

»Wir versuchen

Mit viel Technik und immer neuen Marketing-Ideen hat der österreichische Verleger Eugen A. Ruß die Vorarlberger Nachrichten zu einem regionalen Imperium ausgebaut.

VON ARNO MILLER

Aus allen Erdteilen pilgern Medienmacher in das österreichische Nest Schwarzach. Dort steht das Vorarlberger Medienhaus mit seinem Leitmedium *Vorarlberger Nachrichten (VN)*. 69,8 Prozent aller Menschen ab 14 in Vorarlberg lesen sie¹. Wirtschaftlich ein traumhafter Erfolg, von dem viele wissen wollen, wie er zustande kommt und was für eine Art Journalismus mit ihm einhergeht.

Auf der Metaebene könnte man flux antworten: Die *VN* haben sich in den vergangenen zwanzig Jahren laufend verändert und das schneller als vergleichbare Blätter. In einigen Bereichen haben sie die Vorreiterrolle übernommen. So wird derzeit das Verhältnis zwischen Print und Internet neu definiert. »In der ersten unabhängigen Ausgabe der *VN* am 16. November 1945 luden die *VN* ihre Leserinnen und Leser zur Mitarbeit ein. Dieser Tradition sind wir treu geblieben«, sagt Herausgeber Eugen A. Ruß zu *Message*, »nur die technischen Mittel haben sich verändert.«

Hermetisch abgeschlossen

Um das Phänomen *VN* zu verstehen, braucht es zunächst einige grundsätzliche Einblicke: Vorarlberg zählt rund 380.000 Einwohner. In diesem überschaubaren Umfeld beträgt die Auflage der *VN* rund 76.000 Stück. Über 90 Prozent gehen an Abonnenten. Der einzige lokale Mitbewerber, die *Neue Vorarlberger Tageszeitung*, gründelt bei etwa 16 Prozent Reichweite (inklusive vieler Doppelleser) und gehört seit 1990 ebenfalls zum Vorarlberger Medienhaus. Es gibt also ein Quasi-Monopol, auch wenn das im Medienhaus nicht gerne gehört wird.

Was anderswo spät angegangen wurde, zieht bei den *VN* seit Jahrzehnten als Verkaufsargument: Die Zeitung wird durch ein eigenes Austrägernetz bis spätestens 6.30 Uhr zugestellt. Daran sind die Vorarlberger natürlich gewöhnt und das bildet einen Schutzschild gegen Konkurrenz von außen. Letzter wichtiger Punkt – die geografische Lage: Drei Seiten Vorarlbergs sind Staatsgrenzen (Deutschland, Schweiz) und die Flanke zum österreichischen Kernland ist durch den Arlberg nicht nur eine mentale Grenze, sondern auch ein logistisches Hindernis. Das Bundesland ist, was die Versorgung mit einer lokalen Tageszeitung angeht, praktisch hermetisch abgeschlossen.

Unter solchen Bedingungen lässt sich trefflich experimentieren. Und darin ist Eigentümer Eugen A. Ruß Meister: Was ihm irgendwo auffällt, sollte am besten noch gestern zu Hause umgesetzt werden. »Ich kopiere nur!«, spielt er seine Guru-Rolle herunter. Seinen Ruf begründete er 1989, als er als Erster in Europa das Gliederungskonzept von *USA Today* übernahm und vom Designer Rolf Rehe auf die Bedürfnisse einer Lokalzeitung zuschneiden ließ. Fortan war die Zeitungswelt nicht mehr bunt, sondern durchgängig farbig (seit einigen Jahren »stirbt« man sogar in den Todesanzeigen in CMYK).

Perfektionierte Häppchen

Fortan mussten sich aber auch die Inhalte immer stärker der Form anpassen. Den Häppchen-Journalismus haben die *VN* perfektioniert. Ruß: »Kurze Beiträge möchte ich nicht mit Oberflächlichkeit gleichstellen.« Es gehe um Gliederung und »bessere Übersicht«. Die Leser sind Teil des Konzepts: Mindestens einmal findet sich

n fair zu sein«

Volkes Stimme als Umfrageelement pro Ausgabe. Der Multiplikatoreffekt des Leute-Erkennens ist nicht zu unterschätzen, schafft Leserbindung und unterstreicht die Bodenständigkeit. Auch jede Neueinführung in den VN muss von Promis in Wort und Bild für gut geheißten werden – darin sind die VN ebenfalls konsistent.

Nachdem das Internet – in Vorarlberg durch die Medienhaus-Tochter »Vorarlberg online« (VOL) mit 70 Prozent User-Reichweite – zum Massenmedium herangewachsen ist, stehen mögliche Synergien immer schneller auf der Tagesordnung. Die vier Fotografen – für sämtliche Medien im Medienhaus »gepoolt« – sollen ab sofort nebenbei auch Videos an Ort und Stelle drehen. Die sind im Netz abrufbar, die Querverweise gibt's in den Zeitungen und im eigenen Privatrado Antenne Vorarlberg. Weniger aufwändig und für die Mannschaft weniger zeitraubend ist der Download-Service, der seit einiger Zeit forciert wird: Unterlagen zu Pressekonferenzen, Studien, Statistiken, Protokolle aus der Gemeindestube etc., um die es im Artikel geht, werden vom Redakteur per Mausclick ergänzend ins Internet gestellt.

Hierbei handle es sich um »ein noch sehr unterschätztes Thema«, ist Chefredakteur Christian Ortner sicher. Aktuell 40.000 Downloads pro Monat sorgen nicht nur für »vertiefte Information als Zusatznutzen«, sondern auch für Transparenz – der Leser habe quasi auch eine Kontrollmöglichkeit, was die Zeitung aus den Rechercheunterlagen macht. Ortner sieht eine gewandelte Aufgabe seines Mediums: »Die Zeitung scannt das Internet und bringt alles Wichtige, was in 20 Minuten gelesen werden kann.«

Mit Bonanza auf Leserjagd?

Es gibt keine Einbahnstraße im Medienhaus. VN-Artikel werden schon seit Jahren per E-Mail an die Internetkollegen geschickt (»Wir sind die kleine Nachrichtenagentur für

VOL«) – exklusive VN-Geschichten stehen ab dem Vorabend fürs Netz zur Verfügung. In 15 so genannten »Bürgerforen« im Internet diskutieren Bürger über die Belange in ihrer Gemeinde, und daraus ziehen die betreuenden VN-Redakteure wieder neue Geschichten fürs Blatt. Banale oder zu lokale Geschichtchen landen in der VN-Beilage »Heimat«².

Erfolgreich inszenierte Internetforen

Derzeit sind rund 2.000 Leute für die Foren registriert – »alles freie Mitarbeiter zum Nulltarif!«, freut sich Ortner, »und weil es nicht anonym, stellen diese Leute auch keinen Blödsinn hinein.« Die Entwicklung zeige nach oben, der Weg sei beschwerlich gewesen. Zwei Jahre lang dümpelten die Bürgerforen vor sich hin, ergo »haben wir daher Leute akquiriert, doch in den Foren mitzumachen.« Behörden oder Verwaltungen reagieren oft über Nacht auf derlei Diskussionen

– solche Erfolgsmeldungen stehen dann natürlich im Blatt.



»Die Medien ändern sich, passen sich den knappen Zeit-Bedürfnissen der Rezipienten an«, verweist Ruß auf die Veränderungen, die Radio und Fernsehen schon durchgemacht haben: »Nur im Printbereich herrschen oftmals Monopole und der Anpassungsdruck scheint gering. Das wäre ja gerade so, als ob RTL

mit Bonanza bei jungen Menschen punkten möchte. Manche Zeitungen wundern sich dann über sinkende Auflagen und wenig Zuspruch bei den Menschen«. Ortner wird im Vergleich zu deutschen Zeitungen noch deutlicher: »Bei Crossmedia passiert bei uns schon viel mehr. Ich glaube, die deutschen Kollegen trauen sich auch viel weniger: Da hat man schon Angst, eine Frau im Bikini zu zeigen.«

Die VN kommen mit einem vergleichsweise geringen Stab aus: 30 angestellte Redakteure, »wovon 29 schreiben und einer nicht«. Der eine sei er, merkt Ortner an. Schon bei der Ausbildung

achtet das Medienhaus auf crossmediale Ausbildung. Jeder Trainee durchläuft für ein Jahr á drei Monate die Redaktionen der *Vorarlberger Nachrichten*, *Neuen Vorarlberger Tageszeitung*, von Antenne Vorarlberg und von Vorarlberg online. Als Redakteure müssen sie später Beiträge für das ganze Haus erstellen können.

Mit Ortners Installierung wurden die Rekrutierungsregeln der Branche umgestoßen: Zwar hat er eine Vergangenheit als freier Mitarbeiter, doch der promovierte Jurist kam über sein Marketingtalent als Geschäftsführer eines Fußballklubs und als Assistent der Geschäftsleitung im Medienhaus zu seiner Funktion. Ortner heute nach dreieinhalb Jahren CR-Dasein: »Das Modell hat sich bewährt, dass ich mich auf die Blattmacherfunktion und das Crossmedia konzentrieren kann.«

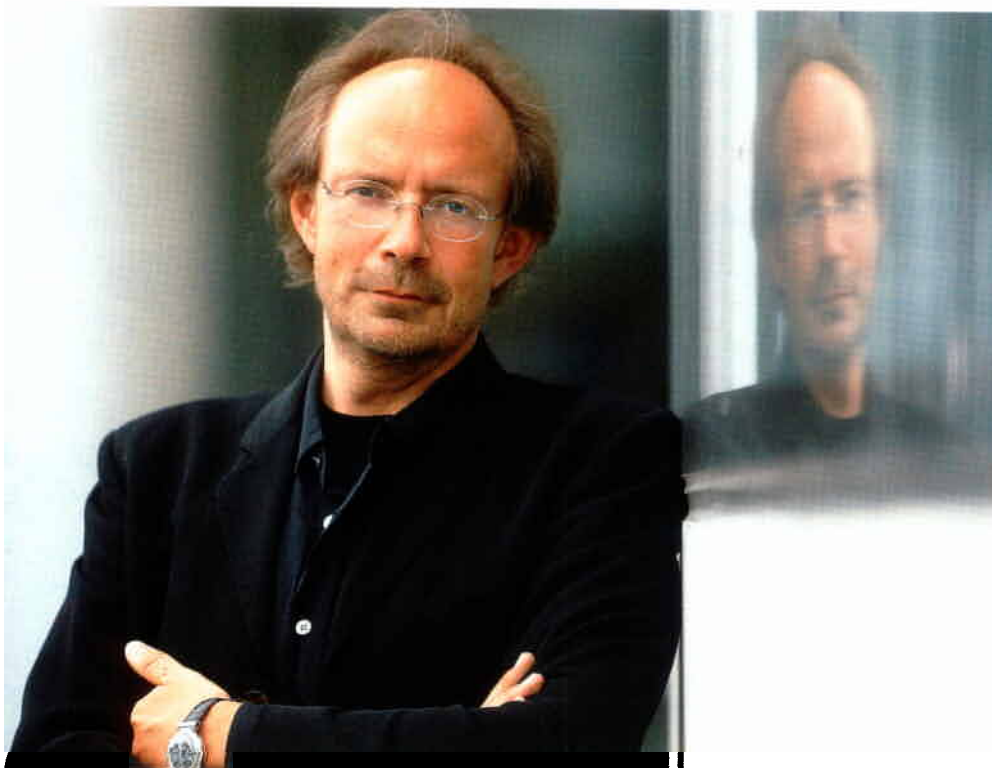
Größere Freiräume für Redakteure

Neben der 11-Uhr-Ressortleiter-Besprechung gibt es im Hause noch die 13-Uhr-Konferenz – crossmedial mit allen Redakteuren. Auf einen Newsroom verzichtet der neue Chef allerdings. Die Arbeit

ist durch die klassischen Ressorts strukturiert. Ortner schaffte allerdings sofort nach seinem Antritt die 9.30-Uhr-Konferenz ab: »Ich brauche keine Anwesenheitskontrolle!« Der umtriebige neue Chef sorgte für mehr Freiräume seiner Redakteure, die nun an Ort und Stelle auftauchen, um zu recherchieren und auch Wald- und Wiesenthemen durchgängig zu personalisieren. Als Lokalchef und Triebfeder holte er dazu Dietmar Gasser, der als selbstständiger Reporter RTL Geschichten zulieferte. Gasser trieb die vormaligen Stubenhocker hinaus zu den Leuten. »Es gibt Tage, da sind nur zwei Leute in der

Die neue Struktur...
 Studenten...
 An...
 Journalisten...

Eugen A. Rus,
 Herausgeber der
 Vorarlberger Nachrichten



Redaktion«, sagt Ortner: »Wir haben auch die Arbeitsmittel zur Verfügung, dass sie überall im Land arbeiten können.« Der Laptop ist Standard. Als einer der beiden CR-Stellvertreter sorgt Gasser fürs angestiegene boulevardeske Element.

Der andere Vize kommt aus dem eigenen Stall und ist sozusagen Garant der »traditionellen« VN: Marianne Mathis ist der landespolitische Kopf der Zeitung. Als passionierte Jägerin reichen ihre Beziehungen bis in exklusive Männerzirkel hinein. Mathis hat in ihren 31 VN-Jahren ein dichtes Informanten-Netzwerk gesponnen. Damit machte sie heuer Vizekanzler Hubert Gorbach zum Auslaufmodell. Mathis fand heraus, dass er für 2006 seinen Abgang aus der Politik vorbereitet und als Tourismusmanager in die Vorarlberger Heimat zurückkehren will. Dass Gorbach just auch für die staatliche Schiffsflotte auf dem Bodensee zuständig ist und sein zukünftiger Brötchengeber

die Schiffe kaufen wollte, sorgte für Prolongierung der Story. Und selbstredend hatte Mathis im November auch die Details, wie der Deal mit Hilfe des Landes Vorarlberg abgewickelt werden sollte. Im Bregenzer Landhaus war man »not amused«.

Um die VN kommt keiner herum

»Wir hätten die Geschichte nicht gebracht«, bekräftigt Christian Ortner, »wenn wir sie nicht auch auf der anderen Reichshälfte hätten absichern können.« Frei übersetzt heißt das: Als stärkstes Medium profitieren die VN von Zuträgern aus dem Dunstkreis der Regierenden und Spurensuchern der Opposition gleichermaßen. Wer in Vorarlberg etwas zu verkünden hat oder etwas anzetteln will, kommt um die VN nicht herum. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk spielt in Vorarlberg nur die zweite Geige. »Wir müssen im Gespräch bleiben«, lautet Ortners Devise. »unsere Zeitung ist dann

EUGEN A. RUß – GURU UND GNADENLOSER VORDENKER

Ein Omen? Eugen A. Ruß kam am Feiertag der Heiligen Drei Könige zur Welt – mit dem biblischen Trio teilt er deren Neugier, die ihn in die Ferne zieht und das aus den dort gewonnenen Erfahrungen und Einsichten resultierende Sendungsbewusstsein. Er ist der »Guru« der Verlegergeneration II der Nachkriegszeit in Österreich – und nicht nur dort. Quer durch die deutschsprachigen Lande wird er gerne als Referent geholt, weil er Erfolg hat und ihn auch darzustellen vermag.

Seine Botschaften sind einfach: »Wir bekennen uns zu unserer Funktion der Landeszeitung und bilden eine interaktive Plattform für die Leserinnen und Leser. Ohne nationale Allüren liefern wir das Wichtigste aus der Welt und Österreich und legen den größten Wert auf die lokale Berichterstattung«, erklärt er sein Leitmedium *Vorarlberger Nachrichten*. Und das sei auch schon der grundsätzliche Unterschied zu (den meisten) anderen Regionalzeitungen. Punkt.

Ganz so simpel ist es natürlich nicht. Was auf der Basis der eingesessenen VN

samt Druckerei das Phänomen Eugen A. Ruß ausmacht, ist der bedingungslose Trieb zur ständigen Veränderung. Ausgerechnet er, der geografisch gesehen am weitesten vom ehemaligen Ostblock entfernt war, hat als einer der Ersten nach dessen Zusammenbruch dort investiert. Nach Rumänien werden neuerdings die Fotos für sämtliche Printprodukte übers Internet geschickt, dort bearbeitet und wieder übers Netz druckreif zur Verfügung gestellt. Das geht genauso schnell, und Zoran, Mihail & Co. in Temesvar arbeiten im Vergleich zu Vorarlberg für ein Butterbrot. Das ist die zweite Erfolgskomponente: Ruß hat stets als Erster auf neue Techniken gesetzt und gilt als »Vordenker«. Was der amerikaphile Verleger irgendwo auf dem Erdball sieht und für adaptierbar hält, wird flugs im eigenen Haus umgesetzt. Ganz gleich, ob es sich nun um Zeitungsinhalte handelt oder um Aktionen oder Technologien fürs Internet.

Beim vorgelebten Tempo sind viele nicht mitgekommen oder auf der Strecke geblieben. Die Fluktuation im Vorarlberger Medienhaus

hat zeitweise beängstigende Ausmaße angenommen. Die kurzen Intervalle zwischen den Eigeninseraten zur Suche nach dem nächsten Assistenten der Geschäftsführung oder nächsten Anzeigenmanager haben viele Außenstehende in der Heimat schon als peinlich betrachtet.

Den Anhänger von Jack Welch – Führungskräfte bekamen dessen neueste Management-Theorien vor zwei Jahren als Weihnachtsgeschenk – ficht das wenig an. Denn der Erfolg gibt dem 44-Jährigen Recht. Der besteht aus einem aktiven Netzwerk an allen möglichen Formen moderner Massenmedien mit Ausnahme des Fernsehens. Sein persönliches Netzwerk hat Ruß im Frühjahr weiter gefestigt. Nachdem Springer beim ähnlich regional verankerten Verlag der *Tiroler Tageszeitung* ausgestiegen ist, hat Ruß zwar nicht die feilgebotenen 50 Prozent übernommen. Das tat sein Südtiroler Pendant Toni Ebner (*Dolomiten/Athesia*). Aber als neues Mitglied des Aufsichtsrates sitzt er dennoch an einer wichtigen Informationsquelle und Schaltstelle alpenländischer Medienpolitik. *Arno Miller*

erfolgreich, wenn wir den Reflex erzeugen, dass man am Stammtisch fragt: Hast du schon gelesen, was in den VN steht?»

Internationale Politik interessiert die VN dabei nicht – eine Meldungsseite genügt. Nationaler Fokus hingegen schon. Ortner-Vorgänger Kurt Horwitz, als »Chefredakteur Wien« in die Bundeshauptstadt transferiert, ist als »Innenpolitiker« und »Wirtschaftler« weiterhin ein wichtiges Standbein der Bundeslandzeitung. Von Wien aus füllt er mit Leib und Seele die Rolle des Underdogs aus, der dem bösen zentralistischen Krokodil ständig mit dem Knüppel auf den Kopf haut. Das kommt 600 Kilometer weiter westlich in der Provinz immer gut an. Im Kulturkampf West- gegen Ost-Österreich haben die VN eine Tradition zu verteidigen. »Ablehnung eines innerstaatlichen Zentralismus zum Schaden der Bundesländer« bis zu seinem Tod 1962 wird als »program-

matische Zeitungspolitik« von Gründersohn, Herausgeber und Chefredakteur Dr. Toni Ruß zitiert (Sonderbeilage »60 Jahre für Vorarlberg«, 16. November 2005). Und sein Nachfolger als CR Franz Ortner³ setzte das Werk nicht minder leidenschaftlich fort (1969 bis 1988).

Weit verzweigtes Beteiligungsnetz

Der wirtschaftliche Erfolg hängt gerade auch mit dem ausgeprägten Selbstbewusstsein und einem vor allem in der Vergangenheit unverhohlenen Machtanspruch der Zeitung zusammen, dem weite Teile der Bevölkerung skeptisch, manche sogar ängstlich gegenüberstehen. Diese Macht fusst auch auf einer quasi Monopolstellung: Zum Haus gehören die zwei Tageszeitungen in Vorarlberg, die VN und die *Neue Vorarlberger Tageszeitung*, die Gratiswochenzeitung *Wann & Wo* und das 4C-Magazin *Week*, das 14-täglich an jeden Haushalt geht. Außerdem ist Ruß am Konsumentenblatt *Mein Einkauf* beteiligt, das alle 14 Tage jeder Haushalt bekommt, und er hält 50,29 Prozent an der neuen Monatsillustrierten *Echo*. Seit diesem Sommer ist eine 41,67-Prozent-Beteiligung an den lokalen Gratis-Wochenzeitungen *Bregenzer Blättle*, *Feldkircher Anzeiger* und *Walgaublatt* hinzugekommen. Zwischen allen Produkten und zudem noch crossmedial mit Internet-Auftritten und der Radiostation können Kunden aus Combi-Werbe-Modellen zuhauf wählen. Außerhalb von Vorarlberg agiert Ruß noch in Deutschland, wo er 100 Prozent des Quoka-Verlags besitzt (Anzeigenblätter). Ins Tageszeitungs- und Druckereigeschäft ist er in Ungarn und Rumänien eingestiegen. Zudem gehört zum Ruß-Imperium auch Vienna Online. Im Fernsehengeschäft tummelt sich Ruß bislang noch nicht.

Christin Ortner:
Chefredakteur der
Vorarlberger Nachrichten.
Daneben das Vorarlberger
Medienhaus.



Diese Monopolstellung hat natürlich auch Auswirkungen auf den Journalismus. Viele Jahre lang lautete der Untertitel der *VN* »Die Zeitung mit Linie«. Bundeskanzler, Minister und Parteivorsitzende jeder Couleur hatten und haben der *VN* ihre Äufwartung zu machen, wollen sie im äußersten Zipfel Österreichs punkten.

Zwei Begebenheiten der Geschichte wirken als Angelpunkt eines nicht immer gleichgewichtigen Kräftespiels von Politik und Medium bis heute nach: Die von Franz Ortner mitinitiierte Sezessionsbewegung »Pro Vorarlberg« Ende der 70er, die der damalige schwarze Landeshauptmann Herbert Keßer – nie ein Freund der *VN* – nur durch eine 10-Punkte-Föderalismus-Volksabstimmung unter Kontrolle bringen konnte; und dann natürlich der Volksaufstand von Fußach. In der dortigen Werft der Bundesbahnen sollte 1964 ein neues Bodenseeschiff auf den Namen eines Bundespräsidenten getauft werden. Unter Anleitung der *VN* pilgerten tausende Vorarlberger in das Fischerdorf, um Verkehrsminister und andere zentralistische Honoratioren davonzuja-gen. Das stolze Bodenseeschiff bekam schließlich den Namen »Vorarlberg«. Das Fanal von Fußach wurde nicht nur für die Zeitung, sondern für den Großteil der – heute älteren – Vorarlberger identi-tätsstiftend.

Grenzen des Kampagnen-Journalismus

Beide Vorkommnisse waren auch Vorbilder für Kampagnenjournalismus. In den Jahren danach spielten die *VN* noch zu verschiedenen Themen ihre Macht aus. Bis auch die Zeitung in einer aufgebrauchten Demonstrantenmenge, die sich solidarisch hinter einen von den *VN* verfolgten Bürgermeister stellte, ihren Meister fand. Das sei jetzt 13 Jahre her, wirke aber immer noch nach, erklärt Christian Ortner. Mit den heutigen *VN* habe das rein gar nichts mehr zu tun: »Wir versuchen fair zu sein. Es ist nicht wichtig, was für die *VN* wichtig ist, sondern für den Leser und Bürger. Ich will keine Politik machen.«

Dennoch: Die latente Angst, »Opfer« der *Vorarlberger Nachrichten* zu werden, ist unter Vorarlbergs Politikern und Wirtschaftstreibenden erschreckend gut ausgeprägt. Der voraus-eilende Gehorsam sorgt automatisch für Exklusivmeldungen.

Die *VN* machten es ihren Lesern nicht immer leicht, die vielen Verwandlungen nachzuvoll-ziehen. Einige vollzogen sich sprunghaft. Andere Blätter mit weniger »standing« in der Bevölkerung wären an immer kürzer werden-den Metamorphosen-Intervallen vielleicht sogar zugrunde gegangen. Ortner: »Die kritische Frage, wo man eigentlich einen Rest an Zeitung findet, gibt es nicht mehr ... Mit den Abovorteilsaktionen haben wir es sicher ein bisschen übertrieben.« So umschreibt der 34-Jährige die Phase von 2002 bis 2004, wo weniger nachrichtliche Inhalte als vielmehr alle möglichen Marketingaktionen das redaktionelle Gesicht der *VN* prägten. Ortner war vor dreieinhalb Jahren als Chefredakteur mit der Ansage angetreten: Die Zeitung selbst dürfe nichts kosten, der Abopreis müsse durch Vergünstigungen abgedeckt sein.

Die Macht des Monopolisten

Das zugkräftigste Motto der fragwürdigen Gesinnung dieser Zeit lautete: Jeder *VN*-Abonnent spart beim Strom 1.000 Schilling (72 Euro). Die *VN* stellten den landeseigenen Stromversorger VKW vor die Wahl, Partner dieser Aktion zu werden – sonst werde man mit einem der neuen Stromanbieter gemeinsame Sache machen. Indirekt musste damit das Land Vorarlberg das Marketing einer unabhängigen Tageszeitung mit mehreren Millionen Euro sponsern.

Öffentliche Aufregung darüber gab es nicht. Mangels Konkurrenz nicht und wohl auch des-halb, weil es sich niemand mit rund zwei Dritteln *VN*-lesender Bevölkerung verschmerzen wollte. Selbst bekannte *VN*-Kritiker streiften den pekuniären Bonus ein. So verwundert auch die kritiklose Inthronisierung von Gottfried Feurstein als neuem *VN*-Ombudsmann 2003 nicht. Der hat sich der Sorgen und Probleme der kleinen Leute gegen alle Großkopferten und willkürlichen Behörden anzu-nehmen.

Anderswo hätten alle demokratiepolitischen Alarmglocken geschrillt: Feurstein war zu diesem Zeitpunkt noch Nationalrat und Sozialsprecher der Kanzlerpartei ÖVP, aber vor allem noch einige Zeit (mit dem Titel eines Hofrats) aktiver Abteilungsleiter der Vorarlberger Landesregierung. Landeshauptmann Herbert Sausgruber, vom Autor dieser Zeilen auf drohende Unvereinbarkeiten

angesprochen, verstand »die Frage nicht« oder wollte sie nicht verstehen. Mit der Pensionierung Feursteins aus dem Landesdienst ist das Problem mittlerweile ad acta gelegt.

Dass Eugen A. Ruß als »heimlicher Landeshauptmann« gilt, »höre ich mittlerweile selten«, erklärt der Herausgeber, »und interessanterweise immer wieder von denselben Leuten«. Egal, wichtig wären nur die »Fakten, und die sprechen für das pluralistische Medienhaus«. Um einschlägiger Legendenbildung entgegenzutreten, unterhält Ruß im eigenen Land wenige Freundschaften. Sein Chefredakteur tut es ihm gleich.

Vom Redakteur zum Moderator

Da passt ins Bild, dass auch die Rolle der VN Bezirksredakteure sukzessive zurechtgestutzt wird. Durch ihre langjährige lokale Tätigkeit sind sie unweigerlich zu kleinen Kaisern herangewachsen. »Ich halte das für nicht gesund«, sagt Ortner. Und so stecken die Bezirksredakteure heute auch in der Wandlung zu Moderatoren, die sich – auch – um die »Bürgerforen« kümmern oder die vielen öffentlichen »VN-Stammtische« leiten.

Bei so viel direkter Bürgerbeteiligung an VN-Inhalten stellt sich die Frage, ob nicht die Rolle der Tageszeitung als Orientierungshilfe auf der Strecke bleibt. Die stellte man sich auch selbst: »Vor ein paar Monaten haben wir darüber diskutiert, dass wir zu wenig Meinung von unseren Leuten im Blatt haben«, schildert Ortner, »deshalb haben wir die Anzahl der Kommentare deutlich erhöht.« Auch die Größe eines Themas sei »natürlich ein Statement«: Seit Jahren werden Topthemen zwischen einer und mehreren Seiten aufbereitet (zum Beispiel der anstehende Schiffs-Verkauf). Unter Ortner/Gasser hat sich die Optik stark verändert: Das Layout ist offener und die Bildsprache plakativer geworden. Für derartige Anlässe und Ereignisse »spielen wir auch die Leute frei«, sagt Ortner. Seit kurzem gibt es auch einen eigenen Chefreporter.

Zurück zur Recherchepraxis der VN. Im Lokalen haben die VN dazugelernt, schon bei der Bestandsaufnahme beide Seiten zu fragen. Pro und Contra stehen heute durchaus ausgewogener im Blatt, als es viele Journalistenkollegen außerhalb des Medienhauses wahrnehmen wollen. Defizite sind jedoch bei Jubelmeldungen feststellbar, mit

denen die Wirtschaft die VN versorgt. Hier können die Zeitungsmacher ihre eher neoliberale Grundhaltung nicht leugnen.

Insgesamt betrachtet haben sich die VN einem Professionalisierungsschub verschrieben. Heute, berichtet der für die innerbetriebliche Ausbildung zuständige Thomas Matt, »gibt es für Redakteure nach Absprache mit der Chefredaktion jede Möglichkeit zur Weiterbildung«, früher sei das »kein Thema« gewesen. Das hänge aber auch mit der Verjüngung der Mannschaft zusammen. Matt schult im Herbst jeden Mittwoch für zwei Stunden die acht Trainees, die für ein Jahr vier Redaktionen im Medienhaus durchlaufen, in grundlegenden Bereichen von journalistischen Darstellungsformen über Ehrenkodex bis zu technischen Grundlagen. Außerdem wurde im Frühling ein Rekrutierungsprogramm für freie Mitarbeiter gestartet: 180 Bewerber hatten sich gemeldet, 76 von ihnen übten an vier Abenden »quasi unter Kuratel zehn Schritte zum fertigen Artikel«.

Zeitung als »ultimativer Browser«

Wie sieht Eugen A. Ruß die Tageszeitung und speziell seine VN am Ende des Jahrzehnts? »Stark, mit ebenfalls 70 Prozent Reichweite in allen Altersgruppen. Andere Medien wie TV hingegen drohen immer mehr zu fragmentieren und zu Simultanmedien zu verkommen.« Er sieht im Zeitungsgeschäft den Paradigmenwechsels von einem Medium, das den vertiefenden Hintergrund zu liefern habe, zum Instrument, das primär den zunehmenden Informationsfluss verdichtet: »Die Zeitung ist der ultimative Browser. Kein anderes Medium verschafft dem Nutzer in 20 Minuten mit tausenden von Informationselementen nur annähernd diesen Informationsvorsprung. Zum Vergleich: Eine TV-Nachrichtensendung bindet mich zu Hause eine halbe Stunde vor das TV-Gerät und bringt mir die Information einer Zeitungsseite.«

1) Österreichische Media-Analyse 2004

2) »VN-Heimat«: Vier Donnerstag-Beilagen im Kleinformat für die vier politischen Bezirke Vorarlbergs. Hier findet die eigentliche Kommunalberichterstattung und das Vereinswesen statt. Vereine können ihre Berichte der Jahreshauptversammlungen u.Ä. per E-Mail samt Foto einsenden und werden praktisch 1:1 auf dafür gelb unterlegten Seiten abgedruckt. In der »Heimat« stehen auch die Taufbilder der Neugeborenen und Fotos von Hochzeiten.

Arno Miller ist freier Journalist in Bregenz/Vorarlberg. Er arbeitete unter anderem in leitenden Positionen bei der Tageszeitung Kurier und der Neuen Vorarlberger Tageszeitung.

