

## Zum Gesetzentwurf zur Änderung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen

### **Stellungnahme zur Anhörung des Ausschusses für Kultur und Medien des Landtags von Nordrhein-Westfalen**

**am 08.05.2014**

Arbeitsgemeinschaft Social Media e.V., Jörg Blumtritt

Diese Stellungnahme bringt die Perspektive unabhängiger Medienproduzenten wie zum Beispiel Blogger, Youtuber, Podcaster zum Ausdruck. Nordrhein-Westfalen ist führend in Deutschland, was Zahl und wirtschaftlichen Erfolg dieser Medien betrifft, die sich vor allem im Lauf der letzten zehn Jahre entfaltet haben.

Diese Medienangebote könnten in Zukunft Vielfalt und Unabhängigkeit der Medienkultur garantieren, wenn wir ihnen den dafür nötigen, öffentlichen Freiraum schaffen.

Wir werden unter 1) auf die im vorliegenden Gesetzentwurf der Landesregierung dargestellten Probleme und Lösungen eingehen und anschließend unter 2) eine mögliche, weitergehende Vision für die Medienpolitik in Nordrhein-Westfalen skizzieren.

## **1 Zum Gesetzentwurf**

### **1.1 Öffentlicher Freiraum für die Medien.**

Klassische Medien verlieren weiter an Relevanz. Gleichzeitig wächst die Bedeutung von Medien und vor allem von medienähnlichen Inhalten im Internet. Dadurch verlagert sich die Mediennutzung, weg von jenen Medien, die unter der Förderung und Regulierung der Gesellschaft stehen, wie sie im dualen System mit öffentlich-rechtlichem Rundfunk und den Landesmedienanstalten seit Beginn der Bundesrepublik Deutschland erfolgreich aufgebaut wurden. Eine der wichtigsten Aufgaben der Mediengesetzgebung ist es unserer Auffassung daher, den schwindenden gesellschaftlichen Einfluss wieder herzustellen. Die Gesellschaft hat das Recht und die Pflicht, auch in Zukunft einen Raum für unabhängige, vielfältige Medien zu schaffen, der nicht primär unter ökonomischen Zwängen steht, sondern sich nach den ethischen Vorgaben der Gesellschaft, ihrer Kultur und Diversität orientiert.

Der vorliegende Gesetzentwurf geht nicht in diese Richtung. Er schwächt sogar tendenziell die Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, stellt in einzelnen Punkten gar sein Primat in Frage und leitet Gebührengelder in eine privatrechtliche Stiftung um.

## 1.2 Medienkompetenz

Medienkompetenz bedeutet heute sekundäre Lesefähigkeit in digitalen Medien. Sourverän gehen Menschen mit digitalen Angeboten aber nur dann um, wenn sie neben inhaltlichem Verständnis und Einblick in die ökonomischen Bedingung der Medienproduktion und -verbreitung auch die technische Kompetenz erworben haben, sich mit den Medien aktiv auseinanderzusetzen.

“Digital Literacy”, die Fähigkeit, eigenständig und selbstbestimmt Medieninhalte im Internet zu finden, zu verstehen, die Intentionen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hinter den Inhalten zu erkennen, aber insbesondere zu lernen, Inhalte selbst erstellen zu können, ist die wichtigste Aufgabe heutiger Medienpädagogik.

Um allen Menschen die Möglichkeiten der digitalen Gesellschaft zu eröffnen, sollte schon in den Schulen den Umgang mit digitaler Technologie systematisch gefördert werden. Das Erlernen mindestens einer höheren Programmiersprache sowie Grundkenntnisse in Datenbanken, Suchmaschinen, HTML und Internetinfrastruktur soll für jeden Schüler selbstverständlicher Teil der Lernziele sein.

Die Entwicklung von Fähigkeiten zur Recherche im Netz und die Kompetenz, sich ein eigenständiges, persönliches Netzwerk von Kontakten in Social Networks zu erarbeiten, sehen wir als zentrale Ziele der schulischen Erziehung und Bildung. Deshalb sollte die Nutzung digitaler Medien in der Schule im Unterricht sowie in den unterrichtsfreien Zeiten gefördert werden, statt sie, wie bisher, etwa durch Verbot von Mobiltelefonen in der Schule eingeschränkt werden. Ebenso sollte kreativer Einsatz von Internetquellen bei Facharbeiten, Hausarbeiten etc. gefördert werden, statt dieses als Unterschleif zu ächten.

Der vorliegende Gesetzentwurf ist in dieser Hinsicht besonders wenig ausgearbeitet und liefert bestenfalls kleine Details, statt einen klaren Rahmen für Medienpädagogik zu stecken.

## 1.3 Lokale Berichterstattung und Bürgermedien

Es die Aufgabe der Öffentlichkeit, Freiraum für lokale Berichterstattung zu erhalten oder sogar zu erweitern. Bürgermedien können als Vorläufer moderner Medienangebote wie Blogs, Youtube-Kanälen und anderen, unabhängig von einzelnen Menschen oder Gruppen produzierten Inhalten gesehen werden. Die Medienpolitik sollte mit mutigen Schritten neue Angebotsformen in die Förderung einbeziehen, wie sie die bisherigen Bürgermedien erhalten, aber auch die klassische Verbreitung als Bürgerfunk erweitern.

Ohne Zweifel steht die Berichterstattung durch Redaktionen vor Ort, die bis heute vor allem durch Zeitungsverlage mit ihren Druckerzeugnissen und lokalen Rundfunkangeboten geleistet wird und sich durch Abonnementgelder und Werbeeinnahmen finanziert, als Geschäftsmodell in Frage. Eine finanzielle Ausstattung lokaler Angebote durch Gebührengelder könnte dem zunächst Abhilfe schaffen.

Die wirtschaftlichen Verwerfungen der Verlage stehen aber in einem umfassenderen Kontext: die Angebote sind wirtschaftlich nicht mehr rentabel, weil die Menschen sie nicht mehr in der gewohnten Weise nutzen. Ihre Relevanz im Leben der Menschen hat dramatisch abgenommen.

Eine Subventionierung unrentabler Geschäftsmodelle wird diesem Relevanzverlust kaum entgegenwirken.

Statt also bestehende Medienunternehmen, die sich bisher privatwirtschaftlich finanziert haben, jetzt durch öffentliche Gelder zu subventionieren, ist es sinnvoll, in neue Medien und neue Verbreitungsmodelle zu investieren.

Eine der wichtigsten Aufgaben von Verlagen ist, neben der schlichten Bezahlung der Journalisten, vor allem die juristische Unterstützung bei der Recherche und der Rechtschutz nach der Veröffentlichung. Diese Aufgabe ist elementar und unverzichtbar. Wenn sich die Produktion und Distribution von den Verlagen bzw. Medienunternehmen verlagert, sollte die Öffentlichkeit selbst Strukturen schaffen, die diese Aufgaben übernehmen.

Unabhängige Journalisten wie Blogger, Videoblogger, Podcaster etc. brauchen dieselbe Unterstützung und Absicherung, wie ihre Kollegen in den Redaktionen. Das beginnt bei der Ausgabe von Presseausweisen, geht über Durchsetzung von Informationsfreiheit, Akteneinsicht, Akkreditierung bei Veranstaltungen etc., bis zur juristischen Vertretung vor Gericht.

Und schließlich sollte auch eine finanzielle Sicherung lokaler Angebote vielfältigen Formen lokaler Medienproduktion und -distribution zur Verfügung stehen.

Der vorliegende Gesetzentwurf bleibt nahezu unverändert bei der althergebrachten Sicht auf Bürgermedien als Bürgerrundfunk. Die Sendezeiten werden dabei aber nicht nur nicht erweitert, sondern die fixen Zeitpunkte aufgeweicht, so dass eine Schwächung selbst dieser Angebotsform zu befürchten ist.

Förderung (durch eine Stiftung oder wie auch immer) darf nicht dazu führen, ehemals profitable Geschäftsmodelle, die durch veränderte Medienlandschaft nicht mehr privatwirtschaftlich finanzierbar sind, zukünftig durch Gebühren künstlich am Leben zu erhalten. Der Gesetzentwurf lässt hier eine klare Abgrenzung vermissen.

#### **1.4 Nutzerinnen vs. Akteure**

Die Trennung von passiven Nutzerinnen und Nutzern und aktiven "Akteuren der Medienbranche" entspricht nicht mehr der Realität, wie sie von vielen Menschen wahrgenommen wird. Durch das Internet kann jeder Nutzer zum Medienproduzenten werden - und insbesondere kann jeder Mensch zum einen Zeitpunkt passiver Nutzer, zum nächsten aktiver Produzent sein. Diese Möglichkeit ist keineswegs theoretisch, wie die zahlreichen unabhängigen Medienangebote von Bloggerinnen, Videobloggern, Podcasts etc. demonstrieren - selbst die Medienunternehmen sprechen von "Prosumern" oder "Viewern". Statt als einer Reduktion auf simple Kategorien wie Nutzer versus Produzenten ist es sinnvoll, Strukturen zu schaffen, die diesem fließenden Übergang von Passiv zu Aktiv Rechnung tragen.

Dabei ist darf nicht aus den Augen verloren werden, dass es nach wie vor ein starkes Machtgefälle in der Medienwirtschaft gibt, allerdings hat sich dieses von der Produktion wegverlagert. Es ist daher wünschenswert, die hierarchische Sicht von Medienproduktion dort einzusetzen, wo sie tatsächlich gegeben ist: bei der Verbreitungsinfrastruktur. Während eine Abgrenzung von unabhängigen Medien, Bürgermedien, lokalen Medienangeboten, Verlagen etc. kaum länger wohldefiniert sein kann, ist die Distribution über die Telekommunikationsinfrastruktur ebenso klar getrennt von den Möglichkeiten der Bürgerinnen (und der Verlage in gleicher Weise), wie die Plattformen der Verbreitung (Google Search, Youtube, Facebook etc.). Das Ungeleichgewicht der lokalen oder regionalen Nutzerinnen und Nutzer einerseits und den nationalen und glob-

alen Telekommunikationskonzernen und Plattformbetreibern andererseits sollte durch die Gesetzgebung wenigstens teilweise ausgeglichen werden. Auch hier wären mutige Schritte und klare Signale wünschenswert, die im vorliegenden Gesetzentwurf an keiner Stelle zu erkennen sind.

## 2 Strategische Ausrichtung für eine zukünftige Medienpolitik

**Öffentlichen Raum in den Medien erhalten und ausweiten.** Das Internet ist schon oft als moderne Agora bezeichnet worden – auch der Begriff Forum wird im Netz schließlich nicht von ungefähr verwendet. Tatsächlich schien zunächst das Internet als perfekter öffentlicher Raum, indem sich eine freiheitliche Gesellschaft perfekt entfalten könnte.

Wirtschaftsunternehmen wie Google, Facebook, Twitter etc. stellen heute elementare Bestandteile der Internet-Infrastruktur dar. Diese Unternehmen agieren allerdings rein wirtschaftlich. Politischer Einfluss und ethische Diskussion findet bestenfalls aus der Perspektive ökonomischen Vorteils durch besseres Marketing statt.

Ein Beispiel soll die sehr handfesten Folgen dieser – aus meiner Sicht notwendigen und kaum vermeidbaren Entwicklung – verdeutlichen:

Das „Collateral Murder“-Video, welches Wikileaks veröffentlicht hatte, war lange Zeit zuvor der Washington Post bekannt. Der Zeitungsverlag hatte allerdings aus Sorge vor ökonomischem Schaden auf eine Veröffentlichung verzichtet. Als Wikileaks schließlich das Video auf Youtube gestellt hatte, wurde es sogleich – wohl auf Druck der US Regierung – von wieder gelöscht. Nur internationaler Druck und die Prominenz von Wikileaks hat Google dazu gebracht, das Video wieder Online zu stellen.

Hier sehen wir elementar das Thema Pressefreiheit berührt wird: Was nützt unabhängiger Journalismus, wenn die Veröffentlichung keinen mehr erreicht, weil die (Privat)-Unternehmen den Zugang dazu zum Teil fast monopolistische kontrollieren und vielleicht sogar zensurieren? Und zwar nicht aus Boshaftigkeit, sondern aus ökonomischem Kalkül.

Eine Website, die auf Google nicht gelistet wird, existiert de facto nicht; ein Buch, das Amazon nicht anbietet, kann man gleich wieder einstampfen; Musik, die iTunes oder Spotify nicht listen, wird kaum gehört werden. Es ist höchste Zeit, dass wir – als Gesellschaft – aktiv werden, Initiative ergreifen, die Stimme erheben. Und zwar nicht, indem wir versuchen, über Regelungen und Gesetze alles in den alten Bahnen festzuzementierten (das wird ohnehin wenig bewirken, da die internationalen Unternehmen sich kaum durch lokale Gesetze einschränken lassen, wie man z.B. im Bereich Datenschutz deutlich erkennen kann). Nein, es ist vielmehr wichtig, eine aktive Rolle einzunehmen und nicht nur zu reagieren.

Über viele Jahrzehnte bestand kein Zweifel, dass die Medien Teil der Polis und nicht des Oikos sind. Für Medien als Öffentlichkeit gibt es etablierte Rahmenbedingungen:

- Diskriminierungsfreier Zugang (alle Informationen stehen allen Nutzern gleichermaßen zur Verfügung)

- Netzneutralität (jeder Publisher hat das gleiche Recht, seine Inhalte zu distribuieren)
- Pluralismus (der Angebote)
- Gesellschaftlicher Einfluss (klare Repräsentation ethischer und kultureller Werte)

In der europäischen, aber vor allem (bundes)deutschen Medientradition seit dem zweiten Weltkrieg wird das besonders im Rundfunkrecht deutlich. Aus diesen Regeln demokratisch-politischer Medienkultur wurden die großen öffentlichen Rundfunkanstalten entwickelt, die über Jahrzehnte einen wesentlichen Platz im öffentlichen Leben der Gesellschaften eingenommen haben.

Indem das Internet den Rundfunk nicht etwa substituiert (dann wäre es einfach, die Regeln mehr oder weniger unverändert zu übertragen), sondern weit über diesen klassischen Medienbegriff hinausweist, die klassischen Medien dabei aber in ihrer Bedeutung ablöst, verschwindet auch der Einfluss dieser klassischen Medien auf unsere Gesellschaft.

Deshalb brauche wir eine Diskussion über ‚Virtuellen Rundfunk‘, über ein öffentliches (bzw. öffentlich-rechtliches) Internet.

Im Internet kann praktisch jeder Video- und Audioinhalte veröffentlichen. Eine öffentliche Kontrolle der "knappen Ressource" der Sendefrequenzen ist im Netz nicht notwendig. Daher muss das Netz frei von Einschränkungen bleiben, wie sie im Rundfunk bisher zu recht bestehen. Die unnötigen, juristischen Einschränkungen der Medienaufsicht für das Netz sollten daher abgebaut werden. Wir brauchen keine Sendelizenzen für Internetangebote.

Rundfunkgebühren garantieren seit Jahrzehnten Meinungsvielfalt und freien Zugang zum Medienangebot. Im Internet ist der freie, diskriminierungsfreie Zugang nicht in gleicher Weise garantiert. Wesentliche Teile der Infrastruktur, wie die Versorgung mit Internetverbindungen, Suchmaschinen, ohne die es defacto sehr schwer ist, auf Inhalte zuzugreifen und Social Networks, die einen wesentlichen Teil unserer Kommunikationskultur bestimmen, sind rein privatwirtschaftlich organisiert.

Ein Teil der Rundfunkgebühren sollte also dazu verwendet werden, öffentliche Freiräume im Netz schaffen. Diskriminierungsfreier Zugang und Netzneutralität könnten damit jedem garantiert werden. Auch einige Angebote, die als förderungswürdig eingestuft werden, können durch Gebühren finanziert werden.

Sämtliche Inhalte, die mit öffentlichen Geldern gefördert werden - was die Rundfunkgebühren mit einschließt - sollten selbstverständlich gemeinfrei bleiben und allen Menschen kostenlos zur Verfügung stehen.

Wir sollten diese Transformation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in einen virtuellen öffentlichen Kulturraum beginnen.

Stockdorf, 30.04.2014

Jörg Blumtritt

Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Social Media e.V.

Zumpestr. 13

82131 Stockdorf