

16.09.2010 - 10:36 Uhr

media coffee der dpa-Tochter news aktuell in Berlin: Jedes Unternehmen muss heute Content produzieren

Hamburg (ots) -

Mit einer großen Diskussionsveranstaltung in Berlin ist gestern die diesjährige media coffee-Reihe der dpa-Tochter news aktuell zu Ende gegangen. Eine der Kernthesen: Jedes Unternehmen muss heute Content-Produzent sein. In unserer Gesellschaft, deren Wahrnehmung sich in viele Mikro-Öffentlichkeiten aufspaltet, ist die direkte Kommunikation mit Kunden und Märkten unverzichtbar. Knapp 350 PR-Fachleute und Journalisten waren gestern unter dem Titel "Kommunikation 2020: Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?" zu Gast in der Berliner Kalkscheune. Moderator der Diskussionsrunde war Medienautor Kai-Hinrich Renner vom Hamburger Abendblatt.

Dass es nach wie vor eine immense Herausforderung für Verlage ist, mit journalistischen Produkten im Internet Geld zu verdienen, unterstrich Internetexperte und Kommunikationsberater Sascha Lobo. "Es ist noch nicht herausgefunden worden, wie sich professioneller Journalismus im Internet refinanziert. Ich erwarte aber von den Verlegern, dass sie das möglich machen." Lobo machte außerdem deutlich, wo er die wesentliche Veränderung im Kommunikationsverhalten sieht. Seiner Meinung nach muss heute jedes Unternehmen selber Content produzieren. Im Hinblick auf die Existenz zahlreicher paralleler Mikro-Öffentlichkeiten im Internet sind Firmen aufgefordert, direkt mit Kunden und Märkten zu kommunizieren, um am dortigen Dialog teil zu haben. "Die Leute informieren sich heute viel atomisierter", schlussfolgerte Lobo.

Eine andere Erwartung an die Entwicklung der Mediengesellschaft machte Verleger und Geschäftsführer der Wochenzeitung "Der Freitag" Jakob Augstein deutlich. Für ihn sei es die Kernfrage, wer, wenn nicht die Medien, in Zukunft die Rolle der vierten Gewalt wahrnehmen solle. Dass Blogger jemals eine tragende Korrekturfunktion innerhalb der Gesellschaft wahrnehmen könnten, wie es heute Zeitungen, TV und Radio täten, bezweifelte Augstein sehr: "Ich bin für Institutionen." Deshalb werde die gesellschaftliche Bedeutung der Medien auch trotz Facebook und Bloggern in Zukunft weiterhin sehr hoch sein. "Im Kern hat sich die Aufgabe von Journalisten nicht geändert. Nur das Umfeld ist ein anderes", so Augstein.

Einen ähnlichen Standpunkt nahm Jan-Eric Peters ein. Der Chefredakteur der WELT-Gruppe aus dem Axel Springer Verlag blickte ausgesprochen optimistisch in die Zukunft. "Heute arbeiten in den Medien viel mehr Menschen als noch vor zehn Jahren. Für Journalisten ist ein traumhaftes Zeitalter angebrochen." Trotzdem räumte er ein, dass im Hinblick auf Internet und Social Media die Anforderungen an die Medienschaffenden deutlich gestiegen seien. "Journalisten müssen heute mehr tun. Das Publikum ist größer geworden." Dass Qualitätsjournalismus und Social Media dabei etwas Gegensätzliches sind, wollte er nicht gelten lassen und machte den hohen Stellenwert von sozialen Netzwerken wie Facebook für seine Redaktion deutlich: "Wir wollen dort empfohlen werden. Und das kriegt man nur mit Qualität hin."

Axel Wallrabenstein von der PR-Agentur Publicis Consultants sieht dagegen die Verlage heute und in Zukunft in einer schwierigen Situation. "Die klassischen Medien sind nach wie vor wichtig, aber haben an Bedeutung verloren. Ich glaube, dass das Thema investigativer Journalismus in zehn Jahren keine große Rolle mehr spielen wird. Das werden all die Echtzeitjournalisten via Twitter, Facebook oder Blogs übernehmen." Insgesamt beobachtet er, dass für

seine Kunden die öffentliche Wahrnehmung via redaktionelle Beiträge nicht mehr so dominant im Vordergrund stehe wie noch vor ein paar Jahren. "Journalismus ist nicht mehr kriegsentscheidend", so Wallrabenstein.

Weitere Informationen über die media coffee-Reihe "Kommunikation 2020: Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?":
<http://www.mediacoffee.de>

Blogbeitrag über die gestrige Diskussionsrunde in Berlin:
<http://www.mediacoffee.de/node/4206>

Bildergalerie auf Facebook:
http://www.presseportal.de/link/facebook_album_B_2010

Echo auf Twitter:

<http://twitter.com/#search?q=%23mediacoffee>

Pressekontakt:

news aktuell GmbH
Leiter Unternehmenskommunikation
Jens Petersen
Telefon: 040/4113 - 32843
Fax: 040/4113 - 32855
petersen@newsaktuell.de
<http://twitter.com/jenspetersen>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100610372> abgerufen werden.