Mediennews? Trends? Infodienste?
...seit 19 Jahren!
www.Satellifax.de

Ihr Broadcast-Dienstleiter:
SmartCast GmbH

- **DLM Symposium 2011: "Public Value - Was soll der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?"**

Der Zeitumfang der Nachrichtensendungen in den Vollprogrammen der privaten Fernsehsender in Deutschland ist in den vergangenen 12 Jahren sukzessive zurückgegangen. Er liegt bezogen auf die politischen Beiträge in den Hauptnachrichtensendungen im Durchschnitt bei 4 Minuten am Tag, die Bandbreite liegt dabei zwischen 2 Minuten (RTL 2) und 7 Minuten (RTL). Der Informationsanteil insgesamt am Programm ist deutlich höher, beinhaltet aber überwiegend Zerstreuungs- sowie Angstthemen mit eher unterhaltendem Charakter. Dies sind die Ergebnisse der Göfak Medienforschung, die im Auftrag der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten für den jährlich vorgelegten Programmbericht ermittelt und im Rahmen des DLM-Symposiums 2011 zum Thema „Public Value: Was soll der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?“ vorgestellt wurden. Das Symposium fand gestern in Berlin statt.

DLM-Vorsitzender Thomas Fuchs betonte in seiner Begrüßungsrede das Ziel der Medienanstalten, „nachhaltige Lösungen für die TV-Programmqualität insbesondere hinsichtlich Nachrichten und Informationen zu erhalten und zu verbessern“. Deshalb, so Fuchs, haben wir Medienanstalten „uns der von einigen privaten Anbietern in die Diskussion gebrachten Anreizregulierung geöffnet“.

Im Verlaufe des Symposiums wurde deutlich, dass mehr als 25 Jahre nach Einführung des privaten Rundfunks in Deutschland seine Informationsleistungen und Möglichkeiten im Rahmen des Dualen Systems präzisiert werden sollten, damit das Fernsehen als das nach wie vor wichtigstes Medium gerade auch für jüngere Nutzer nicht nur seine Funktion als Unterhaltungsmedium, sondern auch für die Informations- und Meinungsbildung erhält.

Gesellschaftspolitisch ist insbesondere problematisch, dass die Nachrichtensendungen in den einzelnen Altersgruppen sehr unterschiedlich genutzt werden. Jüngere Zuschauer in der Altersgruppe bis 49 Jahre bevorzugen, wie der Geschäftsführer von GG Media, Gerhard Graf darlegte, generell Privatfernsehen. Dabei stoßen sie allerdings – wie aus der Erhebung der Göfak Medienforschung hervorgeht – auf immer geringere politische- und Sachinformationen, während die öffentlich-rechtlichen Sender die jüngeren Nutzer nur noch zu einem geringen Anteil mit ihren Nachrichtenangeboten erreichen. Dabei ist die Bedeutung des Fernsehens für die Informations- und Meinungsbildung nach wie vor sehr groß wie

Prof. Dr. Susanne Fengler, Professorin für Internationalen Journalismus am Institut für Journalistik an der Technischen Universität Dortmund, belegte. Trotz der immer stärkeren Bedeutung des Internets bleibe Fernsehen immer noch wichtigstes „informierendes“ Medium. Während insgesamt nur 4,3 Prozent der Internet-Nutzung auf „News & Information“ entfalle, rufen 41 Prozent der 14 bis 29jährigen täglich aktuelle Nachrichten online ab, wie aus der Langzeitstudie Massenkommunikation hervor gehe. In der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre würden nur 14 Prozent Fernsehen als „informativ“ wahrnehmen und die Rolle von TV als Leitmedium schwinden.

Eine „offene Frage“ sei heute, so Ross Biggam, Direktor der Association of Commercial Television in Europe, mit welchen politischen Regulierungen und Anreizen für private Fernsehsender in Europa man gegen die neuen mächtigen außereuropäischen Wettbewerber, die nicht dem Fernsehen angehören – wie Apple, Google, Facebook und anderen – nationale medienpolitische Traditionen aufrecht erhalten könne. Eine Diskussion über Public Value im Privatfernsehen und welche Modelle und Instrumente es zu ihrer Förderung gebe, werde nicht nur in Deutschland, sondern auch in Großbritannien und Skandinavien geführt. Sie könne sachgerecht aber nur unter Einbeziehung der öffentlich-rechtlichen Sender geführt werden.

In einer Diskussionsrunde zu den Anforderungen aus Politik und Gesellschaft unter Moderation von Hans-Jürgen Jakobs, Leiter der Wirtschaftsredaktion der Süddeutschen Zeitung waren sich die Teilnehmer darin einig, dass eine systemübergreifende Bewertung der Programmleistung im Fernsehen notwendig sei. Der Kulturjournalist Dr. Alexander Kissler kritisierte nicht nur generell die Programme des Privatfernsehens sondern übte auch massive Kritik an ARD und ZDF, die ihren öffentlich-rechtlichen Programmauftrag nur noch unzureichend erfüllten.

Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) forderte in diesem Zusammenhang die Medienpolitik auf, Fehlentwicklungen bei den Programmleistungen von ARD und ZDF entgegenzusteuern. Es könne auch nicht außer acht gelassen werden, dass nur noch etwa 2 Prozent der Jugendlichen im Alter von 14 bis 29 Jahren im Jahr 2010 im Durchschnitt die Hauptnachrichten-Sendungen von ARD oder ZDF nutzen. Darüber hinaus sollte auch über finanzielle Anreizmodelle für private Programme nachgedacht werden, die einen besonderen Beitrag zur Grundversorgung liefern, wie beispielsweise das lokale Fernsehen. www.alm.de

Fr, 18. M&#65533;r 2011

<< zurück

(C) 2011 SatelliFax UG
(haftungsbeschränkt)

Diese Seite per Mail versenden.

SatelliFax jetzt Gratis!

Name
e-Mail-Adresse
anmelden
abmelden
Absenden

SatelliFax-Feeds für Ihre Website und RSS-Feeds

XML SatelliFax

www.satnews.de können Sie auch per Handy oder PDA abrufen. Das Newsportal www.satnews.de (parallel auch unter www.satellifax.de erreichbar) ist auch optimal auf PDAs und Handy-Displays darstellbar. Der Internet-Server von Satelli-LINE erkennt automatisch, ob der Surfer mit einem normalen PC oder mit einem kleinen mobilen Endgerät zugreift. Ist der Abrufer mit einem kleinen Bildschirm ausgestattet wird das Internet-Angebot in einem speziellen Layout für Mobile-Devices angezeigt.