

# up<sup>2</sup>date

25 JAHRE  
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

**TLM.**  
Thüringer  
Landesmedienanstalt

#02.2016 | Das Magazin der Thüringer Landesmedienanstalt



## Ideen zur Medienzukunft

Beiträge zu den Herausforderungen der digitalen Mediengesellschaft  
anlässlich 25 Jahre TLM

### Veränderungen notwendig

Karola Wille,  
ARD-Vorsitzende

S. 6

### Medienvielfalt sichern

Benjamin-Immanuel Hoff,  
Chef der Thüringer Staatskanzlei

S. 9

### Radio der Zukunft

Gert Zimmer,  
CEO RTL Radio Deutschland GmbH

S. 14

# Inhaltsverzeichnis

- 4 Editorial  
**Erfahrung, Einblick, Weitblick und Ideen für die Herausforderungen der neuen Medienwelt aus Sicht der TLM**
- 6 Prof. Dr. Karola Wille  
**Die ARD braucht Veränderungen, um das zu bleiben, was sie ist**
- 7 Siegfried Schneider  
**Die TLM macht sich auch in der Gemeinschaft besonders für die Medienkompetenz stark.**
- 8 Prof. Monika Grütters MdB  
**Für die Demokratisierung des Digitalen**
- 9 Prof. Dr. Benjamin-Immanuel Hoff  
**Medien und Demokratie - Demokratie und Medien**
- 12 Katrin Göring-Eckardt MdB  
**Medien und Politik – Politik und Medien**
- 14 Gert Zimmer  
**Radio der Zukunft – Anything, Anywhere, Anytime.**
- 15 Rainer Poelmann  
**Digitale Transformation erfordert Höchstmaß an Flexibilität**
- 16 Grit Hasselmann  
**Bildung ist der Schlüssel für alles!**
- 18 Andrea Flörke  
**Wir werden alle Internetstars! – Aber wie ist das Wetter da drin?**
- 20 Dr. Birgit Klaubert  
**25 Jahre #TLM – herzlichen Glückwunsch!**



- 21 Wolfgang Tiefensee  
**Die zunehmende Informationsflut verlangt nach einer Gewichtung und Einordnung von Information durch Medien im digitalen Zeitalter**
- 22 25 Daten und Fakten zur TLM
- 24 Michael Tallai  
**Printmedien im Internetzeitalter: Mit Qualität und Tiefenschärfe näher am Leser**

26 Mechthild Appelhoff  
**Medienkompetenz ist wichtiger denn je in einer digitalisierten Gesellschaft.**

27 Dr. Eva Flecken  
**Chancen nutzen und immer einen Schritt voraus sein**

28 Dr. Annette Schumacher  
**Medienkonsum der Zukunft**

30 Dr. Willi Steul  
**Deutschlandradio-Intendant Dr. Willi Steul warnt vor „digitaler #Hybris“**

31 Michael Stumpf  
**Dort sein, wo unsere Nutzer sind – mit Geschichten, die sie bewegen**

32 Prof. Dr. Kai Hafez  
**Die Zeit der Unschuld ist vorbei. Aktuelle Auswirkungen der Sozialen Medien**

34 Margret Albers  
**Mündiger Umgang mit Medien**

35 Sabine Eder  
**Medienbildung ist kein Luxus**

36 Prof. Dr. jur. Christian Alexander  
**Medien und Recht – Recht und Medien**

38 Sabine Frank  
**Die Gewährleistung adäquater digitaler Bildung ist Voraussetzung für Teilhabe, Chancengleichheit und Innovationsfähigkeit**

39 Prof. Dr. Stephan Ory und Prof. Dr. Mark D. Cole  
**Persönlichkeitsrechte, Datenschutz, Sorgfaltspflichten, Vielfalt in Online-Medien**



40 Dr. Frauke Gerlach  
**Medienwandel?**

41 Julian Geist  
**Europ. Medienordnung jetzt!**

Gremiensicht  
 42 E.F. Johannes Haak  
**Zur Zukunft der Medien zwischen Diffusion und Konzentration**

## Editorial

# 25 Jahre TLM – Erfahrung, Einblick, Weitblick und Ideen

für die Herausforderungen der neuen Medienwelt aus Sicht der TLM



**Jochen Fasco**

Direktor der Thüringer Landesmedienanstalt

Liebe Leserinnen und Leser,

die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) wird 175 Jahre alt! Nein, Sie haben sich nicht verlesen – in der schnelllebigen Welt der Medien zählen die Jahre sicherlich wie bei manchen Haustieren mehrfach. Ob ein Medienjahr siebenfach zu werten ist (wie bei Katzen) oder durch die Digitalisierung noch schneller reist, sei dahingestellt. 25 Jahre TLM versprechen viel Erfahrung, Einblick und sicherlich auch Weitblick sowie Ideen für die Herausforderungen der neuen Medienwelt. Dann sind 25 Jahre für uns ein willkommener Anlass, in einer Sonderausgabe unseres Magazins „up<sup>2</sup>date“ 25 Persönlichkeiten zu bitten, ihren ganz persönlichen Blick auf die Zukunftsfragen einer digitalen Mediengesellschaft zu werfen.

Wir lassen dazu 25 Akteure, Wegbegleiter, Partner, Medienmacher und Entscheidungsträger zu Wort kommen, die aus ihrer ganz eigenen beruflichen und persönlichen Sicht die ihrer Meinung nach größten Herausforderungen in dieser neuen Medienwelt für die nächsten Jahre beschreiben, sich mit der Aufgabe freier und unabhängiger Medien in einer demokratischen Gesellschaft, mit aktuellen Fragen des Medienrechts oder auch den Auswirkungen der sozialen Medien beschäftigt haben.

Außerdem haben wir 25 Daten und Fakten aus 25 Jahren TLM gesammelt, mit denen wir Ihnen einen anderen, ungewohnten und neuen Blick teilweise mit einem kleinen Augenzwinkern auf unsere Tätigkeit ermöglichen.

Eine der Hauptaufgaben der TLM ist die Lizenzierung und Kontrolle des privatkommerziellen Rundfunks in Thüringen. Unser Ziel war und ist dabei die Schaffung adäquater Rahmenbedingungen für seine zukunftsorientierte Weiterentwicklung.

Der Schutz Heranwachsender vor problematischen und sie gefährdenden Medieninhalten und -botschaften im Rundfunk und in den Online-Medien war und ist ein weiteres wichtiges Anliegen der TLM und der Gemeinschaft aller Landesmedienanstalten. Deshalb engagieren wir uns intensiv für den Jugendmedienschutz. Seit dem ersten Tag ist die TLM Mitglied in der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM).

Außerdem initiieren, realisieren und fördern wir vielfältigste Projekte zur Entwicklung und Intensivierung der Medienbildung in Thüringen. Denn nur mit Medienkompetenz findet man sich in unserer digitalen Welt zurecht und wird in der Flut von Worten und Informationen nicht untergehen, sondern sie vielleicht sogar kreativ nutzen. Seit vielen Jahren widmen wir uns intensiv dieser wichtigen Arbeit. Hier sind das PiXEL-Fernsehen und die mobile TLM-Medienwerkstatt zu nennen, die vor zwei Jahren in das Thüringer Medienbildungszentrum der TLM mit seinen beiden Standorten in Erfurt und Gera überführt wurden. Unsere medienpädagogischen Fachkräfte realisieren tausende Projekte in ganz Thüringen mit allen Altersgruppen. Sie bieten eine Vielzahl handlungsorientierter Medienprojekte für Kinder und Jugendliche an, halten Aus- und Weiterbildungsangebote für Lehrer und Pädagogen bereit und engagieren sich bei der Beratung und Schulung von Eltern und Großeltern. Dies geschieht gratis und wird über die Haushaltsabgabe finanziert.

Es liegt in der Natur der Landesmedienanstalten, für größtmögliche Meinungsvielfalt, also Angebots- und Anbietervielfalt, im Sinne der Mediennutzer einzutreten, weil das essentiell ist für unsere Demokratie. Gerade in der digitalen Medienwelt leisten die Medienanstalten dazu einen wichtigen Beitrag. Zum einen durch die Arbeit auf dem Gebiet der Programmaufsicht und Vielfaltssicherung, zum anderen durch die gemeinsamen Vorschläge der Medienanstalten zu den großen politischen Themen einer konvergenten Medienordnung – beispielsweise zur Netzneutralität, zur Regulierung von Intermediären oder zur Fortentwicklung der Plattformregulierung.

Ein Hauptaugenmerk der TLM liegt auf der publizistischen Vielfalt in Thüringen. Dabei geht es um möglichst viele Stimmen und Meinungen und um die Frage, wer kommt zu Wort? Denn die Informationsflut bedeutet nicht, dass wir alle wichtigen oder relevanten Botschaften auch erhalten.

Vielfalt wird am Medienstandort Thüringen groß geschrieben. Dies wird nicht nur sichtbar durch das MDR-Landesfunkhaus Thüringen und den KiKA, sondern auch durch zwei landesweite private Radiovollprogramme, ein Jugendradio, ein Kinder- und Familienradio sowie ein regionales Hörfunkprogramm. Immer mehr etablieren sich Internetradios. Vor allem auch im Lokalen wird Vielfalt in Thüringen durch die Lokalfernsehveranstalter und Bürgerradios sichtbar.

Diese mediale Vielfalt ist heute besonders auf lokaler und regionaler Ebene bedroht und deshalb engagieren wir uns für deren Erhalt. Wir fördern die technischen Übertragungswege bei lokalen Fernsehsendern und die Bürgermedien. Die TLM sorgt so dafür, dass Thüringen auch in der digitalen Mediengesellschaft mit einer bunten Mischung besticht. Außerdem bringt sie Initiativen, Vereine, Verbände und Einrichtungen zusammen und koordiniert diese Netzwerke über verschiedene Aktivitäten, wie Beratungsangebote, Kooperationsprojekte und Veranstaltungen. Die Sicherung eines chancengleichen diskriminierungsfreien Zugangs zu verschiedensten Infrastrukturen, Intermediären oder Endgeräten sowie die dortige tatsächliche Auffindbarkeit gerade lokaler und regionaler Angebote rücken hierbei immer stärker in den Fokus der TLM-Aufgaben.

Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre.

Abschließend gilt mein Dank allen, die uns Beiträge für diese Sonderausgabe zur Verfügung gestellt und unsere Frage beantwortet haben.

**Ihr Jochen Fasco**  
TLM-Direktor



Prof. Dr. Karola Wille, MDR-Intendantin und ARD-Vorsitzende

# Die ARD braucht Veränderungen, um das zu bleiben, was sie ist:

Unverzichtbar für die Gesellschaft und die Demokratie

Der Auftrag der ARD bleibt auch in einer sich massiv verändernden Medienwelt unverändert: Erklären, was ist, Werte vermitteln, Meinungen widerspiegeln. Um diesem Auftrag weiterhin gerecht werden zu können, halte ich folgende Prämissen für unabdingbar:



Die Glaubwürdigkeit der ARD hängt wesentlich vom Vertrauen in unsere Leistungen ab. Unser Anspruch, Qualitätsanbieter zu sein, muss immer wieder untermauert werden durch aufklärenden Journalismus, größtmögliche Vielfalt, eine differenzierte Perspektive, ebenso wie Transparenz im wirtschaftlichen und journalistischen Handeln.

Die in der digitalen Welt vorhandenen Potentiale müssen wir weiter erschließen, um alle zu erreichen und die Lebenswirklichkeit in ihrer ganzen Vielfalt darzustellen.

Genau deshalb ist die Weiterentwicklung der ARD als integrierter föderaler Medienverbund unverzichtbar. Durch eine noch stärkere Koordination sowie cross- und trimediale Vernetzung der Angebote kann die ARD mit ihren Angeboten die gesellschaftlich geforderten Integrationsleistungen auch weiterhin wirksam erfüllen.

In einer vollständig digitalisierten Welt sind Innovationen und Kreativität für die ARD von entscheidender Bedeutung. Im Wettbewerb um die besten Ideen, Produkte und Technologien müssen wir bestehen. Hier gilt es, die Zusammenarbeit zwischen Entwicklern, Journalisten und Kreativen zu befördern und auch nach außen neue Rahmenbedingungen für die Kreativwirtschaft zu setzen.



Siegfried Schneider, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und Vorsitzender der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM)

# Die TLM macht sich auch in der Gemeinschaft besonders für die Medienkompetenz stark.

Gratulation! DLM-Chef Siegfried Schneider @BLM\_Bayern

Die wichtigste Herausforderung der Zukunft ist es, auf die digitale (R)Evolution mit einer konvergenten Medienordnung zu reagieren. Eine solche Medienordnung wird nur in einer engen Zusammenarbeit zwischen Ländern, Bund und EU gelingen.

Erste Schritte in diese Richtung hat Mitte des Jahres die Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz formuliert. Jetzt ist es wichtig, zeitnah an die Umsetzung zu gehen. Schließlich wollen die Medienanstalten endlich im Sinne der Mediennutzer zukunftsorientiert auf die neuen Entwicklungen reagieren können! Als staatsferne und fachlich kompetente Institutionen wirken wir selbstverständlich auch bei der Ausgestaltung neuer Aufsichtsverfahren gerne mit. Unser Anliegen war und ist es dabei, uns als Anwälte der Medienunternehmen und der Mediennutzer für den Erhalt von Vielfalt stark zu machen.

Denn wir sind stolz auf die einmalige Vielfalt der deutschen Rundfunklandschaft, die so nur in einem föderal verfassten Land entstehen konnte.

Die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), die gerade ihr 25-jähriges Bestehen feiert, illustriert diese Vielfalt mit ihrem ganz eigenen Charakter. Sie hat sich den Themen Medienkompetenz und Bürgerfunk besonders verpflichtet und macht sich auch in der Gemeinschaft der Medienanstalten dafür stark.

Ein Schwerpunkt mit Zukunft – denn schließlich brauchen wir ein ausgeprägtes Maß an Medienkompetenz, um an die Herausforderungen unserer digitalen Medienwelt offen herantreten zu können. Gratulation dazu und auf die nächsten 25 Jahre!



Prof. Monika Grütters MdB, Staatsministerin bei der Bundeskanzlerin

## Für die Demokratisierung des Digitalen:

Die Medienordnung der Zukunft muss demokratische Errungenschaften auch im Netz zur Geltung bringen.

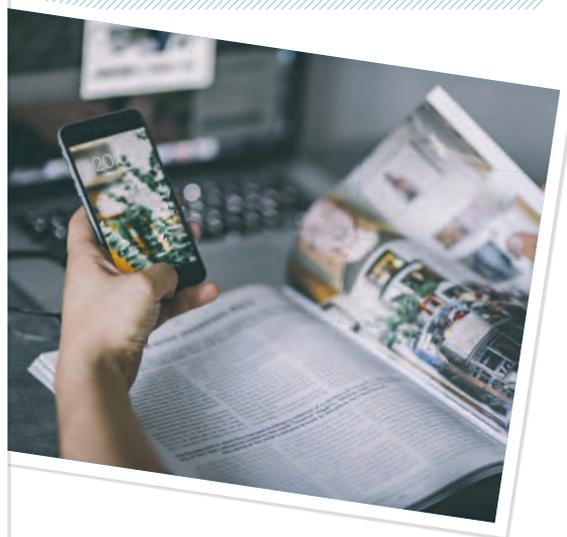
Der technologische Fortschritt konfrontiert uns mit der Herausforderung, die digitale Realität nach unseren demokratischen Grundsätzen zu gestalten. Grundlegende Freiheitsrechte, wie die Freiheit der Meinung und damit verbunden die Vielfalt unabhängiger Medien dürfen im Rausch des technisch Machbaren nicht ins Hintertreffen geraten. Der Staat muss seiner Funktion als Garant eines fairen Spiels der Kräfte, unabhängiger Meinungsbildung und Medienvielfalt auch im Netz vollumfänglich nachkommen können.

Dazu ist es auch notwendig, die Regulierung audiovisueller Medien an veränderte Nutzungsgewohnheiten anzupassen. Faire Wettbewerbsbedingungen müssen sicherstellen, dass auf ein und demselben Markt gleiche Regeln für alle gelten.

Außerdem braucht es Transparenzvorschriften auf europäischer Ebene: Mündige Internetnutzer müssen erkennen können, welche Kriterien insbesondere bei Such- und Empfehlungsfunktionen verwendet werden;

sie müssen die Chance haben, meinungsbildungsrelevante Angebote einfach zu finden und zwischen unterschiedlichen Angeboten frei zu wählen.

In Zeiten der Konvergenz und globaler Märkte erfordert all das eine enge Zusammenarbeit zwischen Bund und Ländern, aber auch auf europäischer Ebene. Die Bund-Länder-Kommission Medienkonvergenz hat das Fundament dafür gelegt, dass wir demokratische Werte, auf die wir uns im analogen Zeitalter aus guten Gründen verständigt haben, auch im Zeitalter der Digitalisierung bewahren können.



Prof. Dr. Benjamin-Immanuel Hoff, Thüringer Minister für Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten und Chef der Staatskanzlei

# Medien und Demokratie – Demokratie und Medien

Im Frühjahr dieses Jahres kündigte die Mediengruppe Thüringen tiefgreifende Umstrukturierungen mit weitreichenden Folgen sowohl für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch für die Thüringer Medienlandschaft insgesamt an. Die zur Funke Mediengruppe gehörenden Tageszeitungen Ostthüringer Zeitung (OTZ), Thüringer Landeszeitung (TLZ) und Thüringer Allgemeine (TA) sollen gestrafft und zentralisiert werden. In einem "Zukunftsprogramm" werden Mantelredaktionen wie auch Anzeigenverkauf jeweils konzentriert. Im Gegenzug sollen zwar die Lokalredaktionen personell verstärkt und Stellen für ein neues Online-Portal geschaffen werden. Erst einmal fallen aber Stellen weg.

Die hier in Rede stehenden Veränderungen der Thüringer Printmedienlandschaft vollziehen sich nicht singulär, sondern sind Ausdruck einer seit längerem stattfindenden grundsätzlichen Umwälzung der Medienlandschaft, die unter dem Stichwort Medienkonzentration zu fassen sind. National und international haben in den vergangenen Jahren relevante Eigentumskonzentrationen stattgefunden. In Deutschland führt dies zu einem tendenziellen Oligopol von Medienunternehmen, die regional eine marktbeherr-

schende Position haben und selbst wenn sie durch das Kartellrecht nicht gefasst werden, einen gesunden Wettbewerb längst ausschließen. Insbesondere in jüngerer Zeit fanden Verschiebungen relevanter Marktanteile innerhalb dieses Oligopols statt, während der Printmedienbereich in einer Weise schrumpfte, dass bereits vor einigen Jahren von einer Printkrise gesprochen wurde. Allein zwischen 2012 und 2015 führten Umstrukturierungen bei Gruner+Jahr und DuMont, der Insolvenz der Financial Times Deutschland, Entwicklungen bei Frankfurter Rundschau und FAZ, Funke-Mediengruppe und Münchner-Abendblatt zu einem Abbau von 1.300 Stellen.

Parallel agierte die Funke Mediengruppe in relevanter Weise als Player auf dem Markt der Eigentumsverlagerung. Für den Kauf von Regionalzeitungen, Frauen- und Fernsehzeitschriften vereinbarte sie mit der Axel Springer SE den Preis von 920 Millionen Euro. Gleichzeitig zu diesen Verhandlungen und bevor im vergangenen Jahr die diversen Titel nach langen Verhandlungen den Besitzer wechselten und das Essener Medienhaus dafür zahlen musste, ging das Geschäft der Funke-Gruppe jedoch deutlich zurück. Der Umsatz sank im Jahr 2013 um 6,6 Prozent auf 929 Millionen



Euro. Dass der operative Gewinn mit 105,6 Millionen Euro auf dem Niveau des Vorjahres blieb, verdankte sie den enormen unternehmensinternen Sparmaßnahmen, in Folge dessen die Personalausgaben, der größte Ausgabenposten, 2013 um etwa 10 Prozent auf 388,2 Millionen Euro zurückgingen. Kurzum: Aus Sicht der Gewerkschaften erkaufte die Funke Medien-gruppe ihre Wachstumsstrategie durch die Einsparungen bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Journalistinnen und Journalisten in den vergangenen zehn Jahren massiver umgewälzt wurden als in den Jahrzehnten zuvor. Renate Köcher fasst diese Veränderungen Ende 2015 in einem Beitrag für die FAZ zusammen: „Korrespondentennetze wurden ausgedünnt, Zeit- und finanzielle Budgets für Recherche vielfach verknüpft, gleichzeitig oft das Aufgabenspektrum verbreitert, insbesondere auch durch die Herausforderung, auf mehreren Plattformen wie Printmedien oder Fernsehen und Internet umfassend präsent zu sein.“

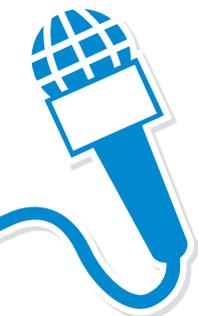


„Der Auftrag unserer Verfassung, für Vielfalt im Medienbereich zu sorgen, ist eindeutig.“

Zugleich gelten die Gesetze einer Marktwirtschaft, in der die Übernahme kleinerer Anbieter bzw. Eigentumsverlagerung der Normalfall sind.

Diese beispielhafte Entwicklung aus dem Printmediensektor ließe sich in andere Bereiche des Mediensektors übertragen und führt im Ergebnis zu der Feststellung, dass die Arbeitsbedingungen von

Durch Medienverflechtungen, Eigentumskonzentration, die Reduktion regionaler Vielfalt tritt nicht nur eine Störung des freien Spiels der Marktkräfte ein, die volkswirtschaftlich problematisch ist. Vielmehr sind demokratie- und gesellschaftspolitische Defizite zu



erwarten, die Werner A. Meier wie folgt auf den Punkt bringt: „Die Funktion der Presse in der Gesellschaft besteht darin zu informieren, aber ihre Rolle besteht darin, Geld zu machen.“ Darüber zu rasonieren macht freilich wenig Sinn. Vielmehr ist zu prüfen, welche Schlussfolgerungen daraus zu ziehen sind:

1. Die Fähigkeit zur Recherche, zur Herstellung von Medienvielfalt ist ein zentrales Instrument medialer Selbstregulation und Wahrnehmung der Funktion als „vierte Gewalt“. Vielfalt und Konkurrenz sind ein Anreiz für journalistische Qualität – Medienkonzentration reduziert Qualität und schadet letztlich dem Produkt.
2. Mehr lokale Berichterstattung gleicht journalistische Konkurrenz bei der Information über Landespolitik und Bundespolitik und die Abbildung gesellschaftlicher Meinungsströmungen nicht aus, für die FR und FAZ, TAZ, Neues Deutschland u. a. standen und bis heute im Printmedienbereich stehen.
3. Bürgerradios, lokale Medienangebote sichern Vielfalt und fördern zivilgesellschaftliches Engagement an den Orten, die Identität, Bezugspunkt und auch Heimat sind. Das Bewusstsein für die Bedeutung dieser Institutionen muss wachsen – auch finanziell. Wer den Rundfunkbeitrag beschneiden will, schränkt damit letztlich auch die Fähigkeit der Medienanstalten ein, hier unterstützend tätig zu werden. Die Anbieter solcher grassroots-Medien in die Lage zu versetzen, digitale Angebote zu unterbreiten, sollte es wert sein, eine spürbare Scheibe aus den Mitteln der Breitbandförderung abzuzweigen.
4. Recherche, auch investigative, braucht Zeit, Geld und Unabhängigkeit. Sie braucht hochqualifizierte Leute. Wer klagt, dass der Mindestlohn für die Medienunternehmen erhebliche Mehrausgaben bedeutete, verweist letztlich nur auf die häufig schwierigen Arbeitsbedingungen des medialen Prekariats der „festen Freien“, ihrer irregulären Vertrags- und Arbeitszeitbedingungen und die fehlende arbeitsrechtliche Interessenvertretung – nicht zuletzt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk.
5. Die duale Rundfunkordnung hat sich bewährt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der in Deutschland durch Staatsverträge geregelt und bewusst staatsfern organisiert ist, ist für unsere Demokratie existenziell wichtig. Wer dieses System erhalten will, muss es finanzieren wollen. Diejenigen, die den öffentlich-rechtlichen Rundfunk delegitimieren wollen, greifen – dem Muster der Tea-Party folgend – den Rundfunkbeitrag als Zwangsbeitrag an. Eine Senkung,

wie derzeit diskutiert, um 30 Cent wäre Wasser auf die Mühlen der deutschen Tea Party, der AfD. Setzen wir stattdessen auf gute Qualität durch gute Arbeit in den Sendern und den Landesmedienanstalten als Kontrollinstitutionen.

Es kann niemandem gleichgültig sein, wenn der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Institution angefeindet und als „Systemmedien“ oder mit anderen Attributen verunglimpft wird. Renate Köcher zeigte im Dezember 2015, basierend auf Daten des Allensbach-Institutes, dass die bundesdeutsche Bevölkerung den Medien mit



überwiegender Mehrheit vertraut und gleichzeitig befürchtet, dass verantwortungsvoll wahrgenommener Journalismus dazu führen könnte, unangenehme Wahrheiten zu verschweigen. 73 Prozent der Bevölkerung plädieren selbst dann für eine rückhaltlose Berichterstattung, wenn dies zu negativen Auswirkungen und Reaktionen führen würde. Ein dickes Brett, das durch Medienunternehmen und ihre Beschäftigten zu bohren ist – aber wer hat behauptet, dass Demokratie und Medien in ihr einfach zu haben seien.

Die TLM hat in den vergangenen 25 Jahren bewiesen, dass sie den großen Bohrer nicht scheut. Dafür danke ich und wünsche den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der TLM und der anderen Landesmedienanstalten weiterhin viel Erfolg für ihre wichtige Arbeit.





# Medien und Politik – Politik und Medien

Katrin Göring-Eckardt MdB

Vorsitzende der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Eine goldene Regel des Internets besagt: Don't read the comments! – Lies bloß nicht die Kommentare. Mitunter siegt aber doch die Neugier. Wenige Klicks bei großen Medienportalen führen schnell in eine Welt, in der die Leser, Zuschauer oder Zuhörer aus ihrem Herzen keine Mördergrube machen: Anerkennung und Lob, viel mehr noch Skepsis und Kritik, mitunter sachlich, oft aber persönlich, nicht selten selbstgerecht, bis hin zu Schelte, zu Hass, zu Zensurvorwürfen. Und manchmal, hin und wieder, auch ernsthafte, kritische Debatte.

Ein Kommentar, jüngst verfasst unter einem Beitrag zum Leben von Flüchtlingen in Deutschland, ist beispielhaft: Ein sehr schöner Artikel sei das, aber der Autor müsse wohl in einer Traumwelt leben. Überhaupt könne man solche Propaganda ja nicht ernst nehmen, solange die Medien sich weigerten, die echten Zahlen zur Kriminalität der Flüchtlinge zu veröffentlichen. Diese seien schließlich eine Wahrheit, die man nicht wegdiskutieren könne.

Welche Wahrheit, lautet unweigerlich die Frage? Es gilt der alte Statistikerwitz, nachdem eine Ente, an der ein Jäger jeweils links und rechts einen Meter vorbei geschossen hat, statistisch gesehen tot sei. Tatsächlich gibt es kaum eine Information, die nicht der Interpretation und Bewertung bedarf: Ja, nach den jüngst veröffentlichten Kriminalstatistiken ist die Zahl der durch Nichtdeutsche begangenen Straftaten im vergangenen Jahr gestiegen. Und ja, nach der gleichen Statistik liegt die Kriminalitätsrate von Flüchtlingen und Asylbewerbern nahe am Durchschnitt der Gesamtbevölkerung. Welche Wahrheit also? Sie liegt im Auge des Betrachters. Niemand hat das Recht darauf, immer nur die eigene Meinung in der Zeitung wiederzufinden.

2014 wurde das Wort „Lügenpresse“ zum Unwort des Jahres gewählt. Im gleichen Jahr gaben in einer Studie von infratest dimap 54 Prozent der Befragten an, nur wenig Vertrauen in die deutschen Medien zu haben. In einer Befragung von TNS Emnid 2016 zeigten sich nur 34 Prozent überzeugt, die deutschen

Nachrichtenmedien seien wirklich unabhängig. Und 60 Prozent waren der Ansicht, Medien würden berechnete Meinungen ausblenden, wenn sie diese für unerwünscht halten. Als demokratische Gesellschaft kann uns diese Entwicklung nicht egal sein.

Sie geht Hand in Hand mit einem tiefgreifenden Wandel der Medienlandschaft, hervorgerufen durch Digitalisierung und Vernetzung. Viele erinnern sich noch an eine Zeit, in der lediglich Fernsehen, Radio und Zeitungen miteinander konkurrierten. Der größte Unterschied jenseits des Boulevards bestand allenfalls in der Berichterstattung und Themenauswahl von öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Das Internet und die Digitalisierung haben diese Welt grundlegend verändert. Es gibt mehr Angebote, in viel mehr Formaten, unabhängig von Zeit und Ort.

„Millionen neuer Nachrichtenseiten, Blogs, Youtube, Facebook und Twitter – sie alle verändern unsere Medienwelt nachhaltig.“

Tagesschau um 20:15 Uhr? Wozu, wenn man alle Nachrichten online schauen kann. Warum sollte man auf die Sondersendung der ARD warten, wenn BBC, CNN oder Al-Jazeera bereits berichten? Warum den Bericht in der Zeitung lesen, wenn man via Twitter viel näher am Ereignis ist? Warum einer Meldung unbesehen glauben, wenn Quellen, Fakten oder Gegenmeinungen nur wenige Links entfernt sind?

Das Medienangebot ist vielfältiger geworden, aber dadurch nicht einfacher zu gebrauchen. Wir haben den Eindruck, die Welt drehe sich immer schneller. Es ist an uns, das Angebot zu selektieren und die Masse der Informationen zu filtern. Es besteht die Gefahr, dass wir in „Filterblasen“ geraten, in denen wir nur noch erwartungskonforme Informationen erhalten und unsere Meinungen bestätigt finden. Da fällt es leicht, traditionelle Medien zu kritisieren. Und die Kritik muss nicht einmal auf festem Fundament stehen. Oft scheint es zu reichen, wenn ein Thema zu viel oder zu wenig beachtet wird, wenn die eigene Meinung nicht ausreichend berücksichtigt wird oder Fakten und Wahrheiten (vermeintlich) verheimlicht werden. Von der Medienkritik zum Vorwurf der Medienmanipulation ist es da manchmal nur ein kleiner Schritt. Kritik fällt leicht, kritische Reflexion hingegen schwer.

„Es verändern sich aber nicht nur die Medien und die Art ihrer Nutzung, betroffen ist auch das Verhältnis zwischen Medien und Nutzern.“

Die klassische Beziehung von Zeitung zu Leser, von Fernsehsender zu Zuschauer verschwindet zunehmend. Die Nutzer emanzipieren sich vom passiven Empfänger zum kritischen Partner, der antwortet oder selbst dank Blogs und Youtube zum Sender wird. Es entsteht ein Netz der Kommunikation, in dem sowohl Medien und Nutzer wie auch die Nutzer untereinander im Austausch stehen. Zeitungen, Radio- und Fernsehsender – die klassischen Medien – sind gefordert, ihr Selbstverständnis neu zu bestimmen. Neben der klassischen Informationsübermittlung tritt die Erklärung zunehmend komplexer Sachverhalte; neben der Publikation einer Meinung tritt die Debatte mit den Nutzern. Zudem wird erwartet, dass sie auf die Rückmeldungen der Nutzer angemessen reagieren. Die Herausforderung besteht für sie darin, ihre Unabhängigkeit zu behaupten – sowohl vom Wunschkript einer vermeintlichen Mehrheit als auch vom Diktat der Anzeigenkunden und der wirtschaftlichen Macht von Klicks und Likes.

Aber auch Politik und Gesellschaft sind in diesem Wandlungsprozess gefordert. Wir müssen debattieren, welche Erwartungen wir an die Medien und insbesondere den öffentlich-rechtlichen Rundfunk stellen. Letzterer kann ohne Zweifel mehr sein als eine Plattform für teuer produzierte Heimatfilme und Fußballübertragungen. Natürlich ist es schön, wenn Millionen von Bundestrainern anhand der Übertragung über das Spiel reden. Debatten-Kultur ist das nicht! Die breite Einbeziehung gesellschaftlicher Gruppen trägt zur Bewahrung der Glaubwürdigkeit und des Vertrauens in die öffentlich-rechtlichen Medien bei. Das Bundesverfassungsgericht hat mit dem Urteil zum ZDF-Staatsvertrag die Richtung vorgegeben: weniger staatliche Vertreterinnen und Vertreter, dafür mehr gesellschaftliche Vielfalt.

Und auch für die Bürgerinnen und Bürger werden die Medienveränderungen nicht ohne Folgen sein. Aus Konsumenten werden kritische Nutzer, das allerdings setzt große Reflexion und den kompetenten und kritischen Umgang mit Quellen und Informationen voraus. Es ist an uns, als kritische Nutzer den Wandel der Medienwelt mitzugestalten.





Gert Zimmer, CEO RTL Radio Deutschland GmbH

# Radio der Zukunft – Anything, Anywhere, Anytime.

Das Mediennutzungsverhalten der Menschen verändert sich. Sie schalten zwar annähernd so häufig das Radio ein wie in früheren, rein analogen Zeiten – aufgrund des veränderten Wettbewerbsumfelds können sie aber aus einer unendlichen Vielfalt an Angeboten auswählen. Neue Dienste drängen auf den Markt, die Interaktion, Information und Unterhaltung bieten. Die Menschen greifen zudem weniger auf kuratierte lineare Angebote zurück, stellen sich ihre Inhalte lieber eigenständig zusammen und nutzen sie verstärkt mobil. Gleichzeitig besteht eine endliche Aufmerksamkeitsspanne in der Mediennutzung.



Das heißt für Radioveranstalter, über alle relevanten Netze und auf den vielfältigen digitalen Plattformen verfügbar zu sein, neue digitale Angebotsformen zu schaffen und sich damit einem Kulturwandel zu unterziehen.

Mit einem digitalen Fußabdruck sowie Investitionen in die Programmqualität und das Personal wird es auch in Zukunft gelingen, das relevante regionale Medium zu bleiben – und aus dieser Marktstellung angemessene Erlöse zu erzielen.

Sicher werden hierfür auch die medienpolitischen Rahmenbedingungen entscheidend sein. Hier stehen Netz- und Plattformneutralität, ein ausgewogenes Wettbewerbsverhältnis mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die freie Wahl der Verbreitungswege und der Abbau der Beschränkungen aus rein analogen Zeiten im Vordergrund. Letzteres ist zur wichtigen Chancengleichheit mit Digitalunternehmen bei der Beteiligung am Hörfunk dringend erforderlich.

Rainer Poelmann, Gesellschafter der LandesWelle Thüringen GmbH & Co. KG

# Digitale Transformation erfordert Höchstmaß an Flexibilität,

um neue Gestaltungsspielräume für klassische  
Medienunternehmen zu schaffen

Die zurückliegenden 25 Jahre waren stets durch Umbrüche gekennzeichnet. Sie stachelten immer wieder die Innovationskraft der Medienschaffenden an, sorgten dafür, dass es keinen Stillstand gab. Die größte Herausforderung erleben wir aber aktuell: Die digitale Transformation, allen voran der Siegeszug des mobilen Internets, hat die gesamte Medienlandschaft nachhaltig verändert.

Wenige große Akteure sorgen vor allem mit technischen Innovationen für eine Disruption des Marktes. Klassische Businessmodelle, Zutrittsbarrieren – die alten Rahmenbedingungen sind außer Kraft gesetzt, gelten für die „neuen“ Mitspieler kaum oder gar nicht. Natürlich schauen wir als Vertreter der „alten“ Medienwelt nicht unbeteiligt zu, sondern investieren nachhaltig in die Digitalisierung unseres Kerngeschäftes, Refinanzierungsmöglichkeiten stets im Blick.



Dabei müssen wir ein Höchstmaß an Flexibilität beweisen, klassische Konkurrenzsituationen überwinden, um die beschränkten Ressourcen zu bündeln und gemeinsam die Herausforderungen zu meistern. Besitzstandsdenken und das Beharren auf anachronistischen Positionen hätten fatale Folgen für den Fortbestand traditioneller Angebote.



Eine Weiterentwicklung bzw. eine Neuausrichtung unternehmerischer Strategien ist nur möglich, wenn Bewegungsspielräume vorhanden sind. Hier ist im besonderen Maße die Medienpolitik gefragt, im Dialog mit den Unternehmen den Regulierungsrahmen zeitgemäß zu gestalten, um den Vorsprung der nahezu unregulierten Internetriesen nicht uneinholbar groß werden zu lassen. Lassen Sie uns gemeinsam diese Herausforderung annehmen, um die Chancen in Zukunft bestmöglich nutzen zu können.

# Bildung ist der Schlüssel für alles!



Grit Hasselmann  
Programmdirektorin Radio LOTTE Weimar

„Zur Wahrheit gehören immer zwei: einer, der sie sagt, und einer, der sie versteht.“ Als Henry David Thoreau das sagte, dachte er sicher nicht an die Sender und Empfänger der heutigen Radio-Theorie. Übertragen lässt sich seine Aussage aber schon. Und da sind wir auch schon mittendrin in der aus meiner Sicht größten Herausforderung, die auf uns in den nächsten Jahren zukommt: Wie erreichen wir unsere Hörer und vor allem, wie erreichen wir, dass unsere Hörer uns verstehen. Uns glauben. Uns vertrauen.

Mittlerweile wenden sich immer mehr Menschen von den Medien ab. Sei es, weil ihnen das Schlagwort „Lügenpresse“ gefällt, sei es, weil man sich im Netz einfach und schnell zu jeder Zeit über quasi alles informieren kann, sei es, weil sie einfach kein Interesse haben für Informationen außerhalb ihres eigenen Lebens.

Parallel dazu entwickelt sich die Qualität des Journalismus eher nicht nach oben, um es vorsichtig auszudrücken. In den Redaktionen der Republik arbeiten jetzt schon (gefühl) doppelt so viele Seiteneinsteiger wie ausgebildete Journalisten. Die Volontärsschulen in klassischen Medienhäusern können keine Beschäftigungsgarantien mehr geben. Absolventen der großen Journalisten-Unis finden nicht mehr automatisch einen gut bezahlten Job. Kleinere Bildungseinrichtungen müssen ihr Kursangebot zusammenstreichen. Selbst die renommierte Henri-Nannen-Schule musste ihre Schülerzahl drastisch reduzieren. Wegen der schlechten Berufsaussichten streben viele gut geeignete Nachwuchskräfte nicht mehr in den Journalismus; sie gehen in andere Berufsfelder.

Die um ihren Ruf kämpfenden Medien verlieren also ausgerechnet jetzt wichtige Talente. Und das, wo unsere Gesellschaft, unsere Demokratie gerade jetzt Aufklärung bitter nötig hat.



In manchen Gegenden gibt es kaum noch lokale Berichterstattung außerhalb von Blogs und sozialen Netzwerken.

Also können nur die Menschen vor Ort für Aufklärung sorgen, die sich um das Wohl ihrer Kommune sorgen.

Wir müssen also auf der einen Seite diese Menschen einbinden, um den investigativen Journalismus und damit die Demokratie zu retten. Auf der anderen Seite müssen wir all den anderen klar machen, dass es guten Journalismus braucht. Wer kann schon bei der Informationsfülle heutzutage entscheiden, was wahr ist? Wer kann Informationen aus mehreren Tagen oder gar Wochen zu einem Gesamtbild zusammensetzen, ihre Relevanz bewerten? Wo man doch selbst bei der Tagesschau manchmal das Gefühl hat, der Nachrichtenwert wird eher nach der Existenz guter Bilder festgelegt als nach der Relevanz der Inhalte. Zunächst jedoch muss man die Medien „entzaubern“. Sie sind nur so gut oder schlecht wie ihre Macher. Jedes Kind sollte in



der Schule lernen, Nachrichten nur zu glauben, wenn eine seriöse Quelle angegeben ist. Oder wenn man sie woanders überprüfen kann. Selbst Bilder sind heute leicht zu fälschen.

Und die Kinder sollten lernen, auf keinen Fall alle Informationen aus Blogs oder sozialen Netzwerken zu beziehen. Die sind zwar oft sehr engagiert, haben aber keine Kenntnisse über die ethischen Grundlagen von Veröffentlichungen. Oft genügen ihre Berichte nicht den Standards einer professionellen Berichterstattung. Sachverhalte werden nicht aufgeklärt, Gerüchte zu Tatsachen und Meinungen zu Fakten.

Also ist es hier wie überall: Bildung ist der Schlüssel. Wenn aber in der Schule meiner Tochter im Fach Medienkunde ausschließlich über Computer-Programmiersprachen geredet wird, löst das keines unserer Probleme.

Bürgermedien sind natürlich eine großartige Möglichkeit, verantwortungsvolle Medienkonsumenten zu bilden. Und auch hoch qualifizierte Journalisten. Aber wir erreichen zu wenige. Zu uns kommen die, die sich des Problems bewusst sind. Nicht die, die für sich „die Medien“ schon abgeschrieben haben. Auch andere Bildungseinrichtungen müssen sich radikal öffnen. Statt wie bisher den Anspruch zu erheben, eine Nachrichten- und Meinungs-Elite zu formen, die professionell immer anspruchsvollere Berichterstattung leistet, müssen sie neben der professionellen Ausbildung auch niedrigschwellige Angebote für Menschen vor Ort entwickeln, die in

ihren Kommunen Berichterstattung leisten wollen oder bereits schon leisten.

Dabei geht es nicht um Konkurrenz zum professionellen Journalismus oder gar seine Abschaffung. Im Gegenteil: Besser gebildete Leser und Nutzer können ergänzende Angebote schaffen. Sie können besser verstehen, wie Journalisten arbeiten und als Multiplikatoren ihr Umfeld zu verantwortungsvollem Umgang mit Informationen „erziehen“.

Und dann gibt es auch wieder eine reelle Chance, dass der Empfänger den Sender versteht. Dass einer die Wahrheit hören kann, die ein anderer sagt. Ob er sie hören will, ist natürlich wieder eine ganz andere Frage.





# Wir werden alle Internetstars! – Aber wie ist das Wetter da drin?

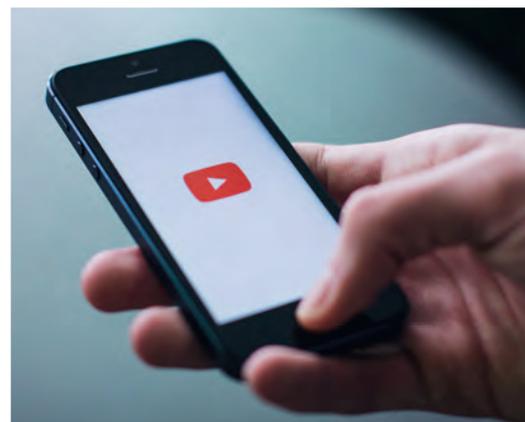
Andrea Flörke  
Geschäftsführerin Rennsteig.TV

„Ich möchte Youtube-Star  
werden.“

Max ist 12 Jahre alt, hängt die meiste Zeit am Computer, schaut anderen beim „Gamen“ zu oder spielt selbst. Sein Vater sagt, es wäre die Vampire-Phase: bloß kein Licht oder frische Luft ins Zimmer lassen – das könnte gefährlich werden. Genauso gefährlich sind für Max Orte ohne W-Lan. „Ey Alder, das es so etwas überhaupt noch gibt.“ Missbilligendes Kopfschütteln seitens des Backfisches. Er zückt sein Smartphone und schaut gelangweilt in seine Offline-Videothek. Er zieht die Kapuze tief ins Gesicht. Soll heißen: „Analoge Kommunikation Ende!“

1997 bin ich zum Regionalfernsehen gestoßen. Ich fand es revolutionär! Privates Fernsehen aus der Heimatregion. Anfangs war ich nur Zuschauer, ab 1999 Mitgestalter. Das Magazin erschien immer freitags, dauerte 45 Minuten und hatte einen Wetterbericht, der

eine geschlagene Woche halten musste. Eine Meisterleistung von Wettermann Andreas Witter – mein späterer Mitbegründer von Rennsteig.TV. Es gibt keine Bauernregel, die er nicht kennt. Er weiß zu jeder Großwetterlage sowie den „rechts und links drehenden Tiefs“ etwas zu erzählen. Heute braucht man nicht mal mehr ein Thermometer am Außenfenster. Man schaut



einfach die Wetter-App im Telefon. Mit einer anderen App kann man sogar kleine Filme in hochauflösendem 4k mit vorkonfektionierten Bauchbinden, Titeln, Blenden und Musik schneiden. Manchmal, wenn mir auf Dreh langweilig ist, benutze ich iMovie und stelle ein paar Impressionen für Facebook zusammen. Daumenkino.

Vorbei sind die Zeiten schwerer Kameras mit Bandaufzeichnung, stundenlangem Überspiel vom Band in den Rechner, Taxifahrten mit Videokassetten zu den jeweiligen Senderstationen mit sündteuren Übertragungsleitungen. Alles ist schneller, leichter, schärfer geworden. Und unübersichtlicher. Während ich mit ein paar Informationsquellen groß geworden bin, muss sich unser Backfisch Max nun aus einer riesigen Flut etwas Passendes rausfischen. Fernsehen schaut Max selten. Er spielt online mit der ganzen Welt und rezensiert über Youtube seine neuesten „Nikes“. Von der Verpackung bis zum Schnürsenkel. Broadcast yourself und bloggen wird belohnt. Die Giganten Amazon & Co. haben die Kraft der persönlichen Rezensionen längst erkannt und zahlen Provisionen für die gezielte Beratung durch die Internetgemeinde.



Die technischen Möglichkeiten der Zukunft bleiben spannend. Beinahe hätten wir einen riesen Coup gelandet. Kaum einer wird es wissen, aber wir sind die Urfinder des „Selfie-Sticks“. 2006 begannen wir mit der Produktion der ersten Dauerwandersendung. Dafür bauten wir eine kleine Kamera so auf ein kleines Stativ, dass wir uns im Laufen selbst filmen konnten und zogen in die Wälder. Ein Milliardengeschäft ist uns durch die Lappen gegangen.

Jedoch ist die Produktion von Handy Tools auch nicht gerade das Kerngeschäft von Rennsteig.TV. Der Mittelpunkt unserer Tätigkeit ist das Unterhalten mit und durch lokale Themen sowie die Vermarktung der Werbezeiten in diesem Programmumfeld. Dabei bedienen wir mittlerweile zwei Plattformen: das klassische kabelgebundene Fernsehen für die Genuss- und Sofaseher und das Internet für die rastlosen „Smartphone- und Computerplatz-Nebenbeigucker“. Dabei haben wir einen Plan. Wir wollen als lokale Informationsquelle für die Menschen ganz weit vorne stehen und zum Alltag gehören. Sind TV-Berichte für die Menschen relevant, gut recherchiert und modern aufgemacht, werden diese auch im kurzlebigen Internet bis zum Ende geschaut. Das zeigen unsere Internetstatistiken. Dass mit dem Internet immer noch kein Geld zu verdienen ist, ist schmerzlich, aber es ist eben noch so. Auf die Präsenz im Netz aus diesem Grund zu verzichten, wäre ein fataler Fehler und Rückschritt, der auf Kosten der Bekanntheit des Senders und auf die Chance für virale Verbreitung und persönliches Feedback geht.

Unser Backfisch Max denkt, er könnte Youtube-Star werden. Vielleicht schafft er es sogar oder die Phase geht vorbei und er entdeckt einen der vielen Berufe in der guten alten analogen Welt. Immerhin hat ihn der Pokemon Go-Hype schon mal aus seinem Vampirzimmer gelockt.

Als lokaler TV-Anbieter und Filmdienstleister spielen wir – genau wie Max – gerne mit neuen technischen Entwicklungen. Dabei finden wir uns immer öfter nicht nur als Dauerwanderer in unserer Wandersendung, sondern auch als „Weltenwanderer“ zwischen analoger und digitaler Welt wieder. Hauptsache unsere Zuschauer machen weiter mit und wandern uns nach, genießen die kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, auf die wir hinweisen und schalten frei nach Peter Lustig aus Löwenzahn auch mal den Fernseher/Computer aus und gehen raus. Egal wie das Wetter ist.





Dr. Birgit Klaubert, Thüringer Ministerin für Bildung, Jugend und Sport

## **25 Jahre #TLM – Herzlichen Glückwunsch!**

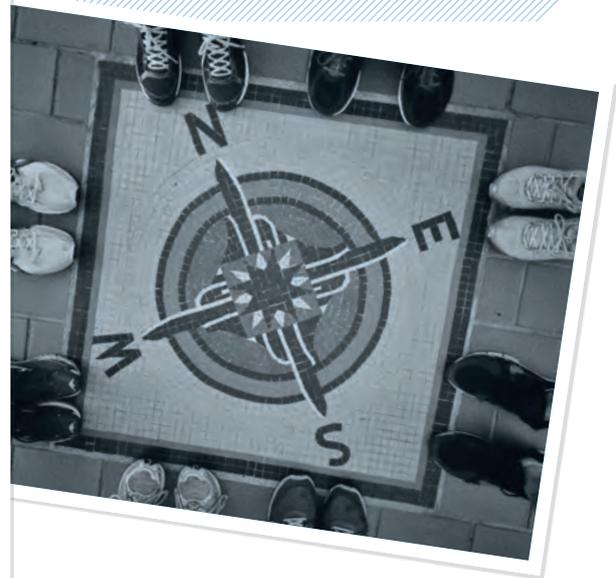
Weiterhin gute Zusammenarbeit in Sachen  
#Medienkompetenzerziehung an den #Schulen in #Thüringen!

Die neuen Medien verändern die Thüringer Bildungslandschaft. In den vergangenen Jahren ist viel passiert. Mittlerweile sind alle Schulen am Netz – heute eine Selbstverständlichkeit, ein Kraftakt war es dennoch.

Wir begreifen heute digitale Kompetenz als Querschnittsaufgabe, die für alle Bildungsbereiche wichtig ist. Mit dem Kurs Medienkunde setzen wir das an unseren Schulen um. Es bleibt aber weiterhin viel zu tun. Die aktuelle JIM-Studie zeigt: 93 Prozent aller Kinder und Jugendlichen besitzen heute ein Smartphone. Für sie ist der Umgang mit Smartphones selbstverständlich – zum Spielen, für die Unterhaltung, zum „Rumdaddeln“. Wie können wir dieses neue Medium noch gezielter als Arbeitsinstrument einsetzen? Wie können wir Kindern und Jugendlichen vermitteln, dass Smartphones auch Lernwerkzeuge sind – so wie Arbeitshefte und der Tafelaufschrieb? Indem wir im Unterricht Medienbrüche vermeiden, können wir eine qualifiziertere Mediennutzung fördern und Kinder und Jugendliche noch mehr für den eigenen Mediengebrauch sensi-



bilisieren. Das ist für mich eine zentrale Aufgabe für die Medienbildung der Zukunft. Dazu braucht es schrittweise ein Umdenken in der Didaktik und in der künftigen Lehrerbildung. Ein weiterer Schritt ist der Ausbau digitaler Plattformen, die Zusammenarbeit und Austausch ermöglichen. Die Thüringer Landesmedienanstalt hat zusammen mit dem Thillm in den vergangenen 25 Jahren die Medienkompetenzerziehung intensiv begleitet und unterstützt. Dafür meinen herzlichen Dank – und auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit!



Wolfgang Tiefensee, Thüringer Minister für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft

# Die zunehmende Informationsflut verlangt nach einer Gewichtung

und Einordnung von Information durch Medien im digitalen Zeitalter

Die Medienwelt befindet sich in einer massiven Umwälzungsphase. Nach der Erfindung der Sprache, der Schrift, des Buchdrucks und des Rundfunks bringt nun die Digitalisierung die nächste Revolution mit sich.

Ein wesentliches Merkmal dieses Veränderungsprozesses ist das ununterbrochene Informationsrauschen auf allen Kanälen – 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche. Diese beständig anschwellende Flut aus Daten, Botschaften und Angeboten, noch verstärkt durch den Dauerregen aus Pop-ups, Bannern, Werbeunterbrechern und Videosequenzen, ist ein Kernelement dieser schönen neuen Medienwelt und zugleich eine ihrer größten Herausforderungen.

Um als Medium in dieser Informationsflut wahrnehmbar und konkurrenzfähig zu bleiben (und obendrein schwarze Zahlen zu schreiben), genügt deshalb kein „Weiter so“. Das Bedürfnis nach Information ist beim Konsumenten weitgehend erfüllt, der Sättigungspunkt vielfach überschritten. Mit der Zunahme an zugänglichen Informationen gewinnen deshalb vermehrt Fragen nach deren Wert und Zuverlässigkeit an Bedeutung. Im Ergebnis wächst so ein neues Bedürfnis –

das nach Interpretation und Gewichtung, nach Sinn und Verstehen von Information.

Erfolgreich sind dabei diejenigen Medien, die diese Nachfrage bedienen, die Kompass sind im täglich dichter werdenden Informationsnebel und die uns als Konsumenten – Lesern, Hörern, Zuschauern – helfen, vernünftig mit der wachsenden Datenkomplexität umzugehen. Der bisherige, überwiegend technologiegetriebene Konkurrenzkampf auf dem Medienmarkt hat dagegen lediglich dem Prinzip „Quantität statt Qualität“ Vorschub geleistet – mit negativen Konsequenzen für die Medienbranche.

Wir brauchen daher dringender denn je Medien, die sich wieder stärker als Filter und „Relevanzrichter“ verstehen. Mag sein, dass das allein noch kein hinreichendes Erfolgskriterium ist – es ist in jedem Fall aber ein notwendiges. Denn nur dasjenige Medium, welches Information kontinuierlich mit (glaubwürdiger) Interpretation und Nachricht mit (sorgfältiger) Bewertung verbindet, wird – egal ob Zeitung, Fernsehsender oder Internetplattform – auch noch in Zukunft gelesen, gehört, gesehen oder geklickt werden.

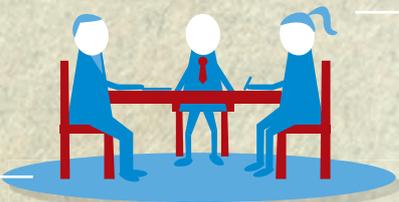
# 25 Daten und Fakten zur TLM

Die Medienpädagogen/innen der TLM sind mit den Medienmobilen im Rahmen ihrer Projektarbeit bereits **zwölf Mal** um die ganze Welt gefahren.



Auswertung im Rahmen der TLM-Programmaufsicht für kommerziellen Hörfunk: **365.638 Beiträge**  
nichtkommerziellen Hörfunk: **51.101 Beiträge**  
lokales Fernsehen: **35.000 Beiträge**.

**100 Personen** von wichtigen gesellschaftlichen Gruppen und Organisationen haben bislang in der TLM-Versammlung mitgewirkt.



Zulassungs- und Aufsichtsgremien sowie Kommissionen der Landesmedienanstalten, in denen die TLM mitwirkt, haben **578 Mal** getagt.

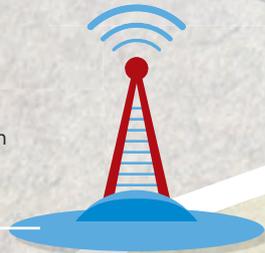
In ihrer Schriftenreihe hat die TLM auf **5.000 Seiten** Forschungsprojekte und Studien sowie Projektberichte und Veranstaltungsdokumentationen veröffentlicht. Die Publikationen sind auch im Internet verfügbar.



Von jedem Euro investiert die TLM mehr als **50 Cent** in die Förderung für Bürgermedien und Medienbildung.



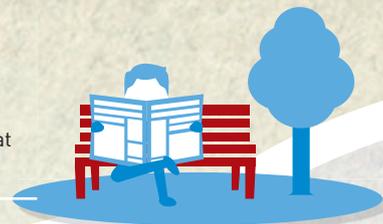
Private Hörfunkprogramme werden in Thüringen über **64 UKW-Frequenzen** mit einer Leistung von 0,01 kW bis 100 kW verbreitet.



Rund alle **30 Arbeitsstunden** erlässt die TLM einen Bescheid oder leitet ein Aufsichtsverfahren z. B. gegen Rundfunkveranstalter, Telemedienanbieter, Kabelnetz- oder Plattformbetreiber ein.



Knapp **1.000 Pressemitteilungen** hat die TLM seit ihrer Gründung veröffentlicht.





Die TLM hat mit **ca. 30 Mio.** Euro die Bürger-  
rundfunklandschaft in Thüringen maßgeblich  
finanziert.



Ca. **1 Cent** erhält die TLM täglich aus  
dem von jedem Thüringer Haushalt  
gezahlten Rundfunkbeitrag.



**18.000 Thüringer/innen** waren bislang in  
Bürgersendern tätig. Insgesamt produzierten  
sie rund **37,5 Jahre** originäres Programm.



Mehr als **800 Preisträger/innen**  
wurden bisher von der TLM für beson-  
deres Engagement im Medienbereich  
ausgezeichnet.



**79,5 Prozent** der Thüringer/innen hören  
täglich Radio mit einer durchschnittlichen  
Hördauer von **210 Minuten**.



Die TLM-Versammlung hat in **470** Versamm-  
lungs- und Ausschusssitzungen getagt.



**480** verschiedene Rundfunkprogramme sind über  
Kabelanlagen in **424.100** angeschlossenen  
Thüringer Haushalten zu empfangen.



Lokales Fernsehen ist in **290.967**  
**Thüringer Haushalten** über  
Kabelnetze zu empfangen.



Das Alter der angemeldeten Nutzer/innen  
der Thüringer Bürgersender reicht von  
**4 bis 95 Jahre**.



Seit 2001 haben die Medienpädagogen/innen der TLM  
etwa **1.300 Medienprojekte, Freizeitange-  
bote, Qualifizierungs- und Schulungs-  
maßnahmen** mit ca. **25.000 Teilnehmenden**  
durchgeführt.



Michael Tallai, Vorsitzender der Geschäftsführung Mediengruppe Thüringen

# Printmedien im Internetzeitalter:

Mit Qualität und Tiefenschärfe näher am Leser

Für den Leser muss seine Zeitung heute viel mehr sein als eine unabhängige, verlässliche Informationsquelle, die morgens mit dem Boten an die Haustür geliefert wird. Die Zeitung ist kein reines Nachrichtenmedium mehr, sie soll politische Wirklichkeiten deuten und einordnen, Analysen des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Geschehens anbieten, einen direkten Bezug zum eigenen Leben herstellen.

Der Wunsch nach Orientierung in einer komplexer werdenden Welt, nach Heimat im Sinne eines Lebensgefühls, nach einer Konstanten wird stärker. Vor allem Regional- und Lokalzeitungen können Ausgangs- und Rückzugspunkt, oft sogar Identifikationsmerkmal sein, wenn sie entsprechend nah am Leser sind. Durch sie als Mittler kann Mittelbares unmittelbar, es kann relevant werden.

## **Qualität ist unabdingbar, entscheidend ist Relevanz**

Auch wenn sich vieles in die digitale Welt verlagert: Zeitungen waren und sind Orte gesellschaftlichen Diskurses. Sie müssen es sein, um wahrgenommen zu werden und publizistische Bedeutung zu erlangen.

Simple, allerdings tiefgreifende verlegerische Grundsätze, die heute mehr denn je Geltung haben. Das Printmedium Zeitung, vor allem die Regionalzeitung ist quicklebendig, doch stark veränderte Lese- und Informationsgewohnheiten stellen Medienhäuser vor besondere Herausforderungen. Sie müssen neue Wege finden und Modelle entwickeln, um am Markt zu bestehen. Eines ist deutlich geworden: Die Ansprüche sind gestiegen – die Umstände und Voraussetzungen, um erfolgreiche Medien zu produzieren; sind nun aber andere.



Eine Bewegung zurück zum Kern der Zeitung selbst, ihrer Nähe zum Leser, ist zu erkennen. Das bedeutet, die Qualität einer Nachricht besteht nicht mehr in ihrer Exklusivität, also in der Nachricht selbst, sondern in ihrer Relevanz. Das Internet stellt eine Überfülle an Nachrichtenangeboten zur Verfügung: Wie relevant aber eine Information für den Einzelnen und seine Lebens- und Arbeitswelt ist, ist entscheidend. Dieser Ansatz verändert die Medienhäuser, ihre Strategien, Produkte und Angebote und hebt die sinnvolle Verbindung von Informationen mit Regionalem, Lokalem, Hyperlokalem auf neue Ebenen.

### Paradigmenwechsel

Das Internet führt in mehrfacher Hinsicht zu einem Paradigmenwechsel. Arbeiteten Journalisten bisher aus einer monologischen, teilweise pädagogisierenden Haltung heraus, kann deren Arbeit nun gemessen, gewichtet, gewertet und beurteilt werden. Eine neue Sichtweise der Journalisten entsteht: Waren früher die Leser auf die Zeitung angewiesen, hat sich dieses Verhältnis umgekehrt. Jeder Leser hat nun die Möglichkeit, zu einer publizistischen Stimme zu werden, er kann gehört werden, er muss sogar gehört werden. Darin liegt auch das Potenzial einer Regional- und Lokalzeitung. Diese Nähe und die erhöhte Reaktionsgeschwindigkeit schaffen, neben einer starken Bindung an Marken und Produkten, eine Dynamik, die im Idealfall zu einem Dialog wird. Was am Frühstückstisch in der Printausgabe gelesen wurde, wird per Handy kommentiert oder in sozialen Netzwerken geteilt, es werden Hinweise für weitere Recherchen gegeben, es wird kritisiert. Deutlich wird aber auch: Was nicht interessiert, wird nicht rezipiert. Das ist die mitunter grausame Realität für einen Journalisten, der feststellen muss, dass die Leser das Interesse an politischen Zusammenhängen nicht teilen, mit denen er sich vorher lange und intensiv auseinandergesetzt hat. Das schmerzt, aber es treibt auch an.

Diese Leidenschaft für das Produkt und die genaue Kenntnis des Marktes sind Basis für Weiterentwicklung, Veränderung und den Mut, Neues auszuprobieren. Die Digitalisierung verändert das Konzept des Mediums Zeitung grundlegend, ebenso wie die Arbeit an dessen Inhalten. Die Bewegungen auf dem Medienmarkt sind so radikal und schnell, dass oft „auf Sicht geflogen“ werden muss, doch braucht man gerade dann Ziele und Visionen. Die Angst, etwas nicht zu machen, nur weil es scheitern könnte, ist nicht mehr zeitgemäß. Die Lernkurve muss schneller steigen, als die Zeit, die vergeht. Hierfür benötigt man natürlich die besten Köpfe, die kreative Ideen haben und unkonventionell denken, neue Technologien nutzen und

Angebote schaffen, die das Bestehen am Markt sichern. Stetiger Wandel bringt Kontinuität – ein logisches Paradoxon: Alles bleibt anders.

Experimente zulassen fällt oft noch schwer, das ist jedoch ein Mentalitätsproblem, das sich erst nach und nach aufzulösen scheint.



### Kraft der Erneuerung

Die Mediengruppe Thüringen ist mit ihren drei regionalen Tageszeitungen „Thüringer Allgemeine“, „Ostthüringer Zeitung“ und „Thüringische Landeszeitung“ und ihren unterschiedlichen regionalen Online-Angeboten ganz nah am Leser und setzt den Heimatgedanken täglich aufs Neue in den Fokus. Unsere Redakteure sprechen die Sprache ihrer Leser und transportieren relevante Inhalte auf verschiedenen Kanälen, denn es gilt, die Menschen nicht ausschließlich mit Tageszeitungen zu überzeugen, sondern ihnen auch zusätzliche Angebote zu machen. Wie unsere Zeitungen, sind alle Medien aus unserem Haus speziell auf die unterschiedlichen Erscheinungsgebiete zugeschnitten, was in dieser Form einmalig ist und sowohl Rezipienten als auch Werbungtreibenden außergewöhnliche Vorteile bietet. Wir vereinen regionale Kompetenz mit Innovationsfreude, Leidenschaft und Engagement und haben die Region mit den Menschen, die dort leben, stets im Blick. Diesen Weg geht die Mediengruppe Thüringen konsequent und entwickelt mit Mut und Maß neue Produkte.

Für den starken Wunsch nach Erneuerung bietet der Freistaat Thüringen historisch gesehen ein eindrucksvolles Beispiel: Im Jahr 1990 zeigte sich in Erfurt die Veränderungskraft, die Medien entwickeln können, als aus der staatlich gelenkten SED-Bezirkszeitung „Das Volk“ eine unabhängige Regionalzeitung die „Thüringer Allgemeine“ wurde. Die Folgen dieser Umwälzungen in der Presselandschaft waren einmalig und sie bezeugen bis heute die Notwendigkeit freier Medien, den Bedarf journalistischen Diskurses und das Streben nach Fortschritt. Dies zusammen ist Motor und Grundlage für zukunftsweisende demokratische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen. Veränderung ist notwendig – sie war es schon immer.



Mechthild Appelhoff, Leiterin Abteilung Förderung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

# Medienkompetenz ist wichtiger denn je

in einer digitalisierten Gesellschaft.

Der Prozess der Digitalisierung unserer Gesellschaft durchdringt alle Lebensbereiche: Arbeit, Freizeit, Familie, öffentliche und private Kommunikation. Die Dynamik dieses Prozesses – getrieben durch die Weiterentwicklung des Netzes der Dinge, durch zunehmende Automatisierungsprozesse und Big Data – stellt Akteure wie die Landesmedienanstalten, die zur Förderung von Medienkompetenz beitragen möchten, vor große Herausforderungen: So müssen die Kompetenzen, über die ein Nutzer verfügen muss, um Medien selbstbestimmt nutzen zu können, weiterentwickelt und neu gewichtet werden. Dabei bleiben die derzeitigen Kernkompetenzen sicher weiterhin gültig. Doch klar ist auch, dass Reflexions- und Beurteilungskompetenzen – gerade bezogen auf die Funktionsweisen von Medienangeboten und deren Folgen – von zunehmender Bedeutung sind und sein werden.

Notwendig wird es auch sein, in ein zukünftiges Kompetenzmodell die Grenzen der Selbstbestimmung mitzudenken, auf die der individuelle Nutzer zwangsläufig stößt – will er denn Medien nutzen.

Neben den Kompetenzen müssen auch die Ziele, die mit der Vermittlung von Medienkompetenz verbunden sind, weiterentwickelt werden. Landesmedienanstalten

verbinden beispielsweise mit ihren Förderaktivitäten Ziele wie Schutz (Jugendmedien-, Mediennutzer-schutz), Förderung chancengleicher Zugänge zu den Bildungs- und Partizipationspotentialen der Medien und die Stärkung der Demokratiekompetenz. Diese eher klassischen Ziele müssen ergänzt werden durch solche, die verstärkt auf die Folgen von Digitalisierung und Big Data auf den Einzelnen und die Gesellschaft fokussieren. Dazu gehört beispielsweise das Ziel der Förderung der digitalen Selbstbestimmung.

Eine solche Weiterentwicklung bzw. Neudefinition von Zielen von Medienkompetenz hat zugleich zur Folge, dass auch die Zielgruppen der Förderaktivitäten zu überprüfen sind. Erwachsene sind verstärkt nicht nur in ihrer Rolle als Eltern und Erziehende, sondern zunehmend auch in ihrer Rolle als Bürger (Stichwort: Digital Citizenship) zu adressieren.

Soll der Prozess der Digitalisierung gesamtgesellschaftlich erfolgreich verlaufen, so ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass möglichst alle Bürger über die für diese Entwicklungen entsprechenden (Medien-) Kompetenzen verfügen. Das zu gewährleisten, ist eine wirklich große Herausforderung.



Dr. Eva Flecken, Leiterin Hauptstadtbüro Director Public Policy & EU Affairs Sky Deutschland GmbH

# Chancen nutzen und immer einen Schritt voraus sein

Medienunternehmen sind darauf angewiesen, an der Spitze der technologischen Entwicklung zu stehen. Die Digitalisierung birgt neue Möglichkeiten und die wollen wir für unsere Zuschauer nutzen. Sky hat sich daher das Ziel gesetzt, nicht nur mitzuhalten, sondern immer einen Schritt voraus zu sein.

Dass insbesondere die jüngere Generation Bewegtbilder überall und jederzeit abrufen möchte, ist Fakt. Mit Sky Go hat Sky für seine Kunden schon vor über fünf Jahren ein unabhängiges TV-Erlebnis geschaffen. Neben TV to go setzt Sky – auch bedingt durch den starken Live-Content – aber auch auf das klassische lineare Fernseherlebnis auf dem großen Bildschirm im Wohnzimmer. Innerhalb eines knappen Jahres hat schon über eine Million unserer Kunden ihren Receiver mit dem Internet verbunden und sich mit diesem kleinen Schritt auf einen Schlag eine um ein Vielfaches vielfältigere Medienwelt erschlossen. Als modernes Medienunternehmen schaffen wir folglich durchaus den Spagat zwischen neuen und tradierten Nutzungsgewohnheiten.

Neben technologischen ergreifen wir auch inhaltlich-programmliche Chancen. Der Kunde wünscht sich die größtmögliche Auswahl, die gleichzeitig

erhebliche Investments erfordert: von Sportnachrichten bis Kultursender, von erfolgreichen US-Filmen bis seriellen Eigenproduktionen. Damit Medienunternehmen in ihre Zukunft investieren können, bedarf es entsprechender Rahmenbedingungen. Gerne möchten wir Aufsicht und Gesetzgeber dazu ermuntern, auch weiterhin einen regen Austausch mit der Branche zu pflegen. Nur so können Unternehmen ihre jeweiligen Herausforderungen verständlich darlegen und der politische Willensbildungsprozess ziel- und lösungsorientiert vorstattgehen.



Dr. Annette Schumacher, Head of Regulatory Media & State Aid Vodafone

# Medienkonsum der Zukunft:

Gigabit-Netze und fairer Interessensausgleich unter den Marktteilnehmern sind Rückgrat einer innovativen, wettbewerbsfähigen Medienlandschaft

## Trends

Durch die zunehmende Konvergenz der Medien ändert sich nicht nur die Zahl und das Angebot an Geräten und Kanälen, über die der Nutzer auf audiovisuelle Inhalte zugreifen kann, sondern auch sein Nutzungsverhalten. Zwar sind die Nutzungszahlen für lineares Fernsehen weiterhin stabil. Einschlägige Studien kommen aber auch zu dem Ergebnis, dass rund ein Viertel der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren täglich Videos im Internet nutzt. Die Online-Video-Nutzung ist in der Generation der sogenannten „Millenials“ besonders ausgeprägt, wobei diese eine Vorliebe für kurze Clips auf infrastrukturunabhängigen „Over-the-Top“ (OTT)-Plattformen wie YouTube, Facebook, SnapShot, Twitter und Instagram entwickelt haben. Insofern verwundert es nicht, dass heute schon rund 60 Prozent des Datentraffics im Festnetz auf Videoanwendungen entfällt.

Dabei werden die Nutzer zunehmend plattformunabhängig und es etablieren sich zunehmend neue internationale Player und Angebote. Dies führt auf den nationalen Medienmärkten seit geraumer Zeit zu digitalen Umbrüchen und stellt bestehende Angebote ebenso wie den medienregulatorischen Rechtsrahmen auf den Prüfstand. YouTube & Co. steigern dabei nicht nur den Traffic auf den Netzen, sondern sind gleichzeitig ebenso ernstzunehmende Wettbewerber der etablierten infrastrukturebundenen TV-Plattform wie die klassischen TV-Sender.

Over the Top, Video on Demand, TV Everywhere, Second Screen, Pay TV und HD treiben den Konsum und die Nachfrage nach immer höheren Bandbreiten und konvergenten, modernen Darstellungsformen von Inhalten auf Benutzeroberflächen. Dies führt auf Seiten der Infrastrukturbetreiber zu Innovationen und Investitionen in moderne Multi-Screen-Plattformen, die den Medienkonsum zeit-, orts- und



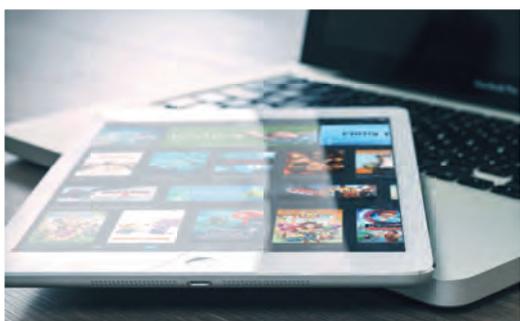
geräteunabhängig ermöglichen. Für den Nutzer eröffnet sich durch den Wettbewerb unter den Anbietern von Benutzeroberflächen ein „Meer“ an medialer Vielfalt, durch das er mit einer nie dagewesenen Wahlfreiheit navigieren kann.

## Zukunftsfähiger Regulierungsrahmen fördert Wettbewerb, Medienvielfalt und Wachstum

Nicht aus dem Blick verlieren sollte man allerdings, dass diese Entwicklungen auf Seiten der Infrastrukturbetreiber kontinuierlich hohe Investitionen in den Ausbau der Hochgeschwindigkeitsinfrastruktur erfordern. Denn den Grundstein für den Medienkonsum der Zukunft bilden Gigabit-Netze wie Glasfaser, Kabelglasfaser und der künftige Mobilfunkstandard 5G.



Umso dringender ist es, im Rahmen der anstehenden Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags einen fairen Lasten- und Interessenausgleich zwischen den Marktteilnehmern herbeizuführen. Die politische Diskussion wird derzeit allerdings nach wie vor eher einseitig aus der Brille der marktstarken TV-Sender geführt und droht, auf eine immer kleinteiligere Regulierung der infrastrukturegebundenen Benutzeroberflächen hinauszulaufen. Dies schießt nicht nur über das Ziel hinaus, das geltende Medienrecht zukunftsfähig zu gestalten, sondern verkennt



auch die wesentliche Herausforderung, der sich die hiesige, über Jahrzehnte etablierte Medienlandschaft zu stellen hat. Die Gefahr, durch tradierte Regulierungsmodelle zum digitalen Nachzügler im internationalen Wettbewerb um innovative Geschäftsmodelle zu werden, ist nicht von der Hand zu weisen. In einem Umfeld, in dem hoch regulierte deutsche Plattformbetreiber mit kaum regulierten OTT-Plattformen konkurrieren und gleichzeitig mit regulatorisch privilegierten markt- und verhandlungsmächtigen TV-Sendern konfrontiert sind, ist es

nicht nachvollziehbar, warum die derzeitige Debatte um einen modernen, zukunftssicheren Rechtsrahmen weiterhin dem regulatorischen Paradigma der „alten“ Fernsehwelt folgen soll.

Eine Ausweitung der Regulierung auf neue konvergente Dienste und innovative Benutzeroberflächen, die den Sendern und ihren Marken privilegierte Auffindbarkeit sichern soll und gleichzeitig neue Formen der Benutzerführung auf dem Bildschirm (z. B. Empfehlungs- und Suchmechanismen) nur eingeschränkt bis gar nicht zulässt, würde langfristig weder Sendern noch Plattformanbietern (im Sinne des RStV) und schon gar nicht den Nutzern zu Gute kommen. Mangelnde Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit deutscher Plattformen hätte nicht zuletzt negative Auswirkungen auf künftige Investitionen in die Breitbandinfrastruktur am Standort Deutschland.

Um das viel diskutierte level playing field herbeizuführen, muss zunächst ein Lastenausgleich zwischen infrastrukturegebundenen Plattformen und marktmächtigen Rundfunkanstalten hinsichtlich der Bedingungen für den Zugang zur Infrastruktur geschaffen werden. Dabei sollten Deregulierungspotenziale vollends ausgeschöpft und das Nutzerinteresse in den Vordergrund gestellt werden. Angesichts der sich rasch wandelnden Marktgegebenheiten sollte den Landesmedienanstalten ausreichend Raum gegeben werden, durch jeweils angemessene Regulierung flexibel auf Vielfaltgefährdungen reagieren zu können, ohne Innovationen bereits im Keim zu ersticken.



Dr. Willi Steul, Intendant Deutschlandradio

## Deutschlandradio-Intendant warnt vor „digitaler #Hybris“

Die Digitalisierung hat nicht nur die Produktion und Rezeption von Medien stark verändert und es ist abzusehen, dass diese Dynamik anhält. Um die Menschen zu erreichen, darf kein Medium die neuesten Plattformen für seine Inhalte ignorieren, wir müssen das hohe Tempo der Innovation mitgehen und mitgestalten.

Aber wir dürfen nicht in die „digitale Hybris“ verfallen, zu der die aufgeregte Betriebsamkeit der Gurus vom Silicon Valley verführt. Das beginnt schon beim Ausdruck der „digitalen Gesellschaft“. Lutz Hachmeister hat eindrücklich gezeigt, dass es eine solche nicht gibt und nicht geben wird, solange Menschen aus Fleisch und Blut die Geschehnisse der irdischen Welt bestimmen.<sup>1</sup> Und vor dem menschenverachtenden Zynismus in den Meinungsbeiträgen der globalisierten Internet-Gemeinde erschrecken mittlerweile selbst diejenigen, die darin den Beginn einer neuen Zeit des demokratischen Diskurses verkündet und erhofft hatten.

Höchst problematisch sind die Grenzüberschreitungen von Großkonzernen, wie Google, Apple und Facebook zur Beherrschung der Informationsflüsse und schließlich der Entscheidungen von Menschen. Konzerne, die sich nicht mehr nur als Dienstleister begreifen, sondern Macht ausüben und ausweiten. Die sich als globale

Akteure der Steuerung auch durch demokratische Staaten zu entziehen versuchen und totalitären Staaten im Interesse des Geschäftes entgegen kommen. Gipfel der digitalen Hybris ist der Versuch, mit menschlichen Mitteln den Tod zu besiegen. Das Google-Unternehmen „Calico“ will den Degenerationsprozess menschlicher Zellen aufhalten – mit Hilfe neuer medizinischer Wirkstoffe.

Diese Hybris – der Versuch, menschliche Unsterblichkeit zu erreichen – wirkt wie eine Karikatur aus dem neuen Kapitel der Menschheitsgeschichte mit dem Titel „Die digitale Gesellschaft“. Sie erinnert den Aufgeklärten daran, dass auf Hybris die Nemesis folgt.

Ob die Gesellschaft nun analog kommuniziert oder digital, für uns Medien gilt es, den Journalismus als Beruf zu bewahren, in seinen klassischen Genres und vor allem in seiner Unabhängigkeit und seiner Rolle als ein kritischer Begleiter und Erklärer gesellschaftlicher und politischer Entwicklungen. Als glaubwürdiger Spiegel, den jede Gesellschaft braucht.

<sup>1</sup> Lutz Hachmeister: Es gibt keine digitale Gesellschaft. FAZ vom 1. Juni 2015, S. 9



Michael Stumpf, KiKA, Programmgeschäftsführer KiKA Kinderkanal ARD/ZDF

# Dort sein, wo unsere Nutzer sind – mit Geschichten, die sie bewegen:

... die größte Herausforderung für uns als Anbieter von Bewegtbild.  
#25JahreTLM #KiKA #Digitalisierung

Ob linear im TV, online im Livestream oder on demand in der Mediathek – ein Programmangebot muss durch Qualität und Vielfalt überzeugen.

Obwohl das Fernsehen nach wie vor Leitmedium in der KiKA-Zielgruppe der drei- bis 13-Jährigen ist, verändern sich Nutzungsverhalten und Sehgewohnheiten von Kindern spürbar: Unsere Angebote werden zunehmend zeitversetzt und über verschiedene Ausspielwege wie mobile Endgeräte abgerufen – je nach individuellen Interessen und Alltagsbedingungen. Die größte Herausforderung für uns als Bewegtbildanbieter besteht daher darin, dort präsent zu sein, wo unsere Nutzer sind. Dazu müssen wir auf Entwicklungen im Kindermedienmarkt ebenso reagieren wie auf den Zuschauerwunsch nach Unabhängigkeit vom linearen Fernsehprogramm.

Und das geht am besten mit Inhalten, die für unsere Nutzer relevant sind. „Was hat ein Kind davon?“ ist darum die wohl am häufigsten gestellte Frage in

unserem Redaktionsalltag. Welche Geschichte soll erzählt, welche Information soll eingeordnet, welcher Wert soll vermittelt werden?

KiKA als Dach der öffentlich-rechtlichen Kinderangebote ist hier Orientierung, die sowohl für Eltern als auch für Kinder wichtiger ist denn je. KiKA ermöglicht den Zuschauern Einblicke in verschiedene Lebenswelten, fördert Toleranz und Verständnis und bietet Kindern die Möglichkeit zur Reflektion über sich selbst und das Gegenüber. Die Vermittlung von Medienkompetenz als Schlüssel zur kritischen Auseinandersetzung mit der Welt bleibt eine gemeinsame Aufgabe von Programmachern, Eltern, Pädagogen und nicht zuletzt Partnern wie der Thüringer Landesmedienanstalt. Denn die Informationsflut, mit der Kinder über alle Verbreitungswege hinweg aufwachsen, bedarf auch in den nächsten 25 Jahren einer kompetenten Einordnung.

# Die Zeit der Unschuld ist vorbei. Aktuelle Auswirkungen der Sozialen Medien

Prof. Dr. Kai Hafez  
Universität Erfurt

**Wenn Bürger keine #Netiquette und #Kommunikationsethik entwickeln, muss der Staat #rassistische Hassparolen in #sozialen Medien in Zukunft stärker verfolgen.**

Das Internet ist ein Multi-Medium, in dem sich sowohl klassische Medien (z. B. Online-Zeitungen) als auch Gruppenportale, wie beispielsweise Facebook oder LinkedIn tummeln. Diese zweite Generation des Internets wird nach der ursprünglichen Einführung von Websites als „Soziale Medien“ bezeichnet, weil sie multiplexe Netzwerke geschaffen hat. Soziologisch betrachtet spielt in sozialen Netzwerken neben der häufigen Weitergabe von Hinweisen auf Wissens- und Unterhaltungsmedien auch die interaktive Dimension des Gesprächs zwischen den Bürgern eine Rolle. Damit hat der moderne Mensch die Chance, die seit Jahrhunderten zunehmende mehr oder weniger passive Haltung gegenüber Massenmedien (Büchern, Fernsehen, Presse usw.) zu überwinden und selbst vermehrt an öffentlichen Kommunikationsprozessen teilzuhaben. Dies wiederum kann die Gemeinschaftsbildung gegenüber der reinen Informationsaufnahme stimulieren. Gemeinschaften, die im Fortgang der Moderne zerstört wurden (die Großfamilie, das Dorf usw.), werden zwar selten wiederbelebt, aber es kommt zu neuartigen Zusammenschlüssen der unterschiedlichsten Art. Das Verhältnis von Gesellschaft und Gemeinschaft wird also in der Gegenwart neu bestimmt.

Bei virtuellen Verbindungen werden sehr unterschiedliche Akzente gesetzt. Neben Freundschaftsnetzwerken, in denen vom privaten Baby-Foto bis zum neuen Spiegel-Online-Artikel alles gehandelt und kommentiert wird, gibt es auch Interessen- bzw. Solidaritätsgruppen. Nicht nur verweisen Menschen hier oft auf Produkte etablierter Medien, um aufzuklären. Sie definieren auch die Grenzlinien zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen häufig völlig neu. Die Privatsphäre des



Individuums, die seit Jahrhunderten durch immer mehr rechtsstaatliche Mittel vor den Eingriffen des Staates gesichert worden ist, wird nun von eben diesem Individuum per Tastendruck auf dem Handy wieder abgeschafft.

Man kann die Grenzverschiebung des Privaten und des Öffentlichen als neue Lust am Voyeurismus und Exhibitionismus belächeln. Ob unser Gemeinschaftsleben dadurch am Ende allerdings verarmt, weil wir auch noch unsere letzten bestehenden Sozialbeziehungen gefährden und noch am Frühstückstisch „twittern“, statt mit unseren Mitmenschen zu sprechen, oder ob wir eben neue soziale Beziehungen aufbauen und es zu neuen Dialogen im Alltag kommt, die unser Leben bereichern, lässt sich nicht mit letzter wissenschaftlicher Klarheit beantworten. Dafür gibt es zu viele unterschiedliche Folgewirkungen Sozialer Medien, die von den Nutzungsgewohnheiten des Einzelnen abhängen.

Auch verbreitete Vorstellungen, wonach die Jugend durch Soziale Medien vollkommen passiv geworden sei oder aber, die Gegenthese, dass „Facebook-Revolutionen“ den Globus verändern, entbehren in ihrer Radikalität jeder Grundlage. Produktive und destruktive Wirkungen der Sozialen Medien auf das Gesellschaftsleben dürften sich in etwa die Waage halten.

Allerdings gibt es einige problematische Tendenzen, die man beim Thema Soziale Medien im Auge behalten muss. Die Aufweichung der Grenzen des Privaten erfolgt nicht immer freiwillig. Es drohen ernstzunehmende Gefahren durch den technisch jederzeit möglichen Datenklau. Nicht zuletzt der NSA-Abhörskandal hat deutlich gemacht, dass die neue digitale Welt den totalitären Tendenzen, die in jeder Form von Staatlichkeit lauern, eine neue Handhabe verschafft. „Big Brother is Watching You“ aus dem Roman „1984“ von George Orwell, diese in früheren Jahrzehnten erschreckende Vision eines allmächtigen Regimes, das bis in die Intimsphäre des Menschen vordringt, ist längst technisch realisierbar. Verfolgte Oppositionskräfte auf der ganzen Welt, die sich gegen autoritäre Strukturen wenden, leider auch Terroristen, greifen daher auch seit langem nicht mehr auf das Internet, sondern viel eher auf klassische Formen der sozialen Kommunikation, wie das mündliche Gespräch oder das Faxgerät zurück. Zwar rekrutiert man Mitglieder für soziale und politische Bewegungen durchaus vermehrt über soziale Netze. Das operative Geschäft des politischen Widerstandes wird allerdings „offline“ und jenseits der Sozialen Medien abgewickelt, da diese zu leicht überwacht werden können. Die schöne neue Welt, die digitalen Medien, glänzt also nicht für jeden in gleicher Weise.

**Soziale Kommunikation bleibt immer auch ein Kampf um die Grundlagen der Meinungsfreiheit.**

Diese Freiheit wird allerdings in den Sozialen Medien heute nicht nur vom Staat missbraucht. Die Wissenschaft ist sich einig, dass sich im Internet vor allem ähnlich denkende und fühlende Menschen zusammenfinden. Diese Konsonanz schaukelt sich immer häufiger zur Radikalität hoch. Insbesondere Rechtspopulismus und Rechtsradikalismus breiten sich im Internet aus. Gefährlich ist dies insofern, als hier ein kommunikatives Band zwischen „dem Stammtisch“ und der aktiven rechten Szene geschaffen und Rassismus in der Mitte der Gesellschaft hoffähiger denn je gemacht wird.

Die Facebook-Seite von Pegida, um nur ein relativ „harmloses“ Beispiel zu nennen, strotzt vor pauschalen Beleidigungen gegen Migranten und Muslime. Was Soziologen seit langem als „Rassismus der Mitte“ bekannt war, wird jetzt zu einer öffentlich gehandelten Weltsicht der Intoleranz und Rückschrittlichkeit bis hin zur Neubelebung völkischer Rassismen. Die neue Gemeinschaftlichkeit bedeutet also auch eine Rückkehr der alten ideologischen Kulturkämpfe. Schöne neue Welt?

Bislang hat sich Deutschland an die Regel gehalten, dass eine liberale Demokratie leider auch den Rassismus bis zu einem gewissen Grad ertragen muss. Gruppenbeleidigungen, solange sie keine konkreten Personen angriffen, galten als traurig aber legal. Die Toleranz gegenüber den Intoleranten wurde als notwendiges Opfer für die gewünschte Wiederbelebung des öffentlichen bürgerlichen Dialogs mit Hilfe der neuen Sozialen Medien betrachtet. Bislang! Denn mit ihrer flächendeckenden Hausdurchsuchungsaktion gegen HassPostings in sozialen Netzwerken am 13. Juli 2016 in zahlreichen deutschen Bundesländern hat der Staat ein Zeichen gesetzt, dass die liberale Demokratie wehrhaft sein muss. Tausende von gewaltsamen Übergriffen auf Asylbewerber und deren Heime in Deutschland, vielfach angestachelt von fanatischen Diskursen in den neuen Medien, haben den Staat veranlasst, die in unseren Gesetzbüchern schlummernden Einschränkungen der Meinungsfreiheit in Fällen einer Verletzung des sozialen Friedens wieder ernster zu nehmen. Eine gemeinsame Task-Force der Bundesregierung mit Netzbetreibern, wie Facebook hatte bis dahin offensichtlich nicht die gewünschten Erfolge bei der Selbstkontrolle der Sozialen Medien erzielt.

Die Zukunft lässt hier eigentlich nur zwei Wege offen: entweder muss der Staat, den man aus dem Internet eigentlich heraushalten möchte, im Namen eines wehrhaften Liberalismus nun doch stärker eingreifen. Oder es gelingt der deutschen Öffentlichkeit, eine neue „Netiquette“ zu entwickeln, also ethische Regeln darüber, was sagbar ist und was nicht. Gruppenbezogene Menschenfeindlichkeit sollte jedenfalls nicht zum guten Ton gehören, weil die Grundlagen der Menschenrechte nicht verhandelbar sind. Hier muss die Meinungsfreiheit im Zweifel zurückstehen. Die Zeit der naiven Unschuld im Umgang mit den Sozialen Medien ist jedenfalls vorbei.





Margret Albers, Sprecherin Vorstand Förderverein Deutscher Kinderfilm e. V.

# Mündiger Umgang mit Medien –

## Kuratieren – Vielfalt statt More-Of-The-Same

Vor 20 Jahren kam mit dem Nokia Communicator 9.000 das erste Smartphone auf den Markt. Es wog 397 Gramm, kostete 2.700 DM und wurde freilich v. a. von Geschäftsleuten genutzt. Laut Icon Kids & Youth, Medienforschung SUPER RTL, Basisbefragung von März 2016 besitzen heutzutage 43 % der 10 – 11-Jährigen und 73 % der 12 – 13-Jährigen ein Smartphone. Der leistungsfähige Computer in der Hosentasche und regelmäßige Online-Nutzung sind wie große Flat Screens daheim zur Selbstverständlichkeit geworden und damit der kinderleichte Zugriff auf eine kaum noch zu bestimmende Menge an Bewegtbildinhalten – im Juli 2015 wurden etwa laut Statista auf YouTube pro Minute durchschnittlich 400 Stunden Material hochgeladen.

Intuitiv nutzbare Geräte und ein Füllhorn von Inhalten sind chancenreich und schlichtweg schön, aber, um die Möglichkeiten wirklich nutzen zu können, bedarf es einerseits eines mündigen Umgangs mit Medien, der auch Fragen wie „Wieviel Lebenszeit möchte ich mit Bildschirmmedien verbringen?“ und „Wie viele persönliche Informationen kann und will ich preisgeben?“ berücksichtigt und andererseits der Fähigkeit, sich in der Vielheit zu orientieren, um interessante Angebote überhaupt aufzufinden.

Um nun diese Fähigkeiten zu entwickeln, bedarf es einerseits der Medienbildung für alle Altersgruppen und andererseits des Verantwortungsbewusstseins sowie der medienpolitischen und finanziellen Unterstützung von kuratierenden Medienanbietern (z. B. lineares Fernsehen, Kinos, Festivals), die v. a. Kindern die Vielfalt in der Vielheit nahebringen, für formale und thematische Bandbreite sensibilisieren und der sukzessiven Ausbreitung des More-Of-The-Same auf allen Kanälen entgegenwirken können.





Sabine Eder, Geschäftsführerin und Gründungsmitglied Blickwechsel e. V. Verein für Medien- und Kulturpädagogik

# Medienbildung ist kein Luxus

Die Welt ist kulturell divers, sozial komplex und die rasante Medienentwicklung zwingt uns eine Dynamik der ständigen Veränderung auf, da sich der Verlauf der Entwicklung nicht wirklich prognostizieren lässt. Besonders Heranwachsende benötigen in diesen Medienwelten Begleitung und Orientierung. Deshalb ist Medienbildung kein Luxus, sondern muss Bestandteil jedes Bildungskonzeptes sein und zwar entlang der gesamten Bildungskette.

Kommunikation, Lernen, kultureller Austausch, Partizipation kann unter der Zuhilfenahme digitaler Techniken grundsätzlich überall und immer möglich sein, auch über Distanzen hinweg. Hier bieten sich enorme Möglichkeiten für die medienpädagogische Bildungsarbeit.

Gleichzeitig ergeben sich aber auch große Herausforderungen: Vorratsdatenspeicherung, personelle Selbstbestimmung, der Datenhunger vieler Apps, die wir tagtäglich nutzen und auf die wir ungerne verzichten möchten. Doch wissen wir, was mit den gesammelten Daten passiert und welche Folgen das Auswerten der Daten für jede/n Einzelne/n und die Gesellschaft mit sich bringt?

Es bedarf einer breiten gesellschaftlichen und politischen Debatte, denn Algorithmen bestimmen heutzutage nicht nur welche Werbung wir erhalten oder welche Informationen uns erreichen, sie können bestenfalls auch helfen, das gesellschaftliche Miteinander zu verbessern.

Eine aktuelle und wichtige Aufgabe ist es, den derzeit kursierenden populistischen und antidemokratischen Inhalten im Internet und besonders in sozialen Netzwerken zu begegnen. Sowohl Erwachsenen als auch Jugendlichen fällt es oft nicht leicht, die Propaganda und Hetze als solche zu erkennen.

Des Weiteren müssen wir uns verstärkt der Medienarbeit mit Geflüchteten widmen. Wir wissen, dass der Spracherwerb aber auch Themen der Alltags- und Konsumkultur sowie ethische und religiöse Aspekte sich mit Hilfe von Medien unterstützen und bearbeiten lassen. Um diese Integrationsprozesse in unsere Gesellschaft wirkungsvoll voran zu bringen, sind umfangreiche Förder- und Vernetzungsmaßnahmen zwingend nötig.

# Medien und Recht – Recht und Medien

Prof. Dr. jur. Christian Alexander

Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Wirtschaftsrecht und Medienrecht, Friedrich-Schiller-Universität Jena

**Medien und Recht sind wechselseitig miteinander verbunden. Die beiderseitige Beziehung ist bisweilen spannungsreich. Einen Dialog gilt es zu fördern.**

Darf ein Journalist einen ausländischen Staatschef in einem als Satire bezeichneten Beitrag herabwürdigen? Müssen Medien in der „Flüchtlingskrise“ ausgewogen berichten? Dürfen Medien Informationen über die Herkunft von Personen, die des Begehens von Straftaten verdächtig sind, zurückhalten? Was bedeutet das Gebot der Staatsferne des Rundfunks und welche Anforderungen ergeben sich daraus für die organisatorische Struktur von Rundfunkanstalten? Haften Medien für fremde Informationen, die sie verbreiten?

Schon diese wenigen Fragen zeigen: Zwischen den Medien und der Rechtsordnung besteht eine enge und wechselseitige Verbindung. Nicht selten entstehen zwischen Recht und Medien Spannungs- und Konfliktfelder.

„Medien stellen die Rechtsordnung ständig vor neue Herausforderungen.“

Zugleich bedarf es stabiler rechtlicher Rahmenbedingungen, die Medien in einem weiten Umfang schützen und Medientätigkeit erst ermöglichen.

Ein zentrales Bindeglied zwischen Medien, Rechtsordnung, Medienaufsicht und Medienpolitik bilden die Landesmedienanstalten – in Thüringen namentlich die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM), deren 25-jähriges Jubiläum in diesem Jahr zu feiern ist.

## **Rechtlicher Schutz der Funktionsfähigkeit von Medien**

In einer Mediengesellschaft und Mediendemokratie gehört der Schutz der Funktionsfähigkeit von Medien zu den bedeutendsten Aufgaben der Rechtsordnung. Die Mediengrundrechte des Grundgesetzes und der europäischen Grundrechte-Charta gehören zu den



wichtigsten Elementen im deutschen und europäischen Grundrechtekatalog. Dass die Rechtsordnung die Medien und die Medienschaffenden in besonderer Weise schützt, beruht auf drei ineinandergreifenden Überlegungen:

- Innerhalb unserer Gesellschaft nehmen die Medien wichtige Funktionen wahr.
- Diese Funktionen bedürfen des rechtlichen Schutzes.
- Die besondere Schutzbedürftigkeit erfordert spezielle Maßstäbe und Wertungen.

Spricht man von den öffentlichen Funktionen der Medien, dann sind vor allem drei Aspekte zu nennen: Erstens sind Medien unentbehrlich für die Teilnahme und Teilhabe an der demokratischen Willensbildung. Medien liefern Informationen, sie bilden eine wichtige Plattform für eine Diskussion über das Für und Wider von politischen Lösungen, sie stellen Öffentlichkeit her und sie üben eine wirksame Kontrolle der Staatsgewalten aus. Diese Kontrolle schließt neben der Legislative und Exekutive auch die Judikative mit ein.

Die Medien, so betont das Bundesverfassungsgericht, „ermöglichen die öffentliche Diskussion und halten sie in Gang, indem sie Kenntnis von den verschiedenen Meinungen vermitteln, dem einzelnen und den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen Gelegenheit geben, meinungsbildend zu wirken, und sie stellen selbst einen entscheidenden Faktor in dem permanenten Prozess der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung dar“.

Zweitens sind Medien eine wichtige, vielleicht sogar die wichtigste Informationsquelle in wirtschaftlichen Angelegenheiten. Wer sich über Unternehmen, Märkte, Leistungen, Konditionen, Preise usw. informieren möchte, wird in irgendeiner Weise auf Medien zurückgreifen. Medien tragen ganz maßgeblich zur Markttransparenz und zur Bewältigung des Alltags bei.



Drittens bilden die Medien einen zentralen Baustein bei der Sozialisation und Integration von Menschen in unserer Gesellschaft. Medien schaffen Gemeinschaftserlebnisse. Sie beeinflussen und prägen gesellschaftliche Rollenbilder, Werte sowie die Vorstellungen über das Funktionieren von Staat, Gesellschaft und deren Institutionen.

#### **Rechtliche Kontrolle von Medien**

Selbstverständlich agieren Medien nicht in einem rechtsfreien Raum. Die Tätigkeiten von Medien und Medienschaffenden unterliegen der rechtlichen Kontrolle. Dabei dürfen einerseits die Funktionsfähigkeit und die Unabhängigkeit von Medien nicht in Frage stehen. Andererseits muss die Rechtsordnung gewährleisten, dass ein wirksamer Schutz vor Medien sichergestellt ist. Gerade weil Medien ihre schützenswerten Funktionen nur wahrnehmen können, wenn sie Öffentlichkeit herstellen und Informationen Breitenwirksamkeit verschaffen, unterliegen sie einer besonderen Verantwortung.

Die Grenzziehung zwischen erlaubter und unerlaubter Medientätigkeit ist dabei oft nicht leicht. Sie verlangt eine sorgfältige Abwägung der Interessen, die vielfach

schwierige Fragen aufwirft: Wann ist eine Kritik noch berechtigt und wo beginnt die strafbare Beleidigung? Welche Anforderungen sind an eine zulässige Verdachtsberichterstattung zu stellen, gerade wenn ein besonders schlimmer Tatverdacht im Raum steht? Wann und in welchem Umfang dürfen Fotos oder Videos von Personen und Ereignissen durch Medien veröffentlicht und verbreitet werden?

#### **Dynamische Beziehung zwischen Medien und Recht**

Das Verhältnis von Medien und Recht ist durch eine besondere Dynamik und Lebendigkeit geprägt. Die Medienlandschaft befindet sich seit einigen Jahren in einem grundlegenden Wandel. Bekannte Schlagworte sind Digitalisierung, Vernetzung und Medienkonvergenz. Dieser tiefgreifende Umbruch ist veranlasst und verbunden mit einem rasanten technischen Fortschritt, Veränderungen im Nutzerverhalten und in den Nutzererwartungen, einer veränderten Selbst- und Fremdwahrnehmung von Medien, einer Änderung des journalistischen Selbstverständnisses und der journalistischen Arbeitsweise.

Die damit verbundenen rechtlichen Herausforderungen sind komplex. Es kann beispielsweise darüber nachzudenken sein, ob und inwieweit die unter ganz anderen technischen Voraussetzungen entstandene Rundfunkordnung in Deutschland im Internetzeitalter weiterhin Bestand haben wird oder angepasst werden muss. Darüber hinaus stellt sich die Frage nach der Etablierung einer Rechtsordnung des Internets. Mit Blick auf Online-Medien entsteht ein zusätzliches Problemfeld, weil das Internet geradezu als Inbegriff grenz- und rechtsordnungsübergreifender Angebote anzusehen ist. Historisch mit guten Gründen entstandene Kompetenzverteilungen im deutschen Recht können sich im Hinblick auf Regelungen von internetbezogenen Fragen als hinderlich erweisen.

#### **Dialog zwischen Medien und Recht**

Angesichts der vielfältigen Schnittflächen zwischen Medien und Recht ist es nicht nur sinnvoll, sondern notwendig, den wechselseitigen Dialog zu fördern. Neben vielen anderen Aufgaben pflegt die TLM diesen Austausch besonders intensiv. In gemeinsamer Zusammenarbeit zwischen der TLM und der Friedrich-Schiller-Universität ist mit den Jenaer Medienrechtlichen Gesprächen ein spezielles Veranstaltungsformat entstanden, das der Diskussion über die vielfältigen Fragen des Medienrechts Raum geben möchte. Die vielfältigen Verknüpfungen zwischen Medien und Recht – Recht und Medien werden nicht nur die TLM auch in Zukunft intensiv beschäftigen.





Sabine Frank, Leiterin Regulierung, Verbraucher- und Jugendschutz, Google Germany GmbH

# Die Gewährleistung adäquater digitaler Bildung ist Voraussetzung

für Teilhabe, Chancengleichheit und Innovationsfähigkeit

Unsere Medienwelt ist bereits heute geprägt von Digitalisierung und Technologisierung, aber auch von einer ständigen Verfügbarkeit von Information und Kommunikation. Das hat Auswirkungen auf alle Menschen und alle Lebensbereiche. Die Befähigung Menschen jeden Alters, sich souverän in dieser Welt zu bewegen, sie gleichermaßen kritisch wie gewinnbringend zu nutzen und sich ihrer gestalterischen Möglichkeiten zu bedienen, ist die zentrale Voraussetzung für Teilhabe und Chancengleichheit. Diese lässt sich nur durch flächendeckende, adäquate und zeitgemäße digitale Bildung erfüllen – in formaler, schulischer Bildung ebenso wie im Bereich informelles, lebensbegleitendes Lernen sowie Fortbildungs- und Schulungsmöglichkeiten für Lehrkräfte, Arbeitnehmer, gemeinnützige Organisationen und ältere Menschen.

Zwei Schwerpunkte im Bereich digitale Bildung sehe ich aktuell als besondere Herausforderung an: Digitale Anwendungen besser zu verstehen und somit souverän beherrschen zu können sowie Grundlagen des Programmierens zu erlernen, sind



Schlüsselkompetenzen für Anschlussfähigkeit und Innovation. Ein zweiter Punkt ist die Gewährleistung einer offenen und rücksichtsvollen Kommunikationskultur in global vernetzten Räumen der Echtzeitkommunikation. Die Möglichkeiten der neuen Medien gehen auch einher mit einer gesteigerten Verantwortung des Einzelnen für Handlungen und Äußerungen. Demokratie lebt vom ständigen Austausch über Werte und Regeln für ein friedliches und respektvolles Miteinander – offline ebenso wie online.



Prof. Dr. Stephan Ory, Direktor und Prof. Dr. Mark D. Cole, Wissenschaftlicher Direktor Institut für Europäisches Medien e. V. (EMR)

# Persönlichkeitsrechte, Datenschutz, Sorgfaltspflichten, Vielfalt in Online-Medien –

Medienanstalten vor neuen Herausforderungen

Die Medienanstalten müssen sich neu erfinden. Sie waren geschaffen, um beim Privatfunk für Vielfalt zu sorgen. Das war der Bereich neben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und der Presse. Das Handwerkzeug der Medienanstalten war – und ist im Kern – die Zulassung von Veranstaltern und die Auswahl eines vielfältigen Programms bei der Zuweisung knapper Übertragungsressourcen. Neben Presse und dualem Rundfunk sind elektronische Online-Medien entstanden – mit beachtlicher publizistischer Relevanz, um es in einer bisherigen Kategorie zu sagen. Die Beachtung von Persönlichkeitsrechten, die Durchsetzung von Sorgfaltspflichten, wie sie in den etablierten Medien Standard sind und die Vielfaltssicherung sind hier noch nicht gesichert. Gilt für Facebook ein Laienprivileg oder die journalistische Sorgfaltspflicht? Sind staatliche Stellen, wie Gerichte oder Medienanstalten bei der Durchsetzung von Persönlichkeitsrechten, Datenschutz und Meinungsvielfalt zuständig oder etablieren die Anbieter eine Art von Privatjustiz – und nach

welchen Kriterien und mit welchem Rechtsschutz? Sind Marktbeherrschungstendenzen mit gleichen Argumenten zu begegnen, wie bei der (Fernseh-) Konzentrationskontrolle? In Zeiten, in denen sich für den Ausgang von Parlamentswahlen erhebliche Bevölkerungsteile primär „in Facebook“ informieren, sind das keine akademischen Fragen. Die Wissenschaft – wie etwa das EMR – und die Praxis – wie etwa die Medienanstalten – stehen vor spannenden Jahren mit großen Herausforderungen.





Dr. Frauke Gerlach, Direktorin Grimme-Institut

## Medienwandel?

Internet und Digitalisierung haben in den letzten 25 Jahren eine gesellschaftliche Transformation hervorgebracht, die wahlweise als Revolution oder auch als Disruption gedeutet wird. Ganz neue Medienlandschaften und Vernetzungsmöglichkeiten sind entstanden, die staatliche Ordnungsgefüge, gesellschaftliche Institutionen und am Ende die Individuen herausfordern – als Bürgerinnen und Bürger, als Eltern, als Konsumenten und vielfach Prosumenten von Medien.

Aktuell werden sogar Dinge „intelligent“; ein „Internet der Dinge“ entsteht. Passt hier der Begriff des Medienwandels noch, wenn scheinbar alles zum Medium werden kann? Müssen wir nicht vielmehr über Entgrenzung sprechen, wenn Computertechnologien unseren Alltag durchdringen und mit ihnen die permanente Produktion, Kommunikation, Speicherung und Verwertung von Daten in nie gekannten Ausmaßen möglich wird?

Von Big Data Analytics ist längst die Rede, wenn Algorithmen zu Werke gehen – automatisierte, teils selbstlernende Programme, die am Ende womöglich unbemerkt weitreichende soziale Entscheidungen treffen – immer zum Vorteil des Menschen? Was bedeutet das für das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit? Was bedeutet das für die informationelle Selbstbestimmung? Wie transparent sind die

dahinterliegenden Prozesse? Und wie ist hier noch kompetentes Handeln möglich?

Der Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) werden auch nach dem 25. Jahr ihres Bestehens die Herausforderung nicht ausgehen, wiewohl ich zum geglückten „ersten Vierteljahrhundert“ erst einmal gratulieren möchte!





Julian Geist, Konzernsprecher ProSiebenSat.1 Media SE

# Europ. Medienordnung jetzt!

US-Konkurrenz schläft nicht.  
Länder müssen sich schneller bewegen: weg vom Kleinklein.  
Wir kriegen das hin.

#win



## Gremiensicht

E.F. Johannes Haak, Vorsitzender der Versammlung der TLM

# Zur Zukunft der Medien zwischen Diffusion und Konzentration

Ausblick nach 25 Jahren TLM. Das ist gewagt. Denn Vieles schwimmt. Auch zukünftig. Und ist diffus. Die Entwicklung von Medien ist ein schnelles „Geschäft“. Unterliegt enormen Veränderungen. Weil technologische Veränderungen rasant und oftmals unüberschaubar ihre Bahn ziehen. Das Silicon Valley lässt grüßen. Bis in das grüne Herz Deutschlands. Ich habe mehr Fragen, als Gewissheiten für die zukünftigen Zeiten. Und ich nehme wahr, dass die Strukturen der Mediengesellschaft wesentlich von technischen Innovationen und ökonomischen Kräften bestimmt werden. Ihre Wirkungen sind deutlich in allen Lebensbereichen zu erfahren. Von der Wiege bis zur Bahre. Diese Entwicklung wird begleitet von einem Prozess der Individualisierung und hohen gesellschaftlichen Differenzierungen. Traditionelle, kulturelle und gesellschaftliche Bindungen verlieren gegenüber der persönlichen und individuellen Lebensorientierung an Bedeutung.

Folgende Fragestellungen sehe ich als relevant an: Wie wird die Balance zwischen Öffentlichkeit und Privatheit gewahrt? Wie gelingt die Rollenwahrnehmung zwischen Freiheit der Medien in politischen Systemen und die Aufgabe der Medien als Instrument der Freiheit? Wie fördert die TLM mündige Medienkompetenz der BürgerInnen und Medienschaffenden? Und welche Konsequenzen ergeben sich aus der Medienrevolution für die zwischenmenschliche Kommunikation? Wie nehmen wir unsere Verantwortung wahr? Auch und gerade in Bezug auf die vermittelten Welt- und Menschenbilder.

Ich sehe in dieser Frageinheit mindestens zwei große Entwicklungsstränge. (Vgl. dazu Janine Seitz, Anja Kirig u. a. „Zukunft der Medien“, zukunftsInstitut 3/2013) Menschen suchen Zerstreuung. Das hat etwas Diffuses. Deshalb scheint mir das Wort Diffusion angebracht. Im Sinne von unbestimmt. Und das finden NutzerInnen in den Medien, ob nun klassisch oder digital ist vollkommen gleich. Wir serven durch das Netz und im Netz. Und sind dabei doch manchmal gefangen. Also Diffusion führt folgerichtig zu Konklusion. Besser zur Konzentration.



Wir brauchen andererseits Konzentration. Für eine Kultur des positiven Denkens. Deutsches „Ja, aber“ halte ich für wenig hilfreich. Und Konzentration auf neue digitale Geschäftsmodelle braucht auch Deregulierung. Google und andere Mediengiganten haben bereits ein neoroyales Machtmonopol errichtet. Wir selbst halfen dabei, es zu errichten. Und jetzt höre ich den Katzenjammer. Nur Mut. Denn Medienethik – und für diese Aufgabe steht sicher weiterhin die TLM – ist doch nichts anderes als dynamische, individuelle und gesellschaftliche Suche nach Kriterien für Qualität in den Medien. Und nach bindenden Vereinbarungen zum Schutze der NutzerInnen. Hier werden die Aufgaben der TLM zukünftig wachsen. Im Sinne von Bildungsaufgaben und einem stärkeren Theorie-Praxis-Diskurs. Möge das gelingen, am besten an einem neuen – im Eigentum erworbenen – Standort für die TLM.

Und ich schließe an, einen herzlichen Dank an alle Mitarbeitenden im Haus der TLM und den Frauen und Männern der Versammlung für eine gute, intensive und jederzeit faire Zusammenarbeit.

# Impressum

<b>Herausgeber</b>	Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) Steigerstraße 10 · 99096 Erfurt Tel.: 0361 21177-0 · Fax: 0361 21177-55 mail@tlm.de · www.tlm.de
<b>Verantwortlich</b>	Jochen Fasco, TLM
<b>Inhalt</b>	TLM
<b>Gestaltung, Satz &amp; Layout</b>	<i>internet + Design GmbH & Co. KG, Weimar
<b>Druck</b>	City Druck & Verlag GmbH, Erfurt

©November 2016

## Bildnachweis

<b>1</b>	Talaj – iStock	<b>26</b>	LfM
<b>2 – 3</b>	Stefan Kaminski, RTL Radio Deutschland, Deutschlandradio / Bettina Fürst-Fastré, Erek Kühn	<b>27</b>	Bettina Volcke, Jens Kreuter – stocksnap, pexels.com
<b>4</b>	TLM	<b>28 – 29</b>	Vodafone Kabel Deutschland GmbH, © Olivier Le Moal – Fotolia.com, pexels.com
<b>6</b>	pexels.com, MDR/Martin Jehnichen	<b>30</b>	Deutschlandradio/Bettina Fürst-Fastré
<b>7</b>	BLM, TLM	<b>31</b>	Carlo Bansini 1730, kaboompics.com
<b>8</b>	Christof Rieken	<b>32</b>	Universität Erfurt
<b>9</b>	TSK, Kaboompics.com	<b>34</b>	Erek Kühn, © Syda Productions – Fotolia.com
<b>10 – 11</b>	freemagebank.com, © svort – Fotolia.com, pixabay.com	<b>35</b>	Blickwechsel e. V., .shock – Fotolia.com
<b>12</b>	Stefan Kaminski	<b>36 – 37</b>	Photogenika, München, sebra – Fotolia.com
<b>14</b>	RTL Radio Deutschland, Alex Bläjan – stocksnap	<b>38</b>	Google, pixabay.com
<b>15</b>	© Coloures-pic – Fotolia.com, Eric Kemnitz	<b>39</b>	EMR, vege – Fotolia.com
<b>16 – 17</b>	Radio LOTTE Weimar, © Melpomene – Fotolia.com, freemagebank.com	<b>40</b>	Etges/Grimme-Institut, pixabay.com, stocksnap.io
<b>18 – 19</b>	Rennsteig TV, freestocks.org, picjumbo.com	<b>41</b>	ProSiebenSat.1 Media SE, © denisismagilov – Fotolia.com, fancycrave.com
<b>20</b>	TMBJS, © Iosif Szasz-Fabian – Fotolia.com	<b>42</b>	TLM
<b>21</b>	TMWWDG, stocksnap.io	<b>44</b>	© adam121 – Fotolia.com
<b>24 – 25</b>	Mediengruppe Thüringen, kaboompics.com, freestocks.org		

# 7. Thüringisch-Hessisches Mediengespräch



Fesselnd,  
verlockend,  
lehrreich -

## **Kinderangebote im Netz – Neue Trends, neue Chancen, neue Herausforderungen**

14. März 2017 | Erfurt, Augustinerkloster