

**PRESSEMITTEILUNG****Zum Schutz der Medienvielfalt und der Demokratie:  
Initiative 18 geht an den Start**

- **Die Initiative 18 setzt sich dafür ein, dass freie, sichere und nachhaltige Medien als das 18. Nachhaltigkeitsziel der Vereinten Nationen aufgenommen werden**
- **Die Initiatoren, Persönlichkeiten aus der Kommunikations- und Medienbranche, richten einen Appell an die Werbeindustrie und Politik**

**Düsseldorf, 04. September 2024** – Freie, sichere und nachhaltige Medien sind ein wesentlicher Bestandteil einer demokratischen Gesellschaft, geraten aber zunehmend unter Druck. Auch das renommierte Weltwirtschaftsforum stuft Desinformation als das aktuell größte globale Risiko für die Demokratie und den sozialen Zusammenhalt ein. Hier setzt die frisch gegründete Initiative 18 – Free, safe and sustainable media e.V. an und macht sich für die Sicherung einer vielfältigen und unabhängigen Medienlandschaft stark. Zu den Gründungszielen gehören neben der Sicherung der Zukunft des unabhängigen Journalismus die Förderung einer unabhängigen Medienlandschaft und Pressefreiheit oder auch die Vermittlung von Medienkompetenz. Um diese Vorhaben langfristig wirkungsvoll zu verankern, fordert die Initiative 18, dass freie, sichere und nachhaltige Medien als das 18. Nachhaltigkeitsziel in die Agenda 2030 der Vereinten Nationen aufgenommen und gefördert werden. Damit will die Initiative 18 die bestehenden 17 Sustainable Development Goals (SDGs) ergänzen und verstärken.

Die Gründer:innen und aktiven Mitglieder der Initiative 18 setzen sich aus einem Konsortium hochkarätiger Manager:innen der Kommunikations- und Medienbranche zusammen. Dazu haben sie den Verein Initiative 18 – Free, safe and sustainable media e.V. gegründet. Vorsitzender ist Manfred Kluge, Chairman DACH der Omnicom Media Group, sein Stellvertreter ist Norman Wagner, Managing Director Utiq und ehemaliger Vorstand der Organisation der Werbungtreibenden im Markenverband (OWM). Weitere Mitstreiter:innen sind Sven Korndörffer, Vorsitzender der Wertekommission, Nina Haller, CMO bei Experience One, Klaus-Peter Schulz, Geschäftsführer des Verbandes Die Mediaagenturen, Daniel Knapp, Vorstandsmitglied des Institute of European Media Law und The MediaLab, Holger Thalheimer, Chief People & Culture Officer Omnicom Media Group Germany, Leah Gash, Rechtsanwältin, sowie Jesper Doub, aktuell freier Berater und ab Oktober 2024 Geschäftsführer der Funke Mediengruppe. Karl Graf von Stauffenberg, Autor und Speaker für Freiheit, Demokratie und Verantwortung, engagiert sich ebenfalls und unterstreicht damit die Rolle der Medienvielfalt für die Demokratie.

## **Zum Hintergrund:**

Die Verbreitung von schädlichen Inhalten im Netz, beispielsweise Desinformation, Hate Speech oder Extremismus, tragen laut „Global Risks Report 2024“ des Weltwirtschaftsforum zur Spaltung der Gesellschaft und zur Zunahme innerstaatlicher Gewalt bei: [Global Risks Report 2024 | World Economic Forum | World Economic Forum \(weforum.org\)](#).

Diese Entwicklung spitzt sich zu, etwa durch die immer weiter zunehmende Konzentration der Internetnutzung auf wenige globale Plattformen, durch die Möglichkeiten generativer KI, aber auch durch die rückläufigen Werbeinvestitionen in journalistische Umfelder. Das wiederum setzt Medienhäuser hinsichtlich ihres Geschäftsmodells und somit journalistischen Tätigkeiten massiv unter Druck. In vielen Ländern hat bereits ein Mediensterben eingesetzt.

## **Das Ziel:**

Die Fehlentwicklungen in der digitalen Welt sind erst richtig zum Vorschein getreten, als die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen im Jahr 2015 bereits verabschiedet wurden. Daher fordert die Initiative 18 ein weiteres Ziel offiziell zu hinterlegen:

Freie, sichere und nachhaltige Medien.

## **Konkrete Unterziele:**

Ergänzend zum 18. Nachhaltigkeitsziel hat das Team der Initiative 18 folgende acht Unterziele definiert:

1. Sicherstellung der Presse – und Rundfunkfreiheit
2. Erhalt der Medienvielfalt mit hybriden Geschäftsmodellen
3. Verantwortungsvolle Allokation von Werbeinvestitionen
4. Bekämpfung von Desinformation und weiteren schädlichen Inhalten
5. Medienkompetenz und Bildung fördern
6. Verantwortungsvolle Nutzung von Technologie und Datenethik
7. Förderung einer legalen Gerechtigkeit (level playing field) im Medien- und Werbeumfeld
8. Anerkennung von urheberrechtlich geschützter journalistischer Leistung

Mit dem Unterziel 3, der verantwortungsvollen Allokation von Werbeinvestitionen, verbindet Manfred Kluge, Vorsitzender der Initiative 18, einen klaren Appell:

„Medienvielfalt und vertrauenswürdige Inhalte sind unabdingbar als Korrektiv für Desinformation und Fake News. Werbekunden und Mediaagenturen können einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Medienvielfalt leisten und damit die Demokratie stärken. Ebenso braucht es einen Diskurs mit werberelevanten Plattformen und Medienhäusern zu deren gesellschaftlichen Verantwortung.“

Neben Werbungtreibenden und Mediaagenturen ist aber auch die Politik in der Pflicht: „Die Politik setzt Medien mit immer mehr Regularien unter Druck und versucht mit ‚Werbung ist schlecht‘-Argumenten zu punkten – verliert dabei aber den Beitrag der Refinanzierung von Medienvielfalt durch Werbung aus den Augen. Vor diesem Hintergrund ist die Förderung der politischen Akzeptanz und die Unterstützung hybrider, datengetriebener und werbefinanzierter Geschäftsmodelle im Medienbereich – formuliert im zweiten Unterziel – ein weiteres wichtiges Anliegen unserer Initiative“, ergänzt Norman Wagner, stellvertretender Vorsitzender der Initiative 18.

Unter change.org hat die Initiative 18 eine Petition eingereicht, um eine breite Unterstützung für das 18. Nachhaltigkeitsziel zu dokumentieren und damit die Verantwortlichen in der Politik zu adressieren.

<https://chnng.it/hhgfdvzV>

Mit dem Claim „Freiheit braucht das ganze Bild. Medienvielfalt schützt Demokratie“ startet eine Werbekampagne, um die Notwendigkeit eines 18. Nachhaltigkeitsziels aufmerksamkeitsstark in den deutschsprachigen Ländern zu platzieren. Gestaltet hat sie TEAMBBDO mit ihren Agenturen BBDO und Peter Schmid Group.

Dazu Klaus-Peter Schulz: „Mit freundlicher Unterstützung vieler Medien, von TEAMBBDO, BBDO und Peter Schmidt Group und schoesslers wollen wir unsere Themen breit in der Öffentlichkeit verankern und auch unsere Branche hinter der Initiative 18 versammeln. Uns ist der Dialog mit allen Marktpartnern wichtig.“

Christian Rätsch, CEO von TEAMBBDO ergänzt: „Wir leben in politisch herausfordernden Zeiten, in denen der Journalismus unbedingt gestärkt werden muss. Medienvielfalt, Medienfreiheit und unabhängige Berichterstattung sind Fundamente unserer Demokratie, die es zu schützen gilt.“

Mehr über die Initiative 18 unter [www.initiative18.org](http://www.initiative18.org) und [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com) (Link zu LinkedIn)

## **Über schoesslers GmbH:**

Die Kommunikationsagentur schoesslers wurde 2011 von Prof. Dr. Julia Schössler gegründet. Das mehr als 60-köpfige Team betreut nationale und internationale Kunden aus der digitalen Wirtschaft in den Bereichen Technologie, Medien und Advertising. Seit 2016 ist die Agentur Teil der Vogel Communications Group, einem der führenden Dienstleister für B2B-Kommunikation im deutschsprachigen Raum mit über 100 Medienmarken, digitalen Plattformen und Events. schoesslers wurde zuletzt beim European Excellence Award in der Rubrik „Brand Relationship“ ausgezeichnet, erhielt den PR Report Award in der Kategorie „Reputation und Marke“ und wurde mit dem Comprix Award für herausragende Healthcare-Kommunikation 2022 als einzige PR-Agentur mit Gold prämiert. Von kununu 2023 als beliebter Arbeitgeber prämiert, ferner im

Arbeitgeberranking 2019 wurde schoesslers vom PR Report als eine der Top 3 PR-Agenturen gewählt und gehört zu den Top-Arbeitgebern im Mittelstand 2023, ausgezeichnet von Focus Business. Zu den Kunden zählen u. a. RMS, Noventi, Sesame Workshop, Seedtag, Eirich und Mission Female.

[www.schoesslers.com](http://www.schoesslers.com)

**Pressekontakt**

Prof. Dr. Julia Schössler

T: +49 172 68 97 064

E: [julia@schoesslers.com](mailto:julia@schoesslers.com)

Dr. Jochen Kalka

T: +49 179 39 57 258

E: [jochen.kalka@schoesslers.com](mailto:jochen.kalka@schoesslers.com)