

VDZ-Eröffnungsrede
Dr. Hubert Burda
Berlin, den 17. November 2011

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
es freut mich sehr, Sie heute Morgen begrüßen zu dürfen.
Wenn ich hier in die Reihen blicke, sehe ich die wichtigsten
Verleger, Chefredakteure und Medienmanager.

Es stehen uns wie jedes Jahr zwei spannende und wichtige
Tage bevor. Zwei Tage, die miteinander verbinden.

Die Zeitschriftentage mit der Publishers Night, der heutige
Konferenztag, die Mitgliederversammlungen der Fachverbände,
die Chefredakteursrunde morgen – diese annual convention ist
ein Höhepunkt für uns alle, der auch die Vitalität und Bedeutung
unserer Branche zeigt.

Wo stehen wir?

Meine Damen und Herren, nach wie vor befinden wir uns in
einer Zeit des Umbruchs, einer Schwellenzeit, vergleichbar mit
der Gutenberg-Zeit um 1500.

Die digitale Revolution bestimmt die Veränderung der Märkte
und jeder von uns hat mit Kostenprogrammen und Maßnahmen
reagiert.

Was heißt das für uns?

Ich glaube, wir müssen uns zukünftig anders aufstellen gegenüber diesen neuen Monopolen wie Google, Apple, und Facebook. Es stimmt zwar, dass es kein Land in Europa gibt, in dem Verlage so früh auf diese digitalen Herausforderungen reagiert haben und fast jeder von uns hat interessante digitale Geschäfte aufgebaut, aber ich denke, es ist auch der richtige Moment, über die Gefahren nachzudenken, die uns in diesem neuen Markt drohen. Ich will hier nur einige nennen.

Erlauben Sie mir, dass ich ein Beispiel aus dem eigenen Haus herausgreifen. Wir verlegen eine Zeitschrift, die „Cinema“ heißt und diese hat rechtzeitig ein Service-Programm für Spielfilme aufgelegt, wo die Filme laufen, mit den Rezensionen usw. In kurzer Zeit war es die Nummer 1 für Kinobesucher in Deutschland. Als Google dies festgestellt hat, bauten sie eine eigene Website, die von da ab als Nr. 1 bei Kinosuche vorkam und uns auf Platz 4 oder 5 verwies mit dem Ergebnis, dass unser Geschäft zum Erliegen kam, da Google 90 % des Suchmarktes kontrolliert, kann es Traffic auf die eigenen Angebote lenken. Ist das Netzneutralität?

Das ist nur ein kleiner Fall, aber wir müssen uns doch als Verleger die Frage stellen, wenn wir überall Netzneutralität fordern von den Betreibern, Telcos, den Vodafons, O2s, der Telekom, die also die Infrastruktur dieses Internets ausmachen. Gibt es nicht längst eine zweite Infrastruktur, die von Google und Facebook dominiert wird, die über alle Daten verfügen, bei denen alles zusammenläuft.

Ist es richtig, dass diese eigenen Inhalte herstellen, sie auf das Netz stellen und bevorzugt behandeln? Gilt hier nicht das gleiche Neutralitätsgebot? Da wir gerade bei den Daten sind wir in Deutschland haben ein strenges Bundesdatenschutzgesetz.

Es verbietet, Daten der Nutzer ohne deren Einwilligung zu speichern.

Amerika sieht das anders. Die meisten der großen Anbieter operieren aus dem Ausland heraus, umgehen unsere nationalen Gesetze und wir haben juristisch dagegen keine ausreichende Handhabe.

Welches also sind die neuen Spielregeln, was ist eine sinnvolle Abgrenzung? Oder müssen wir, um in diesem Wettbewerb mithalten zu können, ebenfalls vom Ausland her operieren?

Erlauben Sie mir kurz, auf das Thema Leistungsschutz einzugehen. Ich gestehe, ich war vor zehn Jahren fasziniert von dieser neuen Suchmaschine, aber wieso haben wir es zugelassen, dass sie kostenlos auf unsere Inhalte zugreifen kann und es ein geringes Entgelt gibt, falls diese Inhalte sich werblich vermarkten lassen? Wieso haben die Softwareschreiber einen klaren rechtlichen Lizenzschutz, dürfen also nicht kopiert werden, aber wir für unsere Inhalte haben diesen Kopierschutz nicht?

Das sind Fragen, die auch heute Mittag auf diesem Kongreß erörtert werden. Es sind Fragen, die für unsere Branche existentiell sind.

Der Kostendruck, dem unsere Branche ausgesetzt ist, hat auch etwas Gutes. Ich spüre, dass in allen Verlagshäusern die Bereitschaft zur Zusammenarbeit gewachsen ist, ob dies die Marktforschung ist, die Vertriebswege oder der traditionelle Anzeigenverkauf.

Wir haben doch alle ein gemeinsames Ziel, die Wirksamkeit von Print gegenüber andern Medien zu beweisen. Ich glaube, es wird eine spannende und sehr informative Konferenz.

Ich freue mich auf interessante Diskussionen.