

**Political Leadership, Professionalität und Qualität in der Politik in Österreich aus journalistischer Sicht. Eine Studie der OEGPW-Sektion Political Leadership.**

**Abstract:** Das Paper präsentiert die Ergebnisse der ersten, der explorativen Phase einer Studie zu Political Leadership aus Sicht österreichischer JournalistInnen, basierend auf qualitativen Interviews mit Personen, die aufgrund ihrer beruflichen Position besonderen Einblick in Political Leadership haben, den Blick auf Political Leadership aber auch maßgeblich mitprägen und ihrerseits selbst eine Führungsposition innehaben. Der Schwerpunkt der Interviews liegt einerseits darauf das Verständnis von Political Leadership in Abgrenzung zu den Begriffen Professionalität und Qualität in der Politik zu erheben, andererseits aber auch die aktuelle Sicht auf den Status Quo zu Political Leadership in Österreich inklusive positivem Veränderungspotenzial zu erfragen. Wichtig dabei: der Fokus auf die eigene, die journalistische Rolle, die Rolle der Medien im Zusammenhang mit Political Leadership.

**Keywords:** Political Leadership, Qualität und Professionalität in der Politik, JournalistInnen, Österreich

**Title:** Political Leadership, Professional Attitude and Quality in Politics in Austria in the View of Journalists. A Study by the OEGPW-Branch Political Leadership.

**Abstract:** This paper gives the results of the first, explorative stage of a study about political Leadership in the view of Austrian journalists, based on guided in-depth interviews with journalists who themselves hold leadership-positions in their professional fields and who gain special insight into the political process and into political leadership but also shape the view of political leadership because of their profession. The study looks into the journalists' understanding of political leadership as compared with professionalism or quality in politics. It also asks for their opinion on the status quo of political leadership in Austria and ways of potential improvement, always focusing on the journalists' role and the media's role concerning political leadership.

**Keywords:** political leadership, quality and professionalism in politics, journalists, Austria

**Zitat:**

*„Journalisten sind ähnlich wie Politiker (...) Sie haben dieselben Fehler, dieselben Allzumenschlichkeiten, aber sie sind nicht grundsätzlich was anderes. Ich zähle die politischen Journalisten (...) und die Politiker zusammen und nenne das die politische Klasse, (...) es ist ein und dieselbe Klasse und sie ist gekennzeichnet nicht nur durch Zielsetzung sondern auch durch charakterliche Eigenschaften insbesondere durch Geltungsbedürfnis und Eitelkeit.“*  
(Helmut Schmidt, Menschen bei Maischberger, 12. 12. 2010)

Das vorliegende Papier präsentiert die Ergebnisse des ersten Teils einer von der Sektion Political Leadership der Österreichischen Gesellschaft für Politikwissenschaft durchgeführten Studie zu Political Leadership, Professionalität und Qualität in der Politik in Österreich aus journalistischer Sicht. Im Mittelpunkt dieser stehen JournalistInnen und ihre besondere Rolle im Zusammenhang mit politischer Führung. Ein Thema das angesichts niedriger Vertrauens- und Imagewerte von PolitikerInnen einerseits und JournalistInnen andererseits, wie die aktuellen Zahlen des European Trusted Brands Survey vom März 2012 wieder belegen, die sowohl PolitikerInnen (Nr.1) als auch Journalistinnen (Nr.6) Europaweit und Österreichweit zu den 10 am wenigsten vertrauenswürdigen Berufen zählen (Trusted Brands 2012), von besonderer Aktualität ist und in dieser Form so in Österreich erstmals durchgeführt wird.

Der Artikel gibt in einem ersten Punkt einen Einblick in Forschungsmotivation, gewählte Methode und Forschungsfragen, Punkt 2 und 3 befassen sich kurz mit der Bedeutung von Medien für Political Leadership, sowie dem österreichischen Medienmarkt. Im 4. und 5. Punkt werden schließlich die konkreten Ergebnisse der qualitativen Interviews präsentiert und interpretiert.

## **1. Anmerkungen zu Forschungsmotivation, Forschungsmethode und Forschungsfragen**

### **Methode**

Die gesamte Studie ist in drei methodisch unterschiedliche, aber aufeinander aufbauende Phasen gegliedert. Sie umfasst in ihrer ersten Phase qualitative Interviews mit zehn ChefredakteurInnen/VerlegerInnen, also Personen, die selbst in ihrer beruflichen Tätigkeit Führungspositionen einnehmen. Die Leitfäden (siehe Anhang) für diese qualitativen Interviews wurden von den Mitgliedern der Sektion Political Leadership gemeinsam erarbeitet. Diese Interviews wurden im Sommer 2011 von zwei Mitgliedern der Sektion durchgeführt, deren verschriftlichte Aufnahmeprotokolle im Herbst 2011 inhaltlich ausgewertet und die Ergebnisse in der Gruppe diskutiert. Die gewonnenen Erkenntnisse, die in diesem Papier präsentiert werden, sind auch Basis für die im Rahmen der zweiten Phase geplanten Fokusgruppen mit österreichischen PolitikjournalistInnen. Die ersten zwei dieser Fokusgruppen fanden bereits im Oktober 2012 in Wien statt, zwei weitere sind noch geplant. Die aus der Analyse der qualitativen Interviews und der Fokusgruppen gewonnenen Erkenntnisse sollen schließlich im Frühjahr 2013 einer quantitativen Überprüfung im Rahmen einer Online-Befragung unter österreichischen JournalistInnen unterzogen werden. Die gesamte Studie basiert damit auf einer Kombination von qualitativen und quantitativen Erhebungsmethoden.

### **Forschungsmotivation:**

JournalistInnen hinterfragen in Artikeln und Kommentaren die Qualität von Political Leadership oder äußern sich dazu in öffentlichen Diskussionen, Medien präsentieren regelmäßig Meinungsumfragen zu Political Leadership. Auffällig dabei ist eine Vermischung einzelner Begriffe, beispielsweise durch Gleichsetzung von Political Leadership mit der Forderung nach mehr Professionalität und Qualität. Dieser mangelnden begrifflichen Ausdifferenzierung steht eine scheinbar überraschend klare Identifizierung der Adressaten, also der PolitikerInnen gegenüber. Die Rolle der Medien und der dort Beschäftigten (JournalistInnen, HerausgeberInnen und VerlegerInnen) selbst, wird in diesem Zusammenhang, obwohl in der wissenschaftlichen Political Leadership Forschung evident, noch wenig reflektiert. Moderne Massenmedien gehören daher zu den beachteten Rahmenbedingungen für Political Leadership, JournalistInnen als professionelle Beobachter, Berichterstatter und Kommentatoren zu den wichtigen Akteuren im Zusammenhang mit Political Leadership, sie sind Teil des relevanten Kontexts.

Entsprechend den der Studie zugrundeliegenden Hypothesen, dass JournalistInnen besonderen Einblick in Politik und besonderen Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung von Politik haben, und dass die Begriffe Leadership, Qualität und Professionalität als Beurteilungskriterien für Politik undifferenziert verwendet werden, werden in drei aufeinander aufbauenden Forschungsstufen zuerst mittels qualitativer Einzelinterviews, gefolgt von moderierten Fokusrunden und einer abschließenden quantitativen Befragung Wissen und Meinungen österreichischer PolitikjournalistInnen zu Political Leadership in Österreich erhoben. Besonderer Wert liegt dabei auf einer begrifflichen Ausdifferenzierung zwischen Political Leadership einerseits, Qualität und Professionalität in der Politik andererseits wie in der Erfassung von Verbesserungspotentialen und den jeweiligen Verantwortlichen.

### **Forschungsfragen:**

Was versteht man aus journalistischer Sicht unter Political Leadership?

Wie sehen JournalistInnen ihre Rolle in Bezug auf Political Leadership aktuell, wie wäre sie im Idealfall?

## **2. Medien und Political Leadership**

### **Die Rolle der JournalistInnen im Beziehungsgefüge Political Leadership**

Massenmedien bieten, so Filzmaier erstens Information und zweitens Meinungsvielfalt und haben drittens eine Kontroll – und Kritikaufgabe. Sie agieren also als Vermittler zwischen BürgerInnen und PolitikerInnen und nehmen zudem eine „Wächterfunktion“ ein (Filzmaier 2006, S.134). Der Unabhängigkeit von Massenmedien kommt daher eine entscheidende Bedeutung für die Demokratiequalität eines politischen Systems zu, Pressefreiheit gehört etwa zu den Indikatoren mit denen Demokratiequalität evaluiert wird (Campbell 2012, S.305).

Diese besondere Funktion von Massenmedien weist in diesem Kontext den politischen JournalistInnen, ChefredakteurInnen und HerausgeberInnen aber auch persönlich eine besondere Rolle (auch besondere Verantwortung?) im politischen System und damit auch im

Zusammenhang mit Political Leadership zu. Letztlich sind es diese Personen, die individuell und in einer gemeinsamen Anstrengung diese verschiedenen Funktionen erfüllen und selektiv Themen, Events und Personen öffentliche Aufmerksamkeit und damit Wahrnehmbarkeit verschaffen.<sup>1)</sup> Die öffentliche Debatte, die zwingend notwendig für funktionierende Demokratien ist, findet intermediär, unter Nutzung von Massenmedien statt. „The media“, so resümiert Martin Linsky (in Reich 1988, S. 205), „are a functional element of the world of public deliberation and decision making, a critical piece of the democratic process. There is no longer a serious question about whether the press is an active player; the issue now is the nature of its role and what responsibilities flow from that.“

Gleichzeitig sind gerade diese Massenmedien in ihrer besonderen gesellschaftlichen Position und demokratiepolitischen Funktion aktuell durch die informationstechnologische Revolution besonders herausgefordert. Die Möglichkeiten des Web 2.0 haben die Gelegenheiten des massentauglichen Informationsaustausches grundlegend verändert: Öffentlichkeit ist plötzlich direkt öffentlich zugänglich, ohne den Umweg über die traditionellen Medien, die ihre Rolle zwar nicht verlieren, diese aber doch neu definieren, neu interpretieren müssen, und dies unter den Rahmenbedingungen sozialer Medien. JournalistInnen gehören daher ebenso wie PolitikerInnen zu den durch diese veränderten Rahmenbedingungen besonders betroffenen, die einen, weil sie quasi Öffentlichkeit schaffen, die anderen weil sie in Erfüllung ihrer Funktion dieser Öffentlichkeit bedürfen. Beide erleben nun eine Situation erhöhter Kompetitivität. Massenmedien und ihre demokratiepolitische Bedeutung liegen daher im Fokus politikwissenschaftlicher Studien, im Zusammenhang mit der Erforschung des Phänomens Political Leadership werden Medien zwar als wichtiger Faktor benannt und anerkannt standen aber mit Ausnahme zu Studien zu Meinungsführerschaft im Allgemeinen nicht im Zentrum der Leadership-Forschung, dies ändert sich in den letzten Jahren.

Die informationstechnologische Revolution und deren tiefgreifende Veränderungen im Informations- und Kommunikationsverhalten, mit dem Erfolg der Neuen Medien auch für eine breite Öffentlichkeit unübersehbar, finden zunehmend auch ihren Ausdruck in

wissenschaftlichen Arbeiten zu Medien und Political Leadership. (z. B. Kellerman 2012, Helms 2012, Nyhan 2011, Shirky 2011 oder Sheaffer 2008)

### **3. Österreichs mediale Rahmenbedingungen für Political Leadership**

#### **Das Beispiel Österreich**

Die hier in ihrer ersten Phase präsentierte Studie ist auch eine Studie zum politischen System Österreichs, dessen Besonderheiten auch ihren Ausdruck im medialen System finden. Diese besonderen Merkmale des österreichischen Medienmarktes, mit Blick auf die zu beobachtenden Veränderungen, werden daher im Anschluss mit Blick auf die neuesten Zahlen kurz zusammengefasst, bevor schließlich die Ergebnisse der qualitativen Interviews präsentiert werden.

#### **Charakteristika Medienmarkt Österreich**

Tatsächlich ist das österreichische Mediensystem von einer medialen Kleinräumigkeit (Filzmaier 2006, S. 133) bzw. Enge gekennzeichnet, die auch als hohe publizistische Konzentration (Plasser/Lengauer 2010, S. 45) bezeichnet wird. Eine Kleinräumigkeit und Enge, die auch ihre Grundlage in der Kleinheit des Landes, der geringen Bevölkerungszahl und der daraus resultierenden überschaubaren Zahl an politisch individuell relevanten Akteuren, Akteuren, die einander immer wieder begegnen, sich kennen, hat. Zu diesen wichtigen Akteuren zählen insbesondere VertreterInnen von Politik und Medien.

Zu den Spezifika der jüngeren österreichischen Medienlandschaft, gehören bedingt durch den Siegeszug des Internet eine zunehmende Transformation des Medienangebotes sowie eine erhöhte kompetitive Marktlage. Letztere auch ausgelöst durch deutliche Anstiege von Gratis-Angeboten am Tageszeitungs- und Magazinmarkt in den Jahren 2009 – 2011, lokale Marktkonzentration und hohe Reichweiten von Regionalmedien sowie durch die – verzögerte – Dualisierung des nationalen TV- und Radiomarktes. Tatsächlich wird das gelernte Bild der alles dominierenden Marktmacht von Kronenzeitung im Printsektor und ORF bei den elektronischen Medien verschwommener, je regionaler und lokaler die Marktgrößen angesetzt werden und je mehr nach Altersgruppen der LeserInnen bzw.

ZuseherInnen differenziert wird (Plaikner 2006, S. 179). Österreich verliert daher an Besonderheiten (Krone) und erfährt auch international zu beobachtende Veränderungen (informations-technologische Revolution).

Strukturelle und institutionelle Merkmale dominieren aber weiterhin das österreichische Mediensystem und beeinflussen damit auch – unabhängig von der Frage der Demokratiequalität – die heimische politische Kommunikationspraxis. Dazu zählen ökonomische Machtstrukturen, die sich in komplexen Eigentümerstrukturen und Kapitalverflechtungen im Printsektor zeigen. Bemerkenswert in diesem Zusammenhang die Entwicklung der Rolle der Raiffeisen-Gruppe: Der Mehrheitseigentümer des Kuriers, die Raiffeisen Holding Wien-Niederösterreich ist zugleich Kreditgeber für die 2006 gegründete Tageszeitung Österreich und auch 20 %-Eigentümer den Niederösterreichischen Nachrichten (NÖN). Letzteres wird auch als klares Signal für die (steigende) Bedeutung des regionalen Medienmarktes gesehen. Nicht zu vergessen die Magazinbeteiligungen, seit 2001 gebündelt als Minderheitsbeteiligung an der Verlagsgruppe News. Die durch die Kooperation mit dem News-Verlag entstandene Konzentration im Bereich der Druckmedien – 63 % der Auflage der Tageszeitungen, 100 % der politischen Wochenmagazine und 62 % der Auflage aller Wochenpublikationen finden hier ihren Ursprung (Plaikner 2006, S. 201) - ist international einzigartig.

Im internationalen Vergleichsmodell „Models of Media and Politics“ von Hallin und Mancini wird Österreich (gemeinsam mit Deutschland, Skandinavien, Schweiz , und den Benelux-Staaten zum nordeuropäischen oder Demokratisch-Corporatistischen Modell gezählt, was mit traditionell hohen Zeitungsreichweiten, einem historisch ausgeprägten politischen Parallelismus und zunehmender Autonomie der Medien begründet wird. (Hallin/Mancini 2004)

Das darin als „politics in broadcasting“ beschriebene Verhältnis zwischen politischen und gesellschaftlichen Kräften in Bezug auf die Kontrolle von Medienunternehmen entspricht hierzulande der Repräsentation von Regierung und Parteien entsandter VertreterInnen in die Gremien des – marktdominierenden- öffentlich rechtlichen Rundfunks (ORF). Dieses Merkmal eines substantiellen staatlichen Einfluss drückt sich in einem Bekenntnis zur

Regulierung der Medien aus (für den Printbereich entspricht dies der staatlichen Presseförderung), wie auch in der Bereitschaft zum Schutz und zur Notwendigkeit öffentlicher Aufgaben des Journalismus (Seethaler/Melischer, 2006, S. 350).

Vor dem Hintergrund der besonderen Rolle der Massenmedien in demokratischen Systemen birgt das „politics in broadcasting-System“, trotz geregelter Autonomie durch jeweilige Redaktionsstatuten die Gefahr der Einflussnahme. Der Zugriff der Politik auf den ORF ist denn auch seit Jahren beherrschendes Thema in der öffentlichen (Medien-)Diskussion. Umgekehrt werden private Medienunternehmen durch die Interessen der jeweiligen Eigentümer beeinflusst und orientieren sich im Regelfall am wirtschaftlichen Erfolg.

Österreich erzielt beim Indikator Pressefreiheit im OECD-Vergleich deutlich schlechtere Werte (87,8) als etwa Großbritannien und Kanada (je 90,0), USA und Deutschland (je 92,2), Schweiz (96,7) den BENELUX (97,8 / 95,6 / 97,8) oder den skandinavischen Staaten (S und N 98,9 / SF 100,0 / DK 96,7). (Campbell 2012, S.307).

### **Mediennutzung in Österreich**

Der Einblick in das Mediennutzungsverhalten der ÖsterreicherInnen zeigt, wo diese ihre Informationen zu Politik konsumieren, entscheidend für Fragen zu Political Leadership. 2011 lasen rund drei Viertel der ÖsterreicherInnen täglich eine Tageszeitung, zwei Drittel sahen täglich fern und über 80 % hörten jeden Tag Radio. Mehr als die Hälfte nutzt zusätzlich jeden Tag das Internet. Tageszeitungen und Radio sind seit 2008 unverändert die am häufigsten auf Tagesbasis genutzten Medien in Österreich. Die Gesamtdaten betrachtend zeigt sich mit Ausnahme des Internets (Verdoppelung der Reichweite) ein sehr stabiles Mediennutzungsverhalten der ÖsterreicherInnen.

In der Detailanalyse zeigen sich jedoch zum Teil dramatische Veränderungen:

(Alle hier genannten Daten beziehen sich auf veröffentlichte Daten der ORF Medienforschung, <http://www.mediaresearch.orf.at>)

- Fernseh- und Radio - Markt Österreich



Durchschnittlich sehen ÖsterreicherInnen täglich 158 Minuten fern und hören 200 Minuten Radio. Immer weniger davon entfällt allerdings auf Programme des ORF. Im Jahr 2011 erreichte der TV-Marktanteil des ORF nur noch 33,4 % aller Fernseh-Haushalte (2008: 42 %, ORF Mediaresearch). Der Rest entfiel auf ausländische und private Anbieter. Der Marktanteil des ORF hat sich damit in zwei Jahrzehnten von 77 % im Jahr 1991 mehr als halbiert.

Die ORF – Radios erreichten 2011 75 % (2008: 78 %, ORF Mediaresearch 2011), wovon einen Großteil die Regionalradios beziehungsweise Ö3 abdecken. Der österreichische Radio-Markt ist damit noch deutlich stärker durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter geprägt als der TV-Markt, auch wenn die Reichweiten der privaten Anbieter in der letzten Dekade um mehr als 50 % angestiegen sind.

#### - Print-Markt Österreich

(Alle hier genannten Daten beziehen sich auf veröffentlichte Daten des Vereins Arbeitsgemeinschaft Mediaanalyse 2011)

Seit 2011 werden in der österreichischen Mediaanalyse auch Verkaufs- und Gratismedien ausgewiesen. Die Ergebnisse der Analyse von 2011 bestätigen die Trends der letzten Jahre: Gratis- und Regionalmedien gewinnen signifikant an Reichweite, die Kronen-Zeitung rutscht dauerhaft unter die 40 %-Marke und verliert in Wien ihre Nummer 1 – Position und insgesamt sinken zum zweiten Mal in Folge die Tageszeitungsreichweiten.

Die Gratis-Tageszeitung Heute erreicht österreichweit einen Reichweitenanteil von 13,1 % (2010: 12,0 %) und ist damit – gemessen an der Reichweite – Nummer zwei hinter der Kronen Zeitung. Diese führt mit 38,2 % immer noch national sowie in Niederösterreich, Oberösterreich, Burgenland und Salzburg, verliert aber ihre Führungsposition in Wien erstmals an Heute. Eine weitere Gratis-Tageszeitung, Österreich, wächst bundesweit signifikant von 9,6 % in 2010 auf 10,3 %. Die Kleine Zeitung aus dem Styria Verlag verliert auf Bundesebene signifikant, bleibt aber mit 11,3 % (2010: 12,0 %) die drittstärkste österreichische Tageszeitung.

Auch bei den Wochenzeitungen punkten Gratis-Angebote.

Die Regionalmedien Austria (RMA) erreichen mittlerweile 55 % Reichweite was knapp vier Millionen LeserInnen entspricht.

Der Nachrichtenmagazin-Markt wird insgesamt von der News-Gruppe dominiert, zu der die Wochen- und Monatstitel News, Profil, Format und Trend gehören, wobei sich bei genauerer Betrachtung der 2011-Daten signifikante Reichweitenverluste einzelner Titel (z.B. News) zeigen.

#### - Internetnutzung in Österreich

Seit rund 20 Jahren ergänzt Internet das Informationsangebot und entwickelt sich mit rasanter Geschwindigkeit zu einem Ergänzungs- und Konkurrenzmedium zu den traditionellen Massenmedien (Plasser 2010, S. 41).

8 von 10 ÖsterreicherInnen sind aktive Internet-User. 57 % gehen (fast) täglich online. (Austrian Internet Monitor 2011) Der Anteil an aktiven Internet-Usern ist gegenüber 2010 weiter angestiegen und zwar von 76 auf 80 %. Damit nutzen 5,7 Millionen ÖsterreicherInnen das Internet zumindest selten. Zugenommen hat auch die Intensität der Online-Nutzung: So geben bereits 57 % der Befragten an, (fast) täglich online zu sein - ein Jahr vorher waren es 54 %. In Summe greifen 70 % zumindest mehrmals pro Woche aufs Internet zu (Vorjahr: 66 %).

Sowohl die 14 bis 29-jährige als auch die 30 bis 39-jährige Bevölkerung ist mit Penetrationsraten jenseits der 95 % praktisch zur Gänze online. Bei den 40 bis 49-Jährigen nutzen 9 von 10 Personen das Internet, in der Altersgruppe 50 bis 59 Jahre sind es 8 von 10. Bei 60 bis 69-Jährigen liegt die Penetrationsrate immerhin noch bei rund 60 % und fällt erst bei den über 70-Jährigen drastisch ab.

Hoch ist auch die Zahl der ÖsterreicherInnen, die sich auf sozialen Netzwerken tummeln. Mit Stichtag 20.05.2012 sind laut digitalaffairs.at 2.776.260 ÖsterreicherInnen bei Facebook und 81.212 ÖsterreicherInnen bei Twitter registriert, davon gelten 39.407 als aktive UserInnen (digitalaffairs.at, 20.5.2012).

## **4. Die qualitativen Interviews**

### **Ergebnisse der qualitativen Interviews**

Die qualitativen Interviews mit zehn Medienvertreterinnen, alle zehn selbst in einer Führungsposition (ChefredakteurIn / HerausgeberIn / ProgrammchefIn), fanden im Sommer bis Herbst 2011 statt und damit zeitgleich zur öffentlichen Diskussion rund um politische Einflussnahme auf Medienberichterstattung via strategischen Einsatzes von bezahlten Anzeigen und/oder sogenannter Medienkooperationen. Alle Interviews wurden aufgezeichnet und dauerten mehr oder weniger 60 Minuten. Bei der Auswahl der InterviewpartnerInnen war die jeweilige Führungsposition entscheidendes Kriterium. Die InterviewpartnerInnen sollten zudem aus verschiedenen Bereichen der Medien, Print- wie elektronisch, öffentlich-rechtlich wie privat kommen, es sollten sowohl Männer als auch Frauen vertreten sein. Die Interviews wurden mit Hilfe eines vorab entwickelten Leitfadens (siehe Anhang) durchgeführt, die einzelnen Fragen bewusst offen gehalten, so dass die Interviewees möglichst großen Freiraum in der Beantwortung der Fragen hatten. Die vergleichenden Analyseergebnisse der Interviews stehen einerseits für sich allein und geben Einblick in die aktuelle Sicht österreichischer MedienvertreterInnen zu Political Leadership, sollen aber auch explorativ Grundlage für die Weiterentwicklung der Studie (Fokusgroups) sein.

### **Die drei Begriffe Leadership, Professionalität und Qualität im Vergleich**

Im Rahmen der Interviews wurde mittels der Einstiegsfragen (Frage 1 -3) erhoben, wie JournalistInnen, die selbst in einer Führungsposition stehen, Political Leadership definieren und wie der Begriff Leadership im Vergleich zu Professionalität und Qualität in der Politik verstanden wird. Auf diese drei Begriffe wurde in den Folgefragen immer wieder repliziert, so dass die GesprächspartnerInnen sich im Laufe des Interviews herausgefordert sahen, ganz bewusst immer wieder zwischen diesen Begriffen zu differenzieren.

9 von 10 Befragten definieren Political Leadership weniger als Exekutivaufgabe denn als öffentliche Kommunikationsaufgabe, sprechen also im Zusammenhang mit Political Leadership eher von Public als von Executive Leadership, ein Political Leader wird dieser Sichtweise entsprechend eher als Kommunikator, denn als Entscheider charakterisiert. Jeder zweite Interviewte verweist in diesem Zusammenhang ausdrücklich auf Kommunikation,

Vermittlung und Artikulation als Aufgabe von Political Leadership, nur 2 nennen überhaupt die Fähigkeit Entscheidungen zu treffen. Immerhin 6 nennen entweder ausdrücklich (2) oder in Umschreibung (Ideen, Reformvorhaben, Konzept, Inhalte) die Vorgabe von Zielen als wichtigen Aspekt von Political Leadership. Alle 10 definieren Political Leadership als Eigenschaft oder Verhalten einer Führungspersönlichkeit, definieren Political Leadership also Leaderzentriert.

Während die angebotenen Definitionen von Political Leadership mehrheitlich auf die Entwicklung von Ideen, deren Artikulation und Durchsetzung im Interesse des Allgemeinwohls, bei 5 InterviewpartnerInnen ausdrücklich auch gegen Widerstand (Durchsetzungskraft), fokussieren, wird Professionalität in der Politik von 4 der 10 Interviewten mit Know-how, politischem Handwerk - so auch Medienkompetenz - in Verbindung gebracht, Professionalität also durchaus auch den in der Politik tätigen Personen als Eigenschaft zugeordnet. Damit wird insgesamt Political Leadership eher mit Policy, Professionalität eher mit Politics assoziiert. Es gibt hier aber durchaus abweichende Meinungen, die auch für Professionalität ein über die reine Tagespolitik hinausgehendes Denken einfordern. 2 InterviewpartnerInnen weisen ausdrücklich darauf hin, dass Political Leadership und Professionalität in der Politik zueinander in Widerspruch stehen können. Im Zusammenhang mit Qualität von Politik wird von je 3 Befragten einerseits auf Bildung im Sinne von Allgemeinbildung, historischer und politischer Bildung verwiesen, andererseits auf Wissen um eigene Zielvorstellungen, Welt- und Menschenbild. Von 3 Befragten wird Professionalität und Qualität von Politik in einem engen Zusammenhang beschrieben.

Alle drei Definitionen werden primär Personen als Eigenschaften zugeordnet, Politik also über Personen reflektiert.

Auffallend ist, dass Political Leadership als Begriff eindeutig positiv bis neutral mit positiver Tendenz besetzt ist. Eine Tendenz, die auch in Beantwortung der Abschlussfrage der Interviews (Frage 11) nach der Meinung zur normativen Definition der OEGPW-Sektion von Political Leadership <sup>2)</sup> zum Ausdruck kommt.

### **Qualitätsstandards in der Politik**

Auf die Frage nach möglichen Qualitätsstandards in der Politik (Frage 4) reagieren 3 InterviewpartnerInnen ablehnend bis skeptisch, die Mehrheit hingegen, 7 Interviewees, halten solche Standards für möglich, wobei die genannten Kriterien bei 9 von 10 Interviewten in erster Linie wiederum Personen, deren Eigenschaften, Verhalten und Rekrutierung betreffen. Als mögliche Kriterien genannt werden einerseits das Vorhandensein eines Mindestmaßes an Sachkompetenz und Bildung (Wissenskriterien), bestimmte persönliche Eigenschaften, Motivation und Verhaltensformen (Persönlichkeitskriterien), sowie das Einhalten bestehender Verhaltensnormen (moralisch-ethische Kriterien). Nur ein Interviewee erwähnt auch Politikinhalte im Zusammenhang mit Qualitätsstandards. Mehrheitlich wird die Frage nach Qualitätsstandards also mit Blick auf die handelnden Personen, die PolitikerInnen, beantwortet, wobei allgemein ein Mix aus Wissens- und Persönlichkeitskriterien in Verbindung mit moralischen Kriterien eingefordert wird.

Zu den Wissenskriterien zählen Sachkompetenz, historisch-politische Grundbildung, kommunikative Fähigkeiten (z.B. Rhetorik), wirtschaftliche Grundbildung, Berufsausbildung, zu den Persönlichkeitskriterien Passion, Menschenliebe, Willensstärke, Sorgfältigkeit, Teamfähigkeit, Beratungsoffenheit, Durchsetzungsvermögen, Flexibilität, Entscheidungsfreude, Beharrungsfähigkeit, Problemlösungsfähigkeit, Selbstreflektion, Glaubwürdigkeit, Zielbewusstsein und zu den moralisch-ethischen Kriterien Ehrlichkeit, Aufrichtigkeit, Loyalität moralisches Handeln.

### **Die Rolle von MedienvertreterInnen in der Politik**

Befragt nach der eigenen Rolle, der Rolle der Medien, im Zusammenhang mit Political Leadership, Professionalität und Qualität (Frage 5) geben sich alle 10 InterviewpartnerInnen selbstkritisch und verweisen dabei einerseits auf österreichische, andererseits auf mediale Spezifika.

Zu den Österreichspezifika zählen bei jeweils 3 der Befragten die Kleinheit des Landes und dadurch bedingte Nähe zwischen PolitikerInnen und JournalistInnen, die in der Folge zu Beißhemmung / Kritiklosigkeit führen, sowie die bestehenden wirtschaftlichen Zwänge, die ebenfalls zu Abhängigkeit führen und der zu beobachtende parteipolitische Zugriff auf den

Öffentlich Rechtlichen Rundfunk. 4 der 10 Befragten nennen ausdrücklich auch die mangelnde journalistische Ausbildung, insbesondere im Bereich der Innenpolitik. Angeführt wird ebenfalls die Dominanz der Boulevardmedien bzw. das Leitmedium Kronenzeitung, Kampagnenjournalismus und das Fehlen von Qualitätsmedien. Diese Antworten bestätigen die Annahme, dass die Kleinheit und Enge des Landes von Seiten der Befragten als Spezifikum, als Problem identifiziert werden. Auffallend dabei der mehrfach geäußerte Blick über den Grenzzaun, bei dem Österreich im Vergleich zu Deutschland deutlich verliert.

Auf die medialen Spezifika wird selbstkritisch im Zusammenhang mit medialer Zuspitzung bis hin zur „Streitanfachung“, Tendenz zur Negativberichterstattung, Eventkultur und der Abhängigkeit des politischen Systems vom medialen Rhythmus verwiesen.

Insgesamt wird die eigene Rolle eher passiv als Spiegel, Verstärker, Übersetzer, Beobachter/Berichterstatter beschrieben, aktiv korrektiv nur im Rahmen der Kontrollfunktion, wobei in diesem Zusammenhang vor allem die Macht der Frage (nachfragen, hinterfragen) als Mittel der politischen Beeinflussung aufgezeigt wird. Als konkrete Instrumente der Beeinflussung wird daher von 4 Interviewten auch ausdrücklich auf diese Macht der Frage verwiesen, je 2 nennen den Leitartikel beziehungsweise den Kommentar als wirksames Instrument, Interview, innerredaktioneller Diskurs, Erzählung, Kampagnenjournalismus, Themenwahl und die Faktendarstellung werden jeweils nur einmal genannt.

### **Einschätzung der aktuellen Situation und Trends**

Die vergleichende Analyse der 10 qualitativen Interviews zeichnet ein wenig erfreuliches Bild der aktuellen Situation Österreichs in Bezug auf Political Leadership: Diese sei insgesamt (Frage 7), aus Sicht der befragten ChefredakteurInnen als weniger gut bis sehr schlecht einzustufen, entsprechend dieser negativen Einschätzung nennen auch nur vier der Befragten konkrete österreichische Positivbeispiele für Political Leadership (Frage 6). Obwohl nicht explizit nachgefragt, werden mehrfach die aktuelle Regierungsspitze (Faymann/Spindelegger) als Negativbeispiele erwähnt. Qualität in der Politik wird ähnlich, die Situation bezogen auf Professionalität in der Politik hingegen etwas besser eingestuft.

Daraus ließe sich der Schluss ziehen, dass Professionalität zwar ein wichtiges aber nicht ausreichendes Bestandteil von Qualität in der Politik ist.

**Tabelle zu Frage 7:** Beurteilung des Status Quo auf einer Werteskala durch die InterviewpartnerInnen (gekennzeichnet durch römische Ziffern)

Wie sehen Sie die aktuelle Situation in Österreich bezogen auf	eher gut	eher gut - weniger gut	weniger gut	schlecht	sehr schlecht	nicht beantwortet
Political Leadership			I, III, VI, VII, VIII	II, IV, V, X	IX	
Professionalität in der Politik	II, V, VIII	I, VII	III, IV, VI	IX		X
Qualität in der Politik		VII, VI	I, II, III, IV, V, VIII	IX		X

Auch für die Zukunft (Frage 9) sehen die Interviewten eher schwarz: 6 halten eine weitere Verschlechterung, 2 keine Veränderung im Zusammenhang mit Political Leadership für wahrscheinlich.

Diese tendenziell negative Einschätzung liege allerdings, so die einhellige Meinung der Interviewten, durchaus im internationalen Trend. Konsequenterweise finden sich auch unter den aktuellen internationalen Beispielen für Political Leadership Großteils Einfachnennungen, nur Angela Merkel und David Cameron mit je 2 und Barack Obama mit 6 positiven Nennungen fallen hier aus der Reihe.

Mit insgesamt 54 historischen Beispielen für Political Leadership werden historische Politiker doppelt so häufig als beispielhaft angeführt, als deren aktuelle KollegInnen. Bruno Kreisky mit 7, Franz Vranitzky mit 4 und Wolfgang Schüssel mit 3 Nennungen werden für Österreich als exemplarisch benannt, Helmut Kohl und Helmut Schmidt mit je 5, sowie Bill Clinton, Jacques Delors, Konrad Adenauer, Willi Brandt und Gerhard Schröder mit je 2 Nennungen international.

Alle genannten Persönlichkeiten sind oder waren entweder in höchsten Regierungspositionen oder Parteifunktionen tätig, Frauen werden deutlich seltener genannt. Unter den historischen Beispielen finden sich viele Figuren des Umbruchs/Aufbaus und im

jeweiligen Zeitkontext durchaus polarisierende Persönlichkeiten. Die aktuellen PolitikerInnen werden gehäuft im Zusammenhang mit deren Mut zu unangenehmen/unpopulären Entscheidungen erwähnt.

### **Positives Änderungspotenzial**

Befragt nach positivem Veränderungspotenzial in Bezug auf Political Leadership, Professionalität und Qualität in der Politik (Frage 8) werden erstmals im Rahmen der Interviews neben PolitikerInnen und JournalistInnen auch die BürgerInnen explizit erwähnt und so in die Pflicht genommen.

Durchaus selbstkritisch werden auch die Medien im Allgemeinen und JournalistInnen im Besonderen als verbesserungswürdig beschrieben. Ähnlich selbstkritisch wird die eigene Rolle der MedienvertreterInnen im Zusammenhang mit Political Leadership, Professionalität und Qualität in der Politik gezeichnet. Dabei werden einerseits v. a. österreichspezifische und andererseits auch medienspezifische Aspekte benannt. Erstere resultieren zum Teil aus der schon erwähnten Kleinheit des Landes, was zu einer mangelnden Distanz zwischen PolitikerInnen und JournalistInnen führe, zum Teil aber auch aus der Dominanz des Boulevards bzw. der Kronen Zeitung als Leitmedium. Qualitätsjournalismus spiele eine vergleichsweise untergeordnete Rolle. Insgesamt seien Politik und Medien aus demokratiepolitischer Sicht zu sehr voneinander abhängig, wirtschaftlich (Anzeigenvolumen) wie politisch (Kampagnenjournalismus). Auch die parteipolitischen Einflussmöglichkeiten im öffentlich-rechtlichen Bereich zählen zu diesen Bedenken. Bemängelt werden auch Parteilichkeit der JournalistInnen und mangelnde journalistische Ausbildungsqualität in Österreich.

Als weitere, also medienspezifische Kritikpunkte werden die Neigung zu Negativberichterstattung, Tendenz zu Personalisierung und Eventkultur, sowie Mediendramaturgie (Zuspitzung) erwähnt. Beide Aspekte wirken sich auf die demokratiepolitische Rolle der Medien im Allgemeinen und auf die konkreten Bedingungen für Political Leadership, Professionalität und Qualität in der Politik aus. Die Medien werden daher nicht nur als Spiegel, Beobachter, Übersetzer oder Verstärker beschrieben und in ihrer Rolle als Korrektiv bemängelt, sondern auch als mit verantwortlich für den Status Quo.



Die Macht der Frage, sei es durch beharrliches Nachfragen oder bewusstes Hinterfragen, zähle zu den wichtigsten Einflussmöglichkeiten von JournalistInnen. Leitartikel, Kommentar, Interview, Themenwahl und Aufbereitung (Erzählung), aber auch der innerredaktionelle Diskurs werden als mögliche Instrumente der Einflussnahme von den Befragten aufgezählt. Wobei der individuelle Einfluss durch Status (Position als Chefredakteur) nicht zwingend dem durch Frequenz (täglich als Redakteur bzw. einfacher Journalist) überlegen sein müsse.

Diese Beobachtungen führen dazu, dass im Sinne eines positiven Entwicklungsschubs bezogen auf Political Leadership auch Forderungen nach Änderungen der Medienmarktbedingungen, nach mehr Qualität der Medien geäußert werden, Richtung mehr Sachpolitik, weniger mediale Inszenierung und positive Berichterstattung bzw. konstruktive Kritik. Während die PolitikerInnen an ihre Verantwortung erinnert werden nicht einfach Politik mit Blick auf die Medien oder Umfragen zu machen, nehmen sich die interviewten ChefredakteurInnen selbst und ihre MitarbeiterInnen in die demokratiepolitische Verantwortung. Nicht ihrerseits durch überzogene Erwartungen dem bestehenden Negativtrend weiter zu befördern, sondern diesem mittels konstruktiv-kritischer Berichterstattung mit Mut zu Objektivität und Sachlichkeit zu begegnen.

Im Bereich der Medien werden konkret die Änderung der Medienmarktbedingungen, eine Hebung der medialen Qualität Richtung mehr Sachpolitik und weniger mediale Inszenierung und Kampagnisierung genannt, explizit auch die Bereitschaft positiv zu berichten und die eigene mediale Erwartungshaltung zu senken.

PolitikerInnen werden einerseits persönlich zu mehr Sachpolitik und Politik im Interesse des ganzen Landes, Mut zu Reformen und Visionen, sowie zu einem beständigem Informationsverhalten (Lernen, Lesen) aufgefordert, andererseits werden auch konkrete Reformwünsche Richtung Verfassungs- und Verwaltungsreform, Veränderungen im Wahlrecht (Wiederwahlbeschränkungen, Persönlichkeitswahl), also systemische Veränderungen, die von diesen PolitikerInnen auf den Weg gebracht werden sollen, einmal umgesetzt aber auch deren Rahmenbedingungen verändern, eingefordert.

Auch die BürgerInnen werden als potenzielle Motoren einer positiven Entwicklung gefordert, sofern sie bereit seien selbst Verantwortung zu übernehmen, beginnend in den Kommunen, engagiert und mutig, bereit auch ihr bestehendes Verständnis von Politik zu hinterfragen, weg von einer 24h-Auffassung der Politik, wonach PolitikerInnen auch auf die Gefahr völliger mentaler wie intellektueller Erschöpfung rund um die Uhr aktiv und präsent sein müssen. Bürgerbewegungen, Mut- und Wutbürger werden als Hoffnungsschimmer für eine mögliche Trendwende Richtung mehr Qualität in der Politik beschrieben.

Von PolitikerInnen wird ebenfalls vor allem Mut eingefordert, sowohl Mut zu unpopulären Entscheidungen, wie beispielsweise dem Anheben von Politikergehältern, als auch Mut zu Visionen, auch Mut Beratung in Anspruch zu nehmen, sei es von ExpertInnen, sei es von VolksvertreterInnen, Mut zur Offenheit jenseits Partei-ideologischer Grenzen und Mut schwierige Reformmaßnahmen tatsächlich anzugehen, mehrheitsfähig zu machen und umzusetzen, im Interesse des Landes.

Dieser Ruf nach mehr Mut entspricht der geäußerten Beobachtung, dass primär Angst, Angst vor dem Wähler, Angst vor Veränderung, Angst vor dem Boulevard einer positiven Entwicklung entgegenstünden.

In allen drei Bereichen Leadership, Professionalität und Qualität wird die Bedeutung von politischer Bildung und politischer Ausbildung betont, wobei in diesem Zusammenhang auch ausdrücklich die politischen Parteien via Parteiakademien, Thinktanks zur Nachwuchsförderung verpflichtet und in ihrem Rekrutierungsverhalten in die Verantwortung genommen werden.

Die Frage nach möglichem positiven Änderungspotential bringt daher auch viele Vorschläge Richtung einer besseren Qualifizierung und Rekrutierung von PolitikerInnen ins Spiel, sei es durch gezielte Ausbildungsmaßnahmen (politische Akademie), gezielte Rekrutierungsmaßnahmen (Talente-Scouting), Parteiinterne Nachwuchsförderung (Mentoring-/Traineeprogramme/Thinktanks) oder veränderte Systembedingungen (Persönlichkeitswahlrecht, Wiederwahlbeschränkung und Flexibilisierung). strukturell relevant vor allem für Political Leadership oder Qualität in der Politik wie das bestehende

Listenwahlrecht, das nicht zwingend zur innerparteilichen Selektion der Besten führt, oder die Einschränkung der Legislaturperioden für aktive PolitikerInnen im Sinne einer größeren Durchlässigkeit zwischen Politik und anderen Gesellschaftssegmenten kommen daher zur Sprache.

Auffallend ist durchaus auch die gemeinsame Einsicht, dass die hohen Anforderungen (zeitlich wie sachlich) an PolitikerInnen in Kombination mit der vergleichsweise geringen Bezahlung und dem schlechten Image des Politikerberufs als problematisch anzusehen sind. Immerhin 3 der Befragten fordern zudem explizit eine Erhöhung der Politikergehälter.

Einer möglichen Verbesserung der aktuellen Situation stünden einerseits die PolitikerInnen selbst durch mangelnde Kompetenzen, Angst, parteipolitischem Kalkül und die politischen Parteien entgegen, andererseits aber auch die österreichische medienpolitische Verfasstheit – Stichwort Kronenzeitung/Gratiszeitungen und die allgemeine Anti-Politik-Stimmung, überzogene Erwartungshaltungen an die Politik und die mangelnde Attraktivität des Politikerberufs.

Als konkreten persönlichen Beitrag nennen die Befragten die Einhaltung journalistischer Qualitätsstandards und Professionalität Richtung eines kritischen sich der demokratiepolitischen Aufgabe bewussten Journalismus, die Versachlichung der Debatte und mehr positive Berichterstattung.

Ein Thema fehlt (im Sommer/Herbst 2011) auffallend: mögliche positive (oder auch negative) Veränderungen unter Instrumentalisierung der neuen sozialen Medien.

## **5. Schlussfolgerungen:**

Die 10 qualitativen Interviews zu Political Leadership mit JournalistInnen, die selbst ihrerseits Führungspositionen innehaben, sollten einen ersten intensiveren Blick auf Political Leadership, Professionalität und Qualität in der österreichischen Politik aus Sicht von JournalistInnen gewähren, und damit aus Sicht von Personen, die beruflich besonders nahe

am politischen Geschehen stehen, ohne selbst als PolitikerInnen zu agieren oder primär als solche wahrgenommen werden. JournalistInnen sind eben keine BerufspolitikerInnen, als professionelle Beobachter derselben sind sie aber sehr wohl aufgrund ihres Berufs Teil der politischen Klasse und haben einen besonderen Einblick in den politischen Prozess. In dieser Hinsicht handelt es sich bei den durchgeführten qualitativen Interviews um Interviews mit Experten. Es sind aber auch genau diese ExpertInnen, die das öffentliche Bild von Politik und PolitikerInnen zeichnen und damit auch die öffentliche Wahrnehmung, und in der Folge die öffentliche Meinungsbildung mit beeinflussen.

### **Negatives Politik bzw. PolitikerInnenbild**

Eines der eindeutigsten Ergebnisse der Interviews ist die bei allen Befragten gleichermaßen auszumachende hohe Unzufriedenheit mit der aktuellen Situation in Österreich bezogen auf Political Leadership und Qualität in der Politik. Diese wahrnehmbare Frustration, diese Unzufriedenheit zeigt sich nicht nur in den Antworten zur Beurteilung der aktuellen Situation in Österreich, sondern zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Länge der Interviews. Offensichtlich wird dies vor allem an den zahlreichen Negativbeispielen, in der Kritik stehen dabei immer wieder die aktuell handelnden Personen und dies obwohl dezidiert eben nicht nach Negativ- sondern nach Positivbeispielen gefragt wurde. Kritisiert wird vor allem der mangelnde Mut von PolitikerInnen, ihre Unfähigkeit auch unpopuläre Entscheidungen anzugehen und die nötige Überzeugungsarbeit zu leisten. Die befragten JournalistInnen stellen den österreichischen PolitikerInnen ein schlechtes Zeugnis aus bezogen auf Political Leadership und machen sie auch persönlich mitverantwortlich für Qualitätsmängel in der Politik, ungeachtet der Tatsache, dass Österreich insgesamt, betrachtet man etwa allgemeine Wirtschaftsdaten vergleichsweise gut dasteht.

Der Hang zu Negativberichterstattung, wie von den Befragten selbst als mögliches Problem genannt, findet ihre Äquivalenz in der durch Unzufriedenheit mit den bestehenden Verhältnissen ausgedrückten negativen Beurteilung durch die Befragten.

### **Defizite im Bereich Political Leadership und Qualität der Politik**

Festgemacht werden diese Defizite vor allem im Bereich Political Leadership und Qualität der Politik, Professionalität wird den politisch handelnden hingegen durchaus attestiert. Aus

Sicht der JournalistInnen ist Professionalität zwar wichtig für Qualität in der Politik, professionelles Handeln ein Aspekt erfolgreicher Political Leadership, aber allein nicht ausreichend um das eine oder das andere sicher zu gewährleisten. Ganz im Gegenteil scheint Professionalität in Fällen, wo Parteipolitik das Handeln dominiert sogar Leadership und Qualität zu beeinträchtigen.

### **Positive Besetzung des Begriffs Political Leadership**

Von allen Befragten werden die Begriffe Qualität in der Politik und Political Leadership normativ verwendet und zwar durchwegs als erstrebenswert beschrieben und positiv besetzt. Wobei die befragten JournalistInnen Political Leadership eher als Kommunikations-, denn als Entscheidungsaufgabe beschreiben, eher Public, denn Executive Leadership zuschreiben. Sie sehen Qualität in der Politik auch in Zusammenhang mit Political Leadership.

### **Ausdifferenzierung der 3 Begriffe diskursiv möglich**

Obwohl die Interviewees bereits in den Einstiegsfragen gebeten wurden die drei Begriffe zu definieren, fällt doch im Interviewverlauf auf, dass diese klare Ausdifferenzierung Schwierigkeiten bereitet. Die drei Begriffe stehen miteinander in Zusammenhang, überlappen sich teilweise, sind aber nicht deckungsgleich, am klarsten vielleicht der Begriff der Professionalität, der eher handwerklich interpretiert wird. Sehr viel verschwommener hingegen bleibt die Unterscheidung zwischen Political Leadership und Qualität in der Politik, die beiden scheinen einander aus Sicht der Interviewees gegenseitig zu bedingen, wie konkret konnte aber in den Interviews nicht schlüssig erhoben werden. Jedenfalls aber scheint die Beobachtung, dass die Begriffe wenig ausdifferenziert verwendet werden, ihre Bestätigung in den Interviews zu finden.

### **Personalisierung der medialen Wahrnehmung von Politik**

Political Leadership wird mehrheitlich Leaderzentriert attribuiert, aber auch die anderen beiden Begriffe werden mit Fokus auf die handelnden Personen diskutiert. Hier stellt sich die Frage, ob diese Personalisierung auch durch die Fragestellung im Rahmen einer Studie zu Political Leadership provoziert wurde, oder ob sie eine Folge der medialen Personalisierung (siehe z. B. Helms 2012) von Politik ist. Beides könnte schlüssig argumentiert werden. Im

ersten Fall würde die auf Leader fokussierte, personalisierte Wahrnehmung von Political Leadership und Politik, die folgenden Antworten beeinflussen, im zweiten Fall wäre diese Personalisierung Folge des Denkens innerhalb einer innersystemischen Logik – der Nachrichten-Logik eines vom Fernsehen dominierten Mediensystems - und nicht von der konkreten Fragestellung beeinflusst. Dafür sprechen auch empirische Untersuchungen, die beispielsweise eine deutliche Zunahme von Persönlichkeits-Profilen gegenüber Partei-Profilen in der politischen Berichterstattung belegen (Vorhofer 2010). Für die zweite Annahme, dass die Befragten innerhalb einer medialen Logik argumentieren, spricht auch, dass ebenfalls medialer Logik entsprechend Negativ-Beispielen der Vorzug gegeben wurde.

### **Selbstkritische Wahrnehmung der eigenen Rolle Ja - aber**

Alle InterviewpartnerInnen zeigen sich durchaus selbstkritisch und insbesondere kritisch gegenüber dem österreichischen Mediensystem. Die bekannten Österreichspezifika, wie zum Beispiel die überschaubare Größe des Landes, die Besonderheiten des hiesigen Medienmarktes (Kronenzeitung, ORF und Gratismedien), oder die mangelnde journalistische Ausbildung, aber auch die bereits angesprochene Medienlogik werden als Problembereiche identifiziert, die Kritik ist aber eher systemisch, denn persönlich: So sehen die befragten JournalistInnen zwar prinzipiell persönliche Verbesserungsmöglichkeiten – die Verantwortung allerdings für jeweiliges unbefriedigendes Agieren verorten sie viel mehr im strukturell-systemischen Bereich, denn im individuell persönlichen. Sie beschreiben also ihre jeweiligen Defizite (z. B. Negativ-Berichterstattung oder die Mithilfe beim Eskalieren des Parteien-Hick-Hacks) viel mehr im systemischen Zusammenhang als Folge von Medienlogik als von persönlichen Motiven. Persönliche Motive wären etwa der Versuch, selbst (individuell oder als Gruppe) politisch Einfluss zu nehmen, Macht zu generieren, um persönliche Ziele (Wünsche, Bedürfnisse, Werte) durchzusetzen, oder umgekehrt durch Vermeidung von konsequenter sachlicher Aufarbeitung von Standpunkten seine eigenen Interessen überallhin abzusichern.

### **Veränderungen durch soziale Medien noch wenig reflektiert**

Es fällt allerdings auf, dass die sich aktuell verändernden Rahmenbedingungen durch Internet, Web 2.0, soziale Medien zum Befragungszeitraum noch nicht Eingang in die eigene Argumentation gefunden haben.

### **Rückblickende Beurteilung – der Zeitaspekt**

Ein Blick auf die genannten historischen Beispiele offenbart, die Bedeutung des Zeithintergrunds für die Beurteilung von Political Leadership. Auch die von den Befragten genannten historischen Positivbeispiele für Political Leadership waren zum Zeitpunkt ihres Wirkens nicht immer unumstritten, sie waren zudem fast durchgehend Figuren des Umbruchs /Aufbaus, also Profiteure eines bestimmten Zeitgeistes – ein Verweis für die Kontextgebundenheit von Political Leadership.

Es stellt sich allerdings auch die Frage, ob die aktuelle Unzufriedenheit und Frustration auf Seiten der JournalistInnen mit Zeitabstand, dann im Rückblick, vielleicht weniger vernichtend ausfallen würde, ob Leadership oder zumindest die Performance von PolitikerInnen oft erst im Zeitverlauf, also mit Abstand zu beurteilen ist.

### **Allheilmittel Bildung und Ausbildung**

Nach einhelliger Meinung der Befragten kommen vor allem Bildungs- und Ausbildungsmaßnahmen als mögliche Impulsgeber für eine Hebung der Qualität in der Politik und für Political Leadership im Besonderen in Frage. In die Pflicht genommen werden dabei die PolitikerInnen sowohl persönlich, als auch in ihren jeweiligen Funktionen als VolksvertreterInnen oder ParteipolitikerInnen zu einer Verbesserung der Bildungs- und Ausbildungssituation bei PolitikerInnen, JournalistInnen und BürgerInnen beizutragen, denn gute Allgemeinbildung, verbesserte Ausbildung und adäquate politische Bildung werden für alle ProtagonistInnen gleichermaßen gefordert.

### **Und Mut**

Übergreifend herrscht außerdem Einigkeit darüber, dass mehr Mut nicht nur wünschenswert, sondern auch im Sinne von Political Leadership und einer höheren Qualität in der Politik absolut nötig ist: Mehr Mut beim Kommunizieren und Handeln. Von Political Leaders wird auch persönliches Risiko, also die eigene Wiederwahl im Interesse der Durchsetzung wichtiger Ziele/Reformen zu riskieren, erwartet. Vor diesem Hintergrund bieten sich als zukünftige Forschungsfragen an: Wie müssten Maßnahmen für Bildung und Personalentwicklung aussehen, die diesen Forderungen Rechnung tragen? Und: Wie lässt sich Mut in der bzw. für die Politik erlernen oder trainieren?

### **Fußnoten:**

1) Nicht dass es für die BürgerInnen unmöglich wäre, sich auch außerhalb der österreichischen Medienlandschaft Informationen über die heimische Politik und ihre RepräsentantInnen zu verschaffen und damit weniger abhängig von den hierzulande agierenden Medien zu sein: es erfordert aber besonderes Interesse an Differenzierung, zusätzlichen Aufwand und letztlich auch Vorkenntnisse, wo sich derartige Informationen finden.

2) Definition von Political Leadership der OEGPW-Sektion: Basierend auf dem jeweiligen politischen Kontext meint Political Leadership das Wollen und die Fähigkeit einer Person oder Gruppe gesellschaftliche Prozesse nachhaltig zu gestalten, wobei gilt: Einhaltung der Menschenrechte, Allgemeinwohl vor Eigennutz und Einbindung der Beteiligten vor Alleingängen.

### **Anhang: Leitfaden der qualitativen Interviews**

Frage 1: Was verstehen Sie unter Political Leadership?

Frage 2: Wie definieren Sie Professionalität in der Politik?

Frage 3: Was ist für Sie Qualität in der Politik?

Frage 4: Kann es aus Ihrer Sicht Qualitätsstandards in der und für die Politik geben?

Frage 5: Welche Rolle spielen Ihrer Erfahrung nach MedienvertreterInnen im Zusammenhang mit Political Leadership, Professionalität in der Politik, Qualität in der Politik?

Fragen zur aktuellen Lage von Political Leadership und Qualität in der Politik (IST)

Frage 6: Könnten Sie uns ein begründetes Beispiel (+ WARUM) von

a) derzeit aktiven PolitikerInnen (Österreich oder international) nennen, die für Sie positive Beispiele für Political Leadership in der Politik sind?

b) historischen PolitikerInnen (Österreich oder international) nach 1945 nennen, die als positives Beispiel für Political Leadership in der Politik gelten?

Frage 7: Wie würden Sie insgesamt die aktuelle Situation Österreichs bezogen auf



- a) Political Leadership beschreiben:
- b) Professionalität in der Politik beschreiben:
- c) die Qualität der Politik beschreiben:
- d) Und wie sehen Sie Österreich da im internationalen Vergleich?

Frage 8: Wenn Sie sich Österreich vor Augen halten:

- a) Was müsste sich ändern (um einen positiven Entwicklungsschub für mehr Political Leadership, mehr Professionalität in der Politik und mehr Qualität in der Politik auszulösen)?
- b) Wer könnte etwas dazu aktiv beitragen und wie?
- c) Wer oder was stünde einer möglichen positiven Veränderung entgegen?

Frage 9: Ganz allgemein wie sehen Sie die künftige Entwicklung (Trends) von Political Leadership, Professionalität in der Politik und Qualität in der Politik?

Frage 10: Wie sehen Sie als CR Ihre künftige Rolle vor dem Hintergrund dieser Entwicklung?

Frage 11: Bitte um Ihren Kommentar zur aktuellen PL-Definition der Sektion „Political Leadership“: Basierend auf dem jeweiligen politischen Kontext meint Political Leadership das Wollen und die Fähigkeit einer Person oder Gruppe gesellschaftliche Prozesse nachhaltig zu gestalten, wobei gilt: Einhaltung der Menschenrechte, Allgemeinwohl vor Eigennutz und Einbindung der Beteiligten vor Alleingängen.

### **Literaturverzeichnis**

Barnes, Samuel H. (1967). Leadership Style and Political Competence, in: Lewis J. Edinger (Hg.), Political Leadership in Industrialized Societies, New York / London / Sydney: John Wiley & Sons, 59 – 83.

Bennis, Warren (1989). Why Leaders Can't Lead. The Unconscious Conspiracy Continues, San Francisco: Jossey-Bass Publishers.

Blondel, Jean / Jean Louis Thiébault (Hg.) (2010). Political Leadership, Parties and Citizens. The Personalization of Leadership, New York: Rutledge.

Burns, James McGregor (2006). Running Alone. Presidential Leadership JFK to Bush II. Why It Has Failed and How We Can Fix It, New York: Basic Books.

Burns, James McGregor (1979). Leadership, New York: Harper & Row

Campbell, David F. J. (2012). Die österreichische Demokratiequalität in Perspektive. In: Ludger Helms / David M. Wineroither (Hg.): Die österreichische Demokratie im Vergleich, Baden-Baden: Nomos, 293 - 315.

Campbell, David F. J./Christian Schaller (2002). Demokratiequalität in Österreich. Zustand und Entwicklungsperspektiven, Opladen: Leske + Budrich  
(<http://www.ssoar.info/ssoar/View/?resid=12473>)

Chomsky, Noam / Edward S. Herman (2011): Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, Kindle Edition, New York: Pantheon.

Cleveland, Harlan (1989), The Knowledge Executive. Leadership in an Information Society. New York: Truman Talley Books.

Crouch, Colin (2008). Postdemokratie, Frankfurt a.M.: Edition Suhrkamp.

Dahl, Robert A. (1998). On Democracy, New Haven / London: Yale University Press.

Edelman, Murray (2005<sup>3</sup>). Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns, Frankfurt / New York: Campus Vlg.

Elgie, Robert (1995). Political Leadership in Liberal Democracies, New York: Palgrave Macmillan.

Femia, Joseph / András Körösey / Gabriella Slomp (Hg.) (2009). Political Leadership in Liberal and Democratic Theory, Exeter: Imprint Academic.

Filzmaier, Peter, Peter Plaikner, Karl Duffek (Hg.) (2006) Mediendemokratie Österreich, Böhlau.

Filzmaier, Peter (2006). Das österreichische Politik- und Mediensystem im internationalen Vergleich in: Mediendemokratie Österreich (2006), 119-141

Glaab, Manuela (2010). Public Leadership – theoretische Zugänge, Befunde und Perspektiven der Forschung, in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP), Schwerpunktthema Political Leadership, 39. Jg (2010), H. 3, 321 -335.

Hallin, Daniel C. / Paolo Mancini (2004): Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics, Kindle Edition, New York: Cambridge University Press.

Helms, Ludger (2012), Democratic Political Leadership in the New Media Age: A Farewell to Excellence? In: The British Journal of Politics and International Relations (BJPIR) Jg 2012, 1 - 20.

Heifetz, Ronald A. /Marty Linsky (2002). Leadership on the Line. Staying Alive through the Dangers of Leadership, Boston: Harvard Business Review Press.

Integral Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H (Hg.) (2012): Austrian Internet Monitor 2011, Wien, <http://www.integral.co.at>

Isolatus, Pekka /Merja Almonkari / Johanna Mäkelä (2010). What do media require of political leaders? The case of the Finnish minister who resigned because of his text messages, Paper presented at the 60<sup>th</sup> Political Studies Association Annual Conference, Edinburgh.

Jankowitsch, Regina M. (2011). Rhetorik-Coaching für PolitikerInnen: Wer Veränderungen kommunizieren kann hat Zukunft, in: Ferry Thierry (Hg.), Politische Beratung in Österreich, Wien: Braumüller, 161 -168.

Jankowitsch, Regina M. (2009). Chancen und Grenzen von Coaching in der politischen Führung, in: Zeitschrift für Politikberatung (ZPB), 2. Jg (2009) H. 2, 285 - 295.

Jankowitsch, Regina M. (2008). Political Leadership – Konturen eines Ansatzes, in: Pollack, Johannes / Fritz Sager / Ulrich Sarcinelli / Annette Zimmer (Hg.), Politik und Persönlichkeit, Wien: Facultas, 197 – 210.

Jankowitsch, Regina M. / Annette Zimmer (Hg.) (2008). Political Leadership: Annäherungen aus Wissenschaft und Praxis, Polisphäre.

Jankowitsch, Regina M. (2005). Ich trete an! 10 Erfolgsfaktoren, für alle, die gewählt werden wollen, Wien: Ueberreuter.

Kellerman, Barbara (2008). Followership. How Followers Are Creating Change and Changing Leaders. Boston: Harvard Business Press.

Kellerman, Barbara (2004). Bad Leadership. What It Is, How It Happens, Why It Matters, MacGraw Hill Professionell: Boston.

Kellerman, Barbara (2012). The End of Leadership, Kindle Edition, New York: HarperBusiness.

Korzi, Michael J. /2004). A Seat of Popular Leadership. The Presidency, Political Parties, and Democratic Government, Amherst / Boston: University of Massachusetts Press.

Lakoff, George (2008). The Political Mind. A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics, New York: Penguin Books.

Mutz, Diana C. (2002). The Consequences of Cross-Cutting Networks for Political Participation, in: American Journal of Political Science, Bd. 46, Nr. 4, (10/2002), 838 - 855.

Mutz, Diana C., Paul S. Martin (2001). Facilitating Communication across Lines of Political Difference: The Role of Mass Media, in: American Political Science Review (03/2001) v95 i1, p97, 1-22.

Nye, Joseph S. Jr. (2008), The Powers to Lead, New York: Oxford University Press.

Nyhan, Brendan, John Sides (2011). How Political Science Can Help Journalism (and Still Let Journalists Be Journalists), in: The Forum Bd. 9/1/Art. 2, (2011).

ORF Medienforschung, <http://www.mediaresearch.orf.at>

Pelinka, Anton (2010). Der überschätzte Präsident. Anmerkungen zum Leadership-Diskurs anhand des „mächtigsten Mannes der Welt“, in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP), Schwerpunktthema Political Leadership, 39 (2010), H. 3, 273-287.

Plasser, Fritz (Hg.) (2009). Politik in der Medienarena: Praxis politischer Kommunikation in Österreich, Facultas.wuv Universitätsverlag.

Plaikner, Peter (2006). Die Medienlandschaft zwischen Donau-Wasserkopf und Alpen-Herrgottswinkel, in: Mediendemokratie Österreich (2006), 179-203.

Reader's Digest (Hg.) (2012). Trusted Brands 2012: Europeans Trust Politicians Less than Car Salesmen, Press Release March 2012, <http://www.rdrtrustedbrands.com> .

Rahat, Gideon / Tamir Sheafer (2007). The Personalization(s) of Politics: Israel, 1949-2003, in: Political Communication 24 (2007), Routledge Taylor & Francis Group, 65 -80.

Reich, Robert B. (1988). The Power of Public Ideas, Cambridge / London: Harvard University Press.

Ruscio, Kenneth P. (2008), The Leadership Dilemma in Modern Democracy. New Horizon in Leadership Studies, Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing Ltd.

Sebaldt, Martin / Henrik Gast (Hg.) (2010). Politische Führung in westlichen Regierungssystemen. Theorie und Praxis im internationalen Vergleich, Wiesbaden: VS-Vlg. f. Sozialwissenschaften.

Seethaler, Josef / Gabriele Melischek (2006). Die Pressekonzentration in Österreich im Europäischen Vergleich, in: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP), 35. Jg (2006) H. 4, 337 – 360.

Sheafer, Tamir / Jonathan Cohen / Yariv Tsfati (2008). The Influence of Presumed Media Influence in Politics. Do Politician`s Perceptions of Media Power Matter?, in: Public Opinion Quarterly 1/0 (2008), 1 - 14.

Sheafer, Tamir (2008). Charismatic Communication Skill, Media Legitimacy, and Electoral Success, in: Journal of Political Marketing 7/1, The Haworth Press.

Shirky, Clay (2011). The Political Power of Social Media. Technology, the Public Sphere and Political Change, in: Foreign Affairs January/February 2011, Council on Foreign Relations.

Ullmann, Iris (2009). Causa Austria. Haider – Vranitzky – Schüssel. Eine Studie zu political Leadership, in: Pelinka, Anton (Hg.), Studien zur politischen Wirklichkeit Bd. 23, Wien: Braumüller.

Verein Arbeitsgemeinschaft Media-Analysen (Hg.) (2012): Österreichische Medienanalyse 2011, Wien. <http://www.media-analyse.at>

Vorhofer, Hannes (2010). Redaktionelle Politikvermittlung in politischen Routinephasen in Österreich, Präsentationsunterlagen.

Westen, Drew (2007). The Political Brain. The Role of Emotion in Deciding The Fate of The Nation, New York: Public Affairs.

Winerither, David M. / Doris Wolfslehner (Hg.) (2010). Schwerpunktthema: Political Leadership, Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft (ÖZP), 39. Jg (2010), H. 3.

AutorInnen:

Regina M. Jankowitsch, Selbständig als Coach und Kommunikationstrainerin seit 1999, Lehrbeauftragte der Universität Wien (Publizistik, Juridische Fakultät) sowie der Donauuniversität Krems, Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Politische Berater, Mitglied der Schiedskommission der Medizinischen Universität Wien.

Publikationen: Rhetorik-Coaching für PolitikerInnen: Wer Veränderungen kommunizieren kann, hat Zukunft. In: Politische Beratung in Österreich, Ferry Thierry (Hg.), Braumüller, Wien 2011, S. 161 - 168.

Chancen und Grenzen von Coaching in der Politik. In: ZPB, 2/2009, S. 285 - 295.

Political Leadership - Konturen eines Ansatzes. In: Politik und Persönlichkeit, Pollak/Sager/Sarcinelli/Zimmer (Hg.), Wien 2008.

Jankowitsch, Regina M./Zimmer Annette (Hg.) Political Leadership - Annäherungen aus Wissenschaft und Praxis, polisphere, Berlin 2008.

Ich trete an! - 10 Erfolgsfaktoren für alle, die gewählt werden wollen. Wien, Ueberreuter, 2005

Im Rampenlicht der Börse - Mit Charisma zum Erfolg. Frankfurt/M., FAZ, 2001

K. & k. Eitelkeiten - Mode und Uniformen unter Kaiser Franz Joseph. Wien, Ueberreuter 1997

Bettina Pepek, Selbstständig als Kommunikationsberaterin und Trainerin seit 2011 , Lehrbeauftragte der Universität Wien, Publizistikinstitut sowie an der

Donauuniversität Krems,

Derzeit im Abschlussjahrgang für Politische Kommunikation, Fachgebiet

Political Leadership , Donauuniversität Krems und Mitarbeit am

Forschungsprojekt „Political Leadership, Professionalität und Qualität in

der Politik in Österreich aus journalistischer Sicht“, der OEGPW-Sektion

Political Leadership.

Publikationen: „Compliance&Kommunikation: Plädoyer für ein integriertes Verständnis“, in  
Compliance Praxis Nr 2 /2012

Iris Ullmann, Politologin, Drittmittelforschungsprojekt zu „Leader und Followers zwischen  
Hoffnung und Angst – die Integrationsfunktion von Political Leadership“ an der Universität  
Innsbruck und Mitarbeit am Forschungsprojekt „Political Leadership, Professionalität und  
Qualität in der Politik in Österreich aus journalistischer Sicht“, der OEGPW-Sektion Political  
Leadership. Forschungsschwerpunkte: Political Leadership in demokratischen Systemen mit  
besonderem Fokus auf der Beziehung zwischen Leadership und Followership, politische  
Kommunikation und neue Medien. Aktuelle Publikationen: Causa Austria. Haider – Vranitzky  
– Schüssel. Eine Studie zu political Leadership, Wien 2009. Korrespondenzadresse:  
Reichenauerstraße 76A, 6020 Innsbruck , Email: iris.ullmann@chello.at, Web-Site:  
irisullmann.com

Sektion Political Leadership, 2007 im Rahmen der Österreichischen Gesellschaft für  
Politikwissenschaft gegründet in der Absicht, das Spezialgebiet „Political Leadership“ ins  
Zentrum einer intensiven wissenschaftlichen wie gesellschaftlichen Debatte zu rücken.  
Dahinter steht die Überzeugung, dass ein Erkenntnisgewinn in Fragen der politischen  
Führung über die enge wissenschaftliche Sphäre hinaus von gesamtgesellschaftlicher  
Relevanz ist, im Sinne einer nachhaltigen, am Menschen orientierten Politik daher auch ein  
Beitrag zur Qualität der politischen Kultur in Österreich und der Qualität politischer Führung  
sein kann.

Fragen zu Political Leadership werden in regelmäßigen Treffen der Mitglieder fachlich  
diskutiert, Referenten aus der politischen „Praxis“ zu öffentlichen Vorträgen eingeladen,  
(Nachwuchs)forscherInnen durch die Möglichkeit zur Mitarbeit, die Möglichkeit zu

Vorträgen beziehungsweise die Möglichkeit zu Publizieren aktiv gefördert. In dieser Tradition steht auch die laufende JournalistInnenstudie zu Political Leadership.