

An den
Hessischen Landtag
Hauptausschuss
Postfach 3240

65022 Wiesbaden

Prof. Dr. Henning Lobin
Geschäftsführender Direktor

Fon: +49 - (0)641 - 99-16352
Fax: +49 - (0)641 - 99-16359
Mail: Henning.Lobin@uni-giessen.de
Web: www.zmi.uni-giessen.de
www.lobin.de

Gießen, den 30. Mai 2015

Stellungnahme zur Anhörung betreffend Printmedien in Hessen

1. Problemlage

Digitalisierung und Vernetzung senken die Produktions- und Vertriebskosten für Nachrichtenangebote. Dies machen sich neue Anbieter zunutze und werden so zu Konkurrenten bestehender Zeitungsverlage. Insbesondere kostenlose Angebote, die über Werbung oder andere Netzwerkeffekte finanziert werden, sind in großer Zahl auf dem Markt. Überdies übernehmen zum Teil soziale Netzwerke die Funktion lokaler Berichterstattung.

Es ist nicht sinnvoll, bei der Betrachtung der problematischen Situation, in denen sich die Printmedien befinden, deren Verbreitung in gedruckter Form als solches in den Vordergrund zu stellen. Schon jetzt bieten nahezu alle Zeitungsverlage alternativ zur gedruckten Zeitung ihre Ausgaben als E-Paper an, und es ist damit zu rechnen, dass sich mit der weiteren Verbesserung der Displayqualität (Auflösung, Größe) und sinkenden Preisen das Tablet als Vermittlungsmedium der Zeitung etablieren, möglicherweise durchsetzen wird. Insbesondere heutige junge Leute sind bereits mit mobilen digitalen Geräten mit hoher Displayqualität und geringem Gewicht aufgewachsen. Diese Prägung im Medienumgang wird nach und nach nahezu die gesamte Leserschaft von Printmedien bestimmen.

Das Ziel muss es vielmehr sein, die besonderen Leistungen, die Zeitungsredaktionen mit den täglichen Zeitungsausgaben erbringen, abzusichern. Als besondere Leistungen von Zeitungsredaktionen können u.a. gelten:

- regelmäßige Berichterstattung und Unterstützung der Meinungsbildung in einer Vielzahl von Ressorts
- Leserorientierung im Themengebiet der einzelnen Ressorts durch Auswahl und Gewichtung von Themen und Beitragsarten
- Wahrung journalistischer und qualitativer Mindeststandards bei den einzelnen Beiträgen
- Verfügbarkeit eines Netzwerkes aus Reportern, Korrespondenten, Rezensenten, Kommentatoren (oft frei- oder nebenberuflich)
- Ermöglichung von „teuren“ Artikeln und Reportagen (durch Dauer und Aufwand der Recherche) auf der Basis einer längerfristigen und ressortübergreifenden Kalkulation

2. Veränderung des Konsumverhaltens

Durch die extrem hohe Verfügbarkeit alternativer Nachrichtenangebote im Internet geht bei den Lesern die Bereitschaft zurück, für den Bezug einer Zeitung regelmäßige Abo-Zahlungen einzugehen. Allerdings sind Jugendliche und junge Erwachsene auch inzwischen daran gewöhnt, in anderen Bereichen Abos („Flatrates“) abzuschließen, insbesondere für Musik-, Film- und Serienangebote, so dass nicht von einer grundsätzlichen Ablehnung von Bezahl-Angeboten im Internet ausgegangen werden kann.

Als sehr problematisch ist es jedoch einzuschätzen, dass viele Jugendliche und junge Erwachsene überhaupt nicht mehr hinter die Bezahlschranke von Presseprodukten blicken und so keine Kenntnis erlangen von den Merkmalen hochqualitativer Artikel und Reportagen, die nicht (irgendwann) kostenfrei verfügbar sind. Ein naheliegendes, wenn auch nicht spezifisch hessisches Beispiel sind die umfangreichen Titelgeschichten des Spiegels, die nie, auch nicht nach einer gewissen Karenzzeit, im kostenfreien Bereich von Spiegel-Online eingestellt werden. Vielen Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist die damit verbundene Form aufwändigen Qualitätsjournalismus schon gar nicht mehr bekannt. Interessanterweise erleben „klassische“ Informationsangebote der öffentlich-rechtlichen, also anderweitig finanzierten Rundfunkanstalten im Zuge dessen eine Renaissance – sehr viele Jugendliche geben beispielsweise die digitale „Tagesschau“ als wichtigste Nachrichtenquelle an.

3. Veränderung des Leseverhaltens

Das durch Digitalisierung und Vernetzung sich wandelnde Leseverhalten ist durch folgende Punkte bestimmt:

- Das Lesen erfolgt auf mobilen Geräten, die auch für andere Kommunikations- und Informationszwecke eingesetzt werden,
- gelesen wird in kleineren Einheiten und kürzen Takten, die in den Tagesverlauf situativ eingebettet sind,
- jüngere Leser verbinden ihr Lesen intensiv mit ihrer Tätigkeit in sozialen Netzwerken, um Gelesenes weiterzugeben oder zu kommentieren („soziales Lesen“),
- die Texte sind eng verzahnt mit visuellen Vermittlungsformen, insbesondere Video und Foto („multimediales Lesen“).

Vor allem jüngere Leser sehen die gedruckten Ausgaben von Zeitungen auch deshalb als anachronistisch an, da sie einen unnötigen Ressourcenverbrauch hervorrufen, nicht ubiquitär verfügbar sind und insbesondere in Verbindung mit Abos nicht zu einer mobilen Lebensweise passen.

In inhaltlicher Hinsicht sind Online-Angebote gewöhnlich durch eine deutliche Meinungsorientierung, etwa in Blogs, geprägt, was die Grenzen zu einer objektiven Darstellung oft überschreitet. Nachrichtenvermittlung findet außerdem auch innerhalb privater Online-Netzwerke statt, wo ebenfalls von vornherein eine hohe Meinungsfreudigkeit zu verzeichnen ist. Ein Lokaljournalismus also, der wenig meinungsstark ist, sich auf die reine Berichterstattung beschränkt und nicht vielleicht auch investigativ arbeitet, hebt sich davon sehr deutlich ab..

4. Zielsetzungen und mögliche Maßnahmen

Aus diesen Beobachtungen zeichnen sich verschiedene Problembereiche ab, denen jeweils eine Zielsetzung für die wünschenswerte weitere Entwicklung zugeordnet werden kann:

Problem 1: Herausforderungen, insbesondere neue Konkurrenten aufgrund des digitalen Wandels für Zeitungsredaktionen

Zielsetzung 1: Weiterentwicklung des Online-Angebots von Zeitungen

Problem 2: Grenzen des bisherigen Geschäftsmodells von Zeitungsverlagen (Einzelverkauf, Abos und Anzeigen)

Zielsetzung 2: Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für den Vertrieb digitaler Zeitungen

Problem 3: Sich veränderndes Leseverhalten und zurückgehende Erfahrungen mit Qualitätsjournalismus insbesondere bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Zielsetzung 3: Intensivierung einer netzbezogenen, kritischen Medienbildung

Problem 4: Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten von JournalistInnen

Zielsetzung 4: Unterstützung von JournalistInnen, zeitgemäße Aus- und Weiterbildung

Die von den Fraktionen der SPD und der CDU/Bündnis 90/Die Grünen in ihren Anträgen genannten Maßnahmen lassen sich diesen Zielsetzungen zuordnen und mit weiteren möglichen Maßnahmen verbinden:

Maßnahmen zu Zielsetzung 1: Weiterentwicklung des Online-Angebots von Zeitungen

Es wäre sehr sinnvoll, den Zeitungsbereich als einen spezifischen Anwendungsbereich der Startup-Förderung festzulegen und neue Unternehmen schnell und unbürokratisch mit Gründungskapital, etwa über die WI-Bank, auszustatten. Die wissenschaftlich-technologischen Voraussetzungen dafür sind in Hessen sehr gut. Dabei sollten Mechanismen gefunden werden, über die die Zeitungsverlage von vornherein mit derartig geförderten Startup-Gründungen in Verbindung gebracht werden.

Auch wenn es eine Reihe von journalistischen Studien- und Weiterbildungsangeboten bereits gibt, sollten die hessischen Hochschulen dazu aufgefordert werden, Online-Journalismus noch deutlicher in ihr Ausbildungsprofil zu integrieren und dabei insbesondere auf die Möglichkeiten der Verbindungen mit technischen Disziplinen einerseits und visuell-gestalterischen andererseits hinzuwirken.

Maßnahmen zu Zielsetzung 2: Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für den Vertrieb digitaler Zeitungen

Die Entwicklung von Geschäftsmodellen ist eine originäre Aufgabe von Unternehmen, also auch von Verlagen, und kann diesen von staatlicher Seite durch eigene Maßnahmen nicht abgenommen werden. Das Land könnte allerdings einen intensiveren Austausch der hessischen Hochschulen und Zeitungsverlage zu diesem Thema anregen.

Auch die Phasen des Übergangs von traditionellen zu originär digitalen Publikationsformen könnten Gegenstand staatlicher Förderung sein, insbesondere wenn es darum geht, währenddessen lokale und regionale Angebote sicherzustellen.

Maßnahmen zu Zielsetzung 3: Intensivierung einer netzbezogenen, kritischen Medienbildung

Medienbildung muss in einer Zeit, in der global agierende, quasimonopolistische Internet-Unternehmen mit völlig neuen Geschäftsmodellen und disruptiven Innovationen in kurzer Zeit ganze Märkte verändern können, mehr sein als nur die Kompetenz, Medienangebote reflektiert nutzen zu können. Was notwendig ist, ist die Integration einer erweiterten Medienbildung in die Curricula von Schulen und Hochschulen, die auch eine Vermittlung der technischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Grundkenntnisse digitaler, vernetzter Medien umfasst. Projekte wie die der LPR-Hessen und „News to Use“ des VHZV bilden hier einen ersten Anknüpfungspunkt. Die Berücksichtigung von Medien als einem Querschnittsthema muss jedoch weit darüber hinausgehen.

Maßnahmen zu Zielsetzung 4: Unterstützung von JournalistInnen

Es ist evident, dass im Zentrum einer derartigen Entwicklung befähigte und angemessen entlohnte JournalistInnen stehen. Die Hochschulen stehen in der Verantwortung, dass die Voraussetzungen dafür in der Ausbildung zukünftiger JournalistInnen geschaffen werden. Welcher Unterstützungsbedarf gegenwärtig jedoch für ZeitungsjournalistInnen während der Übergangsphase, in der wir uns befinden, besteht, ist vor allem mit den Betroffenen selbst zu erörtern. Gegebenenfalls könnten dabei auch kurzfristig eingerichtete Weiterbildungsangebote ein geeignetes Instrument darstellen.

5. Bewertung der vorliegenden Anträge

Im Antrag der SPD-Fraktion wird die Einrichtung einer Stiftung vorgeschlagen, die die Förderung und Unterstützung von Startups im Printbereich, Forschung über Ursachen des Rückgangs publizistischer Vielfalt im lokalen Raum, die Förderung innovativer Angebote der Aus- und Fortbildung von JournalistInnen, die Entwicklung einer digitalen Kompetenzplattform und die Förderung digitaler Publikationsstrukturen für lokale und regionale Angebote zum Gegenstand haben soll. Dies ist grundsätzlich zu begrüßen, da auf diesem Wege die unterschiedlichen Zielsetzungen übergreifend und zusammenhängend verfolgt werden können und für Zeitungsverlage, Verbände, Startups und Hochschulen ein klar benennbarer Partner zur Verfügung stehen würde. Zusätzlich sollte die Landesregierung aufgefordert werden, für die Zusammenarbeit dieser Stiftung mit den hessischen Hochschulen im Bereich der Medienkompetenz und journalistischer Aus- und Weiterbildung entsprechende Rahmenbedingungen zu schaffen.

Der Antrag der Fraktionen der CDU und Bündnis 90/Die Grünen sieht als zentrale Maßnahme dagegen die Aufforderung an die Landesregierung vor, sich weiterhin für die Belange der Printmedien in Hessen einzusetzen und die Rahmenbedingungen dafür weiterzuentwickeln. Die beispielhaft genannten Projekte führen zwar bezüglich Medienbildung in diese Richtung, berücksichtigen aber nicht den Kern der Problematik, die in den von global agierenden Unternehmen herbeigeführten Veränderungen von Informationsverfügbarkeit, Konsumverhalten und Geschäftsmodellen liegt.

Deutschland und insbesondere Hessen besitzt mit seiner breit gefächerten Zeitungslandschaft zusammen mit seiner informatischen und medientechnologischen Kompetenz sehr gute Voraussetzungen, um den Wandel, der durch Digitalisierung und ubiquitäre Vernetzung hervorgerufen wird, entscheidend mitzugestalten. Da es nicht realistisch ist, Startup-Förderungen im gesamten technologischen Spektrum vorzunehmen, bietet sich dieser Bereich in besonderem Maße an, um aufgrund unserer spezifischen Ausgangslage einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen.