



Presseinformation

Grußwort

des Sprechers der Hessischen Landesregierung

Staatssekretär Michael Bußer

am 10. März 2016

anlässlich des Ipr-forum-medienzukunft

zum Thema

„Rettet Silicon Valley den Journalismus?“

Über neue Kooperationen, Verbreitungswege und Abhängigkeiten

Es gilt das gesprochene Wort

Sperrfrist: Beginn der Rede

Sehr geehrte Damen und Herren,
Sehr geehrter Herr LPR-Direktor Becker,

haben Sie herzlichen Dank für die Begrüßung und die Einladung das Grußwort zu diesem hochspannenden Thema sprechen zu dürfen. Sie alle wollen heute darüber diskutieren, ob das Silicon Valley den Journalismus rettet? Ich möchte eingangs die Gelegenheit nutzen und Sie genauso provokant fragen, ob es nicht vielleicht umgekehrt sein könnte.

Verhilft der Qualitätsjournalismus der traditionellen Medien den Technologiekonzernen wie Facebook und Google nicht zu einer Aufwertung und zunehmenden Relevanz? Wo wären diese Global Player heute ohne die Medien?

Ich wage eine Prognose und sage: Wahrscheinlich wären sie immer noch die hochgepriesenen Startups des Silicon Valley, die lediglich eine Infrastruktur zum Austausch von Informationen ihrer User bereitstellten und sonst recht leer an eigenen Inhalten sind. Das Ziel der Konzerne scheint klar: Sie wollen die Medienhäuser der Zukunft werden.

Obwohl als Digital Immigrant geboren, verfolge ich die Entwicklung des Journalismus seit den Anfängen der Digitalisierung schon berufsbedingt sehr intensiv. Die Medienwelt hat sich verändert und die Veränderungen dauern an. Alles ist im Fluss. Besorgte Blicke wandern nicht nur in die Vereinigten Staaten, wo es bereits heute ganze Landesstriche ohne Printzeitung gibt. Auch in Deutschland und Hessen wächst der wirtschaftliche Druck, insbesondere auf die Printmedien. Dies führt zu Fusionen von Verlagshäusern und damit zu weniger Meinungsvielfalt. Und nicht nur die Verlage, auch Fernseh- und Radiosender suchen nach innovativen Wegen, Qualitätsjournalismus in die digitale Welt zu retten.

Meine Damen und Herren,

als früherer Journalist und jetziger Regierungssprecher der Hessischen Landesregierung frage ich mich natürlich, an welcher Ecke die klassischen Massenmedien falsch abgebogen sind. Verzeihen Sie die Offenheit, aber ich vermute manch einer hat

geglaubt, diese Entwicklungen erledigen sich von selbst. Gerade für eine pluralistische und aufgeklärte Gesellschaft sind Meinungsvielfalt, Qualität, Kontrolle und Glaubwürdigkeit des Journalismus aber unabdingbar. Diese Vielfalt darf auch nicht als reiner Selbstzweck dienen, sondern ist Teil der im Grundgesetz verankerten Pressefreiheit und damit ein Grundpfeiler für das Funktionieren unserer Demokratie.

Vor dem Hintergrund des Titels dieses Forums muss die Frage erlaubt sein, ob diese Entwicklungen unserer Medienlandschaft und der Demokratie zuträglich sind. In Zeiten in welchen große Technologiekonzerne, die einen nicht unerheblichen Teil ihrer Umsätze mit publizistischen Inhalten verdienen, die internationale Medienindustrie zunehmend dominieren und damit die globale Kommunikationslandschaft durcheinanderwirbeln, erscheint diese Frage mehr als berechtigt.

Ich glaube durchaus, dass der Qualitätsjournalismus in der digitalen Welt auch wirtschaftlich sein kann. Ich weiß aber auch, dass funktionierende Geschäftsmodelle, seien es Bezahlschranken oder innovative Anzeigenkonzepte in Zeiten der gewohnten Kostenloskultur im Internet noch rar sind.

Das was bei der News York Times gelingt, gilt nicht unbedingt für die deutsche Lokalzeitung. Diese Problematik und das Wissen, dass Nachrichten heute zunehmend online und insbesondere von Jüngeren in sozialen Netzwerken gelesen werden, zwingt manche Medienhäuser über neue Kooperationen mit großen Technologieunternehmen nachzudenken, damit sie den Anschluss nicht verpassen. Was wirtschaftlich verständlich erscheint, muss in Anbetracht der Marktmacht und Reichweite von Facebook und Co. zumindest skeptisch beobachtet werden.

Als Beispiel sei hier das Projekt „Instant Articles“ von Facebook genannt, dass der Konzern im April dieses Jahres weltweit für alle Verlage freigeben will. Instant Articles ermöglicht es, die publizistischen Inhalte direkt auf dem sozialen Netzwerk auszuspielen und den Leser nicht mehr nur über geteilte Links auf die eigenen Webseiten ziehen. Dadurch sollen Facebook-Nutzer deutlich schneller Artikel öffnen können. Damit lässt sich erahnen, dass Facebook den Wandel vom Infrastrukturanbieter zur globalen Medienplattform schaffen will.

Natürlich darf auch die Frage nach den Vorteilen für die Verlage, die solche Kooperationen eingehen als zweite Seite der Medaille nicht außer Acht gelassen werden. Bei einer Reichweite von 28 Millionen aktiven Nutzern in Deutschland, erscheint es aufgrund fehlender gewinnbringender Digitalstrategien nur konsequent, wenn die Verlage dort hingehen, wo sich die breite Masse, ihre Leserschaft oft und lange aufhält. Für ihre Präsenz werden sie mit neuen Vermarktungsmöglichkeiten gelockt, wenn sie auf Klicks auf ihren Online-Portalen verzichten. Vielleicht entwickelt sich hier ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell, zumal die Verlage auch Daten demografischer Natur erhalten sollen, was ihnen mehr über ihre Leserschaft verrät. Daten, die sich für personalisierte Werbung nutzen lassen, sind wirtschaftlich sicher interessant. Die viel interessanteren Fragen sind jedoch: Werden die Medien als Marke verlieren? Wird Facebook als Inhaltsanbieter auch als journalistische Quelle wahrgenommen werden? Was bedeutet das für die Nachrichtenauswahl und die Einordnung von Ereignissen, zählt künftig die Reichweite mehr als die Relevanz? Die Entwicklung bleibt abzuwarten und wird weiter beobachtet werden.

Meine Damen und Herren,

als Regierungssprecher muss ich mich diesen für die Kommunikation wichtigen Themen schon im Hinblick auf mein tägliches Tun intensiv auseinandersetzen. Laut meiner Jobbeschreibung, bin ich verantwortlich für die Koordination der öffentlichen Regierungskommunikation, die mediale Positionierung der Landespolitik und des Hessischen Ministerpräsidenten.

Noch vor einem Jahrzehnt hat ein Regierungssprecher dieses Ziel vornehmlich mit Hilfe der klassischen Gatekeeper, also dem klassischen Journalisten versucht zu erreichen und wenn Informationen direkt an den Bürger gereicht wurden, so ist dies hauptsächlich analog mit Publikation der Landesregierung geschehen.

Die klassischen Medien — Print, Hörfunk und Fernsehen – hatten die nahezu alleinige Informationshoheit. Das hat sich geändert und auch die Hessische Landesregierung hat der Digitalisierung und dem veränderten Informationsverhalten der Menschen zunehmend Rechnung getragen.

Regierungsinformationen werden heute nicht mehr nur an die Medien vermittelt, sondern über hessen.de, Facebook und Twitter auch direkt an den Bürger gegeben. Auch wenn der Journalist nach wie vor eine wichtige Gatekeeper-Funktion wahrnimmt, so ist er heutzutage nicht mehr der alleinige Meinungsmacher. Facebook, Google und Twitter haben ihm durch ihre Technologie einen Teil seiner Funktion streitig gemacht und auch für Nachrichtenproduzenten aus Unternehmen oder Politik neue vielversprechende Verbreitungswege geebnet. Sie sind zu Gatekeepern geworden.

Meine Damen und Herren,

eine Folge dieser Entwicklungen ist augenscheinlich, die großen Player im Silicon Valley bekommen mehr und mehr Kontrolle über das Angebot und die Gewichtung von Nachrichten. Die Algorithmen der Konzerne bestimmen schon heute, was online angezeigt wird und was uns zu interessieren hat. Sie lassen uns auch wissen, in welcher Region die nächste Grippewelle ansteht und wollen uns demnächst im Navigationsmodus von Google Maps noch zeigen, welches Ziel wir als nächstes mit dem Auto ansteuern, ohne dass wir dieses Ziel selbst definiert hätten. Alles berechnet durch unsere offen gelegten Gewohnheiten.

In der aktuellsten März-Ausgabe des Medienmagazins *journalist* hat Stefan Plöchinger – Onlinechef und Mitglied der Chefredaktion der Süddeutschen Zeitung – einen bemerkenswerten Artikel über „das Spiel mit den steilen Thesen – Hetze, Hass, Angst. Was passiert da bloß im Netz?“ publiziert. Der Artikel ist ein Erklärungsversuch, warum Redaktionen in Zeiten der Flüchtlingskrise vor der Hetze im Netz kapitulieren und die Kommentarfunktionen auf ihren Online-Präsenzen eingeschränkt oder gar eingestellt haben. In den letzten zwölf Monaten haben dies übrigens 27 deutsche Zeitungsredaktionen laut *journalist*-Umfrage getan.

Ein Satz dieses Artikels hat mich jedoch auch im Vorfeld auf diese Rede besonders aufmerksam gemacht. Er lautet: *Zu befürchten ist, dass die Konsensrepublik Deutschland mit Hilfe dubioser Algorithmen aus dem Silicon Valley zu einer amerikanisch-polarisierten Demokratie wird, die in ideologischen Grabenkämpfen erstarrt.* Er spielt hier selbst mit einer „steilen These“, um das Prinzip der zugespitzten Emotionalität zu verdeutlichen.

Als Staatsbürger, aber auch als Regierungssprecher und politischer Mensch stellt sich mir natürlich die Frage, was bedeutet das wirklich für die politische Meinungsbildung und für die Demokratie? Welche Chancen haben wir als politische Kommunikatoren noch über die für Menschen wichtigen politischen Entscheidungen zu informieren? Wir sind verpflichtet dies zu tun und allen Bürgerinnen und Bürgern einen Zugang zu öffentlichen Regierungsnachrichten zu gewährleisten. Können wir das zukünftig überhaupt noch, wenn der Informationskonsum der nachwachsenden Generation sich immer mehr auf Plattformen der großen Technologiekonzerne konzentriert, Nachrichten nach intransparenten Algorithmen angezeigt werden und damit quasi online nur noch eingeschränkt auffindbar sind?

Der US-Netzaktivist Eli Pariser hat schon 2011 darauf hingewiesen, dass die personalisierte Timeline von Facebook ihm vor allem Beiträge angezeigt hat, die mit seiner politischen Meinung übereinstimmen. Diese Einschränkung führt laut Pariser zu einer „Blase“, die einem kleinen persönlichen Informationsuniversum gleichkommt und nimmt dem Nutzer die Entscheidung ab zu sehen, welche Informationen und Meinungen außerhalb dieser Blase existieren. Reicht das für einen den gesellschaftlichen Willensbildungsprozess aus, wenn es zu machtvolle Gatekeeper ohne journalistische Ethik gibt?

Ich gebe zu, ich bin eher skeptisch, ob dieser Entwicklungen, auch weil ich glaube, dass in der Bevölkerung ein breites Bewusstsein für die langfristigen Risiken fehlt. Die gesellschaftliche Funktion der freien Presse ist notwendiger denn je.

Vielen Dank!