

Dienstag 19.01.2010

Nachrichtenagentur

Titel	PLZ, Ort	interne Pub.-Nr.
<input checked="" type="checkbox"/> dpa	20148 Hamburg	700200
<input type="checkbox"/> dpa lbn	10117 Berlin	700202
<input type="checkbox"/> dpa lno	20148 Hamburg	700203
<input type="checkbox"/> dpa lni	30159 Hannover	700204
<input type="checkbox"/> dpa lnw	40217 Düsseldorf	700205
<input type="checkbox"/> dpa lhe	60327 Frankfurt/Main	700206
<input type="checkbox"/> dpa lrs	55116 Mainz	700207
<input type="checkbox"/> dpa lsw	70173 Stuttgart	700208
<input type="checkbox"/> dpa lby	80331 München	700209
<input type="checkbox"/> dpa lmv	19002 Schwerin	700210
<input type="checkbox"/> dpa lah	39104 Magdeburg	700211
<input type="checkbox"/> dpa lth	99084 Erfurt	700212
<input type="checkbox"/> dpa lsn	01067 Dresden	700213

Adresse:  
Deutsche Presse-Agentur GmbH

Mittelweg 38  
20148 Hamburg  
Fax: 040/4113-2219  
Tel.: 040/4113-0

1 erschienene Meldung(en)

bdt 0421 4 vm 305 dpa 0557 1421

Medien/

US-Experte sieht Zeitungen vor dem Verschwinden =  
Frankfurt/Main (dpa) - Angesichts des Internet-Siegeszuges sieht der US-Medienexperte Norman Pearlstine wenig Hoffnung für die Zeitungen. «Ich glaube, dass die meisten, wenn nicht alle Zeitungen in den USA innerhalb von 20 Jahren nicht mehr erscheinen werden», sagte Pearlstine am Dienstag bei einem Medienkongress der Fachzeitschrift «Horizont» in Frankfurt. Auch den deutschen Blättern drohe Gefahr. Pearlstine ist beim US-Medienkonzern Bloomberg für die strategische Entwicklung zuständig. Vor allem wegen der ins Internet abgewanderten Anzeigen entfallende für Zeitungen das Geschäftsmodell, sagte er. Außerdem sei das Internet aktueller und kostengünstiger.

Deutschland werde dem amerikanischen Trend folgen, prophezeite Pearlstine, der viele Jahre Chefredakteur des US-Nachrichtenmagazins «Time» und zuvor in leitender Funktion beim «Wall Street Journal» war. Allerdings gebe es hierzulande einen Hoffnungsschimmer: Die Lesekultur sei in Deutschland viel stärker verwurzelt als in den USA. Auch seien die Deutschen stärker bereit, für Medien und deren Inhalte zu bezahlen.

Optimistischer zeigte sich Pearlstine für die Zeitschriften, weil diese meist spezielle Nischenmärkte bedienen und nicht so stark von Werbung abhängig seien. Neue Technologien wie etwa die dünnen und flexiblen Tablet-Computer würden die Verlagerung von Zeitschriften- Inhalten ins Internet aber beschleunigen.

Nach Einschätzung des deutschen Medienberaters Peter Kruse steht das Internet vor einer neuen Revolution, da sich die Nutzer erstmals zu «machtvollen Bewegungen» zusammenschließen könnten. Traditionelle Medien seien als Transmissionsriemen nicht mehr notwendig. Kruse führte als Beispiel den länderübergreifenden Protest an den Hochschulen gegen die Bologna-Reformen Ende vergangenen Jahres an. Dieser sei ursprünglich von 400 Studenten in Wien ausgegangen, die dann effektiv soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter für ihre Zwecke einsetzten.

Auch die Konsumenten begännen sich im Netz stärker zu organisieren. Dies seien aber nicht nur jungen Menschen oder die digitale Elite, meinte Kruse. Er verwies darauf, dass es weltweit inzwischen 200 Millionen Blogs gebe. Facebook werde von rund 350 Millionen Menschen genutzt. [Medienkongress]: Congress Center, Messegelände, Frankfurt am Main dpa tm yyhe n1 loh cr