

Die Fall der Sommergespräche im Wienermuseumsquartier zu den heißen Themen des Jahres.

Mittwoch, den 30. August, nimmt die grüne Umweltministerin Leonore Gewessler-Platt.

Es geht um die drängende Frage, wie wir die Klimawende schaffen.

Umweltministerin Leonore Gewessler im Gespräch mit Barbara Todt und Katharina Krobshofer.

Mittwoch, den 30. August und 19 Uhr auf der Bühne im großen Hof im Museumsquartier in Wien.

Der Eintritt ist frei. Schauen Sie doch vorbei.

Wer glaubt, die besten Philosophen waren die alten Griechen, war noch nie nachts am Würstelstand.

Wir schon.

Falter Morgen, der Wien Newsletter.

Reportage, Geschichten und Tipps, fünfmal die Woche in Ihrem Posteingang.

Jetzt abonnieren auf falter.at/slash/morgen.

Falter Radio, der Podcast mit Raimund Löw.

Herzlich willkommen, meine Damen und Herren, im Falter, der Falter einst.

Und jetzt, das ist der Titel dieser Sendung.

Wir zeichnen nach, wie aus einer alternativen Stadtzeitung,

das dem Jahr 1977 ein führendes österreichisches Wochenmagazin geworden ist.

Das haben zu dazugehörigen Newslettern und was sonst noch alles in der digitalen Welt dazugehört.

Dem Falter Radio und dem Falter TV, in dem auch diese Sendung läuft.

Wir sprechen ausnahmsweise über uns selbst, die Falter Redaktion und ihre Produkte.

Der Grund ist nicht, dass wir uns übertrieben wichtig nehmen.

Aber die Welt der Medien, zu der wir gehören, ist mitentscheidend dafür, in welche Richtung sich unser Land entwickelt.

Ob Österreich abbiegt und in autoritäres, nationalistisches Fahrwasser abgeleitet.

Oder ob Österreich sich als Teil eines starken, belltoffenen, multinationalen Europas versteht.

Der Falter macht professionellen Journalismus mit einer breiten Bandbreite von Positionen und Meinungen.

Gleichzeitig demonstriert er Haltung in den großen Auseinandersetzungen.

In unserer Zeit, wenn es um politische Korruption geht,

oder um die Solidarität gegen den imperialistischen Krieg Russlands, gegen die Ukraine.

Ich begrüße Sie herzlich, Armin Thurner. Hallo.

Armin Thurner ist mit begründer Herausgeber des Falter.

Armin schreibt auch noch einen täglichen Newsletter, die solchen Kolumne und außerdem auch noch alle paar Monate ein neues Buch.

Ja, vielleicht genau.

Ich freue mich, dass Doris Knecht hier ist. Hallo.

Hallo.

Doris Knecht schreibt eine Kolumne jede Woche im Falter.

In anderen Medien findet man ihre Kolumnen ebenfalls hier.

Zahlreiche Bücher geschrieben.

Zuletzt einen Roman mit dem Titel Die Nachricht.

Also auch journalistisch Affin, wenn man es so sagen kann.

Eher soziale Medien.

Soziale Medien haben ja auch was mit Medien zu tun.

Ich begrüße Florian Junknickl-Gossi. Hallo.

Hallo.

Florian Junknickl-Gossi ist Digitalchef des Falter.

Da gibt es auch einen offiziellen Titel Chief Product Officer.

Also auch das gibt es Titel im Falter. Die Zeitung überrascht immer wieder.

Und Lina Baulitsch ist hier. Hallo.

Hallo.

Lina Baulitsch ist Redakteur im Fautonressort des Falter seit wann, Lina?

Seit April.

Also April 2022.

Nicht wahnsinnig klar.

Halbjsjahr.

Wir sind alle Kolleginnen und Kollegen in der Redaktion daher per du, wie das üblich ist.

Wenn wir jetzt einmal am Anfang von jetzigen Stand ausgehen.

Amen.

Wie viele Leserinnen und Leser erreicht der Falter?

Und wer sind die Leserinnen und Leser?

Also wer sind genau?

Persönlich kenne ich die nicht.

Wir kennen sie halt aus den Umfragen, aus der Medienanalyse.

Die sozusagen den Standard der österreichischen Mediendemografie abgibt, nach der auch in der Regel Anzeigenschaltungen bemessen werden.

Der Falter hat jetzt 3,8% Reichweite österreichweit.

Das entspricht 288.000 Leserinnen und Lesern.

Wer die sind, kann man aber ganz sagen,

das sind natürlich hauptsächlich jetzt im Osten Österreichs,

eher auch in urbanen Zentren,

sind eher jüngere, sind gebildete,

aber durchaus auch mit einer breiten Steuerung.

300.000?

Fast 300 Leserinnen und Leser,

wobei vielleicht noch interessant ist,

dass die Reichweite in Wien 8% ist.

Das ist eine noch viel größere Reichweite in der Stadt Wien.

Das entspricht ungefähr 130.000 Leserinnen und Lesern.

Also das ist schon, um das zu illustrieren,

als wir begonnen haben,

hatten so Magazine wie News oder Profil um die 15% Reichweite in Österreich, machen wir es ein bisschen mehr.

Und jetzt sind die hinter uns zurückgefallen, beide.

Also wir haben sowohl das Profil überholt als auch News,

wobei die mit Mitteln wie Fernsehwerbung arbeiten,

was uns nie zur Verfügung gestanden.

Und das bezieht sich jetzt auf Brent, also die Zeitung.

Ja.

Falls da jetzt gibt es natürlich auch viele digitale Produkte,
wenn wir gleich darüber reden,
da ist der Vater aber relativ spät eingestiegen in die digitale Welt, richtig?

Ja, das kann man so sagen,
weil erst aus mehreren Gründen,
wir hatten natürlich immer das Problem,
Kapital schwach zu sein,
und was wir investiert haben, mussten wir selbst verdienen.
Also wir können zu keiner Partei, wir können zu keinem Konzern.

Im Gegenteil, das war bei der Gründung,
war sozusagen das Motiv eigentlich,
das zu sagen, was wir sagen wollen,
ohne dass uns jemand dreimredet bei dem, was wir sagen.

Es gab so Erfahrungen mit anderen Medien,
wo wir gegenteilige Erlebnisse hatten.

Also ich selbst ganz konkret,
und das war für mich eigentlich das Hauptmotiv,
Unabhängigkeit und freies Publizieren.

Und das hat aber bedingt natürlich,
dass die Geschichte wirtschaftlich nicht immer einfach war.

Und wie gesagt, so ein großes Investment,
wie die Digitalisierung dargestellt hat,
das konnten wir einerseits nicht bewältigen,
andererseits waren es von Anfang an klar,
dass die Verleger, die alles verschenken,
einen schweren Fehler machen,
und da war sozusagen die Notsituation des Falters,
oder die beschenkten Mittelmeinerungen Glück,
weil so braucht man gar nichts her schenken,
weil es eben keine professionelle Auftritte gab.
Aber jetzt schenkt der Falter digital ziemlich viel her.

Florian, die Internetseite ist explodiert,
alles rundherum ist explodiert.

Hast du eigentlich überhaupt einen Überblick,
wie viele Digitalprodukte es gibt aus dem Falter?

Ja, es werden tatsächlich immer mehr.
Und das Schöne ist, dass sich das aber sehr gut entwickelt.

Also im Web haben wir jetzt eine Reichweite von 4,4%.

Das ist sogar ein bisschen höher als Printerzimmer.

Also online sind wir deutlich über 300.000 Leuten,
die unseren Journalismus da konsumieren.

Die Schwierigkeit, die wir in dieser digitalen Welt haben,
ist halt aber, dass das Web dezentral ist.

Das heißt, wir müssen uns überlegen,
wie wir zu den Leuten hingehen,
und ja, darauf zielt halt unsere Strategie ab.
Wie viele Newsletter, Falter Newsletter gibt es eigentlich?
Das sind wir wahrscheinlich bei acht oder neun,
und dann haben wir noch ein paar ganz kleinere.
Und das ist schon, also unsere stärksten sind da halt irgendwie der Falter-Morgen.
Das ist unser Frühnewsletter, den bekommen 40.000 Leute.
Und am Abend kommt das Falter-Mail.
Das ist immer so ein Einblick aus der Redaktion.
Das lesen jeden Tag oder haben 20.000 Leute, 21.000 Leute abonniert.
Das heißt, was wir damit machen,
ist, wir versuchen da, die Leute an den Falter zu gewöhnen.
Weil ein Abo ist schon eine große Hürde,
man muss da Geld ausgeben, und man kennt ja den Falter,
aber man weiß ja nicht immer genau, was Grimm entsteht.
Und so haben wir Wege gefunden,
wie halt die Leute sich an den Falter gewöhnen können.
Als was kennt man den Falter heute, Lina?
Deine Generation von Journalistinnen und Journalisten.
Was ist das Besondere am Falter?
Ich glaube, der Falter hat sich in den letzten Jahren
als Investigativmedium etabliert.
Also, das ist auf jeden Fall das Image,
das meine Generation hat.
Es gibt, glaube ich, die Älteren, die es noch als Kulturblatt
eher in Erinnerung haben, also gerade in der Kultur-Szene,
wo der Falter sich auch verschiedene Persönlichkeiten
hervorgebracht hat, eben bekannte Kolumnistinnen hat,
die in ganz Österreich bekannt sind.
Aber eben für die Jüngeren hat sich das, würde ich sagen,
spätestens seit Ibiza verändert, aber auch schon davor,
mit Grassler und Konsorten, dass der Falter eben
eine gewisse Stimme gegen die Korruption,
auch Unparteilichkeit anders hat.
Und so dieses Image ist ja der Florian Klenk,
als Chefredaktor, ganz wesentlich zuständig.
Der jetzt im Augenblick nicht hier ist,
aber das Image des Falters ist stark Klenk, oder?
Genau, das ist deshalb kein Zufall,
weil die sozialen Medien ja ganz stark über Personalisierung funktionieren.
Also das ist auch der große Verdienst des Florian Klenk.
Ich würde sagen, auch diese Bürde auf sich zu nehmen,
jetzt in aller Ehre so viel Werbung auch zu machen

über seinen persönlichen Kanal, weil das muss eigentlich,
wenn ein Medium so erfolgreich sein will
und auch seine Marke so ändern will,
eben über Personalisierung funktionieren.
Das würde ich sagen, ist nicht unbedingt eine gute Entwicklung,
aber es ist eine Entwicklung, die vorhanden ist.
Und das hat Florian Klenk auf jeden Fall übernommen.
Doris, du bist zum Falter gekommen, das ist schon einige Zeit her.
Ich würde nicht sagen, traue Vorzeit, aber doch, wann war das?
Ich glaube, 87, oder?
Ich war so 21, ich war sehr jung.
Also 10 Jahre nach der Grünen.
Wir kamen aber vor, dass das den Falter schon ewig kam damals.
Aber es gab schon sehr viele emmeritierte Autoren,
die dann mittwochs am Tisch gesessen sind.
Und dass wir dann kamen sein, als bevor es wäre,
schon eine viel ältere Institution.
Du bist dann mehrere Jahre stellvertretende Chefredakteurin gewesen.
Jetzt, da heute gefällt dir, was hat der mit der damaligen Kulturzeit schrift,
Kulturzeitung zu tun?
Das ist schon auch, die Lina, das ist ein Investigative-Medium.
Was der Falter jetzt wirklich hat, ist, ich habe das Gefühl,
der Falter ist die Zeitung, die es als erstes weiß.
Und die es als erstes sagt, aber mit Haltung sagt.
Und diese Haltung, das ist etwas, die gab es damals schon.
Und diese Haltung hat sich der Falter auch bewahrt, finde ich.
Jetzt ist Schnelligkeit noch ein Thema dazugekommen.
Was ich auch finde, ist, dass der Falter den Leser,
und vor allem auch die Leserin Ernst,
und die Befindlichkeiten der Leserin und Leser Ernster nimmt.
Und viel mehr, so ein umfassendes Bild von der Welt zeigt,
dass es damals gezeigt hat, weniger belehrend ist,
auch mehr außerhalb des Programm-Service-Charakter hat.
Wenn wir noch einmal zurückblicken, einmal als 80er-Jahre, auch 90er-Jahre.
Wie einfach war das eigentlich, damals die Redaktion zusammenzuhalten,
als stellvertretende Chefredakteurin?
Stell ich mir kompliziert vor, oder?
Man kann es ja schon gar nicht mehr vergleichen,
wie wir damals angefangen haben.
Ich kam in diese Redaktion und habe behauptet,
ich könnte Journalistin sein.
Und das hat gereicht, dass mir einer geglaubt hat,
dass ich verschreiben kann.
Und ich habe geschrieben.

Und wir waren ein Tup von sehr vielen solchen Leuten.
Und das waren natürlich sehr eigensinnige Leute,
teilweise schwer, schwer, schwer kurz umkontrollieren,
wenn man das mal so direkt sagt.
Schwer, ziehbar.
Aber sehr engagiert und sehr brennend für die Zeitung.
Und das hat natürlich sehr geholfen.
Aber es war nicht immer leicht.
Ich habe z.B. was eingeführt, als stellvertretende Chefredakteurin,
was total gehasst wurde in der Redaktion,
nämlich eine tägliche Sitzung.
Und das fanden sehr viele total unnötig.
Vor allem hat diese Sitzung um 10 Uhr vormittag starkgefunden.
Und habe darauf bestanden, dass da alle antreten und sagen,
wie sehr Verlauf ihrer Ressource ist.
Das gab es damals im Fall der Niftung.
Da war er sich getroffen und dann geschaut,
was dann am Ende in der Zeitung steht.
Und ich wollte das mehr kontrollieren können und mehr steuern können.
Diese Zeitung, so wie das die Tolles beschreibt,
ist ja als Reaktion entstanden auf die Jugendbewegung in der Arena.
Das war 77 oder hat damit etwas zu tun.
77 hat seine große Protestbewegung der Jugend gegeben.
Über mehrere Monate.
Die Schlachthaus in der Mags.
In Landschlachthof.
In Landschlachthof in Sankt Mags.
In Sankt Mags.
Es war besetzt,
weil die Jugendlichen selbstverwaltung das Jugendzentrum haben wollten.
Es war so.
Es war 1976.
Es ging um ein Kulturzentrum.
Dort hat die Wiener festgebrochen.
Dort hatten ihre Veranstaltungen.
Da haben dort internationale Gastspiele von La Mama Theater,
Peter Brooke, alle möglichen Konzerte abgehalten.
Das war ein fantastisches Gelände.
Und jede Großstadt würde uns heute beneiden,
wenn es noch stehen würde.
Aber die Gemeinde Wien hat beschlossen,
das wird niedergewalzt.
Da haben dann sozusagen Wienerinnen und Wiener gezeigt.
Sie lassen sich nicht alles gefallen.

Es war quasi ein nachgeholtes 1968 in Wiener Formen.
Also in Formen eines Kulturprotests.
Angehängt an einem Kultur-Event.
Anführer waren Lukas und Willi Resetaris und solche Völker.
Architekten wie Grob Himmelblau und andere,
die waren da viel dafür dabei.
Da waren Wochen lang das Dreier besetzt.
Das Dreier war besetzt.
Es gab vom Autonomen Kindergarten bis zur Zeitung.
Die hieß aber Arena Staatszeitung,
hatte mit dem Fall nichts zu tun.
Und wir, also Walter Martin Kienreich,
ein Student der Theaterwissenschaft,
hat gesehen, wie groß das Potenzial ist
für ein Kulturinteressierten.
Das damals in der Stadt da war,
die eigentlich ein geringes Kulturangebot hatte.
Auch keine lokale hatte,
die am Abend um 10 Uhr eine Gehsteige hochgeklappt,
wenn man es sagte.
Alternative war gut, Theater oder Stadt?
Es war nicht.
Es gab schon Alternativkultur,
aber die wurde nicht wirklich groß behandelt in den Medien.
Und das war sozusagen unsere Chance auf der einen Seite.
Und auf der anderen Seite gab es eine ziemlich strikt regulierte
Medienszene, die teilweise von Parteien und Institutionen
dominiert wurde
und einen sehr beherrschenden monopolistischen ORF.
Es gab eigentlich so das Gefühl,
es gibt eine richtige Redefreiheit,
es gibt eine formale Redefreiheit, ja.
Aber wer sozusagen unzensuriert sprechen will,
das ist ein lauter Schlagwort,
die heute von der Rechten usurpiert sind,
aber damals war das die Linke.
Wer unzensuriert sprechen will,
der muss ein eigenes Medium gründen.
Und deswegen haben wir das gemacht.
Und deswegen haben wir das auch ohne viel nachzudenken,
und wie die Tore es richtig sagt.
Auch ohne zu wissen, wie es geht.
Also die Literatismus war einfach sozusagen
im Gründungsgehende das Falter drin.

Wir haben das einfach gemacht,
und Learning by doing war sozusagen unser Evangelium.
Wie ist das?
Da hat sich der Falter finanziert.
Ich muss ja das verkürzahlen,
ich muss die Interesse bezahlen.
Ich weiß nicht, ob wir damals irgendwie Gas bekommen haben.
Der Kinreich war ein durchaus kaufmännisch denkender Mensch.
Gott sei Dank.
Und er hat das sehr solide angegangen.
Und wir alle haben gesagt,
wir können kein Geld verdienen mit sowas.
Das heißt, wir schippen dann mal unsere Arbeitskraft rein.
Und wir beschließen gemeinsam,
zwei Jahre lang verdient niemand ein Geld damit.
Über diesen Teil des Budgets braucht man uns keine Sorgen machen.
Personal kosten null.
Dann waren nur die Druckkosten.
Die Druckkosten waren ein Problem.
Da fanden wir eine trotzistische Druckerei,
deren Geschäftsführer auch mit den politischen Umtauchern,
der auch ein bisschen Ambitionen über das politische hinaus hat.
Rema Brent ist die Rema für revolutionäre Marxisten.
Und der Druckerei-Chef hieß Max Dillinger.
Und der hat sich bereit erklärt.
Wir haben gesagt, Max, du druckst das Ding, 3.000 Stück.
Und wir verkaufen das auf der Straße und im Lokalen.
Und wir bringen dir eine Woche später das Geld.
Max und mir haben darüber geredet.
Es war furchtbar chaotisch,
weil die Falter immer knapp zum letzten Drücker gekommen sind.
Aber sie haben immer gezahlt.
Das hat ihm beeindruckt, wenn nicht alle kommen.
Wie ist das?
Es gibt die Vorstellung, die Falter-Redakteure sind dann alle
nach dem Andruck durch die Beiseln gegangen
und haben die Zeitung verkauft, um sie zu finanzieren.
Das war die Heldengeneration.
Deswegen kann ich das Schicksal von Zeitungsverkäufen sehr gut verstehen.
Wer das immer gemacht hat, der macht das nie wieder.
Menschen, die bei der ersten Ausgabe,
die immer druckfeuchten im Lokal trägt,
die ins Gesicht schauen und sagen, die habe ich schon, vielen Dank.
Ja, genau.

Aber das Positive daran war,
wir waren ja vorher bei der Firma Maura.
Entschuldigen Sie mich, ich war jetzt anektotisch.
Wir haben eine Vertriebsfirma, die uns abgelehnt hat.
Ich habe gesagt, um sich hier linken Blatteln braucht man nicht.
Und dann haben wir gesagt, okay, da müssen wir es anders machen.
Wir haben hier selbst zu Trafikanten gefahren und haben die beliefert
und sind auch selbst in die Lokale gegangen.
Das heißt, wir haben eine Art Direktmarketing aufgebaut,
ohne den Namen überhaupt zu kennen.
Und dadurch haben wir unseren Kundenstock geschaffen.
Hätten wir eine Vertriebsfirma genommen,
wäre man natürlich auch zwei Monate tot gewesen,
wir hätten gar nichts verkauft.
So Blätter von Kultur, Subkultur, hat es ja nicht wenige gegeben.
Also in Österreich vielleicht nicht so viel,
aber doch ein paar, Deutschland sehr viele,
die meisten sind verschwunden.
Hat es den Fall doch zehn Jahre danach noch gegeben,
warum gibt es ihn heute noch dores?
Weil er letztlich bereit ist, sich zu verändern.
Und ich glaube, dass Veränderung in,
das einzige ist, gerade in der heutigen Zeit,
wo sich so schnell Dinge sich ändern,
dass man da zumindest im Rahmen der eigenen Haltung auch mitmachen muss.
Und das hat der Fall da gemacht.
Wir haben uns ein bisschen lang gegen das Internet gewerzt,
aber schließlich dann doch noch rechtzeitig eingestiegen, glaube ich.
Und das erhält diese Zeitung frisch.
Und es kamen auch immer wieder neue junge Leute zum Fall da.
Und das ist schon ein wichtiger Punkt.
Lina, wenn du das anhörst,
du hast deine veteranen Geschichten,
was grauer vorgeht,
oder sind Elemente dieser Entstehungsgeschichte
im heutigen Fall da doch noch drinnen?
Ja, ich glaube schon.
Allein, ich bin ja immer noch präsent,
zwar nicht mehr in der Redaktion,
aber auf jeden Fall im Geiste, in den Kommentaren.
Und ja, ich glaube auch so vielleicht eine gewisse,
dieses, dass sich deine widerständige Gruppe zusammengetan hat.
Ich glaube, das spürt man auch noch manchmal.
Florian, du warst lange beim Standard.

Du warst beim Stern in Deutschland.

Wie hast du den Fall und die Entwicklung des Faltes da wahrgenommen von außen?

Ja, also am Anfang war das sicher viel mehr Stadtzeitung als jetzt diese starke politische Wochenzeitung mit nationalem Anspruch eigentlich.

Und was ich damals aber schon immer sehr cool fand, war einfach das Urbane.

Es gibt in Wien 2 Millionen Einwohnerinnen.

Es gibt so wenig echte Urbane, Medien und Urbane-Kohorten, wo sich Leute finden und der Falter ist da natürlich so ein Ort.

Und als ich aus dem Burgenland zum Studieren kommen bin, war natürlich die Programmitipps da, die mir irgendwie gezeigt haben, was hier los ist und nicht so, wie in der Provinz daheim.

Also das muss man schon sagen.

Und das hat sich schon zum Teil verändert, aber ein Teil ist noch immer da

und die Probleme, die da haben in angesprochen, haben wir jetzt auch, wenn jetzt Facebook sagt, wir verändern den Algorithmus, sagen sie uns das nicht.

Wir merken nur, dass weniger Leute unseren Journalismus sehen.

Deswegen haben wir dann angefangen, um unseren Newsletter aufzubauen, weil das halt ein Kontakt ist,

direkt zu den Leserinnen und Lesern, die halt uns lesen wollen.

Das heißt, da gibt es nichts, dass da dazwischen steht.

Ich glaube, das kann man nicht stark genug betonen, dass diese zwei Konstanten das beim Falter gibt.

Das eine ist, wir hatten das Glück, dass wir tatsächlich dieses Serviceangebot hatten und das uns vollkommen klar war, das muss gut sein und das muss funktionieren.

Wir können den Leuten nicht nur unsere literarischen und politischen Ergüsse hinknallen, sondern wir müssen ihnen auch ein Service bieten, damit sie die Zentschilling-Zeilen ist damals waren.

Wenn man wissen will, wo wird was gespielt?

Das war das Veranstaltungsprogramm, das mittlerweile ja noch immer gibt, mittlerweile für ganz Österreich ausgewertet, mittlerweile auch in digitaler Form da ist und das noch immer für, sagen wir mal, fast die Hälfte aller Falterkäuferinnen und Käufer zu allen Zeiten ein Grund an den Falter zu kaufen.

Das hat uns auch durchgetragen, auch durch die Krisenzeiten,
wenn wir gewusst haben, auch wenn die Teppen
sozusagen politisch daneben liegen
oder wenn gerade eine ganz schwache journalistische Generation
ein Bruder ist, die das schreiben kann
und das recherchieren und nichts kann,
aber die Termine, die bringen es zusammen,
die stimmen in der Regel.

Das war das eine Wichtige
und das andere Wichtige war,
die konstante Verlässlichkeit,
dass der Falter nicht käuflich ist.

Das hat sich jetzt übersetzt
und die Recherchkompetenz ist aufdenken,
der kein Mediums war, aber am Anfang da,
als die Verlässlichkeit
gegen die anderen Medien ein Gegengift sein zu wollen.

Das war immer das, was mir das Wichtigste war,
nicht nur den Journalismus zu kritisieren,
sondern auch praktisch zu versuchen,
es anders und besser zu machen.

Das sollte der Falter sein und das ist er noch immer
und das spürt auch das Publikum.

Das spürt, dass da nicht irgendwer dahinter steht,
dass er was ausdenkt,
warum er jetzt irgendwas über die Bande spielt,
sondern die merken, das sind welche, die wollen was.

Das übersetzt sich einfach das Produkt hinein.

Wie hat sich der Falter politisch entwickelt,
die politische Haltung?

Linkes Kultur am Anfang,
heute, wie würdest du es,
heute die Haltung des Falter definieren?

Links liberal?

Ja, das sind Worte, die nicht so richtig greifen.

Ich glaube, das Wichtige ist das Unabhängige
und das Eigenständige
und das von der Rechten zu Unrecht
usurpierte Wort selbstdenker, selbstdenkende.

Das ist das Allerwichtigste.

Und auch der Versuch,
tatsächlich auf die Gegebenheiten
der Öffentlichkeit und der Gesellschaft
so zu reagieren,

dass man da ein Korrektiv sein kann
und zwar nicht im Auftrag von irgendjemand,
sondern selbst beauftragt.
Da hat Doris immer wieder
Situationen gegeben,
da ist der Falter in einer Krise gewesen.
Amina, sprachen wir so,
Collapse, Konkurs hat getraut,
was weiß ich, wirst du das erlebt?
An die Krise erinnern mich mich weniger.
Ich kann mich an die Krise erinnern,
als News und Format gegründet wurden,
weil da viele Kollegen abgewandert sind.
Das muss ich nicht unterbrechen.
Meine Frau erzählt immer gerne,
da hatten wir schon eine gute Redaktion
von der uns oder zurückgekehrten
mittlerweile.
Da war er richtig im Aufstieg begriffen.
Dann haben die anderen Medien begonnen,
die wegzukaufen.
Wir hatten in der Politikreaktion
vier gute Leute, die haben es
innerhalb von zwei Wochen weggekauft.
Ich bin dann heimgekommen
und habe zu meiner Frau gesagt,
das sind die Knechten da.
Am Montag kam ich ins Büro.
Der erste Büro betraten die Knechten,
und gesagt, leider.
Es war ein bisschen ...
Der Thuner hat meine Beweggründe schon verstanden,
weil ich seit zehn Jahren bei diesem Falter war,
ich war schon über 30, ich habe nie was gelernt gehabt
und der Zeitpunkt war nicht gut gewöhnt.
Alle haben gesagt,
wir wollen endlich mal zu einer richtigen Zeitung gehen.
Ich musste mal was lernen.
Nein, ich habe es nicht verstanden.
Wie hast du das Falter am Kollaps vorbeigeschauen?
Das war Ende der 80er-Jahre.
Da waren wir ziemlich knapp am Konkurs.
Und zwar deswegen,
weil wir ...

einerseits mussten wir sich bezichtigen,
andererseits mussten wir sich loben.
Wir hatten relativ früh erkannt,
dass in dem Falter viele Dinge stecken.
Wir haben uns völlig klar,
da stecken Datenbanken drin.
Wir hatten immer den Geruch der Technik-Feindlichkeit,
aber die erste digitale, selbstgeschnittene Datenbank
fürs Programm.
Wir haben die Bücher, die wir machen,
die aus dem Falterangebot erwachsen sind.
Wir haben die Nachtlokal-Adressen
abgedruckt.
Das ist damals explodiert in diesem Boom,
das in Wien gab,
aus dem es an der Buchverlage entstanden.
Als dritt ist es dann sozusagen
ein Corporate Publishing-Verlag dazugekommen.
Und das alles ist gleichzeitig
gewachsen und natürlich viel zu schnell
und mit viel zu wenig Kapital.
Und da hätte es uns dann fast erwischt.
Was hat dein Falter geredet?
Der Falter geredet unter anderem Christian Reder,
der damals ...
uns beraten hat,
Christian Reder war ein Berater,
ist dann aber Professor
an der Angewandten für Wissenslandschaft geworden,
hat zahlreiche Bücher geschrieben
und da haben wir jetzt gerade ein gutes
über die Ukraine empfehlenswert,
Vorwort von Wolfgang Petrovic.
Und ja, das ist halt so ein Wiener Intellektueller gewesen,
der auch aus einem vermögenden Haus kam.
Und wir haben gesagt,
wir haben die Leute gesucht mit Geld
und der gesagt, ich gebe euch der Geld, ich berate euch.
Und mit dem haben wir sozusagen
dann ein Wachstumskonzept gemacht
und das ist nicht ganz aufgegangen
und er hat uns dann aber auch noch geholfen,
diese Krise zu bewältigen.
Und wir haben dann ...

etwas später
haben dann die Leute, die damals den Falter mitfinanziert haben,
ihre Anteile um einen Schilling,
den Herrn Kerber verkauft,
diesen Immobilienmanager,
der hatte dann die Mehrheit.
Also ich war immer mit einer Minderheitsbeteiligung dabei
von Anfang an.
Wir sind eingestiegen in dieser Zeit der größten Gefahr.
Es war ziemlich mutig eigentlich.
Und wir haben damals dann
das Geld des Kerber benutzt,
um einen Re-Launch zu machen.
Da war die Dauer dabei,
da haben wir ziemlich lang
und intensiv vorbereitet
und dieser Re-Launch hat eigentlich
einen ziemlich kontinuierlichen Aufstieg in den 90er-Jahren
eingeleitet.
Bis dann eben dieser Crash kam,
mit den großen Wegkäufen,
da mussten wir praktisch wieder
... also zweimal eigentlich
ein Crash ...
Es gab mehrere Existenzkrisen zum Beispiel,
was ja auch gern vergessen wird.
Die Kronenzeitung hat uns ja geklagt,
in der Absicht uns umzubringen.
Das war eigentlich eine dritte Krise
mit den 90er-Jahren.
Und die haben das so geschickt gemacht,
dass sie das vor uns verborgen haben,
bis das somit so groß war,
dass der Anwalt praktisch eine Windel benötigt hat,
wie die Klage dann zugestellt wurde.
Und das war ...
Das war eine Millionen-Summe,
wenn wir das verloren hätten,
wäre man natürlich sofort pleite gewesen.
Das hat ja jahrelang
jeden Kommentar das Amintur neigegeben,
mit einem Schlusssatz
gegen nicht nur die Kronenzeitung,
sondern gegen die KRONE Kurier.

Wie war das genau, wie hat das gelautet?
Zuerst hieß es im ...
Also die Idee war die,
dass der Herr Rausgeber der Kronenzeitung
sich nach einem alten Römer-Moralisten benannt hat,
Kartot im Feind Hannibalste
und im Senat immer gesagt hat,
in seinem letzten Satz zitter um 10 Uhr
keine Tage in den USA die Ländern.
Dann haben wir gedacht, wenn er schon Kartot hauste,
verdient er auch einen letzten Satz.
Dann speidiere ich ihm und es habe ihm dann speidiert.
Und der hieß im übrigen Billigte Meinung,
die Mediaprint muss zerschlagen werden.
Mit der Begründung,
dass es ein marktbeherrschendes
und die Verhältnisse verzerrendes Konglomerat ist,
dass die Demokratie in Österreich beschädigt.
Der Meinung bin ich übrigens noch immer.
Und mit zerschlagen habe ich auch nicht meinen,
dass man nicht mit Morothoff Cocktails
sondern mit rechtlichen Mitteln.
Jetzt, da sind diese Schwerpunkte.
Sind diese keine?
Er war noch immer wichtig,
weil sozusagen dieser antimonopolistische Kreis,
der muss wieder Florian ganz richtig gesagt hat,
den muss man heute gegen die Social Media
in Stellung bringen,
weil die österreichischen Medien sind ja
zwar nicht harmlos,
aber im Vergleich dazu eigentlich eher episodisch.
Florian, wie wichtig war diese Geschichte?
Wir machen jetzt stärker Aufdeckerjournalismus,
um in der neuen Zeit
und auch in der neuen Medienwelt
der digitalen Medien zu bestehen?
Ja, ich glaube schon zentral,
weil man merkt ja,
wie stark da Falter
da auch andere Medien
vor sich hertreibt.
Also man sieht da einfach,
wie stark im Fokus

die Indie-Krise
wie stark im Fokus
die Inhalte des Falters sind unter Journalismus.
Und wenn du da
in der heutigen Zeit, wenn du das nicht schaffst,
da Sachen zu machen,
die einzigartig sind,
die austauschbar sind,
dann hast du ein Problem
und dieses Problem haben wir glücklicherweise nicht.
Das ist ein Vorteil von uns.
War das eigentlich eine bewusste Entscheidung,
Armin, wie der Florian Krenk
Chefredaktor geworden ist
oder hat sich das eigentlich dann ergeben,
die Entscheidung, wie zum Chefredaktor zu machen,
die war natürlich schon bewusst.
Also ich habe versucht, meistens bewusste Entscheidungen
zu treffen, um nicht unbewusst.
Aber die Konsequenzen
kehrt man nicht.
Nein, ich habe mir das schon lange genug überlegt
und es war auch schmerzhaft,
dass auch andere Kandidaten gab,
die man dann natürlich ablehnen musste
und die sich einmal zuerst einpacken müssen.
Aber es war schon klar,
dass er da der Best geeignet ist.
Aber insgesamt ist es auch wichtig
und das beim Faltern nach wie vor wichtig,
dass der Falter
so die Leute einfach angezogen hat.
Dadurch,
dass er eben diesen
widerständischen Impuls hatte.
Dadurch war er für die besten Leute attraktiv.
Und die durfte man da halt nicht
wie es bei anderen Medien ist,
unterdrücken, sondern die musste man
agieren lassen.
Denn man musste immer Freiheit geben,
das ist besser geworden.
Und man musste auch in Kauf nehmen,
oder sonstiges.

Sonst geht es halt nicht.
Und das hat mir irgendwie
Gott gegeben,
dass mir das möglich war.
Und deswegen sind diese Leute
sozusagen dem Falter auch zugelaufen
und laufen sie noch immer zu.
Ich glaube tatsächlich, das war
auch eines der Pluspunkte vom Falter,
dass man Leuten die Möglichkeit gab,
sich entwickeln zu dürfen,
auch Fehler zu machen.
Das ist ja heutzutage nicht mehr so beliebt,
aber hatte man das Privileg
zu lernen, auch doch Fehler.
Und das hat der Thornherr
mit Stirnfalten
zum Teil zu kennen ist genau,
aber hat einen machen lassen.
Und ich glaube, das ist schon eine große Qualität
vom Falter. Die bildet auch eine sehr dicke Basis
von Erfahrung
und Können, das da drinnen steckt.
Jetzt gibt es in allen Redaktionen,
gibt es Auseinandersetzungen,
oftheftig Auseinandersetzungen,
manchmal auch Fäden, aber echte Konflikte.
Die Redaktionssitzungen waren
eigentlich ein einziger
Konflikt,
also auch humorvoll, teilweise lustig.
Aber es wurde viel gestritten
in der Redaktionssitzung.
Es war eine sehr große
Konflikt.
Es war eine sehr große
Konflikt.
Es war eine sehr große
Konflikt.
Es war eine sehr große
Konflikt.
Aber es wurde viel gestritten
in der Redaktionssitzung.
Jede Zeit und jede einzelne Ausgabe war

das Ergebnis eines großen Streits
und Auseinandersetzungen, wer kriegt,
wie viel Platz, was ist wichtig, was ist wichtig,
was ist wichtig.
Und insofern ist das Streitkultur
Teil,
der Falter den auch.
Und insofern
Konflikt, ja, das auch,
aber man ist das einfach gewöhnt
zu streiten.
Ich habe das schon auch so.
Für mich war es interessant,
ich habe vor allem Ausland gelebt
und auch gearbeitet.
Und ich muss schon sagen,
in deutschen Redaktionen geht es ein bisschen
korrekt dazu.
Dieses Klischee habe ich
absolut bestätigt gesehen.
Und wenn ich dann wieder zurückgekommen bin,
ja,
der Ton ist auf jeden Fall rauer,
als ich es in den anderen Redaktionen davor
erlebt habe.
Ich lasse dich ausreden.
Wir besprechen das.
Vielleicht möchtest du das machen
und sowas ein bisschen
ja, einfach höflicher
in der Umgangsform.
Ich glaube,
da gibt es inhaltliche Differenzen.
Zum Ausland?
Nein, nein, innerhalb der Redaktion.
Wenn man sagt, ich weiß ja schon die einen,
was ich erinnere mich, z.B. in die Coronazeit
fand ich, hat es unterschiedliche
Sensibilitäten gegeben.
Die haben gesagt, das ist
ernster zu nehmen.
Und die haben gesagt, ja, übertragen wir nicht.
Und das waren dann schon,
und wir haben auch mal eine Sendung drüber gemacht,

in unterschiedlichen Positionen
auch dargelegt worden.
Ja, ich glaube schon.
Es gibt so gewisse Streitthemen.
Ich würde auch sagen,
es sind Generationenthemen.
Das merkt man auch jetzt,
wo drei neue Redakteurinnen
im letzten Jahr dazugekommen sind.
Vielleicht das Team größer,
das so ein bisschen jüngere Impulse reinbringt.
Und eben für uns sind gewisse Dinge schon
normal, oder wir haben die schon irgendwie,
sehen die nicht mehr so als Kontrovers,
die von der älteren Generation noch als Kontroverse
empfunden werden.
Und da reibt sich es dann schon.
Wokeness.
Auch ein sehr unscharfer Begriff.
Aber wo es ja,
wo es eben um Sprachregelungen geht,
das ist ja sowieso im Falte eindeutig,
aber glaube ich auch immer wieder
eine Kontroverse.
Wie in welcher Form geändert wird,
zum Beispiel.
Aber auch, ja, wie Themen
bewertet werden,
wo es um geschlechte Identitäten geht.
Ob man das ernster nimmt?
Genau.
Also ein Außenseiterthema.
Ja, oder ob es eben,
also ich würde sagen,
dass eben meine Generation
schon das als gegeben
hinnimmt,
dass es auch etwas gibt,
wie ein drittes Geschlecht
oder viele andere Geschlechter
und dass das teilweise dann noch
einfach diskutiert wird.
Es wird nicht abgelehnt,
aber es wird auf jeden Fall diskutiert

in den Redaktionskonferenzen,
wie man mit sowas umgeht,
auch eben sprachlich.
Florian, wie wichtig ist das
für die digitalen Medien,
dass so inhaltliche,
unterschiedliche Inhalte
gearbeitet werden?
Ich denke schon,
dass das,
also,
ich versuche es anders zu formulieren.
Ich glaube, was
bei der Leserin, beim Leser,
dann schon ankommt,
ist, dass da eine Redaktion
arbeitet, die lebt.
Also, dass sich da was tut,
dass da
eine Seele drinnen ist,
dass da gearbeitet wird,
da ist die Luft raus,
sag ich mal, wo es
sehr erwartbar ist.
Ich finde, der Falter ist zum Teil
sehr erwartbar und in Markenteilen
überrascht mich der Falter jede Woche.
Das ist schon gut.
Wie wirkt sich das auf den
Meinungsbildungsprozess innerhalb der Redaktion aus,
dass es
Newsletter gibt,
wo plötzlich mal irgendetwas liest,
von dem man noch nie gehört hat,
dass es das Radio,
die es in der Fernsehen gibt,
also doch selbstständig
produzierte Produkte,
die auch nicht so immer
dann reflektiert werden
in der ganzen Redaktion.
Es sind viele Redaktionen,
das ist schwierig in Deutschland.
Ich glaube, das ist

ziemlich kompliziert war.
Das ist bei uns, glaube ich, ähnlich.
Ich glaube, dass manche
im Haus die Wucht
und die Größe von den Sachen,
die man kann unterschätzen.
Ich meine, in den letzten
paar Jahren haben alle unsere
Podcasts über 16 Millionen
Abrufe erzielt.
Das ist enorm.
Wir sind eines der zwei, drei größten
österreichischen Medienhäusern,
die Podcasts machen.
Und ich glaube, die Sachen,
die da unter ganz großer Teil
natürlich von deiner Sendung,
vom Falter Radio und der TV-Sendung,
aber ich glaube,
das ist eine gute Rückdröpfung
in die Redaktion.
Wohingegen, wo ich schon merke,
dass das Auswirkungen hat,
sind die Newsletter,
weil die ein sehr direktes Medium
sind, wo wir im Morgen auch stark
darauf achten,
die Leserinnen und Leser zu fragen,
hey, wie setzt ihr das?
Was ist Ihre Meinung?
Haben Sie das auch so erlebt?
Und sogar, wenn man nicht fragt,
melden sich die Leute und sagen ihnen,
meine Kollegin,
nach Ihrem ersten Mailie, also das glaube ich,
25 E-Mails gaben Sie,
Sie hat noch nie in Ihrem Leben
so viele Lesereaktionen bekommen
auf Journalismus, den Sie macht.
Was macht das mit der journalistischen Arbeit?
Ist es vielfältig
am Output?
Ja, ich...
Bezieht sich die Frage jetzt

auf den Output oder auf das Feedback?
Was es mit einer Macht
auf Beide ist, wahrscheinlich.
Na, dass sie funktionieren.
Die mehr Redaktionen,
dann sind die für unterschiedliche
Teile der Öffentlichkeit arbeiten.
Na ja, es ist natürlich...
Da muss man ein großes Vertrauen haben,
sage ich jetzt mal als Ausgeber
oder Verleger,
weil da gilt es selber wie für die Redaktion.
Da muss man auch die Leute machen lassen.
Was mir halt wichtig ist
und was mitunter vielleicht sogar etwas
zu kurz kommt, oder sich ja immer zu kurz
kommt, ist,
die fundierte Auseinandersetzung
mit der Ideologie,
die man selber produziert.
Sagen wir es mal so.
Wenn wir jetzt mit Identitätspolitik
z.B. auseinandersetzen,
dann erwarte ich mir,
wenn jemand gegen Identitätspolitik ist.
Identitätspolitik skeptisch ist wie ich,
dass er das inhaltlich auch begründen kann
und politisch begründen kann,
warum er das für problematisch hält.
Und dasselbe müsste
theoretisch für die Dinge gelten,
die man macht, d.h. man muss immer
und das ist schon etwas,
was ich eigentlich voraussetze
von den Leuten, die die Dinge machen.
Man muss wissen was oder
gründen versuchen, was man da tut.
Also kann ich einfach sagen,
jetzt machen wir halt lustig Podcasts
oder machen wir lustige Newsletter,
sondern man muss über die Funktionsweise
der Medien Bescheid wissen.
Man muss sich überlegen, was könnte ich damit anstellen,
mit dem was ich da tue

und nicht nur vielleicht,
sondern wie kann ich das zum Positiven verändern
durch das, was ich tue.

Der Falter ist ein Wichtiger.

Das ist sozusagen Spirit of Falter
bei allem, was man macht.

Der Hintersteck der Medien aus,
der Hinterstecken der Redaktion,
der Hinterstecken auch Eigentümer.

Wem gehört der Falter heute?

Der Falter gehört einer
Tach-Gesellschaft,
der ST-Verlagsbeteiligung
der ST-Verlagsbeteiligungsgesellschaft.

Wenn jemand wissen will,
was ST hast, das hat Schlagertouren
haben abgekürzt.

Aber beteiligt sind...

Du hast jetzt hier Schlagertouren.
An dieser bittahaupten Gesellschaft,
das ist der Sigma Schlager,
der ist mit 37,

irgendwas prozent beteiligt
an der ST.

Ich bin der zweitgrößte.

Wenn mit 27,
kann man irgendwas beteiligen an der ST.

Ich habe 10% im Florian Kling verkauft.

Der ist der fünftgrößte.

Die viertgrößten
sind die Herren

Dr. Pflaum und Dr. Pirch.

Zwei wie in der Rechtsanwälte.

Der eine weniger bekannt,
der andere mehr.

Die miteinander 25,5%
auf 25,1%
sich teilen.

Deswegen...

Dr. Pirch ist...

Dr. Pirch ist einer
der Haupteigentümer
der kleinen Kraftfahrzeug-
Herstellungsthema Volkswagen

und ist einer
der reichsten Männer Österreichs.
Jetzt...
Die Frage muss ich stellen.
Ich meine, hat Porsche
eben dann einfach darauf, was der Falter tut?
Ich meine, ist mir noch nicht
aufgefallen, aber...
Ich lese das in
so einem rechten Medien,
wenn der Falter attackiert wird, ist das ein Punkt.
Da steckt irgendwie Porsche da hinten.
Nein, da steht nur die Absicht dahinter,
denn Michael Pirch
zu irgendwelchen Dingen
vielleicht zu motivieren, an deren nicht
im Traume denkt.
Ich kann vielleicht kurz erklären,
wie es entstanden ist.
Ich habe den Christian Reder erwähnt,
der uns beraten und geholfen hat,
der uns auch geholfen hat.
Das war in den
75er Jahren
stille Gesellschaften zu finden.
Unter diesen stillen Gesellschaften,
die mit einem Steuermodell, das wir damals hatten,
einen geringen Betrag in den Falter investiert haben.
Ohne großes Risiko.
Aber doch mit einem bestimmten
Spielfreude
oder so.
Als sich die Möglichkeit ergab,
dass der Kollege Schlager und ich
den Falter vom Kerbler,
der seine nicht-immobilien Beteiligung
verkaufen musste, weil er an die Börse
gegen erworben haben,
haben wir
im Doktor Bier die 25,1%
angeboten
Beteiligung, damit sie uns unter
Umständen bei dieser Transaktion,
die wir mit Krediten finanzieren mussten,

vor den Banken schützen.
Also falls es schief geht, hätten die finanzielle Power gehabt, uns auch so durchzufinanzieren.
So sind die beiden wieder an Bord gekommen.
Und
sonst kann ich
über den Doktor Bierchen nur berichten, dass er bei den gesellschaftlichen Sitzungen sich benimmt wie ein Gesellschafter und uns mit seiner reichen Businesserfahrung das eine oder andere vielleicht erspart hat.
Das wir sonst getappt werden und uns damit raten und Tatsache sei steht.
Aber noch nie auch nur ein Jota eingefordert hat.
Noch eine Frage zum Geschäftsmodell des Falter.
Der Falter kritisiert viele verschiedene Regierungen bei türkisblau.
Die korrupte Inseratenvergabe kritisiert.
Es ist ein großer Teil der Inseratenvergabe.
Als Korrupte unter türkisblau ist es kaum Inserat oder gar keine.
Wie ist das mit den Inseraten aus dem Bereich der Gemeinde Wien für den Falter? Wie groß sind die? Wie wichtig sind sie?
Die betragen ungefähr 15% des Inseratenaufkommens.
Die Gemeinde Wien ist zu betrachten als großer Kunde.
Die ihrerseits aufgrund einer fehlenden Presseförderung die Inseratenverteilung als quasi Presseförderung betrachtet

und natürlich sehr genau die Reichweiten der Medien auch mit im Betracht sieht, die sie aus kommerziellen Gründen für Inseraten fähig geachtet. Das ist jetzt so eine Art Medienkauf oder Gesinnungskauf, wie das über Ministerien Inserate lief in der Ära Kurz, sondern das ist ein System, das gibt es schon seit Langem und da hat der Falter immer darum gekämpft sozusagen seine Größe entsprechend auch entsprechende Anzeigen zu bekommen. Vorher, die digitalen Produkte sind gratis das Falter kosten die mehr und bringen die finanziell sogar etwas, weil es gibt ja Werbung. Ja, der für mehrere Zwecke ein Zweck ist, dass man rund um den Globus sieht, dass Menschen, die mit Medien in Verbindung kommen über Newsletter und Podcast oder die Newsletter lesen und Podcast hören dass die leichter dazu zu bewegen sind ein Abo abzuschließen und dass die auch länger Abonnentin oder Abonnent bleiben. Das heißt, das ist schon ein Vehikel, wie wir die Leute an den Falter Journalismus ranbringen wollen und wir wollen schon genau das ist im Zentrum. Aber wir sind natürlich ein unabhängiges Medium und deswegen ist uns auch wichtig, dass wir, dass sich diese Dinge zu einem gewissen Grad auch selbst tragen. Und das entwickelt sich auch gut. Doris, was ist der wichtigste Input,

das Falter heute in unserer heutigen
Medienwelt aus deiner Sicht
und dann frage ich Delina auch nach ihrer Sicht.
Es gibt einen Falter schon sehr vielfältig.
Wenn sich das Blatt aufmacht,
dann bekomme ich wahnsinnig viel
und dahinter steht aber immer
diese klare Haltung des Falters.
Und das ist für mich der Falter
und das finde ich auch mit den verschiedenen Produkten gut.
Leute, die ich gerne früher bei der Falter
ein fieriges Heftel, das man
kauft hat am Kiosk und jetzt ist der Falter
ganz viel. Aber dieses Core,
dieser Kern vom Falter,
der ist immer noch gleich geblieben
und das kriegt man Falter ordentlich
und unabhängig im Journalismus.
Dina, was ist das wichtigste Input des Falters?
Ja, ich würde eh ähnliches sagen.
Also sich irgendwie im Dschungel
der sozialen Medien
eine Art Erklärmodell
auch zu schaffen.
Also ich glaube, der Falter kann einordnen.
Der Falter kann eben auch Dinge,
die man sonst noch nicht gehört hat,
ans Licht bringen
und die einem anschaulich erklären,
das ist die Grundaufgabe von Journalismus.
Aber sie ist eigentlich umso wichtiger geworden,
umso komplexer die moderne Medienwelt
eben geworden ist.
Das war eine Runde im Falter über den Falter
mit Propagandistinnen der Redaktion.
Danke fürs Mitmachen.
Ich bedanke mich für Ihr Interesse.
Eine Bemerkung darf ich mir erlauben.
Mein Abonnent des Falters
ist einfach eine gute Idee.
Ich darf mich verabschieden.
Bis zur nächsten Sendung.
Sie hörten das Falter Radio,
den Podcast mit Raimund Löw.