

**Transkription des Grußwortes**  
**von Herrn Staatssekretär Eumann**  
**auf der Veranstaltung**  
**„Herausforderungen und Chancen Internet-basierter Medien“**  
**am 17. November 2010 in Düsseldorf**

Sehr geehrter Herr Direktor,  
meine sehr verehrten Damen und Herren,

Helmut Markwort ist bekannt für seinen Humor. Er ist berüchtigt für seine Moderation der sogenannten Elefantenrunde bei den Münchener Medientagen und er hat eine neue Idee. Die Idee heißt: Toten im Netz eine Stimme geben, d.h. ihren Nachruf im Netz zu organisieren und zu verwalten.

ist das jetzt der Angriff auf die letzten Tabus?

Steuern wir in eine Kultur hinein, in der auch ein solches Geschäftsmodell im Internet funktionieren wird, das auf den ersten Blick vielleicht skurril, möglicherweise sogar richtig schräg klingen mag? Ich halte das nicht für unwahrscheinlich, denn wir wissen alle, das Netz vergisst nichts.

Die Pflege einer guten Präsenz im Netz interessiert also die Lebenden – und die Toten. Könnte also vielleicht auch das Thema „Pflege des Nachrufes“ ein Geschäftsmodell sein?

Meine Damen und Herren,

unbestritten: Die Digitalisierung bietet ungeahnte Möglichkeiten für neue Arbeits- und Lebensformen und für die Teilhabe in einer lebendigen Demokratie. Damit verbunden sind aber auch tiefgreifende Umwälzungen in nahezu allen Bereichen des Lebens.

Ich sage ausdrücklich, die Vorteile der digitalen Technik sind enorm. Dazu zählen: Angebote unabhängig von Zeit und Raum zu nutzen und umfassende Hintergrundinformationen über lange Zeiträume abrufen zu können.

Mediale Inhalte mit geringem Ressourcenaufwand produzieren zu können, all das bietet erhebliche Vorteile. Viele von Ihnen nutzen diese Möglichkeiten, und viele von Ihnen entwickeln diese Möglichkeiten so weiter, dass sich neue Chancen und Vorteile ergeben. Beispielsweise werden manche App-Entwickler glücklich und reich, weil sie eine gute Idee sehr leicht umsetzen konnten.

Welche Voraussetzungen wichtig sind, damit der Kreativität keine Grenzen gesetzt werden, wird heute auch Thema sein.

Ich möchte auf zwei Aspekte in meinem Grußwort hinweisen, die mir besonders wichtig sind.

Qualität ist nicht kostenlos zu bekommen. Es ist sicherlich eine der größten Herausforderungen, Wege zu finden, wie man beispielsweise unkomplizierte Bezahlssysteme auch für Kleinstbeträge im Internet etabliert.

Denn eines ist klar, wir werden die Qualität der Inhalte, die über das Internet verbreitet werden, nicht halten können, wenn der Anspruch der Nutzerinnen und Nutzer weiter besteht, alles aus dem Internet umsonst zu bekommen. Die Inhalte sind es zwar wert geschützt zu werden, sie haben aber in der Regel keinen Preis.

Glücklicherweise gibt es Licht am Ende des Tunnels. Auch die Offensive der New York Times zeigt, dass hier etwas in Bewegung kommt. Ich bin überzeugt davon, dass die Nutzerinnen und Nutzer in Zukunft akzeptieren werden, so wie sie es auch in der analogen Welt akzeptiert haben, dass das, was über das Netz transportiert wird, auch einen Wert und damit einen Preis hat.

In diesem Zusammenhang stellt sich für die Medienpolitik eine weitere Herausforderung: Es geht um die Frage, wie wir zukünftig die qualitativ hochwertigen Inhalte finanzieren, die für unsere Gesellschaft so wichtig sind.

Ich habe, um noch einmal die Idee von Markwort aufzugreifen, die Befürchtung, dass auch die Todesanzeigen vielleicht in zehn Jahren in den Printmedien nicht mehr so ankommen, wie wir es heute kennen. Nach den Einbrüchen im Anzeigengeschäft bei Immobilien, Stellenangeboten und beim Automarkt wäre dies ein weiterer schwerer Schlag für die klassische Finanzierung des Qualitätsjournalismus.

Ich bin mir sicher, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch in Zukunft seinen Beitrag zur Meinungsbildung und zur gesellschaftlichen Orientierung leisten wird. Das ist sein verfassungsrechtlicher Auftrag.

Ich sage aber zugleich, wenn nur der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der über die Rundfunkgebühr und bald schon über das Beitrags-Modell abgesichert ist, Qualität sicherstellt, dann ist das für die Vielfalt einer demokratischen Gesellschaft nicht ausreichend.

Deswegen sind wir gut beraten, darüber nachzudenken, wie wir über andere Finanzierungssysteme Qualitätsjournalismus sichern können. Anregungen dazu finden wir beispielsweise in den USA oder in der Schweiz.

Meine Damen und Herren,

die zweite große medienpolitische Herausforderung ist die Verbesserung der Medienkompetenz. Denn all das, was Sie entwickeln, gelingt nur, wenn die Menschen kompetent einschätzen können, was sie davon haben. Deshalb ist es selbstverständlich, die Nutzerinnen und Nutzer über Risiken aber auch über Chancen aufzuklären.

Ein besonders wichtiges gesellschaftspolitisches Thema ist der Umgang mit persönlichen Daten. Nahezu alle Unternehmen versichern, dass die persönlichen Daten – zumindest mehr oder weniger – geschützt werden.

Wir wissen aber, dass Daten auch einen Preis haben. Bei Daten ist es seltsam, man gibt etwas weg, verspürt aber zunächst keinen Verlust.

Derjenige, der die Daten preis gibt, gibt natürlich etwas ab, aus dem andere ein Geschäftsmodell entwickeln. Bereits heute verdienen Unternehmen ganz selbstverständlich mit Daten Geld und sicherlich wird dieser Handel in den kommenden Jahren stark zunehmen.

Ich sage Ihnen, dieses Geschäftsmodell ist mir zu einseitig. Daten haben mehr Wert als nur einen "Klick". Ich stimme Herrn Prof. Schellhaaß zu, dass auch eine große Herausforderung darin besteht, den ökonomischen Wert der Daten zu bestimmen.

Dies sind alles Themen, die mich medienpolitisch und gesellschaftspolitisch beschäftigen.

Herzlichen Dank!