

Wie die Styria die Printmedienlandschaft in Slowenien und Kroatien weiter aufrollt.

# Erotik für den Balkan

TEXT HEIKE HAUSENSTEINER

**M**edienhäuser sind gewinnorientierte Unternehmen. Der Fall des Eisernen Vorhangs war die Chance. Also investierten nicht nur die OMV oder österreichische Weinbauern in den postkommunistischen Ländern. Auch Verlags-häuser wie die Grazer Styria. Ihr bevorzugtes Investitionsgebiet: Südosteuropa. Jüngstes Kind ist in Slowenien die Tageszeitung „Zurnal24“, ein Schwesterblatt der vor vier Jahren gestarteten Wochenzeitung „Zurnal“. Beide sind Gratiszeitungen. Die Styria will auf dem Erfolg der Wochenausgabe aufbauen und die Marke mit dem wöchentlichen und dem täglichen Blatt sowie dem Online-Portal auf drei Säulen stellen. Die Slowenen sollen besser eine Gratiszeitung lesen als gar keine Zeitung lesen, lautet der Anspruch.

Dass „Zurnal“ und „Zurnal24“ kostenlos verteilt werden, ist nach Ansicht des slowenischen Journalisten Igor Drakulic auch der Hauptgrund, weshalb man sie überhaupt liest. „Zurnal“ hat vielleicht mehr Themen und die Artikel sind ein bisschen länger als in ‚Zurnal24‘, aber sie sind einander sehr ähnlich.“ Für ihn ist klar: „Die beiden Zeitungen würden nicht überleben, wenn man für sie zahlen müsste.“ Einige sehr bekannte Journalisten Sloweniens schreiben dort. „Sie machen gute Arbeit, aber ich glaube, dass ‚Zurnal24‘ andere Tageszeitungen, Radio- oder Fernsehprogramme nicht vollständig ersetzen kann.“ Die Anzeigen-

erlöse für die Styria können sich hingegen sehen lassen: Diese haben bereits 2006 gegenüber 2005 um 40 Prozent zugelegt.

**VOLKSZEITUNG.** Mit fünf Regionalausgaben (Ljubljana, Primorska, Dolenjska, Stajerska, Gorenjska) möchte „Zurnal24“ „junge, urbane, aktive“ Leser mit Nachrichten und Service versorgen und die auflagenstärkste Qualitätszeitung in allen Zentren Sloweniens werden. Der Internetauftritt unter [www.zurnal24.si](http://www.zurnal24.si) ist sehr bunt, aber übersichtlich. Banner werben u.a. für die Steiermark, für Osttirol, Kärnten, Raiffeisen und die Euro2008 – damit alles klar ist. Blogs wie mit der Miss Slowenien 2007, Tadeja Termar, gehören ebenfalls zum Konzept. Der bisher größten (kostenpflichtigen) Qualitätstageszeitung „Delo“ („Arbeit“) kann es offensichtlich nicht das Wasser reichen. Das versucht die Styria mit dem höherwertigen „Dnevnik“ („Tagebuch“). Er sei eine „Light-Version“ von „Delo“ „für weniger anspruchsvolle Leser“, sagt Igor Drakulic. „Die Kommentare gehen weniger in die Tiefe, die Artikel sind kürzer.“ Die beiden Tageszeitungen erscheinen bereits seit mehr als 50 Jahren. Nach Darstellung der Styria erreicht der „Dnevnik“ „die breiteste Öffentlichkeit“. Er werde „von Frauen und Männern, Jung und Alt, Beschäftigten und Arbeitslosen, Politikern, Wirtschaftstreibenden ebenso wie von Schülern und Studenten, von Arm und Reich gelesen.“ Doch zahlenmäßig kommt Styrias „Volkszeitung“, so die Eigendefinition, (noch) nicht an

„Delo“ heran: Dieser hat eine Auflage von 120.000 und bis zu 570.000 Leser. Der „Dnevnik“ ([www.dnevnik.si](http://www.dnevnik.si)) ist mit einer Auflage von 58.000 und 150.000 Lesern die zweitgrößte Tageszeitung Sloweniens. In der Wochenbeilage „Hopla“ liefert die Styria den Lesern leichte Unterhaltungskost mit Geschichten aus dem Showbiz, über Promis, Mode und „prickelnde Erotik“, Kochtipps, Preisausschreiben und das „unentbehrliche Kreuzworträtsel“. Am freien Markt würde „Hopla“ wohl kaum überleben.

**SEX AND CRIME.** Im Dnevnik-Verlag, an dem die Styria Medien International AG (SIAG) mit 25,7 Prozent beteiligt ist, erscheint außerdem die größte Wochenzeitung des Landes: „Nedeljski Dnevnik“ will als Zielgruppe offenbar in erster Linie ältere Leser ansprechen, mit „Geschichten von Glück und Trauer, Heim und Familie, Leben und Gesundheit, Spiel und Sport, Tieren und Pflanzen.“ So habe sich „Nedeljec“ „für unglaublich viele Menschen zu einem unentbehrlichen Bestandteil ihres Lebens entwickelt“. Gegründet 1961, werden mit einer Druckauflage von 130.000 mehr als 400.000 Leser erreicht (ein Fünftel von ganz Slowenien). Schließlich versucht sich die Styria auch noch am breiten Boulevard mit „Direkt“ ([www.direkt.si](http://www.direkt.si)). Mit viel Sex and Crime, Fotos und Kurznachrichten will man „schnell zur Sache kommen“. Die Tageszeitung gilt als noch schlimmer als die große Konkurrentin „Slovenske novice“, die beliebteste Boulevardzeitung Sloweniens.

In Kroatien hat die Styria International AG mit „24 sata“ und der „Večernji list“ zwei der drei stärksten Ta-



**DIE STYRIA** ist in Slowenien und Kroatien fest verankert und streckt die Fühler weiter im ehemaligen Jugoslawien aus.



geszeitungen des Landes in der Hand. „24 sata“ („24 Stunden“) ist ihr eigenes Baby und erscheint seit März 2005, die kleinformatische Tageszeitung ist leicht lesbar und billig – nicht nur aufgrund der vielen Pin-Ups und Kreuzworträtsel. Mit einem Verkaufspreis von umgerechnet 35 Cent – verkaufte Auflage: 145.000 (zusätzlich werden 150.000 Exemplare gratis verteilt, etwa die Hälfte davon in Zagreb) – kostet sie ungefähr halb so viel wie die Konkurrenten. Sie gilt nicht unbedingt als Qualitätszeitung, so dass sie die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE) erst gar nicht auf die Liste der täglich zu liefernden Zeitungen gesetzt hat. Dessen ungeachtet erreicht „24 sata“ mehr als eine Million Leser ([www.24sata.hr](http://www.24sata.hr)).

**UNABHÄNGIG?** Ebenfalls zu 100 Prozent besitzt die Styria in Kroatien seit 2005 die zweitgrößte Tageszeitung, die 1959 gegründete „Vecernji list“ („Abendblatt“, [www.vecernji.hr](http://www.vecernji.hr)). Die Traditionszeitung kann auf 640.000 Leser zählen (verkaufte Auflage: mehr als 100.000). „Vecernji list“ und „24 sata“ legt die Styria die „TV-Woche“, „TV tjedan“ bei; die Fernsehbeilage hat es mit 1,2 Millionen Lesern auch auf Inseratenkunden abgesehen. Für die Auslandskroaten wird eine eigene Auslandsausgabe des freundschaftlich

**KLAUS SCHWEIGHOFER**, zuständig für Styrias Beteiligungen in Kroatien und Slowenien: „Natürlich interessiert uns der gesamte Raum des ehemaligen Jugoslawien.“

„Vecernjak“ genannten Abendblattes in Frankfurt/Main hergestellt.

Als „wirklich unabhängig“ schätzt Heinz Habertheuer den „Vecernji list“ aber ebenfalls nicht ein. Er beobachtet für die OSZE den Fortschritt der demokratischen Reformen in Kroatien. „Wir attestieren zwar offiziell die Medienfreiheit“ – die Parteilastigkeit der Medien sei aber nach wie vor offensichtlich. Ein weiteres Problem sei die unregelmäßige Ausbildung der Journalisten. „Dementsprechend miserabel sind zeitweilig die Artikel“ und Desinformation sei an der Tagesordnung.



**HEIKE HAUSENSTEINER** ist freie Journalistin in Wien.  
eMail: heike.hausensteiner@chello.at

Mirella Rasic von der Delegation der EU-Kommission in Zagreb bemängelt die EU-Berichterstattung des Kandidatenlandes („weit davon entfernt, gut zu sein“). Hier könnte die Styria also noch nachbessern. Und offenbar auch was die Arbeitsrechte und Bezahlung der Journalisten betrifft. Stojan DePrato, kroatischer EU-Korrespondent in Brüssel, bestätigt, dass die österreichischen Gewerkschaften ihren Kollegen bereits ihre Unterstützung zugesagt hätten.

Vorerst wartet man in Graz aber eine Entscheidung der Wettbewerbsbehörde in Zagreb ab. Was ansteht, ist die mögliche Übernahme der Wirtschaftszeitung „Poslovni Dnevnik“ inklusive Internet-Portal ([www.poslovni.hr](http://www.poslovni.hr)). Die Kooperation hätte frühestens im März beginnen sollen. Das Kartellamt entscheidet aber erst in einem Monat, „spätestens in sechs Monaten“, sagt Klaus Schweighofer, zuständig für Styrias Beteiligungen in Kroatien und Slowenien, auf Anfrage. Ob die Grazer ihre Fühler nach Slowenien und Kroatien noch weiter in Richtung Südosteuropa ausstrecken werden? „Natürlich interessiert uns der gesamte Raum des ehemaligen Jugoslawien.“ ■

## Goldgräber im Osten

**AUCH DAS VORARLBERGER MEDIENHAUS** von Eugen Russ („Vorarlberger Nachrichten“) ist stark in Osteuropa vertreten: Unter der Bezeichnung „Inform Media“ hält man in Ungarn 21 Titel und in Rumänien 14 Titel. In Ungarn zählen dazu drei Tageszeitungen und zehn Gratiszeitungen, in Rumänien sechs Tageszeitungen und ebenfalls eine Handvoll Gratiszeitungen. Jüngst expandierten die Vorarlberger in die Ukraine, wo sie zwei Gratis-Wochenzeitungen erwarben. Das in Österreich von Georg Wailand und Georg Waldstein herausgegebene Wirtschaftsmagazin „Gewinn“ hat seit vier Jahren unter dem Titel

„Haszon“ einen Ableger in Ungarn. Die Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ) ist zwar „nur“ in Österreich stark vertreten. Die WAZ-Ostholding hat jedoch ihren Sitz in Wien, Geschäftsführer ist der in Budapest geborene frühere SPÖ-Bundesgeschäftsführer Andreas Rudas. Etwa in Bulgarien ist die WAZ Marktführer und größter Anteilseigner im Printsektor (u.a. die drei größten Tageszeitungen), in Mazedonien hat sie quasi eine Monopolstellung. In Kroatien ist sie ebenfalls stark vertreten (50-Prozent-Anteil an „Europa Press Holdings“ mit zwei Tageszeitungen und elf Magazinen).