

Diskurs-Tracking

»Wien Zwei-Millionen-Stadt«

Beobachtungszeitraum Okt. 2023 bis Nov. 2023

Analyse: Mag. Wolfgang Tomaschitz, Sozialforschung

Recherche/Gewichtung Medienportfolio, Akteur:innen: Media Affairs

Dezember 2023

Summary

- Hinsichtlich der **Medienresonanz** hat das Thema die Öffentlichkeit nur bedingt interessiert. In einem Zeitraum von zwei Monaten (Oktober, November 2023) erscheinen 15 Printbeiträge in Wien-relevanten Medien. Nur zwei davon mit mehr als 1.000 Wörtern (KURIER). Die Meldungen in Ö1, Radio Wien oder in Privatsendern fallen sehr kurz aus.
- **Informationsniveau** und **Sachhaltigkeit** der Medienbeiträge waren allerdings **hoch**. Das betrifft zum einen die Übernahme der *Daten* und *Informationen*, die von Seiten der Stadt zur Verfügung gestellt wurden (MA23), und zum anderen die *Tonalität* der Berichterstattung.
- Als **Meta-Narrativ** bleibt hängen: Wien befindet sich in einer **dynamischen, aber kontrollierten Entwicklung**. Diese Entwicklung (Zuwanderung, Wachstum) hat mit der Attraktivität der Stadt zu tun. Hier ist Wien – im Wettbewerb mit anderen europäischen Städten – im Aufwind.
- Die *quantitative* Analyse weist das Thema „**Demographie**“ ist den inhaltlich gewichtigsten Fokus der Berichterstattung aus, gefolgt von den Themen „Zuwanderung“ (weitgehend entschärft) und „Bauen und Wohnen“.
- In der hier untersuchten Serie von Medienbeiträgen spielte das Thema „**Zuwanderung**“ eine untergeordnete Rolle und pessimistische oder polarisierende Konnotationen fielen *kaum* ins Gewicht. Die starke **Versachlichung** der Thematik durch die Information seitens der Stadt hat dazu in jedem Fall beigetragen.
- Die Übernahme der Botschaft von einem sich **abflachenden Bevölkerungswachstum**, einem **Rückgang der Zuwanderung** und einer **Verjüngung** der Gesellschaft in den Beiträgen vom *November 2023* hat diese Sicht noch einmal gestützt.
- Als gelingende Kommunikation kann auch eingestuft werden, dass Motive, Wordings oder insgesamt das **Storytelling** der Stadt von den Medien sehr häufig **übernommen** wurde. Das betrifft die grundsätzlich optimistische und sportliche Deutung der Entwicklung, die Betonung der Steuerbarkeit derselben und die Übernahme der Erklärung, dass die „Attraktivität der Metropole“ der Hauptgrund für das Wachstum sei.
- Die **visuelle Kommunikation** (Fotos, Grafiken) der Beiträge changiert emotional zwischen harmlos und beliebig. Auch die Bildsprache fiel – wie die Headlines und Texte - bemüht neutral und sachlich aus.
- Die Stimmung und Kommentare der **Posting-Communities** zum Thema, zeigen – quer durch alle Medien – wie notwendig eine fundierte, optimistische Erzählung ist (wie das in diesem Fall gelungen ist.)

Umfang der Berichterstattung

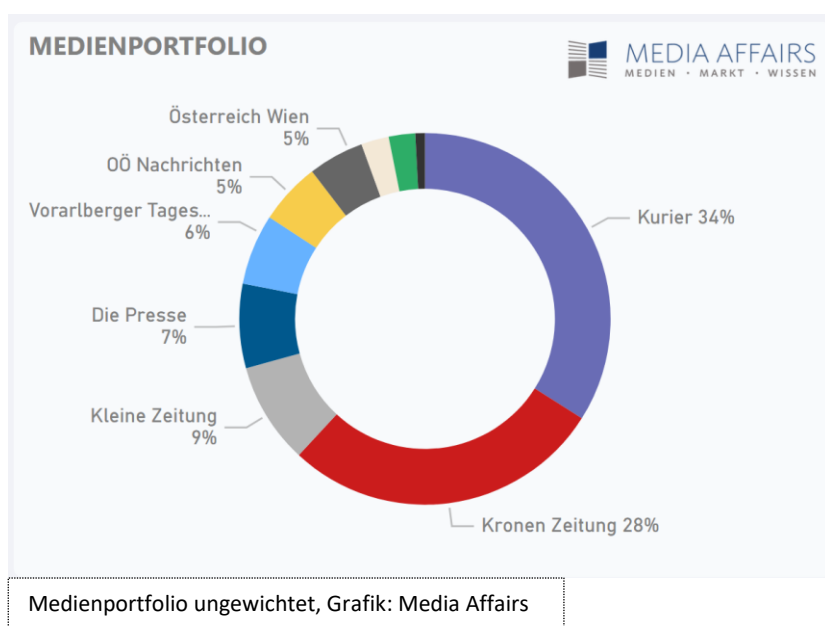
Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das Thema die Öffentlichkeit nur bedingt interessiert hat. Im für Wien relevanten **Printbereich** war die Berichterstattung im KURIER (6.10. (Cover, Chronik), 15.11) am intensivsten. Die KRONEN ZEITUNG bezog sich vom Umfang her knapper im Oktober zwei Mal (7.10., 25. 10. hier im Kontext Wohnbau) und im November drei Mal (15.11, 22.11. (Kontext: Integrationsmonitor), 23.11. (Kontext: Bevölkerungsprognose) auf das Thema. Vom Umfang her noch etwas kürzer, brachte die PRESSE insgesamt drei Mal einen einschlägigen Beitrag (7.10., 7.11. (Kontext Wiener Wirtschaft), 15.11.). In der Printausgabe von ÖSTERREICH finden sich zwei kürzere Artikel (7.10., 15.11). Der STANDARD bezog sich einmal, in der Kolumne von Hans Rauscher, unter „Zwei Millionen Wiener“ auf das Thema (7.10.), zwei ausführlichere Beiträge wurden nur online veröffentlicht.

Neben diesen Beiträgen wurde das Thema auch in den *Bundesländerzeitungen* – mit Ausnahme der KLEINEN ZEITUNG – meist in ähnlich beschränktem Umfang aufgegriffen. (KLEINE ZEITUNG 7.10., VORARLBERGER Tageszeitung 7.10., OÖ-Nachrichten 7.10., 23.11, TIROLER Tageszeitung 7.10.)

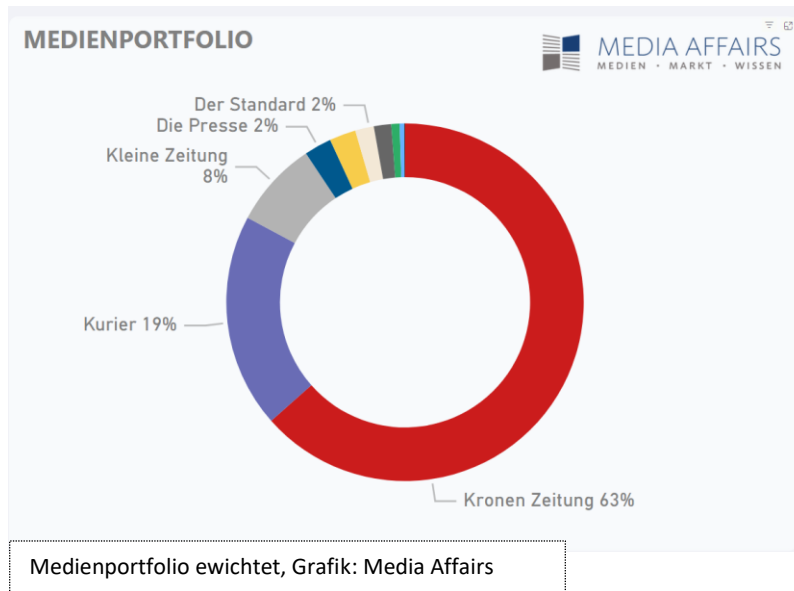
Die tatsächlich gedruckten Beiträge wurden vielfach durch zum Teil umfangreiche Artikel in den jeweiligen **Online**-Ausgaben begleitet. (Hier vor allem KURIER 5.10., 14.11., HEUTE 6.10., OE24 6.10., STANDARD 6.10., 14.11.)

Medienportfolios

Eine Analyse des **Medienportfolios** nach Umfang der Berichte weist daher – aus Wiener Sicht – in dieser Reihenfolge für den KURIER (34%), die KRONEN ZEITUNG (28%), die PRESSE (7%) und ÖSTERREICH (5%) die relevantesten Anteile aus.

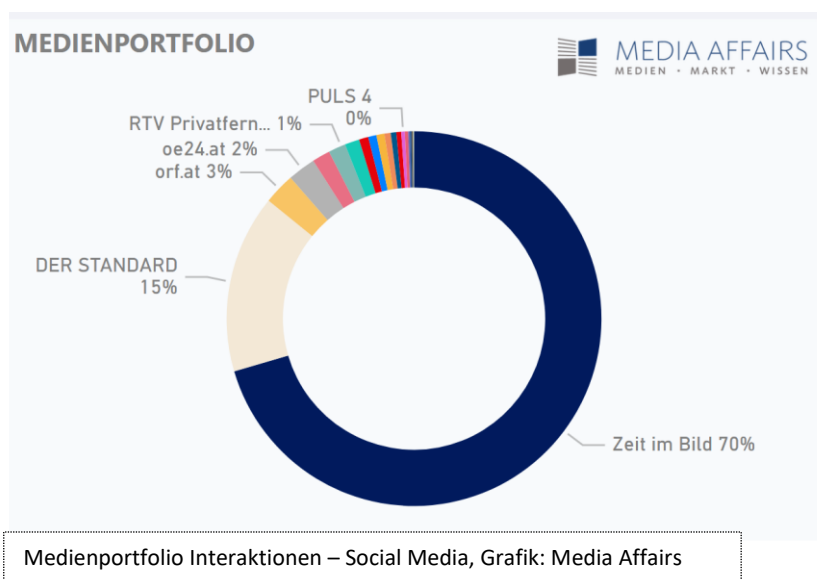


Ein Blick auf das Medienportfolio für den Printbereich **gewichtet** nach **Reichweiten** zeigt, dass die Berichterstattung der KRONEN ZEITUNG mit 63% *weit* voran an erster Stelle liegt, gefolgt vom KURIER (19%), der KLEINEN ZEITUNG (8%), der PRESSE und dem STANDARD für die jeweils 2% ausgewiesen werden.



Social Media – Interaktionen

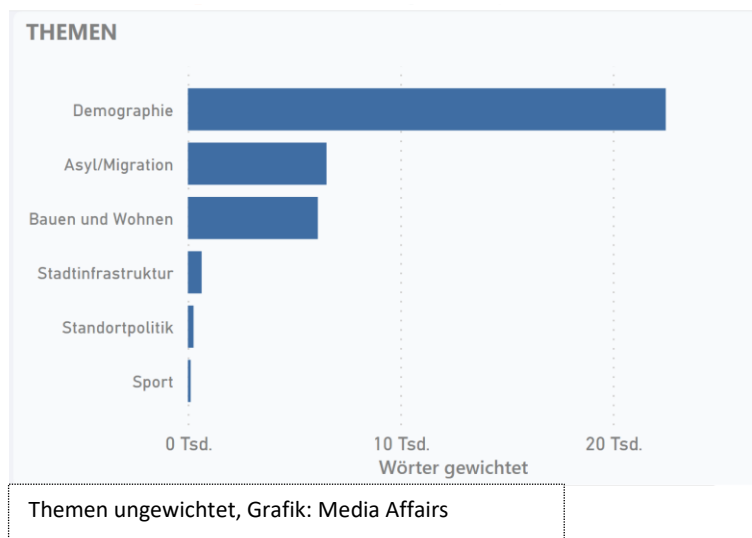
In den sozialen Medien fand das Thema „Wien Zwei-Millionen-Stadt“ relativ *wenig* Beachtung. Hier spielen vor allem der **ORF** (Zeit im Bild, Ö1 Abendjournal, Radio Wien) und mit Abstrichen auch der **STANDARD** die wichtigste Rolle.



Themen und Akteuer:innen (quantitativ)

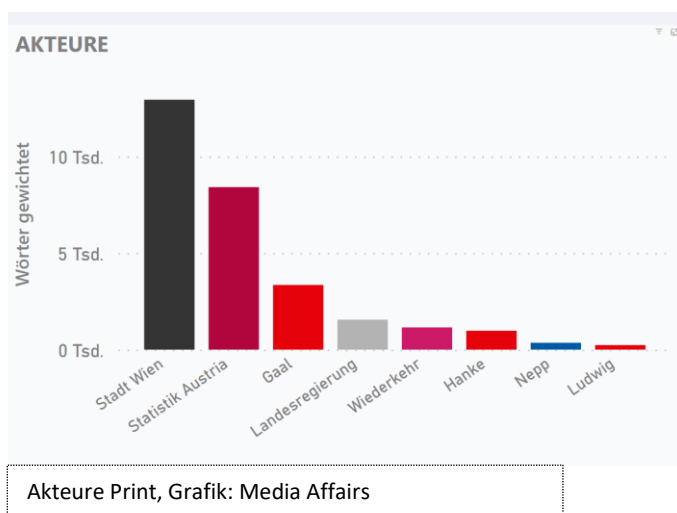
Die Analyse nach großen **Themenclustern** – gewichtet nach Reichweiten – zeigt, dass das Thema „Demographie“ mit Abstand am häufigsten vorkommt, vor den Begriffsclustern „Asly/Migration“, „Bauen und Wohnen“ sowie – dann ebenso bereits mit erheblichem Abstand – den Themen „Stadtinfrastruktur“ und „Standortpolitik“.

In einer Darstellung der Themen **ohne** Gewichtung nach Reichweiten (also im Wesentlichen ohne das Gewicht der KRONE) liegt der Fokus noch stärker auf der „Demografie“.

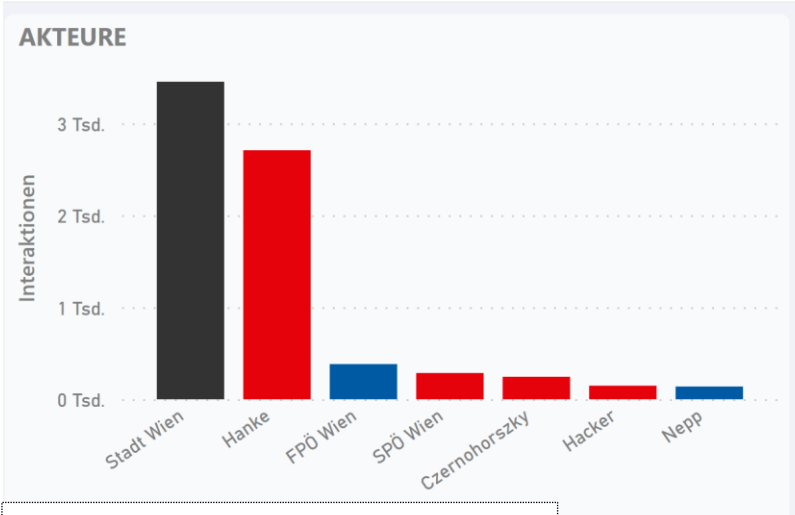


5

Nach **Akteuer:innen** liegt die „Stadt Wien“ (von der einzelne Beamt:innen bzw. Magistratsabteilungen zitiert werden) voran, gefolgt von der „Statistik Austria“, die häufig als Quelle genannt wird, und Stadträtin *Kathrin Gaál* (dies hauptsächlich auf Grund des KRONE-Artikels zum Wohnbau) und der Stadtregierung insgesamt. Bürgermeister Michael Ludwig, Stadtrat Peter Hanke Vizebürgermeister Christoph Wiederkehr und Dominik Nepp (mit kritischen Kommentaren) und sind deutlich weniger präsent.



Im Kontext der **Social Media**-Berichterstattung liegt der Akzent noch deutlicher auf dem Thema „Demografie“. Von den Akteur:innen rückt Stadtrat *Peter Hanke* sehr viel stärker in den Fokus. Anders als im Printbereich spielen – in einem untergeordneten Ausmaß – auch politische Parteien (SPÖ, FPÖ) eine Rolle.



Akteure Social Media, Grafik: Media Affairs

Sachhaltigkeit der Berichterstattung

Der Informationsgehalt und die Sachhaltigkeit der für Wien relevanten Medienbeiträge kann als **hoch** eingestuft werden. Das betrifft zum einen die Übernahme der *Daten* und *Informationen*, die von Seiten der Stadt zur Verfügung gestellt wurden (MA23) und zum anderen die *Tonalität* der Berichterstattung.

Die meisten Medienbeiträge machen den Eindruck einer nicht sehr tiefgehenden journalistischen Bearbeitung. Der Fokus lag eindeutig auf einer möglichst griffigen Bewältigung der umfassenden Informationen und Fakten. Diese dichte Informationslage hat sehr wahrscheinlich zur Versachlichung der Darstellungen beigetragen.

Sieht man auf den Printbereich so fanden sich vom Umfang her die ausführlichsten Berichte in der KRONEN ZEITUNG und im KURIER. Sämtliche Berichte – auch die anderer Medien einschließlich der Online-Beiträge – waren dadurch gekennzeichnet, dass Zahlen und Information der MA23 bzw. der Wiener Landesstatistik übernommen und umfangreich rezipiert wurden. Sehr häufig sind die Berichte zum Bevölkerungswachstum und der Struktur der Zuwanderergruppen durch Grafiken unterlegt.

Im KURIER wurden in allen Beiträgen zahlreiche Kennzahlen und Statistiken (der Statistik Austria, bzw. Landesstatistik) zum Bevölkerungswachstum und dem Bevölkerungsstand angeführt, grafisch dargestellt und der zuständige Beamte Ramon Bauer zitiert. Der Fokus lag auf der Analyse der Zuwachsraten, der Geburtenbilanz und der Struktur der Zuwanderungsgruppen. Wie in anderen Medien spielte die historische Perspektive eine wichtige Rolle.

Auch in der KRONEN ZEITUNG war die Berichterstattung – insbesondere in den Beiträgen vom 15. und 23. November „Wien wächst, aber langsamer“ – stark durch Zahlen belegt, insgesamt sehr sachhaltig und durch Grafiken (Lebenserwartung, Bevölkerungsentwicklung) ergänzt. Auch hier wurde die MA 23 als Referenz genannt.

Die sehr kurze in der Printausgabe erschienene Bezugnahme im STANDARD (7.10.) war sachlich nicht weiter erhellend, sondern hatte einen kritischen Kommentar Dominik Nepps zum Gegenstand. In den Online-Beiträgen (6.10., 14.11.) fanden sich vergleichsweise die meisten Zahlen und Statistiken, samt Grafiken. Auch hier nehmen die komplexen demografischen Prognosen und Trends breiten Raum ein. Die Wiener Landesstatistik und Informationen der MA 23 werden als Quellen zitiert. Wie in anderen Medien wurde die regionale Verteilung des Bevölkerungswachstums im Stadtgebiet thematisiert.

Auch ÖSTERREICH (Print 7.10., 15.11., 6.10. Online) berichtet unter Bezugnahme auf das Bevölkerungsmonitoring der Stadt knapp, aber sachlich. Der Bericht ist durch Kennzahlen und eine Grafiken unterfüttert. Auch hier spielen internationale Rankings, die Geschichte der Stadt und der Hinweis auf die „hohe Lebensqualität“ der Stadt, die aus einem Statement von Stadtrat Hanke übernommen wird, eine wichtige Rolle.

Die PRESSE (7.10.) greift das Thema ebenfalls sehr sachlich unter Bezugnahme auf die Information der MA23 auf. Eine Grafik veranschaulicht die Bevölkerungsentwicklung. Der Vergleich mit anderen EU-Städten, die Zusammensetzung der Zuwanderergruppen, die Prognose bezüglich des tatsächlichen Erreichens der 2-Millionen-Marke im November waren die inhaltlichen Bezugspunkte. Auch hier wurde der historische Bezug und der schon einmal erreichte Höchststand von 1910 vermerkt.

Die Online-Berichterstattung in HEUTE (6.10.) stützt sich ebenfalls auf Zahlen und Statistik (samt Grafik). Der Ton ist sachlich und indirekt wird die Einschätzung zum Wachstum der Stadt und der „Attraktivität“ Wiens übernommen. Die historische Perspektive und der EU-Vergleich sind wesentliche Bezugspunkte.

ORF.at berichtet am 6.10 sehr lang und ausführlich über das Thema. Es werden sehr viele Kennzahlen und Statistiken referiert. Der Vergleich mit anderen EU-Städten bzw. Städten im deutschen Sprachraum wird thematisiert. Auch hier wird der Hinweis auf die „Attraktivität der Metropole“ und die „hohe Lebensqualität“ übernommen.

In den Bundesländerzeitungen KLEINE ZEITUNG, OÖ-NACHRICHTEN, TIROLER NACHRICHTEN finden sich kurze sachliche Notizen, die lediglich die markanten Zahlen referieren.

Insgesamt fällt auf, dass die Berichterstattung im **Oktober** häufig knapp ausfiel und erst durch die *neuerliche* Thematisierung im **November**, die von Seiten der Stadt unter dem Titel „Neue kleinräumige Bevölkerungsprognose für Wien“ (14.11.) lanciert wurde und zudem die Präsentation des »Integrationsmonitors« zum Anlass hatte, weitere Zahlen und Fakten öffentlich thematisiert wurden.

Journalistische Einordnung

Generell ist festzuhalten, dass das Thema von journalistischer Seite sehr sachlich eingeordnet wurde. Der Schwerpunkt der Medienbeiträge lag auf einer Verarbeitung und Aufbereitung der dichten Sachinformation und des Zahlenmaterials.

Headlines

Der nüchterne und sachliche Stil der Berichterstattung spiegelt sich in den Headlines wider, die entweder ganz **sachlich** einen Sachverhalt referieren „Zwei Millionen“ (KRONE, 6.10), „Zwei Millionen Wiener“ (STANDARD, 7.10.), „Wien hat erstmals seit 100 Jahren wieder zwei Millionen Einwohner“ (KURIER, 6.10.) oder einen **kompetitiven** Aspekt: „Wir sind zwei Millionen“ (KURIER, 6.10.), „Historischer Wert: Wien, die Zwei-Millionen-Einwohner-Metropole“ (KURIER online 6.10.), „Wien sprengt die Zwei-Millionen-Grenze“ (PRESSE, 7.10.), „Wien - pulsierender Wirtschaftsraum“ (PRESSE, 18.10.), „Wien hat... die Zwei-Millionen-Marke übersprungen“ (Ö3, 7.10).

Eine geringfügig kritische Konnotation schwingt in der Headline der Printausgabe von ÖSTERREICH vom 7.Okt. „2 Millionen: Wien ist so voll wie 1900“ mit. Das Motiv der vollen, überfüllten Stadt wird allerdings durch den historischen Bezug entschärft und im Beitrag dann nicht mehr aufgegriffen.

In den Headlines fanden sich **kaum alarmistische** oder **polemische** Konnotationen. Das Thema der Zuwanderung wurde in den meisten Beiträgen entweder kurz mit den wesentlichen Benchmarks referiert oder kontextualisiert (Geschichte, Demografie, Bezirke) aufgegriffen, aber in *keinem* Fall als Frame benützt, um den Sachverhalt bzw. die Entwicklung als problematisch oder bedenklich erscheinen zu lassen.

Eine Ausnahme stellen hier nur die Beiträge des EXXPRESS dar (6.10.), wo es wörtlich heißt „Doch das Wachstum verdankt die Bundeshauptstadt nicht dem Geburtenzuwachs, sondern fast ausschließlich der Zuwanderung.“ Auf Instagram und Facebook wurde zudem der Kommentar Dominik Nepps referiert „Nepp (FPÖ): Zwei Millionen Wiener nur wegen Zuwanderung illegaler Sozialmigranten“ (6.10.). Wie die Analyse der Interaktionen zeigt, spielen EXXPRESS-Beiträge für die Kommunikation des Themas allerdings nur eine sehr marginale Rolle. Die Kommentare Nepps wurden auch im STANDARD und in NEWS.at kurz aufgegriffen.

„Bremsung“ - kontrollierte, sich verlangsamende Dynamik

Insbesondere die Berichterstattung im November, die die Tatsache der 2-Millionen-Einwohner meist nur nebenbei erwähnte, hat die Botschaft des sich **einbremsenden** Wachstums aufgegriffen und damit der Befürchtung eines möglichen Kontrollverlusts entgegengewirkt. Für den Spin des Themas ist damit ein entscheidender Schritt gelungen. (Siehe dazu Befürchtungen und Stimmung der Posting-Community, unten S. 12)

Die Berichterstattung verstärkt den Eindruck einer **steuerbaren** und **keinesfalls eskalierenden** Entwicklung und macht die abnehmende Dynamik an Hand von Headlines und Zahlen plausibel (STANDARD 14.11. „Wien wächst, aber weniger schnell“, KRONE „Wien wächst, aber langsamer“ 15.11., KRONE.at „Wiens Bevölkerungswachstum bremst sich ein.“ 14.11., Ö1 Abendjournal 14.11. „Wien wächst weiter, aber langsamer“, PRESSE, 15.11. „Bevölkerung bremst sich ein“)

In der KRONE vom 23. Nov. „Wien im Jahr 2100: Ein Viertel größer, kaum noch Zuwanderer“ wird der Zusammenhang von Bevölkerungswachstum und Zuwanderung in der Headline sogar **entkoppelt**. Einen Tag zuvor hieß es in der Wien-Ausgabe allerdings „Jeder 3. Wiener ist kein Österreicher“ und im Text „Wien wird durch Zuwanderer jünger und immer dichter.“ Dennoch ist die Übernahme der – durch Fakten und gründliche Prognosen fundierten – „Erzählung“ von einer Zukunft, die systemkritischen oder xenophoben Haltungen keine Nahrung bietet, extrem bemerkenswert. Sie konterkariert das dystopische Bild einer überbevölkerten Stadt, in der die Stadtservices immer weniger leistungsfähig werden und man zudem „kein deutsches Wort“ mehr höre. Eine immer noch wirksame Stadterzählung (siehe unten: Posting-Communities, S. 11).

Gelungenes Storytelling seitens der Stadt

Analysiert man die einschlägigen **Informationen der Stadt** zum Thema (OTS 6.10, 26.10., 14.11., Broschüre Bevölkerungsprognose 2023) so fällt auf, dass sich dort nicht nur alle größeren Themen finden, die dann auch von den Medien aufgegriffen wurden, sondern dass auch bestimmte Motive und Erzählungen durch diese Publikationen geliefert wurden, die in der Folge die öffentliche Diskussion geprägt haben. So finden sich die Motive eines demografischen „Comebacks“, die Gegenüberstellung „schrumpfende, alternde“ Stadt damals – wachsende Stadt heute, der Vergleich mit anderen EU-Städten, der starke historische Bezug, die Verknüpfung von Prosperität und Wachstum, die Prognose „moderates Wachstum“ und „weniger Zuwanderung, steigende Lebenserwartung“ und der Hinweis, dass planvolles Vorgehen den „hohen Lebensstandard“ der Stadt absichere, bereits in diesen Texten. Motive und Formulierungen, die sich vielfach, zum Teil sogar wörtlich, in der medialen Berichterstattung **wiederfinden**.

10

Auch das Wording seitens der Stadt wurde häufiger übernommen und trug wesentlich zu der Einschätzung bei, dass sich die Entwicklung positiv und beurteilen lasse und sich der Prozess **dynamisch, aber kontrolliert** und **steuerbar** vollziehe. Hierzu trägt vor allem die Übernahme der Einschätzung bei, wonach Wien ein „Wirtschafts-, Ideen- und Innovationsmotor Mitteleuropas“ sei und ein Grund für die Zuwanderung darin liege, dass Wien eine „junge, attraktive und weltoffene“ Stadt sei. Diese Darstellung wird sinngemäß oder wörtlich von einer Reihe von Medien **übernommen** (KURIER 6.10.; ÖSTERREICH 6.10., ORF.at, Online STANDARD 6.10., KRONE online 6.10., HEUTE online 6.10., NEWS.at. 6.10.)

Ein anderer Aspekt ist der Hinweis auf **vorsorgliche Investitionen** und hier insbesondere in die Leistbarkeit von Wohnraum. Exemplarisch gelungen in dem von der KRONE übernommenen Statement von Wohnbau-Stadträtin Gaál, die das Thema der Zwei-Millionen-Stadt mit dem „Wiener Wohnbaumodell“ in Verbindung bringt. Unter der Headline „Mehr Förderung für leistbaren Wohnraum“ heißt es im Untertitel „Wiener Wohnbaumodell langfristig abgesichert. Stadt Wien investiert zusätzlich rund 115 Millionen Euro“ (KRONE 25.10.).

Die Motive Planung, Langfristigkeit, Absicherung und hohe Wohnqualität entkräften eine mögliche Kritik, dass das Wachstum der Stadt auf Kosten der Wohnqualität gehen könnte. Der Aspekt der Investitionen in die Zukunft (Bildung, Verkehr, Pflege, Gesundheit) wurde auch von OE24 aufgegriffen (6.10.online).

Sonderfall: Posting-Communities

Die in den hier untersuchten Medienbeiträgen nicht oder kaum vorkommende negative Darstellung der Zuwanderung, die diese reflexartig als **Bedrohung** einstuft (wie das in den vom Express kolportierten Kommentaren zum Ausdruck kommt), findet sich als **tatsächliches Echo** in den Online-Foren wieder.

Das betrifft vor allem die Postings in HEUTE, KURIER, KRONE, PRESSE und in etwas abgeschwächter Form auch im STANDARD und ORF.at.

Das Muster der Kommentare ist stereotyp und unabhängig von den jeweiligen Medien seltsam einheitlich. Sie sind überwiegend kritisch bis gehässig. Sachlich dargestellte Fakten werden mit „kein Grund zum Feiern“ oder „zweifelhafter Rekord“ kommentiert, die Validität von Zahlen in Zweifel gezogen, die Quellen – vor allem die der Stadt Wien – als Falschinformation gewertet, die Stadtpolitik der „Träumerei“ oder Manipulation verdächtigt.

Der Zusammenhang zwischen Zuwanderung, dem Bevölkerungswachstum und Begriffen wie „Sozialmissbrauch“ „Sozialmigration“ „Überfremdung“, der in den Medienbeiträgen nicht einmal angedeutet wurde, wird hier **regelmäßig** hergestellt. Grundtenor ist, dass der Bevölkerungszuwachs in Zukunft (und jetzt schon) zu deutlichen Einbußen in der Lebensqualität der Stadt führen werde und dass ein Verdrängen autochthoner Bevölkerungsanteile bereits im Gang sei.

Andere Kritikpunkte, die sich in den Kommentaren häufig fanden, sind die „Verbauung“ das „Zubetonieren“, die „Belastung des Bildungssystems“ oder Kritik an der Vergabe von Gemeindewohnungen und die Sorge vor zunehmender Kriminalität.

Die **Parteilpolitik**, oder unterschiedliche parteipolitische Standpunkte, die in den Artikeln und Medienbeiträgen vollkommen beiseite gelassen wurden, spielt in den Online-Komentaren von HEUTE, KRONE, KURIER häufig eine prominente Rolle.

Zum Online-Artikel von HEUTE vom 6.10. findet sich die Besonderheit einer **Online-Befragung** mit der Frage „Lebst Du gerne in Wien?“ mit einem eigentlich positiven Antwortset (Ja, Wien ist die beste Stadt der Welt/ Eigentlich schon, ist ganz okay hier / Nein, ich würde lieber weg aus Wien). Letztere Antwortoption erhält eine Zustimmung von 59%.

Die Online-Kommentare zu den STANDARD-Beiträgen sind etwas zurückhaltender, obwohl die kritischen Kommentare überwiegen. Die Kritik ist sachlicher, zum Teil auf Detailfragen der Statistiken bezogen und weniger emotional.

Es ist empirisch nicht exakt belegbar, inwieweit sich die Online-Leserschaft der jeweiligen Medien von den jeweiligen Posting-Communities unterscheidet.

Visuelle Kommunikation - Priming

Die Bildsprache *aller* untersuchten Medienbeiträge unterstreicht die **nüchterne** Rezeption des Themas. Hinsichtlich der transportierten Emotionalität changieren die verwendeten Fotos und Grafiken zwischen harmlos und beliebig.

Fotos

Das in den Print- und Online-Ausgaben am häufigsten verwendete Foto zeigt Menschen in einer mehr oder weniger überfüllten **Fußgängerzone** (der Innenstadt). Die Bildsprache bleibt neutral. Die Stadt wird weder als besonders attraktive Stadt für Fußgänger:innen bzw. Einkäufer:innen dargestellt, noch auch als hoffnungslos überfüllt. Die Fotos legen eher einen Zusammenhang mit dem boomenden Städtetourismus nahe und verstärken so indirekt die Konnotation „Attraktivität“. Eher am Rande bedienen einige der Fotos auch dem Frame „Diversität“ (KURIER, 6.10.)

Der Bildtypus evoziert Begriffe wie „Freizeit“, „Konsum“, „Wohlstand“ und „Sommer“.



Beispiel: KURIER 5.10.2023



Beispiel: KRONEN ZEITUNG, 6.10. 2023

Der andere Typ von Fotos, der am zweithäufigsten verwendet wird, zeigt eine **Stadtansicht** von oben (von einer Drohne oder einem Aussichtspunkt aufgenommen.) Auch dieser Bildtyp wirkt neutral. Weder Alarmismus bezüglich des Wachstums, noch irgendwelche Missstände oder Mängel, die damit

zusammenhängen könnten, werden insinuiert. Allerdings ist diese Art von visueller Kommunikation auch nicht geeignet, einen besonders optimistischen Blick auf die Thematik zu werfen.

Insgesamt evoziert dieser Bildtypus emotional die Begriffe „Ruhe“, „Übersicht“, „Schönheit“ und „Ordnung“.



Beispiel: ORF.at, 7.10.2023

Grafiken

Sehr häufig lieferten die Beiträge Grafiken (zum Teil sogar drei bis vier in einem Beitrag), die noch einmal sachlich fundieren und veranschaulichen wovon berichtet wurde. Die nachstehende Grafik, die quer durch alle Medienbeiträge an **häufigsten** abgedruckt wurde, verwendet die Wiener Landesstatistik als Quelle und veranschaulicht durch den gewählten Zeitraum eher ein Wieder-Anschließen an eine Entwicklung, die historisch schon einmal erreicht war. In *keiner* Weise wird etwas wie eine „eskalierende“ Entwicklung bzw. Steigerung dargestellt.

13



Schlüsselmotive und Stories

Unabhängig von der Aufarbeitung und Präsentation der Sachinformation, die auf den Daten der Stadt basierte, lassen sich sehr deutlich Motive und Erzählungen abheben, die von Seiten der Journalist:innen aufgegriffen wurden, um einen Kontext herzustellen und das Publikum zu interessieren. (Zur Vorleistung bezüglich dieser Motive und Stories von Seiten der Stadt siehe oben S.10)

Wie schon erwähnt hat man in diesem Diskurs sehr weitgehend auf polarisierende, stark emotionalisierende Motive verzichtet. Die Motive, die in fast allen Beiträgen stattdessen eine Rolle spielten, waren der **Wettbewerb** der europäischen Hauptstädte („Wien 5-größte Stadt der EU“ „Zweitgrößte Stadt im deutschen Sprachraum“), der **historische Kontext**, der es erlaubte den Bogen bis zur Kaiserzeit zu spannen, der Versuch, Wachstum **sportlich** zu framen („Rekordwert“ und „magische Marke“) und die Thematik der **alternden** bzw. **jünger** werdenden Stadt.

Die neben den Zahlen und Skalen referierten Analysen nach Nationalitäten und Zuwanderergruppen nahm in der Berichterstattung ebenfalls breiten Raum ein, wurden aber (vom EXXPRESS abgesehen), *ohne* jeden weiteren Kommentar zu bestimmten Gruppen dargestellt. Auch die Bedeutung des Bevölkerungswachstums für einzelne Bezirke wurde vollkommen sachlich und ohne Nebentöne referiert.

Die Analyse liefert wichtige Hinweise auf die Bild- und Motivressourcen, die für das Storytelling im Kontext von Stadtthemen brauchbar sind.

Städtevergleich - Ranking

Das Wiener Publikum ist Vergleiche gewöhnt, in welchen Wien im Vergleich zu anderen Großstädten ausgezeichnet abschneidet. Diesem Erzählstrang folgen fast alle Beiträge in ihrem Versuch, das Bevölkerungswachstum griffig auf eine Formel zu bringen. „Wien 5-größte Stadt der EU“ ist das Motiv, das daher in fast *allen* Beiträgen (KURIER, KRONE, HEUTE, ÖSTERREICH, STANDARD, PRESSE, OÖ-N, ORF), auch solchen, die fast nur die nackten Zahlen referieren, zu finden ist.

Fast gleich häufig findet sich der Hinweis darauf, dass Wien (allerdings nicht erst neuerdings) die „Zweitgrößte Stadt im deutschen Sprachraum“ sei. Beide Rankings werden häufig in ein und demselben Beitrag präsentiert.

Die Häufigkeit dieses Motivs veranschaulicht, dass das **Kompetitive** ein wichtiger Frame ist, der von Medien genutzt wird, um das Publikum für an und für sich abstrakte Sachverhalte zu interessieren und Wien in einem größeren europäischen Kontext zu verorten. Wie erwähnt wurde das Ranking-Motiv von Seiten der Stadtkommunikation bereits im Vorfeld lanciert.

Von der Kaiserzeit bis heute

Ebenso häufig wurde in den Medienbeiträgen die Tatsache referiert, dass Wien 1910 als Reichshauptstadt der Donaumonarchie schon einmal mehr als zwei Millionen Einwohner:innen hatte. Auch hier spielen Sportmetaphern eine Rolle: vereinzelt war von einem „Comeback“ der

Bevölkerungsentwicklung die Rede (ORF, OÖN; von einem „beeindruckenden demografischen Comeback“ sprach auch die OTS der Stadt Wien vom 14. 11.2023), häufiger aber bot dieser Kontext die Gelegenheit, die Story im historistischen Kontext zu verankern.

Hier spielen mehrere Motive, die in der **Imagepflege** der Stadt von Bedeutung sind – Reminiszenzen an die Kaiserzeit, einstige Größe (an die heute wieder angeknüpft wird), die Rolle Wiens im zentraleuropäischen Raum damals und heute – eine gewichtige Rolle.

Die Verortung im historischen Kontext fungiert zudem, als eine Art **anti-alarmistischer Frame**, der zugleich klar macht, dass man sich nicht in einer unbegrenzten, exponentiellen Wachstumsphase befinde, sondern die Wiederholung eines Phänomens erlebe, das vor über 100 Jahren bereits einmal Realität war.

Sportmetaphern

Obwohl in der Tonalität in keiner Weise sensationsheischend oder gar polarisierend, spielten in der journalistischen Aufarbeitung des Themas Sportmetaphern bzw. der übliche Sportsgeist von Rankings eine wichtige Rolle. Die Zwei-Millionenmarke wurde in diesem Sinn als „geknackt“ (HEUTE, PRESSE) oder als „gesprengt“ (PRESSE) bezeichnet, und als „magische Marke“ (OE24, VIENNA.at), „symbolische Marke“ (STANDARD), „historischer Meilenstein“ (MeinBezirk), „historischer Wert“ (KURIER) oder „Allzeithoch“ (HEUTE) gebrandet.

Dieses Wording verdeutlicht einmal mehr die Bedeutung **kompetitiver** Elemente, die – wie im Sport – die Entstehung eines Wir-Gefühls und eine Headline wie „Wir sind zwei Millionen“ (KURIER, 6.10.) erst verständlich machen.

15

Altern und schrumpfen versus jung sein und wachsen

Relativ viel Beachtung wurde auch der Entwicklung der Altersstruktur der Stadt und der Rolle der Zuwanderung in diesem Kontext geschenkt. Im komplexen Sachverhalt einer Gesellschaft, in welcher sowohl der Anteil der Alten als auch der Jungen wächst, wurde der Bevölkerungszuwachs positiv als eine „**Verjüngung**“ dargestellt. Die schrumpfende, alternde Stadt der Monarchie oder der letzten Jahrzehnte des vorigen Jahrhunderts, wurde der wachsenden, jünger werdenden Stadt von heute gegenübergestellt und Wachstum damit positiv geframt (KURIER 6.10., KRONE 22.11.).

Diese Gegenüberstellung erlaubt es auch, die aktuelle Entwicklung in ein Narrativ einzubetten, das eine „Trendwende von einer farblosen Randregion der 80-er Jahre hin zum ‚Wirtschafts-, Ideen-, und Innovationsmotor Mitteleuropas‘“ (KURIER, 6.10 online) beschreibt.

Die vereinzelt Hinweise, dass Wien „jünger und diverser“ werde, wurden in dieser Berichtserie ohne Unterton referiert und auch in diese Wendung aus dem Aussendungstext der Stadt (6.10.) übernommen. Auch in der Berichterstattung anlässlich der Präsentation des Integrationsmonitors („Jeder dritte Wiener ohne österreichischen Pass“ 21.11.) greift die KRONEN ZEITUNG das Thema positiv auf, nachdem zuvor darauf hingewiesen wurde, dass immer mehr jüngeren Zuwanderern ein **Bildungsaufstieg** gelinge.

Zeit und Sequenzialität des Diskurses

Der Diskurs um „Wien als Zwei-Millionen-Stadt“ war zeitlich nicht davon bestimmt, dass einschlägige Medienberichte andere weitere Berichterstattungen oder Kommentare nach sich zogen. Im Großen und Ganzen erschienen die spezifischen Beiträge in einer ersten Welle um den 6. und 7. Oktober. Sie nehmen kaum auf einander Bezug, referieren allerdings die Daten der MA 23 erkennbar als gemeinsame Quelle. Insgesamt fand diese Welle – in verkürzter Form – auch im Printbereich ihren Niederschlag. Vielfach wurden hier aber sehr kurze Beiträge, die sich auf die wesentlichsten Kennzahlen beschränkten, platziert.

Eine zweite Welle von Beiträgen, die für den **positiven Spin** der Thematik vielleicht noch wichtiger ist, begann ab dem 14. November und griff noch einmal das Thema des Bevölkerungswachstums auf (Anlass waren die Information bezüglich der „Kleinräumigen Bevölkerungsprognose“ seitens der Stadt und die Präsentation des Integrationsmonitors), jetzt aber in einer längerfristigen Perspektive, die ein Abflachen der Wachstumskurve prognostiziert und daher noch einmal Gelegenheit für zusätzliche vertiefende Informationen bot, die auch aufgegriffen wurden (PRESSE 15.11., ORF 16.11., KRONE 15.11., 23.11.).

Günstig hat sich auf die Berichterstattung unter Umständen der „**Countdown**“ ausgewirkt, der dadurch inszeniert wurde, dass im Oktober nur angekündigt wurde, dass Wien voraussichtlich Ende des Jahres die Zwei-Millionen-Grenze erreichen werde. Durch die zweite Welle von Beiträgen konnte das Thema der „Zwei-Millionen-Stadt“ noch einmal aufgegriffen und vertieft werden.

Insgesamt bleibt aber festzuhalten, dass das Medienecho in beiden Wellen eher zurückhaltend ausfiel.

Meta-Narrativ

... was bleibt hängen.

Das Meta-Narrativ der gesichteten Medienbeiträge ist **positiv** und **vorsichtig optimistisch**. Man könnte es mit „Bevölkerungswachstum dynamisch, aber kontrolliert“ auf den Punkt bringen. Die Motive, die eine *proaktive* Behandlung der Problematik versprechen – Monitoring, Planung, leistbares Wohnen, Erhaltung der hohen Lebensqualität, Attraktivität der Stadt – dominieren und werden in den meisten Beiträgen angesprochen. Wichtig für die Wahrnehmung und den überwiegend positiven Spin ist dabei das Narrativ, des sich verlangsamenden oder „**einbremsenden**“ **Bevölkerungswachstums**, das rezipiert und zum Teil genau in diesem Wortlaut kolportiert wurde.

Ein zweites übergeordnetes Narrativ betrifft die Gründe für die Zuwanderung. Hier ist vor allem die Erzählung „Zuwanderung, weil Wien als Metropole so **attraktiv** ist“ schlüssig.

Das noch einmal übergeordnete und öffentlichkeitswirksame Narrativ der „**Lebenswerten Stadt**“ wird durch die Verknüpfung mit dem Motiv, der Attraktivität der Stadt im mitteleuropäischen Wirtschaftsraum, davor bewahrt, durch pessimistische Perspektiven (Verlust an Lebensqualität durch Wachstum) beschädigt zu werden. Das **kompetitive** Motiv spielt für den positiven Spin des Wachstums-Narrativs eine wichtige Rolle.

Für den Inhalt verantwortlich:

Mag. Wolfgang Tomaschitz

Sozialforschung

Rudolf Zeller Gasse 48 B3

1230 Wien