

Mediendialog Hamburg 04.06.2014

Kurz-Statement Dr. Jürgen Brautmeier, DLM-Vorsitzender

Die Medienanstalten haben wiederholt festgestellt, dass die Veränderungen der Medienwelt, die mit dem Begriff der Konvergenz nur sehr knapp umschrieben sind, eine Anpassung der regulatorischen und rechtlichen Grundlagen nach sich ziehen müssen und auch bereits Vorschläge dafür vorgelegt.

Wir begrüßen es daher ausdrücklich, dass die Länder sich mit einer digitalen Medienordnung befassen. Auch der bereits absehbare zweite Schritt, die Diskussion mit dem Bund über einen konvergenten Rechtsrahmen, ist aus unserer Sicht sinnvoll. Gerne beteiligen wir uns an den Arbeiten hierzu.

Wofür steht aus unserer Sicht die vielzitierte Konvergenz in der Medienwelt?

Es ist zunächst zu beobachten, dass sich das bisherige Objekt der Medienregulierung, der Rundfunk, verändert. Neben den klassischen Rundfunk treten neue, zum Teil hybride Angebote, deren begriffliche und dann auch rechtliche Einordnung schwer in das heutige Koordinatensystem einzupassen sind. Insofern müssen die Kategorien der Medienangebote überdacht werden.

Alle diese Angebote stehen in direkter Konkurrenz um die Aufmerksamkeit des Zuschauers und um die am Markt erzielbaren Erlöse. Dabei gelten für die unterschiedlichen Kategorien unterschiedliche Regularien. Das war hinnehmbar, solange die Einordnung sowie die Begründung für die Differenzierung klar waren. Neben den vorgenannten Kategorien müssen daher auch die Anforderungen an Medienangebote überprüft werden.

Festhalten an einer medienspezifischen Regulierung?

Sofern mediale Angebote maßgeblichen Einfluss auf die individuelle und öffentliche Meinungsbildung haben, ist eine spezifische Medienordnung aus Sicht der Medienanstalten weiter unerlässlich. Der Prozess der freien Meinungsbildung bedarf weiter des besonderen Schutzes durch den Staat. Dabei sind die Anforderungen, aber auch die sich daraus ableitenden Rechte einer Prüfung zu unterziehen.

Angebote, die hierunter fallen, sollten weiter bestimmten Regularien, wie etwa der Begrenzung von Meinungsmacht, unterfallen, zugleich aber auch dem korrespondierende Privilegien beim Zugang zu Infrastrukturen oder der Auffindbarkeit genießen.

Darüber hinaus ist unseres Erachtens ein gemeinsamer Grundkodex an rechtlichen Anforderungen für alle medialen Angebote erforderlich. Dazu gehören etwa Fragen des Datenschutzes, des Urheberrechts, aber auch Grundregeln der Werberegulierung, wie etwa die Trennung von Werbung und Programm.