



Dr. Jürgen Brautmeier

Direktor der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Düsseldorf

Medienforum.NRW 2012



Schöne neue Medienwelt:

Vernetzt, offen, mobil.

Zur Eröffnung (Begrüßung und Einführung)

– Es gilt das gesprochene Wort! –

Köln, 18. Juni 2012

Sehr geehrte Frau Ministerpräsidentin, sehr geehrter Herr Oberbürgermeister, meine sehr verehrten Damen und Herren,

Kalimera und willkommen in Köln zum 24. Medienforum.NRW, am Morgen nach dem Abend, der mit Blick auf Griechenland von großer Anspannung und jetzt um so größerer Erleichterung geprägt sein dürfte. Aber noch sind wir nicht am Ziel, weder in der Euro- noch in der Fußballwelt! Wir haben Sie eingeladen, um mit Ihnen als Mediennutzer und als Medienmacher einen prüfenden Blick auf unsere „schöne neue Medienwelt“ zu werfen mit ihren veränderten Kommunikationsformen, ihren interaktiven Inhalten und ihren neuen Geschäftsmodellen. Aldous Huxley hat 1932 in seiner „Brave new World“, von der sich das Kongressmotto ableitet, allerdings nicht seine Gegenwart beschrieben, sondern ein Bild der Zukunft entworfen, wie er es sich in über 600 Jahren nach seiner Zeit vorstellte. Seine zukünftige Welt entsteht durch künstliche Fortpflanzung, Konditionierung und Indoktrination, weshalb mit der Anleihe an Huxleys Titel denn auch eher emotional auf das Bedrohliche, das die Zukunft bringen mag, angespielt wird. Von Vernetzung, Offenheit und Mobilität, den Untertiteln unseres Mottos, ist bei Huxley so nicht die Rede.

Mit einem anderen Roman kommen wir der Sache vielleicht noch etwas näher. Der jüngste Thriller von Robert Harris mit dem Titel „The Fear Index“ behandelt das Thema künstliche Intelligenz. Er handelt von einem Wissenschaftler, der ein Computerprogramm entwickelt hat, das in der vernetzten und offenen Welt des World Wide Web sehr präzise menschliche Emotionen analysieren und deuten kann. Damit können Bewegungen auf den Finanzmärkten vorausgesagt – und Milliarden verdient werden. Dass Microsoft bereits Ende 2010 ein Patent

angemeldet hat, dass die Gemütslage des Nutzers aus seinen E-Mails, seinen Bewegungen im Netz, seinem Verhalten in Online-Spielen, ja sogar seiner Gestik und Mimik abliest, wenn er vor seiner Spielekonsole agiert, konnte man erst Ende letzter Woche in der Zeitung lesen. Die Fiktion von Harris erscheint plötzlich überhaupt nicht mehr fiktional. Und George Orwell lässt auch schön grüßen.

Etwas hat mich am Buch von Robert Harris übrigens besonders ange-
regt: Als Kapitelwidmungen wählt er überwiegend Zitate aus Charles Darwins „Die Entstehung der Arten“ aus dem Jahr 1859. Sie glauben gar nicht, wie gut die Erkenntnisse Darwins über die Entstehung und Entwicklung der Arten auf die Entwicklung der Medien zu übertragen sind, nicht nur was das berühmte „Survival of the Fittest“ angeht. In unserem Zusammenhang und bezogen auf die Medien: Wem es nicht gelingt, den sich ändernden Umwelt-Bedingungen mit Klugheit und Weitsicht zu begegnen – evolutionäre Erkenntnistheoretiker sprechen in diesem Zusammenhang gerne von einer Passung –, der kann im digitalen Evolutionsprozess schnell zu den Verlierern gehören.

Das gilt für den Einzelnen ebenso wie für die gesamte Gesellschaft und ihre Institutionen. Machen wir also eine Bestandsaufnahme. Was genau ändert sich eigentlich gerade? Und was hat das für Folgen? Das Verhältnis zwischen Staat und Individuum wandelt sich, die Begriffe Öffentlichkeit und Privatsphäre erfahren ständig wechselnde Geltungsansprüche. Rechtsgüter wie Eigentum und Urheberrecht verlieren angesichts des internationalen und dezentralen Datennetzes an Verbindlichkeit. Und der klassische Rundfunkbegriff erscheint vielen wie das Relikt aus einer Zeit, deren Geschöpfe allmählich auszuster-

ben drohen. Die große Herausforderung für uns alle besteht nun darin, angemessen auf all das zu reagieren.

Zunächst einmal verschwimmen die Grenzen zwischen den einzelnen Mediengattungen. Konvergenz und Internet haben hybride Plattformen ermöglicht, die zugleich jegliche Trennung zwischen Massen- und Individualkommunikation aufheben. Dank der digitalen Technik lassen sich Original und Kopie nicht mehr voneinander unterscheiden. Und weil alles vernetzt und offen und der Internetzugang mobil geworden ist, werden Informationen schneller zugänglich und Partizipation leichter möglich.

Das Internet hat sich zum multimodalen und multioptionalen Katalysator entwickelt. Smartphone und Tablet-PC avancieren zur offenen Schnittstelle des Individuums für den Anschluss an die digitale Gesellschaft. Zugleich aber wird auf einmal vieles öffentlich, was früher privat war – und unsere Nutzerprofile werden gehandelt wie eine Lizenz zum Goldschürfen. Apple, Google, Facebook, Amazon – die gegenwärtig Großen der Online-Ökonomie – haben ihre Claims längst abgesteckt.

Das Internet führt zu einem Bedeutungsverlust von Raum- und Zeitschranken, aber auch zu einem Souveränitätsverlust der einzelnen Nationalstaaten. Ökonomisch nicht zu übersehen sind immer kürzere Innovationszyklen und ein Bedeutungszuwachs des Dienstleistungssektors, verbunden mit sinkenden Transaktionskosten und einem wachsenden Druck auf die Lohnkosten. Schließlich lassen sich digitale Güter überall auf der Welt herstellen, und der Transport geschieht

einfach übers Internet. Das alles erfährt angesichts von Globalisierung und Liberalisierung eine ungeahnte Beschleunigung.

Klassische Medienunternehmen, die es gewohnt sind, vor allem mit der Produktion eigener Inhalte Geld zu verdienen, geraten im globalisierten Medien-Monopoly immer mehr in die Defensive. Die großen Online-Konzerne aus den USA haben gezeigt, dass sich Milliarden-Gewinne auch ohne von ihnen selbst hergestellten Inhalt verdienen lassen. Plötzlich rufen deshalb sogar solche Zeitungs- und Rundfunkunternehmen nach Regulierung, die vor zehn Jahren noch für eine möglichst umfassende Liberalisierung der Medienbranche warben. Sie fordern Leistungsschutz und die Sicherung der Urheberrechte, fürchten im Internet um die eigene Reichweite und sehen sich nahezu wehrlos den kalifornischen Playern ausgesetzt. Das Wort „Player“ benutze ich hier bewusst, man betrachte nur den Börsengang von Facebook. Opfer dieser Entwicklung könnte am Ende die Medienvielfalt sein.

Deshalb brauchen wir Regulierung. Regulierung ist auch in der Medienbranche längst kein Schreckgespenst mehr. Zielgerichtete Regulierung schränkt Marktmechanismen immer nur dann ein, wenn in das freie Spiel der Kräfte zugunsten wichtigerer Werte korrigierend eingegriffen werden muss. Dies ist etwa der Fall, wenn andernfalls einzelne Akteure zu viel Marktmacht erlangen oder wenn negative externe Effekte drohen – zum Beispiel beim Verstoß gegen Jugend- oder Datenschutz. In diesem Sinne dämmt Regulierung also nicht etwa freie Märkte ein, sondern sichert im Gegenteil erst ihre Entfaltung. So betrachtet können und müssen wir in die Entwicklung der digitalen Medien sinnvoll und zum Wohle aller eingreifen.

Ganz gleich ob Missbrauchsaufsicht oder Kartellkontrolle, ob Schutz der Privatsphäre oder Netzneutralität: Ohne ordnungspolitische Vorgaben gilt im digitalen Mediendschungel das Gesetz des "Survival oft the Fittest." Die Medien und ihre Vielfalt aber dürfen nicht einfach einem darwinistischen Ausleseprozess ausgeliefert werden. Weil Medien nicht nur Wirtschafts-, sondern auch und besonders Kulturgut sind, haben wir die Pflicht, uns um den Erhalt möglichst vieler Arten – also Mediengattungen und -inhalte – aktiv zu kümmern.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

neue interaktive Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten, die im Idealfall auch die politische Teilhabe von Bürgern in einer Demokratie verbessern, versprechen sich vor allem die Verfechter von Open Data und Open Government. Dabei geht es um nicht weniger als die Idee, Bürger online an öffentlichen Verwaltungs- und demokratischen Entscheidungsprozessen zu beteiligen. Wir haben beim 24. Medienforum.NRW dem Thema Open Government in diesem Jahr erstmals einen eigenen Kongressstrang gewidmet. Weitere Schwerpunkte der mehr als sechzig Einzelveranstaltungen liegen in den Bereichen Regulierung und Mobile Media, Film und Entertainment, Fernsehen und Formatentwicklung, Datenschutz und Netzneutralität, Werbung und Public Relations, Journalismus und Ausbildung.

Aber uns liegt auch die digitale Zukunft des Radios genauso wie die der Zeitungsbranche am Herzen. Mit der Zeitung hat die Evolution der Massenmedien begonnen. Zeitungen gaben Generationen von Lesern Orientierung und erwiesen sich als zuverlässige Lotsen. Heute ermöglicht das World Wide Web mehr kommunikative Freiräume, als

sie je zuvor in der Menschheits- und Mediengeschichte vorhanden waren. Zugleich aber gelten viele Mediennutzer im Informationszeitalter als „overnewsed but underinformed“, also mit zusammenhanglosen Informationen überflutet. Umso wichtiger scheint es mir, dass wir in den kommenden drei Tagen gemeinsam versuchen, das Wesentliche vom Unwesentlichen zu unterscheiden, um unsere Vorstellungen einer schönen neuen Medienwelt sinnvoll zu vernetzen, Perspektiven zu öffnen und unseren Ideen zu einer kreativen Mobilität zu verhelfen.

Ich hoffe, dass Sie, meine Damen und Herren, im Programm des diesjährigen Medienforums so viel Interessantes, Spannendes, für sich Neues finden, dass Sie Ihr Kommen nicht bereuen werden. Das Bedrohliche, von dem ich eingangs sprach, relativiert sich hoffentlich. Die Perspektiven und Chancen, die in der gegenwärtigen Umbruchsituation stecken, werden am Ende des Tages neue Kräfte freisetzen, die es zu nutzen gilt. Die politische Debatte darüber eröffnet gleich Ministerpräsidentin Hannelore Kraft, auf deren Grundsatzrede wir alle gespannt sind. Es ist uns eine Ehre, Sie heute, so kurz vor wichtigen politischen Entscheidungen, bei uns zu haben. Es zeigt den Stellenwert, den die Medienpolitik in Nordrhein-Westfalen hat. Darüber freue ich mich und setze auch in Zukunft auf den Diskurs medienpolitischer Themen auf dem Medienforum.NRW.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!