



Wolfgang Tiefensee, Thüringer Minister für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft

Die zunehmende Informationsflut verlangt nach einer Gewichtung

und Einordnung von Information durch Medien im digitalen Zeitalter

Die Medienwelt befindet sich in einer massiven Umwälzungsphase. Nach der Erfindung der Sprache, der Schrift, des Buchdrucks und des Rundfunks bringt nun die Digitalisierung die nächste Revolution mit sich.

Ein wesentliches Merkmal dieses Veränderungsprozesses ist das ununterbrochene Informationsrauschen auf allen Kanälen – 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Diese beständig anschwellende Flut aus Daten, Botschaften und Angeboten, noch verstärkt durch den Dauerregen aus Pop-ups, Bannern, Werbeunterbrechern und Videosequenzen, ist ein Kernelement dieser schönen neuen Medienwelt und zugleich eine ihrer größten Herausforderungen.

Um als Medium in dieser Informationsflut wahrnehmbar und konkurrenzfähig zu bleiben (und obendrein schwarze Zahlen zu schreiben), genügt deshalb kein „Weiter so“. Das Bedürfnis nach Information ist beim Konsumenten weitgehend erfüllt, der Sättigungspunkt vielfach überschritten. Mit der Zunahme an zugänglichen Informationen gewinnen deshalb vermehrt Fragen nach deren Wert und Zuverlässigkeit an Bedeutung. Im Ergebnis wächst so ein neues Bedürfnis –

das nach Interpretation und Gewichtung, nach Sinn und Verstehen von Information.

Erfolgreich sind dabei diejenigen Medien, die diese Nachfrage bedienen, die Kompass sind im täglich dichter werdenden Informationsnebel und die uns als Konsumenten – Lesern, Hörern, Zuschauern – helfen, vernünftig mit der wachsenden Datenkomplexität umzugehen. Der bisherige, überwiegend technologiegetriebene Konkurrenzkampf auf dem Medienmarkt hat dagegen lediglich dem Prinzip „Quantität statt Qualität“ Vorschub geleistet – mit negativen Konsequenzen für die Medienbranche.

Wir brauchen daher dringender denn je Medien, die sich wieder stärker als Filter und „Relevanzrichter“ verstehen. Mag sein, dass das allein noch kein hinreichendes Erfolgskriterium ist – es ist in jedem Fall aber ein notwendiges. Denn nur dasjenige Medium, welches Information kontinuierlich mit (glaubwürdiger) Interpretation und Nachricht mit (sorgfältiger) Bewertung verbindet, wird – egal ob Zeitung, Fernsehsender oder Internetplattform – auch noch in Zukunft gelesen, gehört, gesehen oder geklickt werden.