



Tom Rosenstiel, Direktor des American Press Institute, bei seinem Vortrag an der Uni Salzburg.

BILD: SN/UNI/SCHÄTZ

## Armin Wolf interviewt Wladimir Putin

ORF strahlt Gespräch mit dem Staatschef Anfang Juni aus.

WIEN. Unüblicher Außeneinsatz für Armin Wolf: Der „ZiB 2“-Moderator fliegt kommende Woche nach Moskau, um den russischen Staatspräsidenten Wladimir Putin zu interviewen. Das 30- bis 40-minütige Gespräch wird im Kreml geführt – und schließlich am Montag, 4. Juni, ab 20.15 Uhr auf ORF 2 gezeigt. Dafür muss die „Millionenshow“ weichen. Dies bestätigte Wolf am Freitag den „Salzburger Nachrichten“. Zuvor hatte „TV-Media“ darüber berichtet.

Anlass des Interviews ist der Staatsbesuch Putins in Wien, der am 5. Juni über die Bühne gehen wird. Der russische Staatschef besucht Österreich, um den 50. Jahrestag jener Vertragsunterschrift zu zelebrieren, der die Erdgaslieferungen zwischen Österreich und der damaligen Sowjetunion regelte. **hill**

# „Wir brauchen keine hysterischen Medien“

US-Medienkritiker Tom Rosenstiel referierte in Salzburg: Von Faktenchecks rät er ab. Dafür sollten Journalisten früher aufstehen – und die „Macht der Freunde“ berücksichtigen.

RALF HILLEBRAND

SALZBURG. Eigentlich ist die Ausgangslage eine vielversprechende: Die Zugriffe auf Nachrichtenseiten steigen. Und auch der Online-Werbekuchen wird größer. Doch was bringt der größte Kuchen, wenn man davon kaum etwas abbekommt? „83 Cent eines jeden Werbedollars, der online umgesetzt wird, gehen an zwei Unternehmen – an Facebook und an Google“, beschreibt Tom Rosenstiel.

Der Direktor des gemeinnützigen American Press Institute war diese Woche in Salzburg zu Gast. Auf Einladung der US-Botschaft, des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Uni Salzburg und des Kuratoriums für Journalistenausbildung referierte der 62-Jährige zur Zukunft der Medienbranche – und der Zukunft der Demokratie. Denn beide Schicksale seien unmittelbar miteinander verknüpft. Dabei seien viele Themen wiederkehrende. Selbst „Fake News“ seien kein Phänomen, das es erst seit Donald Trump gebe. „Eine Lüge fliegt um die halbe Welt, bevor die Wahrheit die Möglichkeit hat, ihre Hose anzuziehen“, zitierte Rosenstiel Winston Churchill. Und schon vor der Zeit des früheren britischen Pre-

miers hätten Politiker gewusst, wie sie Lügen fliegen lassen könnten.

Wenn Medien „Fake News“ die Flügel stützen wollen, machen sie laut Rosenstiel einen elementaren Fehler: auf Faktenchecks zu setzen. Der Journalist und Buchautor nannte ein Beispiel aus einem Workshop. Die Teilnehmer hätten herausgefunden, dass ein Posting von Marine Le Pen faktisch falsch sei. Nicht neun von zehn französischen Einwanderern seien Männer, sondern sechs. Das zu recherchieren und nach außen zu tragen sei der übli-

### „Fake News sind kein neues Phänomen“

che journalistische Weg, um Lügner in die Schranken zu weisen. In Wahrheit helfe Le Pen aber eben diese Reaktion – denn ihre Subbotschaft, dass männliche Einwanderer gefährlich seien, würde so breiter gespielt. Aber wie sollen Journalisten stattdessen reagieren? Man müsse dem Leser die Subbotschaft erklären, sagte Rosenstiel.

Seit 1980 ist Tom Rosenstiel Teil der Medienbranche. Er arbeitete als Medienjournalist für die „Los Angeles Times“, war für NBC und das Nachrichtenmagazin „Newsweek“

tätig. In diesen vier Jahrzehnten habe sich der Journalismus elementar geändert. Vor allem in den vergangenen zehn Jahren habe ein radikaler Wandel stattgefunden, führte er aus. Noch vor Kurzem hätte die Branche vor Bloggern gezittert. Mittlerweile steuerten aber nicht Blogger den Nachrichtenstrom: „Unsere Freunde auf Social Media entscheiden in vielen Fällen, was wir lesen, sehen, hinterfragen.“ Die „Macht der Freunde“ sei immens. Parallel seien einige Social-Media-Plattformen gar nicht daran interessiert, ausgereicherte Beiträge zu publizieren. Das passe nicht in das Wohlfühl- und Kurzweil-Konzept von Instagram & Co.

Rosenstiel präsentierte aber auch Ansätze für Medien. Ein Journalist müsse 2018 nicht mehr den „Gatekeeper“ geben, den Türsteher für Nachrichten, sondern den Erklärer. Und bei Artikeln sei nicht mehr entscheidend, wo sie auf einer Nachrichtenseite platziert werden. Viel wichtiger sei die Aufmachung des Textes – und der Zeitpunkt, wann man diesen poste. Dafür müssten Medien aber wissen, wann ihre Nachrichten konsumiert würden. Die Branche stelle sich etwa immer besser darauf ein, dass eines der wichtigsten Zeitfenster für News je-

nes zwischen 6 und 10 Uhr sei. „Früher sind Journalisten um 10 Uhr erst in die Arbeit gegangen“, ergänzte Rosenstiel.

Der Medienkritiker warnte zudem davor, zu stark auf Hysterie zu setzen. „Ich habe schon genug hysterische Freunde, ich brauche keine hysterischen Medien.“ Ähnlicher Ansicht sei auch der Chefredakteur der „Washington Post“. Als dieser gefragt wurde, ob er sich im Krieg mit Donald Trump befinde, antwortete er: „We are not at war – we are at work“ (Wir sind nicht im Krieg, wir sind bei der Arbeit).

Parallel rät Rosenstiel, dass Medien ihr Geschäftsmodell umstellen sollten – weg von Anzeigen als Hauptziel hin zu Abonnenten. Und das schaffe man, indem man nicht vieles gut, sondern etwas Spezielles am besten mache. „Denn im Netz ist man oft nur einen Klick von etwas Besserem entfernt.“

Und was ist mit der gedruckten Zeitung? Diese werde es noch lang geben, sagte er. Aber wohl – zumindest in den USA – nur an einem Tag. Den Rest der Woche würden digitale Ausgaben abdecken. Sollten Medien solche Wege einschlagen, würden sie nicht nur überleben, meint Rosenstiel. „Sie werden besser und wichtiger werden als je zuvor.“

## BAWAG-Prozess: Steger unkorrekt?

WIEN. Der neue Stiftungsratsvorsitzende des ORF, Norbert Steger, ist mit dem Vorwurf der Falschaussage konfrontiert. Die Rechercheplattform Addendum hat eine Aussage Stegers aus dem BAWAG-Prozess zu einer von Steger 2008 bestrittenen Tätigkeit als Treuhänder entdeckt. Nun legte Addendum jedoch einen unterschriebenen Treuhandvertrag aus dem Jahr 1999 vor. **SN, A, PA**

## „Los Angeles Times“ „Datenschutzopfer“

LOS ANGELES. Die „Los Angeles Times“ ist für Leser aus der EU seit Inkrafttreten der Datenschutz-Grundverordnung aus Europa nicht mehr erreichbar. Man arbeite an technischen Lösungen, um die neuen Vorschriften umzusetzen, teilt der Verleger Tronc mit. Nähere Details dazu, wo die Probleme liegen, wurden nicht bekannt. **SN, dpa**

# Ein Aufstiegsfest und der Abgrund am Königberg

Der ORF hat die erwarteten Channel Manager und Chefredakteure bestellt. Der Nabelschau folgt eine Informationsinnovation.

Facebook-Freunde hätten ihn wissen müssen – den Tag der Verkündigung von Matthias Schrom als Chefredakteur von ORF 2. Er lud seit Wochen zum „Aufstiegsfest“ am Abend des 25. Mai. Es galt offiziell der Rückkehr von Wacker Innsbruck in die Fußball-Bundesliga. Doch die Doppeldeutigkeit zum seit 2017 immer wieder kolportierten Aufstieg des DJ Schromsky am Königberg war offensichtlich.

Die Anekdote fügt sich gut in das seit Monaten mit allen Ingredienzen der politischen Machtausübung zelebrierte ORF-Personalkarussell – von der Intrige bis zur Palastrevolte. Im Gegensatz zum vatikanischen Konklave ist in der öffentlich-rechtlichen Trutzburg das Ergebnis fast immer vorher bekannt und die Spannung ein Scheingefecht. Das galt für die Wiederwahl von Alexander Wrabetz im Sommer 2017 wie für die von den SN längst angekündigte aktuelle Bestellung von Schrom und

Wolfgang Geier zu Chefredakteuren unter den Channel Managern Alexander Hofer (ORF 2) und Lisa Totzauer (ORF eins).

Der General spielt das Spiel, das die Politik mit ihm spielt. Ihr Blatt ist bekannt, seine Trümpfe liegen im Talon. Denn nach der Kür des Quartetts folgen viele weitere Führungsentscheidungen. Der Personalabbau kostet den ORF 300 Stellen, doch er hat noch Posten zuhauf zur Befriedigung politischer Begehrlichkeiten. Inklusiv gut bezahlter, machtloser weißer Elefant. Parallel dazu propagiert Wrabetz plötzlich den öffentlichen Auftrag. Schon am Montag präsentiert er das Buch „Public Open Space. Zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien“ mit 55 Beiträgen von Experten.

Auch der ORF kann Message Control. Er will die Themenhoheit bis zur Medienquote in zwei Wochen. Dieses Agenda Setting dürfte gelingen. Denn das Programm der Tagung ver-

spricht wenig Originelles. Es wirkt nach einer Pflichtübung unter dem Motto: Regierungsprogramm umgesetzt. Dadurch entsteht viel Raum für ein Muskelspiel des ORF. Es ist der Probelgopp zu einer allfälligen Volksabstimmung. Motto: Seht her, wir sind gewappnet!

Das Beispiel Schweiz zeigt: In einer echten Demokratie hat die prozessuale Langsamkeit der Politik gegen das öffentliche Medium in voller Selbstverteidigung schlechte Karten. Zumal der ORF mit der neuen „ZiB 21“ (täglich 45 Minuten ab 21 Uhr) eine seiner bisher größten Informationsinnovationen plant. Wenn sie rasch kommt und gut funktioniert, wird die umstrittene aktuelle Personalwahl bald vergessen sein. Wenn nicht, steht der ORF am Abgrund. Und Wrabetz ist einen Schritt weiter.

Peter Plaikner ist Politikanalyst und Medienberater mit Standorten in Tirol, Wien und Kärnten.

**MEDIA THEK**  
Peter Plaikner

