

Killer Content versus Kommerz.
Ein Dossier.

Von MARIETTA BÖNING

Interview* mit Stefan Gmünder

Stefan Gmünder ist verantwortlicher Redakteur für die Buchseiten in der Wochenendbeilage Album der Tageszeitung Der Standard.

* Das Gespräch wurde im August 2004 geführt und durch schriftliche Zusatzfragen im Januar 2005 ergänzt.

Welche Wettbewerbsvorteile hat das *Album* gegenüber dem Spektrum [Anm.: Feuilleton-Beilage der österreichischen Tageszeitung *Die Presse*]?

Die Journalisten sind jünger, die Gestaltung ist flexibler und innovativer und die Kommentierung ist besser.

Welche Wettbewerbsvorteile hat der Literaturteil des *Album* gegenüber dem Literaturteil des *Spektrum*?

Die Texte sind seit der Umstrukturierung des *Album* im Jahr 2003 kürzer geworden. Das ist zum einen positiv, da mehr Artikel gebracht werden können, andererseits kommen bei uns die langen Essays zu kurz, in denen sich die Gedanken des Autors besser entfalten können. [Anm.: 2003 fand eine programmatische Re-Positionierung des *Album* statt. Es besteht nun aus einem Inhaltsschwerpunkt (Dossier), einem Essay, zwei Seiten mit Buchkritiken und einer Wissenschaftsseite. Neu ist das Dossier. Zuvor wurden die Seiten für andere feuilletonistische Beiträge genutzt.]

Wie bewerten Sie die programmatischen Änderungen beim *Album* seit der Umstrukturierung?

Das Thema Kultur wurde etwas zurückgedrängt. Auch werden Musts wichtiger. Beispielsweise rücken prominente Verlage in den Vordergrund und Bücher, die überall besprochen werden, werden auch bei uns besprochen. Dieser Trend hat sich noch verstärkt. Auch die zeitige Besprechung ist wichtig.

Sind Ihnen die LeserInnenzahlen des *Album* neu/*Album* alt beziehungsweise der Literaturseite bekannt? Wurden die Änderungen mit ökonomischen Argumenten begründet?

Zahlen sind mir nicht bekannt, und die Änderungen wurden nicht begründet. (Die ökonomischen Vorteile sind aber klar.)

Achten Sie auf Ausgewogenheit bei der Auswahl der zu besprechenden Bücher in Bezug auf das literarische Genre (Prosa, Lyrik, Essay)?

Den Genres konnte vor der Umstrukturierung größeres Augenmerk geschenkt werden, aber natürlich wird auch heute darauf geachtet.

Welchen Anteil hat österreichische Literatur?

Ca. 50%.

Welches Bild hinterlässt *derStandard.at* beziehungsweise *derStandard.at/Literatur* bei Ihnen?

Es handelt sich um ein annehmbares Unterhaltungsmedium, nicht aber um Qualitätsjournalismus.

Wie oft sehen Sie sich die Literaturseite im *Kultur-Channel* an?

Täglich.

Zu welchem Zweck?

Um mir einen Überblick zu verschaffen.

Was fehlt Ihnen am Standard online, das verhindert, dass Sie die E-Zeitung als Qualitätsmedium wahrnehmen können?

Die Kriterien für Qualitätsjournalismus sind Stil, Klarheit, Prägnanz, analytisches Bewusstsein.

Glauben Sie, dass die Zugriffszahlen auf die Buchbesprechungen in der Internetausgabe eine Argumentationsgrundlage für die Gestaltung der Bücherseite des *Album* abgeben könnten? Die Zugriffe könnten etwa nach den oben genannten journalistischen Kriterien und literarischen Genres geclustert und gemessen werden.

Ja, das ist auch meine These.

Haben Sie von mir abgesehen auch Kontakt zur Online-Kulturredaktion beziehungsweise der Online-Redaktion?

Bis auf Ausnahmefälle gibt es keinen Kontakt; wenn, dann mit der Ressortleitung der Online-Kultur. Der Kontakt zur Kulturredaktion ist aber wünschenswert.

Sehen Sie technische Vorteile im Internet, die auch für die Literaturberichterstattung nützlich wären? Beispiel: Für Bildbandbesprechungen oder die wöchentlichen Kurzkritiken würden sich Diashows vorzüglich eignen. Mehr Bilder könnten gezeigt werden, die optische Qualität wäre zudem besser. Und das hätte für alle Beteiligten einen Vorteil: Album, Online-Redaktion, Verlage.

Das ist eine sehr gute Idee.

Zusatzfragen im Januar 2005

1. Lesen Sie die Postings unter Ihrem und/oder anderen Zeitungsartikeln auf *derStandard.at*?

- Ja (X)
- Nein ()

2. Für wie wichtig halten Sie die Möglichkeit der User, direkt Kommentare abgeben zu können?

- Ist der Ausbildung einer diskursfähigen Öffentlichkeit eher dienlich (X)
- Ist der Ausbildung einer diskursfähigen Öffentlichkeit eher nicht dienlich ()
- Eine Community ist nur etwas für spezielle Freaks und erreicht die wichtige Masse nicht ()

3. Würden Sie als Autor auf Userkommentare zu Ihren Artikeln reagieren?

- Ja ()
- Nein (X)

4. Lesen Sie Qualitätszeitungen im Internet?

- Ja, Onlinemedien mit hohem Differenzierungsgrad wie netzeitung.de, spiegel.de, salon.com o.ä. ()
- Ja, Online-Ausgaben der großen Feuilleton-Zeitungen, weil die Artikel nichts kosten (X)
- Nein ()

5. Halten Sie die Agenturartikel auf derStandard.at/Kultur für hinreichend informativ? Oder ist der News-Wert zu gering, so dass es dieser Ausführlichkeit im gegebenen Maße nicht unbedingt bedürfte?

- Weniger wäre schädlich (X)
- Weniger wäre dann besser, wenn stattdessen ein paar Eigengeschichten dazu kämen ()
- Kann ich nicht einschätzen ()

6. Halten Sie die Berichterstattung von *derStandard.at/Kultur* für gründlich?

- Ja (X)
- Nein ()

7. Was ist Ihr Eindruck: Entspricht der Evaluierungsakt an APA-Meldungen seitens der Online-Kulturredaktion?

- Primär normativen Gesichtspunkten ()
- Gesichtspunkten, die einer kulturellen Vielheit Rechnung tragen wollen ()
- Beides kann man nicht sagen, gerade weil die Berichterstattung zum größten Teil von der APA vordefiniert wird (X)

8a. Ihre kulturtheoretische Einschätzung: Vertreter der Cultural Studies beschwören den kulturellen Vielheitsaspekt, dem die moderne Massenkultur(berichterstattung) Rechnung trage. Andere Kulturkritiker (auch zeitgenössische, nicht nur die Vertreter der Frankfurter Schule) bemängeln, dass der kulturelle Anspruch des klassischen Bildungsbürgertums schwindet (wert-frei gemeint und unabhängig davon, ob einem schwindenden Bildungsbürgertum in irgendeiner Art nachgetrauert wird), der zur Folge habe, dass sich das kulturelle Angebot beziehungsweise die Berichterstattung zu einem „more of the same“ entwickelt. Sind Sie ein

- Optimist? ()
- Pessimist? (X)
- Kann ich so pauschal nicht sagen ()

8b. Vielleicht wollen Sie das begründen. Oder festhalten, dass Ihre Ansicht aus langjähriger Beobachtung der medialen Praxis im deutschsprachigen Raum stammt oder aber Sie stellen fest, dass Ihre Ansicht darüber vorgeprägt ist (Kulturtheorie, humanistische Bildungswerte und dergleichen.)

Ich glaube, dass der Eindruck des „more of the same“ oder des „what you see is what you get“ richtig ist. Bei mir hat das sicher teils mit einer Vorprägung durch Lektüren, die zu meiner Jugendzeit noch en vogue waren (vor allem Texte der Frankfurter Schule, aber auch Kittler etc.) zu tun. Andererseits ist es durch positivistische Beobachtung, sprich Lektüre, der Kulturteile ganz klar, was sich geändert hat. Das, was früher dazugehörte, nämlich das Sichten von Neuem, Neugier gegenüber dem Unbekannten etc. findet kaum mehr statt. Das hängt einerseits mit dem geringeren Personalbestand der Redaktionen, andererseits mit einer neuen Generation von Journalisten, die meiner Meinung nach zu sehr (als Kultur getarnten) Phänomenen (das Phänomen Schlingensiefel, das Phänomen Schmidt, etc.), Trends und somit Äußerlichkeiten aufsitzen, ohne diese auf ihren Inhalt zu befragen und auch ohne zu merken, wie sie die medialen Köder, die ihnen hingeworfen werden, schlucken. Das wiederum hat mit einer bestimmten Weltsicht des Dabeiseinwollens, der Affirmation und der mangelnden Kenntnis von Traditionen zu tun.

Interview* mit Mirella Kuchling

Mirella Kuchling ist Online-Redakteurin bei der *Kleinezeitung.at*.

* Der Fragebogen wurde im Januar 2005 beantwortet. Kommentare von Frau Kuchling sind kursiv gedruckt.

1. Würden Sie als Journalistin die Postings unter Ihrem und anderen Artikeln lesen, falls es eine Online-Community gäbe?

- Ja (X)
- Nein ()

2. Für wie wichtig halten Sie die Möglichkeit der User, direkt Kommentare abgeben zu können?

- Ist der Ausbildung einer diskursfähigen Öffentlichkeit eher dienlich (X)
- Ist der Ausbildung einer diskursfähigen Öffentlichkeit eher nicht dienlich, ist nur Geplänkel ()
- Eine Community ist nur etwas für spezielle Freaks und erreicht die wichtige Masse nicht ()

Anm.: Ich glaube, dass diese Möglichkeit sehr wichtig ist, immerhin wird sie ja auch bei Zeitungen, wo der Weg ungleich mühsamer ist, häufig genutzt. Außerdem lese ich selbst gerne diese Kommentare, auch wenn ich den Artikel nur überfliege. Aus Erfahrung weiß ich auch, dass hitzigste Debatten entstehen können, wo dann überlegt wird, inwieweit der Webmaster sich einbringen soll. Bei gewissen Belangen (politische, ethische) ist das sowieso so.

3. Würden Sie als Autor auf Userkommentare zu Ihren Artikeln reagieren?

- Ja (X)
- Nein ()

Anm.: Generell sicher schon, es sei denn, es ist eine Debatte im Gange, die ich durch mein Eingreifen nur stoppen würde. Wenn mich jemand direkt fragt oder um eine Stellungnahme bittet, würde ich auf jeden Fall antworten.

4. Lesen Sie außer dem Medium, für das sie tätig sind, Online-Zeitungen?

- Ja, Onlinemedien mit hohem Differenzierungsgrad wie *Netzeitung*, *Spiegel.de*, *Salon.com* oder ähnliche ()
- Ja, Online-Ausgaben der großen deutschsprachigen Tageszeitungen, weil die Artikel nichts kosten()
- Ja, überregionale Online-Zeitungen aus Österreich (X)
- Nein ()

Anm.: Was ich lese ergibt sich daraus, was ich brauche. Ich surfe in diversen Medien, auch in nicht-europäischen.

5. Halten Sie Online-Berichterstattung allgemein mit ihrem hohen Anteil an Agenturmeldungen für hinreichend informativ? Oder ist der News-Wert zu gering, so dass es dieser Ausführlichkeit im gegebenen Maße nicht unbedingt bedürfte?

- Weniger wäre schädlich ()
- Weniger wäre dann besser, wenn stattdessen ein paar exklusive Eigengeschichten dazu kämen (X)
- Kann ich nicht einschätzen ()

Anm.: Generell reichen Agenturmeldungen durchaus, sie müssen aber aufbereitet und an die jeweiligen Notwendigkeiten angepasst werden. Oft sind sie auch fehlerhaft – vor allem, was Rechtschreibung und Grammatik betrifft. Diese kurz gefassten Meldungen (Internet-User sind keine Vielleser) werden im besten Fall mit Folgeartikeln, Kommentaren, Grafiken und anderem ergänzt, die der Leser bei Bedarf anschauen/lesen kann. Ein breites Angebot ist vor allem bei großen Ereignissen wichtig.

Durch die ständige Aktualisierung entstehen sie immer wieder neu und weichen dadurch auch formell immer mehr von APA-Meldungen ab. Generell geht es im Online-Bereich aber um Aktualität, das heißt, ich finde vielleicht nicht alle Infos, aber bin um einen Tag früher dran als jede Zeitung. Daher fragen sich Online-Redakteure auch, ob sie die Zeitung überhaupt lesen sollen, weil für sie die meisten Nachrichten „veraltet“ sind.

6. Halten Sie die Berichterstattung der *Kleinen Zeitung-online* für gründlich?

- Ja (X)

Anm.: Es gibt meines Erachtens folgende Wettbewerbsvorteile für die User: Der Schwerpunkt liegt immer mehr auf der lokalen Berichterstattung und er wird in Zusammenarbeit mit der Zeitung und (nunmehr) eigenen Lokal-online-RedakteurInnen auch genutzt.

In den Bundesländern ist die Kleine Zeitung die Nummer Eins. Auch in anderen Bereichen wie Events, Vorteilsclub, Freizeit, Sport, Fotoserien, /slash (Jugend-seite), Gewinnspiele wird die Kleine Zeitung Online sehr gerne angenommen.

- Nein, ist umfangreich, aber oberflächlich ()

7. Was ist Ihr ad hoc-Eindruck:

- Entspricht der Evaluierungsakt an APA-Meldungen seitens der Onlineredaktion bei der Kleinen Zeitung-online primär normativen Gesichtspunkten (X)
- Gesichtspunkten, die einer kulturellen Vielheit Rechnung tragen (X)
- Beides kann man nicht sagen, gerade weil die Berichterstattung zum größten Teil von der APA vordefiniert wird ()

Anm.: Ich glaube, da ist von jedem etwas drinnen, das hängt sicher auch etwas von den Leuten ab, die gerade Dienst haben.

8. Ihre kulturtheoretische Einschätzung: Vertreter der Cultural Studies beschwören den kulturellen Vielheitsaspekt, dem die moderne Massenkultur (Berichterstattung) Rechnung trage. Andere Kulturkritiker (auch zeitgenössische, nicht nur die Vertreter der Frankfurter Schule) bemängeln, dass der kulturellen Anspruch des klassischen Bildungsbürgertums schwindet (wert-frei gemeint und unabhängig davon, ob einem auch schwindenden Bildungsbürgertum in irgendeiner Art nachgetrauert wird), der zur Folge habe, dass sich das kulturelle Angebot beziehungsweise die Berichterstattung über es zu einem „more of the same“ entwickelt. Sind Sie ein

- Optimist? (X)
- Pessimist? ()
- Kann ich so pauschal nicht sagen ()

Interview* mit Hans Christian Leitich

H. C. Leitich ist Kulturredakteur bei *derStandard.at*.

* Der Fragebogen wurde im Januar 2005 beantwortet. Seine Anmerkungen sind kursiv gedruckt.

1. Ihre Einschätzung: Welchen Aspekten der Kulturberichterstattung wird im Kulturteil von *derStandard.at* am ehesten Rechnung getragen, und zwar unabhängig von Quelle und von Kunstsparte? (Bitte nummerieren von 15. Legende: 1 = wird häufig Rechnung getragen; 5 = wird kaum Rechnung getragen)

- Faktizität (ereignisbezogene Berichterstattung) betreffend Informationen über Kunstwerke, Kulturpolitik, Festivals, Preisvergaben, Rechtsstreits u. dgl. (1)
- Meinung (Kunstkritik) (4)
- Als Artikel gespielte Vorschauen (zum Beispiel zu Konzerten) (3) – Anm.: in der Regel, wenn aktueller Bezug. Zum Beispiel zu Beginn des Kartenvorverkaufes.
- Personalisierungsgrad; wie etwa der Tod eines Künstlers, Bestellung von Intendanten, die personalisiert und nicht mit der Intendantur aufgemacht sind (1)
- Auslandsbezug (3)
- Vielheit (als Gegenstück zur „Repräsentationskultur“) (4)
- Repräsentationskultur (wie Bundestheater vor freie Theater und dergleichen) (2)
Österreich-Bezug (3)

2. Unterhaltungskultur nimmt ein größeres Spektrum ein als „ernste Kultur“. Die Gründe liegen (bitte von 15 oder aber J =Ja; N = Nein) in:

- Vorgegebene Meldungslage der APA ()
- Vorgegebene Meldungslage der Zeitung ()
- Wir selektieren solche Meldungen bewusster mit Bezug auf die junge Zielgruppe ()
- Das ergibt sich zwangsläufig bei der Selektion, die aber nach technophilen Kriterien wie Reproduzierbarkeit vollzogen wird und damit nur zwangsläufig U-Kultur betrifft, weil solche kulturellen Werke (Film vor Theaterstück; elektronische Musik vor Orchestermusik) von der Zielgruppe stärker rezipiert werden () – Anm.: Die U/E-Trennung ist überholt; Überlappungen sind die Regel, nicht die Ausnahme. In diesem Rahmen: APA bringt primär Arriviertes aus beiden Segmenten; Print- und Online-Redaktion bringen nach Maßgabe des Möglichen darüber hinaus Reichendes.

3. Lesen Sie die Postings unter Ihrem und/oder anderen Printartikeln auf *derStandard.at*? (Bitte ankreuzen)

- Ja (X) – Anm.: Zensurbehörde zu sein ist Teil des Jobs.
- Nein ()

4. Für wie wichtig halten Sie die Möglichkeit der User, direkt Kommentare abgeben zu können? (Hier wie auch im Folgenden bitte ankreuzen)

- Ist der Ausbildung einer diskursfähigen Öffentlichkeit eher dienlich (X) – Anm.: wenn die „diskursfähige Öffentlichkeit“ ihre Trägheit überwindet.
- Ist der Ausbildung diskursfähiger Öffentlichkeit nicht dienlich ()
- Eine Community ist nur etwas für spezielle Freaks beziehungsweise eine Bildungsbürgerschicht erreicht die wichtige Masse nicht ()

5. Würden Sie als Autor auf Userkommentare zu Ihren Artikeln reagieren?

- Ja (X) – Das passiert im Regelfall.
- Nein ()

6. Zu welchem Zweck sehen Sie sich die Kulturseite *derStandard.at* an:

- Um sich einen generellen Überblick zu verschaffen (X)
- Um exklusive Beiträge zu lesen ()
- Um sich einen spezifischen Überblick bei genau diesem Medium zu verschaffen ()

7. Lesen Sie Qualitätszeitungen im Internet?

- Ja, Onlinemedien mit höherem Differenzierungsgrad wie Netzeitung, Spiegel.de o.ä. ()
- Ja, Online-Ausgaben der großen Feuilleton-Zeitungen, weil die Artikel nichts kosten () - Anm: Beides, Trennung zwischen Online-Inhalten und „großem Feuilleton“ ist nicht sauber möglich.

- Nein ()

8. Halten Sie die Agenturartikel auf *derStandard.at/kultur* für hinreichend informativ? Oder ist der News-Wert zu gering, so dass es dieser Ausführlichkeit im gegebenen Maße nicht unbedingt bedürfte?

- Weniger wäre schädlich ()
- Weniger wäre dann besser, wenn stattdessen ein paar Eigengeschichten dazu kämen ()
- Kann ich nicht einschätzen (X) – Anm.: Ökonomische Basis ist nicht gegeben, um hinreichend Eigengeschichte zu produzieren. Nur „ein paar“ zu bringen, wäre „schülerzeitungshaft“.

9. Auf *derStandard.at* gibt es kein genuines Feuilleton. Glauben Sie, das wäre der Internetausgabe dienlich? Zum Beispiel könnten unterschiedliche Ressorts verschiedener Channels (Kultur/Literatur Wissenschaft/Welt, Politik, Panorama/Chronik) wöchentlich gemäß dem Album das Feuilleton-Ressort mit Artikeln bestücken und Eigengeschichten dazugeben.

- Ja, das wäre ein notwendiger qualitätsjournalistischer Akt, der explizit nach außen getragen würde (X) – Anm: Wobei einer Umsetzung (noch?) die Ökonomie im Wege steht.
- Nein, das wäre zu viel Aufwand, im Internet surfen ja eher diejenigen, die sich einen schnellen Überblick verschaffen wollen, die Leser des Feuilletons sind ja primär Zeitungsleser ()
- Nein, bewusster als bisher geplanter Qualitätsjournalismus würde einem Medienkannibalismus der Zeitung gegenüber Tür und Tor öffnen ()
- Nein, das ist überflüssig, wäre also ein unnötiger Aufwand; die interessierten Leser finden die Artikel ja in den Ressorts ()
- Nein, aus dem Grunde nicht, weil die Zeitung kein so auch bezeichnetes Feuilleton hat; das wäre einer Aktion gegen das Corporate Image gleich ()

10. Was ist Ihr ad hoc-Eindruck: Entspricht der Evaluierungsakt an APA-Meldungen seitens der Online-Kulturredaktion von *derStandard.at*

- primär normativen Gesichtspunkten? ()
- Gesichtspunkten, die einer kulturellen Vielheit Rechnung tragen wollen? ()
- Beides kann man nicht sagen, gerade weil die Berichterstattung zum größten Teil von der APA vordefiniert wird (X)

11. Ihre kulturtheoretische Einschätzung: Vertreter der Cultural Studies beschwören den kulturellen Vielheitsaspekt, dem die moderne Massenkultur- (Berichterstattung) Rechnung trage. Andere Kulturkritiker (nicht nur Vertreter der Vertreter der Frankfurter Schule, auch zeitgenössische) bemängeln, dass der kulturelle Anspruch des klassischen Bildungsbürgertums schwindet (wertfrei gemeint und unabhängig davon, ob einem schwindenden Bildungsbürgertum in irgendeiner Art nachgetrauert wird), was zur Folge habe, dass sich das kulturelle Angebot bzw. die Berichterstattung über es zu einem „more of the same“ entwickelt. Sind Sie ein

- Optimist? ()
- Pessimist? ()
- Kann ich so pauschal nicht sagen (X) – Anm.: In der Kulturgeschichte hat es immer schon Phasen gegeben, in denen fundamental qualitative Themen abgehandelt wurden, abgewechselt von solchen, in denen es eher in die Breite ging. Optimismus wie Pessimismus wären, bei Licht betrachtet, in dem Zusammenhang gelinde hysterische Positionen

Entwicklung der Page Impressions und Visits österreichischer Online-Medien 2001-2004

Datenbasis: www.oewa.at/index.php?id=2

Die folgende Aufstellung gilt als "Tabelle 1b" im Anhang der AVINUS-Publikation *Killer Content versus Kommerz* von Marietta Böning.

2004 Page Impressions (PIs)

PIs pro Monat 2004	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
1	22.036.368	98.516.141	4.934.660	38.916.625	5.026.687
2	20.620.527	90.548.421	5.962.143	44.447.705	5.669.058
3	25.051.643	108.030.238	4.901.920	43.951.753	7.363.490
4	21.874.406	95.527.032	4.126.629	38.182.437	6.936.453
5	22.944.848	94.631.619	4.420.464	39.438.146	7.069.675
6	23.963.722	106.223.067	4.743.563	39.692.289	6.918.180
7	24.513.674	113.589.328	5.157.332	41.415.598	7.268.868
8	22.480.284	113.734.779	6.018.501	37.133.186	6.173.218
9	23.467.196	103.571.210	5.175.130	36.912.576	6.142.358
10	23.707.864	98.359.743	5.257.873	36.775.082	5.214.302
11	26.102.103	109.735.561	5.540.876	36.939.506	5.200.285
12	23.779.541	105.678.374	5.469.270	39.952.110	4.603.739

Durchschnitt pro Monat	23.378.514	103.187.792	5.142.363	39.479.751	6.132.193
------------------------	------------	-------------	-----------	------------	-----------

2003

PIs pro Monat	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
1	16.897.639	77.396.356	4.843.266	37.403.830	3.274.993
2	18.320.069	77.459.338	4.226.555	38.320.147	3.792.049
3	22.678.979	76.770.761	5.020.160	38.297.169	4.781.959
4	19.253.246	79.342.113	3.764.620	keine Meldung	4.437.672
5	19.176.521	82.805.274	4.569.294	36.807.573	4.536.174
6	16.701.354	75.726.358	4.148.544	35.507.463	4.309.707
7	18.797.848	85.753.563	4.761.264	45.736.978	5.897.970
8	17.912.034	82.635.935	4.943.593	42.435.755	5.772.397
9	17.911.660	85.147.634	5.195.600	43.461.609	5.721.866
10	21.648.123	90.532.568	5.414.340	47.148.827	4.457.054
11	20.278.863	84.435.370	5.118.768	46.302.961	4.783.213
12	17.910.911	80.387.045	4.114.381	36.370.646	3.748.540
Durchschnitt pro Monat	18.957.270	81.532.693	4.676.699	37.403.830	4.626.133

2002

PIs pro Monat	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
---------------	----------------	--------	------------------	----------	---------------

1	13.905.870	48.633.461	3.294.203	41.169.530	1.836.135
2	14.194.918	46.244.988	3.319.325	41.604.889	1.906.145
3	14.969.272	47.833.795	3.112.541	40.566.226	1.897.164
4	15.646.408	50.345.239	keine Meldung	43.851.892	1.815.090
5	14.422.283	51.319.465	3.240.280	39.245.908	2.004.072
6	16.047.297	64.384.993	3.928.264	35.798.014	1.706.468
7	15.234.659	56.871.944	4.303.834	39.406.733	2.065.978
8	16.556.686	64.567.627	4.714.219	42.008.576	3.569.111
9	17.996.641	62.454.980	4.369.731	36.218.349	3.336.457
10	18.411.972	66.047.179	5.196.894	36.212.039	3.237.576
11	19.355.228	75.016.058	keine Meldung	36.647.234	4.707.321
12	14.447.844	58.732.526	3.637.761	keine Meldung	2.879.215
Durchschnitt pro Monat	15.932.423	57.704.355	3.911.705	39.339.035	2.580.061

2001

PIs pro Monat	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
8	11.621.422	keine Meldung	2.999.918	40.060.945	1.869.094
9	14.137.735	45.426.790	3.676.330	keine Meldung	2.084.591
10	13.655.584	49.447.684	3.682.988	46.666.531	2.068.871
11	12.133.971	46.431.344	3.234.263	43.535.685	1.593.873
12	10.048.285	40.350.944	2.682.978	39.263.443	1.526.466

Durchschnitt pro Monat	12.319.399	45.414.911	3.255.295	42.381.651	1.828.579
------------------------	------------	------------	-----------	------------	-----------

Visits

2004

Visits pro Monat 2004	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
1	3.451.480	16.646.876	871.093	3.335.100	800.491
2	3.444.176	15.911.235	921.235	3.256.794	803.357
3	4.198.823	18.378.512	1.001.043	3.489.016	936.490
4	3.775.699	16.338.115	867.738	3.243.850	866.081
5	3.855.306	16.670.661	862.187	3.453.127	906.845
6	3.933.652	17.763.730	899.549	3.706.062	855.645
7	3.878.470	17.460.745	904.166	3.624.340	867.625
8	3.792.951	17.111.011	869.316	3.598.388	795.569
9	4.176.678	17.311.326	879.019	3.869.488	872.106
10	4.348.736	17.521.939	906.815	4.333.016	862.540
11	4.747.782	19.159.777	970.581	4.407.139	950.433
12	4.170.690	18.118.488	1.017.881	4.277.482	862.712
Durchschnitt pro Monat	3.981.204	17.366.035	914.219	3.716.151	864.991

2003

Visits pro Monat	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
------------------	----------------	--------	------------------	----------	---------------

1	6.703.816	25.042.659	1.544.400	6.533.816	776.679
2	6.433.613	24.253.572	1.450.303	6.019.887	1.181.757
3	7.300.620	27.108.253	1.547.751	6.310.491	1.295.688
4	3.095.220	13.817.251	647.937	keine Meldung	602.669
5	3.083.178	13.957.885	718.125	2.721.340	635.283
6	2.883.018	13.311.252	686.937	2.538.360	575.959
7	3.042.987	14.053.681	764.668	2.833.713	619.874
8	2.812.933	13.233.758	714.823	2.709.894	563.732
9	2.967.241	14.261.893	774.022	2.853.659	591.012
10	3.529.772	15.612.304	849.713	3.183.548	716.757
11	3.389.718	15.120.956	852.405	3.163.361	768.348
12	2.960.754	14.411.538	768.969	3.013.550	617.521
Durchschnitt pro Monat	4.016.906	17.015.417	943.338	3.807.420	776.679

2002

Visits pro Monat 2002	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
1	5.087.586	16.749.598	1.203.362	6.588.535	845.564
2	4.772.904	16.272.579	1.164.849	6.138.265	841.845
3	5.022.222	16.953.413	1.159.842	7.042.384	879.176
4	5.123.390	17.388.974	1.143.397	6.647.819	883.696
5	4.994.175	17.607.802	1.051.399	6.020.322	865.493
6	5.483.275	20.741.982	1.161.269	6.072.328	856.377

7	5.028.734	18.004.759	1.179.147	6.245.985	916.994
8	4.933.551	20.417.801	1.203.902	6.460.639	953.661
9	6.033.516	21.620.038	1.212.421	6.204.638	862.006
10	6.148.964	23.193.200	1.244.067	6.543.634	844.135
11	6.874.947	24.214.183	keine Meldung	6.324.764	1.423.424
12	5.668.254	21.062.659	1.818.655	keine Meldung	901.566
Durchschnitt pro Monat	5.430.960	19.518.916	1.231.120	6.389.938	922.829

2001

Visits pro Monat 2001	DerStandard.at	ORF ON	Kleinezeitung.at	Krone.at	diePresse.com
8	4.876.780	keine Meldung	1.044.981	5.018.875	518.229
9	5.852.327	16.939.377	1.089.481	keine Meldung	577.858
10	6.072.965	17.199.448	1.095.067	5.960.554	754.207
11	5.175.033	16.117.314	1.054.933	5.925.155	726.593
12	4.450.292	14.454.144	1.110.095	6.047.361	619.165
Durchschnitt pro Monat	5.285.479	16.177.671	1.078.911	5.737.986	639.210

