

Positionen der IHK Nürnberg für Mittelfranken

Grundpositionen 2010-2014 für den Kommunikationsbereich

Vollversammlungsbeschluss – 22. Februar 2011

Die IHK Nürnberg für Mittelfranken hat in verschiedenen Bereichen Grundpositionen als geltende Leitlinien für die Ausschussarbeit festgelegt.

Mit Beschluss vom 22. Februar 2011 hat die Vollversammlung der IHK Nürnberg für Mittelfranken die „Grundpositionen 2010-2014 für den Kommunikationsbereich“ verabschiedet.

Im Folgenden finden Sie den beschlossenen Text dieser Grundpositionen.

Grundpositionen des Fachausschusses für Kommunikation

1. Freiheit der Kommunikation

Die in Artikel 5 des Grundgesetzes festgeschriebene Informations-, Meinungs- und Pressefreiheit gehört zu den Fundamenten unserer freiheitlich-demokratischen Gesellschaftsordnung. Die Mitglieder des Fachausschusses für Kommunikation bekennen sich zur Freiheit der Kommunikation und lehnen jede Form von Zensur ab. Einschränkungen darf es nur geben, wo einzelne, Gruppen oder Unternehmen z.B. durch Diffamierungen in ihren Rechten verletzt werden.

2. Qualität der Presse

Insbesondere die Informationsgesellschaft benötigt Orientierung durch eine vielfältige Medienlandschaft und qualitativ hochwertige, seriös recherchierte und unabhängige Berichterstattung. Meinungsvielfalt und Meinungszugang durch Qualitätsjournalismus zu gewährleisten bzw. zu ermöglichen, ist daher ein wichtiges Ziel. Der Journalismus gerät jedoch im Zuge der Veränderungen der Presselandschaft durch kostenlose Angebote im Internet immer mehr unter Druck. Auf der Suche nach neuen Vertriebswegen steigt für die Redaktionen die Gefahr, in Konflikt mit ökonomischen Interessen zu geraten oder unter Zeit- und Kostendruck an Qualität zu verlieren.

Der Fachausschuss für Kommunikation engagiert sich für den Qualitätsjournalismus und die vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Journalisten und den Pressestellen der Unternehmen. Der Fachausschuss lehnt jede versteckte Einflussnahme auf die Medien ab. Die klare Abgrenzung zwischen redaktioneller Arbeit und Werbung ist essentiell wichtig für die Akzeptanz sowohl von Medien wie auch von Öffentlichkeitsarbeit in der Gesellschaft.

3. Ordnungspolitische Aufgaben bei Social Media

Unter dem Begriff „Web 2.0“ hat sich eine Fülle von Angeboten für den heutigen Internet-User entwickelt. Soziale Netzwerke, Communities, Videoseiten, Bewertungsportale, Wikis, Blogs und Foren locken die „Producer“ an, die gleichzeitig Informationen produzieren und nutzen. Auch in Mittelfranken sind zahlreiche User im Web 2.0 aktiv und veröffentlichen Informationen über Unternehmen, die Politik und das gesellschaftliche Leben.

Der Fachausschuss für Kommunikation begrüßt diese Entwicklung und unterstützt sie. Die neue Welt des Web 2.0 birgt aber auch Gefahren. Anonyme User können mit ihren Meinungen und Kommentaren die Zukunft von Firmen und Marken beeinflussen, können andere User beleidigen und diffamieren oder auch Urheberrechte verletzen. In der schnelllebigen Welt des Netzes gibt es rechtliche Lücken. Der Fachausschuss für

Kommunikation fordert daher effektive Regularien für das neue Internet. Es darf im Web 2.0 keinen rechtsfreien Raum geben.

4. Regionalmarketing

Die Marken „Metropolregion Nürnberg“ und „Wirtschaftsraum Mittelfranken“ stehen für attraktive Standorte für Unternehmen, für leistungsfähige Infrastruktur und für Lebensqualität. Der Fachausschuss für Kommunikation unterstützt das Regionalmarketing. Er sieht dabei Kultur nicht nur als Beiwerk zu den harten wirtschaftlichen Fakten. Kultur ist selbst Erfolgsfaktor für die Regionalentwicklung. Gleiches gilt für den Bereich des Sports.

Der Fachausschuss gibt Impulse und trägt dazu bei, die Reputation der Wirtschaftsregion national und international weiter zu verbessern.

5. Kreativwirtschaft

Ob Werbeagenturen, Künstler, Kulturschaffende oder Erfinder: Mittelfranken ist „Heimat für Kreative“. Der Fachausschuss für Kommunikation fördert mit seiner Arbeit ein Klima der Innovation, der Inspiration und der Motivation. Er folgt damit Richard Floridas Konzept, das er in seinem Buch „The Rise of the Creative Class“ (2002) dargelegt hat. Demnach stellt das Zusammentreffen von Technologie, Toleranz und Talent den entscheidenden Treiber für die Wachstumsdynamik einer Region dar. Die Metropolregion Nürnberg soll der Kreativwirtschaft ein Zuhause bieten, in dem sich gestalterisch tätige Menschen wohlfühlen.

6. Informations- und Kommunikationswirtschaft (IuK)

Der Informations- und Kommunikationssektor ist eines der sieben technologischen Kompetenzfelder, die im Entwicklungsleitbild der Europäischen Metropolregion Nürnberg definiert sind. Im Sinne der strategischen Ausrichtung der Clusterpolitik („die Stärken stärken“) gilt es, IuK als eines der aussichtsreichsten Zukunftsfelder im globalen Wettbewerb durch Bündelung der regionalen Kräfte bestmöglich zu entwickeln. In Mittelfranken arbeiten rund 110.000 Beschäftigte in über 6.000 Firmen in der IuK-Branche. Der Ausschuss für Kommunikation setzt sich dafür ein, die Bedeutung der Region als Standort für IuK-Unternehmen zu stärken und das Wachstum dieses Sektors zu fördern.

7. Marktforschung und Meinungsforschung

Markt- und Meinungsforschung ist ein wichtiger Faktor in der modernen Dienstleistungsgesellschaft – und besonders in der Region Mittelfranken stark vertreten. Namhafte Unternehmen helfen durch ihre Forschungsergebnisse den Firmen und der Gesellschaft dabei, Strategien festzulegen und Entscheidungen zu treffen. Deshalb bedarf es nach Auffassung des Fachausschusses für Kommunikation vor dem Hintergrund der Diskussion um den Schutz der Konsumenten vor unerwünschter Werbung und Telefonanrufen klarer Rechtsnormen, damit die Unternehmen der Markt- und Meinungsforschung zuverlässig planen und arbeiten können.