

Ich Journalist. Du Verlag. Oder umgekehrt?

Irgendwie ist das Leben immer so real, obwohl es in unseren Köpfen noch nicht stattfindet. Da propagandieren wir beispielsweise seit gut 20, ja sogar 30 Jahren, das Medien- oder Informations- und Kommunikationszeitalter stünde bevor. Was inzwischen heißen muss: hat längst ganz real begonnen. Wer heute, beruflich wie letzten Endes auch „privat“ irgendwie Erfolg im Sinne von Aufmerksamkeit, erst recht, wer Einfluss haben will, der muss „publizistisch tätig“ sein. Oder auch journalistisch aktiv.

„Früher“ (mich gruselt es immer, wenn ‚früher‘ schon vor 20 Jahren beginnt, das ist bei eBay-Auktionen übrigens die Grenze, um Plunder als „antik“ zu kennzeichnen), also früher waren Journalisten Journalisten. Und Verleger Verleger. Jeweils beruflich und sogar ausgebildet. Erfahren und exklusiv. Weil die Technologie einen dazu zwang, es entweder ganz oder gar nicht zu machen. Verleger zu sein, bedeutete, viel Geld vorfinanzieren zu müssen für Produkte, die sich ihre Käufer suchen mussten. Und Journalist konnte man nur sein, wenn man Zugang zu extrem teurer Technologie hatte – Zeitungsrotationen, Fernsehsender und allerlei solchem HighTech.

Heute ist dies dramatisch anders. Und zwar extrem dramatisch. Kosteten vor gar nicht so langer Zeit die technischen Anlagen, um zu publizieren, vergleichsweise den Wert eines Flugzeuges, so kann man heute mit dem Aufwand, den ein legal erworbener Software-Flugsimulator kostet, seinen eigenen Verlag gründen. Sozusagen kostenlos. Und im übrigen auch risikofrei.

Das ermöglicht, na wer und was auch sonst, das Internet. Es wird gebloggt, bis die Tastaturen glühen. Schwätzer werden zu Redakteuren, Aufschneider zu Journalisten, Frustlustige zu tiefsinnschürfenden Kommentatoren. Ob per Text-Blog (komisch, früher hieß das Textblock), Video (YouTube lässt grüßen) oder „Rundfunk“: Podcasts. Die Schar der medialen Monster ist gigantisch.

So weit, so normal. Wäre da nicht ein juristisches Problem. Ein sehr vertracktes: Wer ist eigentlich ab wann ein Journalist bzw. Verleger und kann damit auf die Schutzfunktionen pochen oder hoffen, die Gesetze in vielen Ländern der Welt der „Presse“, den Medien zugestehen? Ein Journalist kann beispielsweise die Auskunft über seine Auskunftspersonen verweigern. Ein Verleger ist durch bestimmte Gesetze auch wirtschaftlich geschützt – ab wann aber ist eben wer ein Verleger und wer ein Journalist?

Ein Problem, das überhaupt nicht theoretischer oder nebensächlicher Natur ist. Es ist ein Grundsatzthema über die Gestaltung der freien Gesellschaft und damit den freien Medien in den vermeintlichen freien Ländern. Inzwischen gibt es sehr unterschiedliche, sich nicht selten unmittelbar widersprechende Urteile oder Gesetze. In den USA, hört-hört, hat man in diesen Tagen ein Gesetz vorgelegt, das auch Blogger unter den Schutz der allgemeinen Presse stellt. Andererseits werden in Deutschland Internet-Publisher vor den Kadi gezerrt und mit extremen Geldstrafen belegt, wenn

sie einen Firmennamen oder Logo oder sonstige dem Copyright unterliegende grafische Elemente verwenden – freilich in der Absicht, damit Geld zu verdienen. Aber das tut jeder (Zeitung-, Zeitschriften-, Magazin-) Verleger auch, wenn er auf dem Titel oder im Inhalt etwas abbildet, was eigentlich anderer Personen copyright ist. Wie immer zeigen sich Jouristen, wenn es um reales Leben geht, das sich schnell weiterentwickelt, konfus und überfordert. Das jedenfalls ist der Eindruck, den sie (im übrigen weltweit) auf mich machen.

Als Megatrend ist die Sache längst klar: Jedes Unternehmen ist ein Verlag; jedes. Nicht ein Produkt oder Service selbst, sondern die Kommunikation darüber entscheidet über Marktchancen und Erfolge. Und Erfolg hat ohnehin nur noch der, der -im richtigen Medium -in der richtigen Aufmachung -mit dem richtigen Inhalt -zur richtigen Zeit -beim richtigen Empfänger ist.

Wer nicht Journalist oder Verleger ist – macht eben nicht mehr mit.