

## Neue Zeitungen – Neue Leser

INTERNATIONALE FACHKONFERENZ ANLÄSSLICH DES 400. JUBILÄUMS DES ZEITUNGSDRUCK

**Rund einhundert Medienvertreter aus ganz Südosteuropa fanden sich am 8. Dezember 2005 im Hotel The Regent Esplanade in Zagreb ein um über Altes und Neues, Chancen und Risiken, Entwicklungen und Trends in der Medienlandschaft Südosteuropas zu sprechen. Die KAS-Außenstelle Zagreb hatte zur internationalen Fachkonferenz zum Thema „Neue Zeitungen – Neue Leser“ geladen.**

Der Einladung gefolgt waren zahlreiche Journalisten, Vertreter von Fachverbänden, Universitäten, internationalen Organisationen sowie aus Wirtschaft und Politik. Medial begleitet wurde die Konferenz von namhaften kroatischen Tageszeitungen. Anlass der Veranstaltung war der 400. Jahrestag des Mediums Zeitung. Dr. Christian Schmitz, Leiter der KAS-Außenstelle Zagreb für Kroatien und Slowenien, hob in seinem Grußwort die Bedeutung dieses ältesten Mediums für das alltägliche Leben sowie für die Etablierung von Demokratie und Menschenrechten hervor. So sei unser politisches, gesellschaftliches, kulturelles oder wirtschaftliches Leben heute nunmehr undenkbar geworden ohne Zeitungen.

Auch der Botschafter der Bundesrepublik Deutschland, Jürgen A.R. Staks, betonte die herausragende Stellung der Medien und die verantwortungsvolle Aufgabe der Medienvertreter darin, ihren Bürgern zu vermitteln, was genau die Europäische Union bedeute und welche Anstrengungen zu unternehmen seien, um den steinigen Weg dorthin zu gehen. Željka Antunović, Vorsitzende des Ausschusses für Information und Medien im Kroatischen Parlament, ging in ihrem Gruß-

wort im besonderen auf die Veränderungen im Mediensystem ein, die mit der Einführung der Marktwirtschaft in Kroatien einhergegangen waren.

Die anschließende Reihe der Vorträge eröffnete Ante Gavranović, Vorstandsvorsitzender von Privredni vjesnik und langjähriger Partner der Konrad-Adenauer-Stiftung in Zagreb. In seinem Referat gab er einen Überblick über die Entwicklung des Zeitungswesens in den vergangenen 400 Jahren und warf zugleich einen Blick auf die heutige Situation in der Medienlandschaft. Information sei heute mehr als jemals zuvor zur Ware geworden und gleichzeitig mehr denn je eine Voraussetzung für Demokratie und wirtschaftliche Entwicklung. Er deutete auf die neuen Herausforderungen hin, denen sich die Zeitungen angesichts des Bedeutungsgewinns neuer Medien wie des Fernsehens und des Internets stellen müssten. Die „Mission“ bestünde nunmehr nicht mehr nur in der Bereitstellung von Informationen sondern auch in der Erfüllung gesteigerter Lesererwartungen. Im Hinblick auf zunehmende Medienmacht und Medienorientierung müsse man sich jedoch die Frage stellen, inwiefern die Medien ihrer Hauptaufgabe noch gewissenhaft nachkämen.

Einen Überblick über Medien und Medienmacher in Südosteuropa gab anschließend Brankica Petković vom Friedensinstitut in Ljubljana. In ihren Ausführungen ging sie im Besonderen auf die Veränderungen im Zuge der Privatisierung der Medien in ehemals sozialistischen Staaten ein. Hier seien in mehreren Ländern z.T. gravierende Fehler durch „wilde Privatisierung“ gemacht wor-

den, deren Konsequenzen auch heute noch spürbar seien. Petković sprach über die Rolle von Fremdkapital, das nicht zwingend negativ sein müsse, und skizzierte in ihren Ausführungen das Bild eines aufgeblasenen „Medienschungels“ in vielen Ländern Südosteuropas, nicht selten beherrscht von sog. Medienbaronen. Um unter solchen Umständen die freie Meinungsvielfalt zu gewährleisten sei die Politik mit der richtigen Gesetzgebung gefordert. Ständiges Monitoring und Eigenreflexion seien auch seitens der Medien selbst unabdingbar, wolle man die Medien als Kontrollinstanz in einer freien Demokratie erhalten. Sie betonte in diesem Zusammenhang v.a. die Notwendigkeit, Mechanismen der Selbstregulierung zu entwickeln und aktive und starke Journalistenvereinigungen zu etablieren.

Als erster Referent aus Deutschland sprach Prof. Dr. Otto Altendorfer, Vorstandsvorsitzender der Akademie für multimediale Ausbildung und Kommunikation AG zum Thema Medienmanagement. Er ging dabei v.a. auf die veränderte Situation und die Herausforderungen an Personal und Management im Zeichen der Globalisierung ein. Fortschreitende Digitalisierung und Konvergenz der Medien, Anforderungen an das Personal, veränderte Organisation von Medienunternehmen sowie Tendenzen in Vertrieb und Marketing waren einige der Themenschwerpunkte seines Vortrages. Eine Fortführung fand dieses Themas im anschließenden Vortrag von Thomas Melzer, Kommunikations- und Medienberater (tomoko.de), der über neue Trends in den Medien sprach. Besondere Aufmerksamkeit schenkte er hierbei möglichen Reaktionen der „Zeitung von heute“ auf die veränderten Bedingungen im Zuge der Digitalisierung und Globalisierung der Medienwelt. Besonderes Interesse fand dabei die in Südosteuropa noch nicht so sehr verbreitete Nutzung von Telefon-Mehrwertdiensten oder die Einführung von Produktreihen zum Zeitungsprofil.

Und weil beim Betrachten von Neuen Zeitungen und Neuen Lesern auch der Kommunikator selbst nicht außen vor gelassen werden darf, stellte zum Abschluss der Konferenz Prof. Dr. Stjepan Malović, Direktor des ICEJ (International Centre for the Edu-

cation of Journalists) die Journalistenausbildung - Mängel und mögliche Verbesserungsmöglichkeiten – in weiten Teilen Südosteuropas vor.

In der abschließenden Diskussion, die, wie die gesamte Konferenz, moderiert wurde von Dr. Danijel Labaš, Dozent für Kroatische Studien an der Universität Zagreb, ging es vor allem um die Rolle des einzelnen Journalisten in der sich verändernden Medienwelt. Einige Teilnehmer stellten hierzu insbesondere die von Prof. Altendorfer aufgestellten Thesen zum notwendigen Medienmanagement in Frage und betonten die schlechte Position des einzelnen Journalisten, die dadurch entstehe. Nach einiger Diskussion einigten sich die Konferenzteilnehmer doch darauf, dass die Veränderungen in der Medienwelt nicht aufzuhalten seien, der Journalist sich also vielmehr stärker als zuvor als Dienstleister begreifen müsse. Ein zweiter Diskussionspunkt waren die Chancen und Perspektiven der sog. Online-Medien. Diese haben, so die Expertenmeinung, nur dann eine Überlebenschance wenn sie den Brückenschlag in die „reale Welt“ schaffen. Einige Teilnehmer waren hierzu der Meinung, bestimmte Medien werden in Zukunft nur noch als reine Plattformen fungieren, auf denen ein Anbieter dieselbe Information mehrere Male platzieren will – ob dabei ernsthafte, qualitativ hochwertige Zeitungen ihre Nische finden werden, sei die große Frage. Insgesamt zeigte die Fachkonferenz, die einen intensiven Austausch von Medienvertretern ermöglicht hatte, dass die Probleme in vielen Ländern Südosteuropas die gleichen sind, und auch die Perspektive EU ohne eigene Initiative nicht ohne weiteres Abhilfe schaffen kann. Vielmehr sei Eigeninitiative in mehreren Bereichen nötig. Abschließend blieb beim Blick nach vorne zu bemerken, dass wohl die Zukunft aller Medien im multimedialen Auftritt liegt. Die Zeitung als ältestes Medium muss sich, will sie überleben und auch in Zukunft eine ernsthafte Rolle im Informationsfluss der immer schneller werdenden Gesellschaft spielen, als spezieller „Brand“ etablieren – nur so kann sie auch die nächsten 400 Jahre bestehen.