstelle für Kontaktaufnahmen zu Journalist*innen in den EU-Mitgliedsländern angesehen. Vor allem jene Beamt*innen der Europäischen Kommission, die kaum Kontakte zu österreichischen Medien pflegen, attestieren, dass man die Kommunikationsarbeit abseits von der Arbeit mit den Brüssel-Korrespondent*innen vor Ort den Vertretungen überlasse. Dieser Befund wird aber nicht von allen geteilt.

Von beiden Befragungsgruppen (Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten und Pressesprecher*innen im Spokesperson‘s Service) werden die Vertretungen durchaus als wichtige Bezugspunkte ihrer Kommunikationsarbeit genannt. Eine Verflechtung zwischen den Kabinetten der Kommissar*innen im Brüsseler Headquarter und den einzelnen Vertretungen ist jedoch stark abhängig von der persönlichen Beziehungsebene und Organisationskultur. Zum Teil wird von sehr engen und umfassenden Beziehungen in die Vertretungen gesprochen. *„The Communication Advisers in the Cabinets and the Spokesperson‘s Service and the Representations of the Commission in the member states, we have open meetings every week. […] We are a lot in touch with the representations. Every week we sit down together with them, we have video conference, we give them the information on all the files that will come, that will be presented in the press room, so that they have everything in advance.”* (EK_2i/51, 45)

Wenn Kommissar*innen in die EU-Mitgliedsländer reisen und in Interaktion mit Journalist*innen kommen möchten, wird die Expertise der Vertretungen für Kontaktanbahnungen genützt: *„Very useful for us when the Commissioner goes abroad. So, we really rely on their input to tell us, what is happening at political level, how the issues are*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

being perceived at the mediatic level and in public opinion." (EK_2i/18) *„The representation helps us, of course, to prepare our work in terms of […] how we can present our topics and explain them."* (EK_2i/19) *„Sometimes, you know, they even bring Bloggers or YouTubers."* (EK_2h/35) Zum anderen sieht sich ein*e Kommunikationsverantwortliche*r auch als Korrektiv für die Arbeit in den Vertretungen, wenn Verbesserungen für die Medienarbeit und die Interaktion mit Journalist*innen geplant werden sollten: *„If we see […] some new misunderstanding that risks being populated or snowballing in the context, we usually call our representations and say, 'you guys have to rebut this, you guys have to go out and push against this, because it is not correct'."* (EK_2d/32)

Auch nationale Bezüge werden bei der Analyse der Interaktionen zwischen Kabinetten, Vertretungen und Journalist*innen sichtbar: Zum Teil existieren sehr enge Beziehungen zwischen den Kabinetten der Kommissar*innen und den Vertretungen in den Herkunftsländern der Kommissar*innen. Manche Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen fühlen sich für die Vertretung im Herkunftsland des*r zugeordneten Kommissar*in auch abseits der eigenen Portfolios zuständig, um so Interaktionen mit Journalist*innen zu unterstützen. **„***We work much closer with the [x] representation, because of course that's the direct interest there. When they have a problem, because there is a [x] issue on something, they alert us, even if it's not our subject. So we try to find a solution to that."* (EK_2h/4) *[Anmerkung: x steht für ein EU-Mitgliedsland. Aufgrund der Möglichkeit zur Wiedererkennung wurde die Nationalität weggelassen.]* Aber nicht für jede*n Kommunikationsverantwortliche*n der Kabinette ist die Kommunikation mit Journalist*innen in den Herkunftsländern der zugeordneten Kommissar*innen zutreffend: **„***There is an interaction, but there is not a constant channel."* (EK_2h/35) Der*die Kommunikationsverantwortliche des österreichischen Kommissars Johannes Hahn verweist wiederum auf die Eigenverantwortung der Vertretungen und findet seine*ihre Begründung im Portfolio des Kommissars (Europäische Nachbarschaftspolitik und Erweiterung), welches das ganze Jahr hindurch zahlreiche Reisen in Nicht-EU-Länder vorsieht (EK_2g/139, 142, 54). Kommissar*innenbesuche in der österreichischen Vertretung seien aus diesem Grund kaum möglich: *„Vollkommen falscher Ansatz, wir haben 50 bis 60 Reisen im Jahr. Das müssen Sie einmal jetzt überlegen, was das bedeutet. Wir sind fast jede Woche in irgendeiner Weltgegend unterwegs und haben dann noch die Sitzungen in Straßburg und Luxemburg, den*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Außenminister-Rat. Das muss man den Menschen erklären. Und da wäre unsere Vertretung sehr wichtig, das zu erklären. Weil, wir können nicht in Österreich sein, das ist unmöglich, und die Vertretung müsste einfach stärker unsere Politiken dann stellvertretend verbreiten. Es ist mit so einem Portfolio unmöglich. Wir sind schon froh, wenn wir einmal in Wien sind." (EK_2g/54) Im Gegensatz dazu hat die Kommunikationsverantwortliche der belgischen Kommissarin Marianne Thyssen in ihrem Portfolio die Pressearbeit für das Herkunftsland ihrer Kommissarin sogar offiziell verzeichnet: *„So, I take mainly care of the contacts, on a very regular basis, with Belgian media. Not only on topics of the Commission, not only on topics of our own file, but we do basically the entire, everything that's happening actualité, like the question of Cataluña and of course there are also Belgian issues that must to be dealt with."* (EK_2i/1)

Europäische Kommission: Headquarter in Brüssel

Insgesamt ist festzustellen, dass die befragten Pressesprecher*innen und Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen der Europäischen Kommission Interaktionen zu Journalist*innen in sehr unterschiedlichem Ausmaß gestalten: Während die Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service regelmäßige und tägliche Kontakte mit Journalist*innen pflegen, ist das Ausmaß der Interaktionen der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen zu Journalist*innen und deren Intensität bzw. die jeweiligen Routinen stark individuell geprägt.

Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sprechen einerseits von seltenen, einigen wenigen Kontakten und andererseits von sehr aktiven, regelmäßigen bis hin zu täglichen Interaktionen mit Journalist*innen: Man treffe sich auch privat zum Mittagessen oder für *„mindestens zwei, drei oder mehr Meetings"* (EK_2g/10) pro Woche. *„Ich nehme Journalisten-Gruppen auch auf Reisen mit"* (EK_2g/10). *„Sehr viel meiner Zeit geht darauf auf, dass ich wirklich sehr viel investiere in Treffen [mit Journalist*innen]."* (EK_2g/59) Eine Person weist darauf hin, dass sie speziell zum Heimatland ihrer zuständigen Kommissarin enge Beziehungen zu Journalist*innen pflege (EK_2i/1).

Die Gründe für intensive Interaktionen der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen mit den Journalist*innen werden vor allem durch berufliche Vorerfahrungen argumentiert. Dadurch bringen die Personen Affinität zum Journalismus und Expertise hinsichtlich journalistischer Arbeitsweisen und Bedürfnisse mit. Jene

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen, die in der Vergangenheit selbst als Pressesprecher*innen im Spokesperson‘s Service, in einer Vertretung bzw. im Journalismus und/oder der PR in der Privatwirtschaft gearbeitet haben, betonen, die dort entstandenen Kontakte zu Journalist*innen auch weiterhin aufrecht zu erhalten (EK_2b/1, 29; EK_2g/9).

Auch die Pressesprecher*innen berichten von unterschiedlichen Varianten an Interaktionen zwischen den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und den Journalist*innen. Ein*e Pressesprecher*in beobachtet, dass in manchen Kabinetten ehemalige Pressesprecher*innen arbeiten, die sich gut auskennen, was Journalist*innen brauchen, weshalb die Interaktionen zu den Journalist*innen mitunter in diesen Kabinetten auch intensiviert werden und zu intensiverer Informationsweitergabe führe: *„Und da ist es vielleicht eher der Fall, dass Journalisten stärkeren Zugang zu den Communication Advisern [Anmerkung: Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten] haben und off the record ziemlich viel Information bekommen.“* (EK_3c/1) In der Zusammenarbeit mit den Kommunikationsverantwortlichen der Kabinette der Kommissar*innen müsste man aber auch berücksichtigen, dass nicht alle Kommunikationsverantwortlichen Expertise in Journalismus oder Öffentlichkeitsarbeit hätten. Manche von ihnen bewältigen die Öffentlichkeitsarbeit für den*die Kommissar*in nur als zusätzliche Arbeit neben einem anderen Portfolio: *„In manchen anderen Kabinetten sind die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen, sagen wir einmal, entweder weniger erfahren oder weniger vernetzt oder […] sind nicht nur für Kommunikation zuständig.“* (EK_3c/2)

Was die Arbeit der Pressesprecher*innen im Spokesperson‘s Service betrifft, verläuft die Kontaktanbahnung durch die täglichen Pressekonferenzen zwar ritualisierter als in den Kabinetten der Kommissar*innen, aber dennoch nicht immer systematisch und selbstinitiativ: *„Sehr oft kommen Leute eher auf mich zu, und dann bleibe ich natürlich auch in Kontakt. Und dann denke ich ‚ah, die und die Person hat mich früher einmal gefragt, der würde interessiert sein, ich werde dem noch einmal sagen, wo es jetzt steht‘.*“ (EK_3c/24) Auch wenn so manchen Journalist*innen direkt aus den Redaktionen der europäischen Nationalstaaten durchaus bescheinigt wird, wenig Berührungsangst zur Europäischen Kommission zu zeigen und direkt im Spokesperson‘s Service oder in den Kabinetten anzurufen, werden sowohl von den Pressesprecher*innen als auch von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Kommissar*innen die in Brüssel stationierten Korrespondent*innen genannt, zu denen man die engsten Kontakte pflegt. Speziell die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sprechen hauptsächlich von den Korrespondent*innen, seltener von den Journalist*innen aus den großen Zeitungen der EU-Hauptstädte und noch viel seltener von jenen aus den europäischen Regionen: *„My main interactions are with correspondents."* (EK_2h/32) Die Pressesprecher*innen betonen, dass Korrespondent*innen sogar das Recht haben, – neben dem Pressebereich und einem eigenen Arbeitsraum für Journalist*innen – auch jederzeit die Büroräumlichkeiten der Pressesprecher*innen ohne vorherige Genehmigung und als Zeichen der Transparenz nach außen betreten zu dürfen. Das Angebot werde auch in Anspruch genommen, um nach den üblichen Pressekonferenzen noch vertiefte Fragen zu stellen oder auch exklusive Informationen zu ergattern (EK_3a/33; EK_3c/40).

Insgesamt wird festgestellt, dass die Europäische Kommission vor allem mit Printjournalist*innen in Kontakt steht und die Affinität zur schriftlichen Presse wesentlich größer sei: *„Die Beziehung ist natürlich intensiver, weil die schriftlichen Korrespondenten eigentlich tagtäglich mit uns in Kontakt sind. Wenigstens diejenigen hier im Presseraum, die natürlich nicht die einzigen sind, die wir betreuen. Aber das heißt, man kennt sie gut, und sie kennen die Themen auch gut."* (EK_3c/56) Ein*e Pressesprecher*in betont, dass ihm*ihr selbst aus dem eigenen Herkunftsland Informationen über Journalist*innen der audiovisuellen Medien fehlen, weil es in der Arbeit im Spokesperson‘s Service vor allem um Printjournalist*innen geht: *„Wie viele audiovisuelle Journalisten hier überhaupt tätig sind, weiß ich nicht. Ich kenne auch sehr wenige."* (EK_3c/19) Eine Schwierigkeit aus der Sicht der Beamt*innen sind die Fluktuationen von Journalist*innen, die zum Teil typisch sind für die Korrespondent*innenbüros in Brüssel. Dadurch verändern sich mitunter auch die Kontakte zu den jeweiligen Medien sehr rasch: *„I was very often in contact with [two journalists from] ORF, they came to my office, sometimes we went for coffee, even lunch, a bit just for fun, a bit for work. Now, both of them have left. It just happens; I don't know the new ones. So, I don't actually work with ORF anymore."* (EK_2b/16)

Was speziell die Kommunikation mit Journalist*innen betrifft, die für österreichische Medien arbeiten, wird die Intensität der Kontakte sehr unterschiedlich beschrieben. Von einem*r Pressesprecher*in wird darauf hingewiesen, dass die österreichische

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Medienberichterstattung als gesamte von der Juncker-Administration genau beobachtet werde (EK_3b/38). Eine*r der drei befragten Pressesprecher*innen schränkt ein, bislang eher wenig in Kontakt zu Journalist*innen aus Österreich gestanden zu sein: *„Ich muss ganz ehrlich sagen, ich habe jetzt auch nicht proaktiv versucht, mich mit ihnen in Kontakt zu setzen.“* (EK_3c/23) Die beiden anderen kennen die österreichische Medienlandschaft gut, wobei vor allem eine*r in vertieftem Kontakt mit österreichischen Journalist*innen steht (EK_3b/27).

Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen haben zu einem Teil nur marginale regelmäßige Kontakte zu österreichischen Journalist*innen. Mitunter auch abhängig von Persönlichkeit und Portfolio, pflegt ein anderer Teil der Beamt*innen wiederum sehr intensive Interaktionen zu Vertreter*innen der österreichischen Medienlandschaft, vor allem zu den Korrespondent*innen. Selbst wenn man in der Europäischen Kommission grundsätzlich relativ wenige Interaktionen und Berührungspunkte mit Österreich aufweise, komme es aber immer wieder vor, dass vereinzelte Journalist*innen aus Österreich regelmäßig in den Kabinetten anrufen (EK_3b/45; EK_3c/24; EK_2d/1; EK_21/31).

Immer wieder kommt zur Sprache, dass ein Vertrauensverhältnis zu den Journalist*innen ein wesentlicher Bestandteil für die Intensität der Interaktionen sei. Die Kommunikationsverantwortlichen geben zu, ausgewählten Journalist*innen Informationen weiterzugeben, die mitunter geheim bleiben müssen, die jedoch helfen können, politische Prozesse einzuordnen und künftige Entwicklungen abschätzen zu können: *„Dieses Vertrauen habe ich mir aufgebaut mit den Journalisten. Ich gebe auch sensible Informationen nur den Journalisten meines Vertrauens. Das ist halt eine eher recht große, aber – im Vergleich zu anderen – doch kleine Gruppe internationaler Journalisten, die ich dann ab und zu zusammenhole zu einem Kaffee oder am Abend und dann einfach denen Sachen gebe, wo sie sehr froh sind, […] und ich ganz sicher sein [kann], dass das dann unter uns bleibt. Aber es hilft ihnen etwas einzuordnen. Ich kann natürlich nicht geheime Dinge weitergeben, aber ich kann ihnen bei der Orientierung helfen. Oder sie auf etwas aufmerksam machen, was jetzt in Zukunft passieren wird, in welche Richtung etwas geht. Das kann man alles machen. Mit Journalisten, denen man vertraut, kann man das machen.“* (EK_2g/73) Als konkretes Beispiel für die Weitergabe von Hintergrundinformationen, die zu diesem Zeitpunkt noch geheim waren, wird der Verhandlungsprozess der EU mit der Türkei im Zuge des Flüchtlingsabkommens genannt:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

„Bei der Türkei habe ich das sehr oft gemacht, ja, wo wir lange Zeit nichts sagen durften […] oder wo es eine ‚line to take' gab. Aber ich habe dann schon darauf hingewiesen, dass sich da in absehbarer Zeit sicher etwas bewegen wird." (EK_2g/78)

Journalist*innen bzw. Korrespondent*innen

Die Brüssel-Korrespondent*innen werden an vielen Stellen der Interviews insgesamt als sehr arbeitsbelastet beschrieben. Zum einen weil diese viele unterschiedliche und komplexe Inhalte abdecken müssen, zum anderen weil diese mitunter in Konkurrenzkämpfen mit den Kolleg*innen bzw. deren bevorzugten Inhalten in den Heimatredaktionen stecken, wodurch auch die Beziehungen zu den Akteur*innen der Europäischen Kommission geprägt seien (EK_3c/101–102). Der starke Zeitdruck der Brüssel-Korrespondent*innen sei mitunter auch ein Grund, weshalb man in der Europäischen Kommission manchmal speziell auch Kontakte zu Journalist*innen in den EU-Ländern suche: *„Entweder durch unsere Vertretung oder manchmal auch direkt von uns, denn die haben öfter mehr Zeit, um in gewissen Themen wirklich ins Detail zu gehen als deren Korrespondenten hier in Brüssel."* (EK_3c/55)

Assoziationen zu Interaktionen mit österreichischen Journalist*innen sind unabhängig von den Befragten ähnlich: Die österreichischen Korrespondent*innen haben den Ruf, durchaus qualitätsvolle Arbeit aus Sicht der Europäischen Kommission zu produzieren: *„Da gibt es sicher einige, die das recht gut machen. […] Ich habe keinen schlechten Eindruck von den österreichischen Journalisten, die hier arbeiten."* (EK_3b/30) Österreichische Korrespondent*innen werden aus der Sicht eines*r Kommunikationsverantwortlichen zu den „Guten" gezählt: *„Das ist zum Beispiel ‚Le Monde', ‚Die Zeit', ‚La Stampa', den Thomas Mayer [Korrespondent der österreichischen Tageszeitung* Der Standard*] zähle ich dazu. Das sind wirklich ganz hervorragende Journalisten, und die sind meistens auch schon sehr lange da, also kennen sich irrsinnig gut aus."* (EK_2g/42) Auch Raimund Löw, Cornelia Primosch (beide ehemalige Korrespondent*innen des ORF) sowie Oliver Grimm (Korrespondent der österreichischen Tageszeitung *Die Presse*) werden namentlich genannt, mit denen man in der Vergangenheit in Kontakt war oder noch immer stehe und die positiv aufgefallen seien (EK_2b/15, 43; EK_2h/38). Es wird jedoch eingewendet, dass nur wenige österreichische Medien eine*n und vor allem die einflussreiche *Kronen Zeitung* gar keine*n Brüssel-Korrespondent*in haben, was das Bild über den österreichischen Journalismus in der Europäischen Kommission möglicherweise verzerre: *„Also, von dem her ist das natürlich auch*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wahrscheinlich kein komplettes Bild, das wir hier jetzt von den österreichischen Journalisten haben, die über die EU schreiben." (EK_3b/34)

Sowohl von den Pressesprecher*innen als auch von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen wird festgestellt, dass die für Kommunikation zuständigen Beamt*innen der Europäischen Kommission, die in Interaktion mit den Journalist*innen treten, unterschiedliche Funktionen für die Journalist*innen einnehmen. Während die Pressesprecher*innen von den Journalist*innen vor allem für offizielle Positionen und Kommentare verwendet werden, werden die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen vielmehr für Hintergrundinformationen genützt. *„Insofern man ein bisschen generalisieren kann, ist es so, […] dass Journalisten auf den Pressesprecher-Dienst zukommen, um die offizielle Position der gesamten Kommission zu haben und auch einen On-the-record-Kommentar haben [zu] können. Und zu den Kommunikationsverantwortliche[n] in den Kabinetten der Kommissar*innen kommen sie vielleicht eher mehr für Hintergrundinformationen."* (EK_3c/3)

Dabei werden herkunftsabhängige Komponenten genannt, die mitunter eine Rolle bei den jeweiligen Kontaktaufnahmen der Journalist*innen zur Europäischen Kommission spielen: Ein*e Pressesprecher*in beobachtet, dass Journalist*innen aus den EU-Mitgliedsländern bevorzugt die Kabinette der Kommissar*innen ihrer eigenen Herkunftsländer bzw. die dortigen Kommunikationsverantwortlichen aus ihren Herkunftsländern kontaktieren: *„Und da, denke ich, ist der Zugang von Journalisten eher nationalitätsbedingt. Ich denke, dass vielleicht die Journalisten von dem Mitgliedstaat des Communication Advisers [Kommunikationsverantwortlichen] in den Kabinetten der Kommissare etwas stärker auf die zugehen als auf uns."* (EK_3c/2) Das wird auch von anderer Seite in Bezug auf Kontakte mit Korrespondent*innen bestätigt: Als Kommunikationsverantwortliche*r in der Europäischen Kommission, der*die aus Österreich stammt, habe er*sie *„besonderen Kontakt"* (EK_2g/22) zu den österreichischen Journalist*innen, *„weil man sie halt kennt, auch menschlich, man geht dann vielleicht weg und so"* (EK_2g/22).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

b) Kommunikationsinstrumente

Midday Briefing

Das Kommunikationsinstrument der Pressekonferenzen – die sogenannten „Midday Briefings“ der Europäischen Kommission – wurde in den Interviews vor allem von den Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service als Interaktionsform mit Journalist*innen angesprochen und weist auch auf einen ihrer wesentlichen Arbeitsbereiche hin: Das Midday Briefing findet täglich um 12.00 Uhr mittags im Hauptgebäude der Europäischen Kommission, dem „Berlaymont“, statt. Es steht allen in der Europäischen Kommission akkreditierten Journalist*innen offen und wird auch via Web übertragen. Zum einen werden neue Initiativen der Europäischen Kommission vorgestellt, zum anderen werden allgemeine Stellungnahmen zur EU getätigt, die auch schriftlich in vielen Übersetzungen zugänglich gemacht werden. Sowohl Pressesprecher*innen als auch oftmals Kommissar*innen stehen den Journalist*innen im Rahmen der Briefings oder mitunter auch danach für Fragen zur Verfügung.

Von den Pressesprecher*innen wird diesbezüglich vor allem auf die Transparenz und das Entgegenkommen der Europäischen Kommission gegenüber den Journalist*innen verwiesen, täglich auf offiziellem Weg in Interaktion mit der Europäischen Kommission treten und Fragen an sie stellen zu können. Das Midday Briefing dient als institutionalisierter Ankerpunkt für die Interaktionen mit den Journalist*innen, von dem auch der Arbeitsablauf der Pressesprecher*innen deutlich geprägt ist. Diese weisen einerseits auf die Bedeutung und Brisanz einer solchen Pressekonferenz – vor allem in Krisenzeiten, wo auf jedes Wort geachtet werde – hin. Zugleich wird die Effizienz dieses Instruments zur Interaktion mit Journalist*innen bezweifelt: *„Ein großes Interview hat wahrscheinlich wesentlich mehr Einfluss als ein kurzes Statement beim Midday. […] Aber auch das kann natürlich in einer Krise oder so manchmal sehr zentral sein, aber es gibt viele andere Möglichkeiten der Kommunikation.*“ (EK_3b/21) Das Agieren eines*r Pressesprecher*in sei bei den Midday Briefings stark von Verteidigung und einer passiven Interaktionsrolle geprägt: *„Auf Dinge eingehen, die gerade tagesaktuell sind, wo es Kritik an diesem oder jenem gibt und wo wir auch so etwas wie eine Verteidigungslinie der Kommission [kommunizieren].“* (EK_3b/18)

Ein*e Pressesprecher*in bemerkt, dass die Midday Briefings als Interaktionsform mit den Journalist*innen nicht immer gut angenommen werden, weil Journalist*innen wissen, dass

10.15772/ANDRASSY.2021.001

man dort nur die formelle „On-the-record"-Kommunikation bekäme (EK_3c/36). Journalist*innen bräuchten hingegen eher das Gefühl des Exklusiven: *„Dass ich denen bilateral ein bisschen mehr das Gefühl gebe, wo wir stehen am Thema, oder dass sie mehr die exklusive [Information] haben. Denn wenn man eine Frage im Midday Briefing stellt, haben alle anderen die gleiche Antwort und die gleiche Idee für eine Story*." (EK_3c/39) Konkurrenz zwischen den Journalist*innen führe daher zur Tendenz, Fragen im öffentlichen Plenum zu vermeiden und nach den Pressekonferenzen nochmals mit den Pressesprecher*innen zu interagieren, um exklusive Informationen zu erhalten: *„Daher versuchen sie alle noch ein bisschen eine neue Story, eine neue Perspektive dazu zu bekommen. Und da kommen sie lieber hier knock, knock an die Tür."* (EK_3c/40)

Darüber hinaus gibt es auch Kritik an Journalist*innen, welche die Midday Briefings besuchen: *„Generell sind es eher Journalisten, die gar nicht fragen wollen im Midday"* (EK_3c/39). Journalist*innen würden die öffentliche Bühne auch für Selbstinszenierung und Provokation nützen: *„Manche Journalisten, die kommen da eigentlich auch eher, um selber ihre Meinung zu geben als wirklich Fragen zu stellen, oder monopolisieren jeden Tag mit dem gleichen Thema, statt wirklich eine Vielfalt von Fragen zu stellen."* (EK_3c/36)

Social Media

Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen stellen beträchtliche Unterschiede in der Europäischen Kommission in Bezug auf die Verwendung von Social Media für Interaktionen mit Journalist*innen fest, je nachdem, *„wer […] in den Communication Units die Feder führt, ob die dann auch vielleicht Technologie-affiner sind oder nicht, ob es eher jüngere Leute oder ältere Leute sind, ob die eine Strategie anwenden, die auf Facebook und Twitter und solche Dinge setzt, oder eher klassisch"* (EK_2f/56).

Einerseits wird betont, dass für Interaktionen der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen mit Journalist*innen vorrangig Social Media verwendet wird: *„Unsere Kommunikation läuft hauptsächlich über Twitter."* (EK_2g/44) Andererseits wird festgestellt, dass die Interaktionen mit Journalist*innen via Twitter mittlerweile schon wieder abgenommen hätten: *„Da muss ich ehrlich sagen, da hatte ich das Gefühl, das war vor vier, fünf Jahren mehr als heute, dass die Leute dann praktisch direkt reagiert haben und man so eine Art Konversation dann auch hatte, ganz direkt. Das sehe ich heute weniger, heute ist es mehr so eine Push-Plattform."* (EK_2f/6)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Vor allem für Korrespondent*innen sei Social Media ein relevantes Kommunikations- und Recherchemedium, wird betont, wobei auf länderspezifische Besonderheiten ebenfalls aufmerksam gemacht wird: *„Die meisten Internationalen haben selber einen Twitter-Account und Social Media. Und ich glaube, dass 80 % der Journalisten, mit denen ich Kontakt habe, sagt, die einzige Quelle, die für sie relevant ist, ist Social Media. Nur die Österreicher hinken da noch ein bisschen nach."* (EK_2g/49) Die Kabinette müssten auf den unterschiedlichen Bedarf der einzelnen Nationalstaaten reagieren, wenn sie mit den Journalist*innen in Kontakt treten wollen: *„Facebook in Bulgarien, wo keiner Twitter benutzt wird, und woanders eben auf Twitter."* (EK_2f/31)

c) Kommunikationsstil

Europäische Kommission während der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker

Die Befragten betonen eine Zentralisierung der Kommunikation in der Europäischen Kommission durch Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker sowie Anstrengungen für eine Einheitlichkeit der inhaltlichen Positionierung und neue standardisierte Prozeduren der Kommunikationsarbeit mit Journalist*innen. Das Thema wird speziell von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen ausführlich besprochen. Bei den Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service kommen die Veränderungen in den Interviews eher indirekt vor.

Uneinigkeiten in der Kommunikation mit Journalist*innen und Unklarheiten in der Struktur der Kommunikationsarbeit während der vorhergehenden Präsidentschaft von José Manuel Barroso werden indirekt benannt. Die Veränderungen unter Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker bewirken nun einen veränderten Umgang mit Journalist*innen: Die Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service, die Kommissar*innen und die Leiter*innen der Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern dürfen unter Juncker mit Journalist*innen „on the record" nach außen sprechen. Alle anderen Beamt*innen in der Europäischen Kommission sind verpflichtet, die Pressesprecher*innen um Erlaubnis einer mündlichen oder schriftlichen Veröffentlichung von Informationen zu fragen (EK_2b/2–6). Auch die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen dürfen den Journalist*innen in der Juncker-Administration nur mehr Hintergrundinformation, aber

10.15772/ANDRASSY.2021.001

keinen Originalton mehr geben: *„Je nachdem wie sensibel die Themen sind, kriegt man die Erlaubnis oder nicht und kriegt dann eine Linie vorgegeben oder nicht."* (EK_2f/18)

Die Pressesprecher*innen im Spokesperson's Service werden als einheitliche Gruppe und als wesentliche Gatekeeper für die Kommunikation mit Journalist*innen funktionalisiert: *„They are the watch dog for the, you know, corporate consistency and harmony. And, they're the ones who ultimately also approve any press release or communication material that is big and central by a Commissioner."* (EK_2a/18) Für Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen habe sich die Arbeit dadurch von einer eigenständigen Pressesprecher*innenfunktion hin zu einer Vermittlungsposition zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen verändert: *„So, it's basically a bridge between the Commissioner and the media and also to some extent a bridge between the Commissioner and the Commission's Spokesperson's Service and the communications team at DG Trade, which is her [the Commissioner's] Directorate-General. So, I'm kind of the go-between person between those entities."* (EK_2d/3)

Insgesamt unterscheiden sich die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen aber nach wie vor stark durch verschiedenartige Strategien in der Interaktion mit Journalist*innen. Das Spektrum an Kommunikationsformen ist unterschiedlich breit angelegt und unterliegt nach wie vor den Kommissar*innen – unter anderem werden erwähnt: Social-Media-Arbeit, Reden-Schreiben, Image Branding, Kommunikationsarbeit im Herkunftsland des*r zugehörigen Kommissar*in, Briefings, Pressereisen, Kontakte zu den Pressesprecher*innen, Workshops mit Journalist*innen, Videos, Editorials, Presseaussendungen. Nicht jede*r sieht die Interaktionen mit den Journalist*innen als Hauptaufgabe. Einige der Befragten sind auch in unterschiedlichem Ausmaß für inhaltliche Arbeit im Rahmen der Portfolios des*r Kommissar*in beauftragt.

Vielfach wird betont, dass jede*r Kommunikationsverantwortliche für die Kommissar*innen eigene Zugänge in der Zusammenarbeit mit Journalist*innen habe und – trotz stringenter Vorgaben der Juncker-Administration – auch Platz für Individualität existiere: *„Wir geben keine andere Information […]. Aber wir können ein bisschen tiefer gehen. Wir können dann gewisse Ursachen besser beschreiben, wir können auf Fragen der Journalisten eingehen und können eben ein bisschen mehr an Information geben."* (EK_2g/19) Offizielle Vorgaben werden

10.15772/ANDRASSY.2021.001

von einzelnen Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten nicht immer streng ausgelegt (EK_2d/11; EK_2h/25).

Abhängigkeit und Konflikt

Neben guten Arbeitsbeziehungen, *„mutual respect"* (EK_2h/30) und *„collegial relationship"* (EK_2h/20) wird von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten auch von einem *„partnerschaftlichen Verhältnis"* (EK_2g/69) mit Journalist*innen und Freundschaft *„auf Augenhöhe"* (EK_2g/70) gesprochen: *„I mean there is a lot of friendship"* (EK_2h/29). Andererseits wird auch konstatiert, dass man die Rolle von Gegenspieler*innen der Journalist*innen einnehme: Bei Interaktionen wird festgestellt, dass man von Journalist*innen mitunter als *„some kind of propaganda machine"* (EK_2d/34) gesehen wird und das Bild der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission unter Journalist*innen kein positives sei*: „I can probably be pretty sure that they don't see me as a good guy."* (EK_2d/36)

Auch negative Bezeichnungen des Beziehungsgeflechts zwischen Journalist*innen und der Europäischen Kommission werden genannt: *„many disagreements"* (EK_2b/31). Kritik von den Journalist*innen wird hauptsächlich dahingehend interpretiert, dass es eine klare Rollenaufteilung zwischen den einzelnen Gruppen der politischen Kommunikation gebe: *„I think, it's in the nature of the job. They are here to criticise us. We're there to try to convince them we're doing great jobs. […] They don't have a job to be nice to us. They have a job to be critical."* (EK_2h/28) Die Grenze von Kritik hin zu Konflikten mit Journalist*innen wird von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen unterschiedlich beschrieben. Eine Person betont, keine „offenen" Konflikte zu führen: *„I do not have any open conflicts with them, we may agree or we may agree to disagree, but that's also normal so, but no conflicts."* (EK_2i/47–48) Eine andere Aussage bewertet Konflikte als alltäglich: *„Kinds of conflicts to a smaller degree exist constantly, absolutely."* (EK_2h/27) Zugleich wird auch zu positive Berichterstattung einzelner Journalist*innen kritisch angemerkt: *„Some of them take it a bit too far to the liking of the Commission."* (EK_2h/23) Interaktionen zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus werden an anderer Stelle auch als interdependent beschrieben. Sie werden als *„win-win-situation"* (EK_2b/25) und als gegenseitige Abhängigkeitsbeziehung bezeichnet: *„Der Journalist braucht uns, mit unseren Informationen, und wir brauchen die Journalisten, damit sie diese weitergeben. Und da ist meine Grundaussage einfach ein korrektes, partnerschaftliches Verhältnis."* (EK_2g/70) *„They*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

need us, because we have information and we need them because they have outlet, where this information can be published." (EK_2h/21)

Reibungsflächen mit den Journalist*innen aus der Sicht der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und der Pressesprecher*innen sind vor allem inhaltlicher Natur: Falschnachrichten durch Auslassung oder Verzerrungen, bloßer Headline-Journalismus, Copy-Paste-Artikel, Propaganda-Texte, bei denen sich Journalist*innen aus Sicht der Europäischen Kommission von Lobbyist*innen leiten lassen (EK_1a_II/194, 198; EK_2f/13; EK_2c/13, 29). Wenn Kommentare fallen wie *„Brüssel, das sich in jeden Kleinkram einmischt"* (EK_3c/107) oder wenn Journalist*innen Transparenz einfordern, die freigegebenen Dokumente dann aber selbst kaum lesen (EK_2d/68), komme das bei den Beamt*innen in der Europäischen Kommission nicht gut an. Außerdem werden vor allem auch die österreichischen Journalist*innen kritisiert, weil sie zu wenige Fragen stellen (EK_2d/40) – sowohl der Europäischen Kommission als auch Lobbyist*innen gegenüber, die von den jeweiligen Medien zitiert werden. Dies wird am Beispiel der Verhandlungen rund um die Freihandelsverträge TTIP und CETA, deren Kommunikation für die Europäische Kommission in Österreich als herausfordernd bezeichnet wird, illustriert (EK_2d/45). Auch Fälle, in denen die Europäische Kommission von Journalist*innen kritisiert werde, diese aber in der Tat keine rechtliche Zuständigkeit für das politische Problem habe, rufen Unstimmigkeiten hervor: *„That many, many, many times they criticise us for things that are not part of our portfolio. The classical example is the migration crisis."* (EK_2a/26) Ein weiteres Konfliktfeld für Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen sei das Motto der Europäischen Kommission „We don't comment on comments", wenn die Sprecher*innen aufgefordert werden, auf Gerüchte zu reagieren: *„Das ist für manche Journalisten natürlich ärgerlich und verstehe ich […]. Aber das hat schon einen Sinn, dass wir nicht sozusagen selber Debatten weiterspinnen und Teil von so einer Diskussion wie im Europäischen Parlament […] werden, wo sich die Parteien das und das zuwerfen."* (EK_3b/49) Aus der Sicht der Medien verstehe man als Europäische Kommission außerdem, dass Journalist*innen Bevorzugungen einzelner Medien durch die Europäische Kommission abgeneigt gegenüberstehen: *„Many journalists are frustrated that […] some journalists are treated in a privileged way."* (EK_2h/26)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Ausnahmen werden gegenüber Korrespondent*innen geäußert, mit denen man gewöhnlich weniger Konflikte austrage, *„because they have a general understanding of the way things work"* (EK_2d/23).

Interaktionen bzw. Interventionen der Europäischen Kommission

Ein heikles Thema für die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und die Pressesprecher*innen seien falsche Darstellungen und wie man auf die Fehler der Journalist*innen reagiere, vor allem, wenn das Verständnis für die Inhalte fehle. Heikel seien Interventionen vor allem dann, wenn ohne das Zutun der Journalist*innen Veränderungen durch den Editor gemacht werden (EK_3c/28–29).

Grundsätzlich werden von den Pressesprecher*innen in solchen Fällen Kontaktaufnahmen und Korrekturen angestrebt, die mitunter auch positiv aufgenommen werden: *„Wenn etwas wirklich fachlich nicht stimmt, würde ich schon sagen, dass wir generell den Journalisten sagen, da ist inhaltlich etwas nicht korrekt, und in der Online-Version müsste man das korrigieren oder vielleicht sogar später ein Corrigendum machen. Die meisten Journalisten, mit denen ich zu tun habe, […] sind auch dankbar dafür."* (EK_3c/27) Wenn Fakten jedoch nicht falsch wiedergegeben werden, sondern deren Analysen von den Pressesprecher*innen als falsch angesehen werden, wird von „Grauzonen-Problemen" (EK_3c/28) gesprochen: **„***Anders ist es natürlich, wenn man denkt, etwas ist inkorrekt, weil es einem nicht passt oder […] weil die Conclusions nicht wirklich korrekt sind. Aber man kann jetzt nicht sagen, es sei fachlich falsch. Ja, da ist es natürlich ein bisschen mehr so eine Grauzone. Ich habe es mir schon erlaubt, bei Journalisten, die ich gut kenne, zu sagen ‚hör mal, das fand ich jetzt wirklich nicht sehr fair von dir', oder ‚ich finde es jetzt nicht wirklich, dass es wirklich der Realität entspricht, denn die Kommissarin hat von Anfang an gesagt so und so'."* (EK_3c/28) Bei manchen Journalist*innen rufe dies durchaus Diskussionen bis hin zu Konflikten mit den Vertreter*innen der Europäischen Kommission hervor: *„Bei einem Journalisten, wo ich weiß, wir haben kein Vertrauensverhältnis, und es wird sowieso nirgendwo hinführen außer, dass die Beziehung gespannt wird, sage ich dann manchmal auch ‚okay, forget it'. Aber vielleicht nächstes Mal, wenn er mich auf etwas anspricht, werde ich darauf hinzukommen."* (EK_3c/30)

Auch die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sprechen von Kontaktaufnahmen, wenn Informationen nicht *„faktenbasierend"* (EK_2g/67) dargestellt werden: *„Dann sehe ich es als meine Aufgabe an, den Journalisten anzurufen und ganz sachlich*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

darauf hinzuweisen, dass diese Darstellung oder was auch immer nicht stimmt und ich gerne zur Verfügung stehe, ihm weitere Informationen zukommen zu lassen." (EK_2g/67) Es komme auch vor, dass vertrauliche Informationen falsch behandelt werden: *„There are conflicts related to trust as well, because if I give an information to a journalist, sometimes I say, 'look, I give it to you under embargo, don't break it' […]. When […] he or she will break it, that creates again lack of trust and generally it's crisis."* (EK_2h/25) Explizit wird nicht von Informationsentzug gesprochen, aber doch von Vertrauensverlust, der mitunter verursache, dass man Informationen nicht mehr bereitwillig teile. Offizielle Folgen gäbe es aber keine: *„Wenn einer einmal wirklich etwas schreibt, was jetzt faktisch falsch ist, dann bringt es auch nichts, den zu bestrafen, indem man ihm keine Information mehr gibt, oder […] in irgendeinen Konflikt zu geraten, sondern ich werde immer versuchen, den anzurufen."* (EK_2g/71)

Statt Gegendarstellungen zu erzwingen, versuche man beispielsweise, mit der österreichischen Vertretung an kreativen Maßnahmen zu arbeiten. Um gegen „EU-Mythen" anzukämpfen, die in der Berichterstattung immer wieder zu finden sind, habe man einen Karikatur-Wettbewerb ausgeschrieben, um so Journalist*innen auf falsche Inhalte hinzuweisen: *„Wir haben angeregt, dass sie da mehr tun. Und da wird das halt auf lustige Weise dargestellt. […] Das ist ein guter Weg, nicht mit dem erhobenen Zeigefinger."* (EK_2g/76) *„Da muss man schon viel machen, aber eher im kreativen Bereich. Ich finde, es bringt dann nichts, wenn du einem Journalisten, der bei einer Boulevard-Zeitung arbeitet, jetzt zum hundertsten Mal erklärst, dass die Gurkenkrümmung nicht von der EU erfunden wurde, sondern wir das sogar abgeschafft haben. Ich habe mir den Mund fusselig geredet in Österreich, und sie haben es immer wieder geschrieben."* (EK_2g/75)

Eine Person spricht auch von ihren positiven Rückmeldungen an Journalist*innen bei – aus ihrer Sicht – gelungenen Veröffentlichungen: *„Es gibt auch eine Interaktion, wenn ein guter Artikel erscheint. Da rufe ich jedes Mal an und sage, ‚das hast du aber gut recherchiert'."* (EK_2g/68)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2.) Kommunikationsinteressen und Motive

a) Europäische Kommission

i) Kommunikationsinhalte

Europäische Kommission während der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker

Für die Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service wird die Europäische Kommission unter der Führung von Jean-Claude Juncker als eine „politische“ Kommission bezeichnet, deren Kommunikationsinteresse es ist, die eigene Rolle als politische Akteurin zu markieren. Diesbezüglich wird vor allem die sogenannte „positive Agenda für Europa“ als Hauptthema hervorgestrichen, die Kommissionschef Juncker nach der europäischen Währungs- und Finanzkrise eingeführt hat, um mehr Vertrauen für die EU zu erreichen. Man betont immer wieder, dass man als EU positiv aus der Krise herausgegangen sei, und möchte den Mehrwert klar machen, was die EU in Abgrenzung zu den einzelnen Nationalstaaten besser gestalten könne (EK_3a/43). *„Es geht vielleicht ein bisschen in die größeren Zusammenhänge, was wir da erarbeiten.“* (EK_3b/67) Die Rückkoppelung aller Kommunikationsinitiativen an die positive Agenda der Juncker-Administration ist dabei ein wesentliches Ziel: *„Dass man das immer rückkoppelt und sagt, warum ist der Vorschlag so, wie ist er eingebunden in eben diese positive Agenda für Europa.“* (EK_3a/49)

Als zweites Kommunikationsanliegen seit der Juncker-Administration wird die Verringerung der Inhalte sowie der Häufigkeiten öffentlichkeitsrelevanter Initiativen bezeichnet. Die Anzahl der neuen Initiativen der Europäischen Kommission wird seit der Juncker-Administration deutlich reduziert, und die Vorschläge werden jeweils in Themenpakete gruppiert. Das spiegele sich auch in der Kommunikation mit den Journalist*innen wider. Nicht mehr jedes kleine inhaltliche Detail soll von offizieller Pressesprecher*innenseite hervorgehoben werden. Themen sollen zu einem Zeitpunkt facettenreich gebündelt werden. Damit wolle man eine Zerstückelung der Kommunikation vermeiden, *„dass Sie heute etwas zum Thema machen und dann drei Wochen später etwas zum selben Thema“* (EK_3a/83). Dabei habe man *„big on big, small on small“* (EK_3a/45) als Motto ausgegeben.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommissar*innen

Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen erwähnen eine große Bandbreite an Motiven, wenn es darum geht, den*die zugehörige*n Kommissar*in kommunikativ nach außen zu transportieren: Sichtbarkeit geben, Personalisierungsstrategien oder die Erstellung einer Marke. Auch die Vermittlung von Authentizität wird als Kommunikationsinteresse groß geschrieben: *„[Ein Kommissar], der mitten im Leben steht […], nicht in irgendeiner politischen Glasglocke ist […] als Einer, der überzeugt ist von seiner Politik, aber hinter der Politik immer den Menschen sieht."* (EK_2g/103) Auch die Darstellung des*r zugehörigen Kommissar*in als politische Person, die Offenheit und Verantwortlichkeit zeigt, die Themen der Journalist*innen zu diskutieren, wird hervorgestrichen: *„Responsibility to be willing to discuss all different types of themes."* (EK_2e/21)

Von den Journalist*innen erwartet man sich die Anerkennung der Führungsrolle des*r Kommissar*in (EK_2a/48). Abhängig vom Herkunftsland des*r Kommissar*in gebe es auch die Notwendigkeit einer Kommunikationsstrategie, die sich an die jeweilige Wahlordnung des Herkunftslandes anpasst: *„Mein voriger Chef ist der irische Kommissar. In Irland sind alle Wahlen regional. Es geht nur darum, dass man die Leute, die in seinem Wahlkreis leben, dass man die sozusagen bei der Stange hält. Man muss auch immer Erster werden, weil in jedem Wahlkreis mehrere gewählt werden. Das heißt, man muss auf jede Beerdigung gehen und alle Leute beim Vornamen kennen und so. Das ist da wichtig, selbst wenn man EU-Kommissar werden will. Das heißt, das ist ein ganz anderer Ausblick, als wenn man irgendwie eine Bundesliste hat, so wie in Deutschland, wo man 45 Jahre im Bundestag bleiben kann, so wie Herr Schäuble, ohne praktisch jemals in Gefahr zu sein, einfach weil man irgendwie weit oben in der Parteiliste steht. Es gibt keine Gefahr. Der Wahlabend ist nur interessant, um zu sehen, was mit den Anderen passiert, nicht für einen selber. Das ist natürlich ein ganz anderer Ansatz, und da muss man auch anders kommunizieren. Und im einen Fall muss man jeden Tag am Ball bleiben, und im anderen Fall hat man es eigentlich gar nicht nötig, ja, da kann man sich auf andere Ziele konzentrieren."* (EK_2f/72)

EU als Global Player

Die Zusammenschau der Interviews macht nicht völlig klar, ob die Pressesprecher*innen und Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen regionale oder

10.15772/ANDRASSY.2021.001

doch eher globale Inhalte durch ihre Kommunikationsaktivitäten betonen wollen. Das jeweilige Bestreben der Akteur*innen ist auch von den Inhalten ihres Portfolios abhängig. Eine große Bandbreite an Antworten zielt auf die Bedürfnisse der Bürger*innen in nationalstaatlichen Gefügen, die eine Regionalisierung der EU-Inhalte benötigen würden, um ihre Vorteile zu verstehen. Aber zugleich wird in den Antworten auch eine globale Ausrichtung der Kommunikation deutlich, die mit der EU als Global Player in Zusammenhang steht.

Häufig wird das Interesse deutlich gemacht, in den Kommunikationsinhalten globale Aspekte ansprechen zu wollen, globalen Themen ein positiveres Bild zu verleihen und für die Bürger*innen das Gefühl der Ferne zu überwinden. Mitunter wird die globale Rolle der EU als Legitimationsargument für die eigene Kommunikation hergenommen: *„to make sure we can contribute to shaping globalization instead of just being a subject to it"* (EK_2d/58). In den Aussagen wird deutlich, dass manche Kommunikationsverantwortliche aufgrund der Portfolios ihrer Kommissar*innen für Themen zuständig sind, um die EU als Global Player und globale Geldgeberin darzustellen (EK_2a/60).

Globale Perspektiven sind in manchen Kabinetten deutlich ausgeprägter, wodurch auch andere Blickwinkel in der Kommunikation eingenommen werden – beispielsweise das Portfolio „Erweiterung und Europäische Nachbarschaftspolitik": *„Wir sind für Länder wie den ganzen westlichen Balkan zuständig, die Nachbarschaft, wo Länder dazugehören, wie Jordanien, Tunesien, Libanon, der nahe Osten. Und, da ist natürlich automatisch die Kommunikation nicht unbedingt, dass Europa im Blickfeld steht, sondern die Kooperation. Also, dadurch ist der Blickwinkel natürlich ein ganz anderer."* (EK_2g/80) *„Es geht um internationale Kooperation in unserem Bereich. Und, da ist die Kommunikation natürlich eine ganz andere, wesentlich komplexer, wesentlich vielschichtiger und manchmal auch ein Blick von außen auf die Europäische Union."* (EK_2g/82)

European Debate

Als besondere Herausforderung wird die Überwindung der nationalen Kommunikation beschrieben: Ein*e Kommunikationsverantwortliche eines Kabinetts sieht Interaktionen mit den Journalist*innen aus dem Herkunftsland der Kommissarin beispielsweise als Teil der Tätigkeit eines*r Kommissar*in, um die „europäische Debatte" zu unterstützen: *„because that's her way of interpreting the President's mission to her as Commissioner, that you should engage in your home country's European debate."* (EK_2e/16)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Auch das Kommunikationsinteresse der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird als eine Unterstützung der transnationalen europäischen Debatte in Österreich beschrieben: *„Eine übernationale Kommunikation zu etablieren, Bewusstsein zu schaffen für die europäischen Themen und auch dafür, dass Österreich ein Teil des Ganzen, also der Europäischen Union, ist. […] Also nicht, dass Brüssel als etwas Fremdes wahrgenommen wird, sondern dass man mit den Politikern gemeinsam einfach eine Sprache spricht und dass die Politiker auch nicht von Brüssel heimfahren und dann sagen, ‚naja, die Prüden in Brüssel dort'."* (EK_2g/88)

Nationalisierung und Regionalisierung

Was die Aufbereitung nationalitäten- und regionenspezifischer Informationen und deren Intensität in der Kommunikation der Europäischen Kommission betrifft, sind sich die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und die Pressesprecher*innen nicht einig. Einerseits wird beteuert, generell keine Strategien zur Regionalisierung der Kommunikation zu haben bzw. werden die Schwierigkeiten in Hinblick auf die Thematik betont (EK_2e/24, 73). Andererseits wird Regionalisierung als wichtige Komponente der Kommunikationsarbeit für Journalist*innen betrachtet: *„We often make sure that there is country-specific tailored information that they can use for the journalists, because at the end of the day this is still very important for a journalist, that he gets his national angle out of the story."* (EK_2i/46) Auf nationale Events zu reagieren, Empathie für lokale Situationen und Prioritäten zu zeigen und auch mit lokalen Medien zu arbeiten, sei relevant für die Kabinette der Kommissar*innen: *„It's a part of strategy to go local and to try to kind of communicate in a relevant way for people."* (EK_2h/73)

Zugleich wird auf einen Widerspruch hingewiesen, der sich sowohl in der Europäischen Kommission als auch unter Journalist*innen finden ließe: Sowohl die Ausrichtung der EU in Abgrenzung zu den Nationalstaaten als auch zahlreiche Materien der Kommissar*innen würden es gar nicht möglich machen, politische Themen der Europäischen Kommission zu regionalisieren, wird am Beispiel Wettbewerbspolitik argumentiert: *„They often mentioned, make it more regional. But, I think that's, to a certain extent, maybe that's a bit of a contradiction."* (EK_2e/28)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ii) Kommunikationsstil

Proaktivität

Abhängig von der politischen Wetterlage zwingen interne und externe Faktoren im Arbeitsalltag sowohl die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch die Pressesprecher*innen zu „starkem Getrieben-Sein“ in ihrem Kommunikationshandeln. Daher wird „Proaktivität“ als wesentliches Interesse ihrer Kommunikationsarbeit betont (EK_3c/12-15).

Vor allem Krisenkommunikation spiele in den letzten Jahren eine immer größere Rolle. Hierzu werden speziell die internationalen Handelsabkommen – und in diesem Zusammenhang auch die Notwendigkeit einer Krisenkommunikation für die österreichischen Medien – genannt: *„Constantly in the defence, trying to explain, trying to show what we do, where we kind of refuse those unfair accusations.”* (EK_2h/62) Das Interesse an Proaktivität werde jedoch durch aktuelle politische Ereignisse und Prozesse getrübt, auf die man im Alltag reagieren müsse: *„Proactive things that we do, so pushing out our own legislation or initiatives, where we have the timing in our hands, where we decide when we come forward with proposals, when we do the communication and so on. This is part of the Commission work programme. […] The other part is a bit more the reactive side of things, where you react, you know, more to, I don't know what the word is in English, actualité. You know, the topics of the day, like the situation in Cataluña [Unabhängigkeitsbestrebungen] or when the CETA negotiations [Freihandelsabkommen] with Canada were very much criticised and so on.”* (EK_2i/3)

Die eigene Arbeit wird mitunter als ein „Nachjagen von Geschichten” bezeichnet und das Durchkommen mit eigenen Botschaften als schwierig beschrieben: *„You're always chasing the story in a sense that the story is out there, there is a narrative out there, and you try to either change it, influence it, contradict it.”* (EK_2h/66) Aufgrund des Gefühls, im Kommunikationsbetrieb getrieben zu werden, ergibt sich das Kommunikationsinteresse, eine jeweilige Geschichte mit eigenen Schlüsselbotschaften zu kommunizieren: *„Trying to create a story and have your own key messages, trying to think how it fits, rather than chasing the story and always being two steps behind.”* (EK_2h/70) Da die Verteidigung den Arbeitsalltag jedoch dominiere, leide speziell die argumentative Begründung eigener Initiativen oder Unterlassungen: *„In our communication, all the time we have to […] say ‘no, that will not*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

happen, because', 'no, that will not happen, because', 'no, that will not happen, because', instead of being proactive and being explanatory about why we're doing what we're doing." (EK_2d/60)

Einordnung in den EU-Legislativprozess

Ein*e Pressesprecher*in des Spokesperson's Service bringt den Aspekt der ganzheitlichen Analyse von EU-Politik für Journalist*innen ein: Prozessorientiertes Kommunizieren von politischen Entwicklungen mit einem Blick auf den gesamten Legislativprozess und prozedurales Wissen werden als Interesse in Bezug auf Interaktionen mit den Journalist*innen genannt: *„I think, there is more of a prise de conscience now in the Commission of trying to communicate throughout the process and also when it actually becomes tangible for the citizen, and not just when it's something abstract and procedural in Brussels."* (EK_3c/50)
Beispiele beziehen sich auf die Einordnung politischer Entwicklungen in einem großen Kontext und zeigen, dass man im Spokesperson's Service Interesse daran hat, den gesamten EU-Legislativprozess auch abseits der Initiativen der Europäischen Kommission mitzudenken: Zum einen werde auf Prozesse im Europäischen Parlament und auf bevorstehende parlamentarische Abstimmungen hingewiesen, *„dann wäre es schon eine gute Idee, dass ich jetzt proaktiv auf eine Gruppe von Journalisten zugehe und sie noch einmal daran erinnere, warum das so ein wichtiges Thema ist und so weiter und so fort."* (EK_3c/12) Zum anderen werden Vergleiche zwischen ursprünglichen Initiativen der Europäischen Kommission und den Entwicklungen im Rat und im Parlament gezogen und auf Veränderungen aufmerksam gemacht: *„Was stand in unserem Legislativvorschlag vom Januar 2016 zu Typzulassung, Rechtsreformen drinnen, und wie steht es jetzt in den Verhandlungen im Parlament und im Rat."* (EK_3c/10)

Bürger*innen-Nähe

Die Kommunikation werde vor allem durch das Interesse an den europäischen Bürger*innen geprägt:
Solidarität, Engagement und Zustimmung zur EU sollen dadurch hervorgerufen werden. Auch von Verliebtsein wird gesprochen: *„Fall in love with the EU"* (EK_2a/42). Die Relevanz, der Mehrwert und der Nutzen wie die Schaffung von Arbeitsplätzen und Wohlstand sowie die Zustimmung zu den Tätigkeiten der eigenen Institution stehen im Mittelpunkt des

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsinteresses: *„This is always again in the back of everybody's mind, your image with the public."* (EK_2a/56) Der*die Kommunikationsverantwortliche im Kabinett der Wettbewerbskommissarin präzisiert dazu das Kommunikationsmotiv, Verletzungen der Rechte der Konsument*innen oder bürgerfreundliche Beeinflussungen der Europäischen Kommission für den*die Konsument*in darzustellen: *„Her [the Commissioner's] portfolio is also, people are on the market every day. When you go home, you buy your groceries or bigger investments, you buy a car, you buy a house. And, when you engage as a citizen in the market, which you do every day, actually the decisions she takes have some kind of influence on us as consumers, because it influences the price we pay in the end and it also influences the innovation we can get. And, if there's competition there's more innovation, there are better prices and more choices for us, as consumers."* (EK_2e/34)

Als Voraussetzung dafür artikuliert man ein Verständnis der jeweiligen Medienpublika und der (Länder-)Kontexte des Publikums: *„You have to understand the audiences behind these media to be able to also tailor the message to them."* (EK_2h/74) *„You always have to really careful feel this context, the audience and country."* (EK_2c_I/30) Unterschiedliche Differenzkategorien müssten in Betracht gezogen werden, um auf den Kontext eingehen zu können: *„Big country or small country, East Europe or West Europe. Because it's important to understand this context."* (EK_2c_II/41) Dieses Eingehen auf den jeweiligen Kontext wird mit dem Symbol des Schachspiels beschrieben: *„With an Austrian journalist, you're not going to use the same argument, because you don't connect Austrian people in Graz to clean water, they have it. The arguments will change, and then it becomes a chess game, like pre-empting your opponent's moves or the questions."* (EK_2b/52)

Das Interesse an den Bürger*innen äußere sich auch durch eine angepasste äußere Erscheinungsform: Sich auf die gleiche Stufe mit den Bürger*innen zu stellen, hieße, bei Länderbesuchen auch auf den ökonomischen Hintergrund der Bürger*innen zu achten und sich dementsprechend auch anzupassen: *„If you have Louis Vuitton bag, you can't go with Louis Vuitton bag."* (EK_2c_I/39)

Journalist*innen-Orientierung

Sowohl von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch von den Pressesprecher*innen werden die Interaktionen mit Journalist*innen als eine Arbeit mit erzieherischem bzw. pädagogischem Interesse bezeichnet: *„Eine pädagogische*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Arbeit, die ich leiste." (EK_3c/8) Neben positiver Beeinflussung spielt die Unterstützung für ein Verständnis der Politik der Europäischen Kommission eine große Rolle: *„Bitte, lieber Journalist, es wäre schön, wenn du verstündest, warum das hier wichtig ist, oder was das überhaupt ist, was wir vorgeschlagen haben."* (EK_2f/76) Vor allem die Vermittlung und Erklärung sachlicher Informationen, die korrekte Wiedergabe von Informationen, eine Anbindung an konkrete Sachverhalte, Fokussierung auf das Wesentliche und die Weitergabe von Hintergrundinformationen werden immer wieder als Interessen für die Interaktionen mit Journalist*innen deklariert. Journalist*innen auf Pressekonferenzen und bevorstehende Presseinformationen vorzubereiten und dabei vor allem die Argumente und Beweggründe der Europäischen Kommission im Vorhinein zu erklären, wird als wesentliches Motiv für Kommunikationsinitiativen hervorgestrichen: *„It's easy for a journalist to understand the what, that's very easy. But, this question, which for me is at the core of any communication, from the audience' point of view answer the question, why should I care? That, for me, is the overall aim."* (EK_2b/50)

Auch Antworten in der Sprache der Journalist*innen, eine verständliche und klare Ausdrucksweise, Erreichbarkeit für die Journalist*innen, Transparenz, die Vermittlung einer positiven Stimmung und die Präsentation von Kommissionspräsident und Kommissar*innen werden erwähnt. Die Regionalisierung von Interaktionen mit Journalist*innen wird ebenfalls als Interesse genannt*: „Besonders wichtig, dass wir nicht nur Kontakt pflegen mit den Journalisten hier, sondern auch in den Mitgliedstaaten."* (EK_3c/54)

Für die Gruppe der Pressesprecher*innen ist vor allem auch eine politische Sensibilität für die Vorgänge in den EU-Mitgliedsländern, speziell im Vorfeld von Wahlen wichtig: *„Vielleicht jetzt im deutschen Fernsehen zwei Tage vor Wahlen, wahrscheinlich sind sie nicht nur daran interessiert zu wissen, wie das steht, sondern sie suchen ein bisschen die Kontroverse."* (EK_3c/93) Um Antworten auf politische Entwicklungen in den EU-Mitgliedsländern geben zu können und frühzeitig darauf vorbereitet zu sein, welche Inhalte sich als relevant entwickeln könnten, sei die Medienbeobachtung der Europäischen Kommission von großem Interesse in ihrer Kommunikationsarbeit: *„You are excellent if you are expecting it before, if you read this media clippings and understand, 'okay, today is going on something like that, maybe somebody can ask that', and you are already prepared, and that is an excellent job."* (EK_2c_I/34) *„I read the media and from there I try to deduce what they think."* (EK_2h/57)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Diesbezüglich wird auch das Kommunikationsinteresse innerhalb der Europäischen Kommission angesprochen, mit Journalist*innen aus bekannten Zeitungen großer Länder – vorzugsweise der *Financial Times* – in Interaktion zu kommen: *„Für manche ist es auch interessanter, am nächsten Tag ein Bild vom entsprechenden Politiker in der* Financial Times *zu haben, als in der* Kleinen Zeitung*."* (EK_3b/62)

Der Anspruch, dass Geheimes geheim bleibe, eine gewisse Offenheit und Selbstkritik zu zeigen, die Suche nach Glaubwürdigkeit und Respekt gegenüber den Journalist*innen wird betont. Diesbezüglich werden Motive angesprochen, den Journalist*innen auf unterschiedliche Weise entgegenzukommen: *„A journalist, who calls you, saying 'hey, next week there is this, I've seen, is it worth?' And I say to him, 'hey, look, personally I don't think it's a big deal, you know, you're welcome to cover it, but …' Because then, they know that next time, when you call them, and say 'hey, by the way, in two weeks' time there's going to be this thing. If I were you I would follow it, because I think it's important', you are more credible."* (EK_2b/60) Anteilnahme und Interesse an der Arbeit der Journalist*innen zu zeigen und so Positives in die Beziehungen mit Journalist*innen zu investieren, da man auch von ihnen abhängig sei, wird als wichtig erachtet: *„Ich finde, wir leben ja auch von der Presse, von der Zusammenarbeit, und die freuen sich immer sehr, wenn ich da einen Artikel, den ich für gut finde, auf den Kommissar oder auf meinem Account dann wiedergebe."* (EK_2g/50) *„Wenn ein guter Artikel erscheint über die Nachbarschaftspolitik, auch wenn er nicht 100 % jetzt übereinstimmt, aber wenn er gut ist, tweet ich den Artikel, auch wenn der Kommissar nicht vorkommt."* (EK_2g/52) Auch die Bereitschaft, auf Fragen einzugehen, die nicht Teil des eigenen Portfolios sind, wird als Interessensbekundung gegenüber Journalist*innen artikuliert (EK_2e/19, 34). Der Aufbau von Vertrauen – auch wenn die Journalist*innen davon ausgehen müssen, dass man nicht objektiv sei – wird als wichtiges Interesse bei Interaktionen mit der Europäischen Kommission genannt: *„If you manage to get this image that as a communication guy for the Commission they can rely on you knowing that my job is not to be objective either."* (EK_2b/61)

Exkurs: Portfolio-Abhängigkeit

Insgesamt wird der Kommunikationsstil als themenabhängig bezeichnet (EK_3c/22). Je nach Portfolio zeigen sich spezifische inhaltliche Merkmale und sind auch unterschiedliche

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Zielgruppen damit verbunden, was wiederum das jeweilige Kommunikationsinteresse der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission verändere.

Ein Merkmal jedes Portfolios ist ein spezifisches „cycle of proposal“, dem ein Politikbereich auf EU-Ebene unterliegt und nach dem sich auch der Kommunikationsstil richte: Zum einen gibt es Kommunikationsmaßnahmen rund um politische Entscheidungen, die ein normales Gesetzgebungsverfahren auf EU-Ebene verlangen. Zum anderen – beispielsweise im Bereich des internationalen Handels und der Handelsbeziehungen, bei dem zum Zeitpunkt des Interviews an die 20 parallele Verhandlungen liefen – hält man sich nicht an den üblichen Legislativprozess, der mit einem Vorschlag der Europäischen Kommission beginnt und dann an Rat und Parlament weitergereicht wird. Hier sind viele parallele Kommunikationswege notwendig, was die Kommunikationsarbeit mit Journalist*innen erheblich beeinflusse: *„There is a lot more the parallel tracks and it's not as clear which specific events or moments that are most communicable. […] In a way it's bigger and it's trickier.”* (EK_2d/55) In anderen Politikfeldern brauche es wiederum eine diplomatischere Art der Kommunikation: Mitunter können die Themen auch riskant für den Markt sein, was auch den Kommunikationsstil wiederum stark verändere (EK_2c/8). *„I think sometimes, when you communicate global issues, especially if you do it in more diplomatic circles, like EEAS [European External Action Service], you have to be more careful, not offend certain countries or certain processes.”* (EK_2d/57)

Auch die Zielpublika der einzelnen Portfolios sind unterschiedlich und erfordern andere Kommunikationsstile: Bürger*innen, NGOs, Journalist*innen aus unterschiedlichen Ländern (auch außerhalb Europas), spezifische Interessensgruppen bis hin zu anderen Europäischen Institutionen oder Vertretungen und Delegationen der Europäischen Kommission. *„In unserem Bereich hier, Telecom, gibt es da Fachkonferenzen, Fachzeitschriften, Standardisierungsorganisationen und so. Da muss man natürlich ganz anders kommunizieren […]. Das ist jetzt keine Pressemitteilung. Die lesen ja auch, wenn man irgendetwas auf Eurolex irgendwo publiziert ohne irgendeinen Link, das kommt bei denen auch an. Das ist eine ganz andere Art von einer Kommunikation. Das ist mehr so Informationsverbreitung und Transparenz und einfach die Prozesse vorantreiben mit denen, die an den Prozessen teilhaben in einer Weise. Für die macht man ja nicht irgendwie ein Journalistenbriefing.“* (EK_2f/65)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Auch der Unterschied zwischen Pressesprecher*innen in Vertretungen der EU-Mitgliedsländer und der Funktion eines*r Kommunikationsverantwortlichen in einem Kabinett wird markiert: *„Die Art von Kommunikation, die ich mache [Communication Adviser im Kabinett Hahn], ist total unterschiedlich von der, die ich in Wien gemacht habe, wo ich einfach EU-Politik im Land vermittelt habe. Und jetzt geht es darum, EU-Politik in unseren Nachbarschafts- und Partnerländern zu vermitteln. Und da ist ein wichtiger Partner für uns die Delegationen, also nicht Vertretungen, sondern Delegationen."* (EK_2g/87)

Das jeweilige Portfolio bestimme auch die Konnotation eines Themas beim Zielpublikum und somit auch die Art der Kommunikation. Der*die Kommunikationsverantwortliche für das Portfolio des Kommissars für Humanitäre Hilfe und Krisenmanagement weist beispielsweise darauf hin, selten Widerstand zu spüren: *„People like what we do."* (EK_2a/12) Auch die jeweiligen Journalist*innen, mit denen man aufgrund der einzelnen Portfolios zu tun habe – mitunter habe man auch mit Fake-Journalist*innen oder russischen Kreml-Journalist*innen zu tun –, spielen eine große Rolle bei der Wahl des eigenen Kommunikationsstils (EK_2c/29). Während der*die Kommunikationsverantwortliche für Handelsbeziehungen mit Krisenkommunikation zu kämpfen hat (EK_2h/104), kann der*die Kommunikationsverantwortliche im Bereich der Wettbewerbsagenden auch positive Nachrichten verkünden (EK_2e/39). Im Portfolio zur Erweiterung und Europäischen Nachbarschaftspolitik hat der*die Kommunikationsverantwortliche auch mit Journalist*innen nicht-europäischer Länder zu tun (EK_2g/14).

Auch inhaltliche Komponenten der Portfolios prägen die Art der Kommunikation zu Journalist*innen: Im Bereich der Telekom-Regulierung prägt die Möglichkeit des Eingriffs in journalistische Handlungsspielräume aufgrund von Regulierungen von Seiten der Europäischen Kommission und das gleichzeitige Bewusstsein des Angewiesen-Seins auf den Journalismus auch den jeweiligen Kommunikationsstil: *„Eine Pikanterie, die man zusätzlich hat, wenn man sozusagen angewiesen ist auf diese Menschen und deren Arbeit als Kommunikator. Und gleichzeitig reguliert man deren Daseinssphäre. Das finde ich persönlich einen interessanten Umstand, der jetzt in den anderen Portfolios hier nicht gegeben ist."* (EK_2f/80)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

iii) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Politischer Push-Faktor

Für eine*n Pressesprecher*in ist es ein wesentliches Interesse, innerhalb der eigenen Institution die Rolle als „Push-Faktor" für politische Prozesse einzunehmen, die in der Europäischen Kommission aufgrund ihrer zugewiesenen Aufgaben im Legislativprozess angestoßen werden: *„I see that part of my work and it's something that I personally enjoy and I think it's also very important, because just communicating when you propose something and not making sure that it gets adopted. That it gets adopted at our high level of ambition, that if it's watered down it's also clear who has watered it down. That citizens understand what it is that we trying to do and when it actually enters into force*." (EK_3c/49) Dieses Vorantreiben von politischen Prozessen wird als *„added value"* (EK_3c/51) der eigenen Kommunikationsarbeit beschrieben: *„I'm making a big effort in constantly reminding everyone ad nauseam that we made this proposal, that it's been almost two years now since this proposal and it still hasn't been adopted and we need to keep the pressure on the Parliament and the Council, including through the media."* (EK_3c/48) Aufgrund der Rolle der Europäischen Kommission, speziell zu Beginn des Legislativprozesses in Aktion zu treten, wird als Interesse der Kommunikationsarbeit beschrieben, vehementer die sogenannte „Delivery-Phase" von Politik-Ergebnissen mitzugestalten, um dann auch die Früchte der Initiativen der Europäischen Kommission kommunizieren zu können. Gemeinsam mit den Kolleg*innen in den Generaldirektionen werde daran gearbeitet, die Vorschläge der Europäischen Kommission so rasch wie möglich nach den Ankündigungen auch zu implementieren und zu kommunizieren: *„My added value, both internally and externally, is not only to just execute a standard process, where something goes through the internal Commission decision making procedure and then the Spokesperson's Service is there to have a nice product with a press release and with Q&As and all of this on the day itself. And then the next day we move on to the next point on the agenda and we forget it."* (EK_3c/51)

Auch von einem*r Kommunikationsverantwortlichen in einem Kabinett eines*r Kommissar*in wird das Interesse, sich in politische Prozesse einzubringen, benannt: *„to me communication should be plugged in much more centrally to the policy or decision-making process"* (EK_2h/87). Als Kommunikationsverantwortliche*r habe man schon aus eigenem Antrieb

10.15772/ANDRASSY.2021.001

heraus das Interesse, sich gegenüber der eigenen Institution im Legislativverfahren früh genug als Überbringer*in von öffentlichen Rückmeldungen einzubringen: *„There is another role of communication people. To give feedback early on in the policy making process, because I mean in the end we are the ones, who arguably read more than others of the press."* (EK_2h/83) Durch die Arbeit mit Journalist*innen werde das Interesse gesteigert, Feedback von außerhalb der Institution intern rückzumelden: **„***We spend more time with journalists than others, and we can provide feedback on also what people can think about it, you know, because I mean it's not only about reading polls. It's also about having a certain feeling on how this policy could be perceived in a certain context, because it could influence."* (EK_2h/84)

Medienkonsum

Die Beamt*innen der Europäischen Kommission stellen fest, dass die eigene Kommunikationsarbeit und die damit verbundenen Kommunikationsinteressen auch durch den persönlichen Medienkonsum beeinflusst werden. Dadurch entstehen andere Blickwinkel, worüber jedoch innerhalb der Europäischen Kommission nicht bewusst reflektiert werde: *„Da ist gar keine Zeit, sich irgendwie jetzt darüber bewusst zu werden kollektiv, ob man vielleicht den gleichen Informationsstand hat, weil man dieselben Artikel gelesen hat oder auch nicht."* (EK_2f/83)

Zugleich spielt auch der kollektive Medienkonsum innerhalb der Europäischen Kommission eine Rolle für individuelle Kommunikationsentscheidungen. Dieser ist vor allem durch große Tageszeitungen geprägt. Die *Financial Times* wird dabei als bevorzugte Zeitung der Europäischen Kommission genannt. Eine Artikelveröffentlichung in diesem Printmedium wird als Erfolgserlebnis bezeichnet, mit dem man sich auch in der eigenen Kolleg*innenschaft innerhalb der Europäischen Kommission Vorteile verschaffen kann: *„I want to give my information to the media that is more widely read, rather than to a smaller outlet. So I would prefer to have an* FT [Financial Times] *than* Der Standard*, for instance, because* FT *is kind of more read by my colleagues. So they can see the result of my work much better there than if it's published in Austria."* (EK_2h/26)

Exkurs: Abhängigkeit von persönlichen Eigenschaften und Herkunft

Die jeweiligen Interessen und Motive der Beamt*innen für Kommunikationsinitiativen unterscheiden sich abhängig von ihren persönlichen Eigenschaften, ihrer kulturellen Herkunft,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der eigenen Biografie, ihren persönlichen Zukunftsinteressen und der jeweiligen Organisationskultur innerhalb der Europäischen Kommission, der die Beamt*innen entstammen.

Die eigene Nationalität spiele eine große Rolle, wie Kommunikation gestaltet wird: *„Wenn Sie einen Kollegen haben aus Frankreich, der hat da einen ganz anderen Blick auf die Dinge."* (EK_2f/82) Der berufliche Hintergrund entscheide über die eigene spezifische Herangehensweise, was beispielsweise Transparenz gegenüber Journalist*innen betrifft: *„Wahrscheinlich weil ich Journalist war, habe ich eben einfach eine andere Herangehensweise als jemand – das ist jetzt wirklich nicht negativ gemeint, aber es ist ja ganz natürlich –, der halt immer EU-Beamter war, der weiß vielleicht auch mehr als ich, der ist total spezialisiert […] Ich bin als Journalist einfach gewohnt, für mich ist Transparenz so wichtig. Das ist echt ein Wert, für den ich kämpfe, und ich sage das nicht nur so, ich habe auch viel dafür einstecken müssen, dass ich das vertreten habe. Ich glaube, dass wir verpflichtet sind zu informieren und dass das ein ganz wesentlicher Bestandteil der Demokratie ist."* (EK_2g/62)

b) Journalismus

i) Kommunikationsinhalte

Hintergrundinformationen

Nicht nur On-the-record-Kommentare, sondern vor allem auch eine politische Einordnung und die Beschreibung politischer Entwicklungen werden von den Journalist*innen bei Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und bei den Pressesprecher*innen eingefordert: *„Die brauchen dieses Politische, was du nur dann haben kannst, wenn du halt wirklich hier in der Politik arbeitest. Dass du ihnen halt sagst, das bewegt sich in die Richtung, oder dass du sie auf etwas aufmerksam machst, was sie vielleicht noch nicht so gesehen haben."* (EK_2g/78) Vor allem Journalist*innen, die als professionell eingeschätzt werden, fragen nach Ansicht der Beamt*innen in der Europäischen Kommission seltener nach Fakten und vermehrt nach Einschätzung: *„Die brauchen am meisten die Einschätzung. Die brauchen weniger Facts, weil […] die sind Top-Journalisten."* (EK_2g/77) *„Was sie am meisten interessiert, ist wirklich die politische Einschätzung. Das, was hinter dem*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Offensichtlichen passiert. Wo wird sich etwas hin entwickeln? Das interessiert sie am meisten." (EK_2g/78)

Dabei wird auch zugegeben, dass in den Hintergrundgesprächen mitunter auch spezifische Informationen vermittelt werden, die nicht öffentlich deklariert werden, wenn sich Journalist*innen ein Vertrauensverhältnis zur Europäischen Kommission aufbauen. Speziell in Hinblick auf die Informationsinteressen der österreichischen Journalist*innen wird betont, dass einige geschickt seien mit dem Herausfinden von Hintergrundinformationen abseits der offiziellen Kanäle: *„da gibt [es] sicher einige, die ganz gut […] in der Hintergrundarbeit sind, im Sinne von, die verstehen sehr gut, dass die entscheidenden Informationen nicht unbedingt immer on-the-record beim Midday oder bei anderen Dingen gesagt wird, sondern die sich da ganz gut hineinarbeiten, ja, was sozusagen die wirklichen Geschichten sind."* (EK_3b/28)

Freihandelsabkommen

Als großes inhaltliches Interesse Journalist*innen österreichischer Medien werden die Freihandelsabkommen mit den USA (TTIP) und Kanada (CETA) genannt, bei deren österreichischen Berichterstattungsinhalten die Beamt*innen der Europäischen Kommission deutliche Charaktereigenschaften des österreichischen Journalismus erkennen.

Vor allem der*die Kommunikationsverantwortliche im Kabinett der für Freihandel zuständigen Kommissarin Cecilia Malmström arbeitet spezifische Merkmale des österreichischen Journalismus in Bezug auf die inhaltliche Berichterstattung zu den Freihandelsabkommen heraus: Seiner*ihrer Medienbeobachtung nach wurden in der österreichischen *Kronen Zeitung* die Kommunikationsinhalte der Europäischen Union zu Freihandelsabkommen ausschließlich negativ konnotiert: *„The Austrian debate on trade and the media reporting on trade has been, I would say, hugely, in some sense, distorted by reporting. Primarily I think by the* Kronen Zeitung*, who during the course of at least a year, a year and a half, every single day had one article that said something about what was threatened by trade deals done by the European Commission."* (EK_2d/17) Auf die Inhalte der *Kronen Zeitung* und deren Konnotationen wurde ihm*ihr zufolge anschließend auch in anderen österreichischen Zeitungen Bezug genommen: *„Even though they were not as vitriolic as the* Kronen Zeitung*, they still had to acknowledge or play on their side of the field in order to cover these issues."* (EK_2d/19) Das Ausmaß an Negativität der inhaltlichen Debatte und der Diskursdynamik wäre in Österreich unermesslich gewesen*: „It became an issue of Uncle*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Sam invading and, you know, raping and pillaging your country. I don't know why that is, I don't think anybody knows specifically why that is, but it became a very peculiar and strange debate. […] I think we just had to have a constant stream of rebuttals and explanations and trying to, you know, clear up the most blatant of misunderstandings, […] that were in the Austrian press." (EK_2d/21) Eine Echo-Kammer der österreichischen Medien für inhaltliche Missverständnisse zu den Freihandelsabkommen und eine unerklärliche Dynamik der Weiterentwicklung der Inhalte über andere österreichische Medien bis hinein in die deutsche Presse wird festgestellt: *„misunderstandings started snowballing and started getting traction in the rest of the press, or populating to Germany. Then we had step in and say, ´no, this is not correct, again this is not correct, this is, we discussed this a year ago, no, still not correct´. […] I don't know why Austria became such an echo chamber of its own misunderstandings, but it did."* (EK_2d/27)

Exkurs: Journalistische Berichterstattungsinhalte im europäischen Vergleich

Hinsichtlich spezifischer österreichischer Interessen bei Interaktionen der österreichischen Journalist*innen mit der Europäischen Kommission in Abgrenzung zu anderen Ländern sind sich die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und die Pressesprecher*innen insgesamt nicht ganz einig. Einerseits werden keine besonderen Unterschiede gefunden, man *„habe nicht das Gefühl, dass es [die Inhalte] sich groß unterscheidet von den deutschen"* (EK_3a/38). Die inhaltlichen Interessen der österreichischen Journalist*innen würden sich aus Sicht der Beamt*innen der Europäischen Kommission meistens mit jenen der anderen Nettozahler-Staaten überschneiden: *„Es ist derselbe Euroraum, es ist dieselbe Entwicklung am Binnenmarkt, die haben dieselben Interessen, dieselbe Struktur der Wirtschaft."* (EK_3a/62) Von einem*r Pressesprecher*in werden die österreichischen Journalist*innen der Interessensgruppe der sogenannten „nördlichen" und „westlichen" – deutschen oder französischen – und den „alten" EU-Staaten zugeteilt: *„Natürlich sind die österreichischen Journalisten eher wie die deutschen und französischen als, im Vergleich, die rumänischen und bulgarischen."* (EK_3a/41) Den österreichischen Journalist*innen wird dabei eine inhaltliche Verankerung im EU-Politikprozess und Zielorientierung zugeschrieben: *„Österreich ist einfach so lang in der EU, und die haben quasi bestimmte Entwicklungen mitbekommen, und es gibt eine bestimmte Vision, wie es weitergehen soll."* (EK_3a/59)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Andererseits wird jedoch auch die ambivalente EU-Skepsis der Österreicher*innen hervorgestrichen, die sich in den Medieninhalten spiegele, mitunter auch den Medien zugeschrieben werde und die Kommunikationsinhalte mit der Europäischen Kommission prägen: *„In Österreich sieht man eben oft so eine starke EU-Skepsis. Und auf der anderen Seite, wenn man sich dann die Eurobarometer oder so anschaut, so schlecht ist es dann auch wieder nicht. Also, wird vielleicht manchmal auch vorbeigeredet, habe ich den Eindruck, bzw. wir haben es gesehen bei den letzten Wahlen, dass durchaus Europa für die Leute ziemlich klar ist, dass das mehr Vorteile als Nachteile hat. Ja, also es [ist] für mich manchmal auch noch so ein Phänomen, warum das dann trotzdem auch die Vorteile manchmal vielleicht nicht so in den Köpfen sind. Das mag auch manches mit der Berichterstattung zu tun haben, vielleicht nicht in allen Zeitungen."* (EK_3b/50)

Auch politische Entwicklungen in der Westbalkan-Region und der Türkei werden angeführt, die für österreichische Journalist*innen ein bevorzugtes Kommunikationsinteresse nach sich ziehen. Gegenüber Themen in Zusammenhang mit der südlichen Nachbarschaft wie beispielsweise der Konflikt im Nahen Osten – mit Ausnahme der Verbindung zu Migrationsthemen – würden österreichische Journalist*innen im Vergleich jedoch kaum Interesse zeigen: *„Türkei ist natürlich etwas, was für österreichische, deutsche Journalisten von großem Interesse ist, ja. Aber so südliche Länder, wie Tunesien, Maghreb, daran sind hauptsächlich die Franzosen, die Italiener, dann natürlich* Al Jazeera*,* Arabiya *und viele spezielle Journalisten interessiert."* (EK_2g/25)

Insgesamt spiele die Nationalitätenfrage in den Antworten der Pressesprecher*innen und Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen eine große Rolle, wenn sie die Berichterstattungsinhalte der Journalist*innen beschreiben. Der Bezug zu nationalen Inhalten, speziell auch verbunden mit Konflikten, wird als das große Interesse der Journalist*innen hervorgestrichen: *„Sie haben immer die nationale Brille, glaube ich, bei allen Journalisten, und das Thema wird dann immer wichtiger, je nationaler es wird, also je relevanter es national wird, also je mehr es die nationale Ebene aufgreift."* (EK_3a/57) *„Automatisch ein großes Thema, wenn […] quasi so eine Art Streit wahrgenommen wird zwischen Brüssel und dem eigenen Land, und weil das dann immer interessanter ist, weil es einen Streit gibt."* (EK_3a/58) *„I can't say that one is different to the other. I mean, at the end of the day, they all want the new story, and then they will give it their national angle, and their*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

national colouring. So, I would say that this is something that all the journalists share." (EK_2i/36)

Bei den Brüssel-Korrespondent*innen werden jedoch Ausnahmen gemacht: Die Pressesprecher*innen stellen eine grundsätzliche EU-Affinität der Korrespondent*innen fest, die sich auf deren Motive für Interaktionen mit der Europäischen Kommission auswirke: *„Journalisten, die hier tätig sind, haben in der Regel ein großes Verständnis für Europa."* (EK_3b/59) Was die österreichischen Korrespondent*innen betrifft, wird konstatiert, dass viele von ihnen versuchen, die Rolle der Erklär-Funktion einzunehmen, wodurch sie sich von ihren Kolleg*innen in den nationalen Redaktionen unterscheiden: *„Die natürlich hier viel genauer das verfolgen, was passiert auf europäischer Ebene, und auch die Begrenzungen sehen, die es vielleicht gibt, die man vielleicht nicht aus der rein österreichischen Brille sofort sieht."* (EK_3b/61)

ii) Kommunikationsstil

Journalistische Rudelbildung

Im Spokesperson's Service passiere es immer wieder, dass sich Journalist*innen für gemeinsame Kommunikationsanfragen organisieren, wird von einem*r Pressesprecher*in beobachtet. Als „Rudelbildung" wird dieser – mitunter geschlossene nationalitätenzentrierte und manchmal nationalitätenübergreifende – Auftritt beschrieben, um mit dem Spokesperson's Service in Kommunikation zu treten: *„Es gibt immer diese Rudelbildung, aber die Rudel bilden sich entweder nach den Ländern oder nach den Themen. […] Und da haben Sie bestimmte Ländergruppen, die sich bilden, also, dass die Ungarn kommen und als Gruppe Sie etwas fragen oder die Österreicher. […] Manchmal eben auch Journalisten, die Sie nicht als Gruppe des Landes haben, sondern als Gruppe von allen Digital-Journalisten oder alle Leute, die Jugend- oder Arbeitsthemen verfolgen."* (EK_3a/27)

Exkurs: Journalismus-Kulturen im europäischen Vergleich

Kulturelle Traditionen im Journalismus werden als ein wesentlicher Faktor gesehen, welcher die spezifischen Kommunikationsstile und somit auch die Interessen der Journalist*innen hinsichtlich der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission beeinflusst: *„Zum Beispiel die UK-Medien, die sehr präsent sind in Brüssel, sind wesentlich angriffiger, mehr auf*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

investigativen Journalismus. Dann gibt es die Österreicher, die sind sehr für Hintergrund zu haben. Die Franzosen sind wieder sehr intellektuell, also nicht nur am Alltagsgeschehen oder so interessiert." (EK_2g/95)

Die Einordnung der Kommunikationsstile der österreichischen Journalist*innenschaft im Vergleich zu anderen Ländern fällt den Beamt*innen der Europäischen Kommission einerseits eher schwer: *„I'm not sure if there is very specific point that says Austrian journalists are fundamentally different from all the other journalists in the world or in Europe. Some are harder, others are friendlier."* (EK_2b/38) Andererseits werden österreichische Journalist*innen auch eher dem EU-skeptischen Spektrum zugeordnet, was sich auf die Kommunikation mit der Europäischen Kommission auswirke: *„Brüssel, das sich in jeden Kleinkram einmischt. Ich denke, die österreichische Presse ist da, glaube ich, auch auf der Linie."* (EK_3c/107) Dieser Aussage wird aber auch widersprochen: *„Ich würde jetzt aber nicht sagen, dass die [österreichischen Journalist*innen] jetzt viel kritischer sind als andere."* (EK_3b/31)

Die Fragen der Journalist*innen unterscheiden sich vor allem durch unterschiedliches EU-Wissen, was die Befragten wiederum auf die jeweiligen Journalismus-Kulturen zurückführen. Vor allem Journalist*innen der Fachpresse und der großen Zeitungen mit langjährigen Brüssel-Korrespondent*innen werden als EU-Expert*innen bezeichnet: *„Die spezialisierte Presse, die das wahnsinnig gut kennt und die wahnsinnig informiert ist, überrascht Sie manchmal mit dem Detailreichtum der Frage."* (EK_3a/10) *„Sie haben die allgemeine große Presse, also die großen Zeitungen, welche die Dinge auch gut kennen, wenn sie lange hier sind, aber die natürlich nicht immer jedes Thema en detail verfolgen […]. Und die sozusagen, wo Sie ein bisschen mehr erklären müssen, warum die Dinge laufen."* (EK_3a/11)

Unterschiedliche Herangehensweisen zeigen sich auch beim Umgang mit Interviews von Akteur*innen der Europäischen Kommission: *„Southern media maybe is a bit more receptive to, how could I frame it? They're more receptive to receiving everything in written form. They accept much more written interviews by Commissioners via email. Whereas, for example, the Northern press, they would really not do that. They would really want to have a face to face interview. So, it's more the form and the shape."* (EK_2i/26) Ein großes Thema sowohl für die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch für die Pressesprecher*innen ist die Autorisierung von Interviews. In deutschsprachigen Ländern wie

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Österreich wird Autorisierung verlangt, in Großbritannien oder französischsprachigen Ländern ist sie wiederum verpönt. Aber auch hier wird eine Kulturveränderung bemerkt: *„Belgian newspapers don't have a tradition or didn't use to have a tradition of, for example, if you have an interview with a Commissioner and then it's sent to the spokesperson to give it the green light. This was not so common, now it's becoming a bit more the case, but in general I don't do this, because it's not a very Belgian tradition. With a German media, it's very systematic. You always asked for the interviews to be sent to you before it can be published. So, in Britain you would never do this, this would be seen as a media censorship."* (EK_2i/28) *„United Kingdom, mit der Presse dort, ist es zum Beispiel in der Regel undenkbar, irgendwelche Zitate vorab zu schicken oder ein Interview zu autorisieren. Das ist im deutschsprachigen Raum, in Österreich, aber auch in Deutschland, in den meisten Zeitungen sehr üblich."* (EK_3b/58)

iii) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Sprache

Das Interesse der Journalist*innen, in der eigenen Sprache kommunizieren zu können, wird von den Pressesprecher*innen festgestellt. Aus diesem Motiv heraus werden mitunter auch vorrangig Pressesprecher*innen derselben Herkunft oder derselben Sprachfamilie kontaktiert: *„Ich habe auch Franzosen, mit denen ich sehr gut arbeite, aber es ist schon richtig, dass der gemeinsame Kulturkreis einen wahrscheinlich schon ein bisschen verbindet."* (EK_3b/26) *„Natürlich arbeite ich mit allen, aber natürlich passiert es halt, dass die Österreicher sich halt gern auch einmal an mich wenden, überhaupt Deutsche, da habe ich die Erfahrung auch gemacht."* (EK_3b/24)

3.) Verstärker

a) Europäische Kommission

Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission

Die Persönlichkeit und Bekanntheit der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission spielen für Journalist*innen aus der Sicht der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und der Pressesprecher*innen eine große Rolle, stellt

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ein*e Kommunikationsverantwortliche*r fest: *„It's personal, what they are interested in, and that is important, who is the speaker.“* (EK_2c/50) Vor allem den Kommissar*innen bescheinigt man, dass sie in ihren eigenen Herkunftsländern eine wichtige Kommunikationsfunktion für die Europäische Kommission einnehmen, damit Botschaften leichter an die Bevölkerung durchkommen können: *„Commissioners go to home country and speak with Parliament and media, because they understand maybe this Commissioner from your country is the best speaker for that country.”* (EK_2c/52) Um Themen zu verstärken oder nationale Debatten in eine gewisse Richtung zu lenken, reisen Kommissar*innen in ausgesuchte Länder, was beispielsweise mehrmalige Aufenthalte der Wettbewerbskommissarin Cecilia Malmström in Österreich rund um die TTIP- und CETA-Verhandlungen belegen (EK_2d/12–13).

Die Kommissar*innen dienen als Mittel, um Kommunikation über die Europäische Kommission hinein in die nationalen Medien durchlässiger zu machen: *„Ich denke, der Präsident hat in jedem Fall eine große Präsenz, auch in den Mitgliedstaaten. Natürlich ist es immer schwieriger, verschiedene Kommissare auch zu positionieren, weil sie einfach weniger bekannt sind in den einzelnen Mitgliedstaaten. Aber, es funktioniert teilweise schon, haben wir jetzt zum Beispiel bewusst gefördert, indem wir eben regelmäßiger und mehr Kommissare im Presseraum haben.“* (EK_3b/69) Von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen werden vor allem individuelle persönliche Eigenschaften der Kommissar*innen wie Erreichbarkeit, Offenheit für Fragen und die Bereitschaft, den eigenen Entscheidungen ein Gesicht zu geben, als Erfolgsfaktoren für die mediale Inhaltsvermittlung hervorgestrichen. Am Beispiel der Kommissarin Margrethe Vestager werden diese Eigenschaften erzählt: *„Key factors to her success is actually that she makes herself available for interviews and for comments […] does answer questions on a regular basis.”* (EK_2e/36) Auch das Einstehen der Kommissar*innen für deren politische Entscheidungen erleichtere mediale Berichterstattung: *„She [Kommissarin Vestager] puts a face to decisions. […] take that seriously, and that you always remember then: the decisions you take, they influence people's lives. So, you should also be willing to defend the decisions you have taken and be willing to stand up for them and explain why you have done what you have done. So this availability, I think, is really a key factor to her success.”* (EK_2e/38) Damit verbunden sei auch eine generelle Bereitschaft der Kommissar*innen zu Konflikt, die ein befürwortendes Element für

10.15772/ANDRASSY.2021.001

eine Medienberichterstattung sein könne: *„You also have to be willing to sort of walk into the conflict.“* (EK_2e/48) Für die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen ist die Authentizität ihrer Kommissar*innen auch ein wesentlicher Faktor für eine Berichterstattung: *„It sounds very banal, but I think this success also lies somewhere within the fact that she [Kommissarin Margrethe Vestager] says what she wants to do and then she does it. I mean that's very banal, but often it's also a very rare thing in politics.”* (EK_2e/41) **„***Our Vice President [Valdis Dombrowski], he likes to walk. And, it was really interesting, because they [die Journalist*innen in einem EU-Mitgliedsland] are expecting we are coming with black cars and this creditors from Brussels and ´dadadada´. And, he just walked through them. They didn't expect he's walking to this area.”* (EK_2c/71) Authentizität wird auch durch Zitate von Kommissar*innen in Tweets, Medienartikeln oder Interviews vermittelt. Das Tweeten von Interviews oder Berichten über den Kommissar in Zeitungen beschreibt der*die zuständige Kommunikationsverantwortliche im Kabinett von Kommissar Johannes Hahn als erfolgreichen Kommunikationsstil gegenüber Journalist*innen. *„Er [Kommissar Johannes Hahn] macht eine Message, dann gibt es eine Rückmeldung darauf, die tweet ich dann, und das tun die Wenigsten, und ich glaube aber, das bringt unglaublich viel an Authentizität.“ (EK_2g/98)*

Kommunikationsinstrumente

Neben den traditionellen schriftlichen Presseaussendungen, die in allen offiziellen EU-Sprachen veröffentlicht werden, wird unter den befragten Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen zum Teil auch zielgruppenabhängige Social Media-Arbeit als ein Instrument angesehen, das es Inhalten erleichtere, medial publiziert zu werden. Hier wird vor allem Twitter als ein wesentliches Instrument zur Verbreitung von Informationen an Journalist*innen betrachtet. Facebook stehe hingegen mehr für die direkte Bürger*innen-Kommunikation, speziell auch für junge Menschen, die keine Zeitungen lesen: *„Commissioner's Facebook is much more in Dutch and much more in French, much more tailored to citizens. Whereas Twitter is very much standard in English, because you have the journalists following the events. And then we have the traditional press materials that we send around and make available in 24 languages.”* (EK_2i/84)

Authentizität, Gefühle und persönliche Merkmale der Kommissar*innen werden gerne via Social Media gezeigt, was eine Berichterstattung vor allem der Korrespondent*innen fördere.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Auch die durch die mediale Öffentlichkeit erleichterte individuelle Kommunikation werde durch Social Media abseits institutioneller, vorgegebener Strukturen erleichtert: *„Früher konnte man jetzt nicht als Einzelner, als Kommissar, seine eigene Kommunikationspolitik machen. Da konnte man nicht einmal in den Presseraum alleine kriegen, wenn der Präsident das nicht wollte. Und jetzt, hier auf Twitter, das läuft halt einfach, und die würden sich es auch nicht verbieten lassen. Das ist das, was ich als Neues da sehe, und ich glaube, das wird sich vielleicht noch weiter ausweiten."* (EK_2f/69)

Ankündigungen von politischen Ereignissen und Terminen auf Social Media Plattformen seien wichtig für eine Berichterstattung der Korrespondent*innen: *„Twitter, this is a medium that is very much used here by the Euro-bubble correspondents. So, they follow a lot what the Commissioners are saying and everything on Twitter."* (EK_2i/83) Mitunter werden Presseaussendungen und Pressekonferenzen der Kabinette auch durch Social Media Kommunikation ersetzt. Durch Nachrichten auf Twitter und Facebook gelinge es, Interaktionen anzustoßen und in der Folge Impulse für bestimmte Themen zu setzen und diese zu verstärken (EK_2g/36, 38, 50, 52). Es wird beobachtet, dass Journalist*innen in bedeutendem Ausmaß Inhalte und Links auf Social Media als Quelle von Hinweisen für weitere Recherchen verwenden und daraufhin mehr Informationen von der Europäischen Kommission einfordern (EK_2c/24–25). Journalist*innen würden aber auch bloß Zitate aus Tweets in die Printmedien-Berichterstattung übernehmen, ohne dass zusätzliche Interaktionen mit der Europäischen Kommission zustande kommen: *„Wenn jetzt, zum Beispiel, etwas passiert, eine aktuelle politische Entwicklung. Da war es früher so, dass man in kürzester Zeit die Journalisten zusammenholen musste und dann ein Statement abgibt und so weiter. Jetzt machst du einen Tweet, und die Journalisten übernehmen das."* (EK_2g/39) Twitter hätte zwar die Interaktionen und die Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation vereinfacht, aber aus der Sicht der Europäischen Kommission nicht unbedingt erfolgreicher gemacht, wird ebenso konstatiert, weil es Kommunikation oberflächlicher mache und der direkte Kontakt dadurch unterbunden werde: *„Das hätten sie früher eben in die Hand gedrückt bekommen, wenn sie hier um 12 Uhr im Press Room gewesen wären, dann sehen sie es dann eben auf Twitter, okay. Das ist einfach nur Vereinfachung, aber es ist jetzt keine neue Dimension. Und ich glaube eben nicht, dass die Journalisten im Einzelnen der persönlichen Kommunikation der Kommissare folgen und darüber schreiben würden."* (EK_2f/33)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Die befragten Pressesprecher*innen sehen die Wirkung von Social Media-Arbeit noch differenzierter und zeigen sich in der Frage uneinig mit den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen: Social Media sei zwar ein wichtiges Instrument zur Verbreitung von Themen, zur Aufnahme von Diskussionen, um Aufmerksamkeit zu lenken und auch ein Kommunikationsmittel, um Botschaften zu verstärken. Die Wirkung von Social Media als Verstärker von Kommunikation wird aber in Frage gestellt und vor allem in Bezug auf den Inhalt argumentiert: *„Was dahinter ist, muss funktionieren, also es muss sozusagen dann eine ordentliche Information dahinter sein, es muss gut strukturierte Mitteilungen geben, und die Nachricht an sich muss kohärent sein, sonst hat das keinen Sinn. […] ich glaube nicht, dass nur die Sozialen Medien funktionieren, außer bei sehr, sehr einfachen Themen oder sehr klaren Aussagen."* (EK_3a/91) Social Media sei keineswegs ein großes Thema und auch nicht Hauptaugenmerk für die Kommunikation im Spokesperson's Service, die Konsequenzen könne man nicht einschätzen, wird betont: *„Ich bekomme immer wieder tolle Bericht darüber, […] dass das ganz gut funktioniert, aber ich kann es jetzt selber nicht so im Detail beurteilen."* (EK_3b/36) In diesem Zusammenhang wird auch das strukturierte Medien-Monitoring genannt, das von einer Abteilung der Europäischen Kommission täglich erstellt wird und auch Social Media-Zusammenfassungen anfertigt. Mit diesem Instrument werden die Berichterstattungen von Journalist*innen europaweit inhaltlich verfolgt, um in der Folge auch die Interaktionen der Europäischen Kommission und deren Kommunikationsinhalte daran anzupassen, was somit ebenso als Verstärker dient: *„Das klingt so bescheuert, aber wir lassen uns sozusagen das suchen […] um zu gucken wie der Trend ist."* (EK_3a/16)

Einig sind sich Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten und Pressesprecher*innen, dass regelmäßige Treffen mit den Journalist*innen in Form von Background Briefings ein wesentliches Element einer erfolgreichen Medienarbeit sind: **„***Viel Arbeit passiert natürlich auch im Hintergrund mit den Journalisten. Also, dass man sie entsprechend vorbereitet auf die Dinge, die kommen."* (EK_3b/77) Eine Berichterstattung werde den Journalist*innen leichter gemacht, wenn in diesen Treffen Inhalte heruntergebrochen, anhand von individuellen, lebensnahen Beispielen rückgekoppelt und mithilfe von Materialien veranschaulicht werden. Viel mehr als früher würden dabei auch Grafiken und Zahlen nachgefragt werden (EK_3b/75; EK_3a/69).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsinhalte

Als Voraussetzung für eine gelungene Kommunikation mit Journalist*innen, die eine mediale Berichterstattung erleichtert, hält man die Inhalte politischer Entscheidungen der Europäischen Kommission und die Einhaltung von inhaltlichen Versprechen ihrer Akteur*innen für wesentlich.

Sowohl die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch die Pressesprecher*innen können spezifische Themen erkennen, die es von vornherein leichter haben, veröffentlicht zu werden. Wird Kommunikation der Europäischen Kommission an diese Themen angeknüpft, wird die Wahrscheinlichkeit einer Veröffentlichung als höher angesehen: Anknüpfungspunkte an nationale Persönlichkeiten oder national häufig debattierte Themen seien eine wichtige Voraussetzung dafür, dass Inhalte der Europäischen Kommission via Medien in den einzelnen EU-Mitgliedsländern an die Öffentlichkeit kommen. Für Österreich werden diesbezüglich vor allem Themen wie Social Media, Datenschutz und Online-Hatespeech genannt, weil sich der in Österreich bekannte Datenschutz-Aktivist Maximilian Schrems mit seiner Klage gegen Facebook dazu ein Thema geebnet habe, auf welches medial gerne aufgesprungen werde: *„Das ist zum Beispiel etwas, was in Österreich stark verfolgt wird. Dann hat auch die Justizkommissarin einmal etwas gemacht, als sie in Österreich war. Datenschutz ist so ein Thema in Österreich, Max Schrems und so, wo man irgendwo Anknüpfungspunkte hat.“* (EK_3b/76)

Themenbereiche, die sich auf Geld und Macht beziehen, werden ebenfalls gerne medial verbreitet, was die für Wettbewerb zuständige Kommissarin Margrethe Vestager als Beispiel zeige, die in den Medien beliebt sei und medialen Widerhall zeige, weil sie durch die Inhalte ihres Portfolios in der Lage ist, Geld einzufordern, Skandale aufzudecken und sich für Konsument*innen einzusetzen: *„Weil sie ist im Prinzip eine der ganz Wenigen […], die wirkliche Macht im klassischen Sinne ausüben kann, nämlich 13 Milliarden, wenn es sein muss, gegen Apple. […] Sie kann sich für die Konsumenten, irgendeinen Skandal oder gegen einen Social-Media-Giganten oder was auch immer einsetzen. Das kann dann wiederum eine schöne Geschichte werden.“* (EK_3b/95) Weitere Elemente für eine wahrscheinlichere Übertragung von Geschichten zur Europäischen Kommission in den Journalismus hinein sind aus Sicht der Beamt*innen der Europäischen Kommission rasche Implementationen politischer Initiativen und konkrete, sichtbare Auswirkungen auf die Bürger*innen, die ebenso wiederum auf das

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Wettbewerb-Portfolio von Kommissarin Vestager zutreffen: *„Decisions she takes, […] they're very concretely happening. They have influence on people's lives, they are visible, they are installed immediately. And that, of course, is different from policy making in general."* (EK_2e/39) Darüber hinaus seien die Konzerne, die im Wettbewerbsstreit mit der EU stehen, vielen europäischen Bürger*innen aus ihrem Alltag bekannt, wodurch sich Politik auch leichter anbinden lasse. Auch Informationen zu illegalen Unternehmungen würden die mediale Berichterstattung verstärken, was ebenso auf das Wettbewerb-Portfolio zutreffe: *„Scandal is not the right word, but there's a bit of this element of somebody has done something that was illegal. And, if you look through the press releases, you will also be able to see, the decision against Ireland to have to recover taxes from Apple, because the deal they made with Apple was illegal. So, it triggers something."* (EK_2e/50) Am Beispiel des Wettbewerb-Portfolios wird darüber hinaus veranschaulicht, dass Kommunikation der Europäischen Kommission gut ankomme, wenn sie Geschichten anzubieten habe, die unterschiedliche Rollen bedienen: *„like a cast to a Star Wars movie, you have a victim, you have the hero, you have the specialist, you have the old wise one."* (EK_2e/60)

Generell werden kontroverse Inhalte als deutlich leichter vermittelbar beschrieben, wenn verschiedene Interessen aufeinandertreffen wie rechtsstaatliche Auseinandersetzungen, ein Streit der Europäischen Kommission mit einer Regierung oder einem Unternehmen. Das treffe auch auf die typischen „europäischen" Krisen wie die sogenannte „Eurokrise" oder „Migrationskrise" zu. Bedeutungsvolle historische Entwicklungen wie der Brexit oder Reden von Kommissionschef Jean-Claude Juncker, aber auch eindeutig positive Berichte wie Wahlen, die europafreundlich ausgegangen sind, oder eine pro-europäische Rede vom französischen Präsidenten Emmanuel Macron zeigen, dass auch europafreundliche Berichte verstärkt in den Medien abgebildet werden und Negativität keinesfalls immer eine relevante Kategorie sei (EK_3b/101–103).

Auch wenn Themen mit Innovationen verbunden werden, lassen sich diese leichter an Journalist*innen vermitteln, wie sich im Kabinett für Humanitäre Hilfe und Krisenmanagement mit der Einführung einer Bank-Karte für geflüchtete Menschen gezeigt habe: *„To switch from material humanitarian aid, that is giving people food, or giving them shelter to cash through a bank card that the refugees get. And through our partners we charge it monthly with an*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

amount based on how vulnerable each family is and all that. And, with this it's a good story." (EK_2a/60)

Österreichische Journalist*innen würden Inhalte zum Thema Freihandel bevorzugt kommunizieren. Auch Argumente zur Globalisierung werden in Österreich gerne angenommen – selbst wenn sie dadurch das Thema Freihandel positiv framen: *„Some arguments actually were taken up to some extent and seemed to be understood also in the Austrian context, such as to contribute to shaping globalisation rather than staying out of it."* (EK_2d/64) Darüber hinaus werden noch einzelne Themen wie Frieden, Sicherheit, Roaming, Erasmus, EU-Erweiterung, EU-Unterstützungsprogramme, Exportchancen, EU-Regionalpolitik, projektbezogene Informationen und pauschal auch Gerüchte genannt, die sich bevorzugt in der österreichischen Medienberichterstattung wiederfinden würden (EK_2g/125–134; EK_2e/64).

Nationalisierung und Regionalisierung

Nicht eine zentrale Botschaft für 28 Länder *[Anmerkung: Zum Zeitpunkt der Befragung war Großbritannien noch Teil der EU.]*, sondern Sensibilität für jedes einzelne EU-Land und das Verstehen von Nuancen – vor allem zwischen kleinen und großen sowie zwischen östlichen und westlichen Ländern – wird als eine wesentliche Komponente für eine mediale Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrachtet: *„You have to help to understand Austrian people, why it's important […] you have to feel each country, what is important for them."* (EK_2c/45) Andererseits sieht es ein*e Pressesprecher*in der Europäischen Kommission als heikel an, wenn von zentraler Stelle auf nationale und regionale Belange direkt eingegangen wird: Mitunter gebe man dann anderen Ländern gewisse Impulse und bestimmten Themen noch mehr Wichtigkeit und Publizität, die man bevorzugt nicht in alle EU-Mitgliedsländer hinein kommunizieren möchte: *„Deswegen ist es ganz gut, dass die Vertretung das selber macht oder einschätzt, statt dass wir das zentral machen."* (EK_3c/32)

Mit länderspezifischen Factsheets und Datensätzen zu regionalen und lokalen Gegebenheiten sollen auch Journalist*innen in Regional- und Lokalmedien angesprochen werden: Unter dem Namen „TTIP in your town" and „CETA in your town" hat der*die Kommunikationsverantwortliche im Kabinett von Wettbewerbskommissarin Cecilia Malmström Informationen zu Exporten nach Kanada und in die USA für einzelne europäische Städte aufbereitet und Berechnungen hinsichtlich der Auswirkungen der geplanten

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Freihandelsabkommen beispielsweise öffentlich gemacht: *„There are export databases of info on how many companies locally in the city exports to the US today, what do they export, canned jam or hockey sticks or whatever, what do they export locally and to where. And we did both for CETA and TTIP, we have this map view, where you can go and you can look, three different cities in your country, what do they export, to where, from where, what kind of goods. […] There you have a very kind of locally relevant material that would be interesting even for a local paper somewhere. Then you can combine that with, maybe with a quote by my Commissioner."* (EK_2d/73) Auch Kommunikationsengagements der Kommissar*innen in den eigenen Herkunftsländern und Heimatbesuche für Kommunikationszwecke mit Journalist*innen werden als ein förderliches Element für eine mediale Berichterstattung gesehen (EK_2i/73). Eine andere Form der Regionalisierung zeige sich durch zielgruppenorientierte Pressearbeit, die immer wieder Erfolg zeige: *„Fachpresse, teilweise auch mit riesen Auflagen, das bayrische Landwirtschaftsblatt und so weiter"* (EK_2f/87). Zum anderen wird aber auch betont, dass eine erfolgreiche Medienarbeit vor allem die nationalen Zeitungen der großen Länder bediene, da ein Abschreiben durch kleinere (Regional-)Zeitungen von den großen wahrscheinlicher sei als umgekehrt: *„I think, it's more likely that if I say something in* FAZ*, it will be tomorrow in the Austrian press than if it's in* Der Standard*, then the next day it appears in* FAZ*."* (EK_2h/100)

Nationalisierung ist auch eine Strategie bei der Auswahl von Journalist*innen für Hintergrundgespräche: *„Man arbeitet dann schwerpunktmäßig mit den Journalisten in den Ländern, wo da ein größeres Interesse ist. Also, das sind natürlich dann schon Strategien, dass man eher gewisse Themen in einem Land, und andere vielleicht im anderen pusht."* (EK_3b/99) Damit aber nicht alle Zeitungen eines Landes dieselbe Nachricht bekommen und um Hintergrundgespräche für die einzelnen Journalist*innen attraktiver zu gestalten, übe man auch gerne eine nationalitätenübergreifende Einladungspolitik. Die Wahrscheinlichkeit für eine Berichterstattung werde so durch Exklusivität – zumindest für eine*n Journalist*in pro Land – erhöht (EK_3a/23–24).

Nationalisierung als hilfreiche Strategie zur Verankerung von Informationen in den Medien bemerke man auch, wenn sich die Europäische Kommission gegen ein einzelnes oder mehrere EU-Mitglied(er) wendet: Am Beispiel staatlicher Beihilfen einzelner Länder für große Konzerne wird illustriert, dass das Vorgehen der Europäischen Kommission in diesem Zusammenhang in

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Berichterstattung der Medien von anderen EU-Staaten gerne aufgenommen wurde: *„some sort of common voice, or you can say common dissatisfaction […] in different European countries that were upset by the same story. […] That has actually been creating quite a large interest."* (EK_2e/40)

Bürger*innen-Nähe

Kommunikationsinhalte mit Bezügen zu Bürger*innen werden von Journalist*innen gerne verwendet, betonen vor allem die Kommunikationsverantwortlichen der Europäischen Kommission. Folgende Aspekte, die Berichterstattung fördern, werden dabei erwähnt: *„Menschen mit einzubeziehen in der Kommunikation, ihnen Raum zu geben"* (EK_2g/122). *„Create a feeling that people can be connected to Europe."* (EK_2i/72) *„Nicht jeder hat ein Interesse daran, dass wir ein Abkommen mit Armenien schließen. Aber dann muss ich halt die Story so verpacken, dass die Stabilität in unserer Nachbarschaft uns hilft, zum Beispiel, unsere Sicherheit zu beschützen und auch uns vor überbordender Migration schützt."* (EK_2g/126) Wichtig sei, das Herstellen von einem Gefühl der Verbindung, der Teilhabe und des Mehrwerts, *„that people feel they have their part in it"* (EK_2i/75), *„that the politician also work for them, for their well-being, for their prosperity"* (EK_2i/77).

Im Rahmen von sogenannten „Citizens Dialogues" mit Kommissar*innen in den Städten der Europäischen Union sollen die vorhergenannten Elemente vermittelt werden, was auch Erfolg in den nationalen und regionalen Medien zeige (EK_2d/66). Solche Gespräche mit den Bürger*innen würden dabei auch in den Medien abgebildet: *„Important to measure the temperature on the ground, what are people's concerns, are we listening to them, how do we take their concerns back to Brussels, how is this incorporated in the work we do."* (EK_2i/74)

Journalist*innen-Orientierung

Emotionale Komponenten wie die Darstellung von Sachverhalten aus einer persönlichen Perspektive, empathische Kommunikation mit Journalist*innen oder konkrete Beispielfindung aus den Herkunftsländern der Journalist*innen werden als wesentliche Elemente dargestellt, um eine Berichterstattung zu fördern: *„being human"* (EK_2e/47), *„listen somebody spoke with heart, not only to read from paper"* (EK_2c/55), *„you want to see trust in your eyes"* (EK_2c/59), *„work with this empathy for local situation and local priorities"* (EK_2c_I/47). Auch alle vertrauensbildenden Kommunikationsinitiativen mit Journalist*innen werden als hilfreich

10.15772/ANDRASSY.2021.001

für eine Berichterstattung erachtet. Wenn man Vertrauen zu den Journalist*innen aufgebaut habe, dann erspare man dem*der Journalist*in zeitaufwändiges Double-Checking: *„The more trust you build with them, the more they're able to trust you. […] If you give them a tailor material, they kind of go like, 'okay, so this guy, I checked him before, so I trust him, so we can run with this quite quickly without doing double checking'."* (EK_2h/93)

In Hinblick auf die Verhandlungen zu den Freihandelsabkommen wurde von dem*der Kommunikationsverantwortlichen im Kabinett der zuständigen Kommissarin Cecilia Malmström beobachtet, dass die Transparent-Machung von Dokumenten ein wesentlicher Verstärker für eine Berichterstattung zu den Freihandelsabkommen war, obwohl sich die Zugriffe auf die Dokumente auf der Website nur gering zeigten: *„Transparency worked as a principal, although very few people actually read the documents."* (EK_2d/68)

b) Journalismus

Kommunikationsakteur*innen des Journalismus

Für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission werden von den Beamt*innen folgende Verstärker für eine Berichterstattung aufgezählt, welche die Eigenschaften der Journalist*innen betreffen: Sprachkenntnisse, Wissen zur Europäischen Union und ein Verständnis zum institutionellen Gefüge der Europäischen Kommission sowie der Genese des Legislativprozesses (EK_3a/73–76).

Darüber hinaus wird auch festgestellt, dass es einer Information leichter gemacht werde, durch den journalistischen Selektionsprozess zu kommen, wenn man nicht von Grund auf die Geschichte neu erzählen muss, sondern sich der*die Journalist*in bereits zuvor mit dem Thema beschäftigt habe: *„once he has familiarised himself a bit more with the story"* (EK_2e/63).

c) Externes

Gesellschaftlicher und politischer Kontext

Am Beispiel des Handelsabkommens TTIP zwischen der EU und den USA sowie der Wahl von Donald Trump zum amerikanischen Präsidenten wird gezeigt, dass internationale Entwicklungen als Verstärker für gewünschte Berichterstattung zu Inhalten der Europäischen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommission dienen und diesen zusätzlich auch inhaltlich eine Wende verleihen können. Durch Donald Trump habe die Debatte zu TTIP und CETA in Österreich Veränderung mit sich gebracht, indem die für die Europäische Kommission unerwünschten Aspekte in der österreichischen Medienberichterstattung zum Teil abgeflaut seien: *„It's calmed down now, because nobody wants to be in the same boat as Trump and the most vitriolic anti-trade activists are realising to some extent that they are thinking exactly the same as Trump on trade. That's not a boat they want to be in."* (EK_2d/22)

Medienberichterstattung

Als Verstärker für mediale Berichterstattung zur Europäischen Kommission werden zum einen Nachrichtenagenturen und zum anderen auch Konkurrenzmedien identifiziert: *„First reporting on the story will be from a news agency and then the follow-up, more detailed, would be produced by a journalist."* (EK_2e/62) *„Also, sagen wir einmal, Sie machen ein Interview mit einer großen niederländischen Zeitung oder* Le Soir*, oder* Les Echos*, eine Wirtschaftszeitung aus Frankreich, oder so, dann manchmal hast du drei Tage später den Artikel dann in einer lettischen kleinen Zeitung. […] Gerade in Osteuropa und im Süden, kleine Länder, die Artikel quasi übernehmen von anderen Zeitungen."* (EK_3a/99) Österreichischen Journalist*innen wird bescheinigt, die deutsche Medienlandschaft intensiv zu beobachten und Inhalte zur Europäischen Kommission aus deutschen Medien ab- und umzuschreiben: *„We noticed very often that whatever appeared in Germany, the next day it was picked up in Austria."* (EK_2h/97)

Die Pressesprecher*innen identifizieren inhaltliche Verbindungen und ein Zusammenspiel zwischen dem deutschen und dem österreichischen Journalismus. Auch in Qualitätszeitungen könne man erkennen, dass österreichische Journalist*innen von deutschen Medien Inhalte abschreiben**:** *„Zumindest die Österreicher von den Deutschen, auch von den Qualitätszeitungen oder so."* (EK_3b/41) Viele Medien würden aber auch Inhalte von der österreichischen Presseagentur APA übernehmen: *„Finde ich auch nicht so schlecht, glaube ich, machen ja eh einen guten Job."* (EK_3b/46)

Die Pressesprecher*innen beobachten in diesem Zusammenhang auch europaweite Berichterstattungswellen, die sich in zwei Richtungen bewegen können: Einerseits verlaufe die Informationskette, ausgehend von der Europäischen Kommission, meistens über Korrespondent*innen hinein in die nationale Medienberichterstattung. Jene Medien, die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

keine Journalist*innen in Brüssel haben, würden anschließend von anderen Medien abschreiben: *„Also, sie fangen irgendwo an, und dann kommt es woanders später an. Und das liegt daran, dass sie [die Medien] natürlich einfach das [Korrespondent*innen-]Netz nicht immer hier haben. Die haben vielleicht ein oder zwei Leute hier, aber eben nicht zehn oder vielleicht nur einen, nicht fünf, oder wie auch immer, je nachdem welches Land Sie nehmen."* (EK_3a/101) Andererseits komme es aber auch vor, dass sich Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission aus einer ursprünglich national orientierten Debatte entwickle, auf die man dann reagieren möchte oder muss: *„dass manchmal gewisse Themen, die national sofort aufschlagen, bei uns vielleicht zwei Tage später aufschlagen"* (EK_3b/100).

Andere Akteur*innen

Sowohl die Pressesprecher*innen als auch die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sehen Quellen, die außerhalb der EU-Institutionen liegen, als wichtige Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission: NGOs, Wirtschaftsbetriebe, Think Tanks, Komsumentenschützer*innen, Anwält*innen oder Expert*innen werden als relevant bezeichnet, um die Inhalte der Europäischen Kommission in die mediale Debatte einzubringen: *„Also, zum Beispiel, im Bereich von Dieselskandal. Dass die NGO ‚Transport and Environment' unsere Arbeit zwar nicht immer gelobt hat, aber doch in vielen Bereichen sehr positiv herausgekommen ist, ist positiv. Ich denke, das hat uns auch geholfen, dass wir die ganzen Narrative in der Presse etwas geändert haben."* (EK_3c/64)
Beispiele zeigen, dass auch die Europäische Kommission für ihre Kommunikationsarbeit explizit auf externe Quellen zurückgreift: Es werden Tipps an Journalist*innen gegeben, externe Quellen, von denen ein positives Zitat zu einem Thema der Europäischen Kommission zu erwarten ist, zu interviewen (EK_3c/68). Auf Initiative eines*r Pressesprecher*in habe beispielsweise ein Zitat des Europäischen Verbraucherverbands in der *Financial Times* unterstützt, dass eine für die Europäische Kommission erfolgreiche Geschichte zum Pariser Disneyland publiziert wurde: *„Da hatte ich auch vorher die Verbraucherorganisation angerufen und habe gesagt,* Financial Times *wird euch wahrscheinlich dazu anrufen. Dass ihr wisst. und ihr habt dann Zeit, euch etwas vorzubereiten. Und weil das eine sehr Verbraucher-positive Story war, war dann im Artikel auch ‚BEUC unterstützt auch the Commission's effort' zu lesen. Und das ist natürlich dann besonders gut und nicht nur, dass wir uns selber loben. Es ist natürlich gut, wenn diejenigen, die betroffen sind oder die auch interessiert sind an einem*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Thema, dass die kommentieren und dass sie auch wenn möglich positiv kommentieren." (EK_3c/65) Dafür sei jedoch auch eine kommunikative Vorbereitung der externen Quelle notwendig: *„Natürlich können wir denen nicht vorschreiben, was sie kommentieren sollen. Aber zum Beispiel daran zu denken, vielleicht sollten wir denen [den externen Quellen] eine Heads-up geben und ihnen die Pressemitteilung einen Tag vorher schon schicken, oder wenigstens dann anrufen und sagen, ‚das kommt, das heißt, ihr könnt euch darauf vorbereiten'. Und, wenn der Journalist dann anruft, dass sie nicht sagen können, ‚können wir Ihnen erst morgen einen Kommentar geben'. Die Story ist natürlich reicher, wenn der Journalist an dem gleichen Tag sagen kann, ‚Kommission sagt dies, BEUC [Europäischer Verbraucherverband] sagt dieses, Disneyland Paris ist nicht einverstanden', full picture."* (EK_3c/67) Auch ein*e andere*r Pressesprecher*in bringt ein Beispiel, dass mithilfe der Konsument*innenschützer*innen gezeigt werde, dass für Journalist*innen interessante Storys mitunter auch bei außenstehenden Quellen gesucht und dann an die Inhalte der Europäischen Kommission angebunden werden können, um so Verstärkung zu bekommen: *„Also wir haben da ein Netzwerk von den europäischen Konsumentenschützern. Da muss man dann halt manchmal die Geschichten finden, die irgendwie interessant sind."* (EK_3b/82)

Darüber hinaus werden institutionelle nationale Stellen genannt, mit denen man sich kommunikativ abstimme, wodurch man sich eine größere Wirkung auf Medieninhalte erwartet: *„Kommunikation ist nicht nur eine Aufgabe der EU, sondern muss auch Aufgabe der nationalen Stellen sein, zum Beispiel der Landesregierungen, die eine Europa-Abteilung haben. Je mehr man das verstärkt und auch je mehr man da abgestimmt kommuniziert, desto größer wird der Impact, die Wirkung sein."* (EK_2g/123)

4.) Hindernisse

a) Europäische Kommission

Struktur und Organisation der Europäischen Kommission

Zu starke Institutionalisierung der Kommunikationsarbeit, die sich auf zu geringe Schnelligkeit und verminderte Reaktionsfähigkeit auswirkt, wird vor allem von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen genannt: *„Das ist jetzt schon ein bisschen institutionalisiert hier, da haben sie dann eben den Twitter-*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Beauftragten und der, bevor irgendeine Pressekonferenz ist, erstmal 20 Tweets entwirft, und dann gibt es irgendwen Anderes, der sich das ankuckt und vielleicht die ein bisschen korrigiert und irgendwie einen kürzeren Hashtag vorschlägt oder so. Da ist natürlich auch ein bisschen das Leben da herausgesogen oder so." (EK_2f/101) Vor allem in Zeiten von Krisenkommunikation würden lange Befehlsketten stören und Berichterstattung behindern: *„So, if it's about chlorinated chicken, you have to contact DG Agri, you have to contact the experts from trade team, you have to look in the trade agreement and, you know."* (EK_2h/109)

Auch an der neuen Struktur der Kommunikation unter dem Kommissionspräsidenten Jean-Claude Juncker wird Kritik geäußert, weil sie den Bedürfnissen der Journalist*innen nicht entgegenkomme: Da Journalist*innen von Pressesprecher*innen zwar Originaltöne, aber mitunter zu wenig an Information und Hintergrundinformation erhalten, kontaktieren sie mitunter auch gerne die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen. Diese sind grundsätzlich nur dann befugt, in Originalton mit den Journalist*innen zu sprechen, wenn sie eine Genehmigung von den Pressesprecher*innen erhalten (EK_3c/1–3). Die Vorgaben werden vor allem in den Kabinetten der Kommissar*innen kritisch gesehen: *„Wir sind so quasi die politischen Sprecher des Kommissars. Allerdings können wir nicht on the record sprechen. Und das ist etwas, was vielleicht für manche Journalisten nicht ganz einfach ist und was vielleicht im System auch verbessert werden müsste oder vielleicht nicht verbessert, sondern umgedacht werden müsste. Es rufen sehr viele Journalisten bei mir an, weil sie eben nicht diese politische Information bekommen, die die Bereichssprecher unten geben. Ich kann ihnen natürlich dann etwas geben, aber das ist nur Background, weil ich nicht befugt bin, on the record zu sprechen. Sie sagen, sie bekommen unten so wenig Information von den Bereichssprechern."* (EK_2g/8)

Sehr häufig werden fehlende finanzielle Ressourcen, mangelndes Personal und Zeitdruck als Hindernis für eine aus der Sicht der Europäischen Kommission erfolgreiche Kommunikationsarbeit bezeichnet: *„Commission's Spokespeople Service is a service of 50 people, you add another 30 in the Commission's representations and you add 30 politicians here. That's less than 100 people communicating, what the Commission does. That's very little."* (EK_2i/99) *„I know very well that things would become magnificent, if maybe twice a week I would have coffee or lunch with a journalist. There are tons of journalists around*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Brussels here, the top journalists, and it can only improve things dramatically if I do this, and I don't have time to do this. So, this is just a simple matter of human resources that can improve communication very much." (EK_2a/69) Auch für die Regionalisierung von Kommunikation für die einzelnen EU-Mitgliedsländer fehle es an Ressourcen: *„Tailor your message, culturally, politically, in terms of timing for each country, and within countries, this would require huge resources, which is not possible."* (EK_2b/67) Fehlende Technologien, um speziell Regionalzeitungen erreichen zu können, die keine Korrespondent*innen in Brüssel stationiert haben, werden kritisiert: *„Man müsste sich da auch der Technologie bedienen und eben versuchen, die Schnittstellen zu identifizieren, […] die eben die Regionalblätter füllen müssen, die aber sich keine Qualitätsjournalisten in Brüssel leisten können, die vielleicht Redaktionsnetzwerke betreuen und die vielleicht ein Interesse an Qualitäts-Content haben."* (EK_2f/89)

Zusätzlich werden noch die geringe politische Macht im Vergleich zu einer nationalen Regierung, geringes Budget, fehlender Wettstreit von Parteien oder zwischen Kommissar*innen bzw. die enorme Vielzahl an Themen als Behinderung für das Durchdringen in die europäische Medienlandschaft identifiziert (EK_3a/125–127; EK_3c/69).

Europäische Kommission: Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern

Die Vertretungen der Europäischen Kommission in den EU-Mitgliedsländern haben die Funktion inne, die Kommunikation der Europäischen Kommission an nationale Botschaften anzupassen, und nehmen somit eine wichtige Vermittlungsrolle zwischen den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten sowie den Pressesprecher*innen und den nationalen Medien ein. Diese sind dementsprechend auch ein relevantes Thema der Befragten im Headquarter der Europäischen Kommission. Als Hindernis auf diesem transnationalen Kommunikationsweg werden von diesen vor allem die Komplexität der Aufgabenausgestaltung und die unklare Rolle der Vertretungen in Kommunikationsbelangen angeführt.

Einerseits wird auf Unterschiede zwischen den einzelnen Vertretungen hingewiesen: **„***Es gibt natürlich Unterschiede von einer Vertretung auf die andere, und das hängt jetzt gar nicht, denke ich einmal, so sehr ab von Größe des Landes, oder so. Ich sehe manche von kleineren Mitgliedstaaten, die sehr effizient sind. Also, es gibt Unterschiede."* (EK_3c/103) Darüber hinaus werden die Komplexität der Inhalte und die geografische Distanz als generell

10.15772/ANDRASSY.2021.001

erschwerend für die Kommunikationsarbeit der Vertretungen dargestellt: *„Unsere Kollegen in den Vertretungen sind ziemlich weit weg, sie bekommen zwar von uns das Pressematerial […], Hintergrundinformationen. Wenn wir können, denken wir auch, ‚okay, für den deutschen Markt bräuchtet ihr vielleicht diese Defensive, das ist eine Frage, die in Deutschland aufkommen könnte'. Aber es ist natürlich nicht leicht, in einem Tag bekommen die von Energiepolitik, Wettbewerbsfälle, Binnenmarkt, Dieselgate, einen Schwall an Informationen aus Brüssel, und das müssen Sie dann alles versuchen zu verdauen und verkaufen."* (EK_3c/105) *„In Wien […] da gibt es zwei Leute, die machen die Presse, sind sehr erfahrene Kollegen, und die rufen dann uns an. Und warum machen die das? Weil die nicht das Wissen haben, und auch gar nicht die Mühe sich machen wollen unbedingt, und ich mein das gar nicht negativ."* (KORR_3a/31) Auch selbstkritische Kommentare gegenüber der eigenen Rolle als Kommunikationsverantwortliche bzw. Pressesprecher*innen im Headquarter der Europäischen Kommission in Brüssel werden geäußert und mehr Sensibilität für die Bedürfnisse der Vertretungen eingefordert: *„It's we drive the agenda, not they ours, you know. So, I think, the problem is basically us being more able to listen to what they are telling us and giving them the mandate to actually be more bold in their communication."* (EK_2h/131) Ein*e Kommunikationsverantwortliche*r eines Kabinetts stellt fest, dass die Vertretungen kaum mit Hintergrundinformation aus dem Headquarter zum Kontext der Geschichten abseits der Presseunterlagen versorgt werden: *„Sometimes, when you just look in the press releases, it's very difficult to understand the context of that."* (EK_2h/137) Zugleich wird auch die generelle Abhängigkeit der Vertretungen von den Pressesprecher*innen im Headquarter als Erschwernis bezeichnet, da durch die Verlängerung der Kommunikation auch die Antwortdauer für die Journalist*innen leide: *„in einer kleinen österreichischen Stadt […] kümmert sich sozusagen die Vertretung [um den Journalisten], die klären dann mit uns, ‚was sind die Fragen, was ist die Antwort, wer kann uns helfen?' Und, dann schicken wir denen eine Antwort, und die schicken es an den Journalisten. Es dauert ein bisschen länger, aber dafür haben sie quasi nur eine Person, um die sie sich kümmern."* (KORR_3a/36)

Schließlich wird die unklare Rolle der Vertretungen der Europäischen Kommission als Kommunikationsakteur*innen als Überforderung der dortigen Mitarbeiter*innen und erschwerend für die Kommunikation der Europäischen Kommission beschrieben. Ihre Aufgabenbereiche umfassen sowohl die Erfüllung der Pressesprecher*innenfunktion für die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Europäische Kommission und einer allgemeinen Ansprechstelle für Medienbelange als auch eine Art Botschafter*innenrolle sowie Verbindungsglied zu nationalen politischen Institutionen und Stakeholdern. Neben einer Neudefinition der Aufgaben und der Ressourcen-Zuteilung wird auch der Auswahlprozess für die Beamt*innen in den Vertretungen hinterfragt, da der Kommunikationsprozess ebenfalls von den Persönlichkeiten in den Vertretungen abhängig sei, die Kommunikationsfunktionen erfüllen: *„Who do you select as a head of this representation? Whether you select a skillful communicator, who is able to go on TVs and radios and give him or her a clear mandate to do that. Or, do you actually select more kind of smooth operator with a large network of stakeholders?"* (EK_2h/132)

Europäische Kommission: Headquarter in Brüssel

Hürden, die mangelnde Schnittstellen mit den Journalist*innen verursachen, werden von den befragten Kommunikationsverantwortlichen und Pressesprecher*innen vor allem bei den Beamt*innen in der Europäischen Kommission gesehen, die mitunter keine Spezialist*innen für Kommunikation sind: *„zwar sehr gute Beamte, aber dessen Hauptjob ist nicht die Kommunikation, oder nicht alle sehen es als Teil ihres Jobs, und es fällt ihnen manchmal auch sehr schwer, Sachen verständlich und leicht zu erklären."* (EK_3c/75) Auch die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten und die Pressesprecher*innen weisen nicht immer eine Kommunikationsausbildung und praktische Berufserfahrungen auf. Mangelnde Professionalisierung wird daher als Hindernis für die Berichterstattung zur Europäischen Kommission definiert: *„Maybe we need more communication experts in Brussels […]. It's not enough, just to say in your case, let the representation in this country adapt the messages to the country, which is already a good step."* (EK_2b/73) *„First you have it in your guts, in your DNA, you must have been interested in it for a long time to understand that this colour, this shape, these words matter, and this is where sometimes our opponents are stronger than us. When you see some extremist parties or others, I think that they know that these words have a strong connotation."* (EK_2b/75)

Zu geringer Bekanntheitsgrad der Kommissar*innen und Sprachbarrieren werden darüber hinaus als Ursachen angeführt, weshalb Nachrichten oft nicht publiziert werden: *„Der Präsident hat gute Werte und vielleicht noch ein, zwei Andere, aber ansonsten kennt man halt in der Regel maximal den nationalen Vertreter."* (EK_3b/125) Auch interne Dynamiken werden benannt, die Kommunikationsarbeit mitunter behindern. Dabei sei auch die Furcht vor

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Misserfolgen im Arbeitsalltag und die daraus resultierende interne soziale Dynamik in der Kommunikationsarbeit ein Hindernis: *„negative headlines, you can be sure that it will be noticed here and you will be remembered for that."* (EK_2h/134)

Auch der spezifische Medienkonsum der Beamt*innen in der Europäischen Kommission wird von einem*r Kommunikationsverantwortlichen als Hürde für eine möglichst breite und vielseitige Kommunikationsarbeit betrachtet. Da von den Beamt*innen innerhalb der Europäischen Kommission vorrangig die *Financial Times*, der *Economist* und vereinzelte Qualitätszeitungen aus den Herkunftsländern der Beamt*innen bzw. deren Online-Angebote gelesen werden, sei auch das mediale Wahrnehmungsspektrum sehr einseitig: *„Was ich lese, beeinflusst auch, wie ich rede. Wenn das die Zeitung ist, die ich immer lese, spreche ich vielleicht mit dem Journalisten auch anders, oder vielleicht weiß ich schon, wie der schreibt, weil ich ja immer dessen Artikel lese, oder der kommt vielleicht aus meinem Land und hat mit mir so einen gemeinsame Erfahrungsraum und weiß, wie die Dinge da sind. […] Das sind, glaube ich, alles interessante Aspekte, die man auch nicht vernachlässigen soll."* (EK_2f/102–103) In diesem Zusammenhang wird betont, dass auch der von der Europäischen Kommission angefertigte Pressespiegel den Beamt*innen als wichtiges Medium diene und dort Regionalmedien selbst mit großen Auflagen mitunter nicht wahrgenommen werden und somit aus dem Blickfeld fallen. Dies sei in der Folge auch der Grund für mangelnde Kommunikationsengagements, da Belohnung und Motivation, sich auch für die Kommunikation mit Regionalmedien zu interessieren, fehlen: *„wenn das nicht einmal im eigenen Pressespiegel wieder auftaucht, dann weiß man gar nicht, ob das überhaupt sinnvoll war oder ob nicht die Kommunikationsleute vielleicht die falschen Größen optimieren. Die werden ja auch nicht ihre Arbeit in etwas investieren, was hinterher niemand sieht. Wenn das nicht einmal im Pressespiegel steht, das ist ja so, als hätte es nicht stattgefunden. […] Wenn es hier nirgendwo aufscheint, kriegt man auch nichts dafür, dass man sich dafür eingesetzt hat. Das ist vielleicht auch ein interessanter Aspekt, der da mit reinspielt."* (EK_2f/108)

Kommunikationsinhalte

Um Geschichten an das Nationale/Regionale anzupassen, was im Lauf der Interviews immer wieder geäußert wird, fehle der Europäischen Kommission ein wesentliches Vorverständnis, *„um überhaupt zu verstehen, warum das jetzt ein Impuls ist, oder was ist das Neue daran, oder warum ist es vielleicht problematisch"* (EK_2f/112). Außerdem widerspreche ein solches

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Vorgehen dem eigentlichen Anliegen der Kommunikationsarbeit in der Europäischen Kommission: *„We do the legislation and our work in the kind of whole Europe in mind, so it's an extra step, extra difficulty to translate it into the relevance for the region."* (EK_2h/142) *„In any media environment, you want things to be nationally specific, or locally specific, or regionally specific. And, I think, one of our main challenges from here, is doing communications that is understandable and relevant for a national or a local audience."* (EK_2d/91)

Eine weitere Schwierigkeit für die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission, um an die Leser*innen zu kommen, wird in der von der Europäischen Kommission bevorzugten Faktenvermittlung gesehen, die sich mitunter gegen mediale Bedürfnisse richtet: *„In einem Umfeld, wo politische Kommunikation zunehmend polemischer wird, zunehmender populistischer wird, ist natürlich eine sachliche Kommunikation dadurch automatisch weniger spannend."* (EK_3a/136) Da die Europäische Kommission Kommunikation für alle Mitgliedsländer betreibt, werden zudem bei manchen Themen die Kanten abgeschliffen, was wiederum die Durchdringung der Kommunikation erschwert: *„Das ist natürlich dann auch schwieriger für uns unter Umständen, das zu verkaufen."* (EK_3b/110) Diese Befunde machen die Arbeit mit Boulevard-Medien besonders herausfordernd, *„because they also need a very specific information, very specific type of information, that we are not very often capable of providing"* (EK_2h/143).

Was die konkreten Politikfelder betrifft, so werden Entwicklungspolitik, Regionalpolitik, Gender, Gewalt gegen Frauen, Diskriminierung oder soziale Exklusion als wenig beachtete Themen beschrieben, die speziell Korrespondent*innen kaum aufgreifen, weil sie „harte" Politikthemen bevorzugen: *„We deal with a lot of different subjects as well, who are not hardcore politics. And, I think, they would be interested, but to sell them to the Brussels correspondents is very difficult."* (EK_2h/154)

Kommunikationsinstrumente

Um von Journalist*innen wahrgenommen zu werden und ihnen die Möglichkeit zu geben, in Kontakt zu treten, gibt es in der Europäischen Kommission eine tägliche Pressekonferenz – das Midday Briefing. Der Alltag der Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service ist sehr fokussiert auf dieses tägliche Ritual. Da dieses viele Ressourcen bindet und die erwünschten Kommunikationserfolge mitunter ausbleiben, wird die Sinnhaftigkeit hinterfragt: *„Ich frage*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

mich, inwiefern das wirklich Hauptkommunikationsinstrument ist für die Öffentlichkeit. Ich glaube, dass das, was ich eher bilateral mache, wahrscheinlich einen größeren Impact [hat] und zu mehr Stories führt als meine Präsenz im Midday Briefing. […] Es geht zu viel Effort darin rein, und es bleibt dann so wenig Zeit übrig, um vielleicht andere Hintergrundgespräche zu führen." (EK_3c/111)

Auch was die Presseaussendungen betrifft, kommen die Beamt*innen zu einem ähnlichen Ergebnis: Um Kommunikationsinhalte für alle EU-Mitgliedsländer und in allen EU-Sprachen zur Verfügung zu stellen, werden zu jedem Midday Briefing Presseaussendungen erstellt: *„Ich habe das Gefühl, dass unsere Kommunikationsleute sich dann eigentlich freuen, wenn da unsere schön reproduziert werden, aber so eine richtige öffentliche Debatte hat man dadurch auch nicht. Es ist jetzt nicht so ein wirkliches Engagement, was die öffentliche Debatte weiterbringen würde."* (EK_2f/17) *„The biggest challenge is to really make people understand that communication is not writing a press release."* (EK_2h/161)

Von Hintergrundgesprächen nur für österreichische Journalist*innen raten die Beamt*innen ab, da die österreichischen Medien untereinander in Konkurrenz stehen und daher Exklusivität bevorzugen: *„My experience is that if you give five Austrian journalists a sitting, everyone will write this much, because they all feel as though everyone else is writing about this anyway and it ends up being something that they keep for maybe the future or they write very little."* (EK_2d/77) Von einem*r Pressesprecher*in wird selbstkritisch deklariert, dass man großen Medien aus größeren Ländern mehr Beachtung schenke: *„Man beobachtet naturgemäß einige wenige, größere Mitgliedstaaten wesentlich stärker als manche kleinere."* (EK_3b/37) Die selektive Auswahl von Medien erschwere es vor allem den Journalist*innen aus kleinen Ländern wie Österreich, an Informationen zu kommen, wird von einem*r Pressesprecher*in festgestellt: *„Journalisten von einem kleineren Land haben grundsätzlich einmal die Schwierigkeit, dass sie an irgendwelche internen Informationen kommen manchmal. Große Outlets, wie die* Financial Times *oder* Le Monde *oder so, haben es vielleicht manchmal leichter."* (EK_3b/29)

Kommunikationsstil

Was den Kommunikationsstil der Europäischen Kommission nach außen betrifft, so wird von einer*m Befragten festgestellt, dass die Frage nach dem „Wie" der Kommunikation in der Europäischen Kommission oft in den Hintergrund rücke und die Substanz mitunter zu stark in

10.15772/ANDRASSY.2021.001

den Vordergrund gestellt werde: *„More important is, how are you on Twitter, how do you tweet, how do you write it on Facebook. Do you use acronyms that people don't know? Even in the style, we are too focused on the substance of the message, on the tools, and not enough on how we use those tools."* (EK_2b/71)

Auch an anderen Stellen der Befragungen werden Sprache, Euro-Jargon, zu geringer Klartext und zu viel Spin als hinderlich für eine aus Kommunikationssicht erfolgreiche Kommunikation befunden (EK_2g/144–146). Als weiteres Problem wird falsches Timing und Zögerlichkeit in der Kommunikation festgestellt: *„We don't like to talk about things, we don't fully understand. Only when we know the full story, then do we feel more comfortable in getting out."* (EK_2h/108)

Sprache ist auch ein Thema bei der Vermittlung von Kommunikationsinhalten an audiovisuelle Medien. Denn bei der Kommunikation mit Journalist*innen aus Fernsehen und Radio stellen vor allem die Pressesprecher*innen ein großes Defizit der Europäischen Kommission fest: *„Audiovisuell [zu kommunizieren] ist auch einfach schwieriger, weil man wirklich viel mehr die Message in einen kurzen Satz verständlich, stark, impact-voll versuchen muss, zusammenzufassen."* (EK_3c/89) Ein*e Pressesprecher*in gibt zu, dass es größerer Überwindung bedürfe, ein Interview für das Radio oder Fernsehen anzunehmen. *„Wo man danach noch sagen kann, ‚das habe ich eben nicht so richtig formuliert, lass mich noch einmal genau präzisieren, was wirklich gemeint war' […]. Das heißt, man muss sich wirklich gut auskennen, aber man muss auch ein guter Kommunikator sein, der auch ein bisschen die Techniken von dem Journalisten kennt. Der versucht 20 Mal die Frage anders zu stellen, bis man dann irgendwann die Geduld verliert und das anders formuliert."* (EK_3c/92) Vor allem bei der Kommunikation mit Radio- und Fernseh-Journalist*innen spielen Sprachbarrieren eine Rolle: *„Das heißt, man weiß auch, dass es schwieriger ist, die richtige Message hinüber zu bekommen"* (EK_3c/94). Ein Problem seien auch zu abstrakte Bilder für das Fernsehen: *„Die kommen nicht wirklich so oft ins Berlaymont, weil zum Beispiel für das Europa-Magazin am Sonntag sind Images von unserem Presseraum und Meeting Rooms und grauen […] Räumen jetzt nicht unbedingt sehr fernsehtauglich."* (EK_3c/96)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

b) Journalismus

Kommunikationsakteur*innen des Journalismus in Österreich

Die Dominanz der österreichischen *Kronen Zeitung* wird sowohl von einzelnen Pressesprecher*innen als auch von Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen hervorgestrichen: „Kronen Zeitung *has a very, you know, high-pitched voice and that all the other more serious, if you will, newspapers have to at least take their view into account. […] They at least have to take into account their reporting and play on their side of the field, because they are so dominant.*" (EK_2d/90) Vor allem in der Debatte rund um die Freihandelsverträge habe sie eine große Rolle gespielt und war ein Hindernis für die Europäische Kommission, um die eigenen Positionen stärker ins Feld zu bringen: *„I don't know, just watching from here that seems to be part of the reason that it became such an echo chamber."* (EK_2d/90)

Kritisiert wird eine mitunter fehlende Kontaktaufnahme und mangelnde Fragen der österreichischen Journalist*innen, wenn sie Themen zur Europäischen Kommission behandeln. Als Beispiel wird auch hier die mediale Debatte im Rahmen der Verhandlungen der Freihandelsabkommen TTIP und CETA genannt (EK_2d/40). Obwohl die Europäische Kommission die Freihandelsverträge verhandelt hat, sei sie als wichtige Akteurin von österreichischen Medien mitunter nicht kontaktiert worden, wird bemängelt: *„In national media cycle, where the Commission, is mentioned but is not an actor in the news story, even though we're the negotiating. It's not that these Austrian journalists that were writing about the story from Austria were contacting the Commissioner, asking for comment, you know. So, we're very often even absent from this debate."* (EK_2h/102)

Korrespondent*innen

Wenn die Beamt*innen der Europäischen Kommission von Korrespondent*innen sprechen, ist sehr oft von Überforderung die Rede, die eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission behindere. Folgende Gründe werden genannt: Überbelastung, Zeitmangel, unterbesetzte Redaktionsbüros, Kompliziertheit crossmedialer Arbeit, Vorgaben der Medienherausgeber*innen, kaum Freiheit, das Thema für die Berichterstattung selbst

10.15772/ANDRASSY.2021.001

auszusuchen**,** Druck, um Storys zu finden, die sich zu Hause durchsetzen (EK_3a/107; EK_3c/29, 40, 81, 101–102).

Den Brüsseler Korrespondent*innen wird eine eher schwache Rolle innerhalb ihrer Redaktionen zugeschrieben, was eine Durchlässigkeit der Inhalte zur Europäischen Kommission für eine Publikation deutlich erschwere (EK_2h/122). Dadurch entstehe für die Kommunikation von Inhalten zur Europäischen Kommission noch ein zusätzlicher Filterlevel für die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission: ***„****Sie müssen quasi erst beim Korrespondenten landen, der muss dann bei der Redaktion zu Hause landen.“* (EK_3a/140) Kürzungen von Redaktionen und dadurch verbundene Konsequenzen für die Korrespondent*innen bzw. auch Auflösungen von Korrespondent*innenbüros in Brüssel werden beobachtet (EK_2h/166; EK_3a/107). Auch zunehmend weniger Platz für die EU-Berichterstattung in den Printmedien und eine Sättigung bei Europathemen erwähnen die Befragten (EK_3a/111-113). Der Einfluss der Herausgeber*innen hinter den Korrespondent*innen wird ebenso als erschwerend für ein Durchkommen der Kommunikationsinhalte festgestellt: *„Sehr oft die Berichterstattung von den Korrespondenten hier in Brüssel ist gut, aber dann die Editors zu Hause sind diejenigen, die die Headlines schreiben, wo sie dann einfach sagen, ‚Brüssel hat jetzt dies und jenes gemacht‘, weil es leichter ist zu erklären. Aber eigentlich war es nicht Brüssel, es waren die Mitgliedstaaten.“* (EK_3c/81)

Die Beamt*innen geben darüber hinaus zu bedenken, dass die Fülle an Themen, welche die Europäische Kommission täglich anbiete, auch zu Überforderung führe und darüber hinaus einen Konkurrenzkampf zwischen den politischen Themenbereichen der Europäischen Kommission verursache. *„ Journalists, who are here, they have to cover so many different areas and it's very difficult to know everything.”* (EK_2i/89) *„Journalisten [die in Brüssel sind] können am Tag nur ein Thema machen […] oder zwei, also maximal zwei.“* (EK_3a/114)

Kommunikationsinhalte

Was die Prioritäten der Journalist*innen bei der Auswahl von Inhalten betrifft, werden aufgrund vieler abstrakter Themen Schwierigkeiten bei der Suche nach einem Anker festgestellt, mit dem man Inhalte zur Europäischen Kommission verknüpfen kann (EK_3c/109). Neben Mythen und Missverständnissen (EK_3c/31) beschreiben die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Pressesprecher*innen vor allem (nationale) Narrative als Hindernis für die Verbreitung der Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission: *„basically you're framed"* (EK_2h/103). *„Vieles an den Vorschlägen, die wir machen, durchdringt nicht immer. Und, ich glaube, ein Hauptproblem ist, […] dass sie sozusagen immer das durch die nationale Brille in den Nachrichten bekommen, wo steht das eigene Land im Bezug, was ist der eigene Nutzen, während wir ja Politik nicht für einige einzelne Länder machen, sondern sozusagen Vorschläge für alle Europäer."* (EK_3a/102) Dadurch entstehen auch Verzerrungen – was an der Debatte zu den Freihandelsverträgen TTIP und CETA in Österreich sichtbar wurde: *„The general debate in Austria, and to some extent also in Germany, it was understood as the entire continent of Europe is standing up against these horrendous trade deals and everyone is marching against it and so on so forth."* (EK_2d/79)

Kommunikationsstil

Erschwerend für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission könnte für Journalist*innen aus nationalen Medien mitunter auch ein veränderter Debattenzyklus auf EU-Ebene sein, weist ein*e Pressesprecher*in hin. Denn im Vergleich zu den Nationalstaaten existieren auf EU-Ebene größere Nachrichtenzyklen als im nationalen Bereich, was mitunter eine längere Beobachtungs- und möglicherweise Berichterstattungszeit erforderlich macht: *„In der nationalen Kommunikation geht das Ganze oft sehr schnell. Sie haben jemanden, der stellt irgendwie eine These auf im Morgenjournal, der nächste antwortet im Mittagsjournal, und dann am Abend ist es schon wieder vorbei oder es zieht sich ein paar Tage, wie auch immer, aber es ist sehr schnell. Einer sagt etwas, der nächste reagiert, dann ist da irgendwie so eine Debatte entstanden, und dann wird da halt darüber berichtet. Hier habe ich den Eindruck, ist es einfach schon in etwas größeren Zyklen. Also, ich will jetzt nicht wirklich sagen langsamer."* (EK_3b/117) Die nationale Medienberichterstattung in Österreich wird dagegen als schnelllebiger dargestellt: *„Also selbst wenn der Kanzler eine große Rede hält, dann ist das vielleicht am nächsten Tag in den Zeitungen und am übernächsten Tag ist es in der Regel wieder vorbei, oder es gibt vielleicht noch zwei, drei Reaktionen. Und hier zieht sich das so ein bisschen, weil es einfach eine gewisse europäische Debatte gibt. Dann sagt der Herr Macron etwas, dann sagt die Frau Merkel irgendwann etwas, dann kommen die Polen und melden sich dazu."* (EK_3b/103)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

c) Externes

Mehrebenensystem der Europäischen Union

Viele Eigenschaften des europäischen politischen Mehrebenensystems werden als erschwerend für die Kommunikationsarbeit dargestellt: Die lange Dauer von Legislativvorschlägen der Europäischen Kommission bis zur Umsetzung, institutionelle Abhängigkeiten von unterschiedlichen politischen Akteur*innen und Prozessen im Mehrebenensystem der EU sowie das Fehlen einer direkten Wahl des Kommissionspräsidenten, auch wenn die Ernennung Jean-Claude Junckers zum Präsidenten sich durch das Spitzenkandidatensystem aus Sicht der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission zumindest verbessert habe (EK_3c/77–78).

Vor allem die EU-Mitgliedsländer und fehlende Unterstützung der Regierungen werden als Behinderung für das Durchkommen der Inhalte der Europäischen Kommission bis zur österreichischen Leser*innenschaft identifiziert: *„Mitgliedstaaten verstecken sich gerne hinter der Kommission, wenn es etwas Unangenehmes ist, was national zu verkaufen ist, aber wenn es etwas Erfolgreiches ist, dann war es deren eigene Errungenschaft“* (EK_3c/82). Die regionalen und lokalen Politiker*innen werden als tonangebend in der politischen Debatte identifiziert, woran sich die Europäische Kommission in ihrer eigenen Kommunikationsarbeit mitunter auch ausrichte und diese Tendenz zum eigenen Vorteil nütze: *„Die Kommission möchte ja die europäische Integration vorantreiben, und sie sieht sich den Strömungen oder dem Druck der Mitgliedstaaten gegenüber, die natürlich innerhalb auch kommunizieren müssen, dass sie als Regierung, die staatliche Regierung, das Steuer in der Hand haben und Entscheidungen treffen. Und wie bringt man diese beiden Dinge zusammen? Indem man Dinge vorschlägt, die die Mitgliedstaaten intern als ihre eigenen, guten Ideen verkaufen können und von dem man trotzdem glaubt, dass wenn sie umgesetzt werden, sie Europa voranbringen.“* (EK_2f/118) Somit wird versucht, die Tendenzen aufzugreifen: *„Wir zitieren unseren Präsidenten, aber natürlich zitieren wir auch Frau Merkel und Herrn Macron, wo man glaubt, dass es gerade opportun ist.“* (EK_2f/117) Diese Strategie, die sich auf konsensuale Aussagen fokussiert, werde jedoch nicht immer in die Berichterstattung aufgenommen, wird zugleich festgestellt: *„Das sorgt, glaube ich, auch dafür, dass es bei manchen so eine Art Brei ist in der Wahrnehmung, ‚more of the same and I have heard it all before‘. Und das heißt, die wirklichen*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Knackpunkte sind dann häufig irgendwie vergraben in der Einheits-Kompromiss-Soße.“ (EK_2f/117) Aufgrund der politischen Konstellation mit den Nationalstaaten fehlen mitunter Überraschungen in der Kommunikationsarbeit: *„Wir versuchen auch nicht irgendwie mit großen Überraschungen zu kommen. Wir sind ja auch stolz darauf, oder wir legen es ja auch darauf an, dass die Mitgliedstaaten nicht kommen können und sagen können, ‚ah, das ist the Commission again, und die haben uns nicht vorher Bescheid gesagt und die kommen mit so einem Vorschlag, der überhaupt nicht besprochen wurde vorher und das können wir nicht machen‘.“* (EK_2f/113)

In der Praxis des Mehrebenensystems der Europäischen Kommission verlaufe ein Großteil der Kommunikation nach außen generell nicht mit Journalist*innen, sondern vorrangig mit anderen EU-Institutionen. Die direkte Kommunikation mit dem*der Bürger*in – übermittelt via Medien – werde daher mitunter nur vorgetäuscht, weil die direkten Bezüge zu den Bürger*innen in Wahrheit im Alltag fehlen: *„I mean, we pretend that we have direct a link with citizens by ‚European Citizens' Initiative‘ or ‚Erasmus‘ or whatever. But I mean these are just the kind of the cherries, the sweeties, but the whole structure is, we are responsible to the Council and the Parliament. And, when you are a policy person, you kind of make sure/ you want to make sure that the Parliament will vote in favour of your proposal and the Council will like with your proposal, and that's your concern. You're not concerned, how is this translated in the language of media or what effect does it have to the end user in the end of the day our structure is as such that politically, we are responsible to the Council, which is member states, and the European Parliament. So, our policy colleagues are thinking very much in terms of how to communicate with these stakeholders.”* (EK_2h/125)

Nationale Politik und gesellschaftliche Akteur*innen

Vorurteile hinsichtlich der Beamt*innen der Europäischen Kommission und „Brüssel“ allgemein werden als ein Problem für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission festgestellt. Das Handlungsfeld für Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen und Pressesprecher*innen in der Europäischen Kommission werde dadurch beschränkt: *„In a sense that the limits have been defined, because […] there is a narrative“* (EK_2h/105). Dabei wird vor allem die österreichische Medienlandschaft und die Rolle der NGOs erwähnt sowie deren fehlendes Leseinteresse: „*They don't read the papers to challenge their ideas, they read the papers to reinforce their ideas”* (EK_2h/162).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Vor allem in Zeiten nationaler Wahlkämpfe werden negative Trends in Hinblick auf die Europäische Kommission verstärkt, was ein Durchkommen der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission erschwere: *„The atmosphere and the communication space becomes contaminated."* (EK_2a/73) *„Everything becomes sensitive, because it's war time. Election means war, you know."* (EK_2a/74)

Durch die ökonomische Krise am Zeitungsmarkt seien insgesamt viele Journalist*innen unter Druck gekommen, was sich durch die Abhängigkeit von Presseförderung, von politischer Werbung in den Medien zeige und das Zusammenspiel zwischen Politik und Medien in den Nationalstaaten und indirekt auch die Berichterstattung im Sinne der jeweiligen Regierungen beeinflusse (EK_2h/164–165). Dabei wird von einer Symbiose gesprochen, *„symbiosis between the governments and the media, and then they kind reinforce each other's views"* (EK_2h/172), sowie von Vorteilen der Regierungen in den Nationalstaaten, welche die Europäische Kommission nicht innehabe: *„I'm pretty sure there is a correlation between the kind of ideological profile of the government and ideological profile of the papers. […] we don't have any leverage over them. I'm not saying we should have, but such leverage exists on the national level, because I think in every country national governments are one of the main advertisers."* (EK_2h/167)

Exkurs: Nationale Öffentlichkeiten im europäischen Vergleich

Eine Hürde für die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission ist die Problematik, dass die Einschätzung zu Positivität und Negativität politischer Kommunikationsinhalte in den einzelnen EU-Mitgliedsländern unterschiedlich wahrgenommen wird und die Europäische Kommission so nicht immer Erfolgserlebnisse erreichen könne, da man auf alle Mitglieder Rücksicht nehmen müsse. Die Bedeutung von Botschaften werde höchst unterschiedlich aufgenommen, was eine erfolgreiche Medienarbeit für alle 28 Länder als unmöglich erscheinen lässt: *„Was in Spanien als Mehrwert Europas gesehen wird, würde in Dänemark oder Schweden oder Großbritannien wahrscheinlich verpönt werden, weil sie sagen, das ist ein Bereich, in den Europa nicht einschreiten muss."* (EK_3c/84) Trotz Medienmonitorings sei es schwierig, den Überblick über spezifische Länderpräferenzen zu bewahren: *„Sehr individuell, was wo ein Thema ist."* (EK_3b/104) *„Sometimes you have to have very different angles, very different hooks, to attract this" (*EK_2h/117).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Es wird daher auch von einer unmöglichen Mission gesprochen, in der europäischen Vielfalt gemeinsame Interessen zu finden: *„You simply cannot communicate to 500 million Europeans […]. This is not like a fast food chain, you cannot sell the same hamburger and chips everywhere in Europe to everybody."* (EK_2b/66) Eine Schwierigkeit sei darüber hinaus, dass man ebenso nicht auf Kommunikationsvorbilder für einen solchen Fall zurückgreifen könne: *„Nobody else in the world has to deal with, communicating to 28 member states, in different languages, with different things"* (EK_2b/68).

10.3.4 Zusammenfassung

Der Nachrichtenproduktionsprozess aus der Perspektive der Beamt*innen der Europäischen Kommission in Brüssel und Wien & der Brüssel-Korrespondent*innen österreichischer Medien

1.) Allgemeines

Die Zusammenfassung der Befragungen gibt im Folgenden den Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission bzw. das kommunikative (Austausch-)Handeln der Akteur*innen zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus in seinem Ablauf, den Orientierungsmustern und seinen Wirkungen aus akteur*innenzentrierter Sicht wieder. Überlappende und konfligierende Faktoren aus Akteur*innensicht, die als Grundlage für kommunikatives Handeln zwischen den beiden Kommunikationsinstanzen eine Veröffentlichung verstärken bzw. Veröffentlichungen zur Europäischen Kommission unterbinden, werden dargestellt (Gläser & Laudel 2010, 24).
Dabei muss freilich die allgemeine Standortgebundenheit der Akteur*innen sowie ein – in der Praxis mitunter unterschiedliches – Maß an „Sprecher*innendisziplin" mitgedacht werden: Die externen Kommunikationsvorgaben in der Europäischen Kommission zum Befragungszeitpunkt während der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker wurden von den Befragten, sowohl von den Beamt*innen als auch von den Journalist*innen, im Vergleich zu vorhergehenden Präsidentschaften zentralisierter und kontrollierter wahrgenommen. Für Belange der Kommissar*innen war es den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten zum Zeitpunkt der Befragung erlaubt, selbstständige Medienarbeit zu erledigen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

und im Namen der Kommissar*innen nach außen aufzutreten. In inhaltlichen Angelegenheiten ihrer Portfolios war jedoch eine Abstimmung mit dem*r zuständigen Pressesprecher*in des Spokesperson‘s Service notwendig. Im Rahmen der Befragung wurde deutlich, dass kommunikative Freiheiten von dieser Funktionsgruppe mitunter unterschiedlich ausgelegt wurden. Insgesamt zeigte sich bei den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen eine stärker ausgeprägte Individualität der handelnden Personen und mehr Varietät bei der Ausgestaltung ihrer Kommunikationsfunktionen. Dies bildete sich auch bei ihrer Themenwahl bzw. durch unterschiedliche inhaltliche Grenzziehungen bzw. Selbstkritik im Rahmen der Interviews ab. Im Gegensatz zu den Kommunikationsverantwortlichen der Kabinette zeigten die befragten Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service im Vergleich untereinander einen weitgehend ähnlichen Habitus und ein vergleichbares Maß an inhaltlichen Grenzziehungen bzw. Selbstkritik im Rahmen der Interviews. Auch deren Wunsch nach Anonymisierung lässt sich möglicherweise durch die direkte Zugehörigkeit zum Generalsekretariat der Europäischen Kommission unter Präsident Jean-Claude Juncker und durch ihre Funktion als offizielle Sprachrohre der gesamten Europäischen Kommission nach außen erklären. *Lloyd* und *Marconi* sprechen diesbezüglich von einem hohen Grad an Vorsicht der Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission, da sie in ständiger Beobachtung des Präsidenten, der Kabinette, Kommissar*innen, der Märkten und der Presse stehen und darüber hinaus in verschiedenen Sprachen kommunizieren müssen (Lloyd & Marconi 2014, 32).

Die Befragung des Pressesprechers der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien macht bis auf eine Perspektivenveränderung in den Aussagen mit einem Österreich-Schwerpunkt und den offenen Umgang mit der transparenten Nennung seiner Person kaum Unterschiede deutlich. Was die Gruppe der Korrespondent*innen betrifft, so wurden Aussagen über das eigene Berufsfeld im Vergleich zu den anderen Befragungsgruppen mengenmäßig gering gehalten. Auch bei ihnen konnte ein unterschiedliches Maß an inhaltlichen Grenzziehungen bzw. Selbstkritik im Rahmen der Interviews festgestellt werden.

a) Interaktionen

Die Befragungen zeigen eine insgesamt große Bandbreite an Beschreibungen von Interaktionen zwischen Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen. Veränderungen der Kommunikation der Europäischen Kommission nach außen seit der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker sind ein Thema, das in allen Befragungsgruppen als relevant eingeschätzt wurde. Während die Beamt*innen ihre Beschreibungen von Interaktionen vor allem auf Kommunikationsprozesse fokussierten, lenkten die befragten Korrespondent*innen ihren Blick verstärkt auf punktuelle Wahrnehmungen der Europäischen Kommission. Von den Korrespondent*innen wurden Aussagen zur Beziehung der Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen österreichischer Medien eher allgemein formuliert – dabei wurde speziell auf organisatorische Verflechtungen und die Rolle von Social Media detaillierter eingegangen. Dies ist auch ein für die Kommunikationsverantwortlichen der Kommissar*innen relevantes Thema. Sie betonten ihre Interaktionen mit den Journalist*innen mehrheitlich sowohl auf organisatorischer als auch auf persönlicher Ebene, wobei Kritik und Konflikt ebenfalls zur Sprache kam. Auch wenn nicht alle befragten Beamt*innen im gleichen Ausmaß mit österreichischen Journalist*innen zu tun hatten, wurde mengenmäßig eine große Anzahl von Aussagen zu Journalist*innen österreichischer Medien in die Auswertung aufgenommen.

Lloyd und *Marconi* sprechen den beruflichen Vorerfahrungen der Beamt*innen relevante Bedeutung für Interaktionen mit Journalist*innen zu und bestätigen eine Erkenntnis dieser Befragung: Immer wieder kommt es mittlerweile vor, dass Kommunikationsverantwortliche der Europäischen Kommission aus dem Journalismus rekrutiert wurden, welche die früheren Kontakte zu Journalist*innen auch in späteren Phasen ihrer Karriere pflegen (Lloyd & Marconi 2014, 28). Allerdings wird manchen Kommunikationsverantwortlichen der Europäischen Kommission von den Befragten auch wenig bis gar keine Vorerfahrung in Kommunikationsagenden unterstellt, was wiederum Auswirkungen auf die Arbeit mit Journalist*innen zeige.

b) Kommunikationsakteur*innen

Veränderungen der Interaktionen zwischen den Beamt*innen und den Journalist*innen stellen *Lloyd* und *Marconi* durch die Zunahme anderer Kommunikationsakteur*innen in Brüssel wie Lobbyisten und weiterer PR-Vertreter*innen fest. Die Ausweitung und Professionalisierung der EU-PR habe dazu beigetragen, dass Journalist*innen die Gatekeeper-Rolle entzogen wurde (Lloyd & Marconi 2014, 28). In ihrer Analyse reduzieren sie die Rolle der Journalist*innen im EU-Berichterstattungsprozess auf „part of a wider ecology“ (Lloyd & Marconi 2014, 28). Dieser klare Befund spiegelt sich in der vorliegenden Befragung nicht

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wider. Allerdings wird von den Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service sehr wohl von einer kommunikativen Zusammenarbeit auch mit anderen politischen Interessensgruppen berichtet, um so wiederum Einflüsse auf die journalistische Berichtersstattung bewirken zu können.

Die Interaktionen zwischen Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen bzw. den Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer (Print-)Medien werden insgesamt facettenreich beschrieben: Zum einen werden diese nur auf Korrespondent*innen bezogen, zum anderen sprachen die Beamt*innen durchaus von Beziehungen bis hinein in die Regionalzeitungslandschaft. Generell wird in erster Linie von Kontakten zu Printjournalist*innen gesprochen und von Problemen berichtet, mit Fernseh- und Radiojournalist*innen in Kontakt zu treten. Die Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel betonen entweder ihr eigenes „Monopol" auf Kontaktanbahnung mit der Europäischen Kommission im Vergleich zu ihren Redaktionskolleg*innen in Österreich oder sprechen auch davon, dass ihre österreichischen Kolleg*innen in den Heimatredaktionen durchaus Kontakte zur Vertretung der Europäischen Kommission in Wien pflegen.

Den Vertretungen der Europäischen Kommission in den EU-Mitgliedsländern messen auch die Beamt*innen durchwegs große Bedeutung im Zusammenspiel mit den Journalist*innen in den einzelnen europäischen Ländern zu. Die Vertretungen werden von den Befragten in der Europäischen Kommission in Brüssel als wichtige Verlängerungsarme ihrer Kommunikationsarbeit wahrgenommen, um zu Journalist*innen zu gelangen. Das wird auch von *Lloyd* und *Marconi* bestätigt, die Schwierigkeiten des Headquarters der Europäischen Kommission mit der Ausarbeitung einer politischen Kommunikation feststellen, die nicht nur in verschiedenen Sprachen, sondern auch in verschiedene nationale und regionale Realitäten übersetzbar ist (Lloyd & Marconi 2014, 33).

Speziell was die Vertretung der Europäischen Kommission in Österreich betrifft, sind aber unterschiedliche Rollenerwartungen ersichtlich: Während von Beamt*innen in Brüssel ein enger Kontakt der Vertretungen auch zu den Regional- und Lokalzeitungen angenommen wird, betont der Pressesprecher der Vertretung in Wien vor allem Kontakte zu den großen in Wien ansässigen Printmedien sowie mangelnde Ressourcen, um Kommunikationsarbeit auch bis hinein in die Lokalzeitungslandschaft zu konzipieren. Feedback der Kommissionsvertretung

10.15772/ANDRASSY.2021.001

zu bevorzugten Themeninteressen und möglichen Fragen der nationalen Journalist*innen an das Headquarter in Brüssel, das in der Literatur ebenfalls als reziproke Kommunikationsaufgabe den nationalen Vertretungen zugeschrieben wird (Deirdre 2007, 201), kam in der vorliegenden Befragung jedoch nicht zur Sprache.

Die Beurteilung der Intensität der Kontakte zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und österreichischen Journalist*innen fällt ebenfalls unterschiedlich aus: Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sprechen zu einem Teil von eher marginalen oder unregelmäßigen Kontakten zu Journalist*innen österreichischer Medien –abhängig von Persönlichkeit, Berufserfahrungen, Nationalität und jeweiligem Portfolio. Ein anderer Teil der Beamt*innen betont wiederum sehr intensive Interaktionen zu Vertreter*innen der österreichischen Medienlandschaft, vor allem zu den Korrespondent*innen österreichischer Medien. Selbst jene Beamt*innen in der Europäischen Kommission, die grundsätzlich relativ wenige Interaktionen und Berührungspunkte mit Journalist*innen österreichischer Medien aufweisen, berichten von vereinzelten Journalist*innen österreichischer Medien, die regelmäßig in den Kabinetten anrufen. Die Beziehungen der Journalist*innen österreichischer Redaktionen zur Europäischen Kommission nach Brüssel werden von den Korrespondent*innen selbst insgesamt als eher reduziert beschrieben.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die befragten Pressesprecher*innen und Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen der Europäischen Kommission Interaktionen zu Journalist*innen allgemein unterschiedlich ausgestalten, was auch von den Korrespondent*innen bestätigt wird: Während die Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service regelmäßige und tägliche Kontakte mit Journalist*innen pflegen, ist das Ausmaß der Interaktionen der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen zu Journalist*innen und deren Intensität bzw. Routinen stark individuell geprägt.

Von den Journalist*innen werden die Pressesprecher*innen vor allem für offizielle Positionen und Kommentare verwendet, die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen werden hingegen vielmehr für Hintergrundinformationen genützt. Doch auch innerhalb der Funktionsgruppen der Europäischen Kommission sind Unterschiede auszumachen. Diese sind aus der Sicht der Beamt*innen mitunter von Vorerfahrungen im

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Bereich Journalismus und/oder Öffentlichkeitsarbeit, vom jeweiligen Portfolio und Engagement der Beamt*innen sowie von den individuellen nationalen Verbindungen zu Journalist*innen abhängig.

Das Verhältnis zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen wird von den Korrespondent*innen distanzierter als im nationalen Raum beschrieben. Nationale Komponenten werden aber festgemacht: Naheverhältnisse werden vor allem mit Kommunikationsakteur*innen österreichischer Herkunft genannt, die mitunter eine wichtige Rolle bei den jeweiligen Kontaktaufnahmen der Journalist*innen zur Europäischen Kommission spielen. Auch von der Seite der Beamt*innen wird beobachtet, dass Journalist*innen bevorzugt die Kabinette der Kommissar*innen ihrer eigenen Herkunftsländer bzw. die dortigen Kommunikationsverantwortlichen aus ihren Herkunftsländern kontaktieren. Manche Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen fühlen sich abseits der eigenen Portfolios auch für die Vertretung im Herkunftsland des*r zugeordneten Kommissar*in zuständig, um so Interaktionen mit Journalist*innen zu unterstützen. Auf das Kabinett von Johannes Hahn trifft dies zum Zeitpunkt der Befragung aber nur in geringem Ausmaß zu. Hier wird von dem*r Kommunikationsverantwortlichen auf die Selbstverantwortung der Vertretung in Wien und auf das eigene Portfolio mit zahlreichen Auslandsaufenthalten („Europäische Nachbarschaft und Erweiterung“) verwiesen.

c) Kommunikationsinstrumente

Das tägliche Midday Briefing der Europäischen Kommission und Social Media werden sowohl von der Gruppe der befragten Beamt*innen der Europäischen Kommission als auch von den Korrespondent*innen als wichtige Instrumente für das Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus betrachtet. Die Einschätzungen dazu fallen jedoch vielfältig aus: Während das Midday Briefing von den Korrespondent*innen durchaus als geeignete Möglichkeit wahrgenommen wird, um in Kontakt mit der Europäischen Kommission zu treten, wird von der Seite der Korrespondent*innen andererseits aber auch von „Abwehr“ und mangelnder Offenheit der Pressesprecher*innen im Rahmen dieser Pressekonferenzen gesprochen. Dass die Midday Briefings als Interaktionsform mit den Journalist*innen nicht immer gut angenommen werden, ist auch den Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service bewusst. Sie begründen dies mit der formellen „On-the-record“-

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikation ohne vertieften Hintergrund, den Journalist*innen oftmals benötigen würden. Darüber hinaus wird auch Kritik an Journalist*innen geäußert, welche die Midday Briefings besuchen, aber aufgrund der medialen Konkurrenz Fragen im öffentlichen Plenum vermeiden bzw. Fragen stellen, um sich selbst zu inszenieren.

Die Rolle von Social Media als relevantes Kommunikationsmedium wird in beiden Befragungsgruppen unterschiedlich eingeschätzt. Dass Social Media sowohl die Kommunikation zur Europäischen Kommission als auch die Berichterstattung durch ihre Schnelligkeit stark verändert und mitunter auch den Agentur-Journalismus dadurch ersetzt habe, wird von der Seite der Korrespondent*innen berichtet. *[Anmerkung: Während zum Zeitpunkt der Befragung noch zwei Korrespondent*innen der Austria Presseagentur (APA) in Brüssel stationiert waren, war zum Zeitpunkt des Abschlusses der vorliegenden Arbeit nur noch ein*e Korrespondent*in in Brüssel tätig.]* Twitter hätte zwar die Interaktionen und die Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation vereinfacht, aber aus der Sicht der Europäischen Kommission nicht unbedingt erfolgreicher gemacht, wird ebenso konstatiert, weil Social Media Kommunikation oberflächlicher mache und der direkte Kontakt dadurch unterbunden werde. Dem wird von der Seite der Korrespondent*innen aber auch widersprochen, und ein*e Beamt*in berichtet, dass die Attraktivität dieser Kommunikation bereits wieder abgenommen habe. Umstritten ist auch, ob Social Media mehr Transparenz in Interaktionen zwischen der Europäischen Kommission und der Journalist*innenschaft gebracht habe. Mitunter wird auch von einem neuen „Geheimkanal" gesprochen.

Donges und *Jarren* machen in diesem Zusammenhang noch auf die Relevanz des Status der PR-Akteur*innen aufmerksam, der zum Kommunikationserfolg von Kommunikatiosninstrumenten beitragen kann: Wenn diese als eigenständige „Sprecher" erkennbar werden, fällt es ihnen leichter, den Informationsprozess erfolgreich zu steuern (Donges & Jarren 2017, 192). Derartige persönliche Komponenten wurden in der Befragung nicht zur Sprache gebracht.

d) Kommunikationsstil

Unter der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker hat sich der Kommunikationsstil der Europäischen Kommission mit Journalist*innen durch eine stärkere Strukturierung der Organisation der Kommunikationsarbeit, durch vereinheitlichte Zuständigkeiten bzw. klare Vorgaben geändert, wird von beiden Befragungsgruppen konstatiert. Die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Pressesprecher*innen im Spokesperson's Service wurden als einheitliche Gruppe und als wesentliche Gatekeeper für die Kommunikation mit Journalist*innen funktionalisiert. Für Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen hat sich die Arbeit dadurch von einer eigenständigen Pressesprecher*innenfunktion hin zu einer stärkeren Vermittlungsposition zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen verändert. Die Korrespondent*innen stellen in den Befragungen geringere Zugänglichkeit und Offensivität bzw. weniger Offenheit in der Kommunikation der Europäischen Kommission fest. Auch die Beamt*innen erkennen, dass es für die Journalist*innen schwieriger geworden ist, an Hintergrundinformation zu gelangen. Gerade Hintergrundinformation wird jedoch als ein wichtiges Kommunikationsinteresse der Journalist*innen, um in Kontakt mit der Europäischen Kommission zu treten, bzw. als Verstärker von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission deklariert *(siehe Abschnitt „Verstärker" im Kapitel 10.2.3 bzw. Abschnitt „Verstärker" im Kapitel 10.3.3).*

Aber auch Ausnahmen werden konstatiert: Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen unterscheiden sich während der Juncker-Präsidentschaft im Vergleich zu den Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service und auch untereinander durch verschiedene Strategien in der Interaktion mit Journalist*innen. Ihr Spektrum an Kommunikationsformen ist unterschiedlich breit angelegt und unterliegt zu einem Großteil nach wie vor den Kommissar*innen. Vielfach wird betont, dass jede*r Kommunikationsverantwortliche für die Kommissar*innen eigene Zugänge in der Zusammenarbeit mit Journalist*innen habe und – trotz stringenter Vorgaben der Juncker-Administration – dort auch Platz für Individualität existiere. Auch offizielle Vorgaben der Originalton-Regelung werden zum Zeitpunkt der Befragung von einzelnen Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten nicht immer streng ausgelegt.

Was Übereinstimmung oder Konflikt zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen betrifft, herrscht Uneinigkeit in beiden Gruppen: Die Korrespondent*innen sprechen aufgrund eigener EU-Affinität – mitunter wird auch von „EU-Begeisterung" gesprochen – von einem gemeinsamen Kommunikationsinteresse. Wegen geringerer Unmittelbarkeit und größerer Distanz als im nationalen Raum entstünden weniger Konflikte, was auch journalistische Forderungen an die Europäische Kommission erschwere. In unterschiedlichen Zusammenhängen wird betont, dass die Europäische Kommission

10.15772/ANDRASSY.2021.001

generell dazu tendiere, konfliktreiche Kommunikation zu vermeiden *(siehe Kapitel 10.3.3 – Leitfaden-Interviews), dass sie* aber auch im Vergleich zu Minister*innen in den Nationalstaaten in einem geringeren Ausmaß gewohnt sei, von Journalist*innen kritisiert zu werden. Von anderer Korrespondent*innenseite wird jedoch nur von Konfliktlinien gegenüber den Beamt*innen der Europäischen Union gesprochen und die Rolle der Heimatredaktionen als Korrektiv gegen die Beeinflussung der „Brussels Bubble" betont.

Bei den Beamt*innen der Europäischen Kommission haben die österreichischen Korrespondent*innen den Ruf, durchaus qualitätsvolle Arbeit aus Sicht der Europäischen Kommission zu produzieren, und sie bescheinigten ihnen gute Verhältnisse zur Europäischen Kommission. Es wird durchaus von „Freundschaft", aber auch von Konflikten gesprochen. Im Vergleich zu den Kolleg*innen in den Herkunftsredaktionen werden mit Korrespondent*innen aber weniger Konflikte festgestellt. Als Grund wird angegeben, dass die Korrespondent*innen in den meisten Fällen eine „Bereitschaft zu europäischer Perspektive" mitbringen – was in Hinblick auf die Korrespondent*innen mitunter auch mangelnde Distanz bedeuten könnte.

Auf der Ebene der Korrespondent*innen wird von *Lloyd* und *Marconi* ein zunehmender aggressiver Kommunikationsstil festgestellt. Dies wird auf wachsenden Nationalismus und ein erschüttertes Vertrauensverhälttnis zwischen den Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission und den Korrespondent*innen aufgrund deren Kommunikation zur Zeit der Finanz- und WIrtschaftskrise nach 2008 zurückgeführt (Lloyd & Marconi 26–31) *(siehe Kapitel 6.2.3).* Von den befragten Kommunikationsakteur*innen der vorliegenden Arbeit wird diese Entwicklung nicht angesprochen. Zugleich erscheinen Korrespondent*innen den Beamt*innen als sehr arbeitsbelastet, wodurch auch deren Beziehungen zueinander geprägt werden. Dies wird von den Beamt*innen als Grund dafür angegeben, dass die Kommunikationsarbeit mitunter auf Journalist*innen direkt in den Redaktionen der EU-Länder verlegt wird. Die befragten Korrespondent*innen erkennen darin jedoch eher ein „Ausspielen" der Brüssel-Korrespondent*innen und sehen darin eine Strategie der Europäischen Kommission, Beeinflussungen unterzubringen, die bei Korrespondent*innen mit EU-Expertise nicht durchgehen würden. Ebenso von Beeinflussungen wird im Rahmen von Brüssel-Reisen berichtet, die in regelmäßigen Abständen von der Europäischen Kommission organisiert werden: Der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien betont in diesem Zusammenhang den Aspekt, dass im Rahmen der Reisen immer wieder auf

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Brüssel-Korrespondent*innen zurückgegriffen werde, um die Journalist*innen österreichischer Medien mit der Korrespondent*innenschaft in Kontakt zu bringen. Ein*e Korrespondent*in streicht in diesem Zusammenhang den Charakter einer „Propaganda-Veranstaltung“ hervor.

Interventionen der Europäischen Kommission, so wird von Korrespondent*innen und auch Beamt*innen betont, gehören zum Alltag. Während die Beamt*innen die Schwierigkeit dieser Eingriffe aufgrund fehlender Sanktionsmöglichkeiten betonen und mitunter versuchen, auf kreative Methoden zurückzugreifen, konstatieren Korrespondent*innen eine geringere Interventionshäufigkeit als im nationalen Raum. Die Bevorzugung einzelner Medien für die Veröffentlichung von Informationen bzw. das Kommunikationsinstrument der „Versuchsballons“, um Inhalte der Europäischen Kommission auszutesten, wird von den Korrespondent*innen vielmehr als Konfliktfeld zur Journalist*innenschaft dargestellt als direkte Interventionen in den Redaktionsbüros. Das bestätigen unter anderem auch *Raeymaeckers, Cosijn* und *Deprez*, die von *„primadonna media against the ugly stepsisters“* (Raeymaeckers, Cosijn & Deprez 2007, 114–115) und einen ungleichmäßigen Informationsfluss sprechen, der Journalist*innen im EU-Alltag frustriere (Raeymaeckers, Cosijn & Deprez 2007, 114–115) *(siehe Kapitel 10.3.3 – Abschnitt „Versuchsballons“).*

2.) Kommunikationsinteressen und Motive

Die Beschreibung der Kommunikationsinteressen und Motive durch die Korrespondent*innen bezieht sich vor allem auf Interessen der Europäischen Kommission in ihren offiziellen Kommunikationsinhalten sowie in ihren Interaktionen zu den Journalist*innen. Nur ein*e Korrespondent*in geht auch auf die Kommunikationsinteressen und Motive der Journalist*innen gegenüber der Europäischen Kommission ein. Im Gegensatz zu den Beamt*innen der Europäischen Kommission, die häufig Bürger*innen als Kommunikationsmotiv gegenüber den Journalist*innen artikulieren, wurden Bürger*innen von der Gruppe der Korrespondent*innen nur ein Mal genannt.

Die Beamt*innen der Europäischen Kommission betonen vor allem die Interessen der Europäischen Kommission hinsichtlich ihrer Kommunikationsstrategien. Insbesondere sprechen sie dabei von den Unterschieden zwischen den einzelnen Kommunikationseinheiten im Gefüge der Europäischen Kommission. Persönliche Interessen werden kaum

10.15772/ANDRASSY.2021.001

berücksichtigt. Interessen hinsichtlich spezifischer Kommunikationsinhalte spielen im Rahmen der Befragung bei den Beamt*innen in Brüssel – im Gegensatz zu den Korrespondent*innen und dem Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien – keine besondere Rolle.

a) Europäische Kommission

i) Kommunikationsinhalte

Sowohl die Korrespondent*innen als auch der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien betonen das Interesse der Europäischen Kommission, „Sachlichkeit" und „Faktizität" in die Kommunikation mit den Journalist*innen zu bringen. Auch Korrespondent*innen treten in Interaktion mit der Europäischen Kommission, um eine Abklärung von Fakten zu erhalten. Von den Korrespondent*innen wird auch das Motiv der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission beobachtet, durch sachliche Argumentationen Emotionen der Journalist*innen ansprechen zu wollen. Unter anderem werde durch Argumente für gemeinsame europäische Initiativen versucht, „Liebe zu erkaufen". Mitunter werden von den Korrespondent*innen aber auch Versuche der emotionalen Auflockerung durch die Akteur*innen der Europäischen Kommission wahrgenommen, welche die Grenzen der Sachlichkeit überschreiten. Dies passiere vor allem dann, wenn Beamt*innen absichtlich Scherze einfließen lassen, um abzulenken.

Das Zusammenleben in Europa und die sogenannte „europäische Perspektive" werden als ein wesentliches Interesse und als Motiv der Europäischen Kommission für Kommunikationshandlungen beobachtet: Sie poche als Hüterin der Verträge in ihren Kommunikationsinhalten immer wieder darauf, rechtsstaatliche Prinzipien zu beachten, sie weise auf die gemeinsame Rechtsgrundlage hin und streiche die Leistung der Europäischen Union für das Zusammenleben in Europa und für einzelne Bürger*innen hervor. Vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird auch die Schaffung eines „europäischen Sozialisationsprozesses" als Interesse von Kommunikationshandlungen angegeben. Von den Korrespondent*innen kommt in diesem Zusammenhang der Vorwurf, dass die Europäische Kommission ihren Machtanspruch in ihrer Kommunikation hinter europäischen Werten verstecke, Länderinteressen herunterspiele und durch das Hervorstreichen positiver Ziele für ein gemeinsames Zusammenleben Kritik vermeiden möchte. Auch dort, wo keine Einigkeit vorhanden sei, verwende man in der Kommunikation

10.15772/ANDRASSY.2021.001

mit Journalist*innen die gemeinsame europäische Perspektive als Metapher, um Konflikte nicht zuzuspitzen.

Für die Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service wird die Europäische Kommission unter der Führung von Jean-Claude Juncker als eine „politische“ Kommission bezeichnet, deren Kommunikationsinteresse es ist, die eigene Rolle als politische Akteurin zu markieren. Diesbezüglich wird – als Konsequenz der Finanz- und Wirtschaftskrise – vor allem die sogenannte „positive Agenda für Europa“ als Hauptthema der Kommunikationsinhalte hervorgestrichen. Die Rückkoppelung der Kommunikationsinhalte an diese Agenda betone unter Präsident Juncker immer wieder den Mehrwert der EU in Abgrenzung zu den einzelnen Nationalstaaten und dass man als EU positiv aus der Krise herausgegangen sei.

Die Zusammenschau der Interviews macht nicht völlig klar, ob die Pressesprecher*innen und Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen regionale oder globale Kommunikationsinhalte durch ihre Kommunikationsaktivitäten betonen wollen. Das jeweilige Bestreben der Kommunikationsakteur*innen ist auch von den Inhalten ihres Portfolios abhängig. Eine große Bandbreite an Antworten zielt auf die Bedürfnisse der Bürger*innen in nationalstaatlichen Gefügen, um durch eine Regionalisierung der EU-Inhalte Vorteile verständlich zu machen. Zugleich wird in den Antworten auch eine globale Ausrichtung der Kommunikation deutlich, die mit der EU als Global Player in Zusammenhang steht. Aber auch auf einen Widerspruch wird diesbezüglich hingewiesen: Sowohl die Ausrichtung der EU in Abgrenzung zu den Nationalstaaten als auch zahlreiche Materien der Kommissar*innen würden es gar nicht möglich machen, politische Themen der Europäischen Kommission zu regionalisieren.

ii) Kommunikationsinstrumente

Die Verwirklichung von Kommunikationsinteressen der Europäischen Kommission wird unter anderem durch folgende Instrumente angestrebt:

„Info-Happen“: Die Korrespondent*innen beobachten, dass die Kommunikation der Europäischen Kommission mitunter auf kleine Informationsstücke ohne tiefergehende Analysen fokussiert ist. Vertiefende Gesprächsangebote, die aus Sicht der Korrespondent*innen notwendig wären, fehlen aus deren Sicht. Relevante Informationen würden dadurch verdeckt und Intransparenz verstärkt werden. Korrespondent*innen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

kritisieren jedoch auch die Anfälligkeit mancher Journalist*innen für sogenannte „Info-Happen".

„Versuchsballons": Die Weiterreichung von Dokumenten an ausgewählte Medien – bevor sie öffentlich gemacht werden – ist eine Methode der Europäischen Kommission, um geplante Initiativen der Europäischen Kommission medial auszutesten und die Stimmung zu erproben. Je größer und einflussreicher Medien sind, desto relevanter seien sie dafür, wird sowohl von den Beamt*innen als auch von den Journalist*innen festgestellt. In diesem Zusammenhang wird häufig die *Financial Times* erwähnt. Österreichischen Medien passiere es hingegen kaum, einen solchen „Versuchsballon" der Europäischen Kommission zu erhalten.

Brüssel-Reisen und Kommissar*innen-Interviews werden von Korrespondent*innen als Instrument identifiziert, um bevorzugte Kommunikationsinhalte der Europäischen Kommission zu vermitteln. Die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen erwähnen eine große Bandbreite an Motiven, wenn es darum geht, den*die zugehörige*n Kommissar*in kommunikativ nach außen zu transportieren: Sichtbarkeit der Europäischen Kommission, Erstellung einer Marke, Vermittlung von Authentizität, die durch Personalisierungsstrategien erreicht werden soll, um so Beeinflussung zu erreichen *(siehe Kapitel 10.3.3 – Abschnitt „Verstärker").*

iii) **Kommunikationsstil**

Strukturierung und Vereinheitlichung: Im Vergleich zu den anderen EU-Institutionen wird die Europäische Kommission als organisierter, einheitlicher und in ihrer Kommunikationsarbeit als nach außen geschlossen beschrieben. Der kontroverse Diskussionsprozess im Europäischen Parlament wird aus journalistischer Sicht im Vergleich zur vereinheitlichten Kommunikation der Europäischen Kommission jedoch mitunter als interessanter befunden.

Konfliktscheu: Insgesamt wird von den Korrespondent*innen das Interesse der Europäischen Kommission bemängelt, sich in der Kommunikation bedeckt zu halten, Floskeln und Standardantworten zu geben sowie zu vermeiden, Dinge beim Namen zu nennen. Bei konfliktbeladenen Themen wünschen sich die Korrespondent*innen mehr Klarheit und ein Zugehen auf Journalist*innen, statt Konfliktthemen aus dem Weg zu gehen. Von einem*r Korrespondent*in werden speziell das kommunikative Zögern und die zurückhaltende

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikation der Europäischen Kommission im Umgang mit EU-skeptischen Ländern kritisiert.

„Proaktivität“: Abhängig von der politischen Wetterlage zwingen interne und externe Faktoren im Arbeitsalltag sowohl die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch die Pressesprecher*innen zu *„starkem Getrieben-Sein“*. Als Beispiel wird die Krisenkommunikation anlässlich der europaweiten Debatte rund um die Freihandelsverträge mit den USA und Kanada benannt. Daher wird „proaktives kommunikatives Handeln“ als wesentliches Interesse ihrer Kommunikationsarbeit mit Journalist*innen betont, aber nicht in jedem Kabinett der Kommissar*innen ist dieses Interesse in gleichem Maß ausgeprägt bzw. notwendig, das ist wiederum stark vom jeweiligen Portfolio abhängig.

Einordnung in den Legislativprozess: Prozessorientiertes Kommunizieren mit einem Blick auf den gesamten Legislativprozess, eine ganzheitliche Analyse von EU-Politik für Journalist*innen im Gegensatz zur Vermittlung von ereignisfokussierten Nachrichten bloß auf der Ebene der Europäischen Kommission werden als Kommunikationsinteresse der Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission in Hinblick auf die Journalist*innen genannt.

Bürger*innen-Nähe: Die Befragungen der Beamt*innen der Europäischen Kommission betonen vor allem die europäischen Bürger*innen als Motiv für Kommunikationsinitiativen mit Journalist*innen: Solidarität, Engagement und Zustimmung zur EU sollen dadurch hervorgerufen werden. An anderer Stelle wird jedoch auch von einem Vortäuschen der Bürger*innen-Nähe durch die Europäische Kommission gesprochen, da sie im Gefüge des Mehrebenensystems keine direkten Zuständigkeiten den Bürger*innen, sondern nur den Institutionen gegenüber innehabe.

Journalist*innen-Orientierung: Sowohl von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch von den Pressesprecher*innen werden die Interaktionen mit Journalist*innen als eine Arbeit mit erzieherischem bzw. pädagogischem Interesse bezeichnet. Die korrekte Wiedergabe von Informationen, eine Anbindung an konkrete Sachverhalte, Fokussierung auf das Wesentliche und die Weitergabe von Hintergrundinformationen werden als Motive für Interaktionen mit Journalist*innen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

deklariert. Korrespondent*innen sprechen diesbezüglich eher von „Interventionen“, unter anderem wird in diesem Zusammenhang auch wenig ausgeprägtes kritisches Bewusstsein der Beamt*innen im Umgang mit Journalist*innen kritisiert.

Portfolio-Abhängigkeit: Insgesamt werden die Kommunikationsinteressen der Beamt*innen als „themenabhängig“ bezeichnet. Je nach Portfolio zeigen sich spezifische inhaltliche Merkmale, spezifische „cycles of proposal“, dem ein Politikbereich auf EU-Ebene unterliegt und nach dem sich auch der Kommunikationsstil richte. Es sind auch unterschiedliche Zielgruppen damit verbunden, was wiederum das jeweilige Kommunikationsinteresse der Beamt*innen verändere.

iv) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Push-Faktor für politische Prozesse: Innerhalb der eigenen Institution die Rolle als „Push-Faktor” für politische Prozesse einzunehmen und vehementer auch die sogenannte „Delivery-Phase“ von Politik-Ergebnissen mitzugestalten, um dann auch die Früchte der Initiativen der Europäischen Kommission kommunizieren zu können, wird sowohl auf der Ebene der Kommunikationsverantwortlichen in einem Kabinett eines*r Kommissar*in als auch auf der Ebene der Pressesprecher*innen im Spokesperson‘s Service als wichtiges Interesse der Kommunikationsarbeit zum Ausdruck gebracht. Gemeinsam mit den Kolleg*innen in den Generaldirektionen werde daher daran gearbeitet, die Vorschläge der Europäischen Kommission so rasch wie möglich nach den Ankündigungen auch zu implementieren. Sich gegenüber der eigenen Institution im Legislativverfahren früh genug als Überbringer*in von öffentlichen Rückmeldungen einzubringen, wird daher als wichtiges Motiv deklariert, das sich aus der Kommunikationsarbeit mit Journalist*innen entwickle.

Persönliche Herkunft und Eigenschaften: Die Korrespondent*innen sind sich nicht einig, inwieweit persönliche Interessen der Beamt*innen der Europäischen Kommission eine Rolle im Rahmen ihrer Kommunikationsarbeit mit den Journalist*innen spielen. Einerseits werden individuelle Interessen im Kommunikationsprozess nur marginal festgestellt und Anpassungen an das Institutionelle betont. Andererseits wird aufgrund unterschiedlicher persönlicher „Steckenpferde“ und Motivlagen, die sich mitunter aus der Biografie der Beamt*innen ergeben, auch ein *„massives Eigeninteresse“* in deren Kommunikationsarbeit konstatiert.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

b) Bereich Journalismus

i) Kommunikationsinhalte

Hintergrundinformationen: Hinsichtlich inhaltlicher Schwerpunkte ihrer Arbeit auf EU-Ebene betonen Korrespondent*innen vor allem das Interesse zur Vermittlung von Hintergrundinformation statt Ereignisberichterstattung zur Europäischen Kommission. Ereignisse einzuordnen und das größere Bild zu erklären, den Kontext aufzurollen und dabei nicht viel voraussetzen zu können, wird häufig als Interesse bei der Vermittlung von Inhalten zur Europäischen Kommission deklariert. Einsicht hinter geschlossene Türen zu erhalten, um zu verstehen, in welche Richtung Entscheidungen gehen, sei dafür notwendig und werde vor allem über persönliche Kontakte möglich. Das wird auch von der Seite der Beamt*innen bestätigt: Nicht nur On-the-record-Kommentare, sondern vor allem eine politische Einordnung und die Beschreibung (künftiger) politischer Entwicklungen wird von den Journalist*innen bei den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und bei den Pressesprecher*innen eingefordert. Dabei wird auch zugegeben, dass in den Hintergrundgesprächen mitunter auch spezifische Informationen vermittelt werden, die nicht öffentlich deklariert werden, wenn sich Journalist*innen ein Vertrauensverhältnis zur Europäischen Kommission aufbauen. Speziell in Hinblick auf die Informationsinteressen der österreichischen Journalist*innen wird von einem*r Pressesprecher*in betont, dass einige geschickt seien mit dem Herausfinden von Hintergrundinformationen abseits der offiziellen Kanäle.

„Journalistisches Gespür“: Die Korrespondent*innen formulieren, dass die Relevanz von politischen Kommunikationsinhalten der Europäischen Kommission nicht immer klar erkennbar und beschreibbar sei. Im Prozess des Abwägens und der journalistischen Entscheidungsfindung komme daher oft das „(journalistische) Gespür“ als Motiv für die jeweilige Selektion von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission zum Tragen.

Österreichische Perspektive versus europäische Perspektive: Der Pressesprecher der Wiener Kommissionsvertretung stellt in seiner Analyse zur journalistischen Berichterstattung fest, dass sich österreichische Korrespondent*innen vor allem auf die Österreich-Aspekte fokussieren und Kommunikationsinhalte vorrangig aus dem Österreich-Blickwinkel sehen. Als Beispiel für einen typischen Österreich-Blickwinkel werden von den Beamt*innen der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Europäischen Kommission an unterschiedlichen Stellen der Interviews häufig die Berichterstattungsinteressen zu den Verhandlungen rund um die Freihandelsabkommen mit den USA (TTIP) und Kanada (CETA) genannt, die ihrer Ansicht nach eine starke Einseitigkeit in der Betrachtung vorwiesen. Insgesamt wird die Analyse von den Korrespondent*innen durchaus geteilt und bestätigt, dass von Korrespondent*innen vor allem nationale Interessen in der Berichterstattung betont werden sollen. Aber auch Widerspruch wird in der Gruppe der Korrespondent*innen deutlich: Mitunter heiße Brüssel-Korrespondent*in zu sein, sich auch auf die Seite der Beamt*innen der Europäischen Kommission zu stellen und die sogenannte „europäische" Perspektive einzunehmen. Diese werde vor allem auch durch persönliche Auslandserfahrungen erzeugt. Personen, die einige Zeit im Ausland verbracht haben, erkenne man in der österreichischen Journalist*innenschaft an einer deutlicheren mehrperspektivischen Berichterstattung *(siehe auch Kapitel 10.2.3 – Abschnitt „Auslandsaufenthalte").*

Inhaltliche Interessen der Medienbetriebe: Neben Verkaufszahlen der Printprodukte und ökonomischen Argumenten werden auch inhaltliche Vorgaben der Medienbetriebe wie fixe Verankerungen von Zeitungsteilen zu EU-Inhalten im strukturellen Aufbau des Mediums als inhaltliches Kommunikationsinteresse der Medienbetriebe interpretiert, das die Motive der Journalist*innen beeinflusse.

ii) Merkmale der Kommunikationsakteur*innen

Wissen zur EU: Mangelndes Wissen der Journalist*innen generell zur Politik auf EU-Ebene sowie zur Europäischen Kommission im Speziellen wird von Seiten des Pressesprechers der Wiener Vertretung der Europäischen Kommission kritisiert: Er versteht falsche EU-Berichterstattung nicht als ein absichtliches Interesse an einer Verfälschung von Fakten, sondern stuft Unwissen als hauptsächlichen Grund der Journalist*innen für ihre Auslassungen und Fehler im Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission ein. Auch unter prominenten Journalist*innen und auf journalistischen Leitungsebenen sei ein fehlendes Interesse an der Berücksichtigung von EU-Kenntnissen bei Job-Qualifikationen erkennbar. Von journalistischer Seite kommt in Hinblick auf den Vorwurf mangelnder EU-Kenntnisse keine Selbstkritik – außer der Verweis auf mitunter (zu) große Oberflächlichkeit bei der EU-Berichterstattung. *[Anmerkung: Die Aussagen der Journalist*innen österreichischer*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Printmedien im Rahmen der Online-Befragung haben hierzu konträre Ergebnisse gebracht. Siehe Kapitel 10.3.3 – Abschnitt „EU-Wissen“]

Journalistisches Berufsbild: Von den Korrespondent*innen wird sehr deutlich das Interesse geäußert, als Vermittler*innen zwischen der Europäischen Kommission in Brüssel und den Redaktionen in Österreich tätig zu sein. Die Vermittlung von Einschätzungen der Vorgänge auf EU-Ebene wird von Seiten der Korrespondent*innen als wesentliches journalistisches Interesse beschrieben. Etliche Aussagen der Korrespondent*innen in Hinblick auf ihre persönlichen Interessen bezüglich journalistischer Schwerpunktsetzungen beziehen sich auch auf Kritikfunktionen und die eigene kritische Distanz. Nicht nur auf die bloße Informationsweitergabe wird verwiesen, sondern auch auf kritische Einordnung. Diesbezüglich wird die eigene Herkunftsredaktion von Korrespondent*innen-Seite auch als hilfreiches Korrektiv genützt, um sich nicht allzu stark von der „Brussels Bubble“ beeinflussen zu lassen. Für eine weitere Person aus dem Kreis der Korrespondent*innen wird die eigene Rolle als Journalist*in auch als „Triebfaktor“ für ein Voranbringen von politischen Lösungsvorschlägen auf EU-Ebene beschrieben. *[Anmerkung: Als Ergänzung dazu hat die Online-Befragung auch die Interessen der Journalist*innen österreichischer Printmedien erhoben. Siehe Kapitel 10.2.3 – „Prioritäten in der journalistischen Berichterstattung“]*
Aus den Aussagen der Korrespondent*innen wird deutlich, dass sich diese immer wieder explizit vom Anschein der Nähe zur Europäischen Kommission distanzieren. Zum einen wird gegen das generelle Vorurteil der EU-Freundlichkeit der EU-Korrespondent*innen angekämpft. Andererseits werden aber auch positive Bilder von der Europäischen Kommission gezeichnet und das Interesse angesprochen, diese auch kommunikativ nach Österreich zu transportieren. Der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien bescheinigt manchen Journalist*innen österreichischer Medien wiederum das persönliche Interesse, bei der journalistischen Analyse die Ursache von Problemen nach Brüssel zu schieben. Von einem*r anderen Beamt*in werden Journalist*innen generell mitunter auch als zu unkritisch der Europäischen Kommission gegenüber bezeichnet.

iii) Kommunikationsstile

„Journalistische Rudelbildung“: Im Spokesperson‘s Service passiert es immer wieder, dass sich Journalist*innen für gemeinsame Kommunikationsanfragen organisieren. Als „Rudelbildung“

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wird von einem*r Pressesprecher*in ein mitunter geschlossener nationalitätenzentrierter und manchmal auch nationalitätenübergreifender Auftritt beschrieben, um mit dem Spokesperson‘s Service in Kommunikation zu treten. Auch von Korrespondent*innenseite wird das Interesse zur kommunikativen Vernetzung mit nicht-österreichischen Journalist*innen auf EU-Ebene genannt, um transnationales Wissen und mitunter unterschiedliche länderzentrierte Informationen der Europäischen Kommission in die eigene Berichterstattung einfließen zu lassen.

Sprache: Das Interesse der Journalist*innen, in der eigenen Sprache kommunizieren zu können, wird von Seiten der Pressesprecher*innen betont. Aus diesem Motiv heraus werden von Journalist*innen mitunter auch vorrangig Pressesprecher*innen derselben Herkunft oder Sprachfamilie kontaktiert.

3.) Verstärker

Von den Korrespondent*innen werden spezifische Merkmale einer Aufbereitung der Kommunikationsinhalte durch die Beamt*innen der Europäischen Kommission häufig als Verstärker für die eigene Berichterstattung benannt, was als Zeichen für die Wirksamkeit institutioneller Kommunikationsarbeit gedeutet werden kann. Hierzu werden speziell regionalisierte Inhalte der Europäischen Kommission als unterstützende Faktoren für eine Medienpublikation betrachtet. Darüber hinaus spielen Social Media-Kanäle der Europäischen Kommission eine relevante Rolle für die Korrespondent*innen. Auch andere Quellen außerhalb der Europäischen Kommission wie die Berichterstattung von Konkurrenzmedien verstärken laut der Aussagen der Korrespondent*innen eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission.

Bei den Beamt*innen werden vor allem Journalist*innen und der journalistische Nachrichtenwert von Inhalten der Europäischen Kommission als relevante Faktoren für eine Veröffentlichung entziffert. Häufig werden gesellschaftlichen und politischen Einflussfaktoren, der Struktur und Organisation der Europäischen Kommission und den Kommissar*innen Relevanz zugeschrieben, die Veröffentlichungen zur Europäischen Kommission möglich machen. Arbeitsstile, die Journalist*innen entgegenkommen, und die Anpassung des Inhalts an die jeweiligen journalistischen Selektionskriterien werden außerdem als wesentlich für eine Veröffentlichung eingeschätzt, was wiederum die Rolle der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Journalist*innen als Gatekeeper im Nachrichtenproduktionsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission betont. Ebenso wie die Journalist*innen messen auch die Beamt*innen anderen Quellen außerhalb der Europäischen Kommission Bedeutung für die Veröffentlichung von Inhalten zur Europäischen Kommission zu.

Als verstärkende Faktoren für eine Veröffentlichung werden individuelle Eigenschaften der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission und des Journalismus insgesamt selten genannt. Die Vertretung der Europäischen Kommission im Bereich der Verstärker für die Publikation von Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission wird nur vom Pressesprecher der Vertretung in Wien erwähnt.

a) Europäische Kommission

Struktur und Organisation der Europäischen Kommission: Als ein Argument für die Erwähnung der Europäischen Kommission in den Medien dient das Gewicht der Europäischen Kommission im europäischen Mehrebenensystem und die Funktion der Europäischen Kommission als Kommunikationsorgan für die EU als Ganzes. Auch aufgrund der Regelmäßigkeit ihrer Kommunikationsinitiativen verstärke die Europäische Kommission mediale Berichterstattung, wird angemerkt. Dass sie von den Journalist*innen als politikgestaltende Institution anerkannt wird, würden vor allem Berichte über die Kollegiums-Sitzungen zeigen, wird als Erklärung angeführt. Dieser Aussage wird jedoch zugleich sowohl von Korrespondent*innen- als auch von Pressesprecher*innen-Seite widersprochen, welche die Europäische Kommission im Alltag der EU-Politik insgesamt als wenig bedeutsam einstufen und ihr aufgrund ihrer politischen Rolle allein keine Verstärkungsfunktion zumessen.

Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission: Ob eine Nachricht schlussendlich im Printprodukt zu lesen ist, hänge unter anderem von der Kompetenz des*r Pressesprecher*in ab und seinen*ihren Fähigkeiten, die Inhalte zu verpacken. Verstärkt werde eine Veröffentlichung zur Europäischen Kommission auch, wenn es von den Sprecher*innen aktive Hinweise für Journalist*innen gibt, um sich im Dickicht der Informationen zurechtzufinden und die Relevanz der Nachricht zu erkennen. Diese Tatsache deutet auf die Möglichkeit einer Einflussnahme durch professionelle Pressesprecher*innen und Kommunikationsverantwortliche der Europäischen Kommission hin. In der Praxis spielen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

dabei berufliche Vorerfahrungen der Beamt*innen im Kommunikationsbereich innerhalb und außerhalb der Europäischen Kommission eine fördernde Rolle.

Die Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird von ihrem Pressesprecher als Verstärkerin der Kommunikation zu Journalist*innen betrachtet – vor allem durch ihre Schnelligkeit und Flexibilität. Am Beispiel der halbjährlichen Präsentationen der Ergebnisse des Standard-Eurobarometers im österreichischen Vertretungsbüro in Wien, das häufig sehr prominent in den österreichischen Medien wiedergegeben werde, macht der Pressesprecher die Wirkung der Arbeit der Vertretung deutlich.

Was die Brüssel-Ebene betrifft, so spielen aus der Sicht der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und der Pressesprecher*innen Persönlichkeit und Bekanntheit der Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission für Journalist*innen eine große Rolle. Vor allem den Kommissar*innen bescheinigt man, dass sie in ihren eigenen Herkunftsländern eine wichtige Kommunikationsfunktion für die Europäische Kommission einnehmen, damit Botschaften leichter an die Bevölkerung durchkommen können. Von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen werden vor allem individuelle persönliche Eigenschaften der Kommissar*innen wie Erreichbarkeit für Journalist*innen, Offenheit für deren Fragen und die Bereitschaft, den eigenen Entscheidungen ein Gesicht zu geben, als Erfolgsfaktoren für die mediale Inhaltsvermittlung hervorgestrichen. Damit verbunden sei auch eine generelle Bereitschaft zu Authentizität und zu Konflikt, der von einem*r Pressesprecher*in als förderndes Element für eine Medienberichterstattung identifiziert wird.

Kommunikationsinstrumente: Einig sind sich Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen und Pressesprecher*innen, dass regelmäßige Treffen mit den Journalist*innen in Form von Background Briefings ein wesentliches Element für eine Medienveröffentlichung sind. Auch Interviews mit Kommissar*innen werden häufig genannt. Neben den traditionellen schriftlichen Presseaussendungen, die in allen offiziellen EU-Sprachen veröffentlicht werden, wird unter den befragten Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen zum Teil auch zielgruppenabhängige Social Media-Arbeit als ein Instrument angesehen, das es Inhalten erleichtere, medial publiziert zu werden. Authentizität, Gefühle und persönliche Merkmale der Kommissar*innen via Social Media würden eine Berichterstattung – vor allem der Korrespondent*innen – fördern. Es wird

10.15772/ANDRASSY.2021.001

beobachtet, dass Journalist*innen in bedeutendem Ausmaß Inhalte und Links auf Social Media als Quelle von Hinweisen für weitere Recherchen verwenden und daraufhin mehr Informationen von der Europäischen Kommission einfordern. Journalist*innen würden aber auch bloß Zitate aus Tweets in die Printmedien-Berichterstattung übernehmen, ohne dass zusätzliche Interaktionen mit der Europäischen Kommission zustande kommen. Die befragten Pressesprecher*innen sehen die Wirkung von Social Media-Arbeit differenzierter und zeigen sich in der Frage uneinig mit den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen: Social Media sei ein wichtiges Instrument zur Verbreitung und Regionalisierung von Themen, zur Aufnahme von Diskussionen, um Aufmerksamkeit zu lenken und auch ein Kommunikationsmittel, um Botschaften zu verstärken. Die Wirkung von Social Media als Verstärker von Inhalten zur Europäischen Kommission wird von den befragten Pressesprecher*innen aber in Frage gestellt.

Kommunikationsinhalte: Sowohl die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen als auch die Pressesprecher*innen können spezifische Themen erkennen, die es von vornherein leichter haben, veröffentlicht zu werden. Wird Kommunikation der Europäischen Kommission an österreichische Persönlichkeiten oder an in Österreich häufig debattierte Themen angeknüpft, erhöhe sich die Wahrscheinlichkeit der Veröffentlichung. Die Beamt*innen der Europäischen Kommission erwähnen hierzu: Freihandel, Globalisierungsthemen, Türkei, Ernährung und Gentechnik, Wasser, Atomenergie, Social Media, Datenschutz und Online-Hatespeech (weil sich der in Österreich bekannte Datenschutz-Aktivist Maximilian Schrems mit seiner Klage gegen Facebook dazu ein Thema geebnet habe, auf welches medial gerne aufgesprungen werde). Außerdem werden Themenbereiche genannt, die sich auf Geld und Macht, große Konzerne, eine rasche Implementation politischer Initiativen und konkrete, sichtbare Auswirkungen auf die Bürger*innen sowie illegales Verhalten beziehen.

Generell werden kontroverse Inhalte als deutlich leichter vermittelbar beschrieben, wenn verschiedene Interessen aufeinandertreffen wie rechtsstaatliche Auseinandersetzungen, ein Streit der Europäischen Kommission mit einer Regierung oder einem Unternehmen. Das treffe auch auf die typischen „europäischen“ Krisen zu. Aber auch eindeutig positive Berichte wie Wahlen, die europafreundlich ausgegangen sind, oder eine pro-europäische Rede vom französischen Präsidenten Emmanuel Macron zeigen, dass auch europafreundliche Berichte

10.15772/ANDRASSY.2021.001

verstärkt in den Medien abgebildet werden und Negativität keinesfalls immer eine relevante Kategorie sei. *[Anmerkung: Dieser Aspekt wird auch in den Antworten der Journalist*innen österreichischer Printmedien als Verstärker genannt – siehe Kapitel 10.2.3.]*

Nationalisierung und Regionalisierung: Nicht eine zentrale Botschaft, sondern Sensibilität für jedes einzelne EU-Land und das Verstehen von Nuancen – vor allem zwischen kleinen und großen sowie zwischen östlichen und westlichen Ländern – werden als eine wesentliche Komponente für eine mediale Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrachtet. Nationalisierung als hilfreiche Strategie zur Verankerung von Informationen in den Medien bemerke man auch, wenn sich die Europäische Kommission gegen ein einzelnes oder mehrere EU-Mitglied(er) wendet: Am Beispiel staatlicher Beihilfen einzelner Länder für große Konzerne wird illustriert, dass das Vorgehen der Europäischen Kommission in diesem Zusammenhang in der Berichterstattung der Medien von anderen EU-Ländern gerne aufgenommen werde.

Bürger*innen-Nähe und Journalist*innen-Orientierung: Emotionale Komponenten wie die Darstellung von Sachverhalten aus einer persönlichen Perspektive, empathische Kommunikation mit Journalist*innen oder konkrete Beispielfindung aus den Herkunftsländern der Journalist*innen werden als wesentliche Elemente dargestellt, um eine Berichterstattung zu fördern. Auch Transparenz wird als förderliches Element hervorgestrichen. *[Anmerkung: Die letzten beiden Aspekte werden auch von Journalist*innen österreichischer Printmedien explizit als Verstärker genannt – siehe Kapitel 10.2.3.]*

b) Journalismus

Struktur und Organisation im Journalismus: Korrespondent*innenbüros und die Installation eines spezifischen Europa-Ressorts in einer Redaktion verstärke die Berichterstattung zur Europäischen Kommission, beobachtet sowohl der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien als auch ein*e Korrespondent*in: Wenn es spezielle Seiten gibt, die zu befüllen sind, sei die Redaktion verpflichtet, regelmäßig Informationen zur EU zu sammeln, was eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission verstärke. Außerdem vereinfache eine redaktionelle Institutionalisierung das Zusammenspiel mit den Kolleg*innen, die in der Redaktion auf Europa- und EU-Themen spezialisiert sind, und eine Berichterstattung aus Brüssel.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsakteur*innen des Journalismus: Wenn Journalist*innen es schaffen, sowohl die sogenannte „europäische Perspektive“ als auch österreichische nationale Belange gleichzeitig in ihre Betrachtungsweise einzufügen, dann vergrößere diese Fähigkeit die Wahrscheinlichkeit, dass Berichterstattung zur Europäischen Kommission auch veröffentlicht werde. Diese Auffassung wird sowohl von der Seite der Pressesprecher*innen als auch von einem*r Korrespondent*in geteilt. Ein „Gleichzeitig-Denken von Innen- und Europa-Politik“, aber auch die Unterstützung wichtiger Akteur*innen in der Redaktion wie Ressortleiter*in und Chefredakteur*in, die ein Interesse an der Berichterstattung aus Brüssel haben, werden als wesentlich festgestellt. Von den Beamt*innen der Europäischen Kommission werden vor allem die Korrespondent*innen als wesentliche Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission angesehen.

Auch individuelle Eigenschaften von Journalist*innen werden genannt: Sprachkenntnisse, Auslandserfahrungen, Wissen zur Europäischen Union, ein Verständnis des institutionellen Gefüges der Europäischen Kommission und des EU-Legislativprozesses, Kompetenz im Umgang mit großen Zahlen.

Kommunikationsinhalte: Neben Hintergrundinformationen, die an unterschiedlichen Stellen der Interviews als relevante Faktoren für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission betrachtet werden, spielen aus inhaltlicher Perspektive auch österreichische Interessen und die eigene nationale Betroffenheit eine große Rolle. Dies wird sowohl von den Beamt*innen als auch von der Mehrheit der Korrespondent*innen an vielfachen Stellen der Interviews konstatiert. Auf die Darstellung, inwieweit Geschehnisse auf europäischer Ebene österreichische Medienkonsument*innen interessieren und betreffen, werde in den österreichischen Redaktionen besonders geachtet. Die Relevanz nationaler politischer Akteur*innen im Vergleich zur transnationalen Institution der Europäischen Kommission wird betont.

Kommunikationsinhalte der Europäischen Kommission, welche die Vorrangstellung Österreichs im Vergleich zu anderen EU-Mitgliedsländern – vor allem zu Deutschland – betonen, seien ein wichtiger Katalysator für eine Berichterstattung. Andererseits werde aber auch über die Europäische Kommission berichtet, wenn diese in einem innerösterreichischen Konflikt Stellung bezieht. Hier wird speziell betont, dass sich Medienberichterstattung in

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Österreich verstärke, wenn die Europäische Kommission nicht auf der Seite der Regierung steht, sondern den Bürger*innen Recht gibt.
Zusätzlich werden noch folgende inhaltliche Verstärker für eine Erwähnung der Europäischen Kommission in den österreichischen Medien genannt: Die Ableitung klarer Vorteile und deren konkrete örtliche Zuordnungen, greifbare Geschichten, genaue Zahlen, konkret beschreibbare Vorgänge, EU-Gipfel gepaart mit Personalisierung von europäischen Themen, Konflikt und andere Nachrichtenwerte wie Wiederholung und Negativität.

c) Externes

Gesellschaftlicher und politischer Kontext: Die Befragten konstatieren, dass das gesellschaftliche Interesse an EU-Berichterstattung insgesamt zugenommen habe, was auch die Durchdringung von Themen zur Europäischen Kommission fördere. Eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission werde darüber hinaus noch weiter forciert, wenn das jeweilige Thema Anknüpfungspunkte an ein gesellschaftliches oder politisches „Großthema" beinhaltet. Am Beispiel des Handelsabkommens TTIP zwischen der EU und den USA sowie der Wahl von Donald Trump zum amerikanischen Präsidenten wird von mehreren Seiten illustriert, dass internationale Entwicklungen als Verstärker für gewünschte Berichterstattung zu Inhalten der Europäischen Kommission dienen und diesen zusätzlich auch inhaltlich eine Wende verleihen können.
Der Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien beobachtet auch eine verstärkte Berichterstattung über die Europäische Kommission, wenn österreichische Politiker*innen auf Konfrontation mit der Europäischen Kommission gehen und diesbezüglich an alte, immer wiederkehrende Themen anknüpfen.

Andere Akteur*innen: Sowohl die Pressesprecher*innen als auch die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen sehen Quellen, die außerhalb der EU-Institutionen liegen, als wichtige Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission: NGOs, Wirtschaftsbetriebe, Think Tanks, Konsument*innenschützer*innen, Anwält*innen oder Expert*innen.
Eine Berichterstattung über die Europäische Kommission habe ihre Ursprünge oft außerhalb der Kommission, bemerkt der Pressesprecher der Kommissionsvertretung in Wien. Vor allem nationalen Akteur*innen gelinge es häufig, Themen der Europäischen Kommission via Medien

10.15772/ANDRASSY.2021.001

publik zu machen. Auch stoßen Journalist*innen im Rahmen eigener Recherchen zu ausgewählten Themen auf die Europäische Kommission, indem sie mit NGOs oder Think Tanks sprechen. Einige Beispiele zeigen, dass auch die Europäische Kommission für ihre Kommunikationsarbeit explizit auf externe Quellen zurückgreift, um ihre Inhalte in den Medien zu verankern. Es werden dabei Tipps an Journalist*innen gegeben, externe Quellen zu interviewen, von denen ein positives Zitat zu einem Thema der Europäischen Kommission zu erwarten ist.

Medienberichterstattung: Als Verstärker für mediale Berichterstattung zur Europäischen Kommission werden zum einen Nachrichtenagenturen und zum anderen auch Konkurrenzmedien identifiziert. Die Pressesprecher*innen erkennen auch inhaltliche Verbindungen und ein Zusammenspiel zwischen dem Journalismus in Deutschland und jenem in Österreich. Auch in Qualitätszeitungen kann man erkennen, dass österreichische Journalist*innen häufig von deutschen Medien Inhalte übernehmen. Unter den österreichischen Medien wird vor allem die *Kronen Zeitung* genannt, welche mitunter auch eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission in anderen Zeitungen forciere.
Die Kommunikationsinhalte der Europäischen Kommission werden wiederum mitunter auch an die nationale Medienberichterstattung angepasst, um durch diese Regionalisierung von Inhalten eine mediale Berichterstattung zu erhalten.

4.) Hindernisse

Die Korrespondent*innen benennen häufig die Struktur und Organisation der Europäischen Kommission sowie die Darstellung ihrer Inhalte als Hindernis für eine Veröffentlichung von Nachrichten zur Europäischen Kommission. Weitere Faktoren, die von diesen häufig als hinderlich aufgezählt werden, sind allgemeine gesellschaftliche und politische Umstände sowie Gründe, die im Mediensystem und bei persönlichen Eigenschaften der Journalist*innen bzw. im journalistischen Arbeitsstil zu finden sind.
Von den Beamt*innen der Europäischen Kommission werden mengenmäßig vor allem gesellschaftliche und politische Gründe sowie Ursachen in den Medien festgestellt, die eine Publikation einer Nachricht zur Europäischen Kommission erschweren. Genauso wie die Korrespondent*innen erkennen sie Hindernisse sowohl in der eigenen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsarbeit, in der Struktur und Organisation der Europäischen Kommission sowie im Berufsfeld des Journalismus – auch hier wird vor allem der journalistische Arbeitsstil mit seinen Selektionsentscheidungen hervorgestrichen. Auch die Beschaffenheit des EU-Mehrebenensystems ist eine häufig benannte Ursache, die aus Sicht der Beamt*innen Veröffentlichungen zur Europäischen Kommission be- bzw. verhindere. Kommunikationsinhalte der Europäischen Kommission sowie spezifische Eigenschaften der Journalist*innen bzw. der Beamt*innen der Europäischen Kommission werden hingegen in einem weniger häufigen Ausmaß genannt.

a) Europäische Kommission

Struktur und Organisation der Europäischen Kommission: An der neuen Struktur der externen Kommunikation unter Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker wird sowohl von den Korrespondent*innen als auch von einigen Beamt*innen Kritik geäußert, weil sie den Bedürfnissen der Journalist*innen nicht entgegenkomme: Da Journalist*innen von Pressesprecher*innen zwar Originaltöne, aber mitunter auch zu wenig an Hintergrundinformation erhalten, kontaktieren sie häufig die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen. Diese sind nur dann befugt, in Originalton mit den Journalist*innen zu sprechen, wenn sie eine Genehmigung von den Pressesprecher*innen erhalten. Mitunter werden die Vorgaben aber nicht ganz so streng eingehalten.

Eine zu starke Institutionalisierung der Kommunikationsarbeit, die sich auf zu geringe Schnelligkeit und verminderte Reaktionsfähigkeit auswirkt, wird vor allem von den Kommunikationsverantwortlichen als Hindernis für eine Berichterstattung genannt: Vor allem in Zeiten von Krisenkommunikation stören lange Befehlsketten innerhalb des institutionellen Gefüges. Sehr häufig werden fehlende finanzielle Ressourcen, mangelndes Personal und Zeitdruck als Hindernisse für eine aus der Sicht der Europäischen Kommission erfolgreiche Kommunikationsarbeit bezeichnet. Speziell auch für Belange der Regionalisierung fehle es an Personalressourcen und Technologien, um speziell auch Regionalzeitungen erreichen zu können, die keine Korrespondent*innen in Brüssel stationiert haben.

Davon ist vor allem auch die Vertretung in Wien betroffen, wo fehlende finanzielle und personelle Möglichkeiten für eine breitere Kommunikationsarbeit bemängelt werden. Was die Vertretungen allgemein betrifft, werden die Komplexität der Aufgabenausgestaltung und

10.15772/ANDRASSY.2021.001

die unklare Rolle der Vertretungen in Kommunikationsbelangen angeführt, wobei auf Unterschiede zwischen den einzelnen Vertretungen hingewiesen wird. Auch selbstkritische Kommentare gegenüber der eigenen Rolle als Kommunikationsverantwortliche*r im Headquarter der Europäischen Kommission in Brüssel werden geäußert und mehr Sensibilität für die Bedürfnisse der Vertretungen eingefordert. Speziell die Abhängigkeit der Vertretungen von den Pressesprecher*innen im Headquarter in Brüssel und die mitunter unklaren Qualifikationsvorgaben für Pressesprecher*innen in den Vertretungen werden als Erschwernis bezeichnet.

Die Europäische Kommission trägt von ihrer rechtlichen Verfasstheit her auch die Verantwortung für die Kommunikation von EU-Politik auf der vergemeinschafteten europäischen Ebene, nicht aber in den Mitgliedstaaten der EU. Dieses Faktum wird vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien als Hindernis für die Kommunikation der Europäischen Kommission in den Vertretungen identifiziert, weil dadurch die Ressourcen für Kommunikation auf nationalstaatlicher Ebene eingeschränkt seien. Darüber hinaus werden die Komplexität der Inhalte und die geografische Distanz als generell erschwerend für die Kommunikationsarbeit der Vertretungen dargestellt.

Zusätzlich werden noch die fehlende politische Macht einer nationalen Regierung, fehlender Wettstreit von Parteien oder zwischen Kommissar*innen, die Langfristigkeit und Langsamkeit von politischen Prozessen auf EU-Ebene bzw. die enorme Vielzahl an Themen als Behinderungen für das Durchdringen von Inhalten zur Europäischen Kommission in der europäischen Medienlandschaft identifiziert.

Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission: Die geringe Anzahl an Persönlichkeiten, die sich medial eignen würden, um Inhalte der Europäischen Kommission zu transportieren, wird von den Korrespondent*innen als Hindernis für eine Berichterstattung dargestellt. Auch der geringe Bekanntheitsgrad der Kommissar*innen und Sprachbarrieren werden als Ursachen angeführt, weshalb Nachrichten zur Europäischen Kommission nicht publiziert werden.

Hürden, die mangelnde Schnittstellen mit den Journalist*innen verursachen, werden von den befragten Kommunikationsverantwortlichen und Pressesprecher*innen vor allem bei den Beamt*innen in der Europäischen Kommission gesehen, die mitunter keine Spezialist*innen für Kommunikation sind. Auch interne Dynamiken werden benannt, die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsarbeit mitunter behindern: Dabei sei die Furcht vor beruflichen Misserfolgen ein Hindernis, um Kommunikationsarbeit zu betreiben. Der spezifische Medienkonsum der Beamt*innen in der Europäischen Kommission, der sich stark auf die *Financial Times*, ausgewählte große (meist englische) Qualitätszeitungen und die Vorauswahl des internen Pressebriefings der Europäischen Kommission bezieht, wird von einem*r Kommunikationsverantwortlichen als Hürde für eine regionalisierte und vielseitige Kommunikationsarbeit betrachtet.

Kommunikationsinhalte: Aus der Sicht des Pressesprechers der Kommissionsvertretung in Wien sind einige spezifische Themen der Europäischen Kommission aufgrund der Komplexität von EU-Politik und vielfacher Ausnahmen von Regelungen mitunter schlecht in die Medien transportierbar. Darüber hinaus gelte es für die journalistische Berichterstattung auf EU-Ebene, stets die historische Entwicklung von Themen und Kompetenzen der Institutionen mitzudenken, die eine große Rolle bei der Analyse politischer Gegebenheiten und Entscheidungen spiele und die mediale Kommunikation erschwere.
Um Geschichten an das Nationale/Regionale anzupassen, fehle der Europäischen Kommission ein Vorverständnis, wird von Beamt*innen festgestellt. Außerdem widerspreche ein solches Vorgehen dem eigentlichen Anliegen der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission, die gesamteuropäische Perspektive zu festigen. Da gewisse Botschaften sehr unterschiedliche Bedeutungen in den einzelnen EU-Ländern entfalten können, berge eine Regionalisierung von Inhalten mitunter auch eine Gefahr für die Europäische Kommission in sich: Journalist*innen aus anderen Ländern erhalten dadurch Impulse, um gewissen Themen mehr Relevanz und Publizität zu verleihen, was von der Europäischen Kommission nicht gewollt ist.
Eine weitere Schwierigkeit für die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission wird in der von den Beamt*innen bevorzugten Faktenvermittlung gesehen. Dieser Befund wird vor allem als Hindernis für die Arbeit mit Boulevard-Medien deklariert.

Kommunikationsinstrumente: Sowohl von den Korrespondent*innen als auch von Beamt*innen wird konstatiert, dass die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission großen Medien aus größeren Ländern mehr Beachtung schenke. Eine selektive Auswahl von

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Medien für die Weitergabe von Informationen erschwere es Journalist*innen aus kleinen Ländern wie Österreich, an Informationen zu kommen.
Da die österreichischen Medien untereinander in Konkurrenz stehen und daher Exklusivität bevorzugen, werden Hintergrundgespräche nur für österreichische Journalist*innen oft als Hürde für eine Veröffentlichung von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission gesehen.

Kommunikationsstil: Was den Kommunikationsstil der Europäischen Kommission nach außen betrifft, so wird von den Beamt*innen festgestellt, dass die Frage nach dem „Wie" der Kommunikation in den Hintergrund rückt und die Substanz mitunter zu stark in den Vordergrund gestellt wird. Korrespondent*innen erwähnen zudem auch eine mitunter mangelhafte Aufbereitung von Kommunikationsinhalten. Als weitere Probleme werden falsches Timing und Zögerlichkeit in der Kommunikation genannt.
An mehreren Stellen der Befragungen werden Sprache, Euro-Jargon, zu geringer Klartext und zu viel Spin als hinderlich für eine Kommunikation zu Inhalten der Europäischen Kommission befunden. Sprache ist auch ein hinderliches Kriterium bei der Vermittlung von Kommunikationsinhalten an audiovisuelle Medien: Während die Beamt*innen der Europäischen Kommission in den meisten Fällen mit Journalist*innen aus Printmedien zu tun haben, stellen vor allem die Pressesprecher*innen ein Defizit der Europäischen Kommission bei der Kommunikation mit Journalist*innen aus Fernsehen und Radio fest. Neben einem Mangel an Bildern werden hier auch Sprachbarrieren als Hindernisse genannt.

b) Journalismus

Struktur und Organisation im Journalismus: Sowohl Korrespondent*innen als auch Beamt*innen der Europäischen Kommission identifizieren die Redaktionskonferenzen der Redaktionen als wesentliche Gatekeeper für Nachrichten zur Europäischen Kommission. Durch die örtliche Distanz sei eine Verteidigung der Geschichten durch die Korrespondent*innen aus Brüssel und die Vermittlung der dahinterliegenden Erzählung am Redaktionstisch in Österreich nicht möglich. Auch wenn die EU-Berichterstattung nicht eigenständig, sondern nur ein Teil des Auslands- oder Politikressorts ist, werden Inhalte zur Europäischen Kommission mitunter eher beiseite gelassen. Von einigen Korrespondent*innen wird in diesem Zusammenhang auch fehlender Platz im Printprodukt bemängelt, was

10.15772/ANDRASSY.2021.001

wiederum in Zusammenhang mit einer Nichtbeachtung oder Geringschätzung von EU-Themen in der Heimatredaktion stehe. Auch ökonomische Perspektiven auf das jeweilige Medienprodukt und das Ziel der Erreichung möglichst vieler Inserate und hoher Verkaufszahlen werden für Inhalte zur Europäischen Kommission als erschwerend dargestellt. Durch die ökonomische Krise am Zeitungsmarkt seien insgesamt viele Journalist*innen unter Druck gekommen. Die Abhängigkeit von Presseförderung und politischer Werbung in den EU-Ländern zeige sich der Europäischen Kommission indirekt auch durch eine gewisse Berichterstattung zur Europäischen Kommission im Sinne der jeweiligen Regierungen.

Kommunikationsakteur*innen des Journalismus: Einerseits werden Brüssel-Korrespondent*innen als Verstärker für die Vermittlung von Inhalten zur Europäischen Kommission betrachtet. Andererseits werden sie von den Beamt*innen der Europäischen Kommission mitunter auch als „zusätzlicher Filter“ bezeichnet, der überwunden werden müsse, um eine mediale Veröffentlichung zu erreichen. Außerdem wird den Brüsseler Korrespondent*innen eine eher schwache Rolle innerhalb ihrer Redaktionen zugeschrieben, was eine Durchlässigkeit der Inhalte der Europäischen Kommission für eine Publikation deutlich erschwere. Oft ist auch von Überforderung der Korrespondent*innen die Rede, die eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission behindere: Überbelastung, unterbesetzte Redaktionsbüros, Kompliziertheit crossmedialer Arbeit, Zeitmangel, Vorgaben der Medienherausgeber*innen, kaum Freiheit, das Thema für die Berichterstattung selbst auszusuchen, Druck, um Storys zu finden, die sich zu Hause durchsetzen, werden als Gründe dafür genannt. Auch Kürzungen von Redaktionen und damit verbundene Konsequenzen für die Korrespondent*innen bzw. Auflösungen von Korrespondent*innen-Büros in Brüssel werden als hinderlich attestiert.

Sowohl von den Korrespondent*innen als auch vom Pressesprecher der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien wird das Verständnis politischer Entwicklungen auf EU-Ebene durch die Journalist*innen als eine wesentliche Vorbedingung für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission genannt. Vom Pressesprecher der Kommissionsvertretung werden auch Spins und Faktenverdrehungen von anderen gesellschaftlichen Akteur*innen als erschwerend für journalistische Berichterstattung zur Europäischen Kommission gesehen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Aus Korrespondent*innensicht werden kulturelle und sprachliche Barrieren erkannt, die Journalist*innen in den Herkunftsredaktionen daran hindern, mit Akteur*innen außerhalb Österreichs in Kontakt zu treten. Es wird hier von einer generellen Berührungsangst österreichischer Journalist*innen gegenüber transnationalen und internationalen Institutionen gesprochen.

Kommunikationsinhalte: Die Dominanz der österreichischen *Kronen Zeitung* wird sowohl von einzelnen Pressesprecher*innen als auch von Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen hervorgestrichen, die ein Durchkommen von spezifischen Inhalten der Europäischen Kommission im gesamten österreichischen Medienspektrum erschwere. Als Beispiel wird auch hier wiederum die mediale Debatte im Rahmen der Verhandlungen der Freihandelsabkommen mit den USA (TTIP) und Kanada (CETA) angegeben. Fehlende Kontaktaufnahmen und mangelnde Fragen der österreichischen Journalist*innen werden in diesem Zusammenhang als Hindernis für eine Veröffentlichung der Perspektiven der Europäischen Kommission rund um das Thema Freihandel benannt.
Was die Prioritäten der Journalist*innen bei der Auswahl von Inhalten betrifft, werden Schwierigkeiten auf der Suche nach einem Anker festgestellt, mit dem man Inhalte zur Europäischen Kommission verknüpfen könne: Nationale Interessen der Journalist*innen und österreichspezifische Vorlieben in der Berichterstattung der Redaktionen sowie die von der Europäischen Kommission häufig gegenübergestellte „gesamteuropäische“ Perspektive werden als auseinanderklaffende Gegenpole und Hindernisse für die Berichterstattung bezeichnet. Wenn das eigene Land nicht betroffen sei, dann nütze für eine mediale Berichterstattung auch keine zusätzliche Kommunikationsanstrengung der Europäischen Kommission, wird von Beamt*innen der Europäischen Kommission festgestellt. Die europäische Perspektive der Europäischen Kommission wird als zu wenig reißerisch und spannend für die Medien beschrieben. Neben Mythen und Missverständnissen beschreiben die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und die Pressesprecher*innen vor allem (nationale) Narrative als Hindernis für eine Vermittlung von allgemeinen bzw. spezifischen Inhalten zur Europäischen Kommission.

Kommunikationsstil: Ein im Vergleich zu den Nationalstaaten längerer Debatten- und Nachrichtenzyklus macht eine längere andauernde Beobachtungszeit erforderlich und wird

10.15772/ANDRASSY.2021.001

aus diesem Grund von Pressesprecher*innenseite als für Journalist*innen hinderlich für eine Nachrichtenproduktion zur Europäischen Kommission betrachtet.

c) Externes

Mehrebenensystem der EU: Viele Eigenschaften des europäischen politischen Mehrebenensystems werden als erschwerend für die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission dargestellt: die lange Dauer von Legislativvorschlägen der Europäischen Kommission bis zur Umsetzung, institutionelle Abhängigkeiten von unterschiedlichen politischen Akteur*innen und Prozessen im Mehrebenensystem der EU sowie das Fehlen einer direkten Wahl des Kommissionspräsidenten. In der Praxis verlaufe ein Großteil der Kommunikation der Europäischen Kommission nach außen außerdem nicht mit Journalist*innen, sondern vorrangig mit anderen EU-Institutionen. Die direkte Kommunikation mit dem*der Bürger*in – auch via Medien – werde daher mitunter nur vorgetäuscht, wird innerhalb der Europäischen Kommission zugegeben.
Die konsensuale Ausrichtung der Kommunikationspolitik der Europäischen Kommission auf regionale und lokale Politiker*innen, die in den nationalen Debatten als tonangebend identifiziert werden, wird außerdem nicht immer als erfolgreiche Strategie zur Durchsetzung eigener Inhalte beschrieben, weil dadurch Konkretheit, Überraschungen und Konflikt fehlen.

Politische und gesellschaftliche Akteur*innen in Österreich: An unterschiedlichen Stellen der Interviews werden Eigenheiten der österreichischen Medienlandschaft, die einflussreiche Stellung der *Kronen Zeitung* und die Rolle einiger gesellschaftlicher oder politischer Akteur*innen in Österreich und deren Allianz-Bildungen genannt. Diese kommen auch im Bereich der Hindernisse für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission explizit und verdichtet zur Sprache.
Der *Kronen Zeitung* wird sowohl von Korrespondent*innen als auch vom Pressesprecher der Wiener Kommissionsvertretung mehr Einfluss als anderen Zeitungen in Österreich zugesprochen, den sie mitunter auch für Kampagnen gegen die Europäische Kommission nütze, wodurch sie ein gewisses österreichweites Meinungsbild zur Europäischen Kommission erzeuge. *[Anmerkung: Die sich von anderen österreichischen Tageszeitungen unterscheidende Berichterstattung der* Kronen Zeitung *zur Europäischen Kommission wird in der Inhaltsanalyse der vorliegenden Arbeit abgebildet – siehe Kapitel 10.1.3.]* Dieser Einfluss stehe auch in engem

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Zusammenhang mit hochrangigen Politiker*innen, welche die Narrative der *Kronen Zeitung* verstärken. Das erschwere ein Durchkommen spezifischer Perspektiven der Europäischen Kommission, die österreichweit mitunter kaum mehr einzubringen seien. Vor allem in Zeiten nationaler Wahlkämpfe beobachten Beamt*innen der Europäischen Kommission Medieninhalte in Österreich, die negative Trends in Hinblick auf die Europäische Kommission verstärken.

Auch die österreichische Öffentlichkeit wird mitunter als Hindernis für die Berichterstattung zur Europäischen Kommission benannt: EU-Skepsis, kein ausgeprägtes Interesse für die Europäische Union, durch Unwissen erschwerte Erklärbarkeit von Themen auf einer transnationalen europäischen Ebene.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

IV CONCLUSIO

11. ZUSAMMENFASSUNG UND IMPLIKATIONEN

11.1 Überblick: Publish or Perish?

Zahlreiche Analysen betrachten politische Kommunikation an Beispielen der politischen Berichterstattung in den Massenmedien. Diesem Impetus folgt auch die vorliegende Arbeit: Unter den Rahmenbedingungen zunehmender wirtschaftlicher Krisen der Medienbetriebe – allen voran der Printmedien (Klotz 2018) – sind die gegenseitigen Verhältnisse zwischen Medien und Politik im transnationalen Raum das zentrale Forschungsinteresse dieser Arbeit: Zunächst wurde die mediale Berichterstattung von Journalist*innen österreichischer Printmedien zu Inhalten der Europäischen Kommission und ihrer zugehörigen Akteur*innen im Rahmen einer Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen unter die Lupe genommen. Wie der Titel der vorliegenden Arbeit „Publish or Perish?“ bereits zeigt, wurden jene Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen analysiert, die es bis zu einer medialen Veröffentlichung geschafft haben. Mit der Wahl der Europäischen Kommission im Zusammenspiel mit dem österreichischen Printjournalismus gibt die Analyse zudem auch einen Einblick in transnationale Verhältnisse und Beziehungen von Journalist*innen österreichischer Medien zu Kommunikationsakteur*innen einer supranationalen politischen Institution und vice versa. Faktoren, welche den Nachrichtenproduktionsprozess beeinflussen – ob, wie und unter welchen Bedingungen politische Kommunikationsinhalte in transnationalen Räumen verhandelt, hervorgebracht oder auch verhindert werden –, wurden aus Sicht der Kommunikator*innen der Europäischen Kommission bzw. des österreichischen Journalismus aufgezeigt. Nach dem Rahmenmodell zur Analyse institutioneller Kommunikation von *Altides* werden sowohl die Intentionen der Kommunikationsakteur*innen als auch die externen Faktoren politischer Kommunikationshandlungen aus akteur*innenzentrierter Perspektive eruiert, welche die gegenseitige Kommunikation beeinflussen (Altides 2009, 78–79). Die Analyse spiegelt zudem

10.15772/ANDRASSY.2021.001

auch die Einflüsse spezifischer kommunikativer Rahmenbedingungen der Europäischen Kommission unter der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker (November 2014 bis November 2019) wider. Die Darstellung von Struktur und Organisation der Kommunikationsarbeit in der Europäischen Kommission und deren Auswirkungen auf die Kommunikation mit Journalist*innen dienen somit auch als zeitgeschichtliche Beschreibung der institutionellen politischen Kommunikation der Europäischen Kommission in der Amtsperiode von Jean-Claude Juncker aus der Sicht der Beamt*innen und Journalist*innen.

Die Ergebnisse der vorliegenden empirischen Analyseschritte (Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen, Online-Befragung von Journalist*innen österreichischer Printmedien, Face-to-face-Befragungen von Beamt*innen der Europäischen Kommission aus dem Bereich der Kommunikation und von Brüssel-Korrespondent*innen österreichischer Medien in Form von Leitfaden-Interviews) liefern zahlreiche Anknüpfungspunkte, um das Thema sowohl aus theoretischer als auch aus empirischer Perspektive künftig noch detaillierter fassen zu können. Auffälligkeiten im Zusammenspiel zwischen den unterschiedlichen Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission und des österreichischen Printjournalismus werden abschließend in Hinblick auf die Ausgangspunkte der vorliegenden Arbeit – drei aktuelle Problemfelder politischer Kommunikation – aufgeworfen und zusammengefasst:

- Das Zusammenspiel zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien
- Implikationen zum demokratischen Diskurs auf transnationaler Ebene
- Implikationen zum Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und (Re-) Nationalisierung bzw. Regionalisierung

Zum einen streichen Vergleichsperspektiven Auffälligkeiten an Gemeinsamkeiten und Widersprüchen zwischen den unterschiedlichen Analyseschritten, Befragungsgruppen und Kategorien hervor. Zum anderen werden Anzeichen in Hinblick auf gegenseitige Einflüsse und mitunter auch auf Entgrenzungen bzw. Abgrenzungen im Zusammenspiel zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien aufgezeigt. Hinweise auf Muster des Einflusses oder gar der Dominanz bzw. Ansätze für neue Strukturbildungen und Prozesse, die jenseits abgegrenzter nationaler

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationskulturen der Journalist*innen österreichischer Medien liegen, werden in den Blick genommen (Wessler & Brüggemann 2012, 11).

11.2 Das Zusammenspiel zwischen der Politik-PR der Europäischen Kommission und dem Printjournalismus in Österreich

Von den bisherigen theoretischen Konzepten zum Zusammenspiel zwischen Politik und Journalismus kommt der Erklärungsansatz zur sogenannten „Produktionsgemeinschaft" aus Politik, PR-Akteur*innen und Journalist*innen am ehesten den Ergebnissen der vorliegenden empirischen Analysen nahe (Donges & Jarren 2017, 200-202). Allerdings werden hier transnationale Bezüge nicht explizit mitgedacht und mitunter komplexe Kommunikationsbeziehungen, die sich in transnationalen Räumen häufig ergeben, vernachlässigt. So werden in der Definition der „Produktionsgemeinschaft" von *Donges* und *Jarren* zwar (Konkurrenz-)Medien als „Mittler" zwischen Politik(-PR) und Journalismus erwähnt, die auch in der vorliegenden Untersuchung als relevant erachtet werden. Weitgehend fehlt aber eine stärkere Berücksichtigung von „Übersetzungsleistungen" zwischen den Kommunikator*innen der politischen Kommunikation im transnationalen Raum: *„Politische Medieninhalte entstehen […] vorrangig auf der Basis von PR-Aktivitäten von Seiten der Politik. Journalisten verarbeiten aber nicht nur PR- und Agenturmitteilungen, sondern sie beobachten – zumindest partiell und phasenweise – auch selbst Politiker und politische Prozesse. Vor allem aber nehmen sie die in anderen Medien dargestellten Beobachtungen und Deutungen über politische Akteure und Prozesse zur Kenntnis."* (Jarren & Donges 2002, 153) Relevante „Übersetzungsinstanzen" und der Umgang mit „Übersetzungsproblemen" im transnationalen Raum werden in bisherigen Überlegungen zum Zusammenspiel zwischen Politik-PR und Journalismus vernachlässigt.

Sowohl aufgrund der Inhaltsanalyse als auch aufgrund der Befragungen ist festzuhalten, dass ein Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus existiert und sich dieses in unterschiedlichem Maß und je nach Ausprägung durch Austausch, Einfluss und Entgrenzung bzw. Abgrenzung kennzeichnet. Während von Seiten der Korrespondent*innen kaum oder gar keine Verbindungen der allgemeinen Journalist*innenschaft mit den Beamt*innen in Brüssel und generell Probleme ihrer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kolleg*innen in den österreichischen Redaktionsbüros bei der Kontaktaufnahme mit transnationalen Institutionen festgestellt werden, zeigen die Ergebnisse der Befragungen der Beamt*innen und Journalist*innen in den österreichischen Redaktionen ein anderes Bild: Gegenseitige Interaktionen in unterschiedlichen Intensitäten zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und Journalist*innen bis hinein in die Regionalzeitungslandschaft existieren durchaus. Die Aufmerksamkeit der Journalist*innen hinsichtlich der kommunikativen Eigeninitiativen der Europäischen Kommission in Hinblick auf Kontaktaufnahmen mit den Journalist*innen in den nationalen Redaktionsbüros wird in der Inhaltsanalyse auch dort sichtbar, wo die Artikel nicht von Korrespondent*innen verfasst wurden. Den Weg zur Europäischen Kommission nimmt sogar eine knappe Mehrheit der befragten Journalist*innen in den österreichischen Redaktionen eher häufig in Anspruch. Hier muss jedoch zwischen direkten und indirekten Kontaktaufnahmen unterschieden werden: Am häufigsten werden Pressemitteilungen, Newsletter bzw. die Website der Europäischen Kommission genutzt, um mit der Europäischen Kommission in Kontakt zu treten. Das Presseservice sowie andere Möglichkeiten, in persönliche Interaktion mit der Europäischen Kommission zu treten (unter anderem Pressereisen und Hintergrundgespräche), werden von den Journalist*innen der österreichischen Redaktionen deutlich weniger häufig in Anspruch genommen.

Vielfach treten die Beamt*innen der Europäischen Kommission und die Journalist*innen nicht über den direkten Weg in gegenseitigen Kontakt. Im Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Printjournalismus tritt ein komplexes Gefüge an „Mittler*innen“ zwischen den Kommunikationsakteur*innen auf: Zu dieser Gruppe gehören zum einen die Brüssel-Korrespondent*innen und die Vertretungen der Europäischen Kommission in den EU-Mitgliedsländern, zum anderen spielen auch (Konkurrenz-)Medien und zivilgesellschaftliche Organisationen eine relevante Rolle als Verbindungsglied zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus in den Mitgliedsländern. Abseits der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und der Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission wird außerdem den Kommissar*innen eine bedeutende Rolle für die Kommunikation mit Journalist*innen in den Herkunftsländern der Kommissar*innen zugeschrieben. Wenn vom Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus die Rede ist, sind daher weitere Differenzierungen an

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommunikationsinstanzen mitzudenken, um deren Verhältnisse und Beziehungen adäquat zu fassen. Diese dienen als „Übersetzer*innen“ im transnationalen Raum bzw. als Katalysatoren für Interaktionen und mitunter auch für Einflussnahmen:

1.) Die Korrespondent*innen sind aus Sicht der Europäischen Kommission eine wichtige – mitunter auch die einzige – Gruppe an Kommunikator*innen, um mit Kommunikationsinhalten in die nationalen Medienlandschaften zu gelangen. Ihre Interaktionen sind einerseits auf die täglichen Pressekonferenzen der Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service und andererseits auf Hintergrundgespräche vor allem in den Kabinetten der Kommissar*innen konzentriert. Während die Beziehungen der Beamt*innen der Europäischen Kommission zur Gruppe der Korrespondent*innen weitgehend als einheitlich und weniger konfliktbehaftet als mit den Journalist*innen aus den Redaktionsbüros der EU-Mitgliedsländer beschrieben werden, werden von den Korrespondent*innen sehr diverse Bilder über die Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission gezeichnet. Je nach Standortgebundenheit des*r jeweiligen Korrespondent*in werden entweder Interessensübereinstimmungen oder Konflikte mit der Europäischen Kommission konstatiert. Die Beziehungen der Korrespondent*innen kennzeichnen sich mitunter durch Abgrenzung von der bzw. Anpassung an die sogenannte „Brussels Bubble“, zu der auch die Europäische Kommission zu zählen ist *(siehe auch Kapitel 11.4 – Abschnitt „Die Kommunikationsinteressen des österreichischen Journalismus“)*. Das Zusammenspiel mit der Europäischen Kommission wird darüber hinaus von Seiten der Korrespondent*innen – im Vergleich zum nationalen Raum – als stark auf Verschriftlichungen fokussierte Kommunikationsarbeit bezeichnet.
2.) Relevanz im Gefüge des Zusammenspiels zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen wird vor allem auch den Vertretungen der Europäischen Kommission in den EU-Mitgliedsländern zugesprochen. Ihr Einfluss wird jedoch höchst unterschiedlich eingeschätzt: Während die Beamt*innen der Europäischen Kommission die Vertretungen als mitunter einzige Ansprechpartner*innen für Journalist*innen – vor allem aus dem Regionalzeitungsbereich – bezeichnen, sprechen die befragten Journalist*innen der Vertretung in Wien nur geringen Wert bei der Aufnahme von Interaktionen mit der Europäischen Kommission zu: Das Vertretungsbüro der Europäischen Kommission in

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Österreich bzw. dortige Veranstaltungen hat eine deutliche Mehrheit bzw. fast drei Viertel der befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien selten oder noch nie für Interaktionen mit der Europäischen Kommission genützt. Andererseits wird von den österreichischen Journalist*innen jedoch auch eine offensivere und aktivere Kontaktanbahnung der Vertretung der Europäischen Kommission in Wien mit Journalist*innen gewünscht. Zum Ausdruck wird gebracht, dass man einer direkten Ansprache durch Ansprechpersonen der Vertretung vor Ort und einer persönlichen Kontaktaufnahme nichts entgegenzusetzen habe – was wiederum als ein Hinweis auf mangelnde Interaktionen der Vertretung in Wien bzw. auf noch offenen Raum für mögliche Einflussnahmen der Europäischen Kommission gedeutet werden kann. Der Eindruck wird bestätigt, wenn der dortige Pressesprecher unzureichende Ressourcen als Hindernis für Kontaktaufnahmen in die österreichische Bundesländer- bzw. Regionalzeitungslandschaft bezeichnet. Auch eine unklare Funktionenzuschreibung für Kommissionsvertretungen wird innerhalb des Brüsseler Headquarters wahrgenommen und könnte ebenso als Argument für Schwierigkeiten in der Kommunikationsarbeit der Vertretungen dienen.

3.) Nationale Stakeholder wie Expert*innen, NGOs und Sozialpartner dienen als weitere wesentliche Gruppe, um die Europäische Kommission mit Journalist*innen zu verbinden. Bei der Recherche zu Belangen der Europäischen Kommission greifen die befragten österreichischen Journalist*innen überwiegend auf Informationen nationaler Stakeholder zurück. Mitunter ergeben sich dadurch Anstöße für Kontaktaufnahmen direkt zur Europäischen Kommission. Auch die Europäische Kommission nimmt Kontakt zu Stakeholdern – in diesem Fall vor allem zu europäischen Verbänden oder transnationalen zivilgesellschaftlichen Organisationen – auf, um ihre Inhalte an deren Prioritäten anzupassen und sich so selbst ins Gespräch zu bringen. Die Stakeholder dienen auch als „Lockvögel“, um Interaktionen mit Journalist*innen durch Hinweise auf andere Quellen zu forcieren oder um zumindest Inhalte der Europäischen Kommission zu transportieren und so Einfluss auf die mediale Berichterstattung zu nehmen.

4.) Auch Kommissar*innen werden mitunter gerne als Verbindungsglieder zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen in den Herkunftsländern der Kommissar*innen genützt. Interview-Angebote erleichtern der Europäischen Kommission

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kontaktaufnahmen mit Journalist*innen und in der Folge die mediale Durchlässigkeit für Inhalte der Europäischen Kommission. Sie dienen mitunter als Mittel zur Einflussnahme auf die journalistische Berichterstattung, denn auch die befragten Journalist*innen bestätigen, dass Interviews mit dem*r Kommissar*in des eigenen Herkunftslandes durchaus gerne gesehen sind. In manchen Kabinetten werden Kontaktaufnahmen mit Journalist*innen aus den Herkunftsländern der Kommissar*innen und regelmäßige Besuche in der Kommissionsvertretung des eigenen Herkunftslandes auch als Teil des eigenen Arbeitspaketes deklariert. *[Anmerkung: Zum Befragungszeitpunkt war der Österreicher Johannes Hahn Kommissar für Europäische Nachbarschaftspolitik und Erweiterung. Im Vergleich zu anderen Kommissar*innen war – neben einem*r Verantwortlichen für die Beobachtung der politischen Debatte in Österreich – die Kommunikationsarbeit seines Kabinetts laut Aussagen des*der Kommunikationsverantwortlichen hauptsächlich auf das eigene Portfolio ausgerichtet.]*

5.) Schließlich nehmen auch (Konkurrenz-)Medien eine nicht unbedeutende Rolle im Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus in den EU-Mitgliedsländern ein. Durch den täglichen offiziellen Pressespiegel der Europäischen Kommission und den persönlichen Medienkonsum der Beamt*innen werden Bilder über journalistische Berichterstattungsinteressen transferiert, auf die in der Folge auch in der Kommunikationsarbeit und durch Kontaktaufnahmen zu Journalist*innen reagiert wird. Da der Medienkonsum innerhalb der Europäischen Kommission, in dem Regionalmedien kaum Platz finden, als sehr einheitlich dargestellt wird, kann von gewissen beeinflussenden Tendenzen in Hinblick auf Interaktionen zu Journalist*innen auch durch den jeweiligen Medienkonsum ausgegangen werden. Auf der anderen Seite sprechen die Beamt*innen der Europäischen Kommission sowie Korrespondent*innen auch von Beeinflussungen ausgewählter Printmedien auf die Medienlandschaft. Häufig wird hierbei die *Kronen Zeitung* als Beispiel hergenommen: Deren negativer Berichterstattung zu den Freihandelsabkommen wird zugeschrieben, das Framing der österreichischen Konkurrenz-Medien und in der Folge auch das Zusammenspiel der Europäischen Kommission mit den österreichischen Journalist*innen stark beeinflusst zu haben. Außerdem wird den österreichischen Journalist*innen von den Beamt*innen der Europäischen Kommission bescheinigt, die deutsche Medienlandschaft intensiv zu beobachten und Inhalte zur

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Europäischen Kommission aus deutschen Medien ab- und umzuschreiben, statt selbst in Kontakt zu treten und Fragen an die Europäische Kommission zu stellen. *(Siehe auch Kapitel 11.3 – Abschnitt „Implikationen zum demokratischen Diskurs auf transnationaler Ebene“.)*

Kommunikationsinteressen und Motive von Journalist*innen österreichischer Printmedien für mögliche Kontaktaufnahmen zur Europäischen Kommission zeigen sich laut Inhaltsanalyse der ausgewählten fünf Tageszeitungen folgendermaßen: Inhalte zur Europäischen Kommission spielen in der Medienberichterstattung vor allem dann eine Rolle, wenn Themen mit Tagesaktualität (worunter im Beobachtungszeitraum vor allem der große Politikbereich „Justiz und Inneres“ fiel) oder die Politikfelder Wirtschaft und Finanzen bzw. Handel betroffen sind. Die befragten Journalist*innen österreichischer Tageszeitungen zeigen zum Teil noch andere Interessen und geben zusätzlich zum Wirtschaftsbereich noch Umwelt-, Bildungs- und Sozialthemen an, wobei die letzten beiden Bereiche eigentlich kaum auf europäischer Ebene vergemeinschaftet sind und für die Europäische Kommission eher unbedeutende Politikbereiche ausmachen. Tageszeitungsjournalist*innen unterscheiden sich hier von den Journalist*innen des übrigen Printmedienspektrums: Sie zeigen für die Themen Wirtschaft, Wettbewerb, EU-Erweiterung, Handel und Binnenmarkt deutlich größeres Interesse als die Journalist*innen der sonstigen Printmedien. Bei den Korrespondent*innen österreichischer Medien sind vorrangig Hintergrundinformationen und die Exklusivität der Informationen Gründe, um in Kontakt mit der Europäischen Kommission zu treten. Informelle Gespräche mit den Beamt*innen der Europäischen Kommission werden gegenüber Auftritten in der Öffentlichkeit vor einem größeren journalistischen Publikum bevorzugt. Erklärungen dafür liefern einerseits Feststellungen einer relativ geringen Bedeutung der Midday Briefings. Auch persönliche Komponenten im Auftreten der Pressesprecher*innen den Journalist*innen gegenüber werden genannt wie auch die Konkurrenzsituation zu anderen Medien, die öffentliche Fragen der Journalist*innen mitunter unterbindet. Eine Interaktion mit der Europäischen Kommission erhält eher Bedeutung für Journalist*innen, wenn exklusive Geschichten oder neue Blickwinkel auf ein Thema angeboten werden. Dies ist auch ein Grund, wieso die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten, die eher bereit sind, Hintergrundinformationen anzubieten, im Vergleich zu den Pressesprecher*innen mitunter begehrtere Ansprechpartner*innen für Journalist*innen sind.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Ebenso fällt auf, dass die eigene Themensetzung der Journalist*innen (z. B. Sonderberichterstattung zu einem Jahrestag, eine persönliche Beobachtung, ein Ereignis, das nicht unbedingt der aktuellen Berichterstattung zuzuordnen ist) im Vergleich zu „vorgegebenen" Berichterstattungsanlässen vergleichsweise selten vorkommt. Dies kann als Hinweis auf wenig Eigeninitiative der Journalist*innen gedeutet werden, mit eigenen Themen auf die Europäische Kommission zuzugehen. Eine zurückhaltende Kommunikationspolitik der Europäischen Kommission vor allem unter der Administration von Jean-Claude Juncker könnte eine andere Ursache sein. Für eine vollständigere Einschätzung der gegenseitigen Interaktionen zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen müssen jedenfalls noch weitere Faktoren berücksichtigt werden:

Struktur und Organisation der Kommunikation der Europäischen Kommission: In der Europäischen Kommission unter Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker existierten unterschiedliche Kommunikationsstrategien in den jeweiligen Kommunikationseinheiten, die auch die Beziehungen zu den Journalist*innen prägten. Einerseits fand eine starke Zentrierung auf die Pressesprecher*innen des Spokesperson's Service statt, die dem Kommissionspräsidenten direkt unterstanden. Neben diesen durften nur die Kommissar*innen und die Leiter*innen der Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern mit Journalist*innen „on the record" nach außen sprechen. Von Journalist*innen wurde diese Regelung häufig als unattraktiv eingeschätzt. Generell wurde festgestellt, dass es aus diesem Grund eine zunehmende Tendenz gab, bei den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten vor allem Hintergrundinformation einzuholen. Den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten war es zwar nur nach vorheriger Erlaubnis und in Abstimmung mit den Pressesprecher*innen erlaubt, Originaltöne nach außen zu geben. In der Praxis fanden die Journalist*innen dort jedoch auch „Lücken", wenn Kommunikationsverantwortliche die Kommunikationsvorgaben nicht immer streng einhielten.

Persönliche Komponenten: Für Kontaktaufnahmen zwischen den Kommunikationsakteur*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen werden in den Befragungen häufig herkunftsabhängige Komponenten bzw. Sprachkenntnisse genannt, die eine wesentliche Rolle spielen: Journalist*innen kontaktieren bevorzugt die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kabinette der Kommissar*innen ihrer eigenen Herkunftsländer bzw. die Beamt*innen der Europäischen Kommission, die aus ihren Herkunftsländern stammen. Auch umgekehrt wird in den Kabinetten von einer besonderen Beachtung der Journalist*innen aus den Herkunftsländern der Kommissar*innen gesprochen. Darüber hinaus werden Vertrauensverhältnisse und die persönliche Einstellung der Journalist*innen gegenüber der Europäischen Kommission als relevant für Kontaktaufnahmen erachtet. In der Auflistung der Hindernisse für österreichische Printmedienjournalist*innen werden Sprachkenntnisse zwar angeführt, nehmen aber keine bedeutende Rolle ein.

Die persönliche Einschätzung zur EU wird von den befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien als eher positiv eingestuft: 63 Prozent haben ein sehr positives oder ein ziemlich positives Bild von der EU, 13 Prozent ein eher negatives. Ein sehr negatives Zeugnis stellen der EU nur zwei Prozent aus. Was die persönliche Haltung der Journalist*innen österreichischer Printmedien gegenüber der Europäischen Kommission betrifft, wird jedoch ein deutlich negativeres Bild sichtbar: Knapp mehr als die Hälfte der Befragten steht den Entscheidungen der Europäischen Kommission (eher) positiv gegenüber. Über 40 Prozent der Journalist*innen sind den Entscheidungen der Europäischen Kommission gegenüber eher negativ eingestellt, und vier Prozent der Befragten lehnen diese „voll und ganz“ ab.

Wenn es um die Einschätzung der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission geht, befinden sich negative Zuschreibungen jedoch in der deutlichen Minderheit. Die Europäische Kommission wird von Journalist*innen österreichischer Printmedien am häufigsten als „Partnerin für EU-Kommunikation“ oder als „Lobbyistin für eigene Interessen“ bezeichnet. Für etwas mehr als ein Drittel der Journalist*innen dient sie als „Input-Geberin für weitere Storys“ – mitunter ein Hinweis darauf, dass der Europäischen Kommission Raum für Kommunikationsanstöße gegeben wird. Eindeutig negative Assoziationen wie „Manipulatorin“, „Blockiererin“ oder „Gegenspielerin“ befinden sich in der Minderheit. Das Bild ändert sich außerdem, wenn die befragten Personen bereits in Interaktion zur Europäischen Kommission getreten sind: Wurde mit der Europäischen Kommission schon einmal Kontakt aufgenommen, erhalten positive Bilder noch deutlich größere Zustimmung als bei jenen Befragten, die mit der Europäischen Kommission noch nie in Kontakt getreten sind.

Was die Korrespondent*innen mit den Beamt*innen der Europäischen Kommission eint, sind die facettenreichen Beschreibungen der gegenseitigen Verhältnisse – es wird von

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Freundschaft und Partnerschaft, aber ebenso von Gegenspieler*innen und konfliktreichen Beziehungen gesprochen. Aus den Aussagen der Korrespondent*innen wird mitunter deutlich, dass sich diese explizit vom Anschein der Nähe zur Europäischen Kommission distanzieren wollen und sie gegen das generelle Vorurteil der EU-Freundlichkeit der EU-Korrespondent*innen ankämpfen. Andererseits werden aber auch positive Bilder von der Europäischen Kommission gezeichnet und das eigene journalistische Interesse angesprochen, diese auch kommunikativ nach Österreich zu transportieren.

Interessensübereinstimmung oder Konflikt: Was Kommunikationsinhalte betrifft, kann von unterschiedlichen Interessen der Kommunikationsakteur*innen ausgegangen werden – häufig genannte Beispiele sind unter anderem europäische versus österreichische Perspektiven, Konfliktscheu versus Kontroversität sowie wenig Rücksichtnahme auf journalistische Selektionskriterien *(siehe auch die folgenden Kapitel 11.3 und 11.4).* Mit der Forderung nach „mehr Positivität" der Inhalte für eine verstärkte Veröffentlichung weisen die befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien außerdem darauf hin, dass man die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission als mitunter zu negativ wahrnimmt. Das kann als Hinweis gedeutet werden, dass sich das Kommunikationsziel der Juncker-Administration einer „positiven Agenda für Europa" gegen Negativität in der Berichterstattung zur EU nicht bis in die Redaktionsbüros durchgesetzt hat. Von der Seite der Korrespondent*innen wird auch von Interessensübereinstimmung mit der Europäischen Kommission berichtet, weil es eine gemeinsame EU-Affinität – mitunter wird auch von „EU-Begeisterung" gesprochen – gäbe, die eher Übereinstimmung in den Interaktionen mit der Europäischen Kommission erkennen lasse. Diese Einschätzung könnte auch als Grund identifiziert werden, weshalb die Beamt*innen angeben, deutlich weniger in Konflikt mit Korrespondent*innen zu sein als mit den Journalist*innen in den Redaktionsbüros der EU-Mitgliedsländer.

Während die Befragung der Journalist*innen österreichischer Printmedien keine Einblicke in Konflikte mit der Europäischen Kommission gibt, wird sowohl von den Korrespondent*innen als auch von den Beamt*innen der Europäischen Kommission von gegenseitigen Konflikten berichtet. Die diesbezüglichen Konfliktbeschreibungen der Beamt*innen der Europäischen Kommission beziehen sich in den meisten Fällen auf die Inhaltsebene. Aus ihrer Sicht entstünden Konflikte mit Journalist*innen vor allem aufgrund mangelnder europäischer

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Perspektiven und Falschberichterstattung. Journalist*innen sehen die Ursache für Konflikte wiederum in den Kommunikationsstrategien der Europäischen Kommission und auf persönlicher Ebene. Bevorzugungen ausgewählter Medien und das Abblocken von Journalist*innen von Seiten der Beamt*innen werden als hauptsächlicher Konfliktherd mit der Europäischen Kommission bezeichnet. Während Interventionen der Europäischen Kommission zwar auch auf Korrespondent*innen-Ebene festgestellt werden, so identifizieren die Korrespondent*innen diese jedoch vielmehr in den nationalen Redaktionsbüros, was auf die dortigen geringeren EU-Kenntnisse und in der Folge leichteren Einflussnahmen zurückgeführt wird.

Aufgrund weniger Unmittelbarkeit und größerer Distanz zur Europäischen Kommission als zu politischen Institutionen im nationalen Raum wird von den Korrespondent*innen insgesamt eine geringere Anzahl an Konflikten konstatiert, was auch journalistische Forderungen an die Europäische Kommission erschwere. In unterschiedlichen Zusammenhängen wird betont, dass die Europäische Kommission generell dazu tendiere, konfliktreiche Kommunikation zu vermeiden, um das Bild von einem geeinten Europa zu zeichnen. Aber auch ein zu wenig harter Umgang der Korrespondent*innen mit den Akteur*innen der Europäischen Kommission – im Vergleich mit dem journalistischen Umgang in den Nationalstaaten – wird als Ursache für weniger Konflikte identifiziert.

11.3 Implikationen zum demokratischen Diskurs auf transnationaler Ebene

Eine funktionierende politische Öffentlichkeit wird von *Meyer* als *„wesensnotwendig“* (Meyer 2009a, 185) für eine Demokratie bezeichnet. Demokratischer Diskurs braucht darüber hinaus immer auch eine kommunikative Rückkopplung, denn Politikvermittlung darf keine einseitig gerichtete Kommunikation sein (Sarcinelli 1998, 12). Zahlreiche Analysen im Bereich der transnationalen Demokratie geben theoretische und empirische Einblicke in die Entwicklung transnationaler demokratischer Diskurse im Raum der Europäischen Union. Negative Befunde überwiegen hierbei: Das Fehlen einer europäischen Öffentlichkeit (Gerhards 2000; Gerhards 2002) und die Existenz eines Kommunikationsdefizits der Institutionen der Europäischen Union (Meyer 1999) werden häufig als Gründe für unzureichende Medienberichterstattung zu Themen der Europäischen Union in den nationalen Diskursarenen festgestellt. Als *„schwer*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

vermittelbar“ (Brüggemann 2008, 30) werden die Inhalte der EU für die Kommunikation mit Medien bezeichnet. Dass es in diesem Kommunikationsprozess zwischen den Institutionen der Europäischen Union und den Journalist*innen Übertragungsprobleme bei der Vermittlung politischer Kommunikationsinhalte gibt, liegt freilich in der Natur der Sache. Journalismus in einem demokratischen Gemeinwesen hat auch die Aufgabe, politische Kommunikationsinhalte zu selektieren und aufgrund seiner Gatekeeper-Funktion mitunter deren Übertragung zu blockieren. Dennoch lohnt sich ein intensiverer Blick auf diesen Kommunikationsprozess: Hürden und Verstärker bei der Übertragung von Kommunikationsinhalten geben auch Aufschlüsse über die Beschaffenheit demokratischer Diskurse, die bereits im Zusammenspiel zwischen politischen Institutionen und dem Journalismus ihren Anfang finden.

Die vorliegende Analyse des Nachrichtenproduktionsprozesses zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen österreichischer Printmedien wirft aus diesem Grund die Frage nach der Durchlässigkeit bzw. Undurchlässigkeit von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission bis hinein in die österreichische Printmedienlandschaft auf. Im Folgenden werden daher jene Aspekte aufgerollt, die den aktuellen demokratischen Diskurs zu Inhalten der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen charakterisieren. Darüber hinaus werden auch solche Bereiche thematisiert, die sich im Rahmen der einzelnen empirischen Analyseschritte als besonders einflussreich für den demokratischen Diskurs zu Inhalten der Europäischen Kommission herausgestellt haben, um als Analysedimensionen transnationaler Demokratie-Entwicklung dienen zu können.

11.3.1 Zum Diskurs in österreichischen Printmedien

Auch wenn in der Literatur häufig von „Apathie“ oder „totaler Ignoranz“ der Bürger*innen gegenüber EU-Themen gesprochen wird, ist laut *Spanier* eine zunehmende Berichterstattung in den europäischen Medien zu EU-Themen sichtbar (Spanier 2012, 147). Auch die vorliegende Analyse der Berichterstattung österreichischer Printmedien zeigt, dass die Häufigkeit der Berichterstattung zu Inhalten und Akteur*innen der Europäischen Kommission durchaus nicht gering ausfällt: In fast 70 Prozent der untersuchten Zeitungsexemplare im Zeitraum von sechs Monaten werden die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen zumindest ein Mal genannt. Generell muss jedoch festgehalten werden, dass die eigenständigen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Aktivitäten der Europäischen Kommission den Journalist*innen der analysierten österreichischen Printmedien überwiegend nicht als Impetus für eine Medienberichterstattung oder Meinungsartikulation dienten. Die Europäische Kommission wird bevorzugt gemeinsam mit anderen EU-Institutionen und als Nebenthema dargestellt. *[Anmerkung: Diese Tatsache könnte natürlich auch damit zu tun haben, dass die Europäische Kommission auch als Sprachrohr der EU als Ganzes in Erscheinung tritt.]* Außerdem ist zu berücksichtigen, dass die Berichterstattung zur Europäischen Kommission im Zeitraum der Erhebung mehrheitlich nicht an begehrten Plätzen der Innenarchitektur österreichischer Tageszeitungen untergebracht wurde.

In kommunikationswissenschaftlichen Studien zur Darstellung von Politik wird der Einfluss der ideologischen Orientierung eines Mediums auf die Nachrichtenauswahl belegt (Kepplinger 1989, 210). Insbesondere wurde bei Printmedien ein Zusammenhang zwischen der Berichterstattung und der ideologischen Einordnung festgestellt (Voltmer 1997, 180). Demzufolge wäre die Annahme zulässig, dass sich die jeweilige Redaktionslinie der ausgewählten Printmedien in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission sowohl auf die Themenauswahl als auch auf ihre Wertung niederschlägt. Diese These kann in der vorliegenden Analyse jedoch nicht bestätigt werden, denn anhand der Inhaltsanalyse lässt sich zusammenfassend konstatieren, dass die Journalist*innen der ausgewählten österreichischen Printmedien weitgehende Ähnlichkeiten in Bezug auf die Berichterstattung über die Europäische Kommission zeigen: Durch die Analyse wurden signifikante Übereinstimmungen zwischen den ideologisch bzw. nach Medienhäusern einzuordnenden Printmedien sowohl auf formeller, thematischer als auch auf wertender Ebene gefunden. Die Ergebnisse – vor allem in Bezug auf das medienübergreifende Agenda Setting, die Selektion der Informationen nach ähnlichen Auswahlkriterien sowie die ähnliche Auswahl an Genres, den Umfang und die Aufmachung der Berichterstattung über die Europäische Kommission – sind geringeren Schwankungen unterworfen, als laut Literatur zu erwarten war. Deutliche Differenzen lassen sich – insbesondere bei den Kategorien Politikbereiche, Anlässe und Wertungen – nur bei der *Kronen Zeitung* entziffern *(weitere Details zur Berichterstattung der* Kronen Zeitung *siehe unterhalb).*

Für *Gramberger* und *Lehmann* erfüllt die Europäische Union für die nationalen Medien *„ideale Sündenbockfunktionen"* (Gramberger & Lehmann 1995, 195). *Gerhards, Roose* und *Offerhaus*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

konstatieren, dass in der Darstellung von Entscheidungen mit EU-Bezug die Verantwortung für Misserfolge überwiegend der Europäischen Kommission zugeschrieben wird. Dies führe auf Dauer zu einer Delegitimierung dieser politischen EU-Institution (Gerhards, Roose & Offerhaus 2004, 9). Auch in der vorliegenden Analyse österreichischer Tageszeitungen wird die Europäische Kommission von den Journalist*innen überwiegend mit negativ-kritischen bis lächerlich machenden Eigenschaften konnotiert. Artikel, die von Korrespondent*innen verfasst wurden, sind jedoch – sowohl bei alleiniger Autor*innenschaft als auch in gemeinsamer Autor*innenschaft mit der Redaktion – in einem deutlich häufigeren Ausmaß mit positiven Wertungen der Europäischen Kommission versehen, als dies in anderen Autor*innengruppen der Fall ist. Zusätzlich zeigen Korrespondent*innen in alleiniger Autor*innenschaft auch den höchsten Wert an Berichterstattung, die sowohl positive als auch negative Bewertungen der Europäischen Kommission inkludiert.

Nicht nur in Bezug auf die negative Bewertung der Europäischen Kommission ist die österreichische *Kronen Zeitung* zu nennen. Sie hat sich im Rahmen der vorliegenden Analysen generell als „Sonderfall" in der Berichterstattung zur Europäischen Kommission herausgestellt und wurde auch in den Befragungen als einflussreich für den österreichischen Diskurs identifiziert: Als einzige der analysierten Tageszeitungen hat die *Kronen Zeitung* keine*n Korrespondent*in in Brüssel stationiert. In der Analyse der Anzahl der Ausgaben, in denen die Europäische Kommission und/oder deren zugehörige Akteur*innen gar nicht vorkommen, liegt die *Kronen Zeitung* mit deutlichem Abstand an der Spitze. Sie machte im Erhebungszeitraum die Europäische Kommission in keiner ihrer Ausgaben auf der ersten Seite zum Thema und hat diese in nur zwei Fällen in den Titel gesetzt. Es zeigt sich aber auch, dass die *Kronen Zeitung* überdurchschnittlich häufig die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen zum Hauptthema ihrer Artikel macht. Neben der überdurchschnittlichen Anzahl an Berichterstattung und Meinungsartikulation, die dem negativen Bereich zuzuordnen ist, weist die *Kronen Zeitung* keinen Artikel auf, welcher die Europäische Kommission mit positiven Eigenschaften in Verbindung bringt.

Auch bei der Auswahl der Anlässe für eine Berichterstattung und Meinungsartikulation nimmt die *Kronen Zeitung* andere Präferenzen vor als das restliche Feld der analysierten Printmedien: Die Europäische Kommission wird bevorzugt mit allgemeinen politischen Ereignissen und (Kommunikations-)Handlungen verknüpft (z. B. internationale Klage). Neben den Ereignissen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

und (Kommunikations-)Handlungen, die sich aus der Eigenlogik der Europäischen Kommission heraus ergeben (z. B. Rede des Kommissionspräsidenten), werden auch jene aus Österreich (z. B. Urteil des Verfassungsgerichtshofs) im Vergleich zu den anderen österreichischen Tageszeitungen überdurchschnittlich oft genannt. Während die Erwähnung der Europäischen Kommission in den Innenpolitik-Ressorts im durchschnittlichen Medienvergleich betrachtet sehr gering ausfällt, verknüpft die *Kronen Zeitung* durchschnittlich häufiger Inhalte zur Europäischen Kommission mit der Innenpolitik. Auch die abweichende Rolle der *Kronen Zeitung* im Ressort „Meinung" ist eklatant. Sie steht hier an erster Stelle im Tageszeitungsvergleich.

Thematisch zeichnet die *Kronen Zeitung* ein engeres Spektrum an Politikbereichen, die mit der Europäischen Kommission verbunden werden, als die übrigen analysierten österreichischen Tageszeitungen und thematisiert häufiger als der Durchschnitt Themen, die keinem spezifischen Politikbereich zuzuordnen sind. Sie erwähnt Wirtschafts- und Finanzthemen im Zusammenhang mit der Europäischen Kommission – das in der gesamten Tageszeitungsanalyse insgesamt an zweiter Stelle stehende Politikfeld – in nur drei Prozent ihrer Berichterstattung und Meinungsartikulation. Die Themen „Wettbewerb", „Erweiterung", „Gesundheit und Konsument*innenschutz", „Forschung und Sozialpolitik" werden in der *Kronen Zeitung* im erhobenen Zeitraum überhaupt nicht thematisiert, „Energie", „Umwelt und Klima", „Institutionelles", „Informationsgesellschaft und Medien" sowie „Transport" in vergleichsweise geringem Ausmaß. Im Gegensatz dazu bringt die *Kronen Zeitung* Themen wie „Unternehmen und Industrie", „Handelsbeziehungen", „Außenbeziehungen und humanitäre Hilfe" sowie Themen, die keinem Politikbereich zuzuordnen sind, relativ gesehen überdurchschnittlich häufig auf das publizistische Tapet.

In Zusammenhang mit den Handelsbeziehungen – vor allem in Hinblick auf die Verhandlung der EU-Freihandelsverträge mit den USA (TTIP) und Kanada (CETA) – wird auch in den Befragungen der Beamt*innen der Europäischen Kommission auf die *Kronen Zeitung* und ihren Einfluss in der gesamten österreichischen Medienlandschaft hingewiesen, den man in der Europäischen Kommission bis hinein in die deutsche Presse festgestellt habe. Die negative Bewertung der Europäischen Kommission in Bezug auf Handelsabkommen konnte auch durch die vorliegende Inhaltsanalyse österreichischer Tageszeitungen festgestellt werden: Hier lassen sich fünf Artikel mit einer negativen Bewertung der Europäischen Kommission und kein

10.15772/ANDRASSY.2021.001

einziger Artikel mit positiver bzw. positiver und negativer Einordnung finden. Auch im gesamten Spektrum der analysierten Printmedien finden sich nur 3,49 Prozent an Artikeln, die eine positive Wertung der Europäischen Kommission in Zusammenhang mit den Freihandelsabkommen enthalten. Dem gegenüber stehen 36,05 Prozent der Artikel, welche eine negative Bewertung der Europäischen Kommission beinhalten. Das Meinungsbild, welches die *Kronen Zeitung* in Bezug auf die Freihandelsabkommen erzeugt habe, sei in der Folge von der Europäischen Kommission österreichweit mitunter nur schwer kommunikativ zu verändern gewesen, wird von den Beamt*innen konstatiert. Auch von Korrespondent*innenseite wurde eine vermehrte Präsenz der Kommissar*innen in Österreich aufgrund der skeptischen Berichterstattung zum Freihandel festgestellt. In der Korrespondent*innenschaft selbst wird der Einfluss der *Kronen Zeitung* auf EU-Themen auch in engem Zusammenhang mit hochrangigen Politiker*innen interpretiert. Weiters werden österreichische EU-Parlamentarier*innen genannt, die häufig die *Kronen Zeitung* als Katalysator für eigene Inhalte nützen.

Der demokratische Diskurs zu Inhalten und Akteur*innen der Europäischen Kommission ist darüber hinaus ein komplexerer Vorgang als die bloße Reduzierung auf geschriebene oder gesprochene Inhalte, die dem*r Medienrezipient*in zur Verfügung stehen. Da Kommunikation immer auch in einen gewissen sozialen und ökonomischen Rahmen eingebettet und von Umweltbedingungen nicht loszulösen ist, muss auch der Kontext berücksichtigt werden (Lisch & Kriz 1978, 33). Hierzu ist in Hinblick auf die mediale Kommunikation von Inhalten zur Europäischen Kommission einerseits die ökonomische Situation der (Print-)Medien und andererseits das allgemeine EU-Wissen der Journalist*innen mitzudenken:

Korrespondent*innen nehmen eine wesentliche Kommunikator*innenfunktion bei der Vermittlung von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission ein. Aufgrund der wirtschaftlichen Entwicklung der Medienbetriebe werden von den Befragten im Rahmen der vorliegenden Analysen Auswirkungen auf die Berichterstattung durch Überlastung, Zeitmangel und unterbesetzte Redaktionsbüros benannt. Zunehmende Büroschließungen in Brüssel werden erwartet und – durchaus unterschiedlich zum nationalen Zusammenspiel zwischen Politik und Journalismus – von den Beamt*innen der Europäischen Kommission aufgrund der „Übersetzungsfunktion“ der Korrespondent*innen als negativ interpretiert.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

[Anmerkung: Zwischen der Befragungsphase und dem Zeitpunkt des Abschlusses der vorliegenden Arbeit haben sowohl das österreichische Wirtschaftsmagazin Trend *und die* Wiener Zeitung *ihre Korrespondent*innenbüros in Brüssel aufgelöst (Ständige Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union 2020).]*

Auch das EU-Wissen der Journalist*innen kann als relevanter Einflussfaktor für die Qualität des demokratischen Diskurses zur Europäischen Kommission eingeschätzt werden. Hierzu haben die vorliegenden Analysen jedoch einen eklatanten Widerspruch ergeben: Folgt man der eigenen Einschätzung der befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien, geben über 80 Prozent der Befragten an, ein umfassendes bzw. sehr umfassendes Wissen über die EU zu haben. Das eigene Wissen zur EU wird auch unabhängig von einer Teilnahme an einer Weiterbildung zu EU-Themen als umfassend bzw. sehr umfassend eingeschätzt. Auffallend ist in diesem Zusammenhang, dass die männlichen Befragten ihr Wissen zur EU als deutlich besser beurteilen als die weiblichen. Auch die Teilnahmehäufigkeit an EU-Weiterbildungen ist bei Frauen weniger stark ausgeprägt als bei Männern. Aus Sicht der Beamt*innen der Europäischen Kommission wird den Journalist*innen – mit Ausnahme der Korrespondent*innen – jedoch mangelndes EU-Wissen und die Verbreitung von Falschinformationen vorgeworfen. Dies wird unter anderem auch auf die fehlende Berücksichtigung von EU-Kenntnissen in journalistischen Bewerbungsprozessen in Österreich zurückgeführt.

11.3.2 Zum Diskurs der Europäischen Kommission

Die Europäische Kommission steht als einzige EU-Institution den Journalist*innen täglich in Form von Pressekonferenzen – sogenannten Midday Briefings – zur Verfügung. Für akkreditierte Korrespondent*innen gibt es außerdem die Möglichkeit eines unbeschränkten Zutritts in den Bürobereich der Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service der Europäischen Kommission. In Bezug auf deren inhaltliche Offenheit und Rückkopplungsmöglichkeiten in der Kommunikation mit Journalist*innen sind vor allem in der Präsidentschaft von Jean-Claude Juncker, der zahlreiche Strukturveränderungen vorgenommen hat, Einschränkungen festzustellen:

Die Pressesprecher*innen im Spokesperson’s Service wurden unter Juncker als einheitliche Gruppe und als wesentliche Gatekeeper für die Kommunikation mit Journalist*innen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

funktionalisiert. Die Arbeit der Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen hat sich hingegen von einer eigenständigen Pressesprecher*innenfunktion hin zu einer Vermittlungsposition zwischen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen gewandelt. Sowohl die befragten Beamt*innen als auch die Korrespondent*innen beobachteten, dass durch die striktere Originalton-Regelung (nur in Ausnahmefällen dürfen Beamt*innen abseits der Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service Originaltöne weitergeben) ein offener Kommunikationsstil und die Zugänglichkeit zur Europäischen Kommission abgenommen sowie die Zentralisierung und Vereinheitlichung der Kommunikationsinhalte zugenommen habe. Die Kommunikationsakteur*innen wurden von den Korrespondent*innen als verschlossener und vorsichtiger beschrieben, die nicht mehr offensiv auf die Journalist*innen zukommen. Obwohl Originaltöne und Hintergrundinformation als Verstärker für eine Berichterstattung zur Europäischen Kommission dienen und dieses Bewusstsein innerhalb der Europäischen Kommission auch besteht, ist es für Journalist*innen während der Juncker-Administration schwieriger geworden, diese von den Kommunikationsakteur*innen zu erhalten.

Der Beitrag der Europäischen Kommission zum demokratischen Diskurs hatte aber auch während der Juncker-Administration individuelle Züge inne, die vor allem bei den Kommissar*innen und ihren Kommunikationsverantwortlichen gefunden werden konnten. Insgesamt unterschieden sich die Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen untereinander aber auch von den Pressesprecher*innen durch verschiedenartige Strategien in der Interaktion mit Journalist*innen sowie ein unterschiedliches Maß an Offenheit – zumindest für ausgewählte Journalist*innengruppen, mit denen ein sogenanntes „Vertrauensverhältnis“ eingegangen wurde. Das Spektrum ihrer Kommunikationsformen war unterschiedlich breit angelegt und unterlag nach wie vor den Kommissar*innen und nicht dem Kommissionspräsidenten. Auch offizielle Vorgaben der Originalton-Regelung wurden von einzelnen Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten nicht immer streng ausgelegt.

Der inhaltliche Diskurs der Europäischen Kommission zum Zeitpunkt der Untersuchung zeichnete sich aus Sicht der befragten Kommunikationsakteur*innen unter anderem durch folgende Aspekte aus, die durchaus auf Widerstand der Korrespondent*innen stießen: die Vermeidung von Kontroversität und Konflikten, die Rückkoppelung einer „positiven Agenda

10.15772/ANDRASSY.2021.001

für Europa“ an sämtliche Kommunikationsinhalte (um nach der europäischen Währungs- und Finanzkrise durch die Betonung von positiven Aspekten und vom Mehrwert der EU in Abgrenzung zu den Nationalstaaten wieder mehr Vertrauen für die EU zu erreichen) sowie eine „europäische Perspektive“ (um Gemeinsamkeiten herauszustreichen und Konflikte nicht zuzuspitzen). Hinzuzufügen ist, dass aufgrund der Architektur der Europäischen Institutionen sich die aus den Verträgen entnommene Aufgabe der Europäischen Kommission in erster Linie nicht auf die Zuständigkeit für Bürger*innen ausrichtet, sondern auf die Zusammenarbeit mit den anderen EU-Institutionen. Zugleich hat die Europäische Kommission aber auch die Aufgabe, als Kommunikationsorgan für die EU nach außen zu dienen. Dies bringt sie mitunter in Widerspruch, wenn es darum geht, auf Bürger*innennähe einzugehen.

Was die Transparenz der Kommunikationsinhalte betrifft, zeigt sich ein widersprüchliches Bild: Während von Beamt*innen der Europäischen Kommission von geringen Zugriffszahlen auf Online-Veröffentlichungen gesprochen wird, wird von mehr als der Hälfte der befragten österreichischen Journalist*innen mangelnde Transparenz von Kommunikationsinhalten der Europäischen Kommission als Hindernis für eine journalistische Berichterstattung festgestellt. Die Korrespondent*innen kritisieren in diesem Zusammenhang vor allem die Bevorzugungen von ausgewählten Medien, unter anderem mit sogenannten „Versuchsballons“ – einer intransparenten Weiterreichung von Dokumenten, bevor diese öffentlich gemacht werden, um geplante Initiativen der Europäischen Kommission medial auszutesten und die Stimmung zu erproben. Je größer und einflussreicher Medien sind, desto mehr Relevanz für solche „Versuchsballons“ wird sowohl von den Beamt*innen als auch von den Journalist*innen konstatiert. Der mediale Diskurs zur Europäischen Kommission wird daher mitunter vor allem in kleinen Ländern der EU wie Österreich aufgrund von Wettbewerbsnachteilen in Mitleidenschaft gezogen. Inhalte zur Europäischen Kommission dringen daher mitunter erst später in die österreichische Medienlandschaft ein, und Journalist*innen aus kleineren EU-Ländern sind aus diesem Grund auch eher auf die Berichterstattung der Konkurrenzmedien aus anderen Ländern angewiesen. Dieses Faktum könnte auch eine Erklärung sein für die vermehrte internationale Medienbeobachtung der befragten Journalist*innen österreichischer Printmedien im Vergleich zur österreichischen Medienbeobachtung hinsichtlich Themen der Europäischen Kommission.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Was den internen Diskurs innerhalb der Europäischen Kommission betrifft, sind Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten und Pressesprecher*innen des Spokesperson‘s Service zu nennen, die sich als Antriebsfaktoren für politische Entwicklungen innerhalb der Europäischen Kommission bezeichnen und somit auch explizit aktive Funktionen in den politischen Prozessen der Europäischen Kommission einnehmen. Sich früh als Vermittler*in von öffentlichen Rückmeldungen im Legislativverfahren der Europäischen Kommission einzubringen sowie gemeinsam mit den Kolleg*innen in den Generaldirektionen die Vorschläge der Europäischen Kommission so rasch wie möglich nach deren Ankündigungen auch zu implementieren und dann zu kommunizieren, wird als Ziel angegeben. Diese Rückkopplungsfunktion wird als Verstärker für Berichterstattungen gedeutet und kann mitunter als Konsequenz der Nähe zu Journalist*innen sowie als Folge ihres gegenseitigen Diskurses betrachtet werden.

Dass die befragten österreichischen Journalist*innen sich in einem auffallenden Ausmaß eine offensivere Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission wünschen, weist in der Tat auf ein Kommunikationsdefizit der Europäischen Kommission – und mitunter auch auf offenen Raum für Beeinflussungen – hin.

11.3.3 Die Rolle der Medien

Im Folgenden werden unterschiedliche Medienaspekte im Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Printjournalismus aufgeworfen, die sich in den empirischen Untersuchungsschritten als relevant gezeigt haben, um mediale Einflussnahmen auf den transnationalen Diskurs zu illustrieren. Angesichts zunehmender Veränderungen der Medienlandschaft, die durch die aktuelle Wirtschaftskrise zusätzlich verstärkt werden, gilt es, deren dynamische Einflüsse auf den Diskurs zu Inhalten der Europäischen Kommission auch künftig zu beobachten.

Als Verstärker für mediale Berichterstattung zur Europäischen Kommission dienen vor allem Printmedien. (Die Affinität zur schriftlichen Presse ist in der Europäischen Kommission wesentlich größer als zu audiovisuellen Medien. Fehlende Kompetenzen der Europäischen Kommission im Umgang mit den spezifischen Charakteristika audiovisueller Medien, fehlende Sprachkenntnisse und bloß abstrakte Bilder werden wiederum als Hindernisse bei der Vermittlung von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission an audiovisuelle

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Medien identifiziert.) Auch regelmäßige Rubriken oder Ressorts zu EU-Themen innerhalb eines Printmediums werden sowohl von den Beamt*innen als auch von Korrespondent*innen als Verstärker für Berichterstattungen festgestellt. Die Umfrage unter den Journalist*innen österreichischer Printmedien legt außerdem nahe, dass von einem Zusammenhang zwischen einer ständigen redaktionellen „Institutionalisierung" von EU-Themen in der Innenarchitektur eines Printmediums und einer (eher) positiven Haltung der Journalist*innen zur EU ausgegangen werden kann.

Die Frage, ob Interaktionen via Social Media mehr Öffentlichkeit und Transparenz in die Kommunikation der Europäischen Kommission mit den Journalist*innen gebracht habe, wird von den Beamt*innen und Journalist*innen widersprüchlich beantwortet. Bei einer so großen Zahl an involvierten Personen Informationen über einen längeren Zeitpunkt geheim zu behalten, sei ohnedies schwieriger als im nationalen Rahmen. Zum anderen wird Social Media aber auch als eine Art *„Geheimkanal"* bezeichnet, durch den Journalist*innen direkt mit politischen Verantwortungsträger*innen kommunizieren. Auch Einschätzungen zur Tiefe versus Oberflächlichkeit von Social-Media-Inhalten zeigen keine einheitlichen Meinungen. Zugleich wird Social Media von der Europäischen Kommission als ein Kommunikationskanal verwendet, der tauglich ist, um auf ausgewählte Zielgruppen einzugehen und länderspezifische Beeinflussungen in den Diskurs einzubringen. Informationen, die nicht für die gesamte Öffentlichkeit in Midday Briefings gedacht sind, werden mitunter über die Social-Media-Kanäle der Kommissionsvertretungen verteilt. Zahlreiche individuelle Accounts der Kommissar*innen, die Twitter oder Facebook abhängig von ihren jeweiligen Zielgruppen befüllen (in den europäischen Ländern werden von den Beamt*innen unterschiedliche Social-Media-Gewohnheiten wahrgenommen, an die man sich teilweise anpasst), weisen eventuell auch auf die Entwicklung einer vielfältigeren Kommunikation der Europäischen Kommission aufgrund von Social Media hin. Darüber hinaus ermöglicht Social Media Einblick in inhaltliche Materien, die sowohl von den Beamt*innen der Europäischen Kommission als auch von den Journalist*innen gewisse Kommunikations- bzw. Einflussinteressen preisgeben. Durch Social Media wird auch eine Beschleunigung der Kommunikation zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Korrespondent*innen festgestellt. Die Befragten sind sich jedoch uneins, inwieweit sich die Kommunikationsarbeit auf EU-Ebene durch Social Media verändert habe. Auswirkungen auf die Medienlandschaft werden jedenfalls festgestellt: Auf

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Brüssel-Ebene wird vom Bedeutungsverlust der Presseagenturen aufgrund von Social Media gesprochen. *[Anmerkung: Während die Austria Presseagentur (APA) zum Zeitpunkt der Befragung noch zwei Korrespondent*innen in Brüssel stationiert hatte, war es zum Zeitpunkt des Abschlusses der Arbeit nur noch eine Person (Ständige Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union 2020).]* Auch insgesamt werden Presseagenturen von den Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten, den Pressesprecher*innen und Korrespondent*innen kaum erwähnt. Auf Österreich-Ebene können sie aber nach wie vor als relevante Kommunikationsorgane zu Inhalten der Europäischen Kommission eingeschätzt werden. Die Bedeutung der Presseagenturen für die Vermittlung von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission wird durch die Analyse der fünf österreichischen Tageszeitungen zwar nicht deutlich. Da drei der ausgewählten Tageszeitungen jedoch keine Angaben zu Presseagenturen machen, ist aber anzunehmen, dass die Verwendung ihrer Inhalte freilich höher ist. Diese Annahme wird auch durch die Umfrage unter österreichischen Journalist*innen bestätigt: Bei der Recherche zu Belangen der Europäischen Kommission greifen über 60 Prozent der Befragten „oft“ oder „manchmal“ auf österreichische Presseagenturen zurück. Zusätzlich ist festzuhalten: Konträr zu den Korrespondent*innen spielen Social Media unter den Journalist*innen in den österreichischen Printmedienredaktionen hingegen nur eine untergeordnete Rolle als Informationsquelle zur Europäischen Kommission.

Der persönliche und kollektive Medienkonsum der Beamt*innen der Europäischen Kommission kann darüber hinaus als zusätzlicher Beeinflussungsfaktor in Hinblick auf die inhaltlichen Kommunikationsinteressen und in der Folge auf den Diskurs in den Medien festgestellt werden. Hier spielen nach Angaben der Beamt*innen sowohl der tägliche Pressespiegel der Europäischen Kommission als auch vor allem Tageszeitungen großer europäischer Länder eine relevante Rolle. Allen voran wird die *Financial Times* genannt, die bei den Beamt*innen der Europäischen Kommission spezifische Blickwinkel schärfe, was die Ergebnisse der Studie des AIM Research Consortiums bestätigt (Deirdre 2007, 197). Die selektive Wahrnehmung des medialen Diskurses europäischer Printmedien (audiovisuelle Medien oder spezifische Online-Quellen werden hier nicht genannt) führe auch zu vermehrten Artikelveröffentlichungen zur Europäischen Kommission in eben diesen Printmedien, was unter anderem auch der sozialen Dynamik innerhalb der Europäischen Kommission

10.15772/ANDRASSY.2021.001

zugeschrieben wird. Die Regionalzeitungslandschaft – auch hier gäbe es durchaus hohe Auflagen – und die Zeitungslandschaft der kleineren europäischen Länder bleiben weitgehend unbeachtet. Diese Beobachtung wird auch in der österreichischen Korrespondent*innenschaft geteilt *(siehe Kapitel 11.3.2 – „Versuchsballons“).* Eine Bemerkung eines*r Pressesprecher*in bezieht sich jedoch darauf, dass die Juncker-Administration durchaus auch spezifisches Interesse an der österreichischen Medienlandschaft zeige.

11.4 Implikationen zum Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und (Re-)Nationalisierung bzw. Regionalisierung in der politischen Kommunikation

Die Europäische Union verkörpert in ihren Organisationsstrukturen einen neuen Typus transnationaler politischer Institutionalisierung. Nach wie vor ist dieser Prozess ein offener und mitunter widersprüchlicher – verbunden mit unterschiedlichen Zielvorstellungen der beteiligten EU-Mitgliedsländer. Der Begriff der „Mehrebenenpolitik“ weist darauf hin, dass ein (größerer) Teil an Souveränitätsrechten innerhalb der Europäischen Union nach wie vor in den Mitgliedsländern zu suchen ist (Meyer 2009a, 203–204). Während in Hinblick auf politische Szenarien zur Zukunft der EU von Zentralisierung und den „United States of Europe“ die Rede ist, stehen spätestens seit der Wirtschafts- und Finanzkrise von 2008 und dem Brexit auch Desintegrations- und Fragmentierungsszenarien zur Debatte (Laffan 2016, 381–385).

Die EU als Experiment transnationaler Governance steht also aktuell im Spannungsfeld zwischen Transnationalisierung und (Re-)Nationalisierung (Liebert & Jennichen 2019). In diesem Kontext nehmen Politik-PR und Journalismus eine zentrale gesellschaftliche Funktion und eine wesentliche Rolle als demokratischer Faktor für die Beobachtung und den politischen Diskurs ein. Neben Abgrenzungen in Hinblick auf Transnationalisierung und die Hinwendung zum Nationalen/Regionalen bringt die Analyse des kommunikativen Zusammenspiels zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus ansatzweise auch Tendenzen der Relativierung nationaler Begrenzungen zum Ausdruck. Zum einen vollzieht sich Entgrenzung schon allein über Kommunikation (Meckel 1998, 363), wie die Analyse der österreichischen Tageszeitungen bereits dargelegt hat. Zum anderen beinhalten die Ergebnisse der vorliegenden empirischen Analysen auch Hinweise auf neue

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Strukturbildungen und Prozesse, die jenseits abgegrenzter nationaler Kommunikationskulturen der Journalist*innen österreichischer Medien liegen (Wessler & Brüggemann 2012, 11). Mitunter lässt sich auch von einem Konkurrenzverhältnis zwischen einer Heterogenisierung bzw. Homogenisierung hinsichtlich des Zusammenspiels zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus sowie der Vermittlung von Kommunikationsinhalten zur Europäischen Kommission sprechen. Nicht nur zwischen den Beamt*innen der Europäischen Kommission und den Journalist*innen, sondern auch innerhalb der Gruppe der Korrespondent*innen und Journalist*innen sowie Beamt*innen werden diesbezüglich Spannungsfelder ersichtlich.

11.4.1 Die Kommunikationsinteressen des österreichischen Printjournalismus

Gerhards konstatiert, dass die nationalen Arenen der Medienöffentlichkeiten von nationalen Akteur*innen ohne eine Verbindung zu europäischen Dimensionen dominiert werden und die Europäische Kommission ihre Positionen und ihre Abhängigkeit von Entscheidungen der nationalen Regierungen nur sehr eingeschränkt in den nationalen Medien darstellen kann (Gerhards 2000, 289). Die vorliegenden Analysen von Kommunikationsanlässen knüpfen hier an.

Generell wird die Relevanz nationaler Akteur*innen im Vergleich zur Europäischen Kommission in der österreichischen Medienberichterstattung betont – wie beispielsweise ein*e Korrespondent*in zum Ausdruck bringt: *„Der nationale Akteur hat in nationalen Medien immer Vorrang, absolut immer kategorisch. Es sei denn, die EU-Kommission leitet ein Vertragsverletzungsverfahren gegen Österreich ein oder sie rügt Österreich, oder geht gezielt gegen oder für Österreich vor. Dann hat die Kommission Vorrang, nachrichtenmäßig. Aber das ist wirklich nur in den Ausnahmefällen.“* (KORR_1f/21) Durch die Kommunikationsanstrengungen der Europäischen Kommission wird der Versuch unternommen, dass Medien häufiger und intensiver über die sogenannte „europäische Perspektive“ berichten und so zum europäischen Zusammenhalt beitragen, wie vielfach betont wird. Journalist*innen österreichischer Printmedien geben jedoch an, vor allem dann Kommunikationsinhalte der Europäischen Kommission in die Öffentlichkeit zu übertragen, wenn diese einen Österreich-Bezug vorweisen können. Nationale Interessen der Journalist*innen und österreichspezifische Vorlieben in der Berichterstattung sowie die

10.15772/ANDRASSY.2021.001

gegenübergestellte „gesamteuropäische“ Perspektive der Europäischen Kommission werden als auseinanderklaffende Gegenpole und Hindernisse für die Berichterstattung zur Europäischen Kommission identifiziert. Viel mehr noch wird mangelnde Bereitschaft zur Einnahme einer „europäischen Perspektive“ von Seiten der Europäischen Kommission als Grund für Konflikte mit Journalist*innen genannt. Die Befragung der Journalist*innen österreichischer Printmedien ergibt folgendes Bild: Sowohl die Einordnung österreichischer Themen in einen grenzüberschreitenden Zusammenhang (bottom up) als auch das Einbringen internationaler Perspektiven in die österreichische Debatte (top down) erhalten sehr ähnliche Zustimmungswerte: Jeweils über 50 Prozent der Befragten geben an, dass die Aussagen „österreichische Themen in einen grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen“ sowie „eine internationale Perspektive in die österreichische Debatte einbringen“ die eigene Zielsetzung als Journalist*in zutreffend oder eher zutreffend beschreiben. Journalist*innen, die häufiger zur Europäischen Kommission recherchieren, können den Prioritäten noch deutlich öfter zustimmen als die Gesamtheit.

Jene Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission, die in den analysierten österreichischen Printmedien veröffentlicht wurden, legen in punkto Tagesaktualität mitunter einen thematischen Konnex zu Österreich nahe. Politikbereiche, die sich wiederum konkret auf die österreichischen Bürger*innen auswirken (Gesundheits- und Konsument*innenschutz, Transport, Sozialpolitik) bzw. als für Österreich charakteristische EU-Themen gelten (Agrarpolitik, Transport), wurden im Zeitraum der Analyse in den Printmedien jedoch nur in geringem Ausmaß in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission angesprochen. Aus der Perspektive der Berichterstattungsanlässe und der Ortsangaben zu den Artikeln weisen die Inhalte zur Europäischen Kommission mehrheitlich keinen Zusammenhang zu Österreich auf. Die Europäische Kommission wird hingegen häufig mit Brüssel in Verbindung gebracht: Jene Anlässe gehören zu den am häufigsten gewählten Anstößen für eine Medienberichterstattung, welche die Europäische Kommission mit anderen EU-Institutionen oder mit Ereignissen zusammensetzt, die im Konnex mit anderen EU-Institutionen stehen. Durch dieses spezifische Selektionsinteresse wird die Europäische Kommission mitunter mit „Österreich-Ferne“ assoziiert und vielmehr mit den EU-Institutionen in Brüssel konnotiert. Darauf weist auch (mit Ausnahme der *Kronen Zeitung*) die geringe Bedeutung der Erwähnung

10.15772/ANDRASSY.2021.001

der Europäischen Kommission in den Innenpolitik-Ressorts der analysierten Tageszeitungen hin.

Transnationale „bottom up“-Verbindungen zwischen Österreich und der Europäischen Kommission werden in den analysierten österreichischen Tageszeitungen nur geringfügig sichtbar gemacht. Die Bezugnahme zwischen der nationalen Ebene und der EU-Ebene fällt in der Berichterstattung der analysierten österreichischen Printmedien nur schwach aus. Auffallend ist, dass dezidiert österreichische Anlässe – entweder aus der Eigenlogik österreichischer Systeme heraus (z. B. ein Beschluss des österreichischen Parlaments) oder (Kommunikations-)Handlungen österreichischer Akteur*innen, die an die Öffentlichkeit oder Teilöffentlichkeiten gerichtet sind (z. B. Demonstration, Veranstaltung, Publikation eines Berichts) – in Zusammenhang mit der Europäischen Kommission und ihren Akteur*innen nur selten vorkommen. Die Vermischung der transnationalen Akteur*innen der Europäischen Kommission mit explizit österreichischen Ereignissen hat sich in der gesamten Stichprobe nicht als relevanter Anlassfaktor für eine Printmedienberichterstattung herausgestellt.

Die Aussagen der Korrespondent*innen und Journalist*innen zeigen aber, dass sich Journalist*innen in der „top down“-Kommunikation der Europäischen Kommission sehr wohl die Herausarbeitung nationaler Perspektiven wünschen. Auch bei der Recherche zu Belangen der Europäischen Kommission greifen die befragten österreichischen Journalist*innen häufig auf Informationen von österreichischen Quellen (Medien, Expert*innen, Politiker*innen, NGOs) zurück. Informationen von internationalen Expert*innen und internationalen Presseagenturen werden hingegen deutlich seltener begehrt. Bemerkenswert ist, dass vor allem jene Journalist*innen, die der EU negativ oder eher negativ gegenüberstehen, sich überdurchschnittlich oft auf österreichische Quellen beziehen. Die Europäische Kommission sowie andere EU-Institutionen verwenden jene Journalist*innen, die der EU gegenüber positiv oder eher positiv eingestellt sind, hingegen deutlich öfter als Recherchequelle. Nur in Sachen Medienberichterstattung wird die internationale Berichterstattung gegenüber der österreichischen öfter zur Informationsrecherche herangezogen. Auch Pressesprecher*innen der Europäischen Kommission konstatieren inhaltliche Verbindungen und ein Zusammenspiel zwischen dem deutschen und dem österreichischen Journalismus, die man auch in österreichischen Qualitätszeitungen erkennen könne.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Als Gründe für die geringe Bedeutung von nicht-österreichischen Quellen werden von den Beamt*innen der Europäischen Kommission kulturelle und sprachliche Barrieren benannt, die Journalist*innen in den Heimatredaktionen daran hindern, mit Akteur*innen außerhalb Österreichs in Kontakt zu treten. Von Korrespondent*innenseite wird von einer generellen Berührungsangst der österreichischen Journalist*innen gegenüber transnationalen und internationalen Institutionen gesprochen. Dieses Bild gibt die Umfrage unter österreichischen Journalist*innen nicht wieder, die in kulturellen und sprachlichen Verschiedenheiten überwiegend keine relevanten Hindernisse erkennen können. Nähe aufgrund von Herkunft und Sprache wird von den Beamt*innen der Europäischen Kommission darüber hinaus als relevantes Kriterium für Kontaktaufnahmen der Journalist*innen zur Europäischen Kommission betrachtet. Journalist*innen aus den EU-Mitgliedsländern kontaktieren aus Sicht der Beamt*innen bevorzugt die Kabinette der Kommissar*innen ihrer eigenen Herkunftsländer bzw. die dortigen Kommunikationsverantwortlichen und Pressesprecher*innen aus ihren Herkunftsländern bzw. derselben Sprachfamilie. Die Vermutung eines*r Korrespondent*in wurde durch die Befragung der Journalist*innen zudem bestätigt: Waren Journalist*innen eine Zeit lang im Ausland, kontaktieren sie häufiger die Europäische Kommission und berücksichtigen häufiger transnationale Perspektiven in ihrer journalistischen Berichterstattung.

Was die Positionierung der Brüssel-Korrespondent*innen im Spannungsfeld zwischen den sogenannten „österreichischen“ und „europäischen“ Interessen betrifft, wird ein zweideutiges Bild gezeichnet: Der Pressesprecher der Wiener Kommissionsvertretung stellt in seiner Analyse zur journalistischen Berichterstattung fest, dass auch die österreichischen Korrespondent*innen – genauso wie die restliche Journalist*innenschaft – in ihren Recherchen zur Europäischen Kommission Österreich-Aspekte bevorzugen. Widerspruch kommt diesbezüglich von Seiten eines*r Korrespondent*in: Mitunter heiße Brüssel-Korrespondent*in zu sein, sich auch auf die Seite der Beamt*innen der Europäischen Kommission zu stellen und die sogenannte „europäische“ Perspektive einzunehmen. Auch die Pressesprecher*innen stellen eine grundsätzliche EU-Affinität der österreichischen Korrespondent*innen fest. Von anderer Korrespondent*innenseite wird der Befund jedoch bestätigt, dass vor allem nationale Interessen in der Berichterstattung betont werden sollen.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Generell kann die Stellung der Brüssel-Korrespondent*innen im Dreieck zwischen den EU-Institutionen und den Redaktionen in Österreich mitunter als Konfliktfeld zwischen Nationalisierung und Europäisierung eingeschätzt werden: Die Interaktionen der Korrespondent*innen mit den Herkunftsredaktionen werden aufgrund der Distanz und ihrer Vermittlungsposition zwischen den sogenannten „österreichischen“ und „europäischen“ Perspektiven als herausfordernd beschrieben. Gleichzeitig werden die Herkunftsredaktionen aber auch als Korrektiv für die eigene Arbeit bezeichnet, um die Nähe zum Medienpublikum und Distanz zu den EU-Institutionen wahren zu können. Korrespondent*innen sprechen einerseits von EU-Begeisterung und einer Interessensübereinstimmung mit der Europäischen Kommission. Die Europäische Kommission wird grundsätzlich für die politische Einschätzung gebraucht. Andererseits werden auch Versuche der Korrespondent*innen bemerkbar, sich vom Verdacht der Nähe zur Europäischen Kommission distanzieren zu wollen.

Ein weiterer interessanter Aspekt bezieht sich auf die transnationalen Verbindungen der Korrespondent*innen, die – zumindest phasenweise – auf eine Aufhebung nationaler Begrenzungen in der Kommunikationsarbeit zu Inhalten der Europäischen Kommission hinweisen: Im Spokesperson‘s Service passiert es immer wieder, dass sich Korrespondent*innen für gemeinsame Kommunikationsanfragen organisieren. Als „Rudelbildung“ wird von einem*r Pressesprecher*in ein mitunter geschlossener nationalitätenübergreifender – und manchmal auch nationalitätenzentrierter – Auftritt von Korrespondent*innen beschrieben, um mit dem Spokesperson‘s Service zu einem speziellen Kommunikationsinteresse in Kontakt zu treten. Von Korrespondent*innenseite wird auch von einer Zusammenarbeit mit Journalist*innen anderer Länder berichtet, die Einflüsse auf Informationsstand, Recherche-Ideen und mitunter auch eine Veränderung der Perspektive in der Berichterstattung zur Folge haben. Wie bereits von *Deirdre* beschrieben, erleichtert der transnationale Austausch die eigene Arbeit als Korrespondent*in, die freilich auch in Konkurrenz zu den Korrespondent*innen aus demselben Herkunftsland steht (Deirdre 2007, 203).

11.4.2 Die Kommunikationsinteressen der Europäischen Kommission

Während die Europäische Kommission in ihren Kommunikationsinhalten nach außen sogenannte „europäische“ Perspektiven unterstreicht sowie transnationale Interessen

10.15772/ANDRASSY.2021.001

aufzeigt, sind bei genauerem Hinsehen auf die Kommunikationsarbeit auch nationale Verbindungen erkennbar. Denn in der alltäglichen Praxis spielen nationale Komponenten und spezifische nationale Netzwerke genauso eine Rolle, welche Auswirkungen auf die Kommunikationsarbeit zeigt.

Zum Teil existieren enge Beziehungen zwischen den Kabinetten der Kommissar*innen und den Vertretungen in den Herkunftsländern der Kommissar*innen. Manche Kommunikationsverantwortliche in den Kabinetten der Kommissar*innen fühlen sich für die Kommunikation im Herkunftsland des*r zugeordneten Kommissar*in auch abseits der eigenen Portfolios zuständig, um so Interaktionen der Europäischen Kommission mit Journalist*innen zu unterstützen. Generell werden Kommissar*innen als Kommunikationsverstärker im eigenen Herkunftsland eingesetzt, um dort wichtige Kommunikationsfunktionen für die Europäische Kommission einzunehmen. Während der Präsidentschaft Jean-Claude Junckers war in den Portfolios der Kommissar*innen mitunter auch explizit die Pressearbeit für das eigene Herkunftsland verzeichnet. Aber auch dazu war keine Einheitlichkeit feststellbar, wie beispielsweise das Kabinett des österreichischen Kommissars Johannes Hahn zeigte *(siehe Kapitel 11.2).*

Den Vertretungen in den EU-Mitgliedsländern wird generell die Rolle der nationalitätenspezifischen und regionalen Anpassung von Kommunikationsinhalten der Europäischen Kommission bis hinein in die Regionalzeitungslandschaft zugeschrieben. Dass sich diese Tätigkeit bis zu den Journalist*innen nicht immer bemerkbar macht, führte die Befragung der österreichischen Journalist*innen vor Augen, die sich eine offensivere Kommunikationsarbeit der Vertretung wünschen. Mangelnde Ressourcen für eine breitere Kommunikationsarbeit sowie unklare Funktionenzuschreibungen werden von Seiten der Europäischen Kommission als Hindernis dafür angegeben *(siehe Kapitel 11.2).*

Auch was die inhaltliche Kommunikationsarbeit betrifft, sind Widersprüche innerhalb der Beamt*innenschaft der Europäischen Kommission zu identifizieren, die auf ein kommunikatives Spannungsfeld zwischen Regionalisierung/Nationalisierung und Transnationalisierung bis hin zur Ausrichtung der Kommunikationsarbeit auf die Einordnung der EU in den globalen Kontext hinweist: Die stark positive Konnotation der „größeren“ oder „europäischen“ Perspektive – wie die Positionierung der Kommunikationsinhalte innerhalb der Europäischen Kommission oft bezeichnet wird – erfährt unter der Journalist*innenschaft

10.15772/ANDRASSY.2021.001

mitunter heftige Kritik, weil dadurch spezifische Länderinteressen heruntergespielt würden. Eine Ausrichtung der Kommunikationsinhalte auf nationale Interessen wird von den befragten Journalist*innen hingegen als Verstärker medialer Berichterstattung angegeben. Was die Aufbereitung nationalitäten- und regionenspezifischer Informationen und deren Intensität betrifft, zeigt sich bei den befragten Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und bei den Pressesprecher*innen jedoch keine Einigkeit: Einerseits wird beteuert, generell keine Strategien zur Regionalisierung der Kommunikation zu haben, bzw. werden die Schwierigkeiten einer länderspezifischen Aufbereitung in Hinblick auf die gesamten 28 EU-Mitgliedsländer betont. *[Anmerkung: Zum Zeitpunkt der Befragung war Großbritannien noch Mitglied der EU.]* Andererseits wird Regionalisierung als eine wichtige Komponente der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission betrachtet, um in die mediale Berichterstattung zu gelangen. Auf einen Widerspruch wird dabei jedoch hingewiesen: Sowohl die Ausrichtung der Europäischen Kommission als supranationale Institution in Abgrenzung zu den Nationalstaaten als auch zahlreiche Materien der Kommissar*innen würden es gar nicht möglich machen, politische Themen der Europäischen Kommission zu regionalisieren. Die Zusammenschau der Interviews zeigt, dass das jeweilige Bestreben der Beamt*innen speziell auch von den Inhalten ihres Portfolios abhängig ist. Eine große Bandbreite an Antworten zielt auf die Bedürfnisse der Bürger*innen in nationalstaatlichen Gefügen, die eine Regionalisierung der Inhalte benötigen, um ihre Vorteile zu verstehen. Zugleich wird in den Antworten auch eine globale Ausrichtung der Kommunikation deutlich, die mit der EU als Global Player in Zusammenhang steht (z. B. Wettbewerb, Handelsbeziehungen). Hierbei muss auch beachtet werden, dass sich selbst die Journalist*innen-Zielgruppen der einzelnen Kommunikationsverantwortlichen in den Kabinetten der Kommissar*innen und der Pressesprecher*innen stark unterscheiden. Abhängig vom Portfolio und aktuellen Themen haben die Beamt*innen oft mit Journalist*innengruppen unterschiedlicher europäischer, aber auch nicht-europäischer Länder zu tun (z. B. Erweiterung, Humanitäres, Handelsbeziehungen) – was die Kommunikationsarbeit aus der Sicht der Europäischen Kommission noch um ein Vielfaches erschwere.

Die Berücksichtigung nationaler Eigenschaften wird auch in Hinblick auf den Kommunikationsstil mit Journalist*innen als eine wesentliche Komponente für eine

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Verstärkung medialer Berichterstattung betrachtet. Neben dem Verständnis für allgemeine nationale Sensibilitäten – vor allem zwischen kleinen und großen sowie zwischen östlichen und westlichen europäischen Ländern werden Differenzen angeführt – müssen auch nationalitätenbezogene journalistische Gewohnheiten, wie beispielsweise die Autorisierung von Interviews, im Umgang mit Journalist*innen berücksichtigt werden.

Die Nationalisierung bzw. Regionalisierung von Kommunikationsinhalten bringt auch problematische Aspekte für die Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission mit sich: Da die Einschätzung zu Positivität und Negativität politischer Kommunikationsinhalte in den einzelnen EU-Mitgliedsländern mitunter nicht einheitlich betrachtet wird und gewisse Botschaften sehr verschiedenartige Bedeutungen in den einzelnen EU-Ländern entfalten können, birgt eine Nationalisierung bzw. Regionalisierung von Inhalten mitunter auch Gefahren für die Europäische Kommission. Durch das Eingehen auf spezifische Länderinteressen komme es vor, dass Journalist*innen aus anderen Ländern Impulse erhalten, um gewissen Themen mehr Relevanz und Publizität zu verleihen, die von der Europäischen Kommission her nicht gewollt sind. Auch die Auswahl von Journalist*innen für Hintergrundgespräche zeigt ambivalente Seiten: Eine nationenspezifische Einladungspolitik von Journalist*innen kann als hilfreiche Strategie der Europäischen Kommission zur Verankerung von länderspezifischen Informationen dienen. Aufgrund der Konkurrenz der Journalist*innen innerhalb eines Landes werden diese Hintergrundgespräche von Journalist*innen jedoch mitunter gemieden. In der Folge werden häufig auch Hintergrundgespräche für gemischte Journalist*innengruppen aus unterschiedlichen Ländern angeboten.

Zu beachten ist darüber hinaus, dass es für die Europäische Kommission ein Abwägen zwischen Nationalisierung/Regionalisierung und Transnationalisierung von Kommunikationsinhalten braucht, um gewünschte Wirkungen zu erzielen: Da man in der Kommunikationsarbeit stets auf alle EU-Mitglieder Rücksicht nehmen müsse, man niemanden ausspielen und ein geeintes Europa zeichnen wolle, wie vielfach betont wird, kann es passieren, dass ein Erreichen von positiver Berichterstattung aus der Perspektive der Europäischen Kommission jedoch nicht immer als Erfolg angesehen werden kann: Am Beispiel staatlicher Beihilfen für große Konzerne wird illustriert, dass das Vorgehen der Europäischen Kommission gegen ein einzelnes oder mehrere EU-Mitglied(er) in der Berichterstattung

10.15772/ANDRASSY.2021.001

anderer Länder positiv aufgenommen wird. Auch Kommunikationsinhalte, welche die Vorrangstellung Österreichs im Vergleich zu anderen EU-Mitgliedsländern – vor allem zu Deutschland – betonen, werden als ein wichtiger Katalysator für eine Berichterstattung in Österreich identifiziert. Andererseits sind auch Berichterstattungen über die Europäische Kommission häufig, wenn diese in einem innerösterreichischen Konflikt Stellung bezieht. Hierzu wird speziell betont, dass sich Medienberichterstattung in Österreich verstärke, wenn die Europäische Kommission nicht auf der Seite der Regierung steht, sondern den Bürger*innen Recht gibt.

11.4.3 Ausblick

Das transnationale Zusammenspiel zwischen der Europäischen Kommission und dem österreichischen Journalismus wird durch unterschiedlichste Faktoren, die in der vorliegenden Arbeit zur Sprache gekommen sind, sowohl verstärkt als auch behindert. Als ein wesentliches Problemfeld kann das Spannungsfeld zwischen dem journalistischen Interesse nach nationalen/regionalen Ankerpunkten von Kommunikationsinhalten und dem – trotz merkbarer Versuche der Nationalisierung und Regionalisierung – vorrangigen Interesse der Europäischen Kommission zur Vermittlung der sogenannten „europäischen Perspektive“ und mitunter auch zur Einordnung der EU in den globalen Kontext aufgefasst werden. Neben klaren gegenseitigen Abgrenzungshandlungen in Hinblick auf dieses Themenfeld lassen sich bei der Analyse von Kommunikationsflüssen auch Momente der Durchlässigkeit eruieren.
Um die Dynamik der Nachrichtenproduktionsprozesse künftig noch strukturierter zu fassen und dabei auch das komplexe Zusammenspiel von Vermittlungsinstanzen zwischen der Europäischen Kommission und dem Journalismus verstärkt in den Blick zu nehmen, kommen abschließend noch zwei Forschungsfelder in den Blick, die sich im Rahmen der Analyse als interessant und bisher noch kaum beachtet gezeigt haben: Der Nachvollzug von sogenannten „Berichterstattungswellen“ zu Inhalten der Europäischen Kommission anhand konkreter Fallbeispiele könnte sich als lohnend herausstellen, um viel stärker kausale Erkenntnisse gegenseitiger Beeinflussungen zwischen der Ebene der Nationalstaaten bzw. der Europäischen Kommission herauszuarbeiten. Informationsketten können entweder ausgehend von der Europäischen Kommission, häufig vermittelt durch „Übersetzungsinstanzen“ (Korrespondent*innen, Kommissionsvertretungen,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kommissar*innen, (internationale) Medien, europäische oder nationale Stakeholder) „top down“ hinein in die nationale Medienberichterstattung, analysiert werden. Kontrastierend dazu könnte auch eine „Berichterstattungswelle“, die sich aus einer ursprünglich national orientierten Debatte „bottom up“ entwickelt und von der Europäischen Kommission aufgegriffen wird, um anschließend – entweder in nationalisierter/regionalisierter oder in transnationalisierter Form – auf das Thema zu reagieren, weitere interessante Aufschlüsse zum Zusammenspiel zwischen dem nationalen Journalismus und der Europäischen Kommission geben. Auch hier sollte wiederum auf zwischengelagerte Verstärker bzw. „Übersetzungsinstanzen“ wie nationale Politiker*innen, Expert*innen oder NGOs nicht vergessen werden. Eine Analyse dieser dynamischen Kommunikationsflüsse, die sich in zwei Richtungen bewegen, könnte anhand konkreter Fallbeispiele einen noch klareren Einblick in Parameter geben, die als Verstärker transnationaler Kommunikationshandlungen dienen und eine mediale Berichterstattung auslösen. In einer solchen Zugangsweise zum Forschungsfeld sind unterschiedliche Forschungsmethoden nicht thematisch weitgehend offen und chronologisch voneinander abgekoppelt wie die Analysen in der vorliegenden Arbeit, sondern noch direkter aufeinander bezogen.

Auch die Analyse von Social Media würde sich eignen, um Überlappungen und Abgrenzungen zwischen Nationalisierung/Regionalisierung und Transnationalisierung von Kommunikationsinhalten zur EU unter die Lupe zu nehmen. Die Uneinigkeit der befragten Beamt*innen und Korrespondent*innen im Rahmen der vorliegenden Analysen zur Bedeutung von Social Media für die Vermittlung von Inhalten zur Europäischen Kommission legt eine wissenschaftliche Überprüfung nahe. Social-Media-Kommunikation sollte dabei nicht nur als Einbahnstraße aus der Perspektive der Europäischen Kommission betrachtet werden. Aus dem Zusammenspiel mit Journalist*innen lassen sich möglicherweise auch Impulse aus dem Kommunikationsverhalten der Journalist*innen entnehmen, welche sich die Europäische Kommission auch zu eigen macht.

Die Feststellung transnationaler Informationsketten könnte die vielfältige Dynamik des Zusammenspiels zwischen Politik-PR und Journalismus anhand spezifischer Politikthemen jedenfalls noch weiter konkretisieren und auch in Hinblick auf zeitliche Zyklen transnationaler politischer Kommunikation interessante Aufschlüsse liefern, die in der vorliegenden Analyse außer Acht gelassen wurden.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

Abromeit, Heidrun (2003): Möglichkeiten und Ausgestaltung einer europäischen Demokratie. In: Klein, Ansgar et al. (Hg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 31–54.

AIM Research Consortium (Hg.) (2007): Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Analysis of interviews with EU correspondents and spokespersons. Bochum: projekt verlag.

Altides, Christina (2009): Making EU Politics Public. How the EU institutions develop public communication. Baden-Baden: Nomos.

Altmeppen, Klaus-Dieter & Löffelholz, Martin (1998): Zwischen Verlautbarungsorgan und »vierter Gewalt«. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 97–123.

Altmeppen, Klaus-Dieter; Röttger, Ulrike & Bentele, Günter (Hg.) (2004): Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Alvesson, Mats (2011): Interpreting Interviews. London: Sage.

Anderson, Peter J. & Price, John (2008): An Evaluation of the Press and Communication Reforms of the Prodi Commission of 1999–2004: With Particular Reference to UK Europhile and Eurosceptic Journalists' Perceptions of their Impact. European Journal of Communication, 23/1, 29–46.

ARGE Media-Analysen (2019): Media-Analyse 18/19. Ergebnisse. Verfügbar unter: https://www.media-analyse.at/files/MA_1819/MA1819_Presseunterlagen.pdf [abgerufen am 04.04.2020].

Assenbrunner, Benedikt F. (2011): Europäische Demokratie und nationalstaatlicher Partikularismus. Theoretischer Entwicklungsrahmen, unionsrechtliche Ansätze und Perspektiven europäischer Demokratie nach dem Reformvertrag von Lissabon. Baden-Baden: Nomos.

Auer, Claudia (2016): Internet und Journalismus. In: Löffelholz, Martin & Rothenberger, Liane (Hg.): Handbuch Journalismustheorien. Wiesbaden: Springer VS, 489–506.

Avenarius, Horst (1995): Public Relations. Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.

Baerns, Barbara (1991): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.

Baerns, Barbara (2007): The “Determination Thesis”: How Independent is Journalism of Public Relations? In: Merkel, Bernd; Russ-Mohl, Stephan & Zavaritt, Giovanni (Hg.): A Complicated, Antagonistic & Symbiotic Affair. Journalism, Public Relations and their Struggle for Public Attention. Lugano: Giampero Casagrande editore, 55–73.

Baisnée, Olivier (2000): Can political journalism exist at the EU level? Conference Paper: European Consortium for Political Research, Copenhagen, 14.–19.04.2000. Verfügbar unter: https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/28e3d562-010e-4dc2-ae7d-6b4b92ab81bf.pdf [abgerufen am: 06.06.2018].

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Baisnée, Olivier (2002a): Can political journalism exist at the EU level? In: Kuhn, Raymond & Neveu, Erik (Hg.): Political Journalism. London: Routledge, 108–128.

Baisnée, Olivier (2002b): Les journalistes accrédités auprès de l'union européenne: correspondants à l'étranger ou généralistes spécialisés? Logiques et paradoxes du poste de bruxelles dans la presse française et britannique. Réseaux, 1/111, 102–130.

Bauer, Michael W. & Becker, Stefan (2015): Die Europäische Kommission unter Jean-Claude Juncker – eine Zwischenbilanz. Integration, 38/4, 292–305.

Baur, Nina & Florian, Michael J. (2009): Stichprobenprobleme bei Online-Umfragen. In: Jackob, Nikolaus; Schoen, Harald & Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 109–128.

Beck, Klaus (2007): Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK.

Bender, Peter (1997): Europa als Gegenstand der Politischen Kommunikation. Dissertation Albert-Ludwigs-Universität Freiburg/Breisgau.

Bentele, Günter (1997): Defizitäre Wahrnehmung: Die Herausforderung der PR an die Kommunikationswissenschaft. In: Bentele, Günter & Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz: UVK, 67–84.

Bentele, Günter; Liebert, Tobias & Seeling, Stefan (1997): Von der Determination zur Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: Bentele, Günter & Haller, Michael (Hg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure, Strukturen, Veränderungen. Konstanz: UVK, 225–250.

Bentele, Günter & Nothaft, Howard (2004): Das Intereffikationsmodell. Theoretische Weiterentwicklung, empirische Konkretisierung und Desiderate. In: Altmeppen, Klaus-Dieter; Röttger, Ulrike & Bentele, Günter (Hg.): Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 67–104.

Berelson, Bernard (1952): Content Analysis in Communication Research. Glencoe: The Free Press.

Berglez, Peter (2008): What is global journalism? Journalism Studies, 9/6, 845–858.

Bergmann, Jörg (2006): Qualitative Methoden der Medienforschung — Einleitung und Rahmung. In: Ayaß, Ruth & Bergmann Jörg (Hg.): Qualitative Methoden der Medienforschung. Reinbek: Rowohlt, 13–41.

Bernauer, Thomas et al. (2013): Einführung in die Politikwissenschaft. Baden-Baden: Nomos.

Biermann, Kai et al. (2015): Was, wann, wo – Rekonstruktion der Terrorangriffe. Die Zeit Online, 16.11.2015. Verfügbar unter: https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2015-11/terror-paris-attentate-rekonstruktion-ablauf [abgerufen am: 10.07.2020].

Bijsmans, Patrick & Altides, Christina (2007): 'Bridging the Gap' between EU Politics and Citizens? The European Commission, National Media and EU Affairs in the Public Sphere. Journal of European Integration, 29/3, 323–340.

Birkelund, Gunn E. (2010): Die Kontextualisierung von Akteuren und ihren Präferenzen. In: Kron, Thomas & Grund, Thomas (Hg.): Die Analytische Soziologie in der Diskussion. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 153–164.

Blasius, Jörg & Thiessen, Victor (2012): Assessing the Quality of Survey Data. Los Angeles: Sage.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Blöbaum, Bernd (2013): Journalismus. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd & Jarren, Otfried (Hg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS, 141–142.

Blum, Roger (2008): Die bissigen Schosshunde. Politischer Journalismus zwischen Machtkritik und Machtverliebtheit. In: Pörksen, Bernhard; Loosen, Wiebke & Scholl, Armin (Hg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 235–246.

Bogner, Alexander & Menz, Wolfgang (2005): Das theoriegenerierende Experteninterview. Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion. In: Bogner, Alexander; Littig, Beate & Menz, Wolfgang (Hg.): Das Experteninterview: Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 33–70.

Bogner, Alexander; Littig, Beate & Menz, Wolfgang (2014): Interviews mit Experten. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: Springer VS.

Bohrmann, Hans (2010): Zur Einführung. In: Bohrmann, Hans & Toepser-Ziegert, Gabriele (Hg.): Krise der Printmedien: Eine Krise des Journalismus? Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung. Berlin: De Gruyter, 7–12.

Börzel, Tanja A. & Panke, Diana (2016): Europeanization. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: University Press, 110–121.

Boyd-Barrett, Oliver (1977): Media imperialism: Towards an international framework for the analysis of media systems. In: Curran, James; Gurevitch, Michael & Woollacott, Janet (Hg.): Mass communication and society. London: Edward Arnold, 116–135.

Brantner, Cornelia (2007): Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit: eine Inhaltsanalyse des öffentlichen Diskurses zur Osterweiterung der Europäischen Union und zum EU-Beitritt der Tschechischen Republik. Dissertation Universität Wien.

Brantner, Cornelia & Langenbucher, Wolfgang R. (2006): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel: Herausforderungen für die Kommunikationswissenschaft. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: SV Verlag für Sozialwissenschaften, 402–415.

Breser, Britta (2016): Ein Stimmrecht, aber keine Stimme? Zur Beteiligung der unorganisierten Bürgerschaft an EU-Governanceprozessen. Wien: Neuer Wissenschaftlicher Verlag.

Brüggemann, Michael (2005): How the EU Constructs the European public Sphere. Seven Strategies of Information Policy. Journal of the European Institute for Communication and Culture, 12/2, 57–73.

Brüggemann, Michael (2008): Europäische Öffentlichkeit durch Öffentlichkeitsarbeit. Die Informationspolitik der Europäischen Kommission. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Brüggemann, Michael (2010): Information Policy and the Public Sphere. Javnost – The Public, 17/1, 5–21.

Brüggemann, Michael (2012): Transnationale Kulturen des Journalismus. Praktiken journalistischer Themenfindung im Vergleich. Medien & Kommunikationswissenschaft, 60/SB 2, 76–92.

Brüggemann, Michael et al. (2006): Segmentierte Europäisierung: Trends und Muster der Transnationalisierung von Öffentlichkeiten in Europa. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: GWV Fachverlag, 214–231.

Brüggemann, Michael et al. (2009): Transnationale Öffentlichkeit in Europa: Forschungsstand und Perspektiven. Publizistik, 54/391, 391–414.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Bucher, Hans-Jürgen (2004): Journalismus als kommunikatives Handeln. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: VS Verlag, 263–285.

Bundeszentrale für Politische Bildung (2016): Silvesterübergriffe in Köln. Eurotopics, Dossier. Verfügbar unter: https://www.eurotopics.net/de/152860/silvesteruebergriffe-in-koeln [abgerufen am 12.07.2018].

Burzan, Nicole (2015): Quantitative Methoden kompakt. Konstanz: UVK-Verlag.

Charter of Fundamental Rights of the European Union (2010): Official Journal of the European Union C83/53, 380. Verfügbar unter: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:12012P/TXT [abgerufen am 18.05.2018].

Christiansen, Thomas (2016): Governance in the European Union. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 97–109.

Church, Clive & Phinnemore, David (2016): From the Constitutional Treaty of Lisbon and Beyond. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 30–49.

Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (2017): European Union Politics. Supplement: Includes coverage of Brexit. Oxford: Oxford University Press.

Copeland, Paul & Copsey, Nathaniel (2017): Rethinking Britain and the European Union: Politicians, the Media and Public Opinion Reconsidered. Journal of Common Market Studies, 55/4, 709–726.

Corbin, Juliet & Strauss, Anselm (2008): Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Cornia, Alessio (2010): The Europeanization of Mediterranean journalistic practices and the Italianization of Brussels: Dynamics of the interaction between EU institutions and national journalistic cultures. European Journal of Communication, 25/4, 366–381.

Daase, Christopher (2009): Die Informalisierung internationaler Politik: Beobachtungen zum Stand der internationalen Organisation. In: Dingwerth, Klaus (Hg.): Die organisierte Welt: Internationale Beziehungen und Organisationsforschung. Baden-Baden: Nomos, 290–308.

Dahl, Robert A. (1989): Democracy and its critics. Yale: Yale University Press.

Dahlgren, Peter (2009): Media and Political Engagement. Citizens, Communication and Democracy. Cambridge: Cambridge University Press.

Decker, Frank (2017): Populismus in Westeuropa. Theoretische Einordnung und vergleichende Perspektiven. In: Diendorfer, Gertraud; Sandner, Günter & Turek, Elisabeth (Hg.): Populismus – Gleichheit – Differenz. Herausforderungen für die Politische Bildung. Schwalbach: Wochenschau Verlag, 11–28.

Deirdre, Kevin (2007): Conclusion: Making the News in Brussels. In: AIM Research Consortium (Hg.): Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Analysis of Interviews with EU correspondents and spokespersons. Bochum: projekt verlag, 197–203.

Delhaes. Daniel (2002): Politik und Medien – zur Interaktionsdynamik zweier sozialer Systeme. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Denzin, Norman (1970): The Research Act in Sociology: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. Oxford: Butterworths.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Der Standard (2020a): Kanzlerzitat aus Puls-24-Interview geschnitten. Der Standard Zeitung Online, 24.07.2020. Verfügbar unter: https://www.derstandard.at/story/2000118943086/kanzler-zitat-aus-puls-24-interview-geschnitten [abgerufen am: 25.07.2020].

Der Standard (2020b): Diskussion um Kanzleramtsfotos vom EU-Gipfel in Medien. Der Standard Zeitung Online, 20.07.2020. Verfügbar unter: https://www.derstandard.at/story/2000118857294/diskussion-um-kanzleramtsfotos-vom-eu-gipfel-in-medien [abgerufen am: 25.07.2020].

Derks, Klaas; Gemenis, Kostas & Van Gerven, Minna (2013): The agenda of the European Commission. Manuskript.

De Vreese, Claes (2003): Communicating Europe. Policy Brief, "Next Generation Democracy: Legitimacy in Network Europe". Verfügbar unter: https://www.files.ethz.ch/isn/22994/Communicating_Europe.pdf [abgerufen am: 20.06.2020].

Dietrich-Gsenger, Marlene & Seethaler, Josef (2019): Soziodemografische Merkmale. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 51–70.

Diez, Georg (2009): Wieso die Zeitung in Existenznöten ist. Der Spiegel Online, 07.05.2009. Verfügbar unter: https://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/krise-der-printmedien-wieso-die-zeitung-in-existenznoeten-ist-a-623345.html [abgerufen am: 14.04.2020].

Dohle, Marco; Jandura, Olaf & Vowe, Gerhard (2014): Politische Kommunikation in der Online-Welt. Dimensionen des strukturellen Wandels politischer Kommunikation. Zeitschrift für Politik, 61/4, 414–436.

Donges, Patrick (2008): Medien als Strukturen und Akteure: Kommunikationswissenschaftliche Theoriediskussion zwischen System- und Handlungstheorie. In: Winter, Carsten; Hepp, Andreas & Krotz, Friedrich (Hg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen, Wiesbaden: VS Verlag, 329–344.

Donges, Patrick & Jarren, Otfried (2017): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: Springer VS.

Dorer, Johanna (1995): Politische Öffentlichkeitsarbeit in Österreich. Eine empirische Untersuchung zur Public Relations politischer Institutionen. Wien: Wilhelm Braumüller Verlag.

Döring, Nicola & Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Heidelberg: Springer.

Doutlik, Karl (2004): Die Kommunikation der EU-Kommission. In: Weidinger-Moser, Maria (Hg.): Communication goes Europe: Österreich – Brüssel und retour. Innsbruck: Studien-Verlag, 41–48.

Egeberg, Morten (2016): The European Commission. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 125–137.

Eriksen, Erik & Fossum, John (2000): Democracy in the European Union. Integration Through Deliberation? Boca Raton: CRC Press.

Esser, Frank & Pfetsch, Barbara (2003): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Ettinger, Irmina (1986): Die Pressestelle als institutionalisierte Nachrichtenquelle im Zeitungsjournalismus. Dargestellt am Beispiel Oberösterreichs. Dissertation Universität Wien.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

European Commission (2017a): Departments and Executive Agencies, Online Portal European Commission. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/info/departments_en [abgerufen am 02.08.2017].

European Commission (2017b): Directorate-General Communication: Responsibilities, Online Portal European Commission. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/info/departments/communication_de#responsibilities [abgerufen am 15.07.2017].

European Commission (2017c): Press Contacts – Spokesperson's Service. Online Portal European Commission. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/info/contact/press-services/press-contacts/press-contacts-spokespersons-service_en [abgerufen am 15.07.2017].

European Commission (2017d): Standard-Eurobarometer 88, Ansichten der Europäer zu den Prioritäten der Europäischen Union, Herbst 2017. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm [abgerufen am: 10.05.2020].

European Commission (2017e): The Commissioners. College (2014–2019). Online-Portal European Commission. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/info/former-colleges-commissioners_en [abgerufen am: 30.09.2020].

European Commission (2020a): Datasheet 2014–2019/COMM-PRESS-ACCREDITATIONS. Brussels: Spokesperson's Service.

European Commission (2020b): Consultations. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/info/consultations_en [abgerufen am: 04.05.2020].

European Parliament (2020): European Citizens' Initiative. Verfügbar unter: https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/149/die-europaische-burgerinitiative [abgerufen am 04.05.2020].

Europe Direct (2020): Europäische Union: Europe Direct beantwortet Ihre Fragen zur EU. Verfügbar unter: https://europa.eu/european-union/contact/europe-direct-answering-your-questions-about-eu_de [abgerufen am: 14.08.2020].

Faulbaum, Frank; Prüfer, Frank & Rexroth, Margit (2009): Was ist eine gute Frage? Die systematische Evaluation der Fragenqualität. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Fengler, Susanne & Vestring, Bettina (2009): Politikjournalismus. Wiesbaden: VS Verlag.

Fidler, Harald (2020): Verwundeter Kurz, wehleidige Journalisten: Chefredakteure arbeiten Interventionen auf. Der Standard Zeitung Online, 05.06.2020. Verfügbar unter: www.derstandard.at/story/2000117900755/verwundeter-kurz-wehleidige-journalisten-chefredakteure-arbeiten-interventionen-auf [abgerufen am: 06.06.2020].

Firmstone, Julie (2008): The editorial production process and editorial values as influences on the opinions of the British press towards Europe. Journalism Practice, 2/2, 212–229.

Fisher, Caroline (2016): Managing Conflict of Interest. Journalism Practice, 10/3, 373–386.

Flick, Uwe et al. (Hg.) (1995): Handbuch Qualitative Sozialforschung: Grundlagen, Konzepte, Methoden und Anwendungen. Weinheim: Beltz.

Flick, Uwe (2008): Triangulation. Eine Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Fotopoulos, Stergios (2019): What sort of changes did the Spitzenkandidat process bring to the quality of the EU's democracy? European View, 18/2, 194–202.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Fraser, Nancy (2008): Die Transnationalisierung der Öffentlichkeit. In: Dorer, Johanna; Geiger, Brigitte & Köpl Regina (Hg.): Medien — Politik — Geschlecht. Wiesbaden: VS Verlag.

Fredriksson, Magnus & Johansson, Bengt (2014): The Dynamics of Professional Identity. Journalism Practice, 8/5, 585–595.

Früh, Werner (1998): Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. Konstanz: UVK Medien Verlag.

Fuß, Susanne & Karbach, Ute (2014): Grundlagen der Transkription. Opladen: Verlag Barbara Budrich.

Gadringer, Stefan et al. (2020): Digital News Report 2020. Detailergebnisse für Österreich. Salzburg: Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg.

Galpin, Charlotte & Trenz, Hans-Jörg (2018): Die Euroskeptizismus-Spirale: EU-Berichterstattung und Medien-Negativität. Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 43, 147–172.

Gemenis, Kostas (2015): An iterative expert survey approach for estimating parties‘ policy positions. Quality & Quantity, 49/6, 2291–2306.

Gerhards, Jürgen (1993): Westeuropäische Integration und die Schwierigkeiten der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. Zeitschrift für Soziologie, 22/2, 96–110.

Gerhards, Jürgen (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsversuch. In: Neidhardt, Friedhelm (Hg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. Opladen: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34, 77–105.

Gerhards, Jürgen (2000): Europäisierung von Ökonomie und Politik und die Trägheit der Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit. In: Bach, Maurizio (Hg.): Die Europäisierung nationaler Gesellschaften, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher Verlag, 277–305.

Gerhards, Jürgen (2002): Das Öffentlichkeitsdefizit der EU im Horizont normativer Öffentlichkeitstheorien. In: Kaelble, Hartmut; Kirsch, Martin & Schmidt-Gernig, Alexander (Hg.): Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt/Main: Campus, 135–158.

Gerhards, Jürgen & Hans, Silke (2012): Virtuelle Transnationalisierung. Partizipation der EU-Bürger an einer transnationalen europäischen Öffentlichkeit. BSSE Arbeitspapier, 27, Berlin: Freie Universität Berlin.

Gerhards, Jürgen; Roose, Jochen & Offerhaus, Anke (2004): AttrEU: Die Europäische Union und die massenmediale Attribution von Verantwortung. Eine länder-, zeit- und medienvergleichende Untersuchung. Codebuch zur Inhaltsanalyse der EU-Berichterstattung der Süddeutschen Zeitung, der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, der Times und des Guardian von 1994 bis 2003, Universität Leipzig/Institut für Kulturwissenschaften.

Gläser, Jochen & Laudel, Grit (2010): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Graber, Doris A. & Smith, James M. (2006): Political Communication Faces the 21st Century. Journal of Communication, 55/13, 479–507.

Gramberger, Marc R. (1997): Die Öffentlichkeitsarbeit der Europäischen Kommission 1952–1996: PR zur Legitimation von Integration? Baden-Baden: Nomos.

Gramberger, Marc R. & Lehmann, Ingrid (1995): UN und EU: Machtlos im Kreuzfeuer der Kritik. Publizistik, 40, 186–204.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Grimmer, Justin & Stewart, Brandon M. (2013): Text as Data: The Promise and Pitfalls of Automatic Content Analysis Methods for Political Texts. Political Analysis, 21/3, 267–297.

Grittmann, Elke (2002): Einleitung: Akteure. In: Neverla, Irene; Grittmann, Elke & Pater, Monika (Hg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 399-407.

Gröber, Katharina & Riedel, Sabine (2005): Die neue Kommunikationspolitik der EU. SWP-Aktuell, 2005/A, 54–59.

Guéhenno, Jean-Marie (1994): Das Ende der Demokratie. München: Artemis und Winkler.

Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Habermas, Jürgen (2011): Zur Verfassung Europas. Ein Essay. Berlin: Suhrkamp Verlag.

Hachmeister, Lutz (2002): Das Problem des Elite-Journalismus. In: Hachmeister, Lutz & Siering, Friedemann (Hg.): Die Herren Journalisten. Die Elite der deutschen Presse nach 1945. München: Beck, 7–34.

Haddick, Navina (2010): Möglichkeiten und Grenzen europäischer Informations- und Kommunikationspolitik. Der Beitrag der EU-Kommission zur Förderung einer europäischen Öffentlichkeit. Norderstedt: GRIN Verlag.

Hahn, Nadja; Kappacher, Stefan & Atzara, Rosanna (2018): Die Medienfreiheit unter Druck. Ö1 Medienmagazin doublecheck, 05.10.2018, 19:05 bis 19:30 Uhr. Verfügbar unter: https://oe1.orf.at/programm/20181005/529501/Die-Medienfreiheit-unter-Druck [abgerufen am: 08.10.2018].

Hahn, Oliver; Rosenwerth, Karen & Schröder, Roland (2006): News Management zwischen Europa-PR und EU-Journalismus. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hajek, Peter (2016): Medienanalyse zur Flüchtlingsthematik. Analysezeiträume zwischen August 2015 und Juli 2016. Wien: Österreichischer Integrationsfonds.

Haller, Michael (2017): Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien. Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.

Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004): Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press.

Hamilton, John M. & Jenner, Eric (2004): Redefining Foreign Correspondence. Journalism, 5/3, 301–321.

Hanitzsch, Thomas et al. (2020): Worlds of Journalism. Verfügbar unter: https://worldsofjournalism.org [abgerufen am: 09.05.2020].

Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (2019): Zur Einleitung: Journalismus in schwierigen Zeiten. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 1–23.

Hasebrink, Uwe (2003): Gibt es ein europaweites Medienpublikum und damit einen europäischen Markt für Medien? In: Albert, Pierre et al. (Hg.): Die Medien und ihr Publikum in Frankreich und in Deutschland. Paris: Editions Pantheon-Assas, 305–324.

Hausjell, Fritz (2020): Warum die Regierungs-PR gesetzlich limitiert gehört. Der Standard Zeitung Online, 30.07.2020. Verfügbar unter: https://www.derstandard.at/story/2000119046244/warum-die-regierungs-pr-gesetzlich-limitiert-gehoert [abgerufen am: 02.08.2020].

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Hedderich, Jürgen & Sachs, Lothar (2011): Angewandte Statistik: Methodensammlung mit R. Berlin: Springer-Verlag.

Heikkilä, Heikki & Kunelius, Risto (2008): Ambivalent ambassadors and realistic reporters. The calling of cosmopolitanism and the seduction of the secular in EU journalism. Journalism, 9/4, 377–397.

Henn, Philipp; Dohle, Marco & Vowe, Gerhard (2013): „Politische Kommunikation“: Kern und Rand des Begriffsverständnisses in der Fachgemeinschaft. Publizistik, 58/4, 367–387.

Hepp, Andreas (2004): Netzwerke der Medien: Medienkulturen und Globalisierung, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hepp, Andreas (2014): Transkulturelle Kommunikation. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

Hepp, Andreas et al. (2012): Ein Beschreibungs- und Erklärungsansatz: Transnationale Öffentlichkeit und politische Diskurskulturen in Europa. Wiesbaden: Springer VS.

Hepp, Andreas & Löffelholz, Martin (2002): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Stuttgart: UTB.

Herzog, Hanna (2012): Interview Location and its social meaning. In: Gubrium, Jaber F. et al. (Hg.): The SAGE Handbook of Interview Research: The Complexity of the Craft. Los Angeles: Sage, 207–2017.

Hodson, Dermat & Puetter, Uwe (2016): The Euro Crisis and European Integration. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 365–379.

Hoffjann, Olaf (2001): Journalismus und PR. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Holsti, Ole (1969): Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Boston: Addison-Wesley Publishing Company.

Hönighaus, Reinhard (2019): Jörg Wojahn wird neuer Vertreter der Europäischen Kommission in Deutschland. Richard Kühnel wechselt nach Brüssel. Online-Portal der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland, 24.07.2019. Verfügbar unter: https://ec.europa.eu/germany/news/20190724-neuer-vertreter-kommission-deutschland_de [abgerufen am: 19.02.2020].

Hooghe, Liesbet & Marks, Gary (2001): Multi-Level Governance and European Integration. Lanham: Rowman & Littlefield.

Hüller, Thorsten (2010): Demokratie und Sozialregulierung in Europa. Frankfurt am Main: Campus Verlag.

Hummel, Roman (2006): Journalistisches Feld und europäische Öffentlichkeit. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: GWV Fachverlag, 296–304.

Inhetveen, Katharina (2012): Translation Challenges: Qualitative Interviewing in a Multi-Lingual Field. Qualitative Sociology Review, 8/2, 28–45.

Ivanova, Ana (2017): Transnationalisierung von Öffentlichkeiten. Eine länderübergreifende Langzeitanalyse der Klimaberichterstattung in Leitmedien. Wiesbaden: VS Verlag.

Jacob, Rüdiger; Heinz, Andreas & Décieux, Jean Philippe (2013): Umfrage. Einführung in die Methoden der Umfrageforschung. München: Oldenbourg Verlag.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Jarren, Otfried (1994): Kann man mit Öffentlichkeitsarbeit die Politik „retten“? Überlegungen zum Öffentlichkeits-, Medien- und Politikwandel in der modernen Gesellschaft. Zeitschrift für Parlamentsfragen, 25, 653–673.

Jarren, Otfried (2000): Gesellschaftliche Integration durch Medien? Zur Begründung normativer Anforderungen an Medien. M&K Medien & Kommunikationswissenschaft, 48/1, 22–41.

Jarren, Otfried; Altmeppen, Klaus-Dieter & Schulz, Wolfgang: (1993): Parteiintern – Medien und innerparteiliche Entscheidungsprozesse. Die Nachfolge Genschers und die Kür Engholms zum SPD-Kanzlerkandidaten. In: Donsbach, Wolfgang et al. (Hg.): Beziehungsspiele: Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Fallstudien und Analysen. Gütersloh: Bertelsmann-Stiftung, 111–157.

Jarren, Otfried & Donges, Patrick (2002): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Band 2: Akteure, Prozesse und Inhalte. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Jenny, Marcelo; Müller, Wolfgang C. & Eder, Nikolaus (2010): Wie „europäisch“ sind Österreichs Journalisten? Opinion Leaders im Vergleich. In: Kaltenbrunner, Andy; Karmasin, Matthias & Kraus, Daniela (Hg.): Journalisten Report III. Wien: facultas, 33–47.

Jungwirth, Melanie (2011): Europäische Öffentlichkeit im Wahlkampf? Die Berichterstattung zur EU-Parlamentswahl 2009 der Tageszeitungen "Der Standard", "Österreich" und "Kronen Zeitung" im Vergleich. Magister-Arbeit Universität Wien.

Kaiser, Robert (2014): Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung. Wiesbaden: Springer VS.

Kaltenbrunner, Andy et al. (2007): Der Journalisten-Report I. Österreichs Medien und ihre Macher. Wien: facultas.

Kaltenbrunner, Andy et al. (2008): Der Journalismus-Report II. Österreichs Medienmacher und ihre Motive. Eine repräsentative Befragung. Wien: facultas.

Kaltenbrunner, Andy et al. (2020): Der österreichische Journalismus-Report. Eine empirische Erhebung und eine repräsentative Befragung. Wien: facultas.

Kantner, Cathleen (2003): Öffentliche politische Kommunikation in der EU. Eine hermeneutisch-pragmatistische Perspektive. In: Klein, Ansgar et al. (Hg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa, Wiesbaden: VS Verlag, 213–229.

Kassim, Hussein (2017): what’s new? a first appraisal of the juncker commission. European Political Science, 16/1, 14–33.

Keats, Daphne M. (2000): Interviewing. A practical guide for students and professionals. Buckingham: Open University Press.

Kelle, Udo (2008): Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung. Theoretische Grundlagen und Methodologische Konzepte. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Kepplinger, Hans M. (1989): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Kaase, Max & Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen: Westdeutscher Verlag, 199–220.

Kepplinger, Hans M. (2011): Journalismus als Beruf. Wiesbaden: VS Verlag.

Kepplinger, Hans M. & Maurer, Marcus (2004): Der Einfluss der Pressemitteilungen der Bundesparteien auf die Berichterstattung im Bundestagswahlkampf 2002. In: Raupp, Juliana & Klewes,

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Joachim (Hg.): Quo vadis Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandsaufnahmen und Entwicklungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 113–124.

Kielmannsegg, Peter Graf (2003): Integration und Demokratie. In: Jachtenfuchs, Markus & Kohler-Koch, Beate (Hg.): Europäische Integration- Opladen: Leske + Budrich, 49–76.

Klenk, Florian et al. (2018): "Ich mochte nicht, dass Sie in Bedrängnis gebracht wurden". Falter Zeitung Online, 10.10.2018. Verfügbar unter: https://www.falter.at/zeitung/20181010/ich-mochte-nicht-dass-sie-in-bedraengnis-gebracht-wurden/23d8bab7a4?ver=b [abgerufen am: 20.01.2019].

Klotz, Stephanie (2018): Medienwandel – die Zukunft des österreichischen Tageszeitungsmarkts. Wien: Magisterarbeit.

Knödler, Torsten (2005): Public Relations und Wirtschaftsjournalismus. Erfolgs- und Risikofaktoren für einen win-win. Wiesbaden: VS Verlag.

Koch, Thomas; Obermaier, Magdalena & Riesmeyer, Claudia (2017): Powered by public relations? Mutual perceptions of PR practitioners' bases of power over journalism. Journalism, 21/10, 1573–1589.

Kohler-Koch, Beate (1998): Einleitung. Effizienz und Demokratie: Probleme des Regierens in entgrenzten Räumen. In: Kohler-Koch, Beate (Hg.): Regieren in entgrenzten Räumen. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 11–25.

Kohler-Koch, Beate & Rittberger, Berthold (2006): The ‚Governance' Turn in EU Studies. Journal of Common Market Studies, 44/9, 27–29.

Kohler-Koch, Beate & Larat, Fabrice (Hg.) (2009): European Multi-Level Governance. Cheltenham: Edward Elgar.

Koopmans, Ruud (2007): Who inhabits the European Public Sphere? Winners and losers, supporters and opponents in Europeanised political debates. European Journal of Political Research, 46/2, 183–210.

Koopmans, Ruud & Erbe, Jessica (2004): Towards a European public sphere? Vertical and horizontal dimensions of Europeanized political communication. The European Journal of Social Science Research, 17/2, 97–118.

Koopmans, Ruud, & Statham, Paul (Hg.) (2010): The Making of a European Public Sphere. Cambridge: Cambridge University Press.

Krippendorff, Klaus (1982): Content Analysis. An introduction to its methodology. London: Sage Publications.

Kromrey, Helmut (2009): Empirische Sozialforschung, Stuttgart: Lucius & Lucius.

Krotz, Friedrich (2006): Konnektivität der Medien: Konzepte, Bedingungen und Konsequenzen. In: Hepp, Andreas et al. (Hg.): Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie. Wiesbaden: VS Verlag.

Krzyżanowski, Michał; Triandafyllidou, Anna & Wodak, Ruth (2018): The Mediatization and the Politicization of the "Refugee Crisis" in Europe. Liverpool: Taylor & Francis Group.

Kuckartz, Udo (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. Weinheim: Beltz Verlag.

Kuckartz, Udo et al. (2009): Evaluation online: Internetgestützte Befragung in der Praxis. Wiesbaden: VS Verlag.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Kurpas, Sebastian; Gron, Caroline & Kaczyński, Piotr M. (2008): The European Commission after Enlargement: Does more add up to less? Brussels: CEPS Special Report.

Kurpas, Sebastian; Meyer, Christoph O. & Gialoglou, Kyriakos (2004): After the European Elections, Before the Constitution Referenda Can the EU Communicate Better? Brussels: CEPS Policy Brief 55.

Laffan, Brigid (2016): The Future of the EU. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 380–389.

Lamnek, Siegfried (2005): Qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.

Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.) (1974): Zur Theorie der Politischen Kommunikation. München: Piper Verlag.

Latzer, Michael & Saurwein, Florian (2006): Europäisierung durch Medien: Ansätze und Erkenntnisse der Öffentlichkeitsforschung. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: GWV Fachverlag, 10–44.

Lauerer, Corinna; Dingerkus, Filip & Steindl, Nina (2019): Journalisten in ihrem Arbeitsumfeld. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 71–101.

Lauerer, Corinna & Keel, Guido (2019): Journalismus zwischen Unabhängigkeit und Einfluss. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 103–134.

Laver, Michael; Benoit, Kenneth & Garry, John (2003): Extracting Policy Positions from Political Texts Using Words as Data. American Political Science Review 97/2, 311–331.

Laver, Michael & Garry, John (2000): Estimating Policy Positions from Political Texts. American Journal of Political Science, 44/3, 619–634.

Lecheler, Sophie (2008): EU membership and the press. An analysis of the Brussels correspondents from the new member states. Journalism, 9/4, 443–464.

Lecheler, Sophie K. & Hinrichsen, Malte C. (2010): Role Conceptions of Brussels Correspondents from the New Member States. Javnost – The Public, 17/1, 73–86.

Leppee Fraize, Petra (2006): Communicating Europe: the challenge of Europeanisation of communication. In: Ott, Katarina (Hg.): Croatian accession to the European Union. The challenges of participation. Zagreb: Institute of Public Finance, 57–84.

Levy, David A. L.; Aslan, Billur & Bironzo, Diego (2016): UK Press Coverage of the EU Referendum. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Liebert, Ulrike & Jennichen, Anne (Hg.) (2019): Europeanisation and Renationalisation. Learning from Crisis for Innovation and Development. Opladen: Barbara Budrich.

Liegler, Gabriele (1990): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus. Eine Fallstudie zur Ermittlung von Einflüssen bei der innenpolitischen Berichterstattung. Dissertation Universität Wien.

Lisch, Ralph & Kriz, Jürgen (1978): Grundlagen und Modelle der Inhaltsanalyse. Reinbeck: Rowohlt.

Lloyd, John & Marconi, Christina (2014): Reporting the EU. News, Media and the European Institutions. London: I.B. Tauris & Co. Ltd.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Lloyd, John & Toogood, Laura (2015): Journalism and PR. News Media and Public Relations in the Digital Age. London: I.B. Tauris & Co. Ltd.

Löffelholz, Martin; Weaver, David & Schwarz, Andreas (Hg.) (2008): Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future. Malden: Blackwell Publishing Ltd.

Luhmann, Niklas (1993): Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Systemtheorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Lünenborg, Margreth (2004): Europa ohne Öffentlichkeit? Theorien zur Analyse europäischer Journalismuskulturen. In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 435–450.

Lusk, Katrin (2019): #EU2018AT - zur digitalen Kommunikation der österreichischen EU Ratspräsidentschaft 2018. Magisterarbeit Universität Wien.

Lutz, Klaus J. (2007): PR – A Trojan Horse or a Subsidy for Newspaper Publishers? In: Merkel, Bernd; Russ-Mohl, Stephan & Zavaritt, Giovanni (Hg.): A Complicated, Antagonistic & Symbiotic Affair. Journalism, Public Relations and their Struggle for Public Attention. Lugano: Giampero Casagrande editore, 35–39.

Machill, Marcel; Beiler, Markus & Fischer, Corinna (2006): Europe-Topics in Europe's Media: The Debate about the European Public Sphere: A Meta-Analysis of Media Content Analyses. European Journal of Communication, 21/1, 57–88.

Macnamara, Jim (2010): The 21st Century Media (R)Evolution. Emergent Communication Practices New York: Peter Lang.

Macnamara, Jim (2014): Journalism–PR relations revisited: The good news, the bad news, and insights into tomorrow's news. Public Relations Review, 40/5, 739–750.

Macnamara, Jim (2016): The Continuing Convergence of Journalism and PR: New Insights for Ethical Practice from a Three-Country Study of Senior Practitioners. Journalism & Mass Communication Quaterly, 93/1, 118–141.

Maier, Daniela (2010): Politischer Journalismus in Deutschland und Österreich als Chance für die Europäisierung: Analyse am Beispiel der EU Sanktionen. Diplomarbeit Universität Innsbruck.

Majone, Giandomenico (2014): Rethinking the Union post-crises: has integration gone too far? Cambridge: Cambridge University Press.

Mantl, Josef (2016): Transparenz und Kommunikation der Europäischen Union im Lichte des Art. 15 AEUV. Wien: Böhlau Verlag.

Marcinkowski, Frank (2013): Konstruktivismus. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd & Jarren, Otfried (Hg.): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Springer VS, 167–168.

Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (2009): Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In: Jackob, Nikolaus; Schoen, Harald & Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet. VS Verlag für Sozialwissenschaften: Wiesbaden, 61–73.

Mayer, Horst O. (2013): Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. München: Verlag Oldenbourg.

Mayntz, Renate (2002): Zur Theoriefähigkeit makrosozialer Analysen. In: Mayntz, Renate (Hg.): Akteure – Mechanismen – Modelle. Zur Theoriefähigkeit makrosozialer Analysen. Frankfurt/Main: Campus, 7–43.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Mayntz, Renate (2003): Mechanisms in the analysis of macro-social phenomena. MPIfG Working Paper 03/3, Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung. Verfügbar unter: http://www.mpifg.de/pu/workpap/wp03-3/wp03-3.html [abgerufen am: 14.04.2018].

Mayntz, Renate (2009): Sozialwissenschaftliches Erklären. Probleme der Theoriebildung und Methodologie. Frankfurt / Main: Campus.

Mayntz, Renate & Scharpf, Fritz W. (1995): Der Ansatz des akteurzentrierten Institutionalismus. In: Mayntz, Renate & Scharpf, Fritz W. (Hg.): Gesellschaftliche Selbstregelung und politische Steuerung. Frankfurt/Main: Campus, 39–72.

Mayring, Philipp (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Forum: Qualitative Social Research, 1/2. Verfügbar unter: https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2383 [abgerufen am 12.02.2017].

Mayring, Philipp (2010): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Weinheim: Beltz.

Mayring, Philipp (2015): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim: Beltz.

Mayring, Philipp (2016): Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Bad Langensalza: Beltz.

Mayring, Philipp et al. (2007): Mixed methodology in psychological research. Rotterdam: Sense Publishers.

Mayring, Philipp & Fenzl, Thomas (2017): QCAmap: eine interaktive Webapplikation für Qualitative Inhaltsanalyse. ZSE Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 3, 333–341.

McLuhan, Marshall (1967): Hot & Cool. New York: The New American Library.

Meckel, Miriam (1998): Kommunikative Identität und Weltöffentlichkeit. Theoretische Überlegungen zur Rolle der Medien im Globalisierungsprozess. Publizistik, 4, 362–375.

Melischek, Gabriele; Seethaler, Josef & Wilke, Jürgen (Hg.) (2008): Medien & Kommunikationsforschung im Vergleich. Grundlagen, Gegenstandsbereiche, Verfahrensweisen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Merkel, Bernd; Russ-Mohl, Stephan & Zavaritt Giovanni (2007): A Complicated, Antagonistic and Symbiotic Affair. Journalism, Public Relations and their Struggle for Public Attention. Lugano: Giamparo Casagrande editore.

Merten, Klaus (1995): Inhaltsanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster: LIT Verlag.

Merten, Klaus (2004): Mikro, Mikro-Makro oder Makro? Zum Verhältnis von Journalismus und PR aus systemischer Perspektive. In: Altmeppen, Klaus-Dieter; Röttger, Ulrike & Bentele, Günter (Hg.): Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 17–36.

Meuser, Michael & Nagel, Ulrike (2005): ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. Ein Beitrag zur qualitativen Methodendiskussion. In: Bogner, Alexander; Littig, Beate & Menz, Wolfgang (Hg.): Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 71–93.

Meyer, Christoph O. (1999): Political Legitimacy and the Invisibility of Politics: Exploring the European Union's Communication Deficit. Journal of Common Market Studies, 37/4, 617–639.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Meyer, Christoph O. (2003): Die Wächterfunktion von europäischer Öffentlichkeit. Das Brüsseler Pressecorps und der Rücktritt der EU-Kommission. In: Klein, Ansger et al. (Hg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa. Opladen: Leske + Budrich, 231–245.

Meyer, Christoph O. (2009b) Does European Union politics become mediatized? The case of the European Commission. Journal of European Public Policy, 16/7, 1047–1064.

Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Meyer, Thomas (2009a): Was ist Demokratie? Eine diskursive Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Miebach, Bernhard (2014): Soziologische Handlungstheorie. Eine Einführung. Wiesbaden: Springer VS.

Moravcsik, Andrew (2012): Europe After the Crisis. How to Sustain a Common Currency. Foreign Affairs Online, May/June 2012. Verfügbar unter: https://www.foreignaffairs.com/articles/europe/2012-05-01/europe-after-crisis [abgerufen 20.07.2018].

Nassehi, Armin. (2002): Politik des Staates oder Politik der Gesellschaft? Kollektivität als Problemformel des Politischen. In: Hellmann, Kai-Uwe & Schmalz-Bruns, Rainer (Hg.): Theorie der Politik. Niklas Luhmanns politische Soziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 38–59.

Neidhardt, Friedhelm (2006): Europäische Öffentlichkeit als Prozess. Anmerkungen zum Forschungsstand. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: GWV Fachverlag, 46–61.

Neuendorf, Kimberly A. (2002): The Content Analysis Guidebook, London: Sage Publications.

Neverla, Irene & Grittmann, Elke (2002): Einleitung: Journalistisches Handeln. In: Neverla, Irene; Grittmann, Elke & Pater, Monika (Hg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 557–566.

Nissen, Peter & Menningen, Walter (1977): Der Einfluss der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit. Wiesbaden: Springer VS.

Norris, Pippa (2000): A Virtous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies. Cambridge: Cambridge University Press.

Nugent, Neill & Rhinard, Mark (2019): The 'political' roles of the European Commission. Journal of European Integration, 41/2, 203–220.

ORF-Radio Ö1 (2017): Österreichische Medienlandschaft: Klein, konzentriert, kontrolliert. Ö1 Medienmagazin doublecheck, 09.09.2017. Verfügbar unter: https://oe1.orf.at/artikel/633592/Oesterreichische-Medienlandschaft-Klein-konzentriert-kontrolliert [abgerufen am: 14.04.2020].

Österreichische Auflagenkontrolle (2015): Auflagenliste Jahresbericht 2015. Verfügbar unter: https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2016/06/KORR_J_2015.pdf [abgerufen am: 15.02.2019].

Österreichische Auflagenkontrolle (2018): Auflagenliste Jahresbericht 2018. Verfügbar unter: https://www.oeak.at/wp-content/uploads/2019/06/KORR_Auflagenliste_J_2018.pdf [abgerufen am: 15.02.2019].

Panichi, James (2014): Juncker specifies vice-presidents' roles. Politico Online, 13.11.2014. Verfügbar unter: www.politico.eu/article/juncker-specifies-vice-presidents-roles [abgerufen am: 10.11.2019].

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Paus-Hasebrink, Ingrid (2004): Eines schickt sich nicht für alles: Zum Modell der Triangulation. Medien Journal, 2004/2, 4–10.

Peschel, Sabine (2019): Hard times for democracy, says historian Timothy Snyder. Deutsche Welle Online, 04.07.2019. Verfügbar unter: https://www.dw.com/en/hard-times-for-democracy-says-historian-timothy-snyder/a-49407286 [abgerufen am: 14.04.2020].

Peters, Barbara (2009): Die PR-Strategie der EU-Kommission. Das Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik. Hamburg: Diplomica Verlag.

Peterson, John (1999): The Santer era: the European Commission in normative, historical and theoretical perspective. Journal of European Public Policy, 6/1, 46–65.

Pfetsch, Barbara (2003): Politische Kommunikationskultur. Politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich. Wiesbaden: Springer VS.

Pfetsch, Barbara & Koopmans, Ruud (2006): Unter falschem Verdacht – Massenmedien und die Europäisierung der politischen Öffentlichkeit in Deutschland. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 179–191.

Phillips, Leigh (2010): Brussels press corps shaken by declining numbers. EUobserver, 18.03.2010. Verfügbar unter: https://euobserver.com/851/29717 [abgerufen am: 17.10.2019].

Phinnemore, David (2016): The European Union: Establishment and Development. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 11–29.

Piwoni, Eunike (2012): Nationale Identität im Wandel: Deutscher Intellektuellendiskurs zwischen Tradition und Weltkultur. Wiesbaden: Springer VS.

Plaikner, Peter (2019): Die schwierige Gratwanderung. Kleine Zeitung, 17.09. 2019, 60.

Plasser, Fritz (1985): Elektronische Politik und politische Technostruktur reifer Industriegesellschaften. In: Plasser, Fritz; Ulram, Peter & Welan, Manfred (Hg.): Demokratierituale. Zur politischen Kultur der Informationsgesellschaft. Wien: Böhlau.

Polownikow, Alexandra (2017): Transnationale Öffentlichkeit und ihre Qualitäten. Eine quantitative Inhaltsanalyse deutscher Medienberichterstattung. Wiesbaden: Springer VS.

Porst, Rolf (2008): Fragebogen. Ein Arbeitsbuch. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Pötschke, Manuela (2009): Potentiale von Online-Befragungen: Erfahrungen aus der Hochschulforschung. In: Jackob, Nikolaus; Schoen, Harald & Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 75–89.

Potter, Jonathan & Hepburn, Alexa (2012): Eight challenges for interview researchers. In: Gubrium, Jaber F. & Holstein, James A. (Hg.): Handbook of Interview Research. London: Sage, 555–570.

Presseclub Concordia (2020): Blattkritik aus dem Kanzleramt: Information oder Intervention. Online-Clubtalk, 04.06.2020. Verfügbar unter: https://concordia.at/blattkritik-aus-dem-kanzleramt-information-oder-intervention [abgerufen am: 04.06.2020].

Raab-Steiner, Elisabeth & Benesch, Michael (2015): Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. Wien: Facultas Universitätsverlag.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Raeymaeckers, Karin; Cosijn, Lieven & Deprez, Annelore (2007): Reporting the European Union. An analysis of the Brussels press corps and the mechanisms influencing the news flow. Journalism Practice, 1/1, 102–119.

Rasch, Dieter & Kubinger, Klaus (2005): Statistik für das Psychologiestudium. Heidelberg: Spektrum Akademischer Verlag.

Raupp, Juliana (2015): Determinationsthese. In: Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter & Bentele, Günter (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wiesbaden: Springer VS, 305–317.

Raupp, Juliana & Vogelsang, Jens (2009): Medienresonanzanalyse. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Heidelberg: Springer-Verlag.

Reiter, Roswitha (2011): Kritische Analyse der EU-Berichterstattung: im Fokus die österreichische EU-Ratspräsidentschaft 2006. Regau: Verlag Miramonte.

Richards, David (1996): Elite Interviewing: Approaches and Pitfalls. Politics, 16/3, 199–204.

Rinck, Annette (2001): Interdependenzen zwischen PR und Journalismus. Eine empirische Untersuchung der PR-Wirkung am Beispiel einer dialogorientierten PF-Strategie von BMW. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Risse, Thomas (2010): A communication of Europeans? Transnational identities and public spheres. Ithaca: Cornell University Press.

Roessler, Patrick (2010): Inhaltsanalyse, Konstanz: UVK-Verlag.

Rosenau, James N. & Czempiel, Ernst-Otto (1992): Governance Without Government: Order and Change in World Politics. Cambridge: Cambridge University Press.

Röttger, Ulrike (2010): Public Relations – Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie. Wiesbaden: VS Verlag.

Rühl, Manfred (2015): Journalismus und Public Relations. Theoriegeschichte zweier weltgesellschaftlicher Errungenschaften. Wiesbaden: Springer VS.

Russ-Mohl, Stephan (2003): Towards a European Journalism? – Limits, Opportunities, Challenges. Studies in Communication Sciences, 3/2, 203–216.

Russack, Sophia (2019): Institutional Rebalancing: The “Political” Commission. In: Akgüc, Mehtap et al. (2019): What Comes After the Last Chance Commission? Policy Priorities for 2019–2024. Brussels: Centre for European Policy Studies (CEPS), 7–19.

Sabathil, Gerhard (2011): Von der Vielstimmigkeit zum Chor – Kommunikation in Europa. In: Pernice, Ingolf & Otto, Lars S. (Hg.): Europa vermitteln im Diskurs. Entstehung einer Europäischen Öffentlichkeit. Baden-Baden: Nomos, 67–80.

Saffarnia, Pierre (1993): Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Determinieren Public Relations den tagesaktuellen Journalismus? Eine Überprüfung der Medifizierungsthese am Beispiel der innenpolitischen Berichterstattung der Tageszeitung „Kurier“. Diplomarbeit Universität Wien.

Salzburger Nachrichten (2020): Reporter ohne Grenzen Österreich kritisiert ungarische Botschaft. Salzburger Nachrichten Online, 08.07.2020. Verfügbar unter: https://www.sn.at/panorama/medien/reporter-ohne-grenzen-oesterreich-kritisiert-ungarische-botschaft-89928598 [abgerufen am: 10.07.2020].

Sarcinelli, Ulrich (1998): Politikvermittlung und Demokratie: Zum Wandel der politischen Kommunikationskultur. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 11–23.

Sarcinelli, Ulrich (2011): Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sarikakis, Katherine (2017): Far-right Nationalism and Populism in Europe: Assaults on Press Freedom. Wien: Media Governance and Industries Research Lab University of Vienna.

Saurwein, Florian; Brantner, Cornelia & Dietrich, Astrid (2006): Europäisierung der österreichischen Öffentlichkeit: Mediale Aufmerksamkeit für EU-Politik und der veröffentlichte Diskurs über die EU-Erweiterung. Wien: Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Saxer, Ulrich (1983): Publizistik und Politik als interdependente Systeme. Zur politischen Funktionalität von Publizistik. Media Perspektiven, 7, 501–514.

Saxer, Ulrich (1998): System, Systemwandel und Politische Kommunikation. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Scharpf, Fritz W. (2000): Interaktionsformen. Akteurzentrierter Institutionalismus in der Politikforschung. Opladen: Leske+Budrich.

Scharpf, Fritz W. (2011): Monetary union, fiscal crisis and the preemption of democracy. LSE 'Europe in Question' discussion paper series 36. London: The London School of Economics and Political Science.

Schimank, Uwe (1988): Gesellschaftliche Teilsysteme als Akteurfiktionen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 40/3, 619–639.

Schimank, Uwe (1992): Determinanten politischer Steuerung – akteurtheoretisch betrachtet. Ein Themenkatalog. In: Bußhoff, Heinrich (Hg.): Politische Steuerung. Steuerbarkeit und Steuerungsfähigkeit. Ein Beitrag zur Grundlagendiskussion. Baden-Baden: Nomos, 165–191.

Schimank, Uwe (2006): Rationalitätsfiktionen in der Entscheidungsgesellschaft. In: Tänzler, Dirk; Knoblauch, Hubert & Soeffner, Hans-Georg (Hg.): Zur Kritik der Wissensgesellschaft. Konstanz: UVK, 57–81.

Schmidt, Siegmar & Schünemann, Wolfgang J. (2013): Europäische Union. Eine Einführung. Baden-Baden: Nomos.

Scholl, Armin (2015): Die Befragung. Konstanz: UVK Verlag.

Schrape, Jan-Felix (2017): Der Akteur: Konstruktion und Dekonstruktion einer Beobachtungskategorie. Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 42/4, 387–405.

Schultz, Tanjev & Wessler, Hartmut (2005): Medien und Transnationalisierung. In: Jäckel, Michael (Hg.): Mediensoziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 347–364.

Schulz, Winfried (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg im Breisgau: Alber.

Schulz, Winfried (2008): Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. Wiesbaden: VS Verlag.

Schwarzenegger, Christian (2008). Von gallischen und potemkinschen Dörfern. Die EU-Kampagne der „Kronen Zeitung“. Journalistik Journal, 11, 26–27.

Seethaler, Josef (2006): Entwicklung und Stand der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur europäischen Öffentlichkeit. Eine Analyse der Beiträge in vier europäischen Fachzeitschriften 1989–

10.15772/ANDRASSY.2021.001

2004. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: GWV Fachverlag, 244–260.

Seethaler, Josef (2019): Journalismus im Wandel. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 213–236.

Seethaler, Josef et al. (2019): Zwischen Kontinuität und Wandel: Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 237–256.

Seipel, Christian & Rieker, Peter (2003): Integrative Sozialforschung. Weinheim, München: Juventa Paperback.

Siapera, Eugenia (2000): Journalists as Political Actors. The Case of the Resignation of the European Commission. Conference Paper: European Consortium for Political Research, Copenhagen, 14.–19.04.2000. Verfügbar unter: https://ecpr.eu/Events/Event/PaperDetails/15232 [abgerufen am: 06.06.2018].

Smismans, Stijn (2016): Democracy and Legitimacy in the European Union. In: Cini, Michelle & Pérez-Solórzano-Borragán, Nieves (Hg.): European Union Politics. Oxford: Oxford University Press, 339–351.

Spanier, Bernd (2012): Europe, anyone? The „Communication Deficit" of the European Union Revisited. Baden-Baden: Nomos.

Ständige Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union (2017): Presse: Österreichische EU-Korrespondenten. Online-Verzeichnis. Verfügbar unter: http://www.bmeia.gv.at/oev-bruessel/presse [abgerufen am: 14.03.2017].

Ständige Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union (2020): Presse: Österreichische EU-Korrespondenten. Online-Verzeichnis. Verfügbar unter: https://www.bmeia.gv.at/oev-bruessel/presse [abgerufen am: 16.08.2020].

Statham, Paul (2007): Journalists as Commentators on European Politics. Educators, Partisans or Ideologues? European Journal of Communication, 22/4, 461–477.

Statista (2017): Woher beziehen Sie Ihre Informationen über politische Themen in Österreich? Hamburg: statista GmbH. Verfügbar unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/746473/umfrage/informationsquellen-fuer-politische-themen-in-oesterreich [abgerufen am: 28.05.2020].

Statista (2020): Wöchentliche Druckauflage ausgewählter österreichischer Tageszeitungen von 2013-2019. Hamburg: statista GmbH. Verfügbar unter: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/874572/umfrage/woechentliche-druckauflage-ausgewaehlter-oesterreichischer-tageszeitungen/ [abgerufen am: 28.05.2020].

Steindl, Nina; Lauerer, Corinna & Hanitzsch, Thomas (2019): Die methodische Anlage der Studie. In: Hanitzsch, Thomas; Seethaler, Josef & Wyss Vinzenz (Hg.): Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wiesbaden: Springer VS, 25–50.

Steiner-Gashi, Ingrid (2019): Juncker über Brexit: „Wir hätten Lügen zerstreuen können". Kurier Zeitung Online, 07.05.2019. Verfügbar unter: https://kurier.at/politik/eu-wahl/juncker-sollten-die-eu-vertraege-nutzen-die-wir-haben/400486873 [abgerufen am: 18.04.2020].

Steinmaurer, Thomas (2012): Medien und Medienpolitik in Österreich – ein Überblick. Informationen zur Politischen Bildung, 35, 5–16.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Supa, Dustin W. & Zoch, Lynn M. (2009): Maximizing media relations through a better understanding of the public relations-journalist relationship: A quantitative analysis of changes over the past 23 years. Public Relations Journal, 3/4, 1–28.

Taddicken, Monika (2009): Die Bedeutung von Methodeneffekten der Online-Befragung: Zusammenhänge zwischen computervermittelter Kommunikation und erreichbarer Datengüte. In: Jackob, Nikolaus; Schoen, Harald & Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 91–107.

Tenscher, Jens (2009): Informationsnutzung und politische Orientierung: Eine Vermessung der Europäischen Union. In: Marcinkowski, Frank & Pfetsch, Barbara (Hg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 496–526.

Thomaß, Barbara (Hg.) (2007): Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK.

Thussu, Daya K. (Hg.) (2007): Media on the move: Global flow and contra-flow. New York: Routledge.

Tomlinson, John (1999). Globalization and Culture. Cambridge: Polity.

Treichler, Robert (2020): Stummgeschaltet. Kann der Journalismus das Böse aus der Welt schaffen, nur weil er es nicht mehr zu Wort kommen lässt? Profil Online, 13.06.2020. Verfügbar unter: https://www.profil.at/meinung/robert-treichler-stummgeschaltet/400939343 [abgerufen am: 20.07.2020].

Trenz, Hans-Jörg (2003): Auf der Suche nach einer europäischen Öffentlichkeit. In: Klein, Ansgar et al. (Hg.): Bürgerschaft, Öffentlichkeit und Demokratie in Europa, Wiesbaden: VS Verlag, 161–168.

Trenz, Hans-Jörg (2005): Europa in den Medien. Die europäische Integration im Spiegel nationaler Öffentlichkeit. Frankfurt: Campus.

Trenz, Hans-Jörg (2006): „Banaler Europäismus“. Eine latente Kategorie der Europäisierung politischer Kommunikation. In: Langenbucher, Wolfgang & Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: GWV Fachverlag, 192–213.

Trenz, Hans-Jörg. (2015). Europeanising the Public Sphere – Meaning, Mechanisms, Effects. In: Liebert, Ulrike & Wolff, Janna (Hg.): Interdisziplinäre Europastudien. Wiesbaden: Springer Fachmedien, 233–251.

Triandafyllidou, Anna; Wodak, Ruth & Krzyzanowski, Michal (Hg.) (2009): The European Public Sphere and the Media: Europe in Crisis. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Van Brussel, Annelies (2014): „From Informing to Interacting? Exploring the European Commission's Communication Strategy ‘to be all ears’". Journal of Contemporary European Research, 10/1, 90–104.

Verčič, Ana T. & Colić, Violeta (2016): Journalists and public relations specialists: A coorientational analysis. Public Relations Review, 42, 522–529.

Vitouch, Peter & Mayer, Markus (2004): Quantitative Inhaltsanalyse: Erhebung und Analyse von Beiträgen der „Kronen Zeitung“, die EU-Skepsis vermitteln. In: Krejci, Herbert (2004): Grundlagen des Skeptizismus gegenüber der Europäischen Union und dem Euro. Wien: ARGE Informations- und Medienforschung, 8–18.

Völker, Michael & Weißensteiner, Nina (2020): Warum die ÖVP derzeit unter Strom steht. Der Standard Zeitung Online, 06.06.2020. Verfügbar unter: https://www.derstandard.at/story/2000117918880/warum-die-oevp-derzeit-unter-strom-steht [abgerufen am: 10.07.2020].

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Voltmer, Katrin (1997): Medien und Parteien im Wahlkampf. Die ideologischen Präferenzen der meinungsführenden Tageszeitungen im Bundestagswahlkampf 1990. Rundfunk und Medien, 45, 173–193.

Vonbun, Ramona; Kleinen-von Königslöw, Katharina & Schönbach, Klaus (2016): Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment. Journalism, 17/8, 1054–1073.

Vowe, Gerhard & Opitz, Stephanie (2015): Public Relations aus politikwissenschaftlicher Sicht. In: Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter, Bentele Günter (Hg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Wiesbaden: Springer, 85-95.

VÖZ (2017): Verband Österreichischer Tageszeitungen. Medienhandbuch Österreich. Verfügbar unter: https://voez.at [abgerufen: 15.06.2017].

Weber, Max (1972): Wirtschaft und Gesellschaft. Tübingen: J.C.B. Mohr.

Weber, Stefan (2004): Gemeinsamkeiten statt Unterschiede zwischen Journalismus und PR. In: Altmeppen, Klaus-Dieter; Röttger, Ulrike & Bentele, Günter (Hg.): Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 53–66.

Weber, Susanne (2010): Zwischen Design, Dialog und Dienstleistung: zur politischen Kommunikation der österreichischen EU-Ratspräsidentschaft 2006. Diplomarbeit Universität Wien.

Weder, Franzisca (2010): Österreich. In: Schicha, Christian & Brosda, Carsten (Hg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Weidinger-Moser, Maria (2004): Communication goes Europe: Österreich - Brüssel und retour. Wien: Studien-Verlag.

Weischenberg, Siegfried (1998): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Weisgram, Wolfgang (2019): Parndorf: Der Tag, an dem die Flüchtlingstragödie für alle sichtbar wurde. Der Standard Online, 23.10.2019. Verfügbar unter: https://www.derstandard.at/story/2000110242732/parndorfder-tag-an-dem-die-fluechtlingstragoedie-fuer-alle-sichtbar-wurde [abgerufen am: 14.07.2020].

Weish, Ulli (2015): Qualitätsvernichtung. Österreichischer Journalismus zwischen Boulevardisierung und Prekarisierung. Kurswechsel, 3, 7–14.

Welfens, Paul J. J. (2017): Brexit: A Campaign and a Fatal Communication Disaster. In: Welfens, Paul J. J.: An Accidental Brexit. New EU and Transatlantic Economic Perspectives, Cham: Palgrave Macmillan, 33–79.

Welker, Martin & Matzat, Uwe (2009): Online-Forschung: Gegenstände, Entwicklung, Institutionalisierung und Ausdifferenzierung eines neuen Forschungszweiges. In: Jackob, Nikolaus; Schoen, Harald & Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 33–47.

Wessler, Hartmut (2007): Politische Öffentlichkeit jenseits des Nationalstaats? In: Jarren, Otfried; Lachenmeier, Dominik & Steiner, Adrian (Hg.): Entgrenzte Demokratie? Baden-Baden: Nomos, 49–72.

Wessler, Hartmut et al. (2008). Transnationalization of Public Spheres. New York: Palgrave Macmillan.

Wessler, Hartmut & Brüggemann, Michael (2012): Transnationale Kommunikation. Eine Einführung. Wiesbaden: Springer.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Westerbarkey, Joachim (1995): Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration. Publizistik, 2, 152–162.

Wilde, Gabriele & Meyer, Birgit (2018): Angriff auf die Demokratie. Die Macht des Autoritären und die Gefährdung demokratischer Geschlechterverhältnisse. Eine Einleitung. Femina Politica, 1. Verfügbar unter: https://www.budrich-journals.de/index.php/feminapolitica/article/view/31519 [abgerufen am: 12.02.2019].

Wonka, Arndt (2006): Die Europäische Kommission. Supranationale Bürokratie oder Agent der Mitgliedstaaten? Baden-Baden: Nomos.

Zerback et al. (2009): Zehn Jahre Sozialforschung mit dem Internet – Eine Analyse zur Nutzung von Online-Befragungen in den Sozialwissenschaften. In: Jackob, Nikolaus; Schoen, Harald & Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 15–31.

Zielina, Anita (2010): Das Prinzip „Verhaberung“. Der Standard Zeitung Online, 21.07.2010. Verfügbar unter: https://www.derstandard.at/story/1277338527313/das-prinzip-verhaberung [abgerufen am: 14.02.2019].

10.15772/ANDRASSY.2021.001

APPENDIX

INHALTSANALYSE

- Codebuch

ONLINE-BEFRAGUNG

- Online-Fragebogen
- Regeln zur Vereinheitlichung der offenen Antwortbereiche
- E-Mails an Journalist*innen und Chefredakteur*innen österreichischer Tageszeitungen

LEITFADEN-INTERVIEWS I & II

- Fragebogen für die Leitfaden-Interviews I
- Fragebogen für die Leitfaden-Interviews II
- Transkriptionsregeln für die Leitfaden-Interviews
- E-Mails an Beamt*innen der Europäischen Kommission und Brüssel-Korrespondent*innen österreichischer Medien

10.15772/ANDRASSY.2021.001

CODEBUCH

DIE EUROPÄISCHE KOMMISSION IN ÖSTERREICHISCHEN TAGESZEITUNGEN

Codebuch zur Inhaltsanalyse der Berichterstattung und Meinungsartikulation in Printmedien[2]

I. ALLGEMEINE ERLÄUTERUNGEN

1. Projekt:

Das vorliegende Codebuch gibt Handlungsanweisungen für eine systematische Inhaltsanalyse. Sie untersucht österreichische Tageszeitungen, um die Rolle der Europäischen Kommission und deren Akteur*innen in der Printmedienberichterstattung unter die Lupe zu nehmen. Ihr Ziel ist es, medienvergleichend (Der Standard, Die Presse, Kurier, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung) und zeitvergleichend (01. August 2015 bis 31. Januar 2016) zu untersuchen, ob und in welcher Weise die Europäische Kommission und ihre zugehörigen Akteur*innen in der österreichischen Printmedienlandschaft dargestellt werden.

2. Problemstellung:

Der Untersuchung liegt die Annahme zugrunde, dass die Europäische Kommission und deren Akteur*innen in den verschiedenen Printmedien in unterschiedlicher Intensität und mit unterschiedlichen Politikfeldern und Bewertungen in Verbindung gebracht werden. Folgende Analyseschritte sind daher vorzunehmen:

Formale Identifikation: Erhebung der Nennungen der Europäischen Kommission und ihrer zugehören Akteur*innen sowie formale Zuordnungen im jeweiligen Printmedium

Thematische Klassifikation: Erhebung der Themen, Kommunikationsanlässe und des Berichterstattungskontexts, mit denen die Europäische Kommission assoziiert wird

Wertende Klassifikation: Erhebung von Kategorien, die explizit oder implizit Auskunft über die Bewertung der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen geben

3. Samplebildung und Stichprobe:

Die zu analysierenden Artikel werden aus der Grundgesamtheit der österreichischen Printmedien entnommen. Dies sind fünf Tageszeitungen: Der Standard, Die Presse, Kurier, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung. [Druckversionen: Kronen Zeitung = Steiermark-Ausgabe; Kleine Zeitung = Steiermark-Ausgabe/Murtal-Version] Die Kommunikationsträger werden zunächst in Printform gesammelt und dann händisch ausgewertet. Erhoben werden die zu codierenden Artikel durch einen akteur*innenzentrierten Zugang.

Analysematerial: Das für die Codierung zu verwendende Analysematerial der festgelegten fünf Tageszeitungen setzt sich aus den folgenden Rubriken zusammen (*Zeitungsbücher und diverse Beilagen aus diesen Ressorts wurden bei der Codierung nicht berücksichtigt*):

[2] Vgl. Gerhards, Roose & Offerhaus (2004)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Tageszeitung	Politik	Wirtschaft	Meinung	Aktuelles
Der Standard	„International“ „Inland“	„Wirtschaft“ „Finanzen&Märkte“ „GeldStandard“	„Kommentar“	erste Seite „Agenda“ „Schwerpunkt“ „Thema“
Die Presse	„Ausland“ „EU“ „Inland“	„Economist“ „Finanzen“	„Debatte“	erste Seite „Thema des Tages“ „24 Stunden“
Die Presse am Sonntag	„Ausland“ „Inland“ „Österreich“	„Eco“ „Mein Geld“	keine spezielle Seite vorgesehen	erste Seite „Die Seite zwei“ „24 Stunden“
Kronen Zeitung	„Politik“ „Ausland“ „Österreich“	„Wirtschaft“	„Das freie Wort“	erste Seite
Kleine Zeitung	„Politik“ „International“ „Österreich“	„Wirtschaft“	„Tribüne“	erste Seite „Thema“
Kurier	„Politik“ „International“	„Wirtschaft“	*keine spezielle Seite vorgesehen*	erste Seite

Stichprobe: akteur*innenbezogener Zugang
Enthält ein Artikel die Bezeichnung „Europäische Kommission“ oder deren zugehörigen Akteur*innen, wird der Artikel codiert. Folgende Variablen dienen als Kriterium für die Selektion der Printmedien-Artikel:

Europäische Kommission	sowie alle Attribute, die der Kommission begrifflich zugeordnet werden = Kommissions- (z.B. Kommissionspläne, Kommissionsgebäude)
Akteur*innen der Europäischen Kommission	Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker Kommissar*innen der Europäischen Kommission ehemalige Kommissar*innen der Europäischen Kommission Beamt*innen und Sprecher*innen der Europäischen Kommission EU-Außenbeauftragte Federica Mogherini als eine der Vizepräsident*innen der Europäischen Kommission

Achtung: Die Codierung gilt nicht für homonyme Begriffe wie z.B. „Europäische Kommission gegen Rassismus und Intoleranz“.

Hinzuweisen ist, dass die Stichprobe auch Begriffe einschließt, die darüber hinaus *eindeutig* die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen bezeichnen. Darunter werden beispielsweise Begrifflichkeiten wie z.B. „Brüsseler Behörde“ oder „Chef der Kommission“ verstanden.
Auch die Namen des Kommissionspräsidenten beziehungsweise der Kommissar*innen dienen als Suchkriterium. Zusätzlich wurde auch Federica Mogherini als Variable gewählt, da sie als Hohe Vertreterin der EU für Außen- und Sicherheitspolitik zum Zeitpunkt der Analyse nicht nur EU-Außenbeauftragte ist und den Europäischen Auswärtigen Dienst leitet, sondern auch die Funktion einer Vizepräsidentin der Europäischen Kommission innehat.
Mit falschen oder schlampigen Bezeichnungen wird folgendermaßen umgegangen: Wird Kommissionspräsident Juncker als „Parlamentspräsident“ bezeichnet, so wird diese Variable trotzdem codiert, wenn der Fehler offensichtlich ist. Wird fälschlicherweise von der EU geschrieben und die Europäische Kommission damit bezeichnet, so wird diese Variable nur dann codiert, wenn sie eindeutig und richtig als „Europäische Kommission“ zu lesen ist.

4. Analysezeitraum:
01. August 2015 bis 31. Januar 2016

II. CODIERANLEITUNG

Die Codierung findet auf zwei Ebenen statt. Als Codier-Einheit gilt zunächst der gesamte Artikel (siehe Punkt a)) und dann die jeweilige Aussage, welche mit den gesuchten Variablen in Verbindung steht (siehe Punkt b)). Daher gliedert sich die Handlungsanleitung auch in zwei Teile: Zu Beginn der Codier-Phase müssen die Artikel, welche die gesuchten Variablen für die Stichprobe beinhalten, gelesen werden. Dann werden die Textteile extrahiert, analysiert und nach unten stehenden Anweisungen – in einem ersten Schritt die formalen Variablen und in einem zweiten Schritt die thematischen und wertenden Zuordnungen – codiert.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

a) Identifikation der gesuchten Variablen für die Stichprobe
b) Codierung der Variablen auf formaler, themenspezifischer und wertender Ebene

Codiert werden nur jene Artikel, die den Ressorts „Politik“, „Wirtschaft“, „Meinung“ und „Aktuelles“ (siehe oben) zuzuordnen sind. Ein stichprobenrelevanter Artikel muss mindestens einen vollständigen Satz beinhalten, welcher über das Handeln der Europäischen Kommission beziehungsweise eines/r ihrer Akteur*innen informiert, um berücksichtigt zu werden.

Zu den für die Codierung zugelassenen Artikel zählen sowohl Berichte als auch Meinungsartikulation. Bildtexte werden nur dann erhoben, wenn sie nicht eine bloße Beschreibung des Fotos darstellen, sondern sich als eigenständige Beiträge erweisen.

Zu beachten ist, dass der Meinungsteil nur dann in die Analyse aufgenommen wird, wenn der Artikel von (ehemaligen) Journalist*innen oder ausgewiesenen redaktionellen Kolummnist*innen verfasst wurde, da diese ja das Untersuchungsobjekt dieser Studie sind. Leserbriefe werden nicht in die Analyse aufgenommen.

Interviews werden dann codiert, *wenn die Europäische Kommission bzw. deren Akteur*innen redaktionell genannt, nicht aber wenn diese in Antworten der interviewten Person erwähnt wird.*

Von der Analyse ausgeschlossen werden darüber hinaus auch Veranstaltungshinweise und Adressangaben. Alleinstehende Titel und Überschriften werden nicht in die Analyse aufgenommen.

Die in die Analyse aufgenommenen Artikel beinhalten sowohl deskriptive als auch wertende Inhalte. Insgesamt werden nur explizite, direkte Wertungen berücksichtigt. Es wird eine so genannte „harte“ Codierung vorgenommen.

1. FORMALE IDENTIFIKATION

1. TAGESZEITUNG:
01 Der Standard
02 Die Presse
03 Kronen Zeitung
04 Kleine Zeitung
05 Kurier

2. ERSCHEINUNGSDATUM:
z.B.: Freitag, 18. September 2015 = Wochentag, Tag. Monat Jahr

3. RESSORT:
01 Innenpolitik
02 Außenpolitik/EU
03 Wirtschaft
04 Meinung
05 Aktuelles
06 Politik allgemein

4. GENRE-ZUORDNUNG:
01 Nachricht/Bericht
02 Editorial/Leitartikel
03 Kommentar/Glosse
04 Hintergrundbericht/Reportage
05 informierender/dienstleistender Fachtext
06 Interview

10.15772/ANDRASSY.2021.001

5. ZUORDNUNG ZU EINEM/EINER AUTOR*IN:

01 Redakteur*in bzw. mehrere Redakteur*innen (Redakteur*innen des Mediums, (ehemalige) Journalist*innen, regelmäßige Kolumnist*innen, keine Expert*innen!)
02 Korrespondent*in in Brüssel (entweder in der offiziellen Korrespondent*innen-Liste der Ständigen Vertretung Österreichs bei der Europäischen Union als „Brüssel-Korrespondent*in" registriert oder in der Zeitung als Berichterstatter*in aus einem anderen Land außerhalb Österreichs deklariert)
03 Presseagentur/-agenturen
04 Kombination von Redakteur*in(nen) und Korrespondent*in(nen)
05 Kombination von Presseagentur und Redakteur*in(nen) und/oder Korrespondent*in(nen)
06 unklar

6. ZUORDNUNG ZU EINEM ORT *(Mehrfachnennungen möglich)*

01 keine Ortsangabe
02 Ort in Österreich bzw. Orte in Österreich
03 Brüssel
04 anderer Ort in EU-Europa bzw. andere Orte in EU-Europa
05 Ort liegt außerhalb EU-Europas bzw. Orte liegen außerhalb EU-Europas

7. BEBILDERUNG

01 kein Foto (nur Foto des/r Autor*in, z.B. bei einem Kommentar)
02 Pressefoto
03 Grafik/Tabelle/Schaukasten (tatsachenbetont)
04 Karikatur (meinungsbetont)
05 mehrere Illustrationstypen (z.B.: Foto und Grafik)
06 Symbolfoto, mehrere Fotos als Illustration (Collage) bzw. Symbolfoto oder unklare Abbildung

2. THEMATISCHE KLASSIFIKATION

8. AKTEUR*INNEN

*In dieser Kategorie wird die Europäische Kommission bzw. der*die Akteur*in der Europäischen Kommission spezifiziert (Mehrfachnennungen zulässig):*

01 „Europäische Kommission", „EU-Kommission", „Kommission" und ähnliche journalistische Abkürzungen (z.B. „EU-Behörde")
02 „Kommissionspräsident" und ähnliche journalistische Abkürzungen (z.B. Kommissionschef) sowie dessen (Nach-)Name
03 „Kommissar*in" der Europäischen Kommission, „Kommissionsvizepräsident*in" und ähnliche journalistische Abkürzungen (z.B. „Kommissionsvize") beziehungsweise deren Namen
04 ehemalige/r „Kommissar*in" oder ehemaliger „Kommissionspräsident" beziehungsweise deren Namen
05 „Beamt*in", „Expert*in" der Europäischen Kommission, „Leiter*in der Vertretung der Europäischen Kommission" oder „Vertreter*in" der Europäischen Kommission, „Sprecher*in" der Europäischen Kommission
06 „Kommissions-" (z.B. „-gebäude", „-vorschlag")
07 „Federica Mogherini", Vertreterin der EU für Außen- und Sicherheitspolitik und Vizepräsidentin der Europäischen Kommission (nicht unter 03 codieren)

(mitgemeint: alle Pluralformen)

Anmerkungen: Auch solche Begriffe werden eingeschlossen, die über diese Liste hinaus *eindeutig* die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen bezeichnen, z.B. „Brüsseler Behörde", „Chef der Kommission" oder „Kommissionsvize". Ebenso dienen die Namen des Kommissionspräsidenten beziehungsweise der Kommissar*innen als Suchkriterien. Falsche oder schlampige Bezeichnungen werden nur dann codiert, wenn der Fehler offensichtlich ist und die Variable eindeutig und in richtiger Weise der Europäischen Kommission zuzuordnen ist (z.B. „EU-Kommission" oder „Parlamentspräsident Juncker"). Codierung ist jedoch keine zulässig, wenn die Europäische Kommission falsch zugeordnet wird (z.B. „Kommissionspräsident Schulz", wenn vom damaligen Präsidenten des EU-Parlaments die Rede ist).

10.15772/ANDRASSY.2021.001

9. THEMENZUORDNUNG

Die Codierung erfolgt auf Aussagenebene. Bei Unklarheit wird auf den gesamten Artikel zurückgegriffen. Falls mehrere Themen im Artikel angesprochen werden, wird jenes codiert, dem mehr Platz zugemessen wird. Werden mehrere Themen gleichgewichtig behandelt, wird das erste gewählt.

01 Landwirtschaft
02 Wettbewerb
03 Wirtschaft und Finanzen
04 Bildung
05 Energie
06 Erweiterung
07 Unternehmen und Industrie
08 Umwelt und Klima
09 Handelsbeziehungen
10 Außenbeziehungen und humanitäre Hilfe
11 Institutionelle Angelegenheiten
12 Gesundheit und Konsumentenschutz
13 Informationsgesellschaft und Medien
14 Binnenmarkt, Steuern und Zollunion
15 Justiz und Inneres
16 Maritime Angelegenheiten und Fischerei
17 Forschung und Innovation
18 Sozialpolitik
19 Transport
20 nicht zuzuordnen

Die Zuordnung zu den unterschiedlichen „policy issues" erfolgt nach dem Modell von *Derks, Gemenis* und *Van Gerven* (2013):

1. Agriculture:	*This category includes all topics related to agricultural policy. Topics include farm support, the Common Agricultural Policy, rural development.* • *Topics related to food safety and consumer protection related to agriculture should be coded in category 12 ("health and consumer protection"). This includes genetic engineering of agricultural products (and as such, that topic also needs to be coded in category 12).* • *Topics related to the trade of agricultural products with third parties should be included in category 9 ("external trade").* • *Trade of agricultural products within the EU should be coded in category 14 ("internal market, taxation and customs union")*
2. Competition:	*This category includes all topics related to the competition policies of the EU. This includes the main areas of EU competition policy: merger control, state aid control, abuse of dominant market positions, cartels, and antitrust regulation.* • *Instances where competition policy is discussed with regards to a specific sector should be coded in this category (for example punishing cartels in the telecommunications sector).*
3. Economic and financial/monetary affairs:	*This category contains all topics regarding economic, financial and monetary affairs and policies. These include the European Monetary Union, the Stability and Growth Pact, (the introduction of) the Euro, the current economic and financial crisis, the Regional Policy, inflation control, price level, the monetary supply.* • *General discussions of price levels should be coded in this category; whenever the price level for a certain policy field (such as agriculture) is discussed, that particular instance should be coded in the category related to that policy.*
4. Education:	*This category includes all topics that are related to policy in the field of Education. This includes primary, secondary, and higher education, vocational training, student mobility and student mobility programmes (such as Erasmus), lifelong learning, the Bologna process, and (improving) the quality of education.* • *Only discussions of education by universities are to be included here. Whenever research by universities is discussed, it should be coded in category 17 ("research and innovation").*
5. Energy:	*This category includes everything related to energy policy, including: the energy market, sustainable energy production; energy transport and consumption; securing the energy supply;*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	nuclear energy; renewable energy sources (hydroelectricity, solar energy, wind energy); natural gas reserves; coal energy; alternative and renewable energy; and energy efficiency.
6. Enlargement:	*All topics related to the enlargement processes of the EU should be coded in this category. These topics include: the Instrument for Pre-accession Assistance; conditions for enlargement; the Copenhagen criteria; candidate countries; accession negotiations; and technical assistance for candidate countries.*
7. Enterprise and industry:	*All topics that are related to general enterprise and industry environments in Europe should be coded in this category. This includes: industrial innovation; supporting Small and Medium sized Enterprises (SMEs); sustainable development of industrial sectors; and restructuring of industrial sectors.* • *This category is meant for general issues relating to actions for enterprises and industries. Any discussion of actions aimed at specific industries should be coded in the category for that subject. For example: promoting innovation in the energy industry should be coded in category 5 ("energy").*
8. Environment and climate action:	*All topics found relating to environmental policy and climate action are to be coded in this category. This includes: promotion of a low-carbon economy; environmental protection; hazardous waste; air pollution; global warming; noise pollution; acid rain; (automobile) emissions; endangered species protection; water pollution and conservation; and forest protection.*
9. External trade:	*This category includes everything related to trade between the EU and third parties. This includes: enable market access to other markets for European companies; export credits; trade regulation; trade negotiations; the World Trade Organization; the Doha conference; trade disputes and agreements; and the creation of a 'global system for fair and open trade'.* • *Discussions of sector-specific trade should be coded in this category and not in the category of that sector. For example: the trade of bananas should be coded here, not in category 1 ("agriculture").*
10. Foreign relations and foreign aid:	*This category includes all topics related to the external relations of the European Union and its Member States and all foreign aid related policies. This includes: the European External Action Service; EuropeAid; external relations with third countries or organizations; the Common Foreign and Security Policy; the European Neighbourhood Policy; humanitarian aid; and humanitarian crisis response.* • *Foreign trade relations should not be coded in this category, but rather in category 9 ("external trade").* • *Security and defence policy should be coded in this category. Terrorism and the combatting of terrorism, however, should be coded in category 15 ("justice and home affairs").* • *Discussions of specific agreements in an international context should be coded in the category for that policy area. For example: discussions of the Kyoto protocol should be coded in category 8 ("environment and climate action").*
11. Institutional operations:	*All topics regarding the operation of the European Commission or activities by other institutions and interinstitutional-relations should be included in this category. This includes: EU or Commission budgets; communication priorities; interinstitutional-relations; promoting transparency in EU decision making; operational efficiency; and auditing.* • *Discussions of legislative reform for a specific sector should be coded in the category for that sector. For example: reform of legislation in the field of competition policy should be coded in category 2 ("competition").* • *Discussions of topics that the Commission wishes to communicate (better) are also to be coded in this category. For example: a statement that there should be more communication about the EU's consumer protection policies should be coded in this category.*
12. Health and consumer protection:	*All topics related to health policies and the protection of consumers with regards to their health should be coded in this category. This includes: food safety; product safety; health care; disease control; the European medicines agency; regulation of the drug industry; drug labelling and marketing; alcohol, tobacco and drug abuse; and malnutrition.*
13. Information society and media:	*This category includes all topics related to information technology and other media. This includes: research on information and communication technologies; satellite systems such as the Galileo navigation system; the information society; ICT research; regulations of electronic communications industry; mobile communications; telecommunications; and computer security.*
14. Internal market, taxation and customs union:	*All topics that are concerned with the internal market (in general), taxation issues and dealing with the customs union should be coded in this category. This means that all issues concerning the free movement of goods, services, labour, and citizens all fall into this category. The topics include: the free movement of capital, labour, goods, and services; customs duties; trade within the EU; selling arrangements; and taxation (agreements).*

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	• *Discussions of sector-specific issues relating to the internal market should be coded in this category. For example: trade in agricultural products between EU Member States is coded here.*
15. Justice and home affairs:	*Everything related to justice and home affairs should be coded in this category. This includes: fundamental rights; (European) citizenship; consumer, marketing, and contract law; criminal justice; asylum; borders and visas; free movement of people; organized crime; human trafficking; terrorism; police cooperation; Eurojust; money laundering; and illegal drug production and trafficking.* • *Discrimination is generally regarded as a part of this category. In the EU, however, discrimination is specifically a part of the EUs social policies, based on the social chapter of the Treaty on the Functioning of the European Union. Discrimination should therefore be coded in category 18 ("social policy") and not here.*
16. Maritime affairs and Fisheries:	*This category is meant for all topics concerned with the fishing industry and maritime policies. Examples of this category include: the Common Fisheries Policy; an integrated approach to maritime policies; the supply of seafood; the maritime economy; carriage of goods by sea; maritime industry; maritime freight industry regulation; territorial sea boundaries; and regulation of exploration and recovery of international seabed hard minerals.* • *Transport over water should be coded in this category, and not in category 19 ("transport").*
17. Research and innovation:	*Everything related to research and innovation policies should be coded in this category. This category is meant for policies regarding research and innovation in light of the EUs goal to become the biggest knowledge economy in the world. This category includes: the European Research Area; the Joint Research Centre; the EU Framework Programmes for R&D policy; coordination of national and EU research activities; technology transfer; and university-industry cooperation in research.* • *Research in universities should also be included in this category. Education by universities should not be coded in this category, but rather in category 4 ("education").* • *Whenever sector-specific research is mentioned, it should be coded in the category for that sector (if present). For example: research on nuclear energy should be coded in category 5 ("energy").*
18. Social policy:	*All topics related to social policies of the EU should be coded in this category. This includes: employment; working conditions (including health and safety in the workplace); pensions; social inclusion/exclusion; discrimination; the European Social Fund; social security; housing policy; and poverty.* • *Employment and pensions might also be coded in category 3 ("economic and financial/monetary affairs"), depending on the context of the instance to be coded. For example: discussion of the rights to pension benefits should be coded in this category (18); discussion of regulating liquidity of pension funds should be coded in category 3 ("economic and financial/monetary affairs").* • *Whenever reintegration and activation policies regarding employment and unemployment are discussed, those instances should be coded in this category.* • *Discrimination in this category includes discrimination on race, gender, disability and religion.*
19. Transport:	*Everything related to transport should be coded in this category. This includes: the extension of transport networks throughout Europe; transport safety; air travel safety; airports; air traffic control; railroad transportation; railroad, trucking and airline regulations; and motor vehicle safety.* • *Transportation over water should be coded in category 16 ("maritime affairs and fisheries").*

Folgende Ergänzungen, die aus dem Modell nicht klar herauslesbar sind, sind zu beachten:

a) EU-Vertragsänderungen für Großbritannien, Brexit → ad 11) Institutionelle Angelegenheiten
b) Datenschutz, Datenspeicherung → ad 13) Informationsgesellschaft und Medien
c) Migration → ad 15) Justiz und Inneres [Ausnahme: Diskriminierung aufgrund Rasse, Religion etc. → ad 18)]

10.15772/ANDRASSY.2021.001

10. ANLASS & ZIELGRUPPE:

*Die Codierung erfolgt auf Aussagenebene. Bei Unklarheit wird auf den gesamten Artikel zurückgegriffen. In dieser Kategorie werden der Anlass und (wenn ersichtlich) die Zielgruppe codiert. Mitunter können der*die Akteur*in, welche*r das Ereignis veranlasst hat bzw. die Quelle des Ereignisses spezifiziert werden. Es gibt aber auch Anlässe, die aus gesellschaftlichen Gefügen hervorgehen ohne sie einem kollektiven oder individuellen Verfasser*in zuordnen zu können.* Existieren mehrere Anlässe, wird jeweils der erstgenannte codiert.

Europäische Kommission → Massenmedien	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die an die Medien gerichtet ist *z.B.: Pressekonferenz, Mittagsbriefing, Hintergrundgespräch*
Europäische Kommission → (Teil-)Öffentlichkeit	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die an die gesamte europäische Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit (z.B. ein Land, eine spezifische Institution) gerichtet ist *z.B.: Mitteilung an alle Europäer*innen, Empfehlung für österreichische Konsument*innen, Besuch der deutschen Botschaft*
Europäische Kommission/Eigenlogik	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die sich aus ihrer Eigenlogik ergibt, weder für die Massenmedien noch für Öffentlichkeit initiiert *z.B.: jährliche „Rede zur Lage der Union" des Kommissionspräsidenten, Vorschlag für eine EU-Richtlinie, Veröffentlichung eines Weißbuchs, Eröffnung eines Vertragsverletzungsverfahren*
Europäische Kommission → Akteur*in	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, die an eine/n speziellen Akteur*in gerichtet ist *z.B.: Kommissionspräsident ermahnt österreichischen Bundeskanzler, Sprecher*in der Europäischen Kommission widerspricht Europa-Parlamentarier*in*
Europäische Kommission → unklar	eine (Kommunikations-)Handlung der Europäischen Kommission, deren Adressat*in nicht ersichtlich ist
EU-Institutionen	eine (Kommunikations-)Handlung einer oder mehrerer EU-Institutionen, eventuell auch im Zusammenspiel mit der Europäischen Kommission *z.B.: Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs, Abstimmung im Europäischen Parlament, Gipfeltreffen, gemeinsamer Beschluss mit den Mitgliedsländern*
Österreich → Massenmedien	ein Ereignis in Österreich oder eine (Kommunikations-)Handlung eines/r österreichischen Akteurs*in, das/die an die Medien gerichtet ist *z.B.: Pressekonferenz, Hintergrundgespräch, schriftliche Pressemitteilung*
Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	ein Ereignis in Österreich oder eine (Kommunikations-)Handlung eines/r österreichischen Akteurs*in, das/die an die gesamte Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist *z.B.: Rede des Bundespräsidenten zum Jahresbeginn, Veranstaltung der Wirtschaftskammer, Vortrag eines Wissenschaftlers, Demonstration einer NGO zur Aufnahme von Flüchtlingen*
Österreich/Eigenlogik	ein Ereignis in Österreich oder eine (Kommunikations-)Handlung eines/r österreichischen Akteur*in, die sich aus der Eigenlogik heraus ergibt *z.B.: Urteil des Verfassungsgerichtshofs, Bericht des Rechnungshofes, Beschluss des Österreichischen Parlaments, Erlass des Bundesministeriums*
Nicht-Österreich → Massenmedien	ein nationales (nicht-österreichisches) Ereignis oder eine (Kommunikations-) Handlung eines/r nationalen (nicht-österreichischen) Akteurs*in, das/die an die Medien gerichtet ist – eventuell sind auch mehrere (nicht-österreichische) Länder daran beteiligt *z.B.: Medienbriefing der deutschen Kanzlerin, Pressekonferenz des VW-Vorstandsvorsitzenden*
Nicht-Österreich → (Teil-)Öffentlichkeit	ein nationales (nicht-österreichisches) Ereignis oder eine (Kommunikations-) Handlung eines/r nationalen (nicht-österreichischen) Akteur*in, das/die an die gesamte Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist – eventuell sind auch mehrere (nicht-österreichische) Länder daran beteiligt

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	z.B.: Eröffnung der Frankfurter Buchmesse, Warnung eines britischen Rechtsextremismus-Forschers, Demonstrationen in Frankreich und Belgien
Nicht-Österreich/Eigenlogik	ein nationales (nicht-österreichisches) Ereignis oder eine (Kommunikations-) Handlung eines/r nationalen (nicht-österreichischen) Akteur*in, das/die sich aus der Eigenlogik heraus ergibt – eventuell sind auch mehrere (nicht-österreichische) Länder daran beteiligt *z.B.: Wahlen in Frankreich, Ratingagentur stuft Italien herab, Beschluss des ungarischen Parlaments*
Anderes → Massenmedien	ein anderes Ereignis oder eine andere (Kommunikations-)Handlung Akteur*in, das/die an die Medien gerichtet ist *z.B.: Pressekonferenz zum G7-Treffen, Pressemitteilung zur Veröffentlichung der PISA-Ergebnisse*
Anderes → (Teil-)Öffentlichkeit	ein anderes Ereignis oder eine andere (Kommunikations-)Handlung, das/die an die gesamte Öffentlichkeit oder an eine Teilöffentlichkeit gerichtet ist *z.B.: Reisewarnung von Amnesty International, Empfehlung für die Immobilien-Branche am Weltwirtschaftsforum in Davos*
Anderes/Eigenlogik	ein anderes Ereignis oder eine andere (Kommunikations-)Handlung, das/die sich aus der Eigenlogik heraus ergibt *z.B.: internationale Klage, Verlust an den Börsen, weltweite Zunahme an Hepatitis, Maßnahme zur Armutsbekämpfung*
Medienlogik	ein aus der Medienberichterstattung, der Eigenlogik der Medien bzw. auf journalistische Initiative zurückzuführender Anlass *z.B.: Interview zum Internationalen Frauentag, eigene Beobachtung des/r Journalist*in, Berichterstattung zum Jahreswechsel, Referenz auf ein anderes Medium*
unklar	Anlass der Berichterstattung ist unklar oder nicht zuzuordnen

Folgende Hinweise sind zu beachten:

a) Wenn mehrere Anlässe in Frage kommen, wird der Erstgenannte codiert.
b) Geht aus der Berichterstattung nicht explizit hervor, wer der /die Veranlasser*in ist, so wird dieser – wenn möglich – aus dem Artikelkontext herausgelesen.

11. BERICHTERSTATTUNGSKONTEXT

*In dieser Kategorie wird erfasst, in welcher Konstellation über die Europäische Kommission bzw. ihre Akteur*innen berichtet wird. Wird sie diskursiv oder handlungsorientiert beschrieben? Die Codierung erfolgt auf Aussagenebene. Bei Unklarheit wird auf den gesamten Artikel zurückgegriffen.*

01 Berichterstattung über eine Diskussion um eine (anstehende oder vollzogene) politische Handlung (mehrere Sprecher kommen zu Wort bzw. mehrere Positionen und Perspektiven werden erwähnt)
02 Berichterstattung über den Vollzug einer (in Aussicht gestellten) politischen Handlung (Tatsachenfeststellung, keine anderen bzw. kaum andere Sprecher kommen mit ihren Positionen und Perspektiven zu Wort)
03 kein Referenzpunkt auf eine politische Handlung vorhanden

3. WERTENDE KLASSIFIKATION

12. PLATZIERUNG

*Die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen befindet/n sich…*

01 auf der Titelseite.
02 auf der zweiten Seite der Zeitung bzw. dritten Seite der Zeitung (wenn ein Artikel über die ganze Doppelseite gestreckt ist) oder auf der ersten Seite einer Sparte bzw. ersten Doppelseite einer Sparte (wenn ein Artikel über die ganze Doppelseite gestreckt ist).
03 alle anders platzierten Artikel

10.15772/ANDRASSY.2021.001

13. AUFMACHUNG

*Die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen befindet/n sich in einem Artikel…*

01 mit der größten Überschrift der Seite bzw. Doppelseite (wenn sich Artikel über zwei Seiten erstrecken).
02 mit der zweitgrößten Überschrift der Seite bzw. Doppelseite (wenn sich Artikel über zwei Seiten erstrecken).
03 dessen Überschrift weniger stark hervorgehoben ist.

14. UMFANG

*Die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen befindet/n sich in einem Artikel, welcher aus…*

01 einem Absatz
02 zwei Absätzen
03 mehr als zwei Absätzen

…besteht.

15. VORKOMMEN

*Die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen befindet/n sich…*

01 im Titel
02 im Untertitel
03 im Text

(Mehrfachnennungen zulässig)

16. STELLENWERT

01 Die Europäische Kommission bzw. deren Akteur*innen ist/sind das einzige Thema bzw. Hauptthema des Artikels.
02 Die Europäische Kommission ist ein Nebenthema.
03 Die Europäische Kommission wird nur genannt – ohne, dass weitere inhaltliche Aussagen dazu folgen (z.B.: Unter den Gästen war auch Kommissionspräsident Juncker.)

17. AKTIVITÄT/PASSIVITÄT

*Die Europäische Kommission bzw. ihre zugehörigen Akteur*innen wird/werden folgendermaßen dargestellt:*

01 aktiv
02 passiv
03 unklar

*Zur Bestimmung der Codierung wird nur die Aussagenebene, in welche die Europäische Kommission bzw. ihre Akteur*innen eingebettet ist/sind, berücksichtigt. Wenn sowohl aktive als auch passive Eigenschaften in Frage kommen, wird die Kategorie „unklar" gewählt.*

18. DIREKTE BEWERTUNG

*Wie werden die Europäische Kommission bzw. deren Akteur*innen eingestuft?*

01 keine Bewertung / unklar
02 zustimmende / positive / optimistische / lobende Bewertung
03 sowohl positive wie auch negative Bewertung
04 ablehnende / negative / pessimistische / lächerlich machende Bewertung

*Es werden nur direkte Bewertungen codiert. Zur Bestimmung wird nur die Aussageebene, in welche die Europäische Kommission bzw. ihre Akteur*innen eingebettet ist/sind, berücksichtigt.*

Diese Bewertungskategorie macht noch eine nähere Aufschlüsselung notwendig:

Definition: „Negativität":
Negative Berichterstattung bezieht sich auf Artikel, die der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen gegenüber ablehnend, negativ kritisch oder pessimistische beziehungsweise diese und deren Handlungen als lächerlich bewerten. Bleibt die Negativität des Artikels jedoch abstrakt oder allgemein und bezieht sie sich nicht explizit auf die Europäische Kommission, wird „keine Bewertung" codiert.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Definition: „Positivität“:
Positive Berichterstattung zeigt sich der Europäischen Kommission und ihren zugehörigen Akteur*innen gegenüber als zustimmend, positiv, lobend, optimistisch. Der*die Autor*in würdigt, anerkennt, begrüßt oder befindet eine Handlung der Europäischen Kommission für gut. Bleibt die Positivität des Artikels abstrakt oder allgemein und bezieht sie sich nicht explizit auf die Europäische Kommission, wird „keine Bewertung“ codiert.

Definition: „sowohl positive als auch negative Bewertung“:
Ist ein Beitrag nicht eindeutig als überwiegend positiv oder negativ einzuordnen, sollte er als „weder positiv noch negativ“ codiert werden. Dies gilt speziell für längere, abwägende Artikel, in denen positive und negative Facetten der Europäischen Kommission und ihrer Akteur*innen aufgezeigt werden.

10.15772/ANDRASSY.2021.001

ONLINE-FRAGEBOGEN

EU-Kommunikation in den österreichischen Medien

VIELEN DANK,
dass Sie dieses wissenschaftliche Projekt unterstützen und bereit sind, an dieser anonymen österreichweiten Befragung teilzunehmen! Klicken Sie bitte auf den "Weiter"-Button, um zur Umfrage zu kommen:

Diese Umfrage enthält 36 Fragen.

Allgemeine Informationen:

1. Ihr Alter

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ bis 25
- ○ 26-35
- ○ 36-45
- ○ 46-55
- ○ 56+

2. Ihr Geschlecht

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ männlich
- ○ weiblich
- ○ keine Zuordnung

3. Was ist ihr höchster Bildungsgrad?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ kein Hochschulabschluss
- ○ Bachelor-Studium
- ○ Magister- / Master-Studium
- ○ Promotion

4. Wie viele Jahre arbeiten Sie schon als JournalistIn?

In dieses Feld dürfen nur Zahlen eingegeben werden.

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein: ____

5. In welchem Ressort sind Sie hauptsächlich tätig?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ Chronik/Lokales
- ○ Innenpolitik
- ○ Außenpolitik
- ○ Wirtschaft

10.15772/ANDRASSY.2021.001

- ○ Kultur
- ○ Sport
- ○ Lifestyle
- ○ Medizin/Gesundheit
- ○ Technik/Computer
- ○ Motor
- ○ Freizeit/Hobby
- ○ Umwelt/Landwirtschaft
- ○ Wissenschaft
- ○ Bauen/Wohnen
- ○ Supplement
- ○ Meinung
- ○ Sonstiges

6. Welche Stellung haben Sie innerhalb Ihrer Redaktion?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ TeilzeitRedakteurIn
- ○ VollzeitRedakteurIn
- ○ RessortLeiterIn
- ○ ChefIn vom Dienst
- ○ ChefredakteurIn

7. Ihre Prioritäten als JournalistIn:
Welche Ziele verfolgen Sie in Ihrem Beruf als JournalistIn? *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu
komplexe Sachverhalte erklären	○	○	○	○
das Publikum möglichst neutral und präzise informieren	○	○	○	○
dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln	○	○	○	○
mich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind	○	○	○	○
neue Trends und Ideen aufzeigen	○	○	○	○
positive Ideale vermitteln	○	○	○	○
dem Publikum als Ratgeber dienen	○	○	○	○
dem Publikum eigene Ansichten präsentieren	○	○	○	○
die politische Tagesordnung beeinflussen bzw. Themen auf die politische Tagesordnung setzen	○	○	○	○
Kritik an Missständen üben	○	○	○	○
die Bereiche Politik, Wirtschaft und/oder Gesellschaft kontrollieren	○	○	○	○
allen Leuten eine Plattform für ihre Meinungen zu Themen von öffentlichem Interesse geben	○	○	○	○

8. Welche Rolle nehmen Sie als JournalistIn ein?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu
österreichische Themen in einen grenzüberschreitenden Zusammenhang einordnen	○	○	○	○
eine internationale Perspektive in die österreichische Debatte einbringen	○	○	○	○
Verständnis für europäische Themen wecken	○	○	○	○
das Verbindende zwischen den europäischen Ländern aufzeigen	○	○	○	○
als Sprachrohr zwischen den LeserInnen und der EU dienen	○	○	○	○

Zur Europäischen Kommission:

9. Wie häufig benötigen Sie in Ihrer Arbeit Informationen über die Europäische Kommission?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ täglich
- ○ mehrmals in der Woche
- ○ mehrmals im Monat
- ○ mehrmals im Jahr
- ○ nie - schließe ich aber grundsätzlich nicht aus
- ○ nie - schließe ich grundsätzlich aus

10. Wie oft beziehen Sie Informationen über die Europäische Kommission von diesen Quellen?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	oft	manchmal	selten	nie
Europäische Kommission	○	○	○	○
andere EU-Institutionen	○	○	○	○
KorrespondentIn des eigenen Mediums in Brüssel	○	○	○	○
österreichische PolitikerInnen	○	○	○	○
österreichische ExpertInnen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	○	○	○	○
internationale ExpertInnen aus Wirtschaft/Kultur/Politik/Gesellschaft/Wissenschaft	○	○	○	○
österreichische NGOs und Sozialpartner	○	○	○	○
internationale NGOs und Think Tanks	○	○	○	○
österreichische Medienberichterstattung	○	○	○	○
österreichische Presseagenturen	○	○	○	○
internationale Medienberichterstattung	○	○	○	○
internationale Presseagenturen	○	○	○	○
Social Media	○	○	○	○

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die bei Frage 9 nicht „nie - schließe ich aber grundsätzlich nicht aus" oder „nie - schließe ich grundsätzlich aus" angegeben haben.*

11. Folgende Informationsdienste der Europäischen Kommission habe ich bereits in Anspruch genommen:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	oft	manchmal	selten	nie
Medienservice der Europäischen Kommission in Brüssel	○	○	○	○
Büros der KommissarInnen bzw. Präsidium der Europäischen Kommission in Brüssel	○	○	○	○
Veranstaltung der Europäischen Kommission in Brüssel bzw. Pressereise nach Brüssel	○	○	○	○
Midday-Briefing der Europäischen Kommission in Brüssel	○	○	○	○
Midday-Briefing der Europäischen Kommission via Web	○	○	○	○
Vertretungsbüro der Europäischen Kommission in Österreich	○	○	○	○
Pressekonferenz der Europäischen Kommission in Österreich	○	○	○	○
Kamingespräche der Europäischen Kommission in Österreich	○	○	○	○
Veranstaltung der Europäischen Kommission in Österreich	○	○	○	○
Pressemitteilungen, Newsletter, Webseite	○	○	○	○

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, denen Frage 10 angezeigt wurde und die dort beim ersten Unterpunkt nicht angegeben haben, dass sie das Medienservice der Europäische Kommission „nie" als Quelle für Informationen über die Europäische Kommission in Anspruch genommen haben.*

12. Bei meinen Kontaktaufnahmen bzw. Recherchen habe ich die Europäische Kommission kennengelernt als:

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ Partner für EU-Kommunikation
- ☐ Inputgeber für weitere Storys
- ☐ Lobbyist für eigene Interessen
- ☐ Manipulator von Nachrichten
- ☐ Blockierer von Informationen
- ☐ Gegenspieler von JournalistInnen
- ☐ Institution ohne Mehrwert
- ☐ Sonstiges:

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die auch Frage 11 angezeigt bekommen.*

13. Die Initiative zur Recherche bzw. Berichterstattung über die Europäische Kommission kommt in den meisten Fällen von:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ mir selbst
- ○ dem/der Ressort-LeiterIn
- ○ der Redaktionskonferenz
- ○ der Chefredaktion
- ○ Sonstiges

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die in Frage 6 ihre Stellung in der eigenen Redaktion als „Teilzeit-RedakteurIn" oder „Vollzeit-RedakteurIn" oder „ChefIn vom Dienst" angegeben haben und Frage 10 angezeigt bekommen haben.*

14. Die Initiative zur Recherche bzw. Berichterstattung über die Europäische Kommission kommt in den meisten Fällen von:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

- ○ mir selbst
- ○ dem/der Ressort-LeiterIn
- ○ der Redaktionskonferenz
- ○ Sonstiges

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die in Frage 6 ihre Stellung in der eigenen Redaktion als „ChefRedakteurIn" angegeben haben und Frage 10 angezeigt bekommen haben.*

15. **Die Initiative zur Recherche bzw. Berichterstattung über die Europäische Kommission kommt in den meisten Fällen von:**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ mir selbst
- ○ der Redaktionskonferenz
- ○ der Chefredaktion
- ○ Sonstiges

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die in Frage 6 ihre Stellung in der eigenen Redaktion als „Ressort-LeiterIn" angegeben haben und Frage 10 angezeigt bekommen haben.*

16. **Wenn ich über die Europäische Kommission recherchiere, interessieren mich folgende Bereiche am meisten:**

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- ☐ Landwirtschaft
- ☐ Wettbewerb
- ☐ Wirtschaft und Finanzen
- ☐ Bildung
- ☐ Energie
- ☐ EU-Erweiterung
- ☐ Unternehmen und Industrie
- ☐ Umwelt und Klima
- ☐ Handelsbeziehungen
- ☐ EU-Außenbeziehungen und humanitäre Hilfe
- ☐ Institutionelle Angelegenheiten
- ☐ Gesundheit und Konsumentenschutz
- ☐ Informationsgesellschaft und Medien
- ☐ Binnenmarkt, Steuern und Zollunion
- ☐ Justiz und Inneres
- ☐ Maritime Angelegenheiten und Fischerei
- ☐ Forschung und Innovation
- ☐ Sozialpolitik
- ☐ Transport
- ☐ kein Bereich relevant

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die Frage 10 angezeigt bekommen haben*

17. **Die Europäische Kommission schätze ich insgesamt als geeigneten Ansprechpartner für meine Recherchen ein, wenn ich:**

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu
über österreichische Angelegenheiten berichte	○	○	○	○
österreichische Angelegenheiten in einen europäischen Kontext einordnen möchte	○	○	○	○
über Angelegenheiten in anderen europäischen Ländern berichte	○	○	○	○
über Angelegenheiten der EU berichte	○	○	○	○
über globale Angelegenheiten berichte	○	○	○	○

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die die bei Frage 9 nicht „nie - schließe ich grundsätzlich aus" angegeben haben.*

18. Ich vertraue der Europäischen Kommission, meistens die richtige Entscheidung zu treffen:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ stimme voll und ganz zu
- ○ stimme eher zu
- ○ stimme eher nicht zu
- ○ lehne voll und ganz ab

Fragen zur Berichterstattung:

19. Was könnte die Europäische Kommission tun, um eine mediale Berichterstattung zu forcieren?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein: _____

20. Nehmen Sie Hindernisse wahr, um über die Europäische Kommission zu berichten?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ Ja
- ○ Nein
- ○ weiß nicht

21. Bitte benennen Sie Hindernisse, die eine Berichterstattung über die Europäische Kommission erschweren oder davon abhalten:
Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

_____

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die die bei Frage 20 angegeben haben, dass sie Hindernisse wahrnehmen.*
Die Frage ist als offene Frage formuliert.

22. Hindernisse für eine Berichterstattung über die Europäische Kommission sind:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu
mangelnde Unterstützung der Redaktion für EU-Themen	○	○	○	○

10.15772/ANDRASSY.2021.001

	trifft zu	trifft eher zu	trifft wenig zu	trifft nicht zu
fehlendes Verständnis der LeserInnenschaft für EU-Themen	○	○	○	○
mangelnde eigene Sprachkenntnisse	○	○	○	○
fehlendes eigenes Fachwissen	○	○	○	○
fehlender Platz im Medium	○	○	○	○
mangelnde zeitliche Ressourcen	○	○	○	○
fehlende Ansprechperson in der Europäischen Kommission	○	○	○	○
fehlende Relevanz der Europäischen Kommission und ihrer Inhalte	○	○	○	○
mangelnde Glaubwürdigkeit der Europäischen Kommission	○	○	○	○

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die die bei Frage 20 nicht „Nein" angegeben haben.*

23. Bitte kreuzen Sie an, wie wichtig folgende Kommunikationsaktivitäten der Europäischen Kommission für Sie als JournalistIn sind:

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	wichtig	eher wichtig	wenig wichtig	nicht wichtig
Kompromissfindungsprozesse vermitteln	○	○	○	○
die Kompliziertheit europäischer Politik entziffern	○	○	○	○
positive Seiten der EU aufzeigen	○	○	○	○
Hintergrund-Informationen vermitteln	○	○	○	○
transparent mit Nachrichten umgehen	○	○	○	○
Informationen via Social Media verbreiten	○	○	○	○
brauchbare Zitate liefern	○	○	○	○
Anknüpfungspunkte für Themen bieten, die in der Berichterstattung gerade aktuell sind	○	○	○	○
Themen aufbereiten, um sie in personalisierter Form darstellen zu können	○	○	○	○
Nähe zu LeserInnen herstellen	○	○	○	○
zum europäischen Zusammenhalt beitragen	○	○	○	○
Distanz zu nationalen Befindlichkeiten zeigen	○	○	○	○

Noch ein paar allgemeine Fragen zu Ihrem Medium:

24. Medium, für das ich (hauptsächlich) tätig bin:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ Tageszeitung
- ○ wöchentlich oder 14-tägig erscheinende Zeitung
- ○ wöchentlich oder 14-tägig erscheinendes Magazin
- ○ Monatszeitung bzw. Monatsmagazin
- ○ Fachzeitschrift

25. Das Medium, für das ich (hauptsächlich) tätig bin, ist ein: *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

- ○ Gratismedium
- ○ Kaufmedium

26. Die Reichweite des Mediums, für das ich (hauptsächlich) tätig bin: *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ national
- ○ regional

27. Wie schätzen Sie die Haltung Ihres Mediums zur EU ein? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ sehr positiv
- ○ ziemlich positiv
- ○ neutral
- ○ ziemlich negativ
- ○ sehr negativ

28. Wird die Art, wie Ihr Medium über die EU grundsätzlich berichtet, intern diskutiert? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ regelmäßig
- ○ manchmal
- ○ selten
- ○ nie

29. Gibt es ein eigenes Ressort oder eine Person in Ihrem Medium zur Koordination von EU-Themen? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ Ja
- ○ Nein
- ○ weiß nicht

30. Gibt es eine regelmäßige Rubrik oder Extra-Seite(n) zur EU in Ihrem Medium? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ Ja
- ○ Nein
- ○ weiß nicht

Zum Schluss noch ein paar Fragen zu Ihrer Person:

31. Haben Sie im Rahmen Ihrer Berufsausbildung oder Ihrer Arbeit mindestens drei Monate außerhalb von Österreich verbracht?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ Ja
- ○ Nein

10.15772/ANDRASSY.2021.001

32. **Wie lange haben Sie insgesamt außerhalb von Österreich verbracht?**
(Zählen Sie bitte alle Auslandsaufenthalte im Rahmen Ihrer Berufsausbildung und/oder Ihrer Arbeit zusammen.)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ bis zu 6 Monate
- ○ 7-12 Monate
- ○ 1-5 Jahre
- ○ 6-10 Jahre
- ○ mehr als 10 Jahre

*Anmerkung: Diese Frage wurde nur jenen Teilnehmer*innen gestellt, die die bei Frage 31 „Ja" angegeben haben.*

33. **Ganz allgemein gesprochen: Welches Bild ruft die EU bei Ihnen hervor?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ ein sehr positives
- ○ ein ziemlich positives
- ○ ein neutrales
- ○ ein ziemlich negatives
- ○ ein sehr negatives

34. **Mein eigenes Wissen zur EU stufe ich ein:**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ sehr umfassend
- ○ umfassend
- ○ gering
- ○ unzureichend

(z.B. Brüssel-Reise, EU-Seminar, Workshop, Hintergrundgespräch, Briefing etc.)

35. **Wie häufig haben Sie schon eine Weiterbildung zur EU besucht?**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ regelmäßig
- ○ mehrfach
- ○ selten
- ○ nie

36. **Ich fühle mich als...**

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ○ ÖsterreicherIn
- ○ ÖsterreicherIn und EuropäerIn
- ○ EuropäerIn und ÖsterreicherIn
- ○ EuropäerIn

VIELEN DANK für Ihre Zeit!
Bei Fragen oder Interesse an den Ergebnissen können Sie mich gerne kontaktieren:
britta.breser@uni-graz.at

10.15772/ANDRASSY.2021.001

REGELN ZUR VEREINHEITLICHUNG DER OFFENEN ANTWORTBEREICHE

ONLINE UMFRAGE

Regeln zur einheitlichen Übertragung der offenen Antwortbereiche

Schritt 1	**Vereinheitlichung der Schreibweise**	Schriftsprache Groß- und Klein-Schreibung Beseitigung von Grammatik- und Rechtschreibfehlern Abkürzungen ausschreiben persönliche Eigenheiten der Sprache überarbeiten
Schritt 2	**Streichungen**	unnötige Satzteile und Füllwörter falsche Bezeichnungen oder unpräzise Ausdrücke (EU-Abgeordnete statt Kommissar*innen) Unklarheiten Wortwiederholungen und inhaltliche Verdoppelungen persönliche Bemerkungen und Analysen, die keine Relevanz für die Forschungsfrage haben (u.a. Spaß und Sarkasmus) Rufzeichen Wortwörtliche oder sehr ähnliche Kommentierungen werden nicht wiederholt. Die Häufigkeit der Nennung wird in eckiger Klammer angezeigt.
Schritt 3	**geringfügige Ergänzungen und Vervollständigungen**	für besseres Verständnis oder bessere Leseflüssigkeit missverständliche Ausdrucksweise
Schritt 4	**Gendering**	(*)
Schritt 5	**Layoutieren**	jede unabhängige Idee wird einer eigenen Zeile zugeordnet

10.15772/ANDRASSY.2021.001

E-MAILS AN JOURNALIST*INNEN UND CHEFREDAKTEUR*INNEN ÖSTERREICHISCHER TAGESZEITUNGEN

Journalist*innen: Erstkontakt (Juli 2017):

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen meiner Dissertation beforsche ich die transnationale EU-Kommunikation und deren Rezeption in der österreichischen Medienlandschaft.

Für dieses wissenschaftliche Projekt möchte ich Sie um Ihre Unterstützung bitten und wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie folgenden Online-Fragebogen ausfüllen - auch wenn Sie wenig oder nichts mit EU-Themen zu tun haben:

https://survey2.uni-graz.at/752561/lang-de

Diese Online-Umfrage ist anonym und dauert zwischen 5 und 10 Minuten.

Die Dissertation wird im Rahmen des internationalen netPOL-Kollegs verfasst.
Mein Dissertationsbetreuer ist Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier.
Bei Nachfragen bzw. Interesse an den Ergebnissen können Sie sich gerne an mich wenden:
britta.breser@uni-graz.at

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit & beste Grüße
Britta Breser

Journalist*innen: Zweitkontakt (August 2017):

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Rahmen meiner Dissertation beforsche ich die transnationale EU-Kommunikation und deren Rezeption in der österreichischen Medienlandschaft.

Ein Teil dieses wissenschaftlichen Projekts ist eine Online-Umfrage für JournalistInnen.
Falls Sie diese noch nicht ausgefüllt haben, möchte ich Sie nochmals um Ihre Unterstützung bitten!
Um der Studie eine höhere Aussagekraft zu geben, wäre ich Ihnen sehr dankbar, wenn Sie folgenden Fragebogen ausfüllen - auch wenn Sie wenig oder nichts mit EU-Themen zu tun haben:

https://survey2.uni-graz.at/752561/lang-de

Diese Online-Umfrage ist anonym und dauert zwischen 5 und 10 Minuten.

Die Dissertation wird im Rahmen des internationalen netPOL-Kollegs verfasst.
Mein Dissertationsbetreuer ist Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier.
Bei Nachfragen bzw. Interesse an den Ergebnissen können Sie sich gerne an mich wenden:
britta.breser@uni-graz.at

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit & beste Grüße
Britta Breser

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Chefredakteur*innen österreichischer Tageszeitungen (September 2017)

Sehr geehrte Chefredakteurinnen und Chefredakteure,

für mein Dissertationsprojekt zur EU-Kommunikation bräuchte ich noch dringend weitere Unterstützung aus dem Bereich der österreichischen Tageszeitungen:

Ich wäre Ihnen daher sehr dankbar, wenn Sie folgenden Online-Fragebogen an Ihre Redaktion weiterleiten und selbst ausfüllen könnten - auch wenn Sie wenig oder nichts mit EU-Themen zu tun haben:

https://survey2.uni-graz.at/752561/lang-de

Diese Online-Umfrage ist anonym und dauert zwischen 5 und 10 Minuten.

Die Dissertation befasst sich mit der transnationalen EU-Kommunikation und deren Rezeption in der österreichischen Medienlandschaft. Mein Dissertationsbetreuer ist Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier. Seine Bestätigung finden Sie anbei.

Bei Nachfragen bzw. Interesse an den Ergebnissen können Sie sich gerne an mich wenden:
britta.breser@uni-graz.at

Vielen Dank auch an alle, die diese Umfrage bereits ausgefüllt haben!

Mit freundlichen Grüßen
Britta Breser

10.15772/ANDRASSY.2021.001

FRAGEBOGEN FÜR DIE LEITFADEN-INTERVIEWS I

EINLEITUNG:

Allgemeines: Forschungsthema, Kriterien für die Personenauswahl, Aufnahmegerät, Anonymität

Inwiefern können Sie Unterschiede der österreichischen Journalist*innen in ihrem Umgang mit politischen Akteur*innen auf nationaler bzw. auf transnationaler Ebene beobachten?

(z.B. Unterschiede im Umgang mit einer österreichischen politischen Institution (Partei, Nationalrat, Regierung) und der Europäischen Kommission oder dem Europäischen Parlament)

Wenn Sie die Beziehung zwischen österreichischen Journalist*innen und den Beamt*innen der Europäischen Kommission beschreiben – welche Charakteristika fallen Ihnen besonders auf?

(z.B. Kommunikationsformen, Kommunikationsstil, Struktur und Organisation…)

Inwiefern beobachten Sie Unterschiede, wenn Sie den Umgang der österreichischen Journalist*innen mit der Europäischen Kommission und anderen Europäischen Institutionen vergleichen?

(z.B. Kommunikationsformen, Kommunikationsstil, Struktur und Organisation…)

HAUPTTEIL:

Welche allgemeinen Interessen und Motive spielen aus Ihrer Perspektive eine Rolle, um eine Story zur Europäischen Kommission zum*r österreichischen Leser*n zu bringen?

*(z.B. der Kommunikator*innen, der Institution/Medienorganisation…)*

a) *Bereich Europäische Kommission*
b) *Bereich Journalismus in Österreich*

Welche Verstärker helfen Ihrer Erfahrung nach besonders, um eine Story zur Europäischen Kommission tatsächlich bis zum*r Leser*in zu bringen?

*(z.B. notwendige Eigenschaften einer Story, der Kommunikator*innen, der Institution/Medienorganisation, des Kontextes…)*

a) *Bereich Europäische Kommission*
b) *Bereich Journalismus in Österreich*

Welche Hindernisse stehen Ihrer Beobachtung nach besonders im Weg, um eine Story zur Europäischen Kommission bis zum*r Leser*in zu bringen?

*(z.B. notwendige Eigenschaften einer Story, der Kommunikator*innen, der Institution/Medienorganisation, des Kontextes…)*

a) *Bereich Europäische Kommission*
b) *Bereich Journalismus in Österreich*

SCHLUSS:

Gibt es noch einen Aspekt, der Ihnen wichtig erscheint und der bislang nicht angesprochen wurde?
Dürfte ich mich bei Bedarf nach der Online-Umfrage eventuell wieder für Nachfragen bei Ihnen melden?

10.15772/ANDRASSY.2021.001

FRAGEBOGEN FÜR DIE LEITFADEN-INTERVIEWS II

Deutsche Version

EINLEITUNG:

Allgemeines: Forschungsthema, Gründe für die Personenauswahl, Aufnahmegerät, Anonymität

Inwiefern beobachten Sie in Ihrem Alltag Unterschiede zwischen Journalist*innen österreichischer Printmedien und Journalist*innen aus anderen Ländern?

(z.B. Kommunikationsformen, Kommunikationsstil, Struktur und Organisation…)

Wenn Sie die Beziehung zwischen Journalist*innen österreichischer Printmedien und den Beamt*innen der Europäischen Kommission beschreiben – welche Charakteristika fallen Ihnen besonders auf?

(z.B. Kommunikationsformen, Kommunikationsstil, Struktur und Organisation…)

HAUPTTEIL:

Welche allgemeinen Interessen und Motive spielen aus Ihrer Perspektive eine Rolle, um eine Story über die Europäische Kommission zum*r österreichischen Leser*in zu bringen?

a) *Bereich Europäische Kommission*

Norm-orientierte Motive: Welche Motive von Seiten der Europäischen Kommission als Institution identifizieren Sie? Bestimmte Normen, Standards, allgemeine Vorgaben, Erwartungen der Institutionen/Administration bzw. Visionen/Leitlinien? („should or could be“)

*Persönliche Interessen der Akteur*innen: Welche persönlichen Interessen der Akteur*innen der Europäischen Kommission können Sie identifizieren? Z.B. Vorlieben, Haltungen, Einstellungen, bestimmte Identitätsmerkmale („want“)*

*Interessen in Interaktionen mit österreichischen Journalist*innen: z.B. Wo gibt es Gleichklang? Wo gibt es Konflikte und wieso? Welche Konfliktlinien können beobachtet werden? (Redaktion – Journalist*in – Europäische Kommission)*

b) *Bereich Journalismus in Österreich*

Norm-orientierte Motive: Welche Motive von Seiten der Redaktion identifizieren Sie? Bestimmte Normen, Standards, allgemeine Vorgaben, Erwartungen bzw. Visionen/Leitlinien? („should or could be“)

*Persönliche Interessen der Akteur*innen: Welche persönlichen Interessen der Journalist*innen können Sie identifizieren? Z.B. durch Vorlieben, Haltungen, Einstellungen, bestimmte Identitätsmerkmale („want“)*

Interessen in Interaktionen mit Beamt*innen der Europäischen Kommission: *z.B. Wo gibt es Gleichklang? Wo gibt es Konflikte und wieso? Welche Konfliktlinien können beobachtet werden? (Redaktion – Journalist*in – Europäische Kommission)*

Welche Verstärker helfen Ihrer Erfahrung nach besonders, um eine Story über die Europäische Kommission tatsächlich bis zum*r Leser*in zu bringen?

a) *Bereich Europäische Kommission*
b) *Bereich Journalismus in Österreich*

Ereignis: Wo beginnt eine erfolgreiche Story aus Ihrer Sicht am ehesten? (in der Europäischen Kommission/Redaktion oder außerhalb)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

*Informationsquelle: Woher stammen die Informationen, die den Erfolg einer Berichterstattung erhöhen? (aus der Europäischen Kommission/Redaktion oder von außerhalb) Welche Quellen sind am geeignetsten, damit Kommunikationsinhalte zur Europäischen Kommission bis zum*r Leser*in durchkommen?*

Evaluation: Welche Faktoren begünstigen die „newsworthiness" einer Information? (in der Europäischen Kommission/Redaktion)

*Kontext: Welche Ressourcen in der Europäischen Kommission/Redaktion begünstigen die Berichterstattung? (Akteur*innen, Institution/Organisation, soziale Faktoren, allgemeine Situation)*

Welche Hindernisse stehen Ihrer Beobachtung nach besonders im Weg, um eine Story über die Europäische Kommission bis zum*r Leser*in zu bringen?

a) *Bereich Europäische Kommission*
b) *Bereich Journalismus in Österreich*

*Die Situation betreffend: z.B. sozio-politische Situation, Akteur*innen-Konstellation, spezifischer Kontext*

*Die Akteur*innen betreffend: z.B. sozio-kulturelle Herkunft, persönliche Ressourcen, Wissen, Fähigkeiten, politische Einstellung*

*Die Organisationen betreffend: z.B. Kommunikationsmanagement (interne Prozessabläufe, interne Strukturen), Akteur*innen innerhalb der eigenen Institution*

*Soziale Faktoren betreffend: z.B. Macht und öffentliche Legitimität der Institution, Glaubwürdigkeit, Zugang zu Information, Zugang zu Entscheidungsträger*innen und Publikum, Öffentlichkeit*

Zusätzliche Themen-Schwerpunkte:
[Anmerkung: Diese Themenbereiche haben sich im Lauf der Interviews als relevante Bezugspunkte zum Forschungsthema herausgestellt. Fragen dazu wurden bei ausgewählten Befragten eingefügt bzw. durch spontane Detailfragen weiter vertieft.]

Regionalisierung von Kommunikation
Nationalitäten in der Kommunikationsarbeit der Europäischen Kommission
Digitalisierung & Social Media
Medienkonsum
soziale Dynamik & Konflikt

SCHLUSS:

Gibt es noch einen Aspekt, der Ihnen wichtig erscheint und der bislang nicht angesprochen wurde?
Dürfte ich mich bei Bedarf eventuell wieder für Nachfragen bei Ihnen melden?

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Englische Version

INTRODUCTION:

Overview: research topic, criteria of interviewees selection, recording device, anonymity

To what extent do you recognize differences in everyday life between journalists from Austrian print media and journalists from other countries?

(e.g. forms of communication, communication style, structure and organization ...)

When you describe the relationship between journalists from Austrian print media and officials of the European Commission – which characteristics do you particularly notice?

(e.g. forms of communication, communication style, structure and organization ...)

MAIN QUESTIONS:

In your opinion, which general interests and motifs play a role in communicating a story about the European Commission to the Austrian readers?

a) European Commission

Norm-oriented motifs: What motives on the part of the European Commission as an institution do you identify? Certain norms, standards, general requirements, expectations of the institution / administration or visions / guidelines? ("should or could be")

Personal interests of the actors: Which personal interests of the actors of the European Commission can you identify? E.g. Preferences, attitudes, certain identity characteristics ("want")

Interests in interactions with Austrian journalists: e.g. Where is consonance? Where are conflicts and why? Which lines of conflict can be observed? (Editor - Journalist - European Commission)

b) Journalism in Austria

Norm-oriented motifs: Which motives from the editorial staff do you identify? Certain norms, standards, general guidelines, expectations or visions? ("Should or could be")

Personal interests of the actors: Which personal interests of the journalists can you identify? E.g. through preferences, attitudes, certain identity characteristics ("want")

Interests in interactions with officials of the European Commission: e.g. Where is consonance? Where are conflicts and why? Which lines of conflict can be observed? (Editor - Journalist - European Commission)

In your experience, which amplifiers are particularly helpful in actually communicating a story about the European Commission to the readers?

a) European Commission
b) Journalism in Austria

Event: Where does a successful story about the European Commission most likely begin? (in the European Commission / editorial office or outside)

Source of information: Where does the information that increases the success of a story come from? (from the European Commission / editorial office or from outside) Which sources serve as amplifiers for communication to the readers?

Evaluation: Which factors favor the "newsworthiness" of information? (in the European Commission / editorial office)

Context: Which resources in the European Commission / editorial office favor reporting on the European Commission? (Actors, institution / media organization, social factors, general situation)

10.15772/ANDRASSY.2021.001

According to your everyday experiences, which obstacles can you identify that impede communicating a story about the European Commission to the reader?

a) European Commission
b) Journalism in Austria

situation: e.g. Socio-political situation, actor constellation, specific context

actors: e.g. socio-cultural origin, personal resources, knowledge, skills, political attitudes

institution / media organization: e.g. communication management (internal processes, internal structures), actors within the institution / media organization

social factors: e.g. power and public legitimacy of the institution, credibility, access to information, access to decision-makers and the public, the public

Additional topics:
[Note: These subject areas emerged in the course of the interviews and were added to selected respondents or, if necessary, deepened through spontaneous detailed questions.]

Regionalization of communication
Nationalities in the communication work of the European Commission
Digitalization & social media
Media consumption
Social dynamics & conflict

CONCLUSION:

Is there anything else that seems important to you that has not yet been addressed?
May I contact you again if I have any questions?

10.15772/ANDRASSY.2021.001

TRANSKRIPTIONSREGELN FÜR DIE LEITFADEN-INTERVIEWS

Präambel

Titel:	Expert*innen-Interview-Titel
Laufende Nummer:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*
Datum der Aufnahme:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*
Dauer der Aufnahme:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*
Ort:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*
Interviewte Person:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*
Interviewer*innen:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*
Transkribent*in:	*[auszufüllen von den Transkribent*innen]*
Transkriptionsdauer:	*[auszufüllen von den Transkribent*innen]*
Knappe Skizze der Gesprächssituation:	*[auszufüllen von den Interviewer*innen]*

Transkriptionssystem

1. Es wird wörtlich transkribiert, also nicht lautsprachlich oder zusammenfassend. Vorhandene Dialekte werden möglichst wortgenau ins Hochdeutsche übersetzt. Wenn keine eindeutige Übersetzung möglich ist, wird der Dialekt beibehalten, zum Beispiel: Ich gehe heuer auf das Oktoberfest.

2. Wort- und Satzabbrüche werden mit / markiert: „Ich habe mir Sor/ Gedanken gemacht“. Wortdoppelungen werden nicht immer notiert, außer sie sind bewusst gesetzt.

3. Wortverschleifungen werden nicht transkribiert, sondern an das Schriftdeutsch angenähert. Beispielsweise wird aus „Er hatte noch so‘n Buch genannt“ wird zu „Er hatte noch so ein Buch genannt“. Die Satzform wird beibehalten, auch wenn sie syntaktische Fehler beinhaltet, beispielsweise: „bin ich nach Kaufhaus gegangen.“

4. Interpunktion wird zu Gunsten der Lesbarkeit geglättet, das heißt bei kurzem Senken der Stimme oder uneindeutiger Betonung, wird eher ein Punkt als ein Komma gesetzt. Dabei sollen Sinneinheiten beibehalten werden.

5. Verständnissignale und Fülllaute der InterviewerInnen („mhm, ja, aha, ähm“ etc.) werden nicht transkribiert. Auch Fülllaute der*des Befragten werden nicht transkribiert, außer die Fülllaute sind wichtig für den Kontext. Beispielsweise wird notiert, wenn ein/e Befragte/r durch „Ähm“-Laute überlegt und als (überlegt) gekennzeichnet.

6. Eine Antwort, bestehend nur aus „mhm“ ohne jegliche weitere Ausführung, wird als „mhm (bejahend)“, oder „mhm (verneinend)“ erfasst, je nach Interpretation.

7. Besonders betonte Wörter oder Äußerungen werden durch GROSSSCHREIBUNG gekennzeichnet.

8. Jeder Sprecherbeitrag erhält eigene Absätze. Zwischen den Sprechern gibt es eine freie, leere Zeile. Auch kurze Einwürfe werden in einem separaten Absatz transkribiert. Mindestens am Ende eines Absatzes werden Zeitmarken eingefügt. Beispielsweise:

> *B: Ich habe es dort #00:02:05#*
> *I: Wo genau? #00:02:05#*
> *B: gekauft. Im Kaufhaus um die Ecke. …*

9. Emotionale nonverbale Äußerungen der befragten Person und des Interviewers, die die Aussage unterstützen oder verdeutlichen (etwa wie lachen oder seufzen), werden beim Einsatz in Klammern notiert.

10. Unverständliche Wörter werden mit (unv.) gekennzeichnet. Längere unverständliche Passagen sollen möglichst mit der Ursache versehen werden (unv., Handystörgeräusch) oder (unv., Mikrofon rauscht). Vermutet man einen Wortlaut, ist sich aber nicht sicher, wird das Wort bzw. der Satzteil mit einem Fragezeichen in Klammern gesetzt. Zum Beispiel:

10.15772/ANDRASSY.2021.001

(Xylomethanolin?) Generell werden alle unverständlichen Stellen mit einer Zeitmarke versehen, wenn innerhalb von einer Minute keine Zeitmarke gesetzt ist.

11. Sprecherüberlappungen werden mit // gekennzeichnet. Bei Beginn des Einwurfes folgt ein //. Der Text der gleichzeitig gesprochen wird liegt dann innerhalb dieser // und der Einwurf der anderen Person steht in einer separaten Zeile und ist ebenfalls mit // gekennzeichnet. Zum Beispiel:

B: Ich bin arbeitslos geworden //als unsere Firma//
I: //Wann war das?//
B: pleite ging. Vor vier Monaten war das.

12. Die interviewende Person wird durch ein „I:“, die befragte Person durch ein „IP:“ gekennzeichnet. Bei mehreren Interviewpartner*innen (z.B. Gruppendiskussion) wird dem Kürzel „IP“ eine entsprechende Kennnummer zugeordnet (z.B. „IP1:“). Bei mehreren InterviewerInnen „I1“,“ I2“.

13. Parallel ablaufende Handlungen und nichtsprachliche Vorgänge, die das Interview unterstützen, wie beispielsweise tippen auf einer Tastatur (tippen), notieren mit einem Stift (schreiben), drucken (drucken) werden in Klammern beim Einsatz als Bemerkung notiert.

14. Die Datei der Transkription wird entsprechend des Audiodateinamens benannt (ohne Endung wav, mp3). Beispielsweise: Interview_Schmidt.docx

15. Anonymisierung nimmt die Auftraggeberin vor.

Zeicheninventar:

/	Wort- und Satzabbruch
SICHER	Besondere Betonung
I: … // …// B: //…. // …	Sprecherüberlappung, der gleichzeitig gesprochene Text liegt innerhalb der //.
(lachen), (seufzen)	Charakterisierung von nonverbalen Äußerungen, die die Aussagen unterstützen. Steht vor der entsprechenden Stelle.
(tippen), (geht raus), (drucken), (Video)	Charakterisierung von ablaufenden Handlungen und nichtsprachlichen Vorgängen. Steht vor der entsprechenden Stelle.
(unv.) #Zeitmarke# (unv., Handystörgeräusch) #Zeitmarke#	Unverständliche Äußerung, Bei längeren Passagen möglichst mit Ursache
(Marburg?)	Vermuteter Wortlaut

10.15772/ANDRASSY.2021.001

E-MAILS AN BEAMT*INNEN DER EUROPÄISCHEN KOMMISSION IN BRÜSSEL UND BRÜSSEL-KORRESPONDENT*INNEN ÖSTERREICHISCHER MEDIEN

Vertretung der Europäischen Kommission in Wien / Head of Unit (April 2017)

Sehr geehrter Herr Dr. Wojahn,

für meine Promotionsarbeit im Rahmen des internationalen netPOL-Doktorandenkollegs (Betreuer: Univ.Prof. Dr. Peter Filzmaier) an der Andrássy Universität Budapest habe ich folgende Anfrage an Sie.

Ich forsche gerade über den journalistischen Berichterstattungsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission und deren Arbeitsfelder. Für meinen empirischen Teil möchte ich nun bei Ihnen anfragen, ob Sie eventuell bereit wären, ca. 20-40 Minuten für ein exploratives Interview zur Verfügung zu stehen?

Ziel: Erkenntnisse über Motive und Bedingungen hinsichtlich der Berichterstattung zu transnationalen AkteurInnen/Themen (Mein Interesse daran entwickelte sich vor einigen Jahren als Stagiaire in der Europäischen Kommission in Brüssel.)

Die Ergebnisse dieses Interviews mit Ihnen möchte ich im Anschluss für die Konkretisierung eines Online-Fragebogens für österreichische JournalistInnen bzw. für vertiefende Interviews mit Personen der Europäischen Kommission nützen. Wenn Sie wünschen, bleibt das Gespräch anonym.

Für Ihre Bereitschaft an diesem Forschungsprojekt mitzuwirken, wäre ich Ihnen sehr dankbar! Über einen Terminvorschlag von Ihrer Seite würde ich mich freuen. Ich könnte bis 14. April und dann wieder ab 24. April (Ausnahme: 27. April) recht flexibel nach Wien kommen.

Bei Nachfragen bzw. bei Interesse an den Forschungsergebnissen können Sie mich gerne jederzeit kontaktieren.

Mit besten Grüßen aus Graz
Britta Breser

Korrespondent*innen österreichischer Medien in Brüssel (März und April 2017)

Sehr geehrter Herr,
Sehr geehrte Frau,

für meine Promotionsarbeit im Rahmen des internationalen netPOL-Doktorandenkollegs (Betreuer: Univ.Prof. Dr. Peter Filzmaier) an der Andrássy Universität Budapest habe ich folgende Anfrage an Sie:

Ich forsche gerade über den journalistischen Berichterstattungsprozess zu Inhalten der Europäischen Kommission und deren Arbeitsfelder. Für meinen empirischen Teil möchte ich nun bei Ihnen anfragen, ob Sie eventuell bereit wären, mir via Telefon/Skype für ca. 30 Minuten für ein exploratives Interview zur Verfügung zu stehen?

Ziel: Erkenntnisse über Motive und Bedingungen hinsichtlich der Berichterstattung zu transnationalen AkteurInnen/Themen

Die Ergebnisse dieses Interviews mit Ihnen möchte ich im Anschluss für die Konkretisierung eines Online-Fragebogens für österreichische JournalistInnen bzw. für vertiefende Interviews mit Personen der Europäischen Kommission nützen. Wenn Sie wünschen, bleibt das Gespräch anonym.

Für Ihre Bereitschaft an diesem Forschungsprojekt wäre ich Ihnen sehr dankbar!

Ich bin bis inkl. Freitag, 14. April sehr flexibel und fast durchgehend erreichbar (auch am Wochenende) und dann wieder vom 23. bis zum 30. April.

Über ein, zwei mögliche Terminvorschläge für ein Telefon/Skype-Gespräch von Ihrer Seite würde ich mich freuen.

Bei Nachfragen bzw. bei Interesse an den Forschungsergebnissen können Sie mich gerne jederzeit kontaktieren.

Mit besten Grüßen
Britta Breser

10.15772/ANDRASSY.2021.001

Beamt*innen der Europäischen Kommission in Brüssel (August und September 2017)

Deutsche Version

Sehr geehrter Herr,
Sehr geehrte Frau,

im Rahmen des Doktoratskollegs an der Andrássy University in Budapest und des "Netzwerks Politische Kommunikation" (netPOL) verfasse ich gerade eine Dissertation zur transnationalen EU Kommunikation.

Mein Forschungsinteresse zielt auf die Kommunikationsintentionen und -strategien der Europäischen Kommission und der österreichischen Print-JournalistInnen. Um die Forschungsfragen zu beantworten, habe ich mehrere empirische Zugänge gewählt - unter anderem auch Leitfaden-Interviews mit KommunikationsexpertInnen der Europäischen Kommission und österreichischen PrintjournalistInnen.

Nun bin ich auf der Suche nach TeilnehmerInnen für diese Interviews und würde mich sehr freuen, wenn Sie einverstanden wären, einen Interview-Termin mit mir zu vereinbaren (ca. 30-40 min).

Ich werde zwischen 21. September und 8. Oktober für einen Forschungsaufenthalt nach Brüssel kommen. Im Moment bin ich in dieser Zeit noch recht flexibel und wäre über einen Terminvorschlag von Ihnen sehr dankbar!

Anbei finden Sie noch die Bestätigung meines Dissertationsbetreuers Univ.-Prof. Dr. Peter Filzmaier.

Für Rückfragen stehe ich gerne zur Verfügung.

Mit besten Grüßen aus Graz
Britta Breser

Englische Version

Dear Mr,
Dear Ms,

I am currently writing a dissertation in the framework of the PhD School at the Andrássy University in Budapest and the „Network for Political Communication" (netPOL) in the field of transnational EU communications.

My main research interest focuses on the European Commissions' and the Austrian journalists' communication intentions and strategies. To address my research questions, I have selected several empirical approaches—including semi-structured interviews with employees of the European Commission and Austrian print journalists.

I am now seeking participation for my interviews from relevant experts in the European Commission in the field of communication and would be very grateful for arranging an interview time with me (30-40 min).

I will be in Brussels for a research stay from 21st of September until 8th of October and would be very thankful if you could suggest a date when it will be convenient for you to meet.

Please find enclosed my supervisor's certificate.

If you have any questions, please do not hesitate to contact me.

Best regards
Britta Breser

10.15772/ANDRASSY.2021.001