

07.06.2007 - 12:03 Uhr

Guter Journalismus kostet auch im Online-Zeitalter viel Geld

Hamburg (ots) -

Die Finanzierung von Qualitätsjournalismus ist die entscheidende Herausforderung für die Verlage im Web-Zeitalter. So lautete eine Schlussfolgerung des jüngsten media coffee von news aktuell in Hamburg. Über 250 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten besuchten am Mittwoch die von der dpa-Tochter veranstaltete Podiumsdiskussion zum Thema "Von der Edelfeder zum Contentlieferanten? - Printmedien im Wandel". Annette Hillebrand, Geschäftsführende Direktorin der Hamburger Akademie für Publizistik, moderierte die Veranstaltung.

Frank Thomsen, Chefredakteur von stern.de und Geschäftsführender Redakteur des Stern, wies auf die wirtschaftliche Bedrohung durch neue Nachrichtenanbieter wie GoogleNews hin: "Diese Anbieter sammeln News aus dem Netz und stellen sie kostenfrei auf ihren Plattformen bereit. Durch dieses Geschäftsmodell wird der klassische Journalismus bedroht." Online würde die klassischen Medien aber nicht wegdrängen, vielmehr blieben diese unter veränderter Form bestehen, so Thomsen. Er unterstrich, dass die neuen Online-Medien aber auch Chancen für den journalistischen Nachwuchs bieten: "Viele junge Leute finden dank der Online-Redaktionen einen Einstieg in den Beruf - eine Chance, die sie bei Printmedien nicht unbedingt hätten."

Dass die neuen kostenlosen Internetanbieter eine Gefahr für die Qualität des Journalismus darstellen, glaubt auch Holger Stark, stellvertretender Ressortleiter Deutschland 2 und Büroleiter des Spiegel in Berlin. "70 Prozent des Online-Werbekuchens gehen inzwischen an Google und Yahoo, die nicht in den Journalismus investieren. Somit fehlt dieses Geld den Verlagen und Online-Redaktionen." Außerdem verwies Stark auf die Auswirkungen des Internets auf die journalistische Recherche. "Der Journalist kann zwar erste Informationen für seine Arbeit über das Internet beziehen, dies ersetzt aber nicht die Recherche mit klassischen Mitteln wie Telefonate und Interviews."

Auch für Kuno Habermus, Leiter der NDR-Formate "Zapp - Das Medienmagazin" und "extra 3" hat das Internet die journalistische Arbeit verändert: "Die Information wird nicht mehr ordentlich recherchiert, sondern man ,googelt'. Mit den neuen Entwicklungen droht außerdem, der investigative Journalismus auf der Strecke zu bleiben." Er unterstrich, dass das Web auch das Berufsbild des Journalisten verändert habe. "Die neue Journalisten-Generation ist mit dem Internet aufgewachsen, die Anforderungen haben sich geändert. Mindeststandards für den Beruf muss es aber weiterhin geben." Junge Menschen nutzten oftmals nur noch das Internet als Informationsquelle. Printmedien müssten Konzepte finden, um diese Zielgruppen wieder an klassische Inhalte heranzuführen, so Habermus.

Jan-Eric Peters, Direktor der Axel Springer Akademie, hob hingegen die Vorteile des Internets für die journalistische Arbeit hervor. "Es ist falsch, Google zu verteufeln, das Internet hat die journalistische Recherche erleichtert und zu Verbesserungen geführt." Er unterstrich auch die Vorteile, die das Internet dem Leser bietet. "Der Nutzer hat durch Video- oder Audioelemente sowie Verlinkungen mehr Hintergrundinformationen als bei Printmedien. Insgesamt geht der Trend eindeutig weg von Print hin zu Online - beides vermischt sich immer mehr." In so genannten Newsrooms funktionieren bereits das Zusammenspiel von Print und Online im journalistischen Alltag. Die eigentliche Frage aber laute, ob es in Zukunft genug Geld gibt, um guten Journalismus zu bezahlen, so Peters.

Dr. Wilm Herlyn, Chefredakteur der dpa, warnte davor, die Online-Medien als neue Wiege des Journalismus zu sehen. So wurde in wirtschaftlich schwierigen Zeiten vorwiegend bei Online-Redakteuren gespart. "Nach dem medialen Hype 2001 hat zum Beispiel die FAZ vorwiegend Journalisten aus dem Online-Bereich entlassen. Deren Arbeit übernahmen dann Print-Redakteure." Die allgemeine Entwicklung von Print zu mehr Online habe allerdings wenig Konsequenzen für den journalistischen Nachwuchs. "Auch im Online-Zeitalter wird es Edelfedern geben", so Herlyn.

Weitere Zitate der Diskussionsteilnehmer sind außerdem im Blog www.mediacoffee.de abzurufen.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Rückfragen bitte an:

news aktuell

Frederik Stiefenhofer

Public Relations Manager

Telefon: 040 / 4113 2772

Fax: 040 / 4113 2876

stiefenhofer@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100535593> abgerufen werden.