

*Martin Dörmann*

## **Vielfalt und Qualität sichern**

### **Die Große Koalition will eine konvergente Medienordnung mitgestalten**

Die Umbrüche in der digitalisierten Medienwelt stellen auch die Medienpolitik vor neue Herausforderungen. Die Große Koalition will im Zusammenspiel mit allen Akteuren zu einer neuen konvergenten Medienordnung beitragen. Zentrales Ziel muss dabei die Sicherung von Vielfalt und Qualität journalistischer Angebote sein, die auch im Internetzeitalter keine Selbstverständlichkeiten sind.

Die Beschleunigung technischer und gesellschaftlicher Prozesse durch die Digitalisierung trifft in besonderer Weise die Medienwelt. Brauchte die Botschaft von der Hinrichtung des französischen Königs 1793 fast ein halbes Jahr, um zum chinesischen Kaiserhof vorzudringen, wurde die Informationsübermittlung 100 Jahre später durch Telegrafen und weltumspannende Telefonkabel auf wenige Stunden oder Minuten reduziert. Heute benötigen Nachrichten dank des Internets nur noch Sekundenbruchteile, um die Erdteile zu überwinden.

Die beinahe Überallverfügbarkeit schneller Informationen in der digitalen Welt ist zuvorderst eine große Chance. Aus der rasanten Vernetzung eröffnen sich neue Wege gesellschaftlicher Teilhabe, Innovation und Wirtschaftskraft.

Auch demokratiethoretisch liegen die Vorteile digitaler Medien auf der Hand: vielfältige Informations- und Beteiligungsmöglichkeiten entstehen, Bürgerinnen und Bürger können sich unmittelbar in Debatten einbringen. Jeder kann ohne größeren Aufwand seine Ideen, Texte, Fotos und Musik online stellen und beliebig viele Menschen in Sekundenschnelle daran teilhaben lassen. Die Angst autokratischer Staaten vor dem freien Internet zeigt die Bedeu-

tung, die der freien Kommunikation für demokratische Gesellschaften zukommt.

Nach Jahren der Euphorie über eine unfassbare Expansion der Informationsmöglichkeiten hat sich allmählich jedoch auch Ernüchterung eingestellt. Ohne eine seriöse Recherche, Auswahl und Einordnung lässt sich die Flut an Informationen für den demokratischen Diskurs nur unzulänglich nutzen. Studien zeigen, dass nur wenige Menschen mehr als drei Internetseiten am Tag nutzen. Die neue Vielfalt der Möglichkeiten führt also nicht zwangsläufig zu umfassenderer Information des Einzelnen. Und das in einer immer komplexer werdenden Welt. Ein echtes Dilemma also.

Das Internet verändert unsere Lesegeohnheiten, die Rezeption von Nachrichten und die Bedingungen für Journalismus nachhaltig. Jedoch ist es für Zeitungsverlage zunehmend schwer, mit hochwertigem Journalismus Geld zu verdienen. Zwar gibt es in Deutschland im internationalen Vergleich durchaus zahlreiche Zeitungstitel. Aber seit vielen Jahren sinken vor allem bei den Tageszeitungen die Leserzahlen und Werbeeinnahmen drastisch, manche Redaktion wurde geschumpft oder geschlossen, in vielen Kommunen gibt es nur noch ein lokales Blatt. Es rächt sich, dass die Zeitungsbranche bei ihrer Leserschaft durch Kostenlosangebote eine Gratiskultur im befördert, gleichzeitig aber die Entwicklung von funktionierenden digitalen Geschäftsmodellen und die Entwicklung neuer, kreativer Formen des Journalismus im Print- und Onlinebereich verschlafen hat.

Nun läuft sie der Entwicklung hinterher. Bis auf Spiegel online und Bild.de verdienen die Verlage im Netz mit Journalis-

mus noch kein Geld. Ob und wie sich aufwändiger Qualitätsjournalismus dort auf Dauer finanzieren lässt, ist eine durchaus offene Frage. Durch den immer härter werdenden Kampf um Auflage und Klickzahlen sind derzeit Tendenzen erkennbar, die Sorge bereiten müssen. So gibt es ein erhebliches Defizit an lokaler Berichterstattung. Und selbst bei großen Blättern macht sich ein Trend zur Boulevardisierung bemerkbar. Die Breite an Adressaten und behandelten Themen geht hierdurch immer mehr verloren.

Fügt man alle Bilder zusammen, ergibt sich die Diagnose, dass Qualität und Vielfalt in der digitalisierten Medienwelt keineswegs selbstverständlich sind, sondern vielmehr neu gedacht und gesichert werden müssen. Dies ist auch die große Herausforderung für die Medienpolitik.

In erster Linie sind die Medienschaffenden selbst gefragt, erfolgreiche, zunehmend crossmediale Geschäftsmodelle zu entwickeln. Aus guten Gründen muss der Staat Zurückhaltung üben, um die Unabhängigkeit von Medien zu wahren. Dennoch bedarf es politischer Gestaltung, um die medialen Umbrüche demokratisch zu begleiten und die Voraussetzungen für journalistische Arbeit zu sichern oder zu verbessern. Der längst erfolgten technischen Konvergenz der Medien muss eine konvergente Medienpolitik folgen. Denn schon heute liegen Tablet und Smartphone neben der TV-Fernbedienung und der »Landlust« auf dem Wohnzimmerisch.

Bereits in der vergangenen Legislaturperiode hat der Bundesgesetzgeber versucht, durch Anpassungen im Pressefusionsrecht und die gesetzliche Absicherung des Presse-Grosso-Vertriebssystems die Rahmenbedingungen für strukturelle Anpassungen und Vielfaltsicherung zu verbessern. Diese Initiativen der Bundesregierung hat die SPD im Deutschen Bundestag unterstützt. Gleichzeitig hat die SPD-Bundestagsfraktion in der Opposition konzeptionell weitergehende Vor-

schläge entwickelt. Qualität und Vielfalt in einer konvergenten Medienwelt war zentrales Thema eines umfassendes Bundestagsantrages (»Freiheit und Unabhängigkeit der Medien sichern – Vielfalt der Medienlandschaft erhalten und Qualität im Journalismus stärken«, Drs. 17/10787) und von Expertenrunden bei unserer Reihe »Medienpolitischer Dialog«. Zusätzlich hat der SPD-Parteivorstand gerade ganz im Sinne einer neuen, konvergenten Medienpolitik entschieden, seine Medienkommission in eine »medien- und netzpolitische Kommission« zu verwandeln.

Unter dem Eindruck drängender und grundsätzlicher Probleme haben sich SPD und Union in den Koalitionsverhandlungen Ende letzten Jahres deutlich mehr Zeit als je zuvor für Medienthemen genommen. Die SPD hat dabei Vertreter der Länder von Anfang an mit eingebunden.

Die Medienordnung in Deutschland soll nun in einer Bund-Länder-Kommission umfassend auf rechtlichen Handlungsbedarf überprüft werden.

Die Konvergenz der Medien erfordert eine neue Regulierung jenseits der traditionellen Abgrenzung nach technischen Übertragungswegen. Nicht nur inhaltlich-technisch, sondern auch mit Blick auf eine sinnvolle Aufgabenteilung zwischen Bundes- und Landesgesetzgebung steht eine teilweise Neujustierung zur Debatte. Diese komplexe Aufgabenstellung, die sehr weitgreifende Themenkomplexe wie Jugendschutz, Datenschutz, Medienkonzentrationsrecht, Internet-, Rundfunk- und Frequenzfragen, Filmförderung, Urheberrecht und natürlich Presserecht berührt, wird eine der zentralen medienpolitischen Aufgaben der Großen Koalition im Zusammenspiel mit den Ländern sein.

Die Strukturen in der Presselandschaft müssen behutsam weiter angepasst werden. Mit Blick auf die Gefahren für die Pressevielfalt hat die Koalition sich darauf

### *Überdenken der derzeitigen Medienordnung*

verständlich, durch eine Reform des Kartellrechts die Möglichkeiten der betriebswirtschaftlichen Zusammenarbeit von Verlagen unterhalb der redaktionellen Ebene zu erleichtern. Allen beteiligten Akteuren ist bewusst, dass es sich beim Pressefusionsrecht um ein zweischneidiges Instrument handelt. Das Überleben kleinerer Redaktionen und Zeitungstitel soll ermöglicht werden, ohne Meinungsmonopolen Tür und Tor zu öffnen.

Der steuerliche Unterschied zwischen Print- und Digitalmedien soll aufgelöst werden. Die Koalition will sich auf europäischer Ebene dafür einsetzen, dass auf

### Qualitätsjournalismus im Internet

E-Books, E-Paper und andere elektronische Informationsmedien künftig der ermäßigte Mehrwertsteuersatz genau wie bei Büchern, Zeitungen und Zeitschriften angewendet wird. Dies soll die Möglichkeiten von Verlagen und anderen Medienschaffenden verbessern, im Netz mit Qualitätsjournalismus Geld zu verdienen.

Ein zentraler sozialdemokratischer Punkt im Koalitionsvertrag ist die Einführung eines gesetzlichen flächendeckenden Mindestlohns. Dieses Vorhaben hat natürlich auch Auswirkungen auf die Arbeitswelt der Medienbranche. Insbesondere im Bereich der oftmals sehr niedrig entlohn-ten Zeitungszusteller wirft dies neue Fragen für die Wirtschaftlichkeit einiger Zeitungen vor allem im ländlichen Raum auf. Es gilt jedoch hier genau das Gleiche wie für andere Branchen: Geschäftsmodelle, die auf der Unterbezahlung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern beruhen,

müssen verändert werden. Insofern sind nun die Verleger gefragt, neue Modelle im komplexen Übergang vom Stück- zum Stundenlohn zu entwickeln. Gleichzeitig hat niemand in der Medienpolitik ein Interesse daran, der Presselandschaft ökonomisch den Boden zu entziehen. Geprüft werden sollten aus meiner Sicht die Möglichkeit staatsfern organisierter Vertriebs-subventionen nach schwedischem Vorbild oder die Nutzung der angedachten Übergangszeit bis 2017, um die Zeitungswelt behutsam an den gesetzlichen Mindestlohn anzupassen.

Im Rundfunkbereich bekennt sich die Große Koalition dazu, die terrestrische Verbreitung mit dem neuen Standard DVB-T2 zu ermöglichen. Vom Rundfunk aufgrund der »Digitalen Dividende II« nicht mehr genutzte Frequenzen sollen zudem für zusätzliche mobile Breitbandangebote zur Verfügung gestellt werden. Auch den forcierten Ausbau von Hochgeschwindigkeitsnetzen haben wir uns vorgenommen. Wenn es gelingt, schnelles Internet für alle zu verwirklichen, würden sich auch die flächendeckenden Vertriebsmöglichkeiten digitaler Angebote von Zeitungsverlagen deutlich verbessern.

Nicht nur in diesem Bereich gilt: Bund, Länder, Unternehmen und Medienschaffende müssen gemeinsam an kreativen Lösungen arbeiten, um aus der Digitalisierung einen nachhaltigen Gewinn für das demokratische Gemeinwesen zu ziehen. Nicht mehr zeitgemäße Gräben sollten überwunden werden. Nur so wird eine konvergente Medienpolitik erfolgreich entwickelt und umgesetzt werden können.



**Martin Dörmann**

ist Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion für Kultur und Medien und Mitglied im Vorstand der Medien- und netzpolitischen Kommission beim SPD-Parteivorstand.

[martin.doermann@bundestag.de](mailto:martin.doermann@bundestag.de)