

PM 12/09

Medienwirtschaft muss auch in der Krise auf die Marktkräfte setzen

Norderstedt, den 9. Juni 2009 – Zur Eröffnung der Veranstaltung „Finanzierung von Qualitätscontent - Neue Werbeformen, neue Finanzierungsstrategien und ihr Einfluss auf Programminhalte und journalistische Qualität“, einer Partnerveranstaltung des Internationalen Mediendialogs Hamburg der gestern im Rathaus der Freien und Hansestadt Hamburg stattfand, sagte Thomas Fuchs: „Der Staat scheint nun auch in der Medienbranche immer gefragter zu werden. Verschärftes Urheberrecht, erweiterte Leistungsschutzrechte, schärfere Strafverfolgung, Kulturflattrates und Abwrackprämien, einen Tag lang wurde gestern staatliches Handeln gefordert oder diskutiert.

Zu kurz gekommen sind dabei die Chancen, bestehende Geschäftsmodelle auszubauen und neue zu entwickeln. Deswegen wollen wir heute über die nach wie vor wichtigste Erlösquelle der privaten Medien reden, der Werbung. Hier brauchen wir eher weniger Staat, vor allem keine neuen Werbeverbote. Statt neue Beschränkungen einzuführen, müssen wir offen sein für neue Möglichkeiten wie Product Placement und andere Sonderwerbeformen, über deren Marktchancen wir heute diskutieren wollen.“

Die gemeinschaftliche Tagung von MA HSH, Hans-Bredow-Institut und Alcatel-Lucent Stiftung hat die Chancen neuer Werbe- und Finanzierungsformen wie Product Placement und Mikrofinanzierung zum Thema und beleuchtet dabei auch deren Risiken für Qualitätscontent. Sie vertieft mit ausgewiesenen Vertretern aus der Praxis - von Rundfunkveranstaltern über Produktionsfirmen bis zur werbetreibenden Wirtschaft -, aber auch aus der Medienwissenschaft das Thema des heutigen Internationalen Mediendialogs Hamburg „Wege aus der Krise“.

Bei Fragen zu dieser Pressemeldung wenden Sie sich bitte an die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Stv. Pressesprecherin Leslie Middelman, Telefon 040 / 36 90 05-23, E-Mail middelmann@ma-hsh.de. Weitere Informationen über die MA HSH sind unter www.ma-hsh.de verfügbar.