

Lage und Entwicklung der Medien im Kanton Tessin

Referat des Tessiner Journalisten Marco Blaser anlässlich des SIKOV-Seminars vom 3. November 2005 in Solothurn

Signore e signori buon giorno,

In primo luogo desidero ringraziare gli organizzatori per l'opportunità offertami di illustrare, in questa prestigiosa sede, una serie di informazioni e di riflessioni sulle modalità che riguardano la comunicazione nell'ambito dei media nel contesto italofono del nostro paese e in particolare della Svizzera italiana.

42 Jahre nach dem Tod von Gutenberg, Erfinder der Pressetechnik, ist in Strassburg die erste Zeitung der Welt erschienen: "Relation". Damit wurde, dank dem ersten Verleger Carolus der Journalismus erfunden und gleichzeitig die Zeitspanne der Übermittlung von Informationen gestrafft. Zum Beispiel konnte die Ermordung von Heinrich IV. in Paris schon zehn Tage nachher in Strassburg bekannt gegeben werden! Die Carolus-Philosophie des Zeitdrucks der Informationsübermittlung wurde so zur Erfolgsstrategie des Journalismus.

Bei meinem Einstieg in die Redaktion von RSI/Radio Monteceneri tickte der Telexschreiber 200 bis 300 Meldungen im Tag in die Redaktion. Heute werden über Internet Tausende von Nachrichten übertragen, so dass die Auswahl unter Berücksichtigung der Glaubwürdigkeit und des Interesses des Stammpublikums dem Newsdesk-Redaktor keine Verschnaufpause gewähren kann.

Die Telex-Zeiten, die ich damals - noch mit Knickerbocker-Hosen gekleidet - in der SDA als Stiff bei Mario Casanova erlebte, gehören der Vergangenheit an. Dasselbe geschah auch in der italienischen Schweiz. Und dasselbe musste vor zwei Jahren auch der damalige Bakom-Direktor Marc Furrer zur Kenntnis nehmen, als er die Frage stellte: „Wie viele Informationen braucht heute der Bürger?“ Alle braucht er, war die Antwort! Denn je nach Inhalt ist er Mitglied der Mehrheit, die an den allgemeinen Geschehnissen interessiert ist, sowie als Minderheitskonsument, der zum Beispiel als Schachspieler das Ergebnis eines Schachturniers erwartet. Dies bedingt deshalb eine gezielte Auswahl der Meldungen und eine klare publizistische Leitung der Redaktion, die sich mehr und mehr auf die lokale Information ausrichtet!

Makro-Ereignisse, die sich mit Mikro-Nachrichten messen können, sind selten: Krieg im Irak, Wahl von Bush, Schröder gegen Merkel, haben weniger Beachtung als der Politkampf über das Referendum zur legendären Tessiner Kehrriechverbrennungsanstalt in Giubiasco. So eine Geschichte bringt mehr Leser als eine internationale oder manchmal auch nationale Auseinandersetzung, die von den elektronischen Medien abgedeckt wird und von denen der einzelne Bürger überzeugt ist, dass er wenig dazu zu sagen hat! Dies als Einstieg in die atomisierte Medienlandschaft Tessin, unserem Informations-Sonderfall Tessin.

Als im Tessin geborener Berner, der einige Zeit seiner Jugend in der Westschweiz verbracht hat, fühle ich mich als hundertprozentiger Tessiner, der sehr stolz auf unsere föderalistische multikulturelle Struktur ist, und der viel Wert auf eine gegenseitige Information über das Leben der einzelnen Kulturgruppen unseres Landes legt.

Die heutige Versammlung gibt mir die Möglichkeit, Ihnen einen Überblick sowie einige Überlegungen zur Medienlandschaft Tessin zu vermitteln. Wir alle haben die Wandlung der Medienlandschaft mitgemacht. Vor allem die älteren Generationen haben diese Erfahrung erlebt und gesehen, wie die politischen Zeitungen zu neutralen Regionalzeitungen wurden und sie haben den Übergang vom Staatsradio der Kriegsjahre zum Spartenradio und zum Lokalradio sowie auch die strukturelle Ausdehnung des Fernsehens mit der grenzüberschreitenden Ausstrahlung durch Kabel und Satelliten zur Kenntnis genommen.

Wir alle sind uns heute bewusst, ohne auf Gutenberg zurückzugehen, dass die Kommunikation im dritten Jahrtausend einen noch grösseren Umbruch von grosser Tragweite haben wird: irreversibler, mächtiger Wandel ist angekündigt. Einigen haben wir, vielleicht ohne es richtig wahrzunehmen, schon hinter uns gebracht! Eine erste Feststellung geht in Richtung der Überinformation, die tendenziell zum Mediensalat führen könnte. In dieser Hinsicht muss man schon heute von einer Medienkapazitätsgrenze sprechen und gleichzeitig Überlegungen anstellen über die Nutzung der verschiedenen Medien: es ist eine aufwändige Aufgabe, die jedoch in einem kleinen Umfeld besser überwacht werden kann.

Wir wissen, dass der Tag 24 Stunden hat. Eine ausgezeichnete Zahl, da sie sich durch 2,3,4,6,8 und 12 teilen lässt. Meistens brauchen wir eine Teilung durch drei, um unsere Nutzungen auf ein Achtstunden-Pensum zu fokussieren. Dabei kann man auch den Konsum von Medien in eine der drei segmentierten acht Stunden eingliedern, was die Leser-, Hörer- und Zuschauerforschung erleichtert. Eine Wissenschaft, auf die wir zurückkommen werden!

In der Südschweiz haben wir auf alle Fälle in den vergangenen Jahren tiefgreifende Änderungen mitgemacht. Das Konsumverhalten des Publikums, die Anpassungen an die neuen Prozesse der Information durch die öffentlichen Strukturen haben die Realität stark verändert. Auch in der italienischen Schweiz hat sich die Presselandschaft an die moderne Kommunikation angepasst. In Italienischbünden, vom Misox über das Bergell bis ins Puschlav, begnügt man sich mit drei Wochenblättern, wobei die elektronischen Medien der öffentlichen SRG-SSR idée suisse einen eher hohen Stellenwert einnehmen.

In den vergangenen 20 Jahren haben wir zwischen Airolo und Chiasso eine lebhaftere Mediengeschichte erlebt, die sich hauptsächlich auf die Printerzeugnisse, auf die Zeitungen, ausgewirkt hat. Noch Ende der 80 Jahre kamen die damaligen 280 000 Einwohner (heute sind es 320 000) in den Genuss einer Auswahl von sieben Tageszeitungen: Corriere del Ticino, das Flaggschiff der Printpresse, Il Dovere, giornale del popolo, Libera Stampa, Gazzetta ticinese und Popolo e Liberta

1987 kam unerwartet il quotidiano von Silvano Toppi dazu. Der begabte und bekannte Wirtschaftsjournalist aus dem christlich-sozialen Umfeld wollte für die Leserschaft eine unabhängige Zeitung herausgeben. Toppi war zuerst beim giornale del popolo tätig, dann Chefredaktor Information beim Fernsehen der italienischen Schweiz, und später erneut Leiter der Bistums-Zeitung giornale del popolo. Il quotidiano scheiterte jedoch nach drei Jahren. Toppi und sein Verwaltungsrat unterschätzten leider die Macht der Publikeitas und die Abhängigkeit der Leserschaft von einer breitflächigen Sportberichterstattung. Il quotidiano konnte deshalb nicht überleben.

Weitere Zeitungen waren damals noch das Eco di Locarno, mit drei Ausgaben pro Woche, sowie die deutschsprachige Südschweiz, heute „Tessiner Zeitung“, beide im Eigentum des unabhängigen Verlegers Raimondo Rezzonico.

In diesen Jahren machte sich auch im Tessin der Druck der Werbeagenturen, hauptsächlich der Publikeitas, bemerkbar! Die eingeleitete Welle der Zeitungskonzentration verwirklichte sich dann mit der Zusammenlegung der freisinnigen Tageszeitung Il Dovere, von der Familie Salvioni, mit dem Rezzonico-Blatt Eco di Locarno. Daraus wurde die heute erfolgreiche La Regione. Kurz darauf musste auch die Tageszeitung Gazzetta ticinese, hinter der die Familie Masoni stand, zur Wochenzeitung umgestaltet werden, was jedoch keine dauerhafte Lösung war.

Die Gazzetta, dazumal älteste Tessiner Tageszeitung, konnte die Pressekrise, die sich hauptsächlich bei den Partei-Meinungsblättern bemerkbar machte, nicht überleben. Wenige Monate später wurden auch die Tageszeitungen Popolo e Liberta, CVP-Organ und die Libera Stampa, Sprachrohr der SP, zu Wochenblättern umgewandelt und der Politica nuova (PSA-Organ von Carobbio-Cavalli-Martinelli) und dem SVP-Blatt il paese gleichgestellt. Im März 1990 erschien die von Bignasca und Maspoli gegründete populistische Sonntagszeitung il Mattino della Domenica.

Schon ein Jahr später wurde dann die Partei "Lega" ins Leben gerufen. Als einzige Gratis-Sonntagszeitung hatte damals il mattino einen bemerkenswerten Erfolg. Seine Sportberichterstattung war sehr beliebt und der neu aggressive Politstil brachte den beiden Lega-Leaders eine unerwartet breite Popularität.

Dieser Erfolg gab Dario Robbiani (alt Nationalrat) den Ansporn, das Projekt für eine grenzüberschreitende Gratis-Abendzeitung vorzubereiten, die auch die italienischen Grenzgänger interessieren sollte. Bignasca gab ihm die nötige finanzielle Unterstützung. Doch dem in Italien gedruckten Abendblatt mit Schweizer Werbung, das im Tessin verteilt wurde, fehlten die Leser. Deshalb musste es nach wenigen Monaten mit einigen Millionen Schulden eingestellt werden.

Aus parteipolitischen Überlegungen erscheint dann 1993 die Maspoli-Zeitung l'altra notizia. Maspoli will sich einen Platz in der Tessiner Regierung sichern. Er verfügt über eine gut bezahlte starke Redaktion mit Lillo Alaimo, Marco Bazzi, Libero d'Agostino. Gedruckt wird in Locarno bei Rezzonico. Im April 95 wird jedoch Marco Borradori gewählt, Maspoli bleibt auf der Strecke ... Der Schuldenberg der Maspoli-Verwaltung hat gerichtliche Folgen. Rezzonico opfert drei bis vier Millionen und weitere sechs oder sieben Millionen wurden vom deutschen Unternehmer Kiss übernommen: dieser Mann wollte durch Maspoli dem Tessin die Thermoselect-Kehrrichtverbrennungsanlage verkaufen!

Kurz darauf wollte sich Rezzonico von seinem unternehmerischen Misserfolg erholen. Das Projekt der Sonntagszeitung "il caffè" überzeugt Michael Ringier. Die Gratis-Sonntagszeitung wird dank dem spritzigen Boulevard-Stil von Lillo Alaimo zum Erfolg. In Kürze wird il mattino überholt. Die Einmischung in die kantonale Informationspolitik durch den Ringier-Konzern wirft grosse Wellen: die Verleger befürchten eine Bevormundung der Tessiner Presse. Es wurde befürchtet, der Zofinger-Verlag wolle sich ausbreiten, was jedoch nicht vorgesehen war und auch nicht geschehen ist. Heute ist il caffè die meistgelesene Zeitung mit einer Auflage von 55 000; sie wird jeden Sonntag von 125 000 Menschen gelesen.

2002 kam erneut eine Abendzeitung auf den Markt: nochmals zeichnete Flavio Maspoli als Chefredaktor. Bezahlt wird der „Ticino oggi“ nochmals vom Thermoselect-Manager Kiss. Das Abenteuer scheitert nach 12 Monaten und hinterlässt ein Millionendefizit. In zwanzig Jahren wurden im Tessiner Zeitungsmarkt ungefähr 30 Millionen verstreut....

Inzwischen entdecken einige Mailänder Zeitungen unsere Medienrealität. Verschiedene wichtige Tageszeitungen bringen gezielte Ausgaben für das Tessin auf den Markt. Il giornale, dem Berlusconi-Konzern nahe, präsentiert sich mit zwei Schweizer Seiten und eröffnet ein Tessiner Büro. Dank der rechts orientierten Ausrichtung wird diese Initiative von mehreren Banken und wirtschaftspolitischen Organisationen direkt oder indirekt unterstützt.

Inzwischen stürzt der Giornale del Popolo in eine finanzielle Krise. Der neue Bischof Mino Grampa sucht Lösungen, da er nicht gewillt ist, nochmals ein 10 Millionen-Defizit zu decken. Nach längeren Verhandlungen steigt der Corriere del Ticino ein und wird damit praktisch der Eigentümer der katholischen Tageszeitung. Heute erscheinen im Tessin drei Tageszeitungen mit einer Auflage von ungefähr 100 000 Exemplaren, die über 100 000 Leser aufweisen. Die zwei Gratissonntagsblätter erreichen eine Auflage von 100 000 Exemplaren mit über 200 000 Lesern (85.000 il mattino, 125 000 il caffè).

Wöchentlich erscheinen noch die Parteizeitschriften (pässe/SVP, opinione liberale/FDP, area/popolo e libertà/CVP) sowie azione (Brückenbauer) und die Coop-Zeitung, sowie jeden Freitag 115.000 Exemplare von Ticino sette, unserer Fernsehbeilage. Aus dem Deutschweizer Markt erhalten wir täglich, je nach Saison, zwischen 5000 und 15.000 Blick und zwischen 5000 und 7000 NZZ und Tagesanzeiger. Aus Italien kommen 15.000 Exemplare der Gazzetta dello sport und über 10.000 Corriere della sera, La Repubblica, Stampa und il Giornale. Man kann, sollte oder muss deshalb von einer überdurchschnittlichen Abdeckung mit Printprodukten sprechen, die eine Art von Überinformation bewirken kann.

Neben den Zeitungen werden in Lugano drei Radioketten und zwei Fernsehkanäle der SRG SSR idee suisse produziert. Das Budget beträgt gemäss SRG 280 Millionen. Die Zahl der Mitarbeiter ist auf 1150 gestiegen. Das Radioangebot hat einen Marktanteil von über 70%, mit SR DRS und den zwei privaten Tessinersendern (radio 3iii/mendrisio und fiume Ticino/Locarno) wird die Grenze von 85 % überschritten. Das einheimische Fernsehangebot wird in der Prime time von fast 60% der Bevölkerung beachtet. TeleTicino, der dynamische kommerzielle Privatsender von Ständerat Filippo Lombardi, hat einen Marktanteil von 5%. Dieses Rekordangebot an Information wird jährlich durch ein Gesamtwerbebudget von zirka 100 Millionen Franken ermöglicht.

Kern der publizistischen Erzeugnisse ist die RTSI, die zirka 300 von den 400 Journalisten beschäftigt. In den letzten 15 Jahren hat die "News-Kathedrale"(so wird die RTSI von Kritikern bezeichnet) ihre Präsenz im Heimatgebiet sowie nördlich der Alpen und in den angrenzenden Regionen Italiens (Lombardei und Piemont) verstärkt. In der eigenen Region ist die RTSI unbestrittener Marktleader. Seit einiger Zeit gibt es jedoch auf der Alpennordseite Stimmen, die das Anrecht auf einen Service publique für die sprachlichen Minderheiten in Frage stellen. Es ist deshalb wichtig, den von der RTSI geleisteten Beitrag zur Stärkung der nationalen Vielfalt sowie der Identität hervorzuheben. Wer heute seine Meinung durch die Medien zum Ausdruck bringen kann, hat implizit ein Daseinsrecht: il diritto di esserci, di esprimersi !.

Radio und Fernsehen legitimieren die Teilnahme am politischen, sozialen und kulturellen Dialog und vermeiden damit die drohende Marginalisierung. Bei uns sind die elektronischen Medien tief in der täglichen Realität verankert. Die nationale politische Funktion der RTSI darf deshalb nicht unterschätzt werden , auch weil das reichhaltige ausländische Angebot täglich die Zentrifugalkräfte fördert. Die Angebote aus Italien schwächen die Identität. Die nationale Politszene wird durch die spektakulären Auseinandersetzungen aus Rom in den schatten gestellt. Die Popularität vom "Berlusconi Cabaret" werden nur durch die Nähe, durch die regional-lokalen Ereignisse geschlagen. Diese sind und bleiben die wertvolle "unique selling proposition".

Diese Realität ist mit der Tatsache verknüpft, dass die Sprachregionen der Schweiz keine politische Einheit bilden. Es sind die Gemeinden und die Kantone, die das institutionelle Gerüst des Bundes bilden. Für den Tessin ist es die kantonale politische, kulturelle, sprachliche, soziale Realität, die eine Art Staat im Staat bilden. Wir wissen, dass es auf politischer Ebene keine deutsche, französische, italienische oder rätoromanische Schweiz Einheit gibt: es ist deshalb auch Aufgabe der Service publique-Organisation, den Dialog durch den Austausch von Ideen, Erfahrungen und Meinungen zu fördern, um auf der nationalen Ebene eine einheitliche Diskussionsbasis zu bilden. Dabei soll man achten, dass man nicht auf eine kurzsichtige Nabelschaupolitik abfällt, denn diese Ausrichtung könnte die nötige Klammerfunktionspolitik einschränken.

Es ist deshalb wichtig, dass die RTSI sich aktiv am nationalen kulturellen Austausch beteiligt und, mit den anderen drei Sprachgruppen nach neuen starken Kontaktmodellen sucht, welche das Zusammenleben rechtfertigen. Das bedeutet, dass die Aufgabe der Medien überdacht werden muss, wenn sie diese Funktion nicht aufgeben wollen. Die Medien haben heute die rolle, welche in den vergangenen 100 Jahren die Hochschulen, die Post, die Bundesbahnen und sogar die Armee hatten.

Folglich kann in der italienischen Schweiz nur ein starker Service publique mithelfen, die Gefahr des Auseinanderbrechens des Landes, der "Willensnation Schweiz" abzuwehren. Die Erdrosselung der RTSI/SRG SSR käme für uns einer bedingungslosen Kapitulation gleich. Das audiovisuelle System würde damit schlussendlich den mächtigen multinationalen Konzernen überlassen: in Europa wären es die Murdoch- und Berlusconi- Kanäle! Damit würden diese den Werbemarkt übernehmen und gleichzeitig zum offiziellen Informationsträger werden. Es macht mir jedoch Mühe zu glauben, dass diese Sender mit der nötigen nationalen, pluralistischen Einstellung arbeiten würden.

Die Logik der privaten Kommerzunternehmen geht doch in entgegengesetzter Richtung. Das könnte auch eine Unterstellung sein, ich bin jedoch überzeugt, dass eine Schwächung der heutigen Strukturen eine Schwächung des Gleichgewichts zwischen den Sprachregionen mit sich führen würde.

Trotzdem können wir nichts gegen die Medienkonzentration unternehmen, die schon heute grenzüberschreitend zu einem täglichen harten Kampf um Meldungen, Hintergrundinformationen, Kommentaren, Indiskretionen und Scoops geführt hat. Diesem Trend sind auch wir im Tessin zum Opfer gefallen: es ist deshalb zum täglichen journalistischen Überlebenskampf gekommen, der im kleinen Tessiner Umfeld zur Sucht nach News geworden ist und der gleichzeitig die politischen sowie öffentlichen Institutionen und Organisationen in Anspruch nimmt. Ihre Informationskanäle mussten deswegen gestärkt werden: Qualität und Quantität wurden gesteigert. Es vergeht kein einziger Tag, ohne dass eine für unsere Gemeinschaft wichtige Medienkonferenz einberufen wird. Keine Tageszeitung, Informationssendung am Radio oder am Fernsehen, überleben 24 Stunden ohne dass ein Mitglied der kantonalen Exekutive dabei ist.

Das gleiche Schicksal trifft National- und Ständeräte sowie die Parteipräsidenten. Um diesen Drang nach Kommunikation zu bewältigen wurden die Stabsmitarbeiter der Regierungsräte mit Medienspezialisten aufgestockt. Die Tessiner Kantonsminister haben zwischen 2 bis 5 Sprecher in ihrem Departement, was leider den Nabelschauprozess in überdurchschnittlichem Masse gestärkt hat. Dieser Trend wirkt sich gleichzeitig auf eine grosse Belastung der Kanzlei aus. Täglich werden die Verantwortlichen mit Anfragen und Auszügen aus Dokumenten gefordert. Eine Tatsache, die durch einen Vorstoss der Grossratskommission belegt ist und der zu einem Informationsgesetz führen wird, wie es es schon z.B. im Kanton Bern gibt und das mit dem von der Bundeskanzlei vorbereiteten Dokument abgestimmt werden sollte.

Aber wie wird es bei uns in Zukunft aussehen? - Wir wissen, dass der Corriere del Ticino kein Problem haben wird. Er ist die finanzkräftigste Zeitung, welche von der Stiftung Soldati herausgegeben wird, ein Institution, die der Familie Soldati gehört, welche laut "Bilanz" zu den hundert reichsten Schweizer Familien gehört. Leider ist der Corriere eine eher profil-schwache Tageszeitung, die doch 118.000 Leser ausweisen kann. La Regione der Familie Salvioni hat eine treue Stammkundschaft und ist durch den radikalen Flügel der FDP sowie durch die links progressive Leserschaft abgesichert. Seit einem Jahr hat La Regione gut zugelegt und verzeichnet heute rund 111 000 Leser. Gefährdet ist der Giornale del Popolo. Seit 1984 wurden in Massagno über 15 Millionen verbrannt. Jetzt muss das Bistum, mit dem Corriere, nochmals über die Bücher. Unklar ist auch die Zukunft der Sonntagszeitung il mattino: alles wird sich in 2 Jahren mit den Wahlen entscheiden. Schon heute werden als mögliche Käufer die Jean Frey mit Tito Tettamanti genannt, der an seiner Beteiligung bei der Weltwoche Freude hat. Möglich wäre auch die Umwandlung, zusammen mit dem giornale del popolo, in eine Wochenzeitung.

Gleichzeitig sucht auch die Publisuisse neue Einnahmen und möchte mit der Tessiner Filiale der Publisuisse zusammenspannen und die werbe- und Sponsoraufträge optimieren. Man denkt intensiv an einen test für multimediale Synergieeffekte, die in den USA Erfolg haben. Inzwischen ist das Projekt für einen neuen Fernsehkanal mit der Konzession für ein italienischsprachiges Presse-TV-Programm aufgegeben worden, dies trotz der Konzession, die das Bakom Ringier zugesprochen hatte. Das nächste Jahr wird auf alle Fälle für alle Medien ein Zitterjahr werden, weil die Überlapung im Grenzgebiet der neuen Digitalfernsehkkanäle von den Murdoch- und Berlusconi-Konzernen Überraschungen bringen wird. Mehr Werbeinvestitionen im Fernsehbereich könnte zu Lasten der Zeitungen gehen.

Wenn der Präsident der Comcom, Marc Furrer, die Frage stellt, wie viele Medien der Mensch überhaupt braucht, kann man nur den Kopf schütteln und die Frage an die Anbieter der neuen 500 Fernsehkanäle richten, die uns aus Italien überschwemmen werden. Mit diesem Ausblick ist es weise, auf das 24-Stunden-Pensum zurück zu kommen, um die Einteilung des Medienkonsums zu analysieren. Aus den Berichten der Medienforschung vernimmt man, dass in der italienischen Schweiz im Durchschnitt 180 Minuten Fernsehen und 240 Minuten Radio konsumiert werden.

Das würde heissen jedes Jahr 40 aufeinanderfolgende Tage Fernsehen und 50 Tage ununterbrochenen Radiokonsum. Ohne das Lesen von zwei Tageszeitungen zu berücksichtigen. Das beweist den intensiven Drang nach Medien unserer Bevölkerung, um zu wissen, zu verstehen und gleichzeitig dabei zu sein: eine Tatsache, die auch, ohne die Verantwortungen an die politischen Informationsstellen übertragen zu wollen, jeden Tag die regionalen Informationsstellen belastet. Es ist kein Zufall, dass unsere 5 Regierungsräte 14 persönliche Mitarbeiter beschäftigen, die für die Kommunikation verantwortlich sind. 14 Journalisten, die von der Regierung eingesetzt werden, die aber auch für das Image ihres eigenen Chefs werben!

Sicher ist eine angemessene Kommunikation, die in einem demokratischen Staat das nötige Vertrauen der Bevölkerung schaffen kann, unerlässlich... Dass damit aber auch der schon angedeutete Mediensalat mit unzähligen Widersprüchen und Fehlangaben gefördert wird, ist die Kehrseite der Medaille. Halbe Tatsachen und Gegendarstellungen schaffen die Konfusion, welche den Bürger verunsichert. Klare Angaben, Glaubwürdigkeit und Koordination der Meldungen müssen die Ziele der offiziellen-öffentlichen Informationskanäle sein. Dies sind die wichtigsten Anforderungen, die wir an Medienprofis stellen.

Die Zukunft wird uns zeigen, ob wir Journalisten der jungen oder älteren Generation, den neuen Aufgaben gewachsen sind und damit auch im Bereich der crossmedialen Kommunikation auskommen können. Dies bedingt, wenn es um eine Stärkung des Dialoges geht, eine noch bessere Reaktionsfähigkeit der Regierungsmitglieder, die im Einbezug der Fachspezialisten, welche für eine sachliche, spezifische Information die Verantwortung tragen müssen, damit die nötige Glaubwürdigkeit beim Bürger in einem demokratischen Staat gestärkt werden kann.