



Diskutierten über die Phänomene „Brexit, Trump and Fake News“: IFWK-Gründer Rudolf J. Melzer, CEO des Excellence Institutes Isabella Mader, Digitalexpertin Ingrid Brodnig, Radio-Journalist Kerry Skyring, die stellvertretende APA-Chefredakteurin Katharina Schell und Buchautor, Business Campaigner und Ex-Cameron-Berater, Michael Hayman.

EX-CAMERON-BERATER ÜBER "BREXIT, TRUMP & FAKE NEWS" BEIM IFWK IN WIEN

14. Feber 2018 | 10:15 Autor: Melzer PR Österreich, Wien



Wien (A) **Wie sehr die Macht der Kommunikation die Denkweise der Menschen beeinflusst, nahm der Gründer des Internationalen Forums für Wirtschaftskommunikation (IFWK), Rudolf J. Melzer, zum Anlass, die Phänomene „Brexit, Trump and Fake News“ genauer zu beleuchten und holte dafür einen anerkannten Experten auf diesem Gebiet, den Buchautor, Business Campaigner und Ex-Cameron-Berater, Michael Hayman, nach Wien. Mit ihm diskutierten Digitalexpertin Ingrid Brodnig, die CEO des Excellence Institutes, Isabella Mader, und die stellvertretende APA-Chefredakteurin Katharina Schell.**

Laut dem Ericsson Mobility Report 2017 werden im Jahr 2020 sechs Milliarden Menschen ein Smart Phone haben und somit potenzielle User in den Sozialen Medien sein. Facebook berichtet aktuell von 2,2 Milliarden aktiven Nutzern pro Monat. „Diese Zahlen bilden die Basis für eine Revolte gegen das Establishment, die längst stattfindet“, erklärt Hayman, der unter anderem für Ex-Premier David Cameron die erfolgreiche Jungunternehmer-Kampagne „StartUp Britain“ entwickelte. „Wo sich Menschen zurückgelassen fühlen, greife die Macht der Erzählungen. Zudem nehme die Aufmerksamkeitsdauer der Menschen stets ab, was ein weiterer Grund für den ‚Erfolg‘ knapper, emotionaler Botschaften ist.“

Die bessere Geschichte gewinnt

„Fake News erzählen in der Regel eine Geschichte und berühren Menschen emotional. Im Gegensatz dazu sind reale und wahrheitsgetreue News oft langweilig“, so Hayman weiter. Die realen Auswirkungen der Wirksamkeit von Fake News in den Sozialen Medien sind nicht nur die bekannt folgenschweren Referenden in den USA und Großbritannien, sondern beeinflussen auch massiv die Unternehmens- und Wirtschaftskommunikation. „Die beste Geschichte gewinnt“, sagte Hayman.

Wut mobilisiert Wähler

Mit zahlreichen Beispielen untermauerte der Kampagnenexperte seine Aussagen, dass Meinung und Glaube mehr zählen als Wahrheit und Fakten: Eines der berühmtesten Fake-News-Sujets sei ein Bild, das Papst Franziskus im US-Wahlkampf als Unterstützer von Donald Trump zeigte. Auch die jüngst geführte „metoo“-Debatte beweise die Macht der Sozialen Medien: Das Thema sei nicht neu gewesen, sehr wohl aber seine Glaubwürdigkeit und rasche Verbreitung.

In der anschließenden Podiumsdiskussion bestätigte Ingrid Brodnig, dass laut Untersuchungen von „Clicks und Likes“ vor allem das Gefühl des Ärgers die Menschen dazu aktiviere, Nachrichten im Netz weiterzuleiten: „Gefühle wie Wut und Ärger aktivieren Wähler eher als nüchterne Fakten. Fakten ändern einmal gefasste Meinungen nicht“, so Brodnig. Darin sieht die Journalistin und Buchautorin („Lügen im Netz“) auch die große Gefahr für die Verbreitung von Populismus. Isabella Mader, Vorstand des Excellence Institutes und Executive Advisor des Global Peter Drucker Forums, präsentierte dazu Ergebnisse der Hirnforschung: „Der Mensch ist aufgrund seiner Gehirnstruktur leichter in Angst als in Hoffnung zu versetzen. Die Furcht vor sozialem und wirtschaftlichem Abstieg ist eine der Triebfedern, warum reißerische Berichterstattung auf fruchtbaren Boden fällt“, so die Informationswissenschaftlerin. Katharina Schell, Medienredakteurin und Mitglied der APA-Chefredaktion, sieht in der Verbreitung von Fake News zwar ein großes und globales Problem, „der Einfluss auf die jüngsten Wahlen in Frankreich und Deutschland wurde jedoch überschätzt“, so Schell. Zur Vermeidung der ungefilterten Nachrichtenflut auf Facebook & Co müssten soziale Medien auch per lege als Medien behandelt werden, so die einhellige Meinung.

Österreich begehrt wichtigste Ratspräsidentschaft in EU-Geschichte

„Je mehr sich die Briten von der EU-Bürokratie in die Enge getrieben fühlen, umso größer ist die Verantwortung einzelner Politiker und Nationen, die Wogen zu glätten“, so Hayman über die aktuellen Brexit-Verhandlungen, deren Höhepunkt in die österreichische EU-Ratspräsidentschaft fällt. „Daher ist auch Österreichs Rolle von derartiger großer Bedeutung. Der gute Ruf als Vermittler bietet eine gute Vertrauensbasis für die Verhandlungen.“

Auch Top-Marken sind schnell vergessen

Die Diskussion, an der auch das Publikum lebhaft teilnahm, schloss Kampagnen-Experte Hayman mit seinen Schlussfolgerungen für die Unternehmens- und Wirtschaftskommunikation der Zukunft: In einer Welt, in der schon heute die Konsumenten 74 Prozent der globalen Top-Marken nicht vermissen würden, wenn es sie morgen nicht mehr gäbe, braucht es Missionen, aufrüttelnde Botschaften und emotionale Geschichten. Hoffnung für das gesamte Gefüge aus Kommunikation und Wirtschaft schöpft er vor allem aus der mit sozialen Medien groß gewordenen Generation der Millennials, für die Wirtschaft zuallererst ein positiver Beitrag zur Gesellschaft sein muss, bevor er Profit bringe, so Hayman.

An der spannenden, vom australischen Radio-Journalisten Kerry Skyring (BBC, Dow Jones News Wire, uvm.) moderierten Diskussion im neuen APA Pressezentrum beteiligten sich unter anderem die Geschäftsführerin von APA OTS und Gastgeberin, Martina Wiesenbauer-Vrublovsky, der CEO von NTT DATA Österreich, Klaus Schmid, Bossard-Geschäftsführer Kai von Buddenbrock, Botschafter Colin A. Munro, Hanno Käfer von der Vertretung der Europäischen Kommission, die Geschäftsführerin von HP Austria, Michaela Novak-Chaid sowie der Geschäftsführer von Pörner Anlagenbau, Rainer Walter.

Weiters unter den mehr als 70 Gästen: Patricia Helletzgruber von der Peter Drucker Society, Werner Kirsch von Caggemini Österreich sowie Peter Kraus von der Hill Woltron Management GmbH.

IFWK | Internationales Forum für Wirtschaftskommunikation

🏠 Stubenbastei 12, 1010 Wien, Österreich
☎ +43 1 5268908-0
✉ office@ifwk.net
🌐 www.ifwk.net

[Details](#)



Quelle: <https://wien.wirtschaftszeit.at/aus-der-region-detail/article/ex-cameron-berater-ueber-brexit-trump-fake-news-beim-ifwk-in-wien>

Melzer PR Group
A-1010 Wien, Stubenbastei 12
Tel. +43/1/526 89 08-0, Fax +43/1/526 89 08-9
E-Mail: office@melzer-pr.com
www.melzer-pr.com