

Slowakei/Slovakia

Mediensystem im Umbruch

Samuel Brečka

In der Slowakei hat, wie in anderen Staaten auch, das Pressesystem immer die gegebenen sozialen und politischen Umstände reflektiert. Struktur, Typologie und Anzahl der Periodika haben sich entsprechend diesen Bedingungen entwickelt.

Zu Beginn der ersten tschechoslowakischen Republik gab es lediglich 23 slowakische Periodika (8 von ihnen wurden in Budapest verlegt), am Ende der Republik waren es bereits 250. Während der letzten 50 Jahre blieb die Anzahl der Presseerzeugnisse relativ gleich: im Jahre 1948 waren es 232, 1955 377, 1965 288, 1975 316, 1985 314 und 1989 326. Ein signifikanter Wechsel trat nach 1989 ein, als in der Slowakei ein pluralistisches und demokratisches System eingeführt wurde. Die Anzahl der Titel stieg von 492 im Jahre 1992 auf über 1.000 im Jahr 2000. Ende 2002 waren beim Kulturministerium der Slowakischen Republik 1.165 Zeitungen und Zeitschriften registriert.

Presserechtliche Regelungen

Seit dem 1. September 1997 finden sich Presseregeln in der Direktive des Kulturministeriums zur Registrierung der Presse, welche im Sinne des Gesetzes Nr. 81/1966 über die periodische Presse und andere Massenmedien – im Wortlaut der Novellierung von 1997 – herausgegeben wurde. Diesen gesetzlichen Bestimmungen zufolge versteht man unter dem Begriff Periodika „Zeitungen, Zeitschriften und andere Periodika, die mindestens zweimal jährlich unter demselben Namen veröffentlicht werden und speziell für diesen Bereich der Presse gestaltet sind. Gesetzessammlungen, Amtsblätter und Druckerzeugnisse, die exklusiv für offizielle Zwecke der staatlichen Behörden und Organisationen, wissenschaftlichen und kulturellen Institutionen, wirtschaftlichen, sozialen und anderen Organisationen gebraucht werden, zählen nicht zur periodischen Presse.“

Die slowakische Presse wird nach wie vor durch das „Gesetz der periodischen Presse und anderer Informationsmedien“ von 1966 reguliert. Im März 1990 wurde das so genannte Pressegesetz geändert. Mit dieser Änderung hat man die Zensur abgeschafft; diejenigen Passagen, die die führende Rolle der kommunistischen

tischen Partei postulierten, wurden gestrichen. Privatpersonen erlangten das Recht zu veröffentlichen als auch private Unternehmungen im Pressebereich ins Leben zu rufen.

Seit 1990 sind mehr als 15 Versionen des Pressegesetzes entworfen worden. Die jüngste Version wurde unter dem Namen „Mediengesetz“ vom Verband der slowakischen Journalisten erarbeitet und im Herbst 2001 von einer Gruppe von Parlamentsmitgliedern – bestehend aus verschiedenen Regierungs- und Oppositionsparteien – im Parlament eingebracht.

Das vorgeschlagene Mediengesetz bezieht sich auf die verfassungsmäßig garantierte Meinungsäußerungsfreiheit und das Recht auf Information. Das Gesetz bestimmt die Rechte und Pflichten der Medienanbieter und deren Beziehungen zu den staatlichen Behörden, den lokalen Selbstverwaltungsgremien und öffentlichen Einrichtungen ebenso wie zu juristischen und natürlichen Personen. Ein besonders wichtiges Anliegen des Gesetzes ist es, die Transparenz der Eigentumsverhältnisse sicherzustellen. Durch das Gesetz sind die Verlage nicht nur dazu verpflichtet, ein detailliertes Impressum zu veröffentlichen, sondern müssen auch eine jährliche Erklärung über die Besitzverhältnisse in den eigenen Medien sowie über ihre Anteile an anderen Medien abgeben. Trotz vieler Hoffnungen wurde das neue Gesetz bis Ende des Jahres 2003 nicht verabschiedet.

Presserat

Im April 2002 wurde ein Presserat eingerichtet. Er soll sicherstellen, dass sich die Journalisten an ethische Kodices halten. Die Idee, solch eine Selbstregulierung der Presse einzurichten, stammte von zwei Interessenvertretungen, dem Verband der slowakischen Journalisten sowie dem Verband der slowakischen Presseverleger.

Der Presserat ist als unabhängige Körperschaft mit der deutlich definierten Pflicht bedacht, das Recht der allgemeinen Öffentlichkeit auf glaubwürdige, ausgeglichene und unparteiische Informationen zu schützen und eine wahre und glaubwürdige Berichterstattung sicher zu stellen. Er soll Beschwerden über mögliche Verstöße gegen diese Verhaltensregeln entgegen nehmen, über diese beratschlagen und urteilen.

Ökonomische Basis und Finanzierung

Die sozialen und politischen Veränderungen, ausgelöst durch den November 1989, hatten signifikante Auswirkungen auf das System der slowakischen Presse. Die Freiheit und die neuen Geschäftsmöglichkeiten führten nicht nur zu einem starken Anwachsen der Anzahl der Verleger sowie der Zeitungen und Zeitschriften, sondern schufen auch eine Vielzahl neuer politischer Richtungen

und Inhalte. Allerdings brachten sie auch neue Schwierigkeiten, die mit den Herausforderungen der neuen Marktwirtschaft und hartem Konkurrenzdruck verbunden waren.

Einerseits stieg die Anzahl der veröffentlichten Titel stark an, andererseits steht die Presseindustrie ökonomischen Hindernissen in Form von steigenden Produktionskosten gegenüber. Die Verleger sind auch mit Distributionsproblemen konfrontiert. Zusammen mit der verringerten Nachfrage und abnehmenden Werbeeinnahmen ist für die slowakische Presse eine ständig fallende Tendenz bei den durchschnittlichen Auflagenzahlen der einzelnen Zeitungen und Zeitschriften charakteristisch. Aufgrund der begrenzten Verkaufserlöse sollte die Werbung die Haupteinnahmequelle darstellen. Doch die unzulängliche Kapazität des slowakischen Werbemarktes stellt ein Problem dar. Außerdem ist die Presse einer starken Konkurrenz durch die audio-visuellen Medien, insbesondere durch das private Fernsehen ausgesetzt. Folglich verringert sich der Anteil der Presse an den gesamten Werbeeinnahmen ständig. Er ist von 1996 (dem Antrittsjahr von Markiza TV) bis 2002 von etwa 50% auf 33% zurückgegangen.

Die neuesten Angaben von ACNielsen zeigen, dass die slowakischen Firmen im Jahre 2002 11,5 Milliarden Kronen für Werbung ausgegeben haben. Das würde einen Zuwachs von 35% bedeuten. Zu den größten „Spendern“ gehören die Firmen im Bereich der mobilen Kommunikation. Allerdings gehen diese Angaben von den offiziellen Preislisten der Medien aus und lassen Rabatte und diverse Vereinbarungen zwischen den Medien und den Werbetreibenden unberücksichtigt. Die Netto-Werbeeinnahmen dürften um 40% niedriger sein als die veröffentlichten Zahlen.

Zeitungen

Diese Gruppe von Periodika kann man nach Periodizität und Verbreitung in vier Kategorien untergliedern: einerseits in Tageszeitungen und Wochenzeitungen, andererseits in nationale (überregionale) und regionale bzw. lokale Zeitungen.

Nationale Zeitungen

Zur Kategorie der nationalen Zeitungen gehören fast ausschließlich Tageszeitungen. Zeitungsähnliche Produkte, die landesweit verbreitet sind, erscheinen in der Slowakei nur in geringer Zahl. Die einzige erfolgreiche Zeitung in dieser Kategorie ist *Katolicke noviny* [Katholische Zeitung] mit einer Auflage von etwa 100.000 Exemplaren.

Nationale Tageszeitungen

Die Tageszeitungen bilden eine kleine, aber politisch und ökonomisch wichtige Gruppe innerhalb der slowakischen Presse. Im Gegensatz zu den Zeitschriften,

deren Herausgabe vorrangig geschäftlich motiviert ist, stehen die slowakischen Tageszeitungen auch nach der Wende immer noch im Mittelpunkt des politischen Interesses. Es ist klar, dass auch hier ökonomische Überlegungen eine entscheidende Rolle spielen, doch bis vor kurzem war der politische Einfluss noch immer von großer Bedeutung.

Das Jahr 2002 kann als wichtige Trendwende in der Entwicklung der slowakischen Zeitungen bezeichnet werden. In einer Zeit, als die Auflagenzahlen einen Tiefpunkt erreicht hatten, setzte ein Trend zur Boulevardisierung ein. Die einzige Boulevardzeitung *Nový čas* [Neue Zeit] hat ihren Charakter noch verstärkt, und einst seriöse Zeitungen wie *Pravda* und *Sme* kämpfen mit allen Mitteln um ihre Leser. Dies führte schließlich dazu, dass auch sie sich gezwungen fühlten, über Sensationen und Klatsch zu berichten.

Trotzdem kann die Majorität der nationalen Zeitungen als seriös bezeichnet werden. Sie haben meist großes Format und bedienen jene Leser, die gerne ausführliche Nachrichten über aktuelle Ereignisse lesen, aber auch über Hintergründe informiert werden wollen. Am Wochenende produzieren die meisten nationalen Zeitungen spezielle Beilagen und unterschiedliche Themenseiten mit breit gefächelter Angebotspalette, welche von Sport über Volkswirtschaft und Finanzangelegenheiten bis hin zu Informationstechnologien und Lebensstilt Themen reicht. Vieles davon wird in Farbe gedruckt.

2001 sind in der Slowakei 20 Tageszeitungen erschienen. Da im Jahr 2002 eine Tageszeitung eingestellt wurde, hat sich die Zahl der Tageszeitungen auf 19 reduziert. Dabei handelt es sich um 10 überregionale, 6 regionale und 3 lokale Tageszeitungen. Unter den 10 überregionalen Tageszeitungen (siehe Tabelle 1) befinden sich ein Tabloid (*Nový čas*), 4 politische Zeitungen (*Pravda*, *SME*, *Národná obroda*, *Nový den*), 2 Wirtschaftszeitungen (*Hospodárske noviny*, *Hospodársky denník*), eine Sportzeitung (*Šport*), eine Zeitung für Landwirtschaft (*Rolnícke noviny*) und eine ungarischsprachige Zeitung (*Uj Szó*).

Bei *Nový čas* [Neue Zeit] handelt es sich um ein einmaliges Phänomen auf dem slowakischen Pressemarkt. Sie ist nicht nur die einzige erfolgreiche Zeitung, die nach der Wende gegründet wurde, sondern gleichzeitig auch jener Titel, der seit mehr als zehn Jahren die führende Position in der Tagespresse einnimmt. Die Zeitung spricht vor allem jene Leser an, die lieber kürzere und unterhaltsame Artikel lesen und sich insbesondere für Human Interest-Themen, Klatsch und Tratsch interessieren.

Die *Pravda* [Wahrheit] ist das ehemalige Presseorgan der slowakischen KP, das einst mit einer Auflage von mehr als 400.000 Exemplaren erschienen war. In den letzten Jahren hatte sie jedoch mit einigen Problemen zu kämpfen. Ende der neunziger Jahre kam es zu sinkenden Auflagen – 1998: 135.000 Exemplare, 1999: 110.000 und 100.000 im Jahr 2000. Danach spitzte sich die schlechte wirtschaftliche Situation noch weiter zu. Im Sommer 2000 wurden nur mehr

Tabelle 1		Reichweiten der überregionalen Tageszeitungen (in %)			
Tageszeitung	1999	2000	2001	2002*	
<i>Nový čas</i>	28,0	26,0	22,7	24,8	
<i>Šport</i>	6,9	6,9	6,0	8,9	
<i>SME</i>	5,2	4,5	4,2	7,9	
<i>Pravda</i>	7,5	4,9	4,8	5,9	
<i>Új Szó</i>	3,1	4,2	2,9	3,3	
<i>Národná obroda</i>	1,8	1,8	2,1	2,9	
<i>Nový deň</i>		2,0	1,3	2,4	
<i>Korzár</i>	2,2	2,8	3,0	2,0	
<i>Hospodárske noviny</i>	1,7	1,2	1,4	1,6	
<i>Rol'nícke noviny</i>	1,0	0,6	0,6	0,7	
<i>Práca</i>	4,8	3,5	3,3	**	
<i>Slovenská Republika</i>	4,8	2,4	**		
Quelle: AISA Slovakia und Median Prag			* Dezember 2002 ** Eingestellt		

80.000 Exemplare verkauft und bis 2002 hatte die Auflage einen Tiefpunkt von weniger als 60.000 Exemplaren erreicht.

Die Tageszeitung *SME* versuchte in den letzten Jahren vor allem junge Leute mit höherem Bildungsgrad und liberaler politischer Orientierung anzusprechen. Was die Größe der Leserschaft betrifft, so liegt die Zeitung zwar nach wie vor auf dem vierten Platz, die tägliche Leserschaft schrumpfte aber auf 4,2% der erwachsenen Bevölkerung. Dieser Anteil entspricht etwa 200.000 Lesern. Die verkaufte Auflage verzeichnet jedoch eine steigende Tendenz und erreicht durchschnittlich zwischen 60.000 und 70.000 Exemplaren.

Šport ist eine von vier thematisch spezialisierten, täglich erscheinenden Blättern in der Slowakei. Sie ist relativ erfolgreich, weil sie entsprechend der Reichweitenanalyse etwa 240.000 Leser täglich aufzuweisen vermag. Obwohl die Auflagenhöhe der Zeitung nicht überprüft ist, wird sie auf etwa 60.000 bis 70.000 Exemplare geschätzt.

Angesichts der Tatsache, dass die Tageszeitung *Uj Szó* für die ungarische Minderheit bestimmt ist, ist ihre Stellung auf dem Pressemarkt äußerst bemerkenswert. Die Zeitung nimmt mit etwa 150.000 Lesern den sechsten Platz unter den meistgelesenen Tageszeitungen ein. Innerhalb ihrer Zielgruppe – der ungarischen Bevölkerung – erreicht sie fast 16% der Haushalte.

Wirtschaftszeitungen bilden ein eigenständiges Segment unter den Tageszeitungen. *Hospodárske noviny* ist eine klassische Wirtschaftszeitung und wird

mit westlichem Kapital unterstützt. Sie wird vom tschechischen Verlagshaus *Economia*, einer Tochtergesellschaft der deutschen Handelsblatt GmbH, herausgegeben, und ist somit durch die Handelsblatt-Kooperation mit dem US-amerikanischen Verlagshaus Dow Jones und deren Joint Venture *The Wall Street Journal Europe* in eine der weltweit führenden Verlagsgruppen für Wirtschaft und Finanzen eingebunden. Obwohl die Zeitung nur etwa 22.000 Exemplare verkauft, verfügt sie über relativ hohe Werbeeinnahmen. Ihre Leser haben in der Regel ein überdurchschnittlich hohes Einkommen und weisen einen überdurchschnittlich hohen Bildungsgrad auf.

Regionale und lokale Zeitungen

Ebenso wie die überregionalen Zeitungen haben auch Regional- und Lokalpresse seit 1989 große Veränderungen durchgemacht. In den Jahren des Sozialismus war dieser Pressesektor durch sehr starre und administrative Eingriffe reguliert. Diese Regulierungen dienten als Instrument für die Durchsetzung von Parteidirektiven auf regionaler und lokaler Ebene. Mit der Wende ist die Presse von dieser „Zwangsjacke“ befreit worden. Obwohl von Anfang an der Umbau der Presse überwiegend politisch motiviert war, haben sich später auch hier unternehmerische Absichten durchgesetzt.

Der Zerfall des alten Subsystems der Regional- und Lokalpresse beendete auch die bis dahin geltende administrative Abgrenzung des Tätigkeits- und Einflussbereiches der einzelnen Periodika. Die Bezirk- und Kreiszeitungen waren im Hinblick auf die Distribution nicht mehr an die Direktive ihrer ehemaligen Verleger gebunden und nicht mehr verpflichtet, ihre ursprünglich festgelegten Verbreitungsgebiete zu respektieren. Dies brachte bestimmte politische Vorteile mit sich, insbesondere im Hinblick auf die Entfaltung von Pluralität und Demokratie auf regionaler und lokaler Ebene. Gleichzeitig entstanden aber auch Probleme für die regionale Staatsverwaltung, die ihr ehemaliges Privileg zur Herausgabe von Presseergebnissen verloren hatte. Regional- und Lokalzeitungen sind nunmehr als Gesellschaften mit beschränkter Haftung oder Aktiengesellschaften in die Hände von Privatleuten – in vielen Fällen ehemaliger Redakteure – übergegangen. Ein Teil der Bezirkspresse verschwand, ein Teil wurde umbenannt und ein Teil existiert unter altem Namen weiter. Gleichzeitig sind viele neue Periodika entstanden. Die neuen Privatverleger beschränkten sich nicht auf die Herausgabe von Titeln im Sinne des ursprünglichen redaktionellen Auftrags. Im Rahmen der Regional- und Lokalpresse haben sich gänzlich neue Typen etabliert, nämlich Anzeigenblätter, konfessionelle Zeitungen, erotische Zeitungen und Zeitschriften. Die Gesamtzahl der regionalen und lokalen Presstitel hat sich in nur einem Jahrzehnt verdreifacht.

Im Gegensatz zu den Nachbarländern (Tschechische Republik, Ungarn) blieb die slowakische Regionalpresse viele Jahre von ausländischen Investoren

unberührt. Dies änderte sich, als 1999 gleichzeitig inländische und ausländische Investoren ihr Interesse bekundeten. Die deutsche Verlagsgruppe Passau kaufte damals die einzig erfolgreiche regionale Tageszeitung *Luc/Vychodoslovenske noviny* auf und verwandelte sie in ein Blatt mit sechs Ausgaben. Das slowakische Verlagshaus VMV, a.s. reagierte daraufhin mit einem Netz von sechs Regionalzeitungen mit dem Titel *Korzar*. Dann begannen die beiden Verlage regionale Wochenzeitungen aufzukaufen. Der harte Konkurrenzkampf endete sehr bald mit einer Fusion. Damit ist ein großes Verlagshaus entstanden, das ursprünglich zwei Namen (Grand Press und Petit Press) hatte, jetzt aber nur mehr einen Namen, nämlich Petit Press, trägt. Das Verlagshaus gibt drei nationale und sechs regionale Tageszeitungen, eine Wochenzeitschrift in ungarischer Sprache sowie 16 regionale Wochenzeitungen heraus. Ferner ist Petit Press Herausgeber einer Programmzeitschrift, die als Programmbeilage vieler verlags-eigener Tages- und Wochenzeitungen dient.

Regionale und lokale Tageszeitungen

Die regionale und lokale Tagespresse, in den Jahren des Sozialismus durch drei relativ starke regionale Tageszeitungen (für die West-, Mitte- und Ostslowakei) repräsentiert, hat in den 1990er Jahren tief greifende Umstrukturierungen erlebt. Im Großen und Ganzen waren die neuen Bedingungen für die alten Tageszeitungen nicht besonders günstig. Trotzdem haben sich neben den alten auch neue Titel durchsetzen können. Eigentlich war nur die ostslowakische *Luc/Vychodoslovenske noviny* in der Lage, mit den nationalen Tageszeitungen in ihrem Verbreitungsgebiet erfolgreich zu konkurrieren. Die Zeitung als Bestandteil eines großen, später jedoch zerfallenen Medienimperiums wurde vom größten slowakischen Unternehmen (Ostslowakisches Stahlwerk) dank der Subventionierung zu einem günstigen Preis verkauft und war damit konkurrenzfähig.

Wie bereits erwähnt, kam es 1999 zu einer großen Wende im Segment der Regionalzeitungen, als zwei Verlagshäuser den Versuch unternahmen, Netzwerke von regionalen Tageszeitungen zu etablieren. Damit verfügte die Slowakei, wenn auch nur für kurze Zeit, über 30 Tageszeitungen, wobei es sich bei 14 Zeitungen um regionale und bei 3 Zeitungen um lokale Tageszeitungen handelte. Bei den meisten regionalen Blättern handelte es sich jedoch nur um die regionalen Ausgaben zweier Tageszeitungen (*Cuc/Vychodoslovenske noviny* und *Korzar*), die sich in den Händen großer Verlagshäuser, der Verlagsgruppe Passau und VMV, befanden. Nach deren Fusionierung zu „Petit Press“ (siehe oben) wurde die Zahl der Regionalzeitungen auf sechs reduziert. Das bedeutet, dass die Slowakei heute eigentlich nur mehr über die Regionalzeitung *Korzar* mit fünf zusätzlichen regionalen Ausgaben, nämlich *Korzar-Košice*, *Korzar-Gemer*, *Korzar-Spiš*, *Korzar-Tatry* und *Korzar-Zemplín*, verfügt, die zusammen etwa 30.000 Exemplare verkaufen. Darüber hinaus zählen zu dieser Kategorie

auch drei lokale Abendzeitungen, die in Bratislava, Košice und Prešov erscheinen.

Regionale und lokale Wochenzeitungen

Im Gegensatz zu den nationalen Wochenzeitungen weisen die regionalen Wochenzeitungen praktisch alle Charakteristika einer Zeitung auf. Insgesamt gibt es etwa 80 Wochenzeitungen, davon sind über 50 universale (oder politische) Wochenzeitungen und 25 Anzeigenblätter. Das heißt, dass die regionale Wochenpresse praktisch an die ehemaligen Bezirkszeitungen anschließt. Ihre Zahl hat nur um einige neue Titel, hauptsächlich regionale Anzeigenblätter, zugenommen. Insofern bilden die regionalen Wochenzeitungen nach wie vor einen großen Bestandteil innerhalb der Regionalpresse und erfüllen insgesamt eine wichtige Funktion im Rahmen der slowakischen Presse. Aufgrund der Eingriffe großer Verlagshäuser in die Struktur der regionalen Presselandschaft befindet sich heute ein bedeutender Anteil der – erfolgreichen – regionalen Wochenzeitungen in den Händen von Petit Press.

Zeitschriften

Unter dieser Kategorie von Presseerzeugnissen lassen sich drei Hauptgruppen subsumieren: Wochenzeitschriften, Monatszeitschriften und andere Zeitschriften (Zeitschriften, die zweimal wöchentlich, zweimal monatlich, vierteljährlich oder seltener erscheinen). Was ihr Verbreitungsgebiet betrifft, so gibt es ebenso wie auf dem Tageszeitungsmarkt nationale, regionale und lokale Titel. Wir möchten zumindest auf die zwei bedeutendsten Gruppen, nämlich die Wochen- und Monatszeitschriften, näher eingehen.

Wochenzeitschriften

In kommerzieller Hinsicht repräsentiert eine relativ kleine Gruppe von illustrierten Zeitschriften das interessanteste Segment dieses Marktes. Sie werden in verhältnismäßig hohen Auflagen verlegt, sind großformatig, zur Gänze in Farbe auf qualitativ hochwertigem Papier gedruckt und in attraktivem Layout gestaltet. Diese Periodika garantieren ihren Verlegern hohe Einnahmen, denn – anders als die Tageszeitungen – haben sie in den letzten Jahren einen massiven Aufschwung erlebt.

In der Gruppe der erfolgreichsten Wochenzeitungen und Zeitschriften (siehe Tabelle 2) dominieren die Familienmagazine, Programmzeitschriften und Frauenzeitschriften. Über 20% der Erwachsenen greifen zu den Familienzeitschriften *Plus 7 dní* [Plus 7 Tage] mit einer Auflage von über 200.000 Exemplaren und *Markíza*. Ein Fernsehsender, der den gleichen Titel trägt, gilt als das erfolgreichste slowakische Medium – *Markíza TV*. Zu dieser Kategorie gehört auch die Zeitschrift *Život* [Das Leben] mit einer Auflage von 130.000 Exemplaren.

Zur Kategorie der Programmzeitschriften zählen die erfolgreichen Zeitschriften *Euro-Televízia* mit beinahe 170.000 Exemplaren und *Tele plus* mit mehr als 100.000 Exemplaren. In der Slowakei gibt es weiters etwa 20 Zeitschriften für Frauen. Dieses Marktsegment wurde lange Zeit von der traditionsreichen *Slovenka* [Slowakin] beherrscht, deren aktuelle Auflage bei mehr als 120.000 Exemplaren liegt.

Tabelle 2		Reichweiten von Wochenzeitungen und Wochenzeitschriften (in %)			
Wochenzeitungen und Wochenzeitschriften	1999	2000	2001	2002*	
<i>Plus 7 dní</i>	15,9	17,0	20,7	19,2	
<i>Markíza</i>	10,5	16,7	20,4	18,7	
<i>Život</i>	16,5	13,9	14,4	9,5	
<i>Eurotelevízia</i>	12,8	9,3	9,1	8,9	
<i>Slovenka</i>	16,0	13,3	12,2	7,5	
<i>Katolícke noviny</i>	7,5	7,5	6,6	5,6	
<i>TV Komplet</i>	5,0	6,1	7,3	3,2	
<i>Vasárnap</i>	3,8	4,3	3,8	3,2	
<i>International Express</i>	3,7	2,6	3,0	2,0	
<i>Moment</i>	6,4	8,0	6,9	**	
Quelle: AISA Slovakia und Median Prag			* Dezember 2002 **Eingestellt		

Monatszeitschriften

Ähnlich wie bei den illustrierten Wochenzeitschriften kristallisierte sich im Bereich der Monatszeitschriften eine relativ starke Gruppe heraus. Sie sprechen die Leser durch einen reichhaltigen Inhalt und ein hochwertiges äußeres Erscheinungsbild an. Unter den Monatszeitschriften führend (siehe Tabelle 3) sind die Beraterzeitschrift *Zdravie* [Gesundheit] und die Lebensstilzeitschriften *Tabu* und *Playboy*, ferner sind die Familienzeitschriften *Rodina* [Die Familie], und die Frauenzeitschriften *Dorka*, *Eva* und *Ženský magazín* [Frauenmagazin] zu nennen. Großer Beliebtheit erfreuen sich auch die Unterhaltungszeitschrift *Minikrížovky* [Kreuzworträtsel] und die Zeitschrift *Záhradkár* [Der Gartenfreund], die ihre Leser nicht nur mit nützlichen Informationen, sondern auch mit Unterhaltung und Wissen versorgen (*Reader's Digest*).

Tabelle 3		Reichweiten von Monatszeitschriften (in %)			
Monatszeitschriften	1999	2000	2001	2002*	
<i>Zdravie</i>	10,0	8,9	11,8	12,5	
<i>Záhradkár</i>	12,7	12,0	12,6	11,2	
<i>Dorka</i>	14,2	11,3	12,2	9,7	
<i>Eva</i>	11,7	8,5	8,8	9,5	
<i>Ženský magazín</i>	13,0	11,4	11,9	9,2	
<i>Emma</i>			7,3	9,1	
<i>Lišiak</i>	9,3	9,1	9,8	7,3	
<i>Minikrížovky</i>	8,8	8,0	7,0	7,2	
<i>Dom a byt</i>				6,2	
<i>Tabu</i>	9,8	7,1	8,3	5,1	
<i>Rodina</i>	16,7	14,4	16,0	**	
Quelle: AISA Slovakia und Median Prag		* Dezember 2002 ** Erscheint jetzt zweimal wöchentlich			

Leserschaft

Obwohl die Slowakei im internationalen Vergleich als relativ entwickeltes Presseland eingestuft ist (siehe z. B. *World Press Trends*), gibt es Alarmsignale im Hinblick auf ein abnehmendes Interesse, Zeitungen zu kaufen. Ein Indikator dafür ist seit Beginn der 1990er Jahre vor allem der Rückgang der Gesamtauflage der slowakischen Tageszeitungen. 1991 betrug die durchschnittliche gesamte Tagesauflage 1,200.000 Exemplare. Seither hat sich die tägliche Gesamtauflage um fast 60% reduziert und lag 2002 bei nur mehr rund 500.000 Exemplaren. An einem durchschnittlichen Tag lesen etwa 65% der slowakischen Bevölkerung eine Tageszeitung. Im Jahr 1990 waren es allerdings noch 73% gewesen.

Mehrere Faktoren wie z.B. der Vertriebspreis, die Kaufkraft der Bevölkerung, die Konkurrenz der elektronischen Medien und ein allgemein breiteres Medienangebot zeichnen dafür verantwortlich, dass das Leserinteresse an der Presse, insbesondere jedoch an der Tagespresse ständig sinkt. Dies hat zu einem stetigen Anstieg der Zahl jener geführt, die keine Zeitung lesen. Es ist außerordentlich beunruhigend, dass es einen besonders starken Rückgang bei den Lesern unter der jungen Bevölkerung gibt. Jüngere Menschen lesen heute sehr viel weniger als noch vor einigen Jahren.

Das Zeitunglesen ist stark bildungs- und altersabhängig. Unter den Zeitungslern befinden sich meist Leute mit höherem Bildungsniveau im Alter zwischen 40 und 60 Jahren. Zu den Nichtlesern zählen insbesondere, wie bereits erwähnt, junge Leute, aber auch Pensionisten. Die Gründe dafür sind sehr unterschiedlich. Eine wesentlich bessere Situation ist bei den Zeitschriften zu beobachten, insbesondere bei den Familienmagazinen und den Programmzeitschriften. Hier entwickelt sich die Nutzung offensichtlich anders als die Nutzung von Tageszeitungen (siehe Tabellen 2 und 3).

Pressestatistik

Theoretisch gesehen, ist die slowakische Presseterminologie der deutschen sehr ähnlich. Dies resultiert daraus, dass die „alte“ slowakische Zeitungswissenschaft (sogar in den Jahren des Sozialismus) sehr viel aus der klassischen deutschen Zeitungswissenschaft (Bücher, Dovifat, Groth) übernommen hat. Zum Beispiel liest man in der *Kleinen Enzyklopädie der Journalistik (Malá encyklopédia žurnalistiky, Bratislava: Obzor 1982)* unter dem Stichwort „Periodische Presse“: „Die periodische Presse sind gedruckte und periodisch erscheinende Zeitungen und Zeitschriften, für die Aktualität, Periodizität und Publizität charakteristisch ist. Die Zeitungen sind gewöhnlich inhaltlich universell, erscheinen täglich und bringen Nachrichten und Kommentare. Die Zeitschriften sind gewöhnlich spezialisiert, haben längere Erscheinungsintervalle und bringen mehr Meinungsbeiträge. Was die Periodizität angeht, können wir zwischen Periodika, die täglich, zweimal wöchentlich, wöchentlich, zweimal monatlich, monatlich, zweimonatlich und vierteljährlich erscheinen, unterscheiden.“

Die Medien- und Pressestatistik wurde lange Jahre (1990-2000) vom Institut für Journalistik (Novinársky študijný ústav – Institut für das Studium der Journalistik) erstellt. Diese Institution, die vom Staat finanziert wurde und dem Kulturministerium unterstellt war, führte selbst empirische Forschungen durch und gab jährlich ein Medienverzeichnis („Adresar médií“) heraus mit einer fast vollständigen Auflistung der slowakischen Periodika. Dem Medienverzeichnis lag nicht nur eine etwas andere Definition der Zeitung zu Grunde, sondern es wurden auch unterschiedliche Zeitungskategorien verwendet.

Gemäß dieser Statistik waren Zeitungen als inhaltlich universell definiert, doch wurde diese Definition auch auf Zeitungen angewandt, die zwar täglich oder jeden zweiten Tag erscheinen, aber eigentlich für spezifische Gruppen von Lesern bestimmt sind, wie zum Beispiel Betriebszeitungen. Im Hinblick auf die Periodizität benutzte das Medienverzeichnis 7 Kategorien – tägliche (d.h. gemäß der UNESCO-Definition: mindestens viermal wöchentliche), wöchentliche, 14-tägliche, monatliche, zweimonatliche, vierteljährliche und andere (seltene) Erscheinungsweise – wobei jeder Kategorie drei geografische Ebenen zu Grunde lagen (Tušer 1998, 17f.):

- nationale bzw. überregionale,
- regionale und
- lokale Periodika.

Heute gibt es kein Institut, kein Medienverzeichnis, aber auch keine Medienstatistik mehr. Das Institut wurde liquidiert, und niemand hat diese Aufgabe übernommen. Lediglich ein Referat des Kulturministeriums, das als registrierende Stelle der Presse tätig ist, führt ein Verzeichnis der registrierten Zeitungen und Zeitschriften in der Slowakei. Dieses Verzeichnis ist seit ein paar Wochen auch über das Internet zugänglich. Die Klassifikation des Verzeichnisses unterscheidet zwischen Zeitungen und Zeitschriften. Die Zeitungen sind im Hinblick auf die Erscheinungsweise in drei Kategorien untergliedert:

- Tageszeitungen: 5- bis 7-mal wöchentlich,
- Tageszeitungen: 3- bis 4-mal wöchentlich,
- Wochenzeitungen: 1-mal wöchentlich.

Die Zeitschriften sind im Hinblick auf die Erscheinungsweise in sechs Kategorien untergliedert:

- Wochenzeitschriften,
- 14-täglich erscheinende Zeitschriften,
- Monatszeitschriften,
- zweimonatliche Zeitschriften,
- vierteljährliche Zeitschriften,
- Zeitschriften, die seltener als vierteljährlich erscheinen.

Zitierte Literatur

Tušer, A. 1998. Systém tlače. In *Adresár médié Slovenskej Republiky 1998*. Bratislava: NCMK.

Slovakia**A Media System in Transition (Summary)**

Samuel Brečka

The collapse of Communism in November 1989 triggered extensive structural changes in the Slovakian press market. Not only did it lead to an increase in the number of publishers and newspaper and magazine titles, but it also inspired the establishment of many new content and political directions. Publishers soon had to face the challenges of the new free-market economy. Consequently, it did not take long for foreign investors to move into the market, such as the German publishing group Verlagsgruppe Passau. The operations of large publishing houses such as Petit Press have had a lasting effect on the structure of the Slovakian press landscape.

At the end of the 1990s, Slovakia briefly had 30 daily papers. An enormous concentration wave followed this takeoff period, which particularly affected local and regional markets. By 2002, the number of daily papers had sunk to 19 (10 supraregional, 6 regional and 3 local). Total circulation figures sank even more drastically, from 1.2 million copies in 1991 to 500,000 copies in 2002. Above all, the quality papers have been affected by circulation losses, while in contrast to this, a clear trend towards "tabloidisation" has been observed.

Since its beginnings, Slovakian newspaper research has been strongly oriented around classical German newspaper research and terminology. Media and press statistics were provided from 1990 to 2000 by the Institute for Journalism. This institute has closed in the meantime. This means that media statistics for Slovakia are no longer institutionalised. At present, there is only one registration location at the Ministry of Culture, which compiles a press directory.

