

## 13 DIE EINLEITUNG

### 14 GELEITWORT

von Nikolaus Koller

### 16 EINLEITUNG

von Clemens Hüffel und Anneliese Rohrer

## 20 DIE INTERVIEWER

## 22 DIE INTERVIEWS

### 24 Martin Bredl

*Interviewt von Christine Brunner*

**„Content Marketing ist eine Erlösung“**

Wenn Unternehmen Journalismus machen, müssen Medien neue Finanzierungsmodelle finden.

Im Content Marketing sollen journalistisch aufbereitete Informationen auf den Online-Kanälen der Unternehmen bei den Kunden Vertrauen schaffen, so PR-Spezialist Martin Bredl. Dass dies Werbung durch die Hintertür sei, weist er zurück. Content Marketing gelte als Zukunftsbranche für Journalisten. Wenn Unternehmen Journalismus machen, müssten Medien allerdings neue Finanzierungsmodelle finden.

### 30 Ingrid Brodnig

*Interviewt von Julia Seidl*

**„Krieg statt Koffein“**

Medien sollten nicht nur Geschichten bringen, die sich gut verkaufen.

Laut der Journalistin Ingrid Brodnig gefährden Blogs den ernsthaften Journalismus nicht, im Gegenteil: sie ergänzen den Nachrichtenkonsum durch Nischenangebote. Journalisten hätten das Recht, auf sozialen Netzwerken wie Facebook aktiv zu sein, weil auch sie Privatpersonen mit einer eigenen Meinung seien.

### 36 Veit Dengler

*Interviewt von Jakob Arnim-Ellissen*

**„Leser austricksen passt nicht zu uns“**

Was eine Qualitätszeitung für ihre Glaubwürdigkeit tut.

Glaubwürdigkeit sei der Markenkern einer Qualitätszeitung, sagt der Geschäftsführer der NZZ-Gruppe Veit Dengler. Da Fehler nie gänzlich verhindert werden könnten, müsse man verantwortungsvoll mit ihnen umgehen, damit sie der Glaubwürdigkeit nicht schaden. Die österreichischen Medien würden vor allem unter einer großen Abhängigkeit vom Staat und der hohen Medienkonzentration leiden.

### 42 Karim El-Gawhary

*Interviewt von Yvonne Gschwindl*

**„Meine Aufgabe ist es, Nähe herzustellen“**

Gute Geschichten werden entlang der Menschen erzählt.

Der Nahost-Korrespondent des ORF, Karim El-Gawhary, hält weder etwas von eingebettetem Journalismus noch von Inszenierungsarbeiten, um eine Geschichte für die Zuseher spannender zu machen. Er gestalte seine Beiträge lieber am Menschen entlang, um zu zeigen, wie die Bevölkerung eine Krise erlebt. Auf diese Weise wolle er Nähe herstellen und die Leute in Österreich zum Nachdenken bringen.

### 48 Leon Engler

*Interviewt von Yvonne Gschwindl*

**„Man meint, selbst zu sehen“**

Fotografie gibt die Wirklichkeit nicht wieder, sondern bestätigt sie.

Der freie Pressefotograf Leon Engler kam in seiner Bachelorarbeit zu dem Ergebnis, dass die Fotografie den Leuten nur einen Ausschnitt vorsetze, auf den sie sich – ohne viel nachzudenken – verlassen. Es habe zwar so etwas Ähnliches stattgefunden, der Fotograf verhülle das Ereignis aber. Indem er seine Parameter sowie den Ort und Ausschnitt einstellt, manipulierte er jedes seiner Bilder.

**54 Tina Ganster**

*Interviewt von Wencke Kienast-Doppler*

**„Man soll mich schon als Person wiedererkennen können“**

Wir zeigen im Netz, wer wir sind. Lügen werden durch Freunde entlarvt.

Sozialpsychologin Tina Ganster ist überzeugt, dass wir im Internet inzwischen ehrlich mit der eigenen Identität umgehen würden. Catfish-Geschichten, wo Menschen online jahrelang eine andere Persönlichkeit verkörpern, seien die Ausnahme. Lügen würden durch Kommentare von Dritten schnell entlarvt. Auf Facebook können Fotos von Freunden deprimieren. Das Lesen eigener Statusmeldungen mache hingegen glücklich.

**60 Wolfgang Gramann**

*Interviewt von Roman Payer*

**„Im Endeffekt wird der Leser getäuscht“**

Ein offener Brief des österreichischen Fußball-Nationalteams rückte die Sportberichterstattung der Boulevardzeitung ÖSTERREICH in ein schiefes Licht.

Nachdem die Fußball-Nationalspieler die Tageszeitung ÖSTERREICH wegen „reißerischer Texte“ und „Beleidigungen“ öffentlich kritisiert haben, spricht der Direktor des ÖFB für Medien und Kommunikation erstmals über die Hintergründe des öffentlichen Briefes.

**66 Yilmaz Gülüm**

*Interviewt von Lisa Kriechhammer*

**„Ohne Vertrauen funktionieren Medien in einer Demokratie nicht“**

Journalismus ist eine Kontrollinstanz für Politik, doch wer kontrolliert den Journalismus? Manche Fehler passieren, andere werden gemacht: Yilmaz Gülüm deckt im Medienwatchblog „Kobuk“ auf, wenn berechtigter Verdacht auf bewusst falsche Berichterstattung besteht. Bei seiner Arbeit im Faktencheck von Politikeraussagen geht es hingegen darum, im Kern nicht unwahre Aussagen in die richtige Perspektive zu rücken.

**72 Gustav Hofer**

*Interviewt von Christine Brunner*

**„Das Vulgäre ist zum System geworden“**

Wenn Bauchgefühl und Unterhaltung mehr zählen als die Realität.

Die italienischen Medien würden die Realität des Landes ausblenden, so Rom-Korrespondent Gustav Hofer. Der politische Journalist verkomme zum Mikrofonhalter, der keine Fragen mehr stelle. Silvio Berlusconi habe über seine Medien die Mentalität der Gesellschaft verändert. „Was vor 20 Jahren noch als vulgär bezeichnet worden wäre, ist heute normal.“ Bauchgefühl und Unterhaltung zählten heute mehr als Ratio und Inhalt.

**78 Hauke Janssen**

*Interviewt von Margit Laufer*

**„Die Dokumentation wird's schon richten“**  
Verifikation als Qualitätsmerkmal

Dr. Hauke Janssen leitet die Abteilung Dokumentation des SPIEGEL, die sich unter anderem mit dem sogenannten Fakten-Checking beschäftigt. Eine Aufgabe, die es in Österreich nicht gibt, beim SPIEGEL aber Teil der Qualitätssicherung ist. Sind Fact-Checker die Lösung in der Medienkrise oder halten auch verifizierte Fakten dem wirtschaftlichen Druck nicht stand und müssen auch die Fact-Checker bald eingespargt werden?

**84 Fritz Jergitsch**

*Interviewt von Julia Seidl*

**„Satire hat Narrenfreiheit“**

Wenn ein Känguru gegen vorehelichen Sex kämpft und auf der Mariahilfer Straße 200 Leute sterben.

Der Satire-Blogger Fritz Jergitsch findet es nicht schlimm, wenn Leser seine Artikel für wahr halten. Menschen seien es nicht mehr gewohnt, auf Quellen zu achten, wenn sie eine Information im Netz lesen. Das schnelle Teilen auf sozialen Netzwerken würde außerdem dazu beitragen, dass Nachrichtenagenturen mit der Zeit ihren

Wert verlieren. Er habe noch nie Probleme wegen seiner Artikel bekommen – nicht einmal, als er Edward Snowden in Wien landen ließ.

## 90 Michael Kamber

*Interviewt von Jakob Arnim-Ellissen*

### **„Ein unglaublich schöner Blick auf etwas Entsetzliches“**

Ein Fotograf arbeitet zwischen Authentizität, Ästhetik und Glaubwürdigkeit.

Pressefotos müssen visuell ansprechend sein, um Interesse zu wecken, würden deswegen aber oft den Horror der Realität nicht wiedergeben, sagt Fotograf Michael Kamber. Besonders schwierig sei es, die Komplexität von Krisensituationen abzubilden. Auch weil Konfliktparteien der Propagandawert von Fotos immer bewusster werde. Ein Gespräch über Authentizität, Ästhetik und Glaubwürdigkeit.

## 96 Harald Karl

*Interviewt von Wencke Kienast-Doppler*

### **„Mit der Karotte vor der Nase schnell zum Star“**

Scripted Reality Formate täuschen Zuseher und Mitwirkende.

Medienrechtsexperte Harald Karl ist überzeugt, dass der Großteil der Zuschauer nicht wisse, dass Scripted Reality-Formate im Fernsehen inszeniert seien. Stillschweigevereinbarungen in den Verträgen der Teilnehmer würden das Lüften von „Betriebsgeheimnissen“ verhindern. Beim Film stelle sich die Frage, was echt sei und was nicht, schon lange. Die Grenzen würden aber auch dort zusehends verwischen.

## 102 Renate Kluss

*Interviewt von Wencke Kienast-Doppler*

### **„Natürlich ist es eine Art von Scheinwelt“** Kein Werbefoto verlässt ohne Retusche das Haus.

Renate Kluss, Inhaberin einer Agentur für Fotografie und Produktion, ist überzeugt, dass die Menschen heute wüssten, dass Werbefotos retuschiert und inszeniert seien. Früher hätte es weniger Tricks in der Fotonachbearbeitung gegeben, weswegen Fotografen mehr können mussten. Heute sei Bildnachbearbeitung ein erheblicher Kostenfaktor. Junge Fotografen würden wieder gerne mit Polaroid und analog fotografieren.

## Stefan Knoll

## 108 Interviewt von Jakob Arnim-Ellissen

### **„Boulevardzeitungen lügen nicht“**

Der Spin ist die Stoßrichtung des Boulevards.

Junge Menschen würden vor allem ÖSTERREICH und HEUTE lesen, den beiden Gratiszeitungen aber kaum etwas glauben. Der ehemalige Boulevardjournalist Stefan Knoll will Schülern und Schülerinnen zeigen, dass nicht die Lüge, sondern der Spin die Stoßrichtung dieser Zeitungen sei. Der Glaubwürdigkeit der Branche schade das aber trotzdem, da sich das Publikum durch die Zuspitzung betrogen fühle.

## 114 Birgit Kraml

*Interviewt von Roman Payer*

### **„Weder ermordet noch Prostituierte“**

Wie KURIER, HEUTE, KRONEN ZEITUNG und ÖSTERREICH das Facebook-Foto der falschen „Lucia R.“ abgedruckt haben. KRONE, ÖSTERREICH, KURIER und HEUTE illustrierten ihre Storys über den Mord an der 22-jährigen Prostituierten mit dem Bild einer jungen Frau, das sie auf dem Facebook-Profil von Lucia R. gefunden haben. Doch: Die abgebildete Frau war nicht die ermordete Lucia R. Beide hatten nur den gleichen Namen. Die Anwältin

von Lucia R., Birgit Kraml, spricht über die Gerichtsverfahren gegen die Medien und wie es sich für ihre Mandantin angefühlt hat, als ermordete Prostituierte in der Zeitung hingestellt zu werden.

**119 Michael Litschka**

*Interviewt von Christine Brunner*

**„In Glaubwürdigkeit investieren“**

Die größte Gefahr für den Qualitätsjournalismus ist der ökonomische Druck.

Medien hätten eine Verantwortung für das Funktionieren der Demokratie. Sie müssten in ihre Glaubwürdigkeit investieren, um als moralische Akteure zu gelten, erklärt Michael Litschka, Leiter des Studiengangs „Media Management“ an der FH St. Pölten. Die größte Gefahr für den Qualitätsjournalismus sei der ökonomische Druck. Auch deshalb sollte die Presseförderung von der Einhaltung ethischer Kriterien abhängig sein.

**125 Guido Meyn**

*Interviewt von Margit Laufer*

**„Medien schaffen eigene Wirklichkeit“**

Die bewusste Fälschung unterscheidet sich vom unsauberen Arbeiten.

Medien schaffen eine eigene Wirklichkeit. Doch was ist wirklich und wahrhaftig? Medien filtern Information, spitzen sie zu und seien von Natur aus unscharf, meint der Kommunikationsexperte Guido Meyn. Auch jeder Medienkonsument nehme Geschichten unterschiedlich wahr. Fernsehen sei das mächtigste Medium, dessen müssten sich auch die Medienmacher bewusst sein, aber wissen sie das auch?

**131 Eduard Moschitz**

*Interviewt von Jakob Arnim-Ellissen*

**„Glaubwürdigkeit ist alles, was wir haben“**

Was passiert, wenn ein Journalist seine Glaubwürdigkeit verliert.

Die Sozialreportage sei die fairste und ehrlichste aller journalistischen Darstellungsformen, sagt Fernsehjournalist Eduard Moschitz. Sie versuche vor der Kamera ein

Bild zu rekonstruieren, das ohne Kamera beobachtet wurde. Dem Publikum solle dieser Mechanismus verborgen bleiben, obwohl mangelndes Wissen über die journalistische Arbeitsweise die Glaubwürdigkeit von Journalisten bedrohe.

**138 Werner Müller**

*Interviewt von Roman Payer*

**„Wir sind quasi eine Pumpgun“**

Der hohe Verbreitungsgrad der Meldungen macht Fehler in Nachrichtenagenturen brandgefährlich.

Der stellvertretende Chefredakteur und Newsmanager der APA, Werner Müllner, erinnert sich an den größten Fehler, der der AUSTRIA PRESSE AGENTUR je passiert ist: Die Falschmeldung über den Tod von Friedrich Gulda. Außerdem gibt er Einblick in die Arbeitsweise der Nachrichtenagenturen und was sie vor Fehlern schützt und warum Falschmeldungen trotzdem nicht immer verhindert werden können.

**144 Günther Paal**

*Interviewt von Christine Brunner*

**„Ich hüte mich zu glauben“**

Wenn sich der Inhalt der Form und damit dem Verkauf beugen muss, ist alles „reine Plusterei“.

Die Unterscheidungen zwischen Annahme und Glaube, Faktum und Meinung sind für den Kabarettisten Günther Paal alias Gunkl wesentlich. Dies entscheide für ihn, ob jemand glaubwürdig ist. Die Medien, die Geschichten emotional aufladen würden, schneiden für Paal dabei nicht gut ab.

## 150 Michel Reimon

*Interviewt von Lisa Kriechhammer*

**„Man muss einfach damit leben, dass man als Politiker von vielen Leuten abgelehnt wird“**

Eine offene Kommunikation mit Journalisten hilft der medialen Darstellung. Beleidigt sein, wenn jemand etwas anders sieht, „geht gar nicht“.

Viel mit Journalisten reden und nicht beleidigt sein, wenn Berichterstattung nicht aussieht wie gewünscht. So lautet das Rezept des Ex-Journalisten und Politikers Michel Reimon für den Umgang mit den Medien. Politik und Journalismus bedienen sich im Endeffekt nur anderer Mittel, um Dinge zu verändern. Meinungsäußerungen unterliegen gewissen Regeln, die Konsequenzen sollte man immer tragen können.

## 156 Christoph Reiterer

*Interviewt von Yvonne Gschwindl*

**„Wir sind glaubwürdiger“**

Oberstes Gebot ist die journalistische Sorgfalt.

Als Redaktionsleiter einer Regionalzeitung beruft sich Christoph Reiterer vor allem auf die Nähe zum Leser.

Die notwendige Distanz zu wahren, sei eine Gratwanderung, die er jeden Tag bestehen müsse. Reiterer ist davon überzeugt, dass die Regionalzeitung aufgrund ihres klareren und überschaubareren Bereichs glaubwürdiger sei als Tageszeitungen oder Magazine.

## 161 Ulrich Seidl

*Interviewt von Julia Seidl*

**„Der Horror liegt im Alltäglichen“**

Über die Grenzen zwischen Spielfilm, Dokumentation und Wirklichkeit.

Durch das momentane Überangebot an Medien finde eine Entindividualisierung statt, meint Regisseur Ulrich Seidl. Die Gesellschaft sei nicht mehr dazu im Stande, sich selbst einzuschätzen. Die Hollywood-Industrie sieht er als Gefahr für kleine, künstlerische Filme, die im Schatten der US-Giganten oft unentdeckt blieben.

## 166 Engelbert Washietl

*Interviewt von Lisa Kriechhammer*

**„Ich kann jeden Fehler verstehen, aber nicht entschuldigen“**

Glaubwürdigkeit hängt bei Medien stark von Qualität ab, diese oft von wirtschaftlichen Interessen.

In seiner Kolumne „Spiegelschrift“ kritisiert Engelbert Washietl monatlich Inhalt und Form der PRESSE. Im Interview spricht er über den gedruckten Fehler als „Strafe für Journalisten“, Zeitdruck in Redaktionen und den Einfluss der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Qualität einer Zeitung sowie den Zusammenhang zwischen dem Streben nach Qualität und der Glaubwürdigkeit bei den Lesern.

## 173 DIE SPONSOREN