Online-Artikel "tendenz"

2. Quartal 2009 | Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)

Mit Konvergenz und Krise als Herausforderungen für das private Fernsehen beschäftigte sich das DLM-Symposium am 11. März 2009 in Berlin. Der Titel des Symposiums: **„Lost in Transition: Überlebensstrategien für das private Fernsehen“**

„Das alte Leitmedium Fernsehen ist geschwächt“, stellte der baden-württembergische Medien-minister Prof. Dr. Wolfgang Reinhart zum Auftakt des diesjährigen DLM-Sym-posiums in Berlin fest. Rund 300 Gäste waren der Einladung der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) gefolgt, um „Überlebensstrategien für das private Fernsehen“ zu diskutieren. Einig waren sich die Referenten aus Medienpolitik, Aufsicht und Unternehmen darin, dass die tiefe Krise, in der das private Fernsehen 25 Jahre nach seiner Gründung stecke, nicht nur mit der Wirtschaftskrise zu begründen sei. So zweifelte Reinhart die Überlebensfähigkeit des linearen Fernsehens an und wurde darin vom britischen Medienwisenschaftler Prof. Dr. Richard E. Collins bestärkt. Das Internet, sagte Collins, sei zu einer Bedrohung für die klassischen Medien geworden: In Großbritannien beispielsweise hätte die Online-Werbung bereits einen Anteil von knapp 19 Prozent am gesamten Werbeaufkommen. Das Stück, das sich Google, Ebay und Co in Großbritannien vom Werbekuchen abschnitten, ist seiner Ansicht nach groß genug, um bei den klassischen Medien einen Strukturwandel in Gang zu setzen.

Aufgrund der Konvergenz und der Krise des werbefinanzierten Privatfernsehens müssten sich die Sender mehr Möglichkeiten suchen, außerhalb der konventionellen Werbung Geld zu verdienen, mahnte Prof. Annet Aris von der Business Scool INSEAD, die in diesem Zusammenhang vor allem auf Cross-Promotion setzt. Mehrfach erklärten die Sendervertreter in den Diskussionsbeiträgen, dass trotz Krise keine staatliche Unterstützung gebraucht werde, da Privatfernsehen nach wie vor eine lukrative Veranstaltung sei (Klaus-Peter Schulz von ProSiebenSat.1 Media). Allerdings sei das duale System in einer Schieflage, mahnten die Vertreter der Medienpolitik. „Einen Rettungsschirm müssen wir nicht aufspannen, aber Werberegeln und das Konzentrationsrecht gehören auf den Prüfstand“, forderte der DLM-Vorsitzende Thomas Langheinrich, der anregte, zumindest im öffentlich-rechtlichen Fernsehen auf Werbeeinnahmen zu verzichten.

Bettina Pregel