

**TEILNEHMERMEINUNG**

Mit vielen guten Ideen und wertvollen Informationen bin ich mit meiner Frau von den Würzburger KV-Tagen und der Carl-Sonnenstein-Preisverleihung in Mainz zurückgekehrt. Herzlichen Dank für diese hervorragend organisierte und mit exzellenten Referenten besetzte Veranstaltung.

Franz-Josef Stevens (W-M)



Prof. Andreas Büsch (rechts) von der Katholischen Hochschule Mainz sprach zum Thema „Zwischen Partizipation und Ohnmacht. Digitale Medien als individuelle, soziale und politische Herausforderung.“

Die Entwicklung der Social Media wird vielfach als zweite Kommunikations-Revolution nach der Erfindung des Drucks mit beweglichen Lettern durch Johannes Gensfleisch zu Gutenberg um 1450 angesehen. Doch was für die einen der Untergang des Abendlandes ist, ist für die anderen der Anbruch eines globalen, medialen Reichs der Freiheit, in dem der Geist, durch Technik befreit von allen historischen, biologischen und ethischen Einschränkungen, frei agieren kann. Schon Bertolt Brecht kritisierte 1932 die Einbahn-Struktur des damals neuen Massenmediums Hörfunk: „Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsys-

NOTIZEN ZU MEDIENETHIK UND NETZKOMPETENZ**45. KV-Tage vom 9. bis 11. Januar**

Kein Tag vergeht, an dem nicht neue Websites gestaltet und neue Communities gegründet werden. Längst ist das Internet mehr als ein neues Medium neben Print, Radio und Fernsehen. Es vernetzt die getrennten Mediensegmente miteinander. Es integriert Wort, Bild und Ton. Es verfügt über eigene Sprachcodes, Zeichensysteme und Inhalte. Das Internet ist ein gigantisches Kommunikations- und Vertriebssystem, das jedwede Angebote umgehend den Menschen zustellt. Aber wie dienen diese neuen Kommunikationsformen dem Menschen? Wo gibt es Risiken? Wird bei der Nutzung der neuen medialen Möglichkeiten die Menschenwürde geschützt? Wie steht es um Zugangsvoraussetzungen und Partizipationschancen der Bürger, wie steht es um Grundnormen wie Gerechtigkeit? Internet und soziale Netzwerke - Chance und/oder Gefahr? Mit dieser Frage befassten sich Anfang Januar in Mainz die KV-Tage 2015.

tem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen. Der Rundfunk müsste demnach aus dem Lieferantentum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren.“ Was Brecht hier forderte, ist genau das, was die Internetkultur einzulösen verspricht: den interaktiven Einbezug aller Nutzer des Internets als freie Akteure. Also: jeder sein eigener Programmdirektor und eigener Chefredakteur? Das Internet als Forum freier Nutzer, die sich, wie einst die Bürger auf der Agora im antiken Athen, zum freien Gedankenaustausch versammeln und zwanglos miteinander kommunizieren?

Die Realität sieht anders aus: Ist es freie Kommunikation, wenn junge Leute in Facebook zum Preis der Selbstdarstellung ihre Privatsphäre aufgeben und dann Datenmissbrauch und Cybermob-

bing zu spüren bekommen? Und: Bewegt sich der Internetnutzer wirklich frei und autonom im Internet, wenn Suchmaschinen ihn über die Antworten >>



Dr. David Hober vom Katholischen Medienhaus der Deutschen Bischofskonferenz hatte sich das Thema „Kirchliche Kommunikation im Wandel“ ausgewählt.

Auch die Pausen
während der Vorträge
wurden zum Gedanken-
austausch genutzt.



Der Vorortspräsident Michael Baumann
hat das Wort.



Trotz anderslautender Berichte
haben die Damen im KV ein
gewichtiges Wort mitzureden.



» auf seine Fragen, über Vorschläge und
Stichwörter in jene Bahnen lenken, die
für die Anbieter dieser Suchmaschinen
die kommerziell günstigsten sind?

Medien können sozial und konstruktiv genutzt werden

Eines ist klar: Medien können sozial und
konstruktiv genutzt werden – oder auch
nicht. Und diese Polarität von Chancen
und Risiken, zeichnete Professor Andreas
Büsch in seinem Vortrag nach. Er ist Pro-
fessor für Medienpädagogik und Kom-
munikationswissenschaft an der Katho-
lischen Fachhochschule Mainz und leitet
die Clearingstelle Medienkompetenz der
Deutschen Bischofskonferenz.

Ambivalent ist die Entwicklung bereits
bei der Konvergenz der Medien. Tablets,
Smartphones, Laptops bündeln viele
Medien, für die bis vor kurzem einzelne
Geräte zuständig waren. „Wenn Sie mein
Smartphone sähen“, sagte Professor Büsch,
„sähen sie auch einen Fernseher, ein paar
Einkaufslisten, ein paar Flugzeugbord-
karten und Zugfahrtscheine, einen Rei-
seführer, eine Pulsuhr, eine Stoppuhr

natürlich, einen Internet-
Zugang, einen Arbeits-
platz-Computer, auf dem
ich zur Not auch noch
Texte oder Präsentationen
verfassen kann, eine Ka-
mera, zwar nicht so gut
wie meine Spiegelreflex
aber immer noch eine ver-
tretbare Kamera, ein Scan-
ner, ein Visitenkarten-Ge-
rät, eine Fernbedienung für Kreditkar-
ten, ein Buch bzw. eine halbe Biblio-
thek und natürlich unter anderem auch
noch ein Telefon mit perfekt abgegliche-
nem Adressbuch.“ Aber diese Bündelung
macht Nutzer auch angreifbar: „Wenn
mein Telefon früher kaputt war, brauchte
ich ein neues Telefon, aber nicht auch
noch eine neue Kamera. Wenn dieses
Gerät kaputt oder verloren geht, habe ich
ein ernsthaftes Problem.“

Diese Ambivalenz setzt sich fort bei
den Social media: „Ich poste etwas und
innerhalb weniger Minuten bekomme
ich Kommentare dazu oder die so ge-
nannten likes“, sagte Professor Büsch.

Die Social media seien von Grund her
dialogisch und aktivierend: „Auch de-
mokratisierend“, ergänzte Büsch. „Es
gibt diese wunderbare Geschichte der
ersten Präsidentschaftskampagne von Ba-
rack Obama in den USA, die er, sagen
Analysten, deswegen gewonnen hat, weil
er ganz geschickt social media eingesetzt
hat – immer verbunden mit dem Satz:
„Frage nicht, was kann dein Staat für
dich tun, frage, was kannst du für deinen
Staat tun!“ Aus dieser Haltung Leute an-
zusprechen und ihnen zu sagen: „Du
kannst mittun, klink dich ein, diskutiere
mit – das funktionierte ganz hervor-
ragend.“

Die Diskussion kam auf den Würzburger KV-Tagen nicht zu kurz. Auf dem unteren Bild sehen wir Klemens Weilandt, der den Lesern der AM durch seine Glossen kein Unbekannter ist.



Faszinierende neue Möglichkeiten

„Ja, ich finde das faszinierend, nein, ich bin nicht der Meinung, es gebe da keine Schwierigkeiten oder Herausforderungen“, sagte Büsch. „Zweifelsfrei haben wir es mit ganz innovativen Nutzungsmöglichkeiten zu tun. Früher gab es Lesen: Das kennen Sie noch alle: Bücher, Zeitungen, Zeitschriften. Dann gab es Surfen: Das war die Art und Weise, wie man mit Web-Sites umging.“ Jetzt gäbe es Stöbern, „Häppchen-Kommunikation“: „Wir klicken uns durch Profile anderer durch“ Aber, warnte der Medien-Ethiker: „Ein großes Problem ist ganz sicher, dass die großen Anbieter uns alle

„umzäunte Gärten“ anbieten wollen. Facebook möchte nicht, dass ich auch bei Google oder sonst wo bin, sondern möchte alles, was ich zum Leben brauche, bei sich anbieten, damit ich ja nicht auf die Idee komme, dass es jenseits dieser Mauer schöner sein könnte.“

Denn: Der Reiz vieler Dienste und Angebote des Social Web liegt im Mehr an Komfort: So ist bei einer Google-Suche nicht einmal die exakte Schreibweise des gesuchten Begriffs nötig: Googles automatische Vervollständigung schlägt sofort Begriffe vor, die der Nutzer möglicherweise auch eingeben will. Zudem scheint der Nutzerkomfort nichts zu kosten. Tatsächlich bestehen die verdeckten Kosten in der Preisgabe der Nutzer-Daten. Das Adressbuch wird von Facebook oder Whatsapp komplett eingelesen, um dem Nutzer Freunde „vorschlagen“ zu können. Die Geschäftsmodelle fast aller Anbieter laufen darauf hinaus, Daten von Nutzern zu sammeln, um aus deren Auswertung Werbeangebote bzw. Hinweise auf Produkte platzieren zu können. Zusammen mit Bewegungsprofilen durch Nutzung von GPS-Daten oder Bekanntgabe von Orten, an denen Nutzer sich aufhalten, entstehen so sehr differenzierte Profile, die der Idee einer informationellen Selbstbestimmung diametral widersprechen.

Das größte Problem sei dabei, so Professor Büsch, „dass Leute freiwillig dabei mitarbeiten“. Den meisten - und nicht nur jungen Menschen - sei nicht wirklich bewusst, dass das, was sie irgendwo posten, „weltweit überall zugänglich ist und zwar relativ dauerhaft. Den Zwang zur Löschung hat der europäische Gerichtshof erst im Mai letzten Jahres eingeführt und ein Google-Vertreter erzählte auf einer Konferenz im September, sie hätten in dem Vierteljahr seitdem hunderttausend Anträge auf Löschungen bekommen.“

Heute gehen Studien davon aus, dass Daten-Konzerne wie Google in spätestens zwei Jahren das Verhalten von Menschen aufgrund der bisher gesammelten Daten vorhersagen könnten. Bereits jetzt gibt es bei Online-Shops Empfehlungen auf ähnliche Produkte wie die soeben angeschauten oder Hinweise, was andere Käufer auch noch erworben haben. Diese scheinbar individuellen redaktionellen Empfehlungen werden von Algorithmen produziert, die aufgrund der bereits erhobenen Daten Angebote aus-

filtern – und damit die Wahrnehmung der Nutzer lenken und letztlich ihre kommunikativen Möglichkeiten einengen.

Umgang mit Medien erfordert Sachkompetenz

„Unsere Sinne sind unsere Schnittstelle zur Welt“, sagte Professor Büsch. „Wenn ich nicht hören, riechen, fühlen, schmecken kann, kann ich weder die Welt der Dinge, noch die Welt der Menschen wahrnehmen, dann kann ich nicht sozial handeln. Natürlich brauche ich im Umgang mit Medien auch Sachkompetenz. Ich muss wissen, wie ich diese Geräte bediene, ich muss wissen, welche Angebote ich wie nutzen kann, wie bekomme ich, was mich wirklich interessiert und nicht nur, was der oben im Angebot hat.“ Aber genauso nötig sei ein solides Selbstmanagement im Umgang mit digitalen Medien: „Ob Sie es Medienbildung nennen oder ob Sie das Zauberwort der Medienpädagogik, die Medienkompetenz bemühen – in jedem Fall ist das ein Bereich, mit dem Sie sich auseinandersetzen müssen.“

Die folgenden Vorträge rückten die traditionellen Medien Zeitung und Fernsehen in den Blick: Längst stehen sich digitale und analoge Medien nicht mehr als getrennte Sphären gegenüber. In Buchverlagen werden die Datensätze, aus denen gedruckte Bücher hervorgehen, für E-Books umformatiert. Zeitungsverlage bewirtschaften Printausgaben, Online-Portale und iPad-Versionen der Printausgabe. Und längst vermarkten sie auch nicht-journalistische Produkte.

Die auf Papier gedruckten Tageszeitungen sind in dieser Mischwelt die Sorgenkinder. Sie sind die Markenerkerne, von denen alle Verwertungsketten profitieren, aber ihre Auflagen sind rückläufig, ihre Umfänge schrumpfen bei gleichbleibenden oder gar steigenden Verkaufspreisen.

Was wird aus Print? Was die kirchlichen Medien, lange Zeit der „stille Riese“ unter den Medien, angeht, zog David Hober, Geschäftsführer der Allgemeinen gemeinnützigen Programmgesellschaft GmbH (APG) und Programmverantwortlicher für katholisch.de eine nüchterne Bilanz: „Print“ sind für uns vor allem die Kirchenzeitungen. Und da sehen die Zahlen nun wirklich nicht beglückend aus. Es gibt nur zwei, drei Kirchenzeitungen, wo es nur halbwegs ➤

» geht.“ Ansonsten: „Die Kirchenzeitung stirbt mit ihren Abonnenten. Das ist das Problem und man muss gewissermaßen überlegen, wie kann man diese Form der wichtigen kirchlichen Kommunikation sozusagen ersetzen.“ Die Social Media jedenfalls seien ein Feld, das die kirchliche Medienarbeit bis jetzt noch nicht genug bedacht habe.

Die lokale Verwurzelung der Regionalzeitungen

Was sein Feld, die Regionalzeitung, angeht, zeigte sich Stefan Kläsener, seit Dezember 2014 Chefredakteur des Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlags in Flensburg, angesichts ihrer starken lokalen Verwurzelung optimistisch: „Die Exemplare, die wir drucken und verteilen, sind mit dem Faktor 3,5 zu versehen. Das heißt: Pro Exemplar wird die Zeitung 3,5 mal gelesen.“ In der deutschen Medienlandschaft seien Regionalzeitungen so etwas wie die „hidden heroes“. „Regionalzeitungen haben die Eigenart, dass sie auf die Welt unter dem Blickwinkel ihrer Region schauen“, sagte Kläsener, und dies sei die hohe Kunst ihrer Berichterstattung. Regionalzeitungen würden mehr gelesen als je zuvor, aber immer weniger Leser seien bereit, dafür zu bezahlen, schließlich greife das Internet die Inhalte der Regionalzeitungen ab und biete deren Informationen kostenlos an. Das Geschäftsmodell der Regionalzeitungen sei in die Krise geraten, nicht die Regionalzeitung an sich.

„Ich will Qualität und ich will Quote“, sagte der Fernsehjournalist Claus Kleber, der bis 2009 das ZDF-heute-journal leitete und das Magazin heute als freier Mitarbeiter moderiert. „Wenn ich ein Programm mache, das lauter Kokoloeres erzählt, aber so lustig ist, dass wir fünf Millionen Zuschauer haben, aber wir bringen keine Inhalte herüber, dann habe ich versagt. Wenn ich aber ein Programm mache, das nur noch die Feuilleton-Abteilung der FAZ interessiert und wahnsinnig hochgestochene intelligente Programme mache, die zum Schluss nur noch von einer halben Million Menschen gesehen werden, dann habe ich auch versagt. Ich muss versuchen, ein Programm so interessant zu gestalten, dass es vielen Menschen relevante Informationen bietet.“ Das beste Mittel dazu sei gute journalistische Arbeit. „Die Bilder müssen stimmen, die Texte müssen überzeugend und eingängig sein, die Fra-



v.l.: der Stellvertretende Akademieleiter Kb Werner Rellecke, der Leiter der KV-Akademie Kb Klaus Gierse und Kb Stefan Kläsener



Dr. Claus Kleber, der keinen Hehl daraus machte, CVer zu sein und an unseren Kartellbruder Alois Rummel erinnerte.

gen müssen die sein, die Ihnen durch den Kopf gehen, selbst wenn es Fragen sind, die Sie selbst in dem Moment kaum formulieren würden.“

Das bedeutet: Nur durch fortwährende Bearbeitung des Rohstoffs News werden sich Zeitung, Fernsehen und Radio gegenüber der Internet-Konkurrenz halten. Zumal der Zwang immer schneller zu liefern, schwer auf den Berichterstattern lastet. Auch Journalisten machen Fehler, wenn ihnen etwa Hintergrundwissen fehlt und die Fähigkeit, Dinge richtig zu beurteilen. Für Betroffene kann das fatale Folgen haben. Es sei ein besonderes Privileg der Medien, über Verdachtsmomente berichten zu dürfen und keine Sanktionen durch das Presserecht befürchten zu müssen, selbst wenn sich Verdachtsmomente später als unhaltbar erwiesen, sagte der Medienjurist Gernot Lehr, der als Anwalt von Christian Wulff bekannt geworden ist. Doch um von diesem Privileg Gebrauch machen zu können, müsse die Presse Voraussetzungen beachten: Ein Mindestbestand an Beweistatsachen müsse vorliegen. Das Fehlverhalten müsse von öffentlichem Interesse sein, Journalisten müssten sorgfältig recherchieren und den Fall ausgewogen darstellen. Zudem müsse der Journalist den Betroffenen auch mit den Ergebnissen seiner Recherche konfrontie-



Rechtsanwalt Gernot Lehr aus Bonn sprach über das Spannungsverhältnis von Skandalen und Medien.

ren und ihm Zeit lassen, sich zu den Vorwürfen zu äußern. Denn das Internet verschärft das Problem der Verfügbarkeit von Artikeln, selbst wenn diese schon nicht mehr aktuell oder falsch sind. Dadurch besteht natürlich die Gefahr, dass eine Story kaputt gemacht wird, weil der Betroffene alle Beweise glaubwürdig entkräften kann. Aber vielleicht steckt in solchen Schranken, in diesem Zwang zur Gründlichkeit auch die Chance für traditionelle Medien, in relativer Distanz zum schnellen Nachrichtenjournalismus, zum Liveticker und zum Flow der News gut recherchierte Geschichten, Reportagen, Analysen und Kommentare zu erstellen, die man auch über den Tag hinaus lesen oder ansehen kann. Eines ist klar: Die digitale Revolution ist längst nicht abgeschlossen. Nutzer und Anbieter wird sie auch künftig nötigen, sich neu zu orientieren. <<

Reinhard Nixdorf (Nm-W)