World Television Day 2024: Fernsehen ist Demokratie â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG24419 | 20.11.2024 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Uneingeschränkter Zugang zu verlässlichen Informationen auf allen Plattformen: World Television Day rückt im Super-Wahljahr demokratiepolitische Bedeutung der Broadcaster ins Rampenlicht.

Bilder und Video zur Meldung in der Mediendatenbank

Video zur Meldung auf Youtube

Wien (LCG) – Im Super-Wahljahr 2024 legt der World Television Day, der am 21. November 2024 bereits zum 28. Mal gefeiert wird, seinen Fokus auf die demokratiepolitische Relevanz des Mediums. Die gemeinsame Initiative von egta, The Global TV Group, The Association of Commercial Television in Europa (ACT) und United Nations Regional Information Centre for Europe (UNRIC) unterstreicht die Rolle der Broadcaster für den öffentlichen Diskurs und beleuchtet unterschiedliche gesellschaftliche Aspekte, die Fernsehen auf allen Verbreitungswegen bedient und damit die Demokratie stärkt.

> „Fernsehen ermöglicht den ungefilterten, uneingeschränkten und authentischen Blick auf das politische Geschehen. In Live-Sendungen erleben die Zuschauerinnen und Zuschauer Politikerinnen und Politiker real und zum Greifen nahe. Wie kein anderes Medium schafft Fernsehen durch kritischen Journalismus eine direkte Verbindung zwischen Politik und Bürgerinnen und Bürgern. Die Sendermediatheken und Plattformen der Broadcaster erlauben noch mehr Menschen orts-und zeitunabhängigen Konsum von Nachrichten. Die Vielzahl der Übertragungswege ist eine wesentliche und starke Säule der Demokratie. Werbeinvestitionen in das Medium TV sind Investitionen in eine gut informierte, pluralistische und demokratische Gesellschaft", fasst Screenforce-Österreich-Sprecher **Walter Zinggl** (IP Österreich) zusammen.

TV im Super-Wahljahr 2024

Bis Jahresende werden rund um den Globus mehr als 50 nationale Wahlen abgehalten und mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung an die Urnen gebeten. Diese Wahlen – allen voran die kürzlich erfolgte Präsidentschaftswahl in den Vereinigten Staaten – werden wesentliche Auswirkungen auf das politische und wirtschaftliche Weltgefüge haben. Mit dem Ende der Ampelkoalition in der Bundesrepublik Deutschland ist für Anfang 2025 bereits die nächste Wahl mit internationaler Tragweite anberaumt, die von der Weltöffentlichkeit mit großem Interesse verfolgt werden wird. Im Super-Wahljahr geben und gaben Menschen ihre Stimme unter anderem in Taiwan, Finnland, Indonesien, Spanien, Italien, Ungarn, Iran, Russland, Südkorea, Indien, Südafrika, Mexiko, Frankreich oder der gesamten Europäischen Union ab.

Große politische Ereignisse werden am TV-Bildschirm verfolgt. 35,6 Millionen Haushalte und 42,3 Millionen Zuschauer verfolgten die Wahlentscheidung in den Vereinigten Staaten in den Programmen

der Broadcaster und blieben durchschnittlich 2:13 Stunden vor dem Screen. Wann immer die Politik dem gesamten Volk etwas zu sagen hat, tut sie es im Fernsehen – von der Neujahrsansprache des österreichischen Bundespräsidenten bis zur State of the Union Address (Ansprache zur Lage der Nation) in den Vereinigten Staaten. Aus gutem Grund: Broadcaster bieten das vertrauenswürdige Umfeld, in dem politische Botschaften ebenso wie Werbung in Wort und Bild mit voller Aufmerksamkeit und in voller Bildschirmgröße wahrgenommen werden. Live-Übertragungen politischer Ansprachen und von Parlamentssitzungen lassen die Botschaft unverkürzt und authentisch beim Publikum ankommen und bringen Transparenz als Grundlage der individuellen Meinungsbildung.

Demokratie am TV-Bildschirm

Mit ihren hohen Reichweiten und der zunehmenden Verfügbarkeit auf allen Endgeräten und Plattformen ermöglichen Broadcaster Milliarden Menschen auf der ganzen Welt Zugang zu verlässlichen Informationen. Durch seinen verbindenden Charakter fördert Fernsehen die öffentliche Diskussion und individuelle Meinungsbildung. In den Bewegtbild-Angeboten der Broadcaster werden unterschiedliche Perspektiven beleuchtet und Inhalte verständlich erklärt, wodurch immer mehr Menschen uneingeschränkt am politischen Leben teilhaben können. Die Emanzipation von der klassischen linearen Verbreitung durch Sendermediatheken und Streamingplattformen schafft einen einfachen Zugang zu den Broadcaster-Angeboten und ermöglicht es, im komplexen Informationslabyrinth die Fakten zu finden, die wirklich zählen. Als reichweitenstarkes und vertrauenswürdiges Massenmedium bringt Fernsehen Generationen und politische Lager zusammen, erklärt komplexe Sachverhalte und ordnet politisches Geschehen ein. Der persönliche Informationsgewinn eines jeden Sehers ist ein Gewinn für die Gesellschaft, denn fundierter Nachrichtenjournalismus öffnet neue Blickwinkel und Zugänge. Sie sind die Voraussetzung für selbstbestimmte politische

Entscheidungen und eine demokratische Gesellschaft, die trotz aller Gegensätze durch Dialog verbunden bleibt.

Werbegelder ermöglichen unabhängigen Journalismus

Im europäischen dualen Rundfunksystem kommt es auf Werbetreibende an, um die demokratiepolitische Kraft des Fernsehens zu erhalten. Seriöser und fundierter Nachrichtenjournalismus, der Meinungsvielfalt und Perspektivenreichtum fördert, oder Korrespondentennetzwerke, die unabhängig aus allen Teilen der Welt berichten, finanzieren sich bei Privatsendern, die einen großen Anteil des Nachrichtenangebots stemmen, rein aus Werbeerlösen. Auch darauf möchte der diesjährige World Television Day aufmerksam machen: Während Investitionen in globale Tech-Plattformen die gesellschaftliche Spaltung durch Algorithmen und Fake News vorantreiben, stärken Broadcaster durch verantwortungsvollen und ethischen Journalismus das Miteinander und die Gemeinschaft.

Internationale Stimmen zum World Television Day

> „TV ist von entscheidender Bedeutung für die Information der Bürgerinnen und Bürger, demokratische Teilhabe und Förderung der Meinungsvielfalt. Werbung ist eine wichtige Finanzierungsquelle, um die Unabhängigkeit und Nachhaltigkeit des Mediums zu gewährleisten. Durch verantwortungsvolles Storytelling kann Werbung mehr tun als nur die Kaufbereitschaft zu erhöhen – sie kann Bewusstsein schaffen, positive gesellschaftliche Veränderung anstoßen und letztlich ein Medienökosystem unterstützen, das unabhängig, transparent und wirkungsvoll bleibt“, betont egta-Generaldirektorin **Katty Roberfroid**.

„Multiplattform-TV spielt insbesondere in diesem Super-Wahljahr eine entscheidende Rolle bei der Stärkung der Demokratie. Mit über zwei Milliarden Wahlberechtigten ist 2024 das größte Wahljahr in der Geschichte. Die Bürgerinnen und Bürger müssen unbedingt Zugang zu zuverlässigen Informationen haben. TV ist die unübertroffene Plattform für die Verbreitung von vertrauenswürdigen Inhalten, durch die sich Menschen selbst informieren, unterschiedliche Standpunkte bewerten und selbstbestimmte Entscheidungen treffen können. Durch die beispiellose Reichweite über alle Bevölkerungsgruppen hinweg schafft Multiplattform-TV wertvolle Verbindungen mit dem Publikum in allen Nutzungssituationen. Es bietet sowohl den Zuschauerinnen und Zuschauern als auch Marken einen großen Mehrwert“, sagt egta-Präsident und Vizegeneraldirektor **Laurent Bliaut** (TF1 Publicité).

Über The Global TV Group

The Global TV Group ist die Vereinigung von Broadcastern und Vermarktungshäusern in Europa, den USA, Kanada, Australien und Lateinamerika, deren gemeinsames Ziel es ist, TV zu fördern und Werbetreibenden, Journalisten, Agenturen und Branchenkollegen die Wirksamkeit und Beliebtheit des Fernsehens zu vermitteln. Weitere Informationen auf theglobaltvgroup.com

Über The Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe (ACT)

Die Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe (ACT) vertritt die Interessen der führenden kommerziellen Broadcaster in Europa. Die ACT-Mitgliedsunternehmen finanzieren, produzieren, fördern und vertreiben Inhalte und Dienste, von denen Millionen von Europäern auf allen Plattformen profitieren. Weitere Informationen auf acte.be

Über egta

egta ist der internationale Verband der Multiplattform-TV-und Audiobranche. Er vertritt mehr als 180 Mitglieder in über 40 Märkten. Zu den Mitgliedern zählen Multiplattform-Fernseh-und -Audiounternehmen, die sich an der Schnittstelle zwischen traditionellem Fernsehen und Radio und digitalen Video-und Audioplattformen befinden. Multiplattform-TV und -Audio vereinen lineare und On-Demand-Dienste auf allen Bildschirmen und Plattformen. Weitere Informationen auf egta.com

Über UNRIC

Das in Brüssel ansässige Regionale Informationszentrum der Vereinten Nationen für Europa (United Nations Regional Information Centre for Europe) informiert in 22 Ländern über die Aktivitäten der Vereinten Nationen und ist in sozialen Medien und auf Websites in 13 Sprachen aktiv. Es fungiert als europäisches Kommunikationsbüro der Vereinten Nationen und hat das Ziel, die europäischen Bürger über globale Themen zu informieren. Außerdem arbeitet es mit den Institutionen der Europäischen Union auf dem Gebiet der Information zusammen. Die Öffentlichkeitsarbeit, gemeinsame Informationskampagnen und Veranstaltungen werden mit Partnern wie der EU, nationalen Regierungen, Medien, Nichtregierungsorganisationen, der Kreativbranche und lokalen Behörden organisiert. Weitere Informationen auf unric.org

Über Screenforce

Screenforce ist die multinationale Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter für Fernsehen, Video und Bewegtbild. Die breite Allianz aus zwölf Partnern repräsentiert über 95 Prozent des TV-Werbemarkts in der DACH-Region. Österreich ist durch die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) vertreten. Sie repräsentiert ihre Mitglieder: ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, ProSiebenSat.1 PULS 4 und Servus TV. Mit wegweisenden Insights, aktuellen wissenschaftlichen Studien und inspirierenden

Veranstaltungen bietet Screenforce Werbetreibenden und Agenturen brandaktuelle Informationen, um die beste Werbewirkung mit TV, Video und Bewegtbild zu erzielen. Weitere Informationen auf screenforce.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)