



INNOVATIV

NEU GEDACHT: AUFSICHT UND FÖRDERUNG FÜR EINEN NEUEN MEDIENKOSMOS

Die 6. Amtsperiode der Medienkommission begann am 27.02.2015 und endete am 30.11.2021. In diesen fast sieben Jahren hat sich die digitale Medienwelt in Angebot und Nutzung fundamental verändert.

So startete beispielsweise Netflix, einer der globalen Produktions- und Distributionsgiganten, im September 2014 seinen Streamingdienst in Deutschland. Die Verbreitung von Smartphones in Deutschland ist im Zeitraum von 2015 bis 2021 von 58% auf über 80% gestiegen¹ und stellt inzwischen eines der wichtigsten, wenn nicht gar das wichtigste Endgerät zur Mediennutzung dar. Das Internet hat 2020 das Fernsehen als das Medium mit dem größten Meinungsbildungsgewicht überholt und Social Media Angebote sind vor allem für jüngere Zielgruppen zu dominanten Distributionskanälen für Medieninhalte und auch für die Nachrichtennutzung² geworden.

Dieser revolutionäre technische Fortschritt fordert die Branche, das Publikum und die ganze Gesellschaft. Die Medienwelt, der sich Aufsichtsbehörden gegenübersehen, hat einerseits omnipräsente Verbreitungswege, über die eine schier endlose Vielfalt an Angeboten und Anbietern (professionell und nicht-professionell) meist ohne geografische Begrenzung verbreitet und konsumiert werden können. Andererseits findet gleichzeitig auf individueller Nutzerebene, getrieben von Algorithmen allgegenwärtiger Online-Netzwerke, eine Verengung der Wahrnehmung dieser Vielfalt statt sowie eine oftmals zielgerichtete Verbreitung von Desinformation. Gab es früher die Herstellung von Öffentlichkeit über wenige dominante Verbreitungskanäle, so entstehen heute Teilöffentlichkeiten über neue, dominante Verbreitungsnetzwerke.

Die Regelungsinstrumente, die für eine analoge Medienwelt entworfen wurden, mussten überdacht und die Aufsichtsstrukturen der Landesmedienanstalten an eine digitale Medienwelt angepasst werden. Dazu wurden seit 2015 neue nationale und europäische Regelwerke entwickelt, die Medien in den Blick nehmen, die oft nationale Grenzen überschreiten. Die Medienkommission hat dazu häufig Denkipulse in die Diskussion und den Entwicklungsprozess neuer Instrumente eingebracht. So standen eine frühe

¹ Statista 2021, Anzahl der Smartphonenuutzer in Deutschland 2009-2020

² Medienvielfaltsmonitor der Landesmedienanstalten 2021, #UseTheNews, Hans-Bredow-Institut 2021



Beschäftigung mit den Themenfeldern Netzneutralität, Intermediäre und dem Umgang mit Hass im Netz auf der Agenda des Gremiums.

Neben der Aufsichtstätigkeit musste aber auch die Förderung neu gedacht und zukunfts- sowie bedarfsorientiert ausgerichtet werden. In einer Medienwelt, in der die Orientierung zunehmend schwerfällt, ist die Förderung von Medienkompetenz ein unabdingbarer Begleiter der Aufsichtstätigkeit. Die an den unterschiedlichen Bedarfen und Nutzungsszenarien der verschiedenen Nutzergruppen ausgerichteten Angebote mussten weiterentwickelt oder ganz neu gedacht werden. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund hat der Gesetzgeber seit 2020 die Landesanstalt für Medien NRW mit zusätzlichen Finanzmitteln ausgestattet (Reduzierung des Vorwegabzuges von 50% auf 45%).

Aber nicht nur die Unterstützung der Nutzerinnen und Nutzer musste neu gedacht werden, auch die Medienproduzenten sahen sich mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Der Lokaljournalismus - professionelle Journalisten wie auch Bürgermediale - musste neue Verbreitungswege, Zielgruppen und Geschäftsmodelle erschließen und mit neuen Wettbewerbssituationen umgehen. Die Förderung professioneller, lokaljournalistischer Angebote wurde zum neuen Aufgabengebiet der Landesanstalt für Medien NRW, und bestehende Förderinstrumente im bürgermedialen Bereich wurden weiterentwickelt.

Auf die Änderungen im Markt und die veränderten Bedarfe der Marktteilnehmer hat auch die Landesanstalt für Medien NRW mit veränderten Arbeitsweisen und -strukturen reagiert. Der 2016 von der Medienkommission neu gewählte Direktor Dr. Tobias Schmid entwickelte Lösungsvorschläge zur Regulierung neuer Angebotsformen im Netz und zur Rechtsdurchsetzung, setzte neue, innovative Projekte um und stieß parallel die Veränderung und Digitalisierung existierender Arbeitsprozesse an.

1.1 NEUE REGELN FÜR NEUE MEDIEN: MEDIENSTAATSVERTRAG UND SATZUNGSARBEIT

Für konvergente Medienmärkte, die von ganz neuen Produzenten, Vermittlern und Vermarktern von Medieninhalten beherrscht werden, mussten zeitgemäße Regeln gefunden werden, um auch zukünftig die freie Meinungsbildung einer demokratischen Gesellschaft zu gewährleisten und die Meinungsvielfalt zu sichern.

Die Bundeskanzlerin und die Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder hatten dazu im Dezember 2014 die Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz eingesetzt. Ziel war es, den Handlungsbedarf mit Blick auf die nationale und europäische Medienordnung zu klären, Regelungsvorschläge zu erarbeiten und entsprechende EU-Vorhaben (u.a. Reformprozesse zur AVMD-Richtlinie, Plattformregulierung etc.) eng zu begleiten. Die erarbeiteten Ergebnisse sollten mit gesetzlichen und staatsvertraglichen Änderungen umgesetzt werden. Im Juni 2016 wurde der Bericht der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz veröffentlicht.

Darin wurden verschiedene Maßnahmen aufgeführt, beispielsweise sollte durch Transparenzforderungen und einfache Auffindbarkeit meinungsrelevanter Inhalte die Nutzersouveränität gewährleistet werden. Positionen zum Entwurf der europäischen AVMD-Richtlinie wurden darin geschärft und die Notwendigkeit weiterer Anpassungen des gesetzlichen Jugendmedienschutzes an die konvergente Medienrealität betont.

Darüber hinaus sollten die im Rundfunkstaatsvertrag verankerten Maßgaben der Plattformregulierung in zukunftsfähiger Weise angepasst werden. Die Nutzerautonomie sollte gestärkt werden, und in diesem

Zusammenhang einigte man sich auf konkrete Eckpunkte für Transparenzvorgaben für die omnipräsenten Gatekeeper der neuen Welt, die Intermediäre. Nutzerinnen und Nutzer sollten insbesondere erkennen können, ob sich die Such- und Empfehlungsalgorithmen der Suchmaschinen und sozialen Netzwerke allein an der Relevanz der Inhalte orientieren oder ob etwa eigene Dienste oder Inhalte dieser „Medienintermediäre“ bevorzugt dargestellt werden. Auch eine Ungleichbehandlung sollte beim Vorliegen sachlicher Gründe zumindest kenntlich gemacht werden.

Die Bundesländer legten Ende 2019 den neuen Medienstaatsvertrag zur Umsetzung dieser Maßgaben vor. Zum ersten Mal wurden darin die Angebote der neuen wirkmächtigen Digitalkonzerne (Facebook, Google, etc.), genannt „Intermediäre“, in die Gesetzgebung eingebunden. Diese Medienintermediäre müssen nun erstmals in Deutschland Ansprechpartner benennen, an die sich die Aufsichtsbehörden, in Medienfragen die Landesmedienanstalten, wenden können. Transparenzverpflichtungen und Diskriminierungsfreiheit wurden als wichtige Regeln festgelegt, und auf Plattformen und Benutzeroberflächen sollen sogenannte Public-Value-Inhalte mit einem besonderen gesellschaftlichen Wert leicht auffindbar sein und alle Medienanbieter diskriminierungsfrei Zugang erhalten.

Die Umsetzung dieser rechtlichen Vorgaben bzw. Konkretisierungen der Vorgaben im Medienstaatsvertrag regeln die Medienanstalten in entsprechenden Satzungen, die von Mitarbeitenden der verschiedenen Landesmedienanstalten gemeinsam erarbeitet wurden. So entstanden bis 2021 insgesamt neun Satzungen, die die Umsetzung der neuen rechtlichen Vorgaben spezifizieren und den zukünftigen Fokus der Aufsichtstätigkeit bilden.

GEMEINSAME ENTWICKLUNG POLITISCHER GESTALTUNGSGEIDEEN DER LANDESMEDIENANSTALTEN UND INITIATIVEN DER MEDIENKOMMISSION DER LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW

Die bis 2021 entstandenen neuen Regelungen und deren praktische Umsetzung ist das Ergebnis der gemeinsam mit anderen Landesmedienanstalten entwickelten Gestaltungsideen. Dazu wurde das Wissen aus der Aufsichtspraxis im Rahmen verschiedener Initiativen in den politischen Entscheidungsprozess bzw. Erkenntnisse aus Untersuchungen und Forschungsprojekten als Grundlage für neue rechtliche Umsetzungsstrategien eingebracht.

Diese kommunikative Aufgabe der Landesmedienanstalten hat die Landesanstalt für Medien NRW im Rahmen verschiedener Initiativen erfolgreich wahrgenommen und damit auch eine bundesweite Strahlwirkung erzielt. Dabei setzten die Vertreterinnen und Vertreter gesellschaftlich relevanter Gruppen und Institutionen in der Medienkommission häufig wichtige Impulse – auch und vor allem für die Schwerpunktsetzung neuer und zukunftsgerichteter Tätigkeiten in Nordrhein-Westfalen.

Die Beschäftigung mit den wichtigen Themen der Netzneutralität, die auf Ebene der EU geregelt wird, und des bis dato noch nicht der Medienregulierung unterstellten Regelungsgegenstands Intermediäre wurden auf Anregung der Medienkommission bereits 2015 als neue Tätigkeitsfelder im Rahmen des Auftrags der Vielfaltssicherung im Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW) legitimiert. Begleitend dazu wurden mehrere Forschungsinitiativen zum Themenfeld der Intermediäre auf den Weg gebracht, deren Ergebnisse eine fundierte Debatte um Regelungsalternativen bereicherte. Erkenntnisse aus der Medienversammlung 2015, die ganz im Zeichen des Diskurses um eine Ausgestaltung der Netzneutralität



stand, die vielfaltsfördernd und nicht vielfaltsverengend wirken sollte, flossen wiederum in eine Positionsbestimmung der Medienanstalten ein, die auf Bundes- und EU-Ebene eingebracht wurde.

Die wichtige Initiative aus NRW „Verfolgen statt nur Löschen“ für eine konsequente Rechtsdurchsetzung im Netz, die inzwischen bundesweiten Widerhall gefunden hat, ging aus den Überlegungen zum Appell „Für Meinungsfreiheit - gegen Hetze im Internet“ der Medienkommission aus 2015 sowie der Initiative der damaligen Landesregierung zur Entwicklung eines „Netzkodex“ hervor. Inzwischen findet ein regelmäßiger Wissensaustausch der Medienanstalten mit anderen Institutionen statt, und die Zusammenarbeit aller Beteiligten wurde intensiviert – sowohl auf nationaler Ebene als auch in Europa. So erarbeitete die ERGA, der Zusammenschluss der europäischen Medienregulierer, unter Federführung des Europabeauftragten der Medienanstalten, Dr. Tobias Schmid, 2021 ein „Memorandum of Understanding“ als gemeinsames Engagement zur Intensivierung der Kooperation der europäischen Medienregulierer bei der Umsetzung der grenzüberschreitenden Aufsicht im Netz. Viele juristische Grundlagen für diesen Prozess wurden im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW erarbeitet und unter anderem durch engagierte Diskussionen in den Gremien der Medienkommission unterstützt.

Ein weiteres wichtiges Thema war und ist die Gefahr der weitgehend uneingeschränkten Verbreitung von Desinformation im Internet. Hierfür galt es, eine Positionierung der Medienanstalten zum Umgang mit diesem Phänomen zu finden, welches zunehmend Einfluss auf den Meinungsbildungsprozess im Rahmen gesellschaftlicher Diskurse nimmt. Eine Strukturierung des Problemfeldes und seiner unterschiedlichen Ausprägungen sowie erste Regelungsansätze wurden im Rahmen eines Gutachtens entwickelt, das von der Gremienvorsitzendenkonferenz der Medienanstalten (GVK) in Auftrag gegeben wurde. Darauf aufbauend entstand eine Positionierung der Medienanstalten zu einem angemessenen und abgestuften Regelungsansatz im Umgang mit Desinformation, der das wichtige Gut der Meinungsfreiheit stets im Blick behält. Vorangegangen war diesem unter anderem ein Austausch zu den Vorschlägen mit Vertretern der Medienpolitik in NRW und der Medienkommission der Landesanstalt für Medien NRW. Begleitend dazu beschäftigte sich die Gremienvorsitzendenkonferenz der Medienanstalten unter Beteiligung ausgewählter Experten aus Nichtregierungsorganisationen mit der Frage, ob existierende Vorgaben zu den Transparenzpflichten der Medienintermediäre und deren Umsetzung aus Sicht der Nutzer ausreichend sind. Die Ergebnisse flossen auch hier wieder in einen Dialog mit einer interessierten Fachöffentlichkeit ein, um die Entwicklung sinnvoller Regelungen bzw. eine gesellschaftliche Diskussion dazu weiterzubringen.

Es wurden aber nicht nur die notwendigen Anpassungen der gesetzlichen Grundlagen bzw. Instrumente der Medienaufsicht der neuen Medienwelt in den Blick genommen. Parallel wurden innerhalb der Medienanstalten Überlegungen zu notwendigen Veränderungsprozessen angestoßen. Die Erarbeitung dieser Anpassungen sowie die Neuorientierung der Arbeitsfelder und Arbeitsweisen der Gemeinschaft der Medienanstalten mündeten in 12 Themenpapieren zur „Medienaufsicht 2023“, die von den Direktoren in Abstimmung mit der GVK erarbeitet wurden. Festgelegt wurden so Schwerpunktthemen der zukünftigen Arbeit und der Zusammenarbeit der Medienanstalten bei der Umsetzung dieser Aufgaben. So konnte trotz dezentraler Organisation der Aufsichtsstrukturen ein weiterer wichtiger Schritt dazu erfolgen, auch zukünftig die wichtigsten Aufgabenfelder der Medienanstalten gemeinschaftlich und in koordinierter Weise zu bearbeiten.

VON DER STIFTUNG FÜR VIELFALT UND PARTIZIPATION ZUM JOURNALISMUS LAB: BEDARFSGELEITETE FÖRDERUNG UND VERNETZUNG VON LOKALJOURNALISMUS UND MEDIENBRANCHE IN NRW

2014 erhielt die Landesanstalt für Medien NRW den gesetzlichen Auftrag, Vielfalt und Partizipation insbesondere im lokalen und regionalen Raum zu fördern. Dazu sollten Handlungsempfehlungen erarbeitet und Anreize zur Entwicklung journalistischer Angebote gesetzt werden.

Die Aufgabe der Journalismusförderung im Lokalen nahm die Landesanstalt für Medien NRW ab 2015 wahr, anfangs in Form einer gemeinnützigen Tochtergesellschaft, der Stiftung für Vielfalt und Partizipation. Die Arbeit der Stiftung wurde von Anfang an eng begleitet vom Ausschuss für Vielfalt und Partizipation sowie der gesamten Medienkommission. So waren im Aufsichtsrat der Stiftung neben dem Direktor der Landesanstalt für Medien NRW und der Geschäftsführerin der Stiftung der Vorsitzende der Medienkommission sowie einzelne Mitglieder vertreten.

Zur Planung der Förderarbeit fanden Gespräche mit Wissenschaft und mit der Journalismusbranche in NRW statt, um das Arbeitsprogramm der Stiftung zu entwickeln. So waren anfangs die Weiterbildungsförderung, die Vernetzung innerhalb der Branche sowie die Unterstützung von Projekten in Audio-, Video- und Onlinemedien, die professionellen Journalismus innovativer, nutzerzentrierter und zukunftsfähig machen sollten, Grundlagen der Förderarbeit. Mit Liquidation der Stiftung 2018 wurde nach einer entsprechenden Novellierung des Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen die Arbeit der Journalismusförderung vom bestehenden Team nun durch die Landesanstalt für Medien NRW selbst wahrgenommen. Damit verbunden war vor allem die strategische Entscheidung, die Finanzierung der Journalismusförderung ohne eine finanzielle und organisatorische Beteiligung Dritter allein aus Eigenmitteln der Landesanstalt für Medien NRW zu leisten.

Seit 2019 ist die Journalismusförderung im Journalismus Lab angesiedelt. Hier wurden die verschiedenen Säulen der Förderung weiterentwickelt und bestehen inzwischen aus unterschiedlichen Förderprogrammen für verschiedene Zielgruppen. So bietet das Lab neben der Weiterbildungsförderung als unabhängiger Inkubator für die Medienbranche in NRW verschiedene Förderprogramme für Start-Teams und Medienunternehmen. Die unterschiedlichen Angebote wurden kontinuierlich weiterentwickelt. Dabei flossen sowohl die Rückmeldungen der Geförderten ein, als auch Erkenntnisse aus dem Austausch mit anderen Förderinstitutionen – innerhalb wie außerhalb der Gemeinschaft der Landesmedienanstalten. Begleitet wurde die Arbeit durch den ständigen Austausch mit Experten aus Praxis und Wissenschaft, vor allem zur Frage der bestmöglichen Beförderung nachhaltiger journalistischer Geschäftsmodelle.

Darüber hinaus bietet das Netzwerk des Journalismus Lab seit 2015 einen idealen Platz für einen Austausch der Akteure untereinander sowie mit angrenzenden Branchen aus NRW. Im Jahr 2021 beispielsweise wurde ein Branchendialog zwischen der Audiobranche und der Automobilindustrie initiiert. Im Rahmen des Audio Innovation-Förderprogramms für die Entwicklung innovativer Produkte und Technologien konnten seit 2020 insgesamt 15 spannende Projekte begleitet werden.

Die Journalismusförderung der Landesanstalt für Medien NRW konnte seit ihrer Gründung insgesamt 29 Innovationsprojekte in großen und kleinen Medienunternehmen in NRW unterstützen. Seit 2018 hat es darüber hinaus 22 Start-ups mit Coaching, Mentoring und Prototyping-Budget gefördert. An den Qualifizierungsmaßnahmen im Lokalfunk nehmen jährlich bis zu 1.000 journalistische Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Lokalfunk teil, darunter jährlich bis zu 30 Volontärinnen und Volontäre. Etwa 600

Journalistinnen und Journalisten konnten darüber hinaus seit 2015 an vom Journalismus Lab geförderten innovativen medienübergreifenden Weiterbildungsangeboten teilnehmen.

Das rund 1.500 Personen umfassende aktive Branchennetzwerk des Journalismus Lab stellt einen Knotenpunkt des Austausches der Medienschaffenden in NRW dar und gemeinsam mit den bedarfsorientierten Förderprogrammen leistet die Journalismusförderung seit 2015 einen Beitrag für ein stabiles und unabhängiges Mediensystem in NRW. Das Journalismus Lab schafft so Raum für Innovationen, setzt Impulse und ermutigt Medienschaffende in NRW dazu, neue Wege zu gehen und mediale Experimente zu wagen.

Die Kompetenzplattform des Journalismus Labs flankiert das Programm und bietet der Branche, aktuell ergänzt um Beiträge auf diversen digitalen Medien, einen Service mit informativen Studien, Arbeitspapieren, Terminhinweisen und der Medienlandkarte für NRW.

NUTZERZENTRIERTE MEDIENORIENTIERUNG

Wer in einer komplexen Medienlandschaft kompetent handeln möchte, muss ein umfassendes Verständnis für die digitale Welt entwickeln. Dabei unterstützen die Landesmedienanstalten Nutzerinnen und Nutzer mit verschiedenen Angeboten. Die Mediennutzung heute – auch durch die Nutzung von Medien über das Smartphone – findet häufig vollständig individualisiert statt. Diese veränderten Nutzungsgewohnheiten müssen sich in entsprechenden Maßnahmen zur Medienkompetenzvermittlung widerspiegeln, die einer besseren Orientierung in dieser komplexen Medienwelt dienen können.

Während der 6. Amtsperiode der Medienkommission hat die Landesanstalt für Medien NRW daher einerseits bestehende Leuchtturmprojekte zur Vermittlung von Medienkompetenz an den Bedarfen und veränderten Nutzungsgewohnheiten konsequent neu ausgerichtet. So konnte beispielsweise das Profil und die Nutzeransprache existierender Angebote (Klicksafe, Eltern+Medien, etc.) geschärft und neue Unterstützungsformate geschaffen werden.

Die neue Beratungsplattform ZEBRA bietet darüber hinaus seit Februar 2021 Hilfe im Umgang mit Medien und beantwortet Fragen rund um den digitalen Alltag von Nutzerinnen und Nutzern in NRW. Darüber werden Fragen wie „Sollte ich die Smartphone-Nutzung meines Kindes beschränken?“ oder „Wie erkenne ich Falschinformationen?“ von den zuständigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im ZEBRA-Team möglichst innerhalb von 24 Stunden beantwortet.

Der Präventivgedanke spielt auch bei den Medienscouts NRW eine wichtige Rolle. Schulen werden über das Förderprogramm der Landesanstalt für Medien NRW dabei unterstützt, präventiv Probleme wie Cybermobbing, Sexting, Datenmissbrauch und exzessive Mediennutzung im schulischen Alltag aufzugreifen und zu bearbeiten. Dieses Peer-to-Peer-Angebot konnte mit Unterstützung des Schulministeriums in NRW seit 2019 dahingehend ausgebaut und erweitert werden, dass perspektivisch flächendeckend und gleichberechtigt alle weiterführenden Schulen in NRW, insbesondere auch die Hauptschulen, an diesem Projekt teilhaben können.

Die dritte Säule im Bereich Medienorientierung, die Förderung der Partizipation von Bürgerinnen und Bürgern, also der Bürgermedien, wurde innerhalb der vergangenen Jahre ebenfalls zukunfts- und bedarfsorientiert neu ausgerichtet.



So wurde 2019 die Bürgermedienplattform mit dem TV-Lernsender NRWision zusammengeführt. Damit konnte eine einzigartige Onlineplattform für bürgermediale Audio- und Videobeiträge geschaffen und Synergieeffekte genutzt werden. Die Neuausrichtung der Förderarbeit umfasste nicht zuletzt aber auch die Neupositionierung der Bürgermedien, die in einer digitalen Welt mit neuen Zugangshürden zukunftssicher aufgestellt werden sollte. Der Neuausrichtung ging ein zweijähriger Diskursprozess mit den Bürgermedialen voraus, den die Medienkommission und der zuständige Ausschuss für Medienkompetenz und Bürgermedien eng begleitet haben. Das resultierende Positionspapier gibt unter anderem eine neue Form der Förderung der Partizipation im lokalen Raum vor, weg von der Einrichtung und Unterhaltung eigener Strukturen hin zur Einbindung von lokalen Kooperationspartnern, über die innovative Förderprojekte flächendeckend in NRW zur Verfügung gestellt werden können. Die Gestaltung und Bereitstellung von Qualifizierungsangeboten wurde ebenfalls neu konzipiert. Die Medienbox NRW, eine digitale Toolbox, steht seitdem allen Menschen in NRW zur Verfügung, die wissen wollen, wie sie ihren eigenen Medienbeitrag planen, aufnehmen und veröffentlichen können.

AUDIOSTRATEGIE 2023 FÜR NRW

Eines der wichtigen Themen, die die Medienkommission in der 6. Amtsperiode beschäftigt hat, war die Zukunftssicherung der Audiobranche in NRW und damit insbesondere die Unterstützung des digitalen Transformationsprozesses des lokalen Hörfunks und der Distributionsstrukturen in NRW.

So wurde 2018 die Rundfunkverbreitung über das Kabelnetz vollständig digitalisiert und 2021 DAB+-Frequenzen für die Bereitstellung landesweiter digitaler Hörfunkprogramme vergeben. Damit war erstmals ein Verständigungsverfahren aller Antragstellenden erfolgreich, welches zuvor über eine Gesetzesänderung ermöglicht worden war. Ein entsprechendes Verfahren zur Vergabe einer zweiten landesweiten UKW-Frequenzkette wurde ebenfalls gegen Ende der 6. Amtsperiode angestoßen.

Die Vergabe von entsprechenden Frequenzen zur Erweiterung der Angebotsvielfalt im nordrhein-westfälischen Audiomarkt stellte aber nur einen Baustein eines Gesamtkonzeptes zur Weiterentwicklung des Audiomarktes dar. Parallel dazu setzte die Landesanstalt für Medien NRW neue Förderprojekte für den Audibereich in NRW auf, beispielsweise das „Audio Innovation Program“, mit dem Innovationen im Audio-Sektor in Nordrhein-Westfalen gefördert werden. Mit regelmäßig stattfindenden Branchenevents wie dem „Audio Camp“ und dem „Audio Summit“ wurden Formate geschaffen, die die Branche untereinander vernetzen und zur Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle und Medienformate beitragen sollen.

Die Unterstützung des Lokalfunks NRW bei der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle und erfolgreicher Zukunftsstrategien war eine weitere Säule der Arbeit im Bereich Audio. So zeigten einerseits von der Landesanstalt für Medien NRW beauftragte Analysen Zukunftsszenarien für die Wirtschaftlichkeit von Audioangeboten über die unterschiedlichen Verbreitungswege in NRW auf. Darüber hinaus wurden mit den Beteiligten des Lokalfunksystems Entwicklungspotentiale innerhalb des bestehenden Systems analysiert und Ansätze zur strukturellen und wirtschaftlichen Stabilisierung erarbeitet.

Die Medienkommission beschäftigte sich besonders intensiv mit den Entwicklungen im nordrhein-westfälischen Lokalfunk und deren mögliche Auswirkungen auf die lokaljournalistische Vielfalt sowie die Zahl der dort journalistisch Beschäftigten. Der eigens dazu eingerichtete Ad hoc-Ausschuss tauschte sich



intensiv mit den Systembeteiligten aus, und die gemeinsam identifizierten Handlungsbedarfe flossen in die Arbeit der Landesanstalt für Medien NRW zur Systemstabilisierung ein.

Schließlich konnte der durch die Corona-Pandemie in 2020 besonders betroffene lokale Hörfunkmarkt über den Solidarpakt NRW unterstützt werden. Diese gemeinsame Initiative der Systembeteiligten des Lokalfunks, der Landesregierung NRW sowie der Anbieter der technischen Infrastrukturen in NRW wurde über ein eigens dafür aufgesetztes Förderprogramm umgesetzt, das dazu beitrug, journalistische und redaktionelle Arbeitsplätze in Krisenzeiten zu sichern.

DIE LANDESANSTALT FÜR MEDIEN NRW WIRD DIGITAL: DIGITALISIERUNG VON ARBEITSPROZESSEN

Die Veränderung der Medienwelt bedingte auch eine Veränderung der Arbeitsweise der Medienanstalten. Dies betraf sowohl die Arbeit der Aufsicht als auch die Förderarbeit. So stellte die Landesanstalt für Medien NRW Lernangebote zunehmend digital zur Verfügung (Medienbox NRW, Elternabende zu Eltern+Medien, etc.), es wurde eine Online-Hilfeplattform für Mediennutzende in NRW geschaffen (ZEBRA), und bürgermediale Angebote wurden gebündelt auf NRWision bereitgestellt. Aus einer Push-Strategie für die Bereitstellung von Förderangeboten wurde so zunehmend eine Pull-Strategie, äquivalent der Entwicklung der Medienrealität und damit der Mediennutzung.

Die Arbeitsprozesse im Bereich der Aufsicht wurden ebenfalls den neuen Bedarfen angepasst. So wurde ein eigens für die Landesanstalt für Medien NRW entwickeltes KI-Tool als Weiterentwicklung der automatisierten Programmbeobachtung implementiert. Diese Nutzung von künstlicher Intelligenz bei der Recherche von potentiellen Rechtsverstößen im Netz ermöglicht eine effizientere Arbeitsweise bei gleichzeitiger Stärkung des Schutzes der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die für die Sichtung der mitunter stark entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalte zuständig sind.

Letztlich wurde die Arbeitsweise aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landesanstalt für Medien NRW, ebenso wie der Medienkommission, digitaler. Die Corona-Pandemie hat die dazu angestoßenen Prozesse beschleunigt, und so konnten die Gremiensitzungen ab 2020 (konkretisiert durch eine Gesetzesänderung im LMG NRW) nicht nur in Präsenz, sondern auch in Form von Videokonferenzen durchgeführt werden. Dieser Digitalisierungsprozess wird zukünftig von baulichen Veränderungen der Büroräume begleitet werden, welches eine weitere Intensivierung der abteilungsübergreifenden Arbeit an Projekten ermöglichen wird.



AUSBLICK

Die Medien- und Meinungsvielfalt auch im digitalen Zeitalter zu erhalten und zu fördern ist die wichtigste Aufgabe der Medienanstalten. Um dieser Aufgabe auch zukünftig gerecht werden zu können, sollten die während der 6. Amtsperiode eingeleiteten Veränderungsprozesse bei Aufsicht und Förderung bzw. die Umsetzung neuer Regelungen konsequent weitergeführt und an die sich sicherlich auch weiterhin ständig ändernden Rahmenbedingungen angepasst werden.