

04.06.2008 - 12:45 Uhr

Nur das Internet kann das Überleben der Verlage sichern

Hamburg (ots) -

Das Internet ist für die deutschen Verlage die einzige Chance, in Zukunft wirtschaftlich erfolgreich zu arbeiten. So lautete eine der Schlussfolgerungen beim gestrigen media coffee in Frankfurt. Mit der Diskussionsreihe "Im Sog des Internets - Was bleibt übrig von Print, TV und Radio?" gastierte die dpa-Tochter news aktuell damit bereits in der dritten deutschen Großstadt.

Mehr als 200 Gäste aus Pressestellen, PR-Agenturen und Redaktionen waren gestern im Museum für Kommunikation dabei, als Moderator Meinolf Ellers, Geschäftsführer von dpa-infocom, die aktuelle Lage im Verhältnis zwischen Verlagen und Rundfunkanstalten thematisierte. "Die Meinungsvielfalt und die Pressefreiheit leiden unter dem Engagement der Öffentlich-Rechtlichen im Internet", stellte Tobias Trevisan, Geschäftsführer FAZ und F.A.Z. Electronic Media GmbH fest. "Das Internet hat für die Zukunft der Verlage eine existenzielle Bedeutung. Heute stehen wir erst am Beginn eines Marathonwettkampfes um die Erträge, die im Internet erzielt werden können." Ähnlich argumentierte Dr. Uwe Vorkötter, Chefredakteur der Frankfurter Rundschau: "Wir können uns drehen und wenden wie wir wollen, aber auf dem klassischen Printmarkt werden wir keine wesentlichen Reichweitzuwächse mehr erzielen. Wenn ich sehe, mit welchen Mitteln die Öffentlich-Rechtlichen ihr Internetengagement ausbauen, dann ist das schon klare Wettbewerbsverzerrung. Aber es wird in Zukunft sicher Kooperationsmodelle geben." Ebenfalls sehr kritisch äußerte sich Hans-Dieter Hillmoth, Programmdirektor von Hit Radio FFH: "Es kann nicht sein, dass man mit unser aller Geld, alles platt macht, was privat ist."

Robert Amlung, Leiter des Bereichs für digitale Strategien des ZDF, verteidigte das Engagement der Rundfunkanstalten und kritisierte im Gegenzug die Verleger: "Auch von Seiten der Verlage werden Grenzen überschritten, was dann die Demarkierung dieser Grenzen schwierig macht. Wir sehen die Zeitungsverlage mehr und mehr als Wettbewerber." Gleichzeitig warb Amlung um Verständnis für die Haltung seines Senders. "Wenn wir allein auf das klassische Bewegtbild setzen, dann haben wir mittelfristig verloren", so Amlung.

Medienjournalist Peter Turi vom Branchendienst turi2.de sprach dem Internet eine reinigende Wirkung zu. Das Netz werde in absehbarer Zeit für einen gnadenlosen Wettkampf unter den Medienunternehmen sorgen. "Das Internet verschlingt alle Ärmelschonerträger und Hierarchen. Also alle, die nicht kreativ arbeiten, die nicht eng am Kunden sind." Gleichzeitig prophezeite er, dass die Medien durch das Internet insgesamt viel von ihrer heutigen Bedeutung einbüßen werden. "Die Medien verlieren im Web ihre Mittlerrolle. Der Leser braucht redaktionell die Medien nicht mehr, wenn er sich zum Beispiel über neue Songs informieren will. Auch die Anzeigenkunden brauchen die Medien nicht mehr. Sie produzieren ihre eigenen inhaltlichen Umfeldler, in denen sie werben können." Weniger pessimistisch beurteilte FAZ-Geschäftsführer Trevisan die Zukunft der Branche. Er glaubt an Chancen jenseits von schnellen Klicks und Videoschnipseln, die das Web für Verlage heute bietet: "Das Internet kann ein Qualitätsmedium mit ungeahnten Ausmaßen werden."

Pressekontakt:

Pressekontakt:

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/100001562/100563250> abgerufen werden.