

## Keynote

### Mehr Vielfalt

Christian Spahr, Leiter Medienprogramm Südosteuropa, Konrad-Adenauer-Stiftung

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, dass Sie so zahlreich gekommen sind, und möchte Sie herzlich begrüßen. Es ist eine Tradition, dass wir am Anfang eines neuen Jahres die bulgarische Medienszene unter die Lupe nehmen. Aber wir sind weit entfernt von Routine. Im Gegenteil: Je mehr wir beobachten, desto mehr Anzeichen sehen wir für tiefgreifende Veränderungen.

Die bulgarischen Medien und vor allem die Zeitungen stehen vor einem weiteren Umbruch und vor schwierigen Entscheidungen. Viele von uns sehen Signale für eine intensive Konzentration.

Ich möchte mit Ihnen einige Beobachtungen zur heutigen Ausgangslage teilen:

1. Die bulgarischen Zeitungen sind stärker polarisiert als zum Beispiel Medien in Westeuropa. Wenn wir die Berichterstattung über Spitzenpolitiker anschauen, wird deutlich, dass sich viele sehr positive und einzelne sehr negative Urteile gegenüberstehen. Es gibt aber wenig differenzierte Positionen in der Mitte.
2. Gleichzeitig sind die Bedingungen für tiefgreifende Recherchen nicht ideal. Komplexe politische Inhalte schaffen es nur schwer in die Medien, und investigativer Journalismus ist wenig verbreitet. Die Gründe sind vielfältig – von der finanziellen Ausstattung der Redaktionen bis zur geschäftlichen Politik der Verlage.
3. Durch die politischen Bedingungen im 20. Jahrhundert war es nicht möglich, dass über längere Zeit eine verlegerische Tradition entstanden ist. Also eine spezifische Berufsauffassung von Medieneigentümern, die sich stark an der gesellschaftlichen Rolle der Presse als Stütze der Demokratie orientiert.
4. Es gibt sehr viele Medien in einem überschaubaren Markt, sodass eine weitere wirtschaftliche Konsolidierung auf der Hand liegt. Dazu trägt der Druck des Internets bei, das vor allem für junge Leute zunehmend das Medium Nummer eins ist.

Lassen Sie uns daher auch über Wirtschaft sprechen. Vorbei ist die Zeit, wo das Abonnement einer Zeitung selbstverständlich war. Heute setzen sich nur noch Produkte durch, die durch Originalität überzeugen. Gerade die markenbewussten Konsumenten von heute kaufen nicht gern Standardware. Das gilt umso mehr, als es mit dem Web eine kostenlose Alternative gibt.

Eine Konzentration in der Eigentümerstruktur löst - rein wirtschaftlich – keine Probleme, wenn nicht gleichzeitig in die Qualität der Produkte investiert wird. Ein Kaufangebot muss immer besser sein als ein Gratisangebot. Der richtige Weg ist aus meiner Sicht: Mehr differenzierte Betrachtungen, ungewöhnliche Perspektiven. Dicke Bretter bohren und komplexe Themen anschaulich machen. Den Menschen die komplizierte Wirklichkeit von Politik und Wirtschaft erklären. Ein Stück Lebenshilfe bieten. Journalismus rentiert sich heute, wenn überhaupt, nur noch dann, wenn er erstklassig ist. Dazu brauchen wir mehr Vielfalt, nicht weniger.

Ich würde mich freuen, wenn unsere Studie und die gemeinsame Diskussion zur einer qualitätsorientierten Entwicklung in den Medien beitragen können.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.