

Pressemitteilung

Rettet Silicon Valley den Journalismus?

Über neue Kooperationen, Verbreitungswege und Abhängigkeiten

Frankfurt, 12. Februar 2016. Es ging Schlag auf Schlag im vergangenen Jahr: Google kündigt seine *Digital News Initiative* an und eröffnet das *Google News Lab*, Facebook startet *Instant Articles*, Apple arbeitet an der *Apple-News-App* und stellt Redakteure ein, Twitter bietet mit *Moments* den Überblick über Nachrichten, bei Snapchat heißt die App *Discover*. Die Tech-Companies aus dem Silicon Valley entdecken die Traditionsmedien und ihre Inhalte. Eine Win-Win-Situation?

„Die Partner in diesen transnationalen Kooperationen erleben Unwägbarkeiten, Kulturunterschiede und immer wieder Zielkonflikte“, sagt Volker Lilienthal. „Es ist die schiere Reichweite beim digitalen Publikum, die Facebook, Google & Co. zu Hegemonen der Weltöffentlichkeit machen. Die Tech-Companies aus dem Silicon Valley sind nicht nur wirtschaftlich, sondern auch kulturell marktbeherrschend“, so der renommierte Journalistik-Professor. „Die Produkte der Tech-Companies prägen neue Mediennutzungsgewohnheiten, und sie bestimmen die Spielregeln für alle, die Medieninhalte digital vermarkten wollen. Auch der einst autonom gedachte Journalismus unterliegt der digitalen Kolonisation, die vom Silicon Valley ausgeht“, stellt Lilienthal fest.

Zum Auftakt des diesjährigen Ipr-forum-medienezukunft wird Volker Lilienthal, der seit 2009 an der Universität Hamburg eine Professur für Qualitätsjournalismus innehat und auf eine zwanzigjährige, mehrfach preisgekrönte Journalistenkarriere zurückblickt, in seiner Keynote sich mit den Zielkonflikten der transnationalen Kooperationen der Tech-Companies und der Traditionsmedien auseinandersetzen.

Als „entwurzelt und neu eingebettet in die Silicon-Valley-Ökosysteme“ beschreibt Frank Lobigs den Journalismus mit seinen traditionellen Produkten wie z.B. Zeitungen und konstatiert „einen Paradigmenwechsel, dessen revolutionäre Wirkung noch allseits unterschätzt wird“. Der ausgewiesene Medienökonom, Professor an der TU Dortmund, ist überzeugt: „Journalismus und Marketing werden durch einen ganz neuen Wettbewerb fundamental transformiert, nichts bleibt, wie es war“. Beim Ipr-forum-medienezukunft 2016 wird Frank Lobigs zum Auftakt der Debatte „The winner is...“ erläutern, wie die Logik des Netzes eine neue Ökonomie von Journalismus und Marketing prägt.

„Die Entwicklung des Journalismus war schon immer eng mit technologischen Entwicklungen verknüpft und stellte immer eine große Herausforderung dar“, betont Joachim Becker, Direktor der gastgebenden Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (LPR Hessen). „Doch mit der Eingliederung der Traditionsmedien in die Sphäre des



Netzes prallen verschiedene, vielleicht sogar konträre System-Logiken aufeinander: Häufigkeit versus Relevanz“. Digitale Kommunikation sei mobil, personalisiert und fragmentiert, Medieninhalte auf eine neue Art heimatlos und gleichzeitig ungeahnt vielfältig und faszinierend, hebt Becker hervor. „Uns geht es darum, die Konsequenzen und Bedeutung dieser Entwicklung zu verstehen“, so der LPR-Direktor.

Die siebte Ausgabe der Veranstaltungsreihe lpr-forum-medienezukunft dreht sich am 10. März 2016 in Frankfurt am Main um die Frage „Rettet Silicon Valley den Journalismus?“ und diskutiert neue Kooperationen, Verbreitungswege und Abhängigkeiten.

Die Veranstaltung der LPR Hessen wird konzipiert und realisiert vom Büro Ingrid Scheithauer.

Zeichen: ca. 3.300

Rückfragen an:

Büro Ingrid Scheithauer,

Zedernweg 5, 53340 Meckenheim

Ulrike Oertel | Mobil: 0160 73 74 624 | oertel@ingridscheithauer.de