

28.05.2008 - 12:23 Uhr

Fronten zwischen Print und Rundfunkanstalten weiterhin verhärtet - trotz erster Kooperationsmodelle

Hamburg (ots) -

Mehr als 150 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten waren gestern zu Gast beim media coffee der dpa-Tochter news aktuell in Köln. "Im Sog des Internets - Was bleibt übrig von Print, TV und Radio?" lautet der Titel der Diskussionsreihe. Fazit: Die Fronten zwischen Print und Rundfunkanstalten hinsichtlich ihrer Internetstrategie bleiben verhärtet - trotz erster Kooperationsmodelle. Moderiert wurde die Runde von Kai-Hinrich Renner, Medienautor bei der Tageszeitung Die Welt.

Helmut Heinen, Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (BDZV), machte gleich zu Beginn der Diskussionsrunde den Standpunkt der Verlage gegenüber den weit reichenden Internetplänen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks deutlich: "Wir werden in Zukunft unsere Erlöse zunehmend im Netz erwirtschaften müssen. Und da stört es mich schon, dass wir dort auf einen Wettbewerber treffen, der anders als die Verlage gebührenfinanziert ist." Besonders die textliche Berichterstattung der Sendeanstalten im Netz ist ihm und dem Verlegerverband ein Dorn im Auge. "Jeder muss nicht alles machen im Internet. So muss auch der WDR keine langen Textbeiträge ins Netz stellen", meinte Heinen. Zustimmung erhielt der BDZV-Präsident von Frank Thomsen, Chefredakteur von stern.de, der sich ebenfalls kritisch gegenüber den Rundfunkanstalten äußerte. "Warum stellt die ARD denn zum Beispiel an einem Abend zehn lange Texte über die Zweite Bundesliga ins Netz? Es geht einfach darum, im Internet auch Text zu machen. Es ist eine Verschleierung, was da auf Seiten der Öffentlich-Rechtlichen momentan stattfindet." Ähnlich argumentierte n-tv-Geschäftsführer Hans Demmel, der den öffentlich-rechtlichen Anbietern vorwarf, ihren gesetzlichen Auftrag falsch zu interpretieren. "Die Öffentlich-Rechtlichen vertreten die Position 'Wir können alles, wir dürfen alles'."

Jochen Rausch, Programmchef bei Eins Live und stellvertretender Hörfunkdirektor beim WDR, zeigte einerseits Verständnis für die Haltung der privatwirtschaftlich organisierten Medienunternehmen, appellierte aber andererseits an die vielen Gemeinsamkeiten, die die klassischen Medien hätten. "Die wirklichen Konkurrenten im Netz sind neue Player und Angebote - nicht die Verlage. Die sehe ich ebenfalls als klassische Medien mit uns auf einer Linie. Schauen Sie sich doch mal web.de an: Die haben auch Nachrichten und werden ihr Geschäftsmodell auch weiter entwickeln. Die Diskussion über die Kooperation zwischen WDR und WAZ halte ich deshalb für antiquiert." Ulrich Reitz, Chefredakteur der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ), stimmte Rausch weitgehend zu. Sein Blatt beabsichtigt, in Zukunft Beiträge des WDR auf dem eigenen Internetangebot derwesten.de zu zeigen. "Die Diskussion 'Darf die WAZ das?' fand ich einigermaßen skurril. Ich halte die Debatte für überschätzt. Die Entwicklung bei Bewegtbildern wird bald insgesamt deutlich schneller voran kommen, als wir das zur Zeit beobachten können. Wenn man aber als Verlag für Bewegtbilder parallel zur Lokalredaktion ähnliche Strukturen aufbauen will, dann ist das nicht zu bezahlen. Die Lokalredaktion ist das teuerste, was wir haben. Und das in zweierlei Sinn."

Überhaupt wurde deutlich, dass kein Medienmacher mehr das Internet als Konkurrenz oder gar Bedrohung empfindet. "Der Erkenntnisstand bei G+J in der gesamten Diskussion ist sehr weit. Wir sind uns sicher: Das Internet bedroht nicht den Journalismus, sondern es beflügelt ihn", unterstrich Frank Thomsen von stern.de. Ähnlich zuversichtlich sah es Blattmacher Ulrich Reitz von der WAZ: "Das Internet ist ein

Zapping-Medium. Wenn wir beim Zeitungskonsum die Kultur des Sich-Einlassens, der Opulenz, des Sich-Zeit-Nehmens verlieren, dann haben wir als Printverlage ein Problem. Aber ich bin optimistisch: Wir werden das nicht verlieren." Auch Hans Demmel von n-tv sieht der Zukunft gelassen entgegen: "Jedes einzelne Medium hat seine eigene spezifische Bedeutung. Das Nachrichtenfernsehen zum Beispiel bietet eine bestimmte Vorauswahl: Andere Menschen machen sich die Mühe, Nachrichten zu sammeln oder zusammenzustellen. Ich glaube an die 'Couch Potatoes', die sich einfach nur berieseln lassen wollen."

Videobeitrag mit Interviews der Diskussionsteilnehmer:
<http://www.youtube.com/watch?v=xXiDQaqrJcg> (4:18 Minuten)

Weitere Veranstaltungstermine:

Frankfurt, 3. Juni

Berlin, 18. Juni

München, 7. Juli

Pressekontakt:

Pressekontakt:

news aktuell

Leiter Unternehmenskommunikation

Jens Petersen

Telefon: 040/4113 - 2843

Fax: 040/4113 - 2855

petersen@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100562591> abgerufen werden.