

Grußwort von Rainer Reichert, Vorsitzender Arbeitskreis Europa, BJV, zur Veranstaltung „Klassische und Neue Medien - Transatlantische Chancen und Herausforderungen am 14.12.2009 in der BLM

Anrede

Die Schreckensmeldungen häufen sich und die Einschläge kommen näher: Ich spreche nicht von kriegerischen Auseinandersetzungen sondern der aktuellen Entwicklung im Bereich der klassischen Medien. Wenn man dem Verleger Alfred Neven DuMont glaubt, handelt es sich um eine vom Aussterben bedrohte Spezies. Er hat am Samstag in einem Beitrag für Ausgaben seiner Zeitungen die Befürchtung geäußert, es könne in 15 oder 20 Jahren keine Tageszeitung mehr in der westlichen Welt geben. Diese Prognose muss man sicher im Zusammenhang damit sehen, dass er gleichzeitig eine Artenschutzprogramm, sprich staatliche Hilfen eingefordert hat. Aber selbst, wenn man die Zukunftsaussichten für Tageszeitungen und Publikumszeitschriften nicht ganz so pessimistisch formuliert, kann man über eines nicht hinweg sehen. Die Rahmenbedingungen für die Finanzierung einer all umfassenden journalistischen Begleitung des Tagesgeschehens haben sich rapide verschlechtert.

Sie waren jahrzehntelang glänzend, später wenigstens noch auskömmlich. Inzwischen erweist es sich, dass die Rechnung auf Dauer nicht mehr aufgehen kann. Die verfügbaren Ressourcen für das Anzeigenaufkommen schrumpfen. Das gilt vor allem für das Internet, wo Anbieter wie Google den Markt abschöpfen, ohne selbst Inhalte beizutragen. Auf den zurückliegenden Medientagen hieß es, das Google bereits 60 Prozent des verfügbaren Aufkommens für sich vereinnahmt, die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage lediglich sechs Prozent.

Und die Auflagen sinken, zum einen demographiebedingt, andererseits aber auch weil junge Medienkonsumenten das, was wir Qualitätsjournalismus halten, für irrelevant halten. Deshalb ist es zu kurz gedacht, wenn man glaubt, man müsse nur gedruckte Produkte in eine attraktive Web-Präsenz transferieren. Hinter dem Umbruch steckt viel mehr. Nicht nur strukturelle Veränderungen in der Medienbranche, sondern auch ein Wandel auf der Konsumentenseite. Wir müssen uns mehr denn je die Frage stellen, ob wir nicht bereits auf dem Weg in die mediale Zwei Drittel Gesellschaft eine große Etappe zurück gelegt haben. Mit der unterhaltungsorientierten Mehrheit, auf der einen Seite und auf der der Minderheit einer wissensdurstige Informationselite auf der anderen.

Der Bayerische Journalistenverband hat seit vielen Jahren davor gewarnt, Medienpolitik überwiegend unter dem Gesichtspunkt zu stellen, wer in unserer Republik den bedeutendsten Medienstandort beherbergt und wie man die Gewinnmarge von audiovisuellen Medien in privater Unternehmerschaft fördern kann. Die wirklich neuen Medien haben sich derweil auf der anderen Seite des Atlantiks entwickelt. Von dort werden uns auch die Fragen vorgegeben, die wir nun schleunigst beantworten müssen. Die wichtigste steht in der Einladung zu dieser Veranstaltung: Wie wird sich der Umbruch im Medienbereich auf die Demokratie auswirken? Sind manche Politiker, wie Alfred Neven Dumont meint, sogar froh wenn in Deutschland über die politische Debatte eine große Stille eintritt. Oder denkt er auch diesbezüglich zu pessimistisch und unterschätzt den Faktor „wir sind das Volk“?

Ich glaube es ist wichtig, dass wir über diese Fragen genauso intensiv reden, wie wir es derzeit über ein Leistungsrecht für Verleger, Mehrwertsteuerverzicht und staatsfinanzierte Frei-Abonnements tun. Diese Veranstaltung ist ein wichtiger Beitrag dazu. Deshalb an dieser Stelle ein Dank an alle, die an der beträchtlichen Vorbereitungsarbeit beteiligt waren, insbesondere an unsere Gastgeber, die BLM, Herrn Schaller vom amerikanischen Generalkonsulat und meine Kollegin Kornelia Doren, die die Ausgangsidee entwickelt haben.