



Pressemitteilung

Die digitale Revolution

Einer der wichtigsten Medienmanager bei der Mediendozentur an der Universität Tübingen – Rede zur Lage des Journalismus von Dr. Mathias Döpfner am 26. Mai

Tübingen, den 19.05.2014

Die Lage auf dem Medienmarkt ist dramatisch und Zeugnis eines elementaren Wandels. Zeitungen werden eingestellt, verkauft, kaputt gespart. Jüngere Leser informieren sich selbstverständlich mit dem Smartphone und haben sich längst an die Gratskultur im Netz gewöhnt. Der Anzeigen- und Werbemarkt – einst eine sichere Finanzquelle des Qualitätsjournalismus – befindet sich im Umbruch. Im Netz sind Oligopole wie Google und Machtzentren neuen Typs entstanden, deren Algorithmen diejenigen Informationen filtern und sortieren, die uns dann erreichen. Wie wird sich der Journalismus in den nächsten Jahren verändern? Welche Aufgabe hat in dieser Situation ein Verlag? Muss er Tradition pflegen, nach der Nische suchen oder aber die digitale Revolution umarmen und sein Unternehmen neu aufstellen? Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer SE, spricht am **26. Mai 2014 um 18.30 Uhr** auf Einladung des SWR-Studios Tübingen und der Tübinger Medienwissenschaft als elfter Gastredner der Tübinger Mediendozentur im **Festsaal der Universität in der Neuen Aula, Geschwister-Scholl-Platz**, zum Thema „Abschied vom Pessimismus. Warum der Journalismus von der digitalen Revolution profitiert.“ Döpfner wird in seinem Vortrag zu einzelnen strategischen Entscheidungen von Axel Springer Stellung nehmen. Zu dem Vortrag sind Studierende aller Fakultäten sowie die interessierte Öffentlichkeit eingeladen.

Der scharfzüngig formulierende, vielfach ausgezeichnete Medienmanager gehört zu denjenigen, die ihrem Unternehmen in den letzten Jahren einen radikalen Kulturwandel verordnet haben. Döpfner hat Bezahlmodelle bei den Online-Ausgaben von Bild und Welt eingeführt und die Umsätze im Digital-Geschäft massiv gesteigert. 2013 kaufte er den Fernsehsender N24, um Bewegtbilder bei der sich abzeichnenden Verschmelzung von Zeitung, Fernsehen und Netz zur Verfügung zu haben. Er hat Chefredakteure und Teile der Verlagsspitze für Wochen und Monate ins Silicon Valley geschickt, Startups und netzaffine Medienmacher ins Unternehmen geholt – auf der Suche nach innovativen Geschäftsideen für den Journalismus der Zukunft. Der Verkauf von Zeitungen wie dem Hamburger Abendblatt und

Hochschulkommunikation

Dr. Karl Guido Rijkhoek
Leiter

Antje Karbe
Pressereferentin

Telefon +49 7071 29-76788
+49 7071 29-76789
Telefax +49 7071 29-5566
karl.rijkhoeck[at]uni-tuebingen.de
antje.karbe[at]uni-tuebingen.de

www.uni-tuebingen.de/aktuell

Zeitschriften wie Hörzu (einst identitätsbildende Marken des Konzerns) hat in der Branche für Aufsehen gesorgt. Er wurde von manchen als Ausdruck unternehmerischer Entschiedenheit begrüßt, von anderen hingegen als Abschied vom Printjournalismus gedeutet und scharf kritisiert. Mathias Döpfner hingegen sieht durchaus Chancen für den Journalismus im digitalen Zeitalter. Zum einen werde es noch Jahre und Jahrzehnte Zeitungen geben; zum anderen erzeuge die spürbare Informationsüberflutung einen neuen Hunger nach Auswahl, Orientierung und Einordnung, den nur der Journalismus – ganz gleich auf welchem Trägermedium – leisten könnte. Mathias Döpfner: „Die Digitalisierung ist eine Chance für den Journalismus, wenn – unter fairen Wettbewerbsbedingungen – Verleger und Journalisten das Richtige tun: sich auf Qualität konzentrieren. Neue Technologien sind nicht unser Feind, sondern unser Freund. Es geht darum, die Idee des Zeitungsjournalismus vom Papier zu emanzipieren. Und am Ende wird es nur um eine erfolgsentscheidende Frage gehen: ob man etwas Wichtiges zu sagen hat.“

Die Begrüßung am 26. Mai wird der Rektor der Universität Tübingen, Professor Bernd Engler, übernehmen. Eine thematische Einführung gibt der Medienwissenschaftler Professor Bernhard Pörksen. Es moderiert der Tübinger SWR-Studiodirektor Dr. Andreas Narr. Die Reden zur Mediendozentur werden vom SWR mitgeschnitten und in SWRinfo gesendet. Das Institut für Medienwissenschaft publiziert sie gemeinsam mit dem SWR in einer Sonderveröffentlichung.

Kontakt:

Prof. Dr. Bernhard Pörksen
Universität Tübingen
Philosophische Fakultät
Institut für Medienwissenschaft
Telefon +49 7071 29-72798
bernhard.poerksen[at]uni-tuebingen.de

www.medienwissenschaft.uni-tuebingen.de



Mathias Döpfner. Bild: privat