

09/09/2024

Science Talk > Was ist die Kunst der Politik? Herausforderungen durch Desinformation und Fake News

00:00:00 Brinek

So, schönen guten Abend hier in der Aula der Wissenschaften im Namen des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Bildung. Das ist quasi unser Beitrag zum Urnengang am 29. September. Ein bisschen Trost oder Aufmunterung der Wissenschaft. Auf jeden Fall hoffentlich viel Meter Blick heute von unserem Podium. Das Wort Fake News übrigens, das verrate ich Ihnen noch schnell, weil ich selbst habe recherchiert, wie lange gibt es das schon, das gibt es natürlich so lange es schon Kommunikation gibt, also immer schon, nämlich manipulative, verfälschte Kommunikation, Weiterreichung von Informationen, also alles gar nicht so aktuell, wie wir öfters glauben. 2017 ist es allerdings zum Anglizismus des Jahres. Anglizismen sind bei uns ja nicht so beliebt hier in Österreich. Zum Anglizismus des Jahres gewählt worden und wir werden uns heute noch vertiefen, was das alles ist und kann und für uns bedeutet. Ich darf stellvertretend für das Publikum Astrid Kuffner begrüßen. Sie moderiert immer

00:01:11

wieder, heute für die APA, die Austria Presse Agentur und ist freie Journalistin und somit Ihnen allen einen schönen Abend. Danke.

00:01:28

Herzlichen Dank, Frau Brinek, für die freundliche Begrüßung, auch in Vertretung des Gastgebers des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung. Einen schönen Abend und herzlich willkommen zum Science Talk. Was ist die Kunst der Politik? Herausforderungen durch Desinformation und Fake News. Hier in der Aula der Wissenschaften, aber auch ein herzliches Willkommen an alle, die im Livestream zu uns zugeschaltet sind. Prognosen sind schwierig, besonders, wenn die die Zukunft betreffen, wird gerne gesagt. Dennoch glaube ich zu wissen, was die meisten von uns in 20 Tagen um diese Zeit machen werden. Hochrechnungen verfolgen, Dankesworte, Koalitionsansagen oder Koalitionsabsagen. Hier und heute wollen wir analysieren, vor welchem gesellschaftlichen Grundrauschen Politik überzeugen muss und gegen welche Widerstände

Medien ihre demokratiepolitischen Aufgaben erfüllen können und müssen. Doch zunächst darf ich unser Podium vorstellen und auch gleich eine erste vielleicht Positionsbestimmung einholen

00:02:34

zum Thema des heutigen Abends. Direkt neben mir sitzt Silvia Kritzinger. Sie ist Professorin für Methoden der Sozialwissenschaft am Institut für Staatswissenschaft der Uni Wien, das sie auch leitet. Sie ist eine der Projektleiterinnen der österreichischen nationalen Wahlstudie und in einem Netzwerk für interdisziplinäre Werteforschung und sie forscht zu politischen Einstellungen, Wahlverhalten, demokratischer Repräsentation, politischer Partizipation, Wählen mit 16 und Umfrageforschung. Meine erste Frage an Sie, Frau Prof. Kritzinger. In 20 Tagen wird gewählt im Hinblick auf unser Thema heute Abend, Herausforderungen für Politik und Medien durch Desinformation und Fake News. Als Staatsbürgerin, vermute ich, und als Forscherin, was beschäftigt Sie aktuell am meisten? Ja, vielen Dank für die Einladung und dass ich hier sein darf, zu diesem spannenden Thema zu sprechen. Vielleicht ganz kurz aus einer Forscherinnenperspektive. Was beschäftigt mich? Also mich beschäftigt hier vor allem das

00:03:35

Thema Information und Wissen, was also natürlich ganz stark mit Fake News und Missinformation in Zusammenhang ist, weil, auch wenn wir uns das hier in diesem Saal vielleicht gar nicht vorstellen können, die erste wichtige Information ist, dass wir erst einmal beibringen den Leuten von wegen, dass es überhaupt eine Wahl gibt. Es gibt immer Leute, die wissen gar nicht, dass es eine Wahl gibt und die zweite Situation ist dann, dass man auch zur Wahl gehen kann und darf und dann natürlich auch, was mich beschäftigt ist, von wegen, warum wählen Menschen jene Parteien, die sie dann auswählen, wählen sie die, damit sie gut repräsentiert sind? und hier ist natürlich Information extrem wichtig und das macht man natürlich aus einer Forscherinnenperspektive ganz stark mit eben dieser österreichischen nationalen Wahlstudie. Aber Partizipation von wegen, wissen die Menschen, da sie zur Wahl gehen können und wissen sie, welcher Partei sie, warum ihre Stimmen geben, ob sie sich dann gut repräsentiert

00:04:28

fühlen, das sind so die Dinge, die mich beschäftigen. Vielen Dank für diese erste Einordnung. Ich mache gleich weiter mit Dr. Clemens Pig. Er ist Geschäftsführer der Vorstand der APA, der Austria Presse Agentur. Er ist Buchautor und ehemaliger Präsident der europäischen Nachrichtenagentur

Allianz. Er ist auch Unternehmer, hat schon 1996 während des Politikwissenschaftsstudiums in Innsbruck mit Kollegen ein Unternehmen für Medienanalysen gegründet und beschäftigt sich mit politischer Kommunikation im digitalen Transformationsprozess der Medien. 2023 ist sein Buch *Democracy Dies in Darkness – Fake News, Big Tech, AI hat die wahre Nachricht in der Doppelbedeutung, wahre wie gut und wahre wie wahrhaftig eine Zukunft*. Auch an Sie meine erste Frage, 20 Tage bis zur Wahl als Medienmanager und Staatsbürger. Was beschäftigt Sie am meisten im Hinblick auf unser Thema heute Abend? Ja, schönen guten Abend. Ich fürchte, ich kann heute keinen Trost aussprechen, allenfalls im Laufe der Diskussion, aber

00:05:31

doch Wege und vielleicht Hoffnungsschimmer geben. Ich persönlich halte Desinformation und Fake News für Auswüchse eines weit größeren Problems, nämlich, dass die sogenannten sozialen Medien, die ich weder für sozial noch für Medien erachte, aber auch die neu oder wiederauferstandenen Parteimedien im digitalen Gewande, dass insbesondere diese Sozialmedien, diese technischen Netzwerke, den politischen Diskurs, all das, wie wir uns doch als freie Bürgerinnen und Bürger informieren wollen und von der Information zu Wissen gelangen wollen, diesen Diskurs massiv beschädigen. Und meine Sorge gilt schon, weil wir auch ja auf Amerika aufgrund der US -Wahlen ja alle auch hier im Auditorium, denke ich, sensibilisiert sind. Ich will nicht in dieser Form der Dystopie, wie sie derzeit schon in Amerika ist, ankommen, wo es breite Landstriche gibt ohne Regional - und ohne Qualitätsmedien, wo letztlich Polarisierung, aber auch Radikalisierung und ich glaube, Fake News und Desinformation sind einfach

00:06:51

ein weiterer Effekt dieser Radikalisierung auf uns Schwappen, das beschäftigt mich mit Blick auf den Journalismus, Wo muss Journalismus sich hinentwickeln, um auch Terrain zurückzuerobern? Und weil Sie Medienmanagement angesprochen haben, der Herbst hat begonnen und für uns alle, auch in den Medienunternehmen, beginnt eine weitere, ganz schwierige Phase. Letztlich, um auch diesen unternehmerischen Teil kurz hereinzuholen, wie finanzieren wir das alles? Und das ist einmal kurzfristig, was uns alle in den Medienhäusern beschäftigt. Operativ, die Finanzierungsfrage mittelfristig, aber ganz bestimmt, wie schaut Journalismus der Zukunft in diesen neuen Rahmenbedingungen aus und wie kann er finanziert werden? Hoffentlich gibt es da ein paar Hoffnungsschimmer. Ich mache weiter mit Hans -Bernhard Schmitt, er ist Professor am Institut für

Philosophie der Uni Wien. Er hat Philosophie, Soziologie und Mediävistik, mittelalterliche Geschichte an der Universität in Basel studiert. Er hat Soziologische

00:07:57

Theorie in Basel gelehrt und Philosophie in New York. Undergraduate Faculty der New School for Social Research in New York. Seit 2011 ist er Professor für politische Philosophie und Sozialphilosophie an der Uni Wien und erforscht unter anderem zu Sozialontologie. Er hat ein Buch über moralische Integrität veröffentlicht und sein letztes Buch heißt *We Together, the Social Ontology of Us*. Bevor Sie mir jetzt alle abdriften, weise sich überlegen und grübeln, was eigentlich Sozialontologie ist. Ich habe das für uns alle einmal nachgeschlagen, weil ich da auch nicht so firm bin. Also, die Ontologie ist die Lehre vom Sein und der Existenz, genauer von den Möglichkeiten und Bedingungen des Seienden und die Sozialontologie untersucht, insbesondere die soziale Welt und die Einheiten, die aus sozialer Interaktion entstehen. Was das genau auch mit unserem Thema zu tun hat, darüber werden wir noch reden. Im Hier und Heute, 20 Tage bis zu unserer Nationalratswahl. Ich glaube, Sie sind als Staatsbürger

00:08:56

nicht betroffen, aber vielleicht als Philosoph und als Forscher, was beschäftigt Sie im Hinblick auf unser Thema, was treibt Sie da um? Ja, vielen Dank. Und das haben Sie schön gesagt mit der Ontologie. Und guten Abend. Also neben der Sozialontologie interessiere ich mich auch ein wenig für die soziale und politische Epistemologie und die Epistemologie ist die Lehre vom Wissen. Was ist Wissen und wie kommt es zustande im Grundsätzlichen. Die soziale Epistemologie, die legt einen Akzent darauf, dass wir in der Regel im Gegensatz zum Bild der älteren Epistemologie nicht als einzelne der Welt gegenüberstehen und Wissen zu erwerben versuchen, sondern in unseren sozialen Beziehungen. Das meiste Wissen, das wir haben, haben wir nicht aus eigener Anschauung, sondern wir erwerben und unterhalten es in sozialen Beziehungen. Milieus, Gruppen sind entscheidend für das Zustandekommen und auch wohl das Sein von Wissen. Für heute, was mich bewegt, 20 Tage vor der Wahl, ich bin als nicht Staatsbürger,

00:10:16

nicht mal EU -Bürger, vielleicht ein bisschen weniger betroffen von den tagesaktuellen Ereignissen, aber mich interessiert das Thema Fake News, mich interessiert das Thema Desinformation und ich stehe da nicht alleine da in der Philosophie, die Philosophie hat sich sehr darum bemüht, diese Begriffe zu schärfen und sie zu entwickeln, zu Begriffen, die dienen einem analytischen, klaren Verständnis und einer kritischen Zeitdiagnose. Es gibt diesen Versuchen gegenüber in der Philosophie, aber auch eine Gruppe von Leuten, die der Meinung ist, dass wir diese Begriffe nicht verwenden sollten, weil mit diesen Begriffen einhergeht ein Bild der gegenwärtigen kritischen Situation, das so vielleicht nicht wahr ist. Und das Bild ist, dass die traditionellen Medien etabliert haben eine Art epistemische Autorität, gestützt durch verlässliche, große, machtvolle Medienagenturen, dass die Bevölkerung empfindlich ist bezüglich Manipulation. Die Sicht ist, es ist leicht die Leute dazu zu bringen, etwas zu

00:11:41

glauben, ob es wahr ist oder falsch. Dass das Internet die Lage geschaffen hat, dass die vulnerable, epistemisch vulnerable Bevölkerung schutzlos ausgeliefert ist, böswilligen Akteuren, die gezielt manipulativ Desinformation verbreiten. Und das ist deswegen Bedarf mindestens einer Debatte, vielleicht aber auch konkreter politischer Maßnahmen, um epistemische Autorität wieder herzustellen. Ich glaube, dass dieses Bild, ich finde dieses Bild ungut. Ich glaube, dass die Herausforderung an gut arbeitende Presseagenturen, die entsteht durch das Internet eine gute Sache ist, eine Herausforderung ist, eine Konkurrenz ist, die anzunehmen, die Akteure durchaus in der Lage sind. Und ich glaube auch, dass die Bevölkerung dem aufklärerischen Bild entsprechend besteht aus Leuten und Gruppen und Milieus mit ihren eigenen Köpfen und ihren eigenen Dialogstrukturen und kritischen Debatten und bin darum eigentlich Optimist. Das Internet sehe ich nicht als Gefahr, sondern als riesige Verbesserung unseres epistemischen

00:13:12

Umfelds. Was man jetzt wissen kann und Und wie leicht man es wissen kann, ist ein Triumph des menschlichen Geistes. Es gibt Dinge wie Filter -Bubbles und Eco -Chambers, sicherlich. Es gibt Strukturen, die ungut sind, soziale Medien, ich höre Ihre Kritik, ja, aber ich möchte dem gegenüber den Wert dieser Verbesserung des epistemischen Umfelds. Denken Sie zurück daran, wie das vor 20 Jahren war, wie mühsam es war, sich Informationen zu beschaffen. Hat man allenfalls vielleicht ein Brockhaus zu Hause oder den Onkel, der sich da gut ausgekannt hat irgendwo, wie sich das

verändert hat, empfinde ich als eine massive Verbesserung. Ich möchte deswegen hier Optimismus verbreiten. Sehr gut, Optimismus verbreiten, das ist auch ein Beitrag zum Urnengang. Ich mache noch weiter in der Vorstellungsrunde, im Bunde in diesem Fall der letzte, aber Dr. Josef Seethaler. Er leitet die Forschungsgruppe Media, Politics und Democracy am Institut für vergleichende Medien - und Kommunikationswissenschaft. Das ist

00:14:17

ein Joint Venture, was für ein moderner Begriff von der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Universität Klagenfurt. Dort ist er auch stellvertretender Institutsleiter und er forscht zu politischer Kommunikation, Medien und internationalen Beziehungen, Medien - und Kommunikationsgeschichte, Mediensystemanalyse. Er unterrichtet an der Uni Wien und der Alpen - Adria -Universität und ist in mehreren internationalen Projekten quasi in Vertretung Österreichs involviert, Koordinate des Horizon -Europe -Projekts Mapping Media for Future Democracies oder auch Partner in Worlds of Journalism Study und dem Media Pluralism Monitor der Europäischen Kommission. 20 Tage vor der Wahl. Herr Seethaler, was beschäftigt Sie momentan am meisten im Hinblick auf unser Thema als Forscher und Staatsbürger? Zuerst, guten Abend. Ich freue mich, in dieser Runde sein zu können. Gerade 20 Tage vor der Wahl, ich glaube, ein relativ wichtiger Zeitpunkt, um uns zu vergewissern, in welchem System wir denn

00:15:26

leben, nämlich in einer Demokratie. Und dass für diese Demokratie hier in unserem Land Menschen gestorben sind und dass in anderen Ländern heute auch Menschen dafür sterben, in einer Demokratie leben zu können. Und von diesem Grundgedanken ausgehend habe ich mich mein berufliches Leben lang mit der der Medien beschäftigt in der Demokratie. Medien spielen viele Rollen, natürlich, auch in unserem alltäglichen Leben spielen sie viele Rollen. Was mich interessiert hat und immer interessiert hat war, was können Medien zur Stärkung der Demokratie beitragen, was tun sie auch, dass Demokratie gefährdet ist. Und deshalb ist, glaube ich, das Thema dieser Veranstaltung so wichtig, dass ich aber aus meiner Erfahrung erweitern würde wollen, weil Desinformation ist ein zweifellos brisantes Thema, nur das, was uns wahrscheinlich im Wahlkampf noch sehr viel stärker beschäftigen wird, ist Missinformation. Missinformation ist im Unterschied zur Desinformation jetzt keine gezielt und intentional verbreitete

00:17:01

falsche Information, sondern die passiert, passiert vielleicht als Strategie, passiert aus gewissen Alltagsroutinen heraus, aber sie ist in ihren Auswirkungen auf die Gesellschaft möglicherweise genauso schlimm. Ohne einem Schwarz -Weiß -Muster, wie mein Vorredner, anheimfallen zu wollen, Politik und Medien kann beides, versuchen wir beides auszuloten. nämlich Wahrheit, wahre Information oder falsche Information an uns alle weiterzugeben. Gut, vielen Dank für diesen ersten Input. Ich sage jetzt noch drei Worte zum Ablauf. Wir machen hier auf dem Podium quasi nur den Anfang. Wir möchten dann in wenigen Minuten auch den Science Talk öffnen, für das Publikum hier im Saal natürlich und vor dem Livestream Stream. Für die Menschen im Saal gibt es dann ein Mikrofon, damit wir Sie auch gut hören können Ihre Frage und für die Fragen aus dem Livestream gibt es hier ein Tablet und da werden mir Ihre Fragen heraufgebeamt. Danke an die Wissenschaft letztlich irgendwann einmal, dass das funktioniert.

00:18:24

Ja, Falschinformationen, Halbwahrheiten scheinen kein ganz neues Phänomen zu sein. Das gab es in der Politik schon immer. Desinformationen betreiben oder verbreiten politische Vertreterinnen selbst, auch nichtstaatliche Akteure. Heute können sie zur Verbreitung auch noch Social -Media - Algorithmen nutzen. Der US -Wahlkampf, der heute auch schon gefallen ist, zeigt uns aktuell krasse Beispiele für die Manipulation von Bildern, von Videos und Aussagen, wenn zum Beispiel das Team Trump eine nie ausgesprochene Wahlempfehlung von Taylor Swift verbreitet. Für die Wähler und Wählerinnen lassen sich diese falschen Informationen nicht immer gut erkennen oder unterscheiden von anderen. Auch in Österreich haben sich Parteien eigene Medienkanäle aufgebaut, das haben wir heute auch schon gehört, wo sie richtige Informationen über sich selbst oder vielleicht auch falsche Informationen über den Mitbewerb am besten ohne Widerspruch und Prüfung verbreiten können. Und Qualitätsmedien und Presseagenturen

00:19:22

kämpfen wiederum sozusagen um die Aufmerksamkeit für ihre möglichst wahrheitsgetreue Berichterstattung. Ich würde gerne mit Ihnen anfangen, Frau Kritzinger, weil Sie sich mit Wahlverhalten und demokratischer Repräsentation beschäftigen. Um Ihre Stimme abzugeben müssen. Die Wählerinnen sozusagen wissen, wofür stehen die politischen Repräsentantinnen in den einzelnen Parteien und stimmen diese Positionen mit ihren eigenen Präferenzen überein. Desinformation torpediert diesen grundlegenden Mechanismus. Sie haben untersucht, wie die Art

des politischen Wissens die Einstellungen der Wählerinnen beeinflusst, auch an einem sehr konkreten Beispiel und länderübergreifend, nämlich am Beispiel Mitgliedschaft in der EU, also quasi bleiben oder gehen. Das beschäftigt viele Bevölkerungen in vielen Ländern immer Was haben Sie herausgefunden über das politische Wissen und was das mit der Einstellung der Wählerinnen zu tun hat? Ich fange vielleicht ganz vorne bei der demokratischen Repräsentation an. Wie

00:20:17

Sie richtigerweise gesagt haben, ist es ja wichtig, dass Wähler und Wählerinnen jene Parteien wählen, die ihren Präferenzen am nächsten kommen. Um das überhaupt machen zu können, müssen Sie die Positionen der Parteien kennen. Und da haben wir schon mal das erste Problem, da komme ich jetzt eher auf das Wissen zurück, dass das manchmal einfach nicht gewusst wird. Auch der Wahlkampf spielt natürlich ein bisschen mit im Sinne von wegen, dass vielleicht Parteien gar kein großes Interesse haben, bestimmte Positionen nach außen zu geben und dementsprechend die Wähler und Wählerinnen auch nicht so gut darüber informiert sind, was gerade von den Parteien hier als Positionen dargelegt werden und ob die damit den Präferenzen zusammenstimmen. Das heißt, man in der Literatur Blurring, also man versucht so zu verwischen, von wegen wo man genau steht, sondern versucht irgendwie alle möglichen Messages oder Nachrichten nach außen zu geben, weil man weiß, dass bestimmte Positionen, vielleicht bestimmte

00:21:13

Klientel gar nicht mal daran sprechen möchten und das ist durchaus eine bewusste Strategie von den Parteien als solches. Und dementsprechend muss man sich natürlich informieren, für was stehen Parteien, für was stehen sie auch nicht oder wo wollen Sie keine Positionen geben? Und natürlich gibt es jetzt manche Positionen, die für die Wähler und Wählerinnen wichtig sind. Ich glaube, wenn wir hier eine Umfrage machen würden in diesem Raum, dann wären wahrscheinlich viele von Ihnen sagen, na, bestimmte Themen sind mir wichtiger als andere Themen und welche Positionen die Parteien zu diesen mir wichtigen Themen haben, die ziehe ich heran, um dann die Partei auszuwählen, die auf diesen Positionen mir am nächsten kommen. Immer in der Annahme, dass man weiß, dass das tatsächlich auch die Position der Partei ist, dass es nicht dieses Blurring gibt, dass man irgendwie weiß, für was sie stehen. Und hier gibt es natürlich dann auch die Möglichkeit für die Parteien hier durchaus viel Desinformation,

00:22:09

nicht nur von sich selbst, sondern auch über die anderen Parteien als solches zu geben. Jetzt auf Ihre Frage zurückzukommen, von wegen, was macht das Wissen oder was kann das Wissen auf Einstellungen und dann auf Verhaltensweisen machen, da haben wir eben uns das genauer angeschaut, von wegen, welche Wähler und Wählerinnen sind eher dazu geneigt, zu sagen, dass das eigene Land die Europäische Union verlassen soll, also den Brexit umgelegt auf Exit, Dexit, also je nachdem, welches Land man heranziehen möchte. Und was wir da gesehen und auch natürlich von vornherein uns anschauen wollten, ist, dass es unterschiedliche Wissenskategorien gibt. Das ist jetzt nicht besonders überraschend, sondern wir wissen, dass es Wissen gibt, von wegen weiß ich etwas, ja oder nein, und zu bestimmten Fakten wissen Menschen mehr als zu anderen. Das ist die erste Kategorie, die zweite Kategorie ist aber, wie sicher bin ich mir darüber, dass ich tatsächlich auch etwas weiß. Und das nennt man also das Sicherheitswissen.

00:23:18

Und was wir feststellen konnten, ist, dass jene Personen, die wenig wussten, aber absolut sicher waren, dass sie etwas wissen und das wenige, was sie wussten, auch noch falsch wussten, die haben eher davon oder die haben eher uns gesagt, dass sie eigentlich dafür stimmen würden, dass ihr Land austreten soll. Und da sehen wir jetzt genau die Schwierigkeit, die mit diesen Wissenskategorien daherkommt. Ich weiß wenig, ich weiß falsch die Dinge, wenn ich wenig schon weiß, aber ich bin hundertprozentig davon überzeugt, dass ich es richtig weiß. Und dann aber mache ich Entscheidungen mit diesem Wissen, was falsch ist, aber mit einer großen Sicherheit falsch ist, welches dann womöglich den eigenen Interessen und Präferenzen widerspricht. In diesem Fall war eben ganz klar, dass wir feststellen konnten, dass diejenigen, die viel wussten, die auch sicher wussten, plus eben, dass sie sicher waren, dass sie viel wussten, eher dafür waren in all diesen Ländern, die wir untersucht haben, dass man innerhalb

00:24:23

der Europäischen Union verbleiben sollte und die anderen, die misinformed waren, also die, die Missinformationen hatten, eher dafür gestimmt haben, dass man eben die EU verlassen sollte. Und das ist etwas, was man ja auch beim Brexit gesehen hat, dass im Endeffekt sehr viele Menschen für etwas gestimmt haben, wo sie eigentlich nicht wussten, was danach genau da auskommt, der Output gewesen ist. Und können Sie auch eine Aussage darüber treffen, sozusagen aus welchen Quellen die Menschen jetzt in Österreich ihr politisches Wissen beziehen oder wie Sie das aufbauen?

Sind Medien da relevant? Sind Mama und Papa relevant? Sind meine Freunde relevant? ist, wer sozusagen, woher beziehe ich mein politisches Wissen? Ich möchte vielleicht da früher anfangen mit dem politischen Wissen, was dann erst die Folge dessen ist, und zwar, ich gehe jetzt mal davon aus, dass wir hier, die wir hier sitzen, politisch interessierte Menschen sind und diejenigen, die uns online auch zuhören, nur das ist, glaube ich,

00:25:27

dann eine falsche Annahme für die Gesamtgesellschaft. Das politische Interesse ist jetzt nicht so groß ausgeprägt, wie man gemeinhin annehmen möchte oder wie man von sich selber ausgeht, sondern das, was ich vorher gesagt habe von wegen, es gibt ja Menschen, die nicht wissen, dass eine Wahl stattfindet als solches oder sich denken, ist ja wurscht, ich muss ja nicht hingehen, das interessiert mich ja nicht oder ist nicht für mich relevant, die gibt es durchaus in erklecklicher Form und da fängt schon mal an sozusagen, dass die sich vielleicht auch gar nicht informieren, ganz gleich, ob es jetzt irgendwelche traditionellen sozialen Medien sind, dass die auch gar nicht in Diskussionen gehen, also die gar nicht über Politik sprechen, also die erreicht man schon gar nicht mal mehr. Und diese Gruppe ist auch eine Gruppe, die immer größer wird, da kann der Kommunikationswissenschaftler sicher was dazu sagen, weil es auch immer leichter und leichter wird, da politische Informationen auszustellen.

00:26:22

Ich switche, früher hat man von einem Fernsehprogramm zum anderen Fernsehprogramm gewechselt, heute schaue ich gar nicht mehr mal Fernsehen, sondern mache nur mehr bestimmte Netflix - oder Amazon Prime -Serien oder aber auf den sozialen Medien stelle ich so ein, dass ich irgendwie nur über keine Ahnung meine Themen informiert werde, aber nicht dezidiert über Politik mich austauschen muss oder wenn was Politisches reinkommt, swipe ich drüber. Also man kann politische Informationen ausstellen, wenn man möchte. Es ist auch kein neues Phänomen, das ist eigentlich mit dem Privatfernsehen bereits sichtbar gewesen, dass man eben politische Informationen ausstellt. Also insofern würde ich sagen, hier müsste man mal schon ansetzen von wegen, wie erreiche ich Menschen und dann in weiterer Folge natürlich, welche Kanäle und wie werden diese Kanäle bespielt. Ihr seht alle, Sie sind ja quasi schon angesprochen worden. Wollen wir erst über die Seite sozusagen der Menschen da draußen sprechen und wie interessiert

00:27:24

die sozusagen sind überhaupt an Informationen, die vielleicht zu ihrem Wahlverhalten führen, zu dem politischen Wissen, oder reden wir erst darüber, wie gut es traditionellen Massenmedien gelingt, mit ihren sozusagen Informationen durchzudringen in Österreich?

00:27:43

Die Frage ist jetzt, was wir unter Durchdringen mit den Informationen verstehen. Die Bereitschaft aufseiten der Bevölkerung in Österreich ist relativ hoch dafür. Das ist grundsätzlich eine Frage des Vertrauens und je nachdem, wie Sie fragen, ist das Vertrauen in die Medien aber unterm Strich relativ hoch. Warum sage ich, je nachdem wie Sie fragen, wenn Sie fragen,

00:28:35

ob bestimmten Medien vertrauen, dann bewegt sich die Antwort so auf einem mittleren Level, dann sagen so die Hälfte der Bevölkerung, ja, tendiere schon dazu. Wenn man sich fragt, sind die Informationen, die Medien vermitteln, vertrauenswürdig, dann sind das plötzlich 75 Prozent, die sagen ja, über Medien kommen vertrauenswürdig Informationen und wenn Sie dann fragen, aber welchen Medien vertrauen Sie am meisten,

00:29:29

dann sinkt das Level der Zustimmung, der Vertrauenszustimmung für die einzelnen Medien von ORF und Standard und Presse abgesehen, relativ weit runter. Also, unterm Strich zeigt sich, Menschen wollen an sich mit traditionellen Medien umgehen können, weil das Vertrauen, das gegenüber sozialen Medien oder Influencern oder ähnlichen Phänomenen entgegengebracht wird, da sind sich mal alle Umfragen einig, liegt im einstelligen Bereich. Das sind vielleicht sieben, acht Prozent von uns, die die sozialen Medien vertrauen. Also die Gefahr sehe ich da weniger, das Internet ist dann wirklich unter diesem Gesichtspunkt nicht ganz so schlimm. Menschen sind ja nicht dumm und sie erkennen ja, wo vertrauenswürdige Informationen zu finden sind, auch wenn sie jetzt der Institution als Ganzes nicht so sehr vertrauen. Aber auf dieser Basis haben natürlich Medien doch relativ viel Macht und das zeigt sich dann auch darin, dass 80 Prozent, über 80 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher, die ein Österreich

00:31:06

lieben und Menschen, korrekter gesagt, Angst haben, dass Desinformation Demokratie zerstört. Okay, kurze Nachfrage, wie hoch ist das Bewusstsein sozusagen bei den Österreichern und Österreicherinnen, bei den Wahlberechtigten für mögliche Desinformation? Also da sind die darauf eingenordet sozusagen. Das gibt es, das ist ein Problem. Das ist hoch, das Bewusstsein ist hoch. Man muss aber auch sagen, es ist auch auf Seiten des klassischen Journalismus hoch. Wir haben gerade kürzlich eine Umfrage, Sie haben es erwähnt, für örtlichen Journalismus, eine Frage, die in über 100 Ländern der Welt läuft und auch bei uns in Österreich und aus dem Stand heraus haben Journalistinnen und Journalisten die Rolle des Facts-checkings als ihre zweitwichtigste erkannt. Also auch hier auf dieser journalistischen Seite ist das Bewusstsein hoch. Von daher stimme ich Ihnen in Ihrem optimistischen Eingangsstatement zu. Wir haben eine gute Grundlage, allerdings... Jetzt kommt das Aber. Jetzt kommt das Aber. Frau Kritzinger,

00:32:31

Sie haben es schon erwähnt, in sozialen Medien agieren wir dennoch anders als im Umgang mit traditionellen Medien. In sozialen Medien passiert es uns einfach, dass wir auf auch politisch relevante Informationen stoßen, ohne dass wir sie dort suchen und dann finden wir diese politisch relevanten Informationen vielleicht auf Seiten von Freunden, ob das jetzt virtuelle Freunde oder wirkliche Freunde sind, sei jetzt mal dahingestellt, aber damit ist dieser Information natürlich ein gewisser Glaubwürdigkeitsvorschuss eingeräumt, der möglicherweise aber gar nicht hält. Und das wissen wir jetzt aus relativ vielen Untersuchungen während der Corona -Zeit, weil eine sehr forschungsintensive Phase, da passiert wirklich viel und da bilden sich dann plötzlich doch relativ große Gruppen heraus, 15 bis 20 Prozent der Bevölkerung, je nach Studie, sind schon relativ große Gruppen, die anfällig werden für Des - und Missinformationen. Okay, ich möchte jetzt an den Medienmanager weitergeben, der schon ein

00:34:04

bisschen mit den Füßen scharrt, außer muss ich das ein bisschen dosieren mit dem Nicht -Trost aus der Wissenschaft oder schon und dem Optimismus, ich mache jetzt erst den Downer und dann arbeiten wir uns wieder nach oben. Sie haben sich in Ihrem Buch mit unabhängigen Nachrichtenagenturen beschäftigt als Rückgrat der Medien - und Kommunikationsindustrie. Was haben Sie für Schlüsse gezogen? Was müssen Nachrichtenagenturen tun, um ihre geprüften Informationen über politisches Handeln und politische Positionen breit zu vermitteln? Ich finde

Nachrichtenagenturen deshalb so spannend, weil relativ wenige Menschen wissen, was tun überhaupt Nachrichtenagenturen, wer sind Nachrichtenagenturen, obwohl Nachrichtenagenturen den Großteil ihres täglichen Medienkonsums direkt oder indirekt bestimmen. Sie konsumieren also Informationsnahrung, was sie gar nicht wissen oft, wo ist der Ausgangspunkt. Und deshalb ist es mir ein Anliegen, auch mit diesem Buch da ein bisschen mehr Bewusstsein schlichtweg zu schaffen,

00:35:08

Sensibilisierung, was tun Nachrichtenagenturen? Es gibt 140 weltweit, nur 20 sind staatlich unabhängig und das ist schon einmal ein wesentlicher Indikator, dass es ganze Informationskämpfe gibt, global betrachtet, die wir täglich gar nicht mitkriegen, wo die Russen, die Chinesen, auch die Türken Informationen, den ganzen afrikanischen Raum, lateinamerikanischen Raum, Regionen, über die ja auch in Westeuropa wenig berichtet wird und auch wenn wir mal Initiativen setzen, mehr zu berichten, sehen wir, das wird wenig gelesen. Jedenfalls, das ist ein zentrales Motiv dieser Nachrichtenagenturen, was deren Job überhaupt ist, nämlich die der unabhängigen Agenturen, die auch im Eigentum von Medien stehen, Medien, aber auch die Politik - und Wirtschaftsunternehmen mit faktenbasierten, ausgewogenen Nachrichten zu versorgen. Wir versuchen, sowas wie ein Kühlmittel zu sein in diesen überhitzten Meinungsmärkten. Wir gehen auch nicht an die Endkonsumentinnen und Konsumenten, deshalb werden wir auch nicht

00:36:13

abgefragt in den Rankings des Vertrauens, weil es ist das Geschäft unserer Eigentümer. Wir finanzieren uns aus uns selber heraus. Wir haben auch kein Staatsgeld im Unternehmen, keine Förderungen und nichts. Deshalb sind wir auch sehr innovationsorientiert und bieten neue Dienstleistungen im technologischen Umfeld an. Das tun Nachrichtenagenturen. Hochspannend, sowas wie die Exoten der Medienindustrie, die österreichische APES, die viertälteste Agentur mit ihren Vorläufern weltweit, 1849 gegründet. Das sind richtige, historisch betrachtet, globale Nachrichtenkartelle, wenn man auch so will, die globalen Agenturen, Havas, die Franzosen, die Amerikaner. Das ist spannend und wichtig zu wissen. Ich möchte aber schon noch auf ein paar Dinge eingehen. Das Internet ist super, das Internet ist genial. Ich war von der ersten Sekunde weg vor rund 30 Jahren oder vielleicht schon länger, der größte Habermas -Fan in der Frage, bringt uns das Internet Demokratie und Partizipation und Teilhabe? Das war

00:37:15

ja auch gar nicht die Utopie damals, sondern der legitime Wunsch an das Internet. 30, 35 Jahre später muss man etwas nüchtern festhalten, das ist auf eine etwas andere Art passiert, diese Teilhabe. Was mir im Internet nicht gefällt und das hat nichts mit dem Internet zu tun, sondern mit dem Wirtschaftsmodell des Internets zu tun, dass ganz wenige, insbesondere US -amerikanische, aber mit TikTok natürlich auch chinesisch dominierte Konzerne, dieses unser aller Internet, sage ich jetzt einmal sehr partizipatorisch, dominieren und wir letztlich in der Frage des Wirtschaftsmodells im Mittelalter gelandet sind und die Europäische Union und viele andere regulatorisch nachziehen wollen. Es war über viele Jahre eine Art rechtsfreier Raum, the winner takes it all, das Recht des Stärkeren. Sorry, all das hat mit dem, wie wir uns Demokratie vorstellen, nämlich auch in der Frage der Realwirtschaft stehen, genau Nüsse zu tun. Und wenn Menschen wie Elon Musk derart exponiert Politik betreiben und Inhaber

00:38:23

oder Mehrheitsbestimmer einer globalen Plattform sind, dann halte ich diese Wirkungszusammenhänge natürlich auch für hochproblematisch, weil auch die Frage der Unternehmen und auch der politischen Parteien, wohin sie ihre Investments in ihren Social -Media -Wahlkämpfen hinstecken, da werfen sich natürlich schon Fragen auf. Wie gesagt, ich finde das grundsätzlich alles großartig, mir gefällt nur nicht das feudale Wirtschaftssystem des Internets, in dem wir angelangt sind. Ich finde, das gehört viel demokratischer organisiert, viel fairer organisiert, viel partizipatorischer, nicht nur für uns alle als Wählerinnen und Wähler, auch für uns als Wirtschaftstreibende. Das ist ein Raum, der superspannend ist. Und deshalb schließe ich meinen Kreis auf diese Frage, das ist ein bisschen die Hoffnung sozusagen auch, mit Blick auf Journalismus, Qualitätsjournalismus, große Fragen. Ich glaube, das Stichwort des Abends oder überhaupt der Zeit ist für mich Vertrauen und Vertrauen, die in die Glaubwürdigkeit

00:39:29

geht. Vertrauen ist das zentrale Asset. Wer heute Vertrauen hat, gewinnt. Und in der Pandemie haben nicht nur die Medien an Terrain im Bereich Vertrauen verloren, auch die Wissenschaft und die Politik selber. Und das sind Phänomene, die ja nicht nur wir als Medien dagegen ankämpfen können, da braucht es schon ordentliche Schulterschlüsse, dass – und ich schließe mich dem gefühlt an – 20, vielleicht sogar 25 Prozent der Bevölkerung ist nicht nur in Österreich, in vielen anderen Ländern und Märkten sich abgekoppelt haben ein wenig von diesen traditionellen Routinen der Politik, der

Wissenschaft, auch der Medien. Das macht schon auch Sorge, sehe aber immer auch Anteile bei uns selber, ist überhaupt keine Frage und ich stimme auch zu, harte Fake News und echte Desinformation in Österreich sind ja eher überschaubar. Was es gibt, ganz massiv, ist Zweifel sehen, verunsichern Halbwahrheiten, Hetze, Hatespeech, all das, das kein demokratischer Diskurs benötigt. Dafür plädiere ich und da finde ich,

00:40:40

sind die Medien in ihrer besten Form gedacht als Kinder der Aufklärung, auch gefordert, sich neu zu interpretieren. Was bedeutet das, ein Kind der Aufklärung im Jahr 2030 zu sein, wo es eben keine Einbahnstraßen mehr zum Publikum gibt, alles voll dabei. Aber da will ich eher Journalismus als Handwerk begreifen, als Beruf begreifen, das kann man lernen. Check, Recheck, Doublecheck, Quellenglaubwürdigkeit, Quellenvielfalt, ausgewogen berichten, das sind Werte, die ich gut finde und wichtiger finde denn je. Und deshalb glaube ich, dass Journalismus, Qualitätsjournalismus in der aktuellen Phase wichtiger ist denn je und gleichzeitig von seinen Rahmenbedingungen so gefordert ist wie nie, weil die Befunde, die gefallen sind, teile ich natürlich, jetzt mache ich es an meinem eigenen Beispiel, ich bin 50 Jahre alt und auf der demografischen Achse, wenn wir die Gesamtbevölkerung nehmen, sehe ich das auch so mit Blick in die jüngere Generation und die Jungen gibt es genauso wenig wie die Alten, die

00:41:52

sind auch total dispers, aber mit Blick in die jüngere Generation braucht nicht nur neue Geschäftsmodelle, wie die Medien wieder hier anschlussfähig werden. Es braucht nicht nur die Formate und die Kanäle, es braucht vor allem die Themen meines Erachtens. Die Jüngeren sind doch genauso viel oder wenig wie wir an Politik interessiert und nur weil sie keine Tageszeitung im Papier lesen, sind sie nicht undemokratisch. Sie haben aber andere Themen und das Internet ist seit vielen Jahren schon die neue Jugendkultur. Wäre ich heutzutage jung, wäre auch das Internet meine Jugendkultur, das ist ja großartig. Aber auch ich hätte heute andere Themen als vor 30 Jahren. Ich hätte auch das Klimathema als Thema, Chancengleichheit, Geschlechtergerechtigkeit, all diese Dinge, das sind natürlich auch wir Medien gefordert, die Themen hier wesentlich besser zu adressieren. Über Jüngere und Ältere möchte ich vielleicht noch ein bisschen vertieft sprechen. Könnte denn eine Möglichkeit sein, für Qualitätsmedien,

00:42:57

für Nachrichtenagenturen mehr auf Kooperation zu setzen, als zu sagen, ich meine Marke, ich muss mich durchsetzen, meine Schlagzeile, meine Reichweite, meine, meine, meine? Ja, das ist letztlich auch meine tägliche Motivation, diesen Job zu tun. Die APA ist ein Gemeinschaftsunternehmen. Stellen Sie sich vor, Sie alle wären Medienunternehmen und wären beteiligt an einem Gemeinschaftsunternehmen. Das macht Nachrichtenagentur aus. Warum gründen Sie so etwas überhaupt, weil es für Sie alle zu teuer wäre, Journalistinnen und Journalisten alle zu den gleichen Pressekonferenzen zu schicken oder von den gleichen Auslandsthemen zu berichten? Das war Ihre Motivation, sozusagen vor 150 Jahren eine Agentur zu gründen. Wenn Sie heute hinschauen, brauchen Medien neben Inhalt vor allem eines, viel Digital - und Technologielösungen. Das ist ein wahnsinnig technologiehungriges Geschäft und Sie würden damit kooperieren müssen und wollen, weil sie sind und wir alle ja nicht mehr in der Lage in dieser Digitalisierung

00:43:57

letztlich IT selber zu bewirtschaften. Kooperation ist das Gebot der Stunde und wir blicken in den österreichischen Markt, der viele Nachteile hat aufgrund seiner Kleinräumigkeit, auch der Schweizer Medienmarkt, aber ich plädiere dafür, die Medaille umzudrehen und aus der Kleinräumigkeit die Vorteile des gallischen Dorfes zu tun und wenn wir in die Schweiz schauen, gibt es mit einer Login - Allianz, die wir jetzt für Österreich auch ziehen, ein Projekt nach dem anderen, wo sich auch die Medien ihre Ressourcen bündeln und Kooperation ist, Stichwort Junge, ich finde das funkt wunderbar mit dem Wertesystem von jüngeren Menschen, Kooperation ist eine wunderbare Sache, Kooperation ist moderner denn je, die APA in ihrer Muttergesellschaft ist ja auch eine gewinnorientierte Genossenschaft, das heißt, das ist Kooperation pur und das ist schon sehr faszinierend in einer Digitalwelt, wo alles Plattform ist, ein Gegenmodell zu schaffen, wo die Wertschöpfung dort bleibt, wo die Kooperation stattfindet

00:45:06

und nicht Daten und Geld einfach abgesaugt werden, nämlich die Wertschöpfung, die wir alle sozusagen diese Plattformen hineinspielen, sondern wo jeder Teilnehmer, jede Teilnehmerin, die da dabei ist an so einer Plattform, an so einer Plattform APA jetzt, oder es gibt andere Plattformen, mitpartizipiert, mitreden kann. Okay, Herr Pig, Sie sind in Fahrt, das verstehe ich, weil alle hier im Raum und im Livestream wissen jetzt auch, was machen Nachrichtenagenturen, was macht die APA im Speziellen und welche Rezepte sehen Sie. Ich möchte aber gerne den Professor Schmidt wieder

hereinholen. Ich bin aber jetzt gar nicht sicher, ob ich Ihnen irgendeine von meinen Fragen hier stellen soll, die vorbereitet wurden, weil Sie lächeln so freudig, als hätten Sie jetzt zu allem aus der Perspektive der Philosophie etwas einfach zu replizieren, was jetzt hier schon gesagt wurde. Oder sollen wir mal über soziale Medien reden und ob Teil einer Gruppe zu sein uns manipulierbarer macht? Sie dürfen es sich

00:46:02

aussuchen. Ja, vielen Dank. Also die Philosophie ist ein Ort des Streits. Und philosophische Fragen zeichnen sich dadurch aus, dass sie umstritten sind. Und ja, es ist sogar umstritten, ob philosophische Fragen alle umstritten sind. Das hat damit zu tun, dass in der Geschichte der Philosophie, wenn in einem bestimmten Bereich sich eine bestimmte Weise diesen Bereich zu sehen als viabel und erfolgreich erwiesen hat, ist das zu einer Einzelwissenschaft geworden und so sind alle Wissenschaften aus der Philosophie abgewandert und wir bleiben sitzen auf den umstrittenen Fragen. Darum habe ich eine gewisse Neigung zum Streit und Herr Pick, ich hoffe, Sie nehmen mir das nicht übel, wenn ich diese Neigung ausdehne über meinen eigentlichen Kompetenzbereich hinaus. Sie sagen, Kooperation ist wichtig in der Etablierung verlässlicher, guter, faktengeprüfter Medien. Ich möchte dem entgegensetzen etwas, was ich für, und Kooperation ist wichtig, wir lernen die Welt kennen in Kooperation, ja, wir zeigen

00:47:13

uns wechselseitig Dinge, wir übernehmen Einsichten von anderen, wir lernen von anderen, das sind alles kooperative Unternehmungen und Kooperation ist die Grundlage, aber wir leben nicht in tribalen Strukturen, wir leben in einem pluralistischen, liberaldemokratischen Staat. Und diese Form von Staat legt ebenso viel Wert wie auf Kooperation, auf Vielfalt, dass es verschiedene Stimmen geben darf, dass alle glauben dürfen, was sie für wahr halten oder auch wenn sie es nicht für wahr halten dürfen, sie es glauben und auch ihre Meinungen vertreten und verbreiten dürfen. In einer solchen Lage scheint mir auch Medienvielfalt wichtig zu sein, weil die Tatsache der Vielfalt Glaubwürdigkeit stärken kann. Wenn man in einem pluralistischen System glaubwürdig operiert, dann stärkt das die eigene Position. Also, ich bin sehr geehrt und auch ein bisschen bewegt dadurch, neben Ihnen zu sitzen, Herr Beeck, und ich ergreife einfach diese Gelegenheit, Ihnen diese Frage zu stellen. Also, ich bin ja Einwanderer

00:48:34

in Österreich und auch so etwas wie ein Wirtschaftsflüchtling eigentlich, weil ich nirgendwo sonst eine Philosophie -Professur gekriegt habe. Aber eine Philosophie -Professur in Wien ist eine sehr, sehr gute Sache. Und da war so mein Eindruck, na ja, es gibt ja schon eine Medienvielfalt in Österreich. Also da gibt es einen Standard und bleiben wir mal bei den Zeitungen, die Presse und den Kurier und dann gibt es natürlich auch den ORF, das sind verschiedene Medienkanäle. Jetzt lerne ich von Ihnen, Herr Pieck, und ich bin auf das Internet gegangen, auf Wikipedia, auch eine Errungenschaft des Internets, und ich lerne da, dass die alle, alle diese Medien sind bei der APA Teilhabende und ich lerne von Ihnen, Herr Pieck, dass die Mehrheit der Medienghalte über die APA vermittelt ist. Da stellt sich bei mir die Frage, wäre es nicht besser, es würde, Sie haben selbst von Kartell gesprochen und Sie haben betont, die Ambitionen auf weitergehende Kooperation und Vernetzung unter dem ökonomischen

00:49:48

Druck, dass natürlich diese Mediengefäße unter einem enormen wirtschaftlichen Druck sind. Das können Sie ja sehen, wenn Sie auf die Standardpage gehen, sind wir so weit, dass Sie manchmal, mir ist das schon passiert, Ihnen vielleicht auch versehentlich auf eine Werbung geklickt haben, weil die so attraktiv sein müssen für Werbeinhalte, dass Sie Werbung optisch angleichen, den Nachrichten. Es steht schon darunter Werbung, aber die Stichworte sind so interessant. Ja, zack ist man drauf, hat man auf eine Werbung geklickt, auf der Homepage vom Standard und fühlt sich reichlich dumm. Ja, ich hoffe, dass ich jetzt nicht alleine bin mit dieser Erfahrung. Herr Schmidt, was ist Ihre Frage? Die Frage ist, Sie haben betont Kooperation und Vernetzung. Wäre es nicht wichtig, Herr Pick, auch Pluralität auf dieser Meta -Ebene der Agenturen herzustellen für eine Medienvielfalt? Wo ist der Streitpunkt? Na ja, Kooperation und Konkurrenz schließen sich ein Stück weit aus. Kann ich gleichzeitig

00:50:54

kooperieren und sich konkurrieren? Das passiert aber. Also das vorweg noch eine Korrektur, das Thema Kartell war zurückgespielt ins Jahr 1850, wo diese ersten vier, fünf globalen Nachrichtenagenturen ihre Fernmelder miteinander vernetzt haben. Aber ich bleibe beim Publikum, das ich vorher ersucht habe, sich vorzustellen, Sie alle sind Medienunternehmen, Sie können es sich aussuchen, ORF, Tiroler Tageszeitung, Standard Presse und so weiter. Sie sind Konkurrenten in ihrer schweizerisch geprägten liberal bis libertären Wirtschaftsordnung und das ist gut so, weil das Match

wird in den Newsrooms entschieden und die Newsrooms sichern ja die Vielfalt in der Pluralität der Meinungen und sie haben nun ein Gemeinschaftsunternehmen als Konkurrenten, wo sie kooperieren bei bestimmten definierten Themen. Ein Gemeinschaftsunternehmen, das als Genossenschaft tätig ist, kann ja nur in definierten, ganz rechtlich betrachtet, Feldern kooperieren. Und dass es da Sinn macht, dass Sie sagen, für bestimmte Felder

00:52:10

wollen wir gemeinschaftlich vorgehen, damit wir freigespielt sind für unsere Blattlinie, für Vertiefungen, für Eigenrecherchen und so weiter, da schließt das eine das andere ja nicht aus. So gesehen ist dieser Blueprint, finde ich, insofern nachvollziehbar als quasi alle unabhängigen Nachrichtenagenturen, egal ob es jetzt ein GmbH, eine Aktiengesellschaft, eine Genossenschaft ist, immer im Eigentum dieser Medien steht und wenn man schaut, was begreifen wir als liberale Demokratien, da zähle ich jetzt Österreich sehr wohl dazu, die Schweiz, Deutschland, die Skandinavien, das sind private Verleger, historische Zeitungen und der öffentlich-rechtliche Rundfunk und auch andere Medien, Gemeinschaftseigentümer und das immunisiert auch gegen Einseitigkeit in der Agenturberichterstattung und so betrachtet sehe ich hier keinen Ausschlussgrund und bedanke mich aber für die Frage, dass Sie diesen Job übernehmen, weil wir hatten ja die Regieanweisung auch ein wenig konfrontativ zu sein und wer ist da

00:53:23

prädestinierter als ein Kollege aus der Schweiz da ein wenig hier die Fackel anzuzünden und das finde ich großartig. Okay, ich möchte aber unsere beiden anderen Podiumsgäste auch noch wieder zurückholen in die Diskussion, weil sonst machen sie beide hier ein Privatissimum. Welche Möglichkeit habe ich einzuhaken? Ich habe gesagt, vielleicht sprechen wir auch über Jüngere und Ältere, oder vielleicht kommt diese Frage dann auch aus dem Publikum. Ich sage jetzt mal so, Politik wurde schon als die Kunst des Möglichen bezeichnet. Wer das genau gesagt hat, das ist strittig, deswegen lege ich mich da jetzt auch nicht fest. Ich habe manchmal den Eindruck, dass die Kunst der Politik heute ist, noch gehaltvolle Forderungen und langfristige Perspektiven und visionäre Positionen an die Wähler und Wählerinnen zu bringen, so sie denn überhaupt wissen, dass Wahl ist und dass sie hingehen können und sollten. Spitzenkandidatinnen und Kandidaten sind auf TikTok und auf Instagram. Frau Kritzingler, Herr Seethaler,

00:54:25

wie geht sich das aus? Es scheint so, als würden sich dort vor allem Menschen wie du und ich inszenieren. Können Politiker, Politikerinnen überhaupt mit ernsthaften Ansagen überzeugen oder befördern Social Media, dass alles immer oberflächlicher wird, weil es halt unterhaltsam sein muss und in diesem Aufmerksamkeitsstaubsauger sich irgendwie durchsetzen. Haben Sie da eine? Also vielleicht, das ist jetzt aus meiner persönlichen Perspektive, vermisse ich schon eine gehaltvolle Diskussion in der Politik, weil im Endeffekt geht es ja bei Wahlen um den Wettbewerb der besten Ideen oder den Wettbewerb der Ideen, die sich durchsetzen. Und wenn man jetzt Ideen begreift als Politikpositionen, für was eine Partei steht und wo sich sozusagen die Partei in den nächsten Jahren hin entwickeln möchte und hier auch vielleicht Vorschläge macht, wie man das machen kann, wie man das vielleicht auch mit Partnern und Partnerinnen macht, dann sieht man eher, dass dieser Inhalt mehr und mehr verloren geht. Natürlich

00:55:35

kann jeder hingehen und sich die Parteiprogramme lesen, wird wahrscheinlich selten der Fall sein, sondern man ist eher so mit den klassischen Sozialen Medien oder aber auch den Plakaten, die wahrscheinlich von uns jeder mehr sieht als die Sozialen Medien. Man braucht nur irgendwie in Wien Ringgürtel in irgendwelche Straßen entlanggehen, also das unterschätzen wir teilweise, dass die Kommunikation teilweise doch stärker über solche traditionellen Wahlmedien stattfinden, ganz klassische Plakate. Und ich sehe hier relativ wenig Inhalt. Ich sehe hier sehr viele Emotionen. Ich sehe hier kurze, prägnante Geschichten. Aber ich könnte aus dieser Perspektive nicht sagen, was sind die Positionen der Parteien? Warum soll ich A über B wählen? Natürlich kann ich sagen, das Gesicht ist mir sympathischer als das andere. Oder der Spruch ist mehr oder weniger mehr für mich gemacht als ein anderer. Aber ich möchte das aufgreifen, was wir hier schon öfters gesprochen haben. Wir leben in einer liberalen Demokratie

00:56:39

mit einem Wettbewerb, der alle vier oder fünf Jahre bei den Wahlen stattfindet. Und hier sollte es tatsächlich um Themen gehen. Es sollte darum gehen, von wegen Wie hat man was gemacht in der Vergangenheit? Das vergisst man auch sehr häufig, dass natürlich, was Parteien in der Vergangenheit gemacht haben, auch in die Bewertung hineinfließen kann und soll, um ein bisschen eine Vorstellung dessen zu haben, was werden Sie in der Zukunft machen? Ich kann nicht das Blaue vom Himmel versprechen, was ich positionsmäßig mache, etc., wenn ich in der Vergangenheit nichts

oder genau das Gegenteil gemacht habe als solches. Also die Themen würde ich mir sehr wünschen und ich bin mir nicht sicher, beziehungsweise glaube ich nicht, dass die sozialen Medien dafür geeignet sind, ganz gleich, ob ich Twitter nehme. Wie viele Zeichen sind es mittlerweile, die ich verwenden kann? Ich kann keine Themen, ich kann keinen Diskurs innerhalb so kurzer Zeit machen. Ich kann auch keinen Diskurs mit irgendwelchen Darstellungen

00:57:32

machen, die ich auf TikTok mache und ich weiß auch nicht, vor was die Person steht. Dann weiß ich, wie jemand Kuchen bäckt. Das muss ich für eine Politikerin oder ein Politiker nicht wissen. Ich würde wissen, von wegen, was sind die Positionen, was sind die Themen, wohin entwickelt man sich, was sind auch Problematiken, die aufstehen, die man vielleicht nicht alleine oder in Kooperation, jetzt sind wir wieder beim Wort Kooperation machen muss, also da würde ich eher auf diese Richtung gehen. Herr Seetal, es scheint nicht nur ein Problem von Social Media zu sein, auf den Plakaten ist auch nicht so viel Inhalt, sondern viel Emotion, sagt Frau Professor Kritzinger. Wie sehen Sie das? Können, also befördern Social Media sozusagen eine gewisse Oberflächlichkeit in den Botschaften der Politik? Ist es heute überhaupt noch möglich in diesem großen Ablenkungswirbel, weil ja auch nicht nur junge Menschen auf Social Media sind, es gibt genug Erwachsene, man muss nur mal in der Straßenbahn in der Früh

00:58:30

schauen, wie viele da in ihr Handy schauen und schauen, dass sie irgendetwas so packt, dass sie kurz draufschauen wollen. Wie sehen Sie das? Wird Politik oberflächlicher durch Social Media? Werden politische Informationen überhaupt noch überbracht oder ist es einfach alles oberflächlicher geworden? Ich glaube, wir müssen uns bewusstmachen, dass die sozialen Medien nur ein Teil der Medienmenü sind, die wir uns selbst zusammenstellen. Wir kriegen nicht nur über soziale Medien Informationen oder gar politische Informationen. Und das Interessante ist, je schmaler ein Medienmenü wird, wir haben das untersucht, Je schmaler ein Medienmenü wird, desto geringer ist die Rolle der sozialen Medien. Die sozialen Medien sind Teil von sehr breiten Medienmenüs und es gibt sehr wenige Inhaltsstudien, was Menschen konsumieren, aber die wenigen, die es gibt, sagen dann, über soziale Medien kommen vielleicht 10 Prozent hochgegriffen. Politik rein.

00:59:51

Politische Information kommt immer noch vor allem aus den traditionellen Medien und auch in den sozialen Medien werden ja traditionelle Medien weiter zitiert. Deshalb würde ich so gern den Blick nicht immer nur auf die sozialen Medien lenken, sondern sie wir als Teil eines Ganzen sehen, dass natürlich ein Teil in der Art der Kommunikation natürlich keinen Tiefgang zulässt und keine Positionsbeschreibungen zulässt, sodass wir nur hoffen können, dass sich die Menschen, wir alle können es ja an uns testen, ob es so ist, dass wir uns die Informationen darüber, was die Frau Kritzinger gesagt hat, woanders herholen und da setzt jetzt meine Kritik an den traditionellen Medien ein,

01:00:58

auch an den Parteien, auch an der Parteienkommunikation.

01:01:05

Ich habe anfangs gesagt, das Problem ist eigentlich im Wahlkampf vor allem Missinformation. Und Missinformation ist es auch, sagt beispielsweise die Bundeszentrale für politische Bildung in Deutschland, Missinformation ist es auch, wenn ich einen Inhalt, ein Geschehen aus dem Kontext nehme und in einen anderen Kontext hineinstelle, einen anderen Spin draufsetze. Und die Sibylle Hamann, eine hervorragende Journalistin, die jetzt vorübergehend in die Politik abgewandert war, hat vor Kurzem darauf aufmerksam gemacht und ich glaube, sie hat sehr recht und das zeigen auch die Forschungen,

01:01:57

wir diskreditieren und das gilt für traditionelle Medien wie für Parteien, genauso wie für soziale Medien. Wir diskreditieren demokratische Prozesse. Eine Konsensfindung wird als Kuhhandel dargestellt, eine notwendige, auch scharfe politische Auseinandersetzung wird als Streit dargestellt. Erst in den letzten Tagen kamen wieder die Meldungen, jetzt hat die Regierung schon wieder in den letzten Tagen vor der Wahl vollen Dissens, dass bei zwei so unterschiedlichen, weltanschaulichen Parteien nicht erwartbar wäre. Und Gott sei Dank ist es so, weil das macht Demokratie aus. Und dass diese demokratischen und demokratisch so wichtigen Prozesse auch in den traditionellen Medien, auch im ORF

01:03:17

so irreführend kontextualisiert werden und natürlich schwappt das auch in den sozialen Medien über oder es schwappt von den sozialen Medien, wie auch immer, kommt unter dem Strich auf dasselbe raus, das macht mir wirklich im Wahlkampf und nicht nur im Wahlkampf Sorge. Okay, ich nehme mit, also so Walhduell und Wahlkonfrontation, das sind Begriffe, die Sie nicht mögen. Der Herr Pieck möchte ganz kurz replizieren und dann möchte ich gerne aufmachen, weil wir haben schon über so viel gesprochen, wir haben schon so viel aufgemacht, dass ich mir denke, es werden einige Fragen gekommen sein. Ganz kurz, Herr Pieck. Wir leben seit Langem in einer Mediendemokratie, das ist so. Das hat auch manchmal Auswüchse, überhaupt keine Frage. Trotzdem will ich es so natürlich nicht stehen lassen, als der einzige Medienschaffende am Podium, dass Medien den demokratischen Prozess, glaube ich, haben sie es vom Begriff genannt, diskreditieren und die Medien hier, die traditionellen zunächst genannt werden, vor

01:04:32

vielen anderen, insbesondere der sozialen Medien, die diskreditieren ganz eindeutig meines Erachtens den demokratischen Prozess und haben ihn auch an vielen Ecken real kaputtgemacht. Sie sehen mir nach, Herr Professor, dass Sie das auch stellvertretend für die Branche, natürlich für mich und hier auch geraderücken möchte. Zweite Schlussbemerkung. Ich bin auch nach wie vor froh, dass für Österreich diese Befunde so gelten, dass wir nach wie vor in der Medienlandschaft überdurchschnittlich gut aufgestellt sind, so wie Sie es beschrieben haben. Schließe an meinem Eingangsstatement, ich will keine amerikanischen Verhältnisse dahingehend, dass es quasi keine, auch nur annähernd unabhängigen Medien in Nordamerika bzw. in den Vereinigten Staaten gibt, wo alle Medien, derer es ja überhaupt nur mehr ein paar gibt und Fox halt ganz extrem auf eine Seite gekippt ist, das, was übrig geblieben ist in Amerika ist die Associated Press als neutrale, unabhängige Nachrichtenagentur, der Rest ist relativ

01:05:47

klar zugeordnet. Und was ich weiters nicht will, ist, dass die ökonomische Entwicklung von Medien bei aller Kritik an Medien, die man mit mir immer total gepflegt und gut diskutieren kann, dass wir nicht ganze Bevölkerungsteile haben, die sich nur mehr aus den sozialen Netzwerken informieren, weil da fehlt dann jegliche Form von Korrektiv. Darauf wollte ich hin, diese Sorge, und das wollte ich noch kurz einordnen. Gut, wir haben eine ganz schöne Schlachtplatte angerichtet und wir haben eine Frage der ersten Reihe. Das Mikrofon kommt, damit wir Sie gut hören können. Reinhard

Biemanshofer, im Medienbereich lange tätig, Journalist aus Kärnten. Herr Prof. Seethaler, mich wundert es, dass Sie von einer Demokratie sprechen, wenn Sie die letzte Landtagswahl in Kärnten erlebt haben. Da ist eine Vision Österreicher angetreten mit fantastischen – ich bin kein politischer man da nur zur Erklärung, mit fantastischen Kandidaten, zum Finale hin Umfragen 2%, 2,5%, mit einer Schwankungsbreite von 3%, 5 %

01:06:58

-Klausel, also dennoch die Unterstellung, diese Bewegung wird nicht hineinkommen, mir die Botschaft klar, es wird manipuliert, indem ich sage, es ist eine verlorene Stimme, wenn ich sie dieser Bewegung gebe. Das ist keine Demokratie. Deshalb gibt es in anderen Ländern das Verbot von Meinungsumfragen. Sie werden auch nicht für Ihre Partnerin eine Meinungsumfrage gemacht haben, sieben Leute dafür und drei dagegen, sondern das ist eine absurde Situation, die wir in Österreich haben, mit Meinungsumfragen Politik machen zu wollen. Das gehört abgeschafft und ich mache ein Buch, dass es keine Demokratie bei der Wahl gibt, Wenn die Medien, die angeblich eine Demokratie sorgen, neue Kandidaten nicht beleuchten, sondern nur die Inseratenabteilung bei diesen anruft und noch das Verhängnis, dass es für diese Bewegungen, die nicht in den Landtag kommen, keine Wahlkampfkostenerstattung gibt. Das ist ja eine Frechheit. Auch diese Stimme muss ersetzt werden und nicht nur die Parteien, die dann ohnehin

01:08:04

an die Tröge kommen, bekommen auch die Wahlkampfkostenerstattung. Auch das ist ein Demokratiehindernis. Was ist Ihre Frage?

01:08:15

Was das soll mit diesen Umfragen, dass man das in Österreich zulässt und dass quasi die Medien sich noch zum Werkzeug dieser Umfragen für die Parteien machen, die etabliert sind. Okay. Herr Seethaler? Sie haben recht, in der ganzen Reihe von Staaten ist das so nicht möglich. Da hält man sich an gewisse Quarantänezeiten vor der Wahl, in denen keine Umfragen mehr stattfinden. Das sind Mischstände, über die man nachdenken muss und über die man wahrscheinlich zu einem gemeinsamen Verfahren kommen muss, weil der Mischstand offenkundig ist. Das ändert aber nichts daran, dass die demokratischen Strukturen stimmen. Missstände gibt es überall und gerade wenn es wir nicht ansprechen, die wir von der Demokratie als einzig, nicht der besten, aber der einzig guten Gesellschaftsform überzeugt sind, dann tun es die Gegner. Das gilt für die traditionellen Medien

auch, wenn wir nicht die Missstände ansprechen, dann tun es die anderen und die, die an einem liberalen Mediensystem kein Interesse haben. Es

01:09:39

tut eben niemand. Das ist ja dieser Spruch der Washington Post, Democracy dies and darkness. Der Beiländer Post entlehnt unter Zitat, wir sehen doch in der Entwicklung zu autokratischen oder diktatorischen

01:10:24

Gesellschaften doch immer die gleiche Medienverfahren wird mit der Justiz. Also ich beanspruche immer bei aller Kritik an allem, dass Medien in Summe natürlich diese demokratische Funktion erfüllen. Wie wollen wir denn überhaupt eine gemeinsame Agenda entwickeln? Wie wollen wir denn verhandeln? Bei aller Kritik an Überzeichnungen überhaupt keine Frage, aber ich will nicht, dass soziale Medien der einzige Kanal sind, wo die Zukunft einer freien Gesellschaft und deren Themen verhandelt wird, das halte ich für problematisch. Wir haben Journalistinnen und Journalisten, die für Themen recherchieren, die ausgewogen berichten wollen. Es gibt auch unterschiedliche Blattlinien. In einem pluralistischen Spektrum halte ich das grundsätzlich auch für total machbar und für in Ordnung, weil da bin ich ja voll bei Ihnen. Wir sind doch freie Menschen und können doch selber. Ich persönlich lese ja nur mehr oft Dinge, deren Meinung ich nicht bin, ich kenne ja meine Meinung, ich muss mir nicht ständig wieder

01:11:23

selber finden, mir interessiert ja viel eher das andere, um zu entdecken, habe ich da was übersehen. Das finde ich ja so spannend und das ist die wichtige Rolle von Medien und wir leben nach wie vor in einem liberalen Staat, finde ich, einem liberalen demokratischen Staat. Es ist eingangs erwähnt worden, die Geschichte von Lügen und Verschwörungstheorien ist doch so alt wie die Chronisten dieser Menschheitsgeschichte. Das sind alles keine neuen Fäden. Ich bin am Land aufgewachsen in Tirol. Da gab es in jedem Dorf, kennen wir doch, wo wir Menschen gekannt haben, die damals schon ein bisschen die Chemtrails am Himmel gesehen haben, wo man wusste, okay, die haben da ein bisschen andere Sichtweise auf die Dinge. Jede dörfliche Struktur, auch unsere Republik, das haben wir doch alles gut ausgehalten. Eine gesunde demokratische Struktur hält auch so etwas aus. Ich glaube, der Big Bang war mit der Digitalisierung, wo sich Verschwörungstheoretiker aus den unterschiedlichen Dörfern auf einmal in

01:12:31

Beziehung miteinander bringen und ein Resonanzkörper entsteht. Ich glaube, wir machen die Verschwörungstheorie jetzt nicht auf. Ich habe eine ganz konkrete Frage hier auf dem Tablet, die aus dem Livestream kommt und dann hat hinten in der letzten Reihe, vielleicht heben Sie noch mal die Hand, damit das Mikro Sie finden kann, weil sie gesagt haben, es gibt doch Redakteure und die recherchieren. Eine Frage aus dem Livestream, Magdalena Stöckl, wie lange wird es noch klassische Medien mit Redakteurinnen, Redakteurinnen und Redakteuren, Recherche, Check und Recheck geben? Kurze Antwort. Das wird es immer geben. Ich bin seit der Pandemie und seit dem Krieg und seit ChatGPD die mit Prognosen natürlich sehr zurückhaltend geworden, wie genau in zehn Jahren das alles ausschaut, nehme ich mich zurück, aber es gibt natürlich diese Funktion. Okay. Sie sind da? Ich bin an sich optimistisch, einfach optimistisch, deshalb, weil ich habe es mehrfach gesagt, soziale Medien ist ein Teil dessen, was unser

01:13:36

Medienuniversum, unser eigenes, persönliches Medienuniversum ausmachen und ich glaube nicht, dass sich das in Europa so rasch ändern wird, weil in die Zukunft kann ich auch nicht blicken, da würde ich Ihnen zustimmen, Herr Pig. Prognosen sind schwierig, das hatten wir schon ganz am Anfang. Da hinten ist eine Frage, das Mikro ist bei Ihnen. Hören Sie mich an, hören Sie mich an. Ich hätte eine Frage an den Herrn Pick und zwar, könnten Sie bitte nochmal den Begriff der Mediendemokratie besser definieren, weil ich konnte mir das nicht ganz erklären, was Sie damit meinten und darauf folgend, warum wirkt es so auf mich jetzt als User von sozialen Medien, dass die APA ein Viertel der Gesellschaft eigentlich ausschließt, weil es nur in einer Sprache Medien darstellt? Der Begriff der Mediendemokratie ist nicht meine Prägung natürlich, sondern schlichtweg aus dem Studium, das ich studiert habe, Politikwissenschaften mit Medienswerpunkt, dass Politik durch Medien ganz massiv vermittelt wird, durch

01:14:43

Massenmedien und natürlich, wir haben es jetzt hinlänglich diskutiert, vielfältige Medien, das meint Mediendemokratie, dass alle Prozesse breit in der medialen Öffentlichkeit stehen. Jetzt muss ich nur eine Gegenfrage stellen, weil ich es, glaube ich, auch akustisch nicht ganz verstanden habe, wer schließt wen aus? Die APA durch eine nur eine einsprachige Berichterstattung. Genau, also da in Österreich ja ungefähr ein Viertel der Gesellschaft Migrationshintergrund oder Migrationsgeschichte hat und ich mir eigentlich eher bei den Medienhäusern meine Medien, also meine Medien eher über

die APA beispielsweise beziehe, hatte ich das Gefühl bei dem Konsum dieser Medien, dass ein Teil dieser Gesellschaft dadurch, dass es nur in einer Sprache oder in zwei Sprachen, in Deutsch und Englisch stattfindet, ausgeschlossen wird. Also als Privatperson werden Sie nicht die APA beziehen, außer Sie wollen viel Geld pro Monat bezahlen, das würden eher nur Medienunternehmen oder Institutionen tun. Also ich

01:15:47

glaube nicht, dass Sie die APA kaufen als Privatperson, wir beliefern ja die Medien selber. Wenn es für die Medien einen Bedarf gibt, auch in anderen Sprachen zu produzieren, wir haben immer Testläufe gemacht. Ich persönlich finde das eine sehr gute Idee. Dafür muss man natürlich dann auch schon die notwendige finanzielle Möglichkeit haben, das zu tun. Wir sind den ersten Schritt jetzt gegangen vor zwei, drei Jahren, Nachrichten in einfacher Sprache, weil auch rund eine Million Österreicherinnen und Österreicher nicht nur mit Migrationshintergrund, auch viele Österreicherinnen und Österreicher selber Leseschwächen, Verständnisschwächen haben und wir auf unterschiedlichen Sprachniveaus für Teletexte und andere Angebote unsere Inhalte auch in sogenannter einfacher oder leicht verständlicher Sprache anbieten. Ich halte es für ein wahnsinnig wichtiges Projekt. Es ist auch ein gefördertes Projekt in Kooperation und bin sofort dabei, auch einen weiteren Schritt zu gehen, der insbesondere auch,

01:16:50

um es jetzt doch einmal als Schlagwort zu sagen, das Thema Diversität und Inklusion auch in der Medienlandschaft abbildet. Absolut bin ich bei Ihnen, ja. Aber das ist wirklich eine dringende politische Entscheidung, wir haben ein Projekt gemacht über Mehrsprachigkeit der Medien in Österreich und ich kann dem Herrn aus dem Publikum nur Recht geben, es ist wirklich eine Schande für ein demokratisches Land, 25 Prozent der Bevölkerung, nicht die Strukturen zu schaffen. Der Staat hatte nicht die Aufgabe, Information zu vermitteln, Gott sei Dank, aber die Strukturen zu schaffen, dass Information in mehreren Sprachen vermittelt werden kann. Es gibt eine ganze Reihe von kleinen Unternehmen mit sehr viel Engagement im zivilgesellschaftlichen Bereich, aber politisch ist das nicht wirklich ein Thema, ich könnte jetzt einiges aus Politikergesprächen dazu berichten es durch jetzt nicht, aber das ist wirklich ein Missstand, den wir abschaffen müssten. Müssen wir wohl bis zur nächsten Legislaturperiode

01:17:59

warten. Ich habe eine Frage, die wahrscheinlich Sie beantworten können, Frau Professor Kritzinger, weil Sie es auch angesprochen haben, Gefühle versus tiefgehende Informationen, Positionen, Visionen, wie soll es weitergehen, was muss getan werden in diesem Land? Wir haben eine Frage von Alexandra P., wie wirkt man dem effektiv entgegen, dass im Wahlkampf nur mehr Gefühle und nicht mehr auf Inhalte gesetzt wird? Haben Sie da eine Empfehlung zumindest?

01:18:33

Natürlich muss man ein bisschen unterscheiden, von welches Klientel spreche ich an. Also gibt es sozusagen die Stammwähler und Wählerinnen, das eigene Klientel. Da gibt es wahrscheinlich von einer Parteiensicht ganz andere Herangehensweisen, als wenn man neue Wählerinnengruppen finden möchte. Da ist es manchmal für die Parteien das Wichtigste, sich zu mobilisieren, weil die werden sowieso immer die gleiche Partei wählen, die Frage ist nur, gehen sie zur Wahl und hier kann man sehr gut teilweise mit Emotionen oder auch darauf hinweisen, von wegen wir müssen Erste werden oder aber sonst schaffen wir es nicht über die 4 -Prozent -Hürde in den Nationalrat zu kommen, also hier mit solchen emotionalen Aspekten zu arbeiten oder eben auch mehr auf einfache Botschaften zu gehen. Bei neuen Wählerinnengruppen, falls ein Interesse besteht, bei bestimmten Parteien neue Wählerinnengruppen anzusprechen, ist die Inhaltsvermittlung sehr viel wichtiger. Und da bedarf es sehr viel mehr Arbeit, auch Arbeit

01:19:36

an der Basis, die eigenen Basisfunktionäre müssen dann rumgehen und sagen, warum sollte man einer bestimmten Partei die Stimme geben. Aber ich habe angesprochen, wenn man den neuen Wählerinnengruppen gewinnen möchte, weil es ist immer eine sehr wichtige strategische Entscheidung bei den Parteien, was passiert, wenn ich bestimmte neue Wählerinnengruppen gewinnen möchte, welche Positionen muss ich ansprechen, welche Positionen muss ich wichtigmachen und das ist natürlich ein Umkehrschluss, welche Positionen sind vielleicht nicht mehr so wichtig oder widersprechen dem, was meine Stammwähler und Wählerinnen von mir erwarten. Und das ist eine wichtige parteiinterne Entscheidung, die getroffen werden muss, um danach auch den Wahlkampf zu starten. Wir haben uns zum Beispiel den Wahlkampf 2017 genau aus dieser Perspektive angeschaut, das kann man jetzt heute ja aus einer siebenjährigen Perspektive erzählen, und haben gesehen, dass es zum Beispiel für die SPÖ 2017 extrem schwierig war, neue Wählerinnengruppen

01:20:40

anzusprechen. Neue Wählerinnengruppen hätte man ansprechen können, indem man das Thema Migration heranzieht, das Großmacht als Position auch hineingeht in den Wahlkampf, aber musste gleichzeitig, was immer man in Bezug auf Migration in den Wahlkampf als Position reingeht, verschreckt die bestehenden Wählerinnen -Klientele. Was war das Ergebnis? Man hat es einfach nicht angesprochen. Lassen Sie mich raten, ein Fall für das Blurring. Oder ganz komplett gar nichts drüber sagen und das sind natürlich parteiinterne Sachen, wo man dann auf diese Frage vielleicht sagen kann, es ist vielleicht auch gar nicht gewünscht, je nachdem wie die Strategie für neue Wählerinnengruppen oder aber bestehende Wählerinnengruppen sind. Also ich sage es so, Alexandra P., es besteht Hoffnung auf mehr Inhalte, wenn neue Wählerinnengruppen angesprochen werden sollen. Ich habe jetzt noch eine sozusagen nur faktische Frage, die mit Zahlen zu beantworten ist, mit der wir uns hier beschäftigen, während der Herr in der

01:21:38

fünften Reihe die Hand hebt, damit das Mikro kommen kann. Ganz schnelle Runde, ich mache das jetzt wie Armin Wolf, bitte wirklich und kurze Antworten. Wie viel Prozent der Informationen sind bewusste Miss - oder Desinformation? Was schätzen die Experten hier, Herr Seethaler, eine Zahl?

01:21:58

Prozent wovon? Wie viel Prozent der Informationen sind bewusst der politischen, ich sage jetzt, ich grenze ein auf der politischen Information, die von Parteien ausgegeben wird? Keine Zahlen. Das ist ein Ratespiel, in den USA, das so oft als Negativbeispiel jetzt genannt worden ist, da gibt es eine Untersuchung, die sagt ein Prozent. Ein Prozent. Drei Prozent. Ein. Ein Prozent. Herr Pieck, Sie beschäftigen Fact -Checker, haben Sie ein Gefühl dazu? Wir haben Fact -Checker, keine Ahnung. Keine Ahnung. Tut mir leid, Hannah Rantl, wir wissen es nicht genauer. Bitte um Ihre Frage. Herr Physiker, ich habe von Frau Kritzingler eine sehr interessante Aussage gehört am Anfang, egal ob ich weiß oder nicht weiß, wie überzeugt bin ich davon, dass meine Meinung die richtige ist. Und jetzt in Hinsicht auf erst mal Wissenschaftsministerium, das hier eingeladen hat und Fake News und Wissenschaft, was mich sehr beschäftigt ist, dass der Konsens über wem kann ich vertrauen, was kann ich vertrauen als Information

01:23:22

sehr nachgelassen hat. Wenn eine Frage gestellt wird, was ist eins und zwei, dann könnte man sich sicherlich über Antworten einigen. Und da gibt es sicher nur eine Antwort. Wenn es Wissenschaftsfragen gibt über Klimawandel und menschlicher Einfluss davon, sind sich 99 Prozent aller beschäftigten Wissenschaftler in dem Bereich einig. Und wenn ich letzte Woche jetzt höre, dass Politiker, die hier aktiv sind, die im Wahlkampf das einfach bestreiten, dann bin ich einfach hilflos. Ich frage mich, und das gilt an das Podium, was kann man machen, diesen Konsens herzustellen, dass Fragen oder Antworten unstrittig gestellt werden, weil es gibt einen Konsens, wie eins plus zwei ist gleich und dem Resultat sollte ich glauben. Gibt es da etwas, was falsch gemacht wird? Warum gibt es so viele Meinungen, die evident falsch sind, aber verbreitet werden?

01:24:31

Vielleicht setzt es sich an von wegen, dass ich eigentlich keine positive Antwort oder optimistische Antwort geben kann. Auf die Forschung, die ich vorher angesprochen habe, haben wir festgestellt, dass circa 20 Prozent der befragten über all diese Länder hinweg, aber das ist fast in jedem Land gleich, in diese Kategorie der Missinformierten reinfallen. Sprich, sie wissen nichts, sind aber überzeugt davon, dass sie extrem viel wissen. Oder sie wissen es falsch, aber sind überzeugt davon, dass es richtig ist, was sie wissen. Und wir sind dann aber zum Schluss gekommen, von wegen, was könnte man machen, dass man diese 20 Prozent mitnimmt, und das würde auch zum Beispiel bei dieser gesamten Klimadebatte hineinfallen, und haben leider mit dem extrem negativen oder pessimistischen Statement aufgehört, dass man das, was man gemeinhin immer sagt, von wegen Bildung, Bildung, Bildung, Information, Information, Information und alles wird gut, es nicht funktionieren wird. Weil auch wenn ich Information,

01:25:32

mehr und mehr Information im Sinne von Konsensfindung an diese Personen herantrage, wird es nicht funktionieren, weil die ja davon überzeugt sind, dass das, was sie nicht wissen, stimmt. Wie kann ich jemanden überzeugen davon, dass das eigentlich nicht richtig ist, wenn er stark davon überzeugt ist? Und das ist genau die Schwierigkeit. Wenn die Überzeugung nicht da ist, wenn man einfach nichts weiß oder sagt, okay, ich schieße jetzt mal raus und sage, es kann vielleicht XY sein, den kann ich mit Information überzeugen. Aber derjenige, der davon überzeugt ist, dass er alles weiß, den kann ich nicht überzeugen mit Information. Und hier müssen wir uns tatsächlich neue Dinge überlegen, wie wir da drankommen und es ist dieses Wort bereits gefallen, von wegen

Diskurs, Auseinandersetzung, auch sich miteinander zusammensetzen vielleicht, um einfach unterschiedliche Positionen miteinander zu diskutieren und auch weggehen zu können und sagen, wir werden keine gemeinsame Meinung finden, aber zumindest

01:26:29

ein bisschen Respekt gegenseitig haben, damit man nicht so in diese Polarisierung hineinkommt, du weißt ja eh nichts oder du weißt nichts, sondern einfach sagt, okay, unterschiedliche Meinungen, aber Information selber wird es nicht tun, weil die Überzeugung von diesen Personen so groß ist, dass sie ja richtig liegen. Und das ist eigentlich die pessimistische Antwort, die ich Ihnen geben muss zu diesem Zeitpunkt. Aber das Tool, wie man das besser machen kann, habe ich leider noch nicht, sonst würde ich sofort umsetzen. Wir haben noch eine Frage aus dem Publikum. Herr Mikhailevich, Historiker werden ja nicht auf der Insel, sondern es gibt natürlich auch Länder wie Russland, die sowohl über Einflussagenten agieren, wo es Russia Today nur als RT heißt, wird es deswegen ja nicht anders. Das heißt, inwieweit sind wir dagegen immun oder resilient oder wird das offensichtlich nicht wahrgenommen, denn wir haben uns da im Wesentlichen ja nur im österreichischen Bereich aufgehalten bisher. Ein bisschen

01:27:28

ein Schweizer Blick.

01:27:32

Wer möchte antworten?

01:27:37

Wir haben über viel heute Abend nicht gesprochen, über bestimmte geografische Regionen nicht, Russland habe ich kurz erwähnt, wir haben auch nicht, glaube ich, ein einziges Mal über künstliche Intelligenz im Zusammenhang mit Fake News berichtet oder heute Abend erzählt. Ich kann Ihnen an einer Stelle versichern, zumindest für uns und die Medien, wir sind uns dessen, was da an Propaganda und vor allem in – jetzt muss ich wieder dabeibleiben – in den sozialen Medien passiert, sehr wohlbewusst. Wir sehen es auch, wir sehen es aber auch auf ganz anderen Ebenen, auf Ebene von Cyberangriffen, die gezielt auch auf Medien und unter demokratische Infrastrukturen gehen, man ist sensibilisiert.

01:28:22

Ja, ich persönlich zumindest spätestens seit meinem Interview mit Wladimir Putin 2021 sehr intensiv sensibilisiert und auch darauf schauend. Ich denke, es gibt ja zunehmend immer hinterherhinkend gute Analysen, wenn große Fake -News -Kampagnen im digitalen Raum, Trollfabriken und so weiter aufgedeckt werden und auch mit Blick auf Wahlgänge insbesondere eindeutig natürlich auch klar ist, was da passiert ist an Propaganda, Einflussnahme. Ja, ich komme immer wieder zu dem Punkt einer Regulatorik, ich komme immer wieder zum Punkt der Nachverfolgbarkeit, der logistischen Rahmenbedingungen. Man tut immer so, als ob das Internet ja nur die technische Autobahn ist und alle Inhalte niemand die Verantwortung dafür übernimmt. Das finde ich auch in vielen Bereichen gut, das sollten wir uns als Bürgerinnen und Bürger einfach austauschen, aber wenn es um Menschenhetze, Menschenhass, Propaganda geht, also irgendwo muss dann schon einmal die Frage erlaubt sein, wer haftet denn eigentlich für diese Inhalte,

01:29:35

wer steht denn dafür gerade, wir leben doch in einem Rechtsstaat und der Rechtsstaat endet nicht im analogen Raum, sondern er geht unmittelbar auch eins zu eins in den digitalen Raum. Man muss vielleicht ergänzen, dass die Europäische Kommission mit dem Digital Services Act einen ersten Schritt in diese Richtung, die Sie, Herr Pig, angesprochen haben, gesetzt hat. Der ist noch unzureichend, da müssen weitere folgen. Gleichzeitig muss ich immer wieder betonen, das hat die Frau Kritzinger vorhin gesagt, Das ist eine Gruppe von ungefähr um die 20 Prozent, die anfällig ist, möglicherweise aus unterschiedlichen Gründen, Sie haben einen wichtigen davon genannt, für solche Propaganda, aber dass die dann wirklich wirken kann, das haben wir schon Haus gemacht. Das ist, wenn Steffen Mauer, ein deutscher Soziologe, hat von Polarisierungsunternehmen gesprochen. Und die haben ja auch in der österreichischen Politik, die sich dann da draufsetzen und das, was so unterschwellig auch vielleicht vom

01:30:42

Ausland und Russland unterstützt, verbreitet wird, dann zum Anlass nehmen, um ihre politische Position zu verbreiten und die lebt von Polarisierung der Menschen. Und da, glaube ich, müssen wir alle aufpassen, dass wir auf sowas nicht reinfallen, dass die Welt nicht gut und böse ist und immer dann, wenn für das Böse eine abgrenzbare Gruppe von Menschen verantwortlich gemacht wird, dann Vorsicht, da steckt Desinformation dahinter. Okay, wir biegen langsam ihr Ziel gerade in der ersten und zweiten Reihe sind zwei Fragen, Vielleicht können Sie beide einfach Ihre Frage stellen und

wir beantworten die noch und biegen dann in die Abschlussrunde ein. Herr Seethaler, Sie haben vom Vertrauen der Konsumierenden in die Medien, die Sie konsumieren, gesprochen. Jetzt war das früher so, und ich frage Sie, ob das jetzt immer noch so ist, dass ausgerechnet die Leser und Leserinnen der Kronenzeitung ganz besonders viel Vertrauen in ihre Zeitung haben und zwar nur in ihre Zeitung. Und jetzt im Lichte der Kampagne,

01:31:58

die die Kronenzeitung zufällig gerade jetzt vor der Wahl fährt, die ja auch sehr gut zum Thema Missinformation passt, also das ist ja Missinformation par excellence, uns jetzt zu erzählen, dass wir alle Winnetou wollen und ich weiß nicht was, alles. Also dann ist ja das sehr traurig, wenn diese Menschen nur an diese Zeitung glauben und das, was darinsteht. Meine Frage ist jetzt, ist das immer noch so, können Sie das aus Ihren Zahlen herauslesen, dass ausgerechnet diese Gruppe, die die größte Zeitungskonsumentinnen -Gruppe leider in Österreich ist, tatsächlich so ist, dass nur an diese Zeitung geglaubt wird, im Gegensatz zu den Lesern und Leserinnen anderer Zeitungen, die ja auch andere Meinungen, meiner Ansicht nach, oder wie das früher war oder wie ich das gelernt habe, gewesen ist. Okay, also Kronenzeitung immer noch ungebrochene Macht. Ich würde die zweite Frage noch dazunehmen und dann beantworten wir das beides und biegen in gerade?

01:33:00

Ich habe eine Frage, als politisch interessierte Person bin ich natürlich sehr viel in den Medien unterwegs, vor allem Radio und Fernsehen und merke etwas, weiß aber nicht, ob das einfach nur meine subjektive Meinung ist oder ob das wirklich so ist. Gibt es vielleicht Studien zu diesem Thema und zwar Ein Vergleich zwischen, ich nehme jetzt zwei Länder heraus, Österreich und Deutschland. Mir persönlich kommt es so vor, als die deutsche politische Diskussion, deutsche politische Diskurs in den Medien sachlicher ist oder wäre und mit, sage ich einmal, etwas mehr Inhaltsdiskussion sozusagen gefühlt In Österreich diskutieren wir oft darüber, na ja, der war so angezogen, der hat das eher leiser oder lauter gesagt oder das ist im Zelt, in irgendeinem Bierzelt passiert oder woanders. Also sozusagen so ein bisschen mehr Farbe, aber weniger Inhalt. Stimmt das oder ist das einfach nur mein Eindruck? Okay, also die Macht der Kronenzeitung, die Kronenzeitung ist die immer noch ganz nah an ihren Lesern

01:34:16

dran und die einzige Informationsquelle, das war an Sie gerichtet, Herr Seethaler, alles Sie können es vielleicht beantworten, wo mehr Inhalt ist, Deutschland oder Österreich, wer wird das hier beantworten können? Aber fangen Sie mal an.

01:34:30

Die Kronenzeitung hat nicht mehr so dieses Exklusivvertrauen ihrer Leser, das ist schon noch interessant. Allerdings, wo es stärker geworden ist, ist noch viel bedenklicher, weil das Vertrauen, dass die Seher von ServusTV in ServusTV haben, diesem Red Bull -Fernsehsender, und das Vertrauen, dass die Leser von Ö24 und Heute, also diesen beiden Gratiszeitungen, in diese Zeitungen haben oder auch in die Online -Ausgaben davon, ist noch deutlich höher. Das zeigt, dass Vertrauen ein schwieriger Indikator ist, aber auch andererseits etwas ist, mit dem die Institution, der das Vertrauen entgegengebracht wird, eigentlich verantwortungsbewusst agieren sollte. Und Kampagnen fahren, wie Sie es gerade aktuell für die Kronenzeitung genannt haben, das ist Aufgabe der Parteien, das ist nicht Aufgabe der Medien. Da müsste die Kronenzeitung vielleicht einmal nachdenken, was ihre Aufgabe wäre. Zum Thema, in Österreich wird mehr Farbe transportiert und vielleicht weniger Inhalt, Ich weiß nicht, wer uns aushelfen

01:35:57

kann. Sie haben international Vergleichsprojekte gehabt. Ja, ich muss dazu sagen, ich könnte Ihnen die Frage nicht beantworten, weil es würde wahrscheinlich eine vergleichende Medieninhaltsstudie dafür brauchen, um zu schauen, von wegen, was wird in deutschen Medien, was wird in österreichischen Medien geschrieben, wie wird das dargestellt? Mir ist keine Studie bekannt, wobei ich nicht sagen würde, von wegen, dass es die nicht gibt, sondern dementsprechend Das kann ich da leider diese Frage nicht beantworten. Sie müssen weiter Ihre persönlichen Erhebungen laufen lassen, eigene Empirie sammeln. Okay, ich mache jetzt hier Schluss. Ich glaube, es gäbe noch viel zu sagen und wir müssen ja auch alle noch die ganzen Parteiprogramme durchhackern in den nächsten 20 Tagen, um an die Inhalte dran zu kommen. Heute Morgen war ich mit der Straßenbahn unterwegs, habe auf den Info -Screen geschaut und wurde mit der schönen Nachricht konfrontiert, dass noch nie seit dem Start des APA -OGM -Vertrauensindex

01:37:01

im Jahr 2003 eine Regierung so schwache Werte hatte wie die scheidende Regierung. Gut, da können wir jetzt was ändern. Die türkis-grünen Regierungsmitglieder kamen nur noch auf durchschnittlich minus 13,3 Punkte nach einem anfänglichen Höhenflug. Meine Frage für die Abschlussrunde, und ich darf wieder, obwohl es eine große Frage ist, um kurze Antworten bitten. Nachdem hierzulande das Vertrauen in die Politik und das Vertrauen in Medien zusammenhängt, wie wir heute auch schon herausgearbeitet haben, was ist für Sie jeweils der nächste wichtige Schritt, um es beides gemeinsam oder getrennt voneinander wiederaufzubauen? Herr Seethaler.

01:37:49

Ich muss einleitend sagen, was Herr Pick schon betont hatte, das Vertrauen mit den Medien ist im Vergleich zur Politik immer noch höher, zum Glück, dennoch, man kann es schon verbessern und ich würde an beide, an Politik und Medien, seine Forderung nach mehr Bevölkerungskompetenz. Es wird normalerweise ja so der Spieß umgedreht und wir müssen alle Medienkompetenz erwerben und das ist ja auch nicht falsch, aber ich sage jetzt mal, Medien und Politik müssen Bevölkerungskompetenz erwerben, das heißt, hinhören, hinschauen, wo den Menschen wirklich der Schuh drückt, hinhören, hinschauen auch zu jenen Gruppen, die jetzt nicht zur gerade aktuellen eigenen Wählerschaft gehören, hinhören, hinsehen zu Gruppen, die eher am Rand der Gesellschaft stehen und die dort naturgemäß leichter abdriften können, wenn wir kein Angebot machen, sie wieder in die Mitte der Gesellschaft zu holen. Herr Professor Schmidt, aus der Perspektive der Schweiz, neutral oder aus der Perspektive der Philosophie? Ich würde mich

01:39:21

anschlüssen. Ich glaube auch, dass quasi Inklusion und Partizipation gute Mittel sind, Vertrauen zu gewinnen. Also es ist eine repräsentative Demokratie, Gesellschaft eine pluralistische, zunehmend pluralistische Gesellschaft zu repräsentiert werden, das schafft Vertrauen in das System als solches. Inwiefern dann die einzelnen Parteien oder die einzelnen Medien Vertrauen genießen, sollte nach meinem Dafürhalten davon abhängen, ob sie Vertrauen verdienen. Das ist eine Aufgabe, die bei den Parteien und bei den Medien liegt und die inkludiert ein glaubwürdiges Bemühen um Repräsentation bei den Parteien, ihrer Konstitution, der Objektivität bei den Medien. Da würde ich unterscheiden wollen, Vertrauen in den Gesamtprozess, also in die Verfassung, von Vertrauen in konkrete Akteurinnen und Akteuren. Ich halte allerdings nicht den Eindruck, dass es eine ernstliche

Vertrauenskrise derart gäbe in Österreich oder in Westeuropa, die dazu führen würde, dass bald die Dunkelheit anbricht und der Demokratie

01:40:45

stirbt. Das halte ich für eine Überspitzung. Mit Blick auf die Medien drei Dinge, ich glaube eine Art neue Fehlerkultur, man verzeiht den Medien keine Fehler mehr. Ich glaube, das viel transparenter zu machen, wenn Fehler passieren, darauf hinweisen, korrigieren und das nachvollziehbar machen. Zweiter Punkt ist, überhaupt eine Transparenz machen. Was ist überhaupt eine Nachricht? Ich glaube, es ist für viele Menschen kognitiv wahnsinnig schwierig geworden, zu unterscheiden, was ist eine Nachricht, die verifiziert, die recherchiert ist, versus was ist einfach die hingeschriebene unter Anführungszeichen Information, ich weiß nicht, ob das der richtige Name ist, eher Meinung, also diese Unterscheidung, was ist eine Quelle, das ist wie ein Haltegriff, das finde ich wichtig. Und der dritte Punkt schließt an den Professor Seethaler an, ich nenne es in meiner Sprache mehr auf die Lebensrealitäten zu schauen der Menschen, weil die Menschen haben auch eine Erwartungshaltung eines Journalismus und

01:41:52

diese Lebensrealitäten besser verstehen, besser sehen und ein wenig auch weg von der reinen Negativität, ich glaube, das ist auch zu toxisch im Medienkonsum und die Rolle auch zu finden in der Frage, was ein bisschen unter Constructive News firmiert, wo liegen denn auch Lösungsansätze, die erzielt worden sind in der Politik. Auch das gehört vermittelt, auch das gehört natürlich auch dann darüber informiert und nicht nur das, wo gestritten wird und was nicht funktioniert hat, also das unterschreibe ich natürlich. Und allein diese Maßnahmen scheinen, glaube ich, würden viel weiterbringen, Vertrauen. Österreich wird im internationalen Vergleich als eine Konsensdemokratie gelistet und ich glaube, das ist ganz zentral für parlamentarische Demokratien, dass der Konsens, die Kompromissfindung, ein zentraler Bestandteil von der politischen Auseinandersetzung ist. Wir haben aber sowohl von der Parteienseite als auch von den Wählerinnenseiten ein bisschen so die Vorstellung von wegen, wenn man

01:43:07

streitet, dass man dann sofort in eine Polarisierung geht oder aber, wenn man einen Kompromiss findet, dass sozusagen die eigenen Werte verraten worden sind oder die Positionen nicht durchgebracht werden. Es ist aber der Sukkurs einer parlamentarischen Demokratie, dass man

Kompromisse findet, dass man aufeinander zugeht und dass sozusagen das Beste beider Welten oder für die Wähler und Wählerinnen herauskommt. Und ich glaube, da sollte man sehr viel stärker den Vordergrund geben, von wegen, auch wenn wenn man jetzt nicht in der Regierung sitzt oder wenn die eigene Partei es nicht geschafft hat, in die Regierung zu kommen, es trotzdem Möglichkeiten gibt, in der Kompromissfindung Dinge durchzusetzen. Ich möchte nur daran erinnern, zwei Drittel der Gesetze im österreichischen Nationalrat werden nicht nur von den Regierungsparteien verabschiedet, sondern immer auch mit anderen Parteien. Also es gibt hier sehr viele Kompromisse, nur sollte das auch sehr viel nach außen getragen werden, weil

01:44:02

das tatsächlich das Salz in der Suppe einer parlamentarischen Demokratie ist. Und das kann auch entgegenwirken, dem, was Sie gleich zu Beginn gesagt haben, der Polarisierung, der Politisierung zwischen den verschiedenen ideologischen Positionen, um hier auch zu zeigen, von wegen Demokratie ist nur ein Miteinander, wo der eine oder andere Mal nachgeben muss und wo man in der Mitte die Kompromisse findet, um sozusagen für die Gesamtgesellschaft gute Entscheidungen zu treffen. Das würde ich mir wünschen und ich glaube, das hätte dann auch durchaus Auswirkungen auf die verschiedenen Vertrauenindizes, Streitpunkte nicht zu großmachen. Es ist nun mal tatsächlich in einer politischen Auseinandersetzung so, dass man streiten muss, dass man die Positionen auch rausbringen muss, dass man auch für das einsteht, aber man sollte dann dementsprechend auch sagen, wo hat man sich gefunden, warum hat man sich gefunden und das ist nicht ein Einpacken der Positionen oder ein Verlieren, sondern es ist die

01:44:50

klassische Konsens - und Kompromissfindung, für die Österreich im internationalen Vergleich eben auch so genannt wird. Ich bedanke mich für diese Abschlussrunde. Ich werde das jetzt nicht kaputt machen, indem ich mich hier durch ein Resümee stolpere. Stattdessen werde ich mich auf den Ausblick konzentrieren. Ich darf Ihnen sagen, der nächste Science Talk ist am 21. Oktober 2024 und das Thema ist Who Cares? Also ein Gesundheitsthema. Wer kümmert sich um unsere Gesundheit? Machen wir das selber, müssen das andere tun? Ich bedanke mich bei unseren Podiumsgästen für die klugen Einblicke. Ich bedanke mich bei Ihnen im Saal und auch im Livestream für die Fragen. Sie waren ein fantastisches Publikum. Danke an alle, die vor und hinter den Kulissen zum Gelingen des Science Talk beigetragen haben. Bleiben Sie offen, bleiben Sie gesund, bleiben Sie konsensfähig und studieren Sie die Parteiprogramme, wenn Sie es wirklich wissen wollen. Danke.