

Springer & Funke: Aufbruch nach vorn ...(02.08.13)

... statt abzuwarten und geschrumpft zu werden.

Aufregung um den Medien-Deal. Wenn sich was bewegt in der Zeitungslandschaft, klingt es wie Götterdämmerung oder Sauriersterben. Kommentatoren schrecken lustvoll empor. Gewerkschaftliche Bewahrer wollen den Heizer auf der E-Lok.

Den Ball kann man flacher halten. Wenn die einen verkaufen, sind andere da, die kaufen. Wenn die einen ihren Schritt für alternativlos halten, sehen andere noch Wege. Bewiesen ist, dass deutsche Medienunternehmen lebendig und vital sind. Sie stellen sich auf ihre Weise auf radikale Veränderungen der Mediennutzung ein.

Das Terrain ist schwierig. In den Sonntagsreden sind Zeitungen Kulturgut und Voraussetzung für Demokratie. In der Woche sind sie dann auch Handelsware und schwarze oder rote Zahlen in der Bilanz. Was soll man tun, wenn Abonnements und Werbewirtschaft ins Internet abwandern? Neue Bezahlmodelle müssen dort erst noch greifen. Was sich unterm Strich nicht rechnet, lebt gefährlich.

Der Clou der digitalen Revolution ist nicht die Vielfalt neuer Maschinen, sondern die Erfindung einer Maschine für alles. Das Smartphone deutet das an. Es verändert Verhalten. Medienanbieter haben zu folgen. Die Politik hat den Anschluss verpasst. Sie muss nachsitzen.

Wer eine Bindung an Zeitungen hat, ist aufgeregt, wenn er sie morgens nicht im Briefkasten findet. Dieses Gefühl vererbt sich nicht. Eine wachsende Klientel will nicht mehr blättern, sondern wischen. Medienhäuser gehen mutig ein unternehmerisches Risiko ein, weil weniger Leser eine Zeitung kaufen oder viele User nichts bezahlen wollen. Alle haben ein gemeinsames Risiko: Ob Leser oder User: „Ohne Moos nix los“. Journalistische Qualität und Professionalität kosten Geld.

Springer oder Funke - beide wissen nicht genau, wie lange Print noch funktioniert und wann die Bezahlschranken fallen. Beide suchen den Grenzwert, der mediales und unternehmerisches Überleben sichert. Wenn ein deutsches Unternehmen die Digitalentwicklung nicht Amerikanern überlassen will oder wer wie die Funkes auf Synergieeffekte setzt und unter anderem den Lokalbereich ausweitet, zeigt Entscheidungsstärke und Innovationskraft. Das verdient Lob statt Schelte.