

Wie die Medien sein sollten

Gemeinsames Papier von Vertreterinnen und Vertretern der gesellschaftlichen Gruppen in der Medienkommission der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen

- Denkanstöße -

Unterzeichnerinnen und Unterzeichner: (alphabetisch)

Arkenstette, Matthias, Verbraucherzentrale NRW e. V.

Hemkes, Barbara, Deutscher Gewerkschaftsbund NRW (DGB NRW)

Herterich, Marlis, Deutscher Kinderschutzbund, Landesverband NRW / Landesjugendring NRW

Huntgeburth, Helmut, Sozialverband Deutschland, Landesverband NRW/Sozialverband VdK, Landesverband NRW/Landesseniorenvertretung NRW

Maschke, Peter, Landesmusikrat NRW/ Bundesverband bildender Künstlerinnen und Künstler, Landesverband NRW/Kulturrat NRW

Opterbeck, Maria, Frauenrat NRW/LAG der Familienverbände in NRW

Peppekus, Manfred, Landessportbund NRW

Polke, Rainer, Anerkannte Naturschutzverbände NRW

Pollmann, Dietrich, Landesverband der Volkshochschulen von NRW/Gesprächskreis für Landesorganisationen der Weiterbildung in NRW

Rubinstein, Michael, Landesverbände der jüdischen Kultusgemeinden von Nordrhein und Westfalen/Synagogen-Gemeinde Köln

Sakal, Engin, Landesarbeitsgemeinschaft der kommunalen Migrantenvvertretungen in NRW

Schröder, Peter, Deutscher Journalisten-Verband, Landesverband NRW/ Gewerkschaft ver.di, Landesbezirk NRW

Steinhausen, Dr. Jörg, Arbeitsgemeinschaft der Spitzenverbände der Freien Wohlfahrtspflege des Landes NRW

Wischmann, Hermann, Evangelische Kirchen in NRW

Zöller, Joachim, Katholische Kirche in NRW

Die Medienwelt ist in großer Bewegung. Die fortschreitende Digitalisierung des Rundfunks sowie die zunehmende Relevanz digitaler Verbreitungswege auch von Printmedien (Medienkonvergenz) bestimmten die Medienpolitik der letzten Jahre.

Medienwelt im Wandel

In der Ausgestaltung des Mediensektors kommen neue Herausforderungen auf die Gesellschaft zu. Es gilt, auch im Internetzeitalter journalistische Medienleistungen sowie die Grundversorgung an unabhängiger Information zu sichern. Meinungsvielfalt muss angesichts wachsender Medienkonzentration, der Neuausrichtung der Verlage auf cross-mediale Medienhäuser und der Dominanz von Internetdiensten wie Google neu definiert und gemessen werden. Durch interaktive Medien werden aus Zuschauern Nutzer, die als Objekt und Subjekt in Erscheinung treten. Dies erfordert Maßnahmen des Nutzerschutzes vom Datenschutz bis zur Medienkompetenzentwicklung.

Dabei muss man, den gesamten Medienbereich im Auge behalten. Zwar kommen Fernsehen und Radio als Leitmedien in der politischen Kommunikation immer noch eine herausragende Rolle zu. Dies gilt auch für den Printbereich. Doch das Internet wird für die politische Kommunikation immer wichtiger. Gleichzeitig geraten die Medien unter immer größeren ökonomischen Druck, der sich auf allen Verbreitungswegen zunehmend negativ auf die Qualität der Versorgung und der Inhalte auszuwirken droht.

Nicht nur technisch und ökonomisch induziert wachsen und verändern sich die Möglichkeiten des medial vermittelten Diskurses, auch die Zivilgesellschaft verlangt nach mehr gesellschaftlicher Einflussnahme auf das politische Geschehen durch Nutzung neuer Medien. In einer kulturell vielfältigen Gesellschaft mit wachsenden sozialen Friktionen tragen die Medien eine große Verantwortung, gesellschaftliche Identifikation, Verständigung und Zusammenhalt zu fördern.

Medien haben eine gesellschaftliche Verantwortung

Wir sehen mit Besorgnis, dass der Wandel der Medienwelt nicht immer zum Besten der Bürgerinnen und Bürger ist. Zu häufig bleiben gesellschaftliche Ansprüche hinter wirtschaftlichen und technologischen Zielen zurück. Menschenwürde und Qualität des Programms, Verbraucher- und Datenschutz, Vielfalt und Teilhabe drohen unter die Räder einer immer komplexeren Medienwelt zu geraten.

Allgemeine Medienschelte, die dann ebenfalls zum gerne zelebrierten Medienereignis wird, ist jedoch nicht unser Anliegen. Wir wünschen uns einen offenen, breit getragenen Diskurs über die gesellschaftlichen Ansprüche an die weitere Entwicklung der Medienwelt. Wir wollen die Veränderungen aktiv mitgestalten. Deshalb mischen wir uns ein - nicht mit einem fertigen Konzept, sondern mit Denkanstößen und unseren Wünschen an gesellschaftlich verantwortliche Medien. Wir laden alle dazu ein, mit zu machen.

Wir mischen uns ein

Soziale Digitalisierung

Unbestreitbar bringt die Digitalisierung viele Vorteile - auch im Bereich der Medien. Beim Fernsehen ermöglicht sie größere Programmvierfalt, bessere Bild- und Tonqualität, programmbegleitende Informationen, hochwertige Speicherung, aber auch flexiblen Abruf von Filmen und Programmen. Im Internet erschließen sich Welten von Information und Kommunikation aller Art. In E-Mails, in neuen sozialen Netzwerken kommunizieren Menschen in einem nie gekannten Umfang. Die Welt rückt näher zusammen.

Die Welt rückt näher
zusammen

Auch deshalb wäre es zu einfach, in all den sich ständig umwälzenden Kommunikations- und Informationsweisen nur Verflachung, Kulturverfall und neue Abhängigkeit zu sehen - so sehr dies für manche Entwicklung auch zutreffen mag.

Allerdings hilft Digitalisierung nicht im Selbstlauf, dass Menschen kompetenter und mündiger werden, dass sie aktiver, freier und selbstbestimmter Medien nutzen und in ihr Alltagsleben integrieren. Mediennutzung bedeutet lebenslanges Lernen. In einer älter werdenden Gesellschaft mit immer mehr Menschen, die sozial ausgegrenzt und finanziell an den Rand gedrängt sind, wächst die Gefahr der digitalen Spaltung.

Aber die Gefahr der
digitalen Spaltung
wächst

Die Digitalisierung kann dem Menschen aber auch schaden. Insbesondere dann, wenn Medienbetreiber die Bürgerinnen und Bürger nicht als selbstbewusste Nutzer von Medien betrachten, sondern auf Wirtschaftsobjekte – Konsumenten - reduzieren. Damit einhergehende Geschäftsmodelle, die nicht auf fairen Vertragsbedingungen beruhen, die übersteuert und intransparent sind, die die Wahlfreiheit einschränken, die Vorteile nur vorgaukeln und Nachteile verschweigen.

Zugleich wächst die Abhängigkeit der Nutzer von großen, weltweit agierenden Plattformen und Konzernen, von technologischen Multis und "Content"-Verkäufern. Eine exzellente Suchmaschine wird zur Datenkrake, eine kreative Computerschmiede zur Verkaufsplattform Nr.1 von Musik und Inhalten aller Art, soziale Netzwerke verwandeln sich aus Graswurzelplattformen zu börsennotierten Werbeverkäufern. Internetabzocke ist zur Vokabel einer nicht ausreichend verbraucherfreundlich gestalteten "Marktwirtschaft 2.0" geworden.

Um die Chancen der Digitalisierung nutzen zu können und die damit einhergehenden Risiken zu erkennen, muss die Kompetenz der Nutzer wachsen, mit den zunehmenden medialen Möglichkeiten umzugehen. Dies unterstellt Neugier, Experimentieren, Anwendungserfahrung, Bildung und Transparenz von Entwicklungen. Gleichzeitig braucht man aber auch die finanziellen Mittel, sich technologische Entwicklungen anzueignen. Mediale Grundversorgung muss im Zeitalter von Google neu definiert werden.

Kompetenz der
Nutzer stärken

Bei der Digitalisierung der Medien fehlen politische Leitplanken noch mehr als in anderen Wirtschaftsbereichen. Wir wünschen uns eine Digitalisierung im Bereich der Medien, die den Bürgerinnen und Bürgern nützt, Nutzer stärkt und Verbraucher schützt. Wir wünschen uns eine soziale Digitalisierung, bei der die "digitale Dividende" vor allem der Gesellschaft zugute kommt.

Digitale Dividende
für die Gesellschaft

Qualität, Menschenwürde und Kinderschutz

Mit Sorge beobachten wir, dass zwar das Sender - und Programmangebot gewachsen ist, die Qualität des Angebots jedoch in gleichem Masse zu sinken scheint. Auf der Jagd nach den besten Quoten – und damit Marktanteilen - sind Boulevardisierung, Skandalisierung und bewusste Tabuverletzung die probaten Mittel. In diesem Sog bleibt guter Journalismus zunehmend auf der Strecke – nicht nur im „Unterschichtenfernsehen“, sondern auch in den „Qualitätsmedien“.

Auf der Jagd nach
Quote bleibt Qualität
auf der Strecke

Wie die Medien sein sollten

Richtig ist: Seit es Massenmedien gibt, gibt es Debatten über die Qualität der Medien. Das macht diese Debatten aber nicht überflüssig. Denn Medienentwicklung ist auch immer ein beständiges Ringen um die Inhalte und deren Aufbereitung.

Die seit Jahren breit geführten Diskussionen um Programmqualität vor allem entlang des (scheinbaren?) Widerspruchs „Quote oder Qualität“ müssen geöffnet werden: Rundfunk – und auch die Presse – sind Kulturträger. Sie müssen einen Beitrag leisten zur Meinungsbildung und Orientierung im Zusammenleben einer freiheitlichen Gesellschaft. Dieser Aufgabe kommen die Medien unserer Meinung nach nur unzureichend nach.

**Massenmedien sind
Kulturträger**

Wir fragen uns: Nehmen die Medien den Menschen des 21. Jahrhunderts wirklich in seiner ganzen Vielfalt wahr? Endet der Auftrag zur Information da, wo der Mensch nicht mehr Exot, Exhibitionist, Abenteurer, Krimineller ist? Muss dies zwingend der normative Duktus des Privatfernsehens sein? Wo wird hier der ernsthafte Dialog, die Auseinandersetzung mit dem Leben gesucht?

Die Unantastbarkeit der Menschenwürde steht am Anfang unserer Verfassung. Sie zu wahren ist besondere Verpflichtung für Staat und Gesellschaft. Menschenwürde basiert auf unseren kulturellen Grundwerten. Es ist nicht das Recht des Einzelnen, seine Menschenwürde medial zu „verkaufen“. Quoten legitimieren keine Verletzung der Menschenwürde. Wir erwarten mehr Verantwortung bei den Medienmachern und wünschen uns eine gesellschaftliche Diskussion zu diesem wichtigen Thema.

**Quoten legitimieren
keine Verletzung der
Menschenwürde**

Eines besonderen Schutzes bedürfen Kinder und Jugendliche. Auch hier geht es zunehmend häufiger um deren Würde und Rechte. Kinderschutz ist nicht mit Sendezeitbeschränkungen allein erfüllt. Kinder sind keine schmückenden oder provozierenden „Beigaben“ für Doku-Soaps. Mitwirkende Kinder brauchen deshalb in den Medien besonderen Schutz. Dennoch müssen Kinder in unseren Medien präsent sein. So wenig die Bedürfnisse von Kindern in Städten nur auf Spielplätzen erfüllt werden können, so wenig können Kinder in den Medien auf Kinderkanäle abgeschoben werden.

**Gerade Kinder
brauchen
besonderen Schutz**

Vor allem im Internet und bei allen zu erwartenden weiteren Entwicklungen neuer Medien müssen die Schutzinteressen von Kindern und Jugendlichen Vorrang vor grenzenloser Freiheit des Einzelnen haben. Wir erwarten mehr Einsatz in der Medienerziehung auch für Eltern. Wir wollen Kinder durch Medienkenntnis stärken. Aber auch Medienmacherinnen und Medienmacher müssen ihre Verantwortung wahrnehmen.

Vergleichbares gilt auch für Menschen mit Handicaps. Ganz gleichgültig, ob es um geistige Behinderung, körperliche oder seelische Erkrankung oder ob es um Einschränkungen durch Armut, Alter, fehlende Bildung bzw. kulturelle Ferne durch Zugehörigkeit zu anderen Kulturkreisen geht. Die Forderung lautet immer gleich: Das Anderssein des Anderen wertschätzen und die Betroffenen beteiligen. Aufgabe ist, sie in ihren Interessen und Bedürfnissen angemessen zu berücksichtigen.

**Menschen müssen
als Subjekte
respektiert werden**

Wir wünschen uns, dass die Engführung auf ein funktionales Menschenbild und einen technischen Beratungsbegriff in entsprechenden Formaten aufgegeben wird, zu Gunsten einer Befähigung zur Eigenverantwortung und aktiven Teilhabe der Zuschauer, aber auch der Laiendarstellerinnen und Laiendarsteller. Die Verpflichtung zur Respektierung der Menschenwürde sowie der Grundwerte konkretisiert sich in einem Menschenbild, das den Menschen in seinem Subjektsein respektiert und ihn zu eigenständigem Urteil befähigt, statt ihn als Objekt ökonomischer oder anderer Interessen zu entmündigen.

Als Vertreterinnen und Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen suchen wir das Gespräch mit Senderverantwortlichen über Fragen der Programmqualität. Aus unserer Sicht sollte dabei auch die verengte, rein

Wie die Medien sein sollten

formalrechtliche Betrachtung ergänzt werden, um die ethische Würdigung, die sich an Werten wie der Menschenwürde, den Grundrechten der Verfassung und ästhetischen Werten orientiert.

Über Geschmack kann man nicht, über Qualität aber muss man streiten

Wir wünschen uns Konzepte, die von einem rein normativen Qualitätsbegriff wegführen hin zu einem eher formatbezogenen Ansatz, der auch Beurteilungen der Nutzer einbezieht – denn es gilt: Jedes Programm hat seine Qualitäten. Nur so kann eine Engführung der Qualitätsdebatte auf Konfrontation von Geschmacksvorstellungen unterschiedlicher Milieus in einer multikulturellen Gesellschaft überwunden werden.

Meinungsvielfalt

Meinungsvielfalt ist ein hohes demokratisches Gut, das zu Recht grundgesetzlich geschützt ist. Wir befürchten jedoch, dass die mit der Digitalisierung verbundene größere Vielzahl von Verbreitungsweegen und die gestiegene Angebotsvielfalt nicht zwangsläufig eine qualitativ höhere programmliche Vielfalt zur Folge haben. Im Gegenteil, wir sehen die Gefahr, dass durch diese Entwicklung die Meinungsvielfalt beeinträchtigt wird.

Vielfalt der Verbreitungswege garantiert keine Meinungsvielfalt

In der Presselandschaft haben wir in den letzten Jahren beobachtet, dass auf lokaler und regionaler Ebene Meinungsvielfalt verloren ging. So gibt es kaum noch Regionen, in denen mehr als zwei Tageszeitungen zur Verfügung stehen, vielfach gibt es nur noch eine einzige. Auch wenn allgemein herausgestellt wird, wie wichtig die lokale Berichterstattung für Zeitungen ist, ist der Lokaljournalismus auf dem Rückzug; sei es durch sinkende Anzahl an Zeitungen, reduzierte Dichte an Redaktionen in den Regionen oder Verkleinerung der Redaktionen. Ob vor diesem Hintergrund ein Ausdehnen der Presseunternehmen auf den Rundfunk zu einer höheren Vielfalt an Meinungen beiträgt, darf bezweifelt werden. Im Gegenteil, das Risiko einer marktbeherrschenden Meinungsmacht durch das jeweils dominierende Medienunternehmen steigt.

Aus Gründen wirtschaftlicher Effizienz verflechten sich die Medienunternehmen zunehmend untereinander und über die Verbreitungswege hinweg. Überall werden Redaktionen verkleinert und die Leistungsanforderungen an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern verdichtet. Dies alles begünstigt, dass sich ein medialer Mainstream herausbildet, dem es an Vielfalt und Kontroversen für die heute so notwendigen politischen und gesellschaftlichen Debatten mangelt. Die zunehmend beklagte Abwendung der Bürgerinnen und Bürger von dem politischen Betrieb ist auch ein Ergebnis dieser Entwicklung.

Mainstream dominiert notwendige Kontroversen

Nachrichten sind keine Ware, deren Sinnhaftigkeit allein nach ökonomischen Kriterien bemessen wird. Ausreichende Informationen über das politische, wirtschaftliche und gesellschaftliche Geschehen sind als Auftrag an Rundfunkmacher, im öffentlich-rechtlichen wie im privaten Rundfunk, für uns nicht verhandelbar.

Die fortschreitende technische Entwicklung bei der Bildqualität kann dazu führen, dass durch erforderliche Decoder Hemmnisse beim Zugang zu hochwertigen Programmangeboten entstehen. Leider gibt es aber keinen Zusammenhang zwischen verbesserter Bildqualität und einer Verbesserung des Programmangebotes. Die Vielfalt der veröffentlichten Meinungen darf nicht von technischen Vorgaben der Netzbetreiber abhängig sein, die gleichzeitig auch eigene publizistische Interessen im Auge haben.

Nachrichten sind keine Ware

Wir wünschen uns eine Politik, die die (rechtlichen, strukturellen und finanziellen) Voraussetzungen schafft, eine Medienlandschaft zu gestalten, die möglichst vielen Facetten politischer Inhalte und Meinungen Raum gibt und bei der alle Bürgerinnen und Bürger an der politischen Kommunikation teilhaben können.

Rahmenbedingungen für Vielfalt neu justieren

Wie die Medien sein sollten

Wir wünschen uns mutige und engagierte Verlegerinnen und Verleger und Medienunternehmerinnen und Medienunternehmer, die ihre publizistische Herausforderung annehmen und ihre Redaktionen dabei unterstützen, guten Journalismus zu bieten, den eine lebendige Demokratie so dringend braucht.

Mediale Teilhabe und gesellschaftliche Mitwirkung

Medien leben von einem vitalen gesellschaftlichen Austausch. Deshalb ist gesellschaftliche Teilhabe an den Medien unverzichtbar. Dazu gehört auch, dass die Bürgerinnen und Bürger die Möglichkeit haben, Medieninhalte selber zu gestalten – als Korrektiv und Ideengeber für den Medienbetrieb und als Erprobungs- und Entwicklungsraum. Dies war nie eine leichte Aufgabe und wird eine ständige Herausforderung bleiben.

**Teilhabe heißt
mitmachen, nicht
konsumieren**

Uns sorgt, dass gesellschaftliche Teilhabe an den Medien auf Medienkompetenzentwicklung im Sinne eines „richtigen Konsums“ von Medien verkürzt wird. Die ist wichtig, aber nicht ausreichend. Der Verweis auf das Internet als neuem Partizipationsraum am medial vermittelten Diskurs greift zu kurz. Denn das Internet muss als komplementär zum herkömmlichen Angebot von Hörfunk und Fernsehen bewertet werden.

Die Aufgabe, Teilhabe der Bürgerinnen und Bürger an diesem Raum der politischen Kommunikation zu fördern, hat sich keineswegs erledigt. Dies wird auf europäischer Ebene durchaus anerkannt. So wird in der Entschließung der Europäischen Union zu community media 2008 betont, dass die Regierungen „statt eines rein passiven Konsums der Medien eine freiwillige aktive Beteiligung an der Schaffung von Medieninhalten fördern sollten“, weil sie „eine umfassende, wenn auch weitestgehend nicht wahrgenommene Rolle in der Medienlandschaft, insbesondere für lokale Inhalte, spielen und zu innovativen, kreativen und vielfältigen Inhalten beitragen.“ (EU 2008).

**Bürgermedien
stärken**

Wir wünschen uns deshalb, dass Bürgermedien gefördert und institutionell gesichert werden. Wir brauchen ein breit angelegtes Programm, um vor dem Hintergrund der neuen Medien und des sich verändernden Mediennutzungsverhalten neue Möglichkeiten von Bürgermedien zu erforschen und zu erproben.

Neben der Meinungsvielfalt bilden Staatsferne und gesellschaftliche Kontrolle die Grundpfeiler des Rundfunks in Deutschland. Ein unmittelbarer Einfluss von Regierungen auf die öffentlich-rechtlichen Sender – wie jüngst in der Benennung der Chefredaktion beim ZDF – gefährdet das demokratische Rundfunksystem. Wir wünschen uns Korrekturen, die eine solche Dominanz von Regierungen und staatlichen Institutionen verhindern.

**Staatsferne
gewährleisten**

Der Wandel in der Medienwelt wirft auch Fragen der gesellschaftlichen Mitwirkung in der Medienpolitik und im Medienbetrieb neu auf. So kann die Aufgabe der Mitbestimmung in der Medienpolitik, also die der Rundfunkräte und der Landesmedienkommissionen, nicht ausschließlich sein, vor allem ex-post zu kontrollieren, sondern sie müssen sich gestaltend in die Veränderungsprozesse einmischen. Die Reichweite dieser Gremien ist jedoch begrenzt, so dass es neu zu prüfen gilt, welche Möglichkeiten der Gestaltung sich jenseits der rechtlich verankerten Aufsicht ergeben – sowohl innerhalb der Gremien als auch darüber hinaus.

**Gesellschaftliche
Mitbestimmung neu
justieren**

Wir wünschen uns ein System der Media Governance, mit dem der dynamische Wandel der Medien konstruktiv begleitet wird, damit traditionelle wie neue Medien ihre Funktion für eine demokratische Gesellschaft wahrnehmen können.