



**ke Demokratie: Online-Vermarkterkreis fordert verantwortungsvolle
â€“ BILD**

O V K 0 | 12.03.2024 | Kunde: ONLINE-VERMARKTERKREIS |
Ressort: Innenpolitik | Medieninformation

Um den demokratiepolitischen Risiken sozialer Medien entgegenzuwirken und die Meinungsvielfalt zu stärken, betont der Online-Vermarkterkreis die Notwendigkeit der Förderung des heimischen Medien- und Digitalstandorts sowie die Stärkung des faktenbasierten Journalismus. Politische Kommunikation auf globalen Plattformen braucht Kontrolle.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Die im Februar 2024 im Österreichischen Parlament vorgestellte Studie „Soziale Medien als Gefahr für die Demokratie“ der Österreichischen Akademie der Wissenschaften (ÖAW) verdeutlicht den dringenden Handlungsbedarf, die potenziellen Gefahren zu adressieren, die von sozialen Medien für demokratische Prozesse ausgehen. Vor diesem Hintergrund nimmt der Online-Vermarkterkreis eine klare Position ein: Es bedarf einer konsequenten Förderung seriöser digitaler Medien und Vermarkter sowie Investitionen in Redaktionen, Technologien und Forschung, um Propaganda, Manipulation und Hate Speech auf Facebook, Tiktok, Youtube, X und Co. wirksam zu begegnen.

„Die gesamten Einnahmen aus der Digitalsteuer – zuletzt 103 Millionen Euro – müssen in einen pluralistischen und vitalen österreichischen Medienstandort fließen! Qualitativ hochwertige und vielfältige Berichterstattung ist eine fundamentale Säule der Gesellschaft und die Basis zur Partizipation an demokratischen Prozessen. Die Medienförderung muss ihrem Namen gerecht werden und auch reine Digitalmedien sowie Vermarkter umfassen, da sie die wirtschaftliche Basis für vertrauenswürdigen Journalismus schaffen“, so **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises. „Einige Vorschläge gehen an der Nutzungsrealität der Medien vorbei. Es macht absolut keinen Sinn, Steuergelder in eine App für Jugendliche zu investieren, die ausschließlich Inhalte traditioneller Medien umfassen soll. Medienförderung als demokratiepolitisches Instrument muss sich entlang des realen Nutzungsverhaltens der Menschen bewegen, um effektiv zu wirken!“

Das Dilemma der sozialen Medien: Ein Duell der Extrempositionen

In einer Zeit, die von Likes, Shares und Reposts geprägt ist, sind soziale Medien längst zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Informationslandschaft geworden. Insbesondere für die junge Generation, im Alter zwischen 18 und 24 Jahren, bilden die Plattformen nicht mehr nur optionale Informationsquellen, sondern vielmehr die Hauptader für Nachrichten.

Trotz der allgegenwärtigen Präsenz sozialer Medien bleiben viele Nutzer jedoch passive Beobachter, lediglich eine Minderheit von etwa 22 Prozent engagiert sich aktiv durch Kommentare und Posts. Die Folge ist ein hochpolitisierter Diskurs, in dem sich hauptsächlich politische Extrempositionen um die Deutungshoheit duellieren – ein Trend, der laut der Österreichischen Akademie der

Wissenschaften vor allem bei Anhängern der extremen Rechten zu beobachten ist.

Verstärkt wird die Problematik durch die algorithmische Funktionsweise sozialer Medien: Polarisierende und emotionalisierende Inhalte werden bevorzugt, negativer Content verbreitet sich schneller und intensiver. Somit bilden soziale Medien teils ein eingeschränktes und verzerrtes Bild der gesellschaftspolitischen Wirklichkeit und erfüllen daher nur bedingt eine gesellschaftliche „Spiegelfunktion“.

„Es ist von entscheidender Bedeutung, österreichische Medien als Gegenpol zu den unregulierten Inhalten in sozialen Medien zu positionieren – insbesondere müssen die Inhalte vertrauenswürdiger Medien auch über die Plattformen abrufbar sein. Dies kann durch die vollumfängliche Zuweisung der Einnahmen aus der Digitalsteuer zur Förderung von faktenbasiertem Journalismus realisiert werden. Gleichzeitig ist es unerlässlich, dass die Politik ihre Verantwortung wahrnimmt und die globalen Plattformen nicht länger durch Werbeschaltungen mit Steuergeld unterstützt“, so Schmidt.

Maßnahmen zur Stärkung der demokratischen Medienlandschaft

Um den demokratiepolitischen Herausforderungen sozialer Medien zu begegnen, spricht sich der Online-Vermarkterkreis besonders für zwei der von der Österreichischen Akademie der Wissenschaften im Rahmen ihrer Studie vorgeschlagenen Maßnahmen aus. Inspiriert von etablierten Gremien wie dem PR-Ethik-Rat oder dem Österreichischen Werberat sollte auch ein Ethikrat für politische Werbung und PR in sozialen Medien geschaffen werden. Dieses Gremium würde dazu beitragen, ethische Standards und Transparenz in der politischen Online-Kommunikation zu gewährleisten.

Darüber hinaus befürwortet der Online-Vermarkterkreis eine von der Österreichischen Akademie der Wissenschaften angestrebte Reform der Medienförderung und Inseratenvergabe. Schließlich sind eine demokratiepolitisch verantwortungsvolle Regulierung öffentlicher Werbeaufträge sowie eine konsequente Ausrichtung der Medienförderung an journalistischer Qualität unerlässlich für die Stärkung der heimischen Medienlandschaft und somit der Demokratie.

Über den Online-Vermarkterkreis

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die Interessenvertretung der österreichischen Digitalvermarkter und -Publisher im Rahmen des iab austria. Sein Zweck ist die nachhaltige und wirtschaftliche Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Pierre Greber** (COPE Content Performance), **Martin Kaindel** (Manstein Zeitschriftenverlag), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Michael Prüwasser** (Der Standard), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf iab-austria.at/ovk

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im

Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung.
Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf
[leisure.at](https://www.leisure.at) (Schluss)