Pressemitteilung

DLM Symposium · 17. März 2011, dbb forum berlin
„Public Value – Was soll der private Rundfunk für die Gesellschaft leisten?“

Die Leitfrage des DLM Symposiums lautet in diesem Jahr: Inwieweit müssen sich Auftrag und Leistung des privaten Rundfunks im Hinblick auf öffentliche Werte sowie politische Informationen und gesellschaftliche Anforderungen verändern?
Im Anschluss an die Begrüßung und Einführung von Thomas Fuchs **(**Vorsitzender der DLM), bietet Prof. Dr. Hans-Jürgen Weiß (Göfak Medienforschung) einen Überblick darüber, welche Rolle Public Value im deutschen Fernsehen derzeit generell spielt. Gerhard Graf (GGmedia) beschäftigt sich mit der Frage nach Akzeptanz und Stellenwert von Nachrichten- und Informationsprogrammen im privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Daran anknüpfend widmet sich Frau Prof. Dr. Susanne Fengler (Institut für Journalistik, Erich-Brost-Institut) in ihrem Vortrag der Rolle des heutigen Fernsehens im Vergleich zu Print- und Onlinemedien im Bereich der Meinungsbildung.

Ross Biggam (Association of Commercial Television in Europe) geht anschließend auf Modelle und Instrumente zur Förderung privater Public Value Angebote auf internationaler Ebene ein. In Deutschland wird aktuell vor allem der Rückgang an politischen Informationen von Seiten der privaten TV-Vollprogramme kritisch betrachtet. So ist das Angebot politischer Information in der Primetime seit 1998 von durchschnittlich acht auf drei Minuten am Tag drastisch reduziert worden.

Die sich daraus ergebenden Kernfragen sollen in der Diskussionsrunde „Rundfunk als öffentliche Aufgabe – Anforderungen aus Politik und Gesellschaft“ geklärt werden. Unter Leitung von Hans-Jürgen Jakobs (Süddeutsche Zeitung) diskutieren Thomas Jarzombek (CDU/CSU), Kulturjournalist Dr. Alexander Kissler, Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring (BLM) sowie Tabea Rößner (Bündnis 90/Die Grünen) darüber, ob die privaten Sender den vorgesehenen Anteil an öffentlicher Aufgabe noch erfüllen und was diese Aufgabe aus Sicht von Politik und Gesellschaft eigentlich ausmacht.

Die Vertreter der privaten TV-Landschaft Frank Hoffmann (Vox), Peter Limbourg (ProSiebenSat.1 Media) und Jürgen Ohls (RTL) legen schließlich dar, wie die Leistung im Hinblick auf Public Value aussehen könnte bzw. sollte.

Welche Anreizmodelle in diesem Zusammenhang eine Rolle spielen (können), ist Thema des Vortrags von Dr. Wolfgang Schulz (Hans-Bredow-Institut). Er präsentiert im Rahmen des DLM Symposiums eine Studie zur Regulierung durch Anreizoptionen für Leistungen privater Rundfunkveranstalter, die die Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten in Auftrag gegeben hat.

Um Förder- und Anreizmodelle für Private Public Value geht es auch in der abschließenden Diskussionsrunde. Andreas Bartl (ProSiebenSat.1 Media), Staatsminister Dr. Johannes Beermann (Staatskanzlei des Freistaats Sachsen), Marc Jan Eumann (SPD), Thomas Langheinrich (LfK Baden Württemberg) und Anke Schäferkordt (RTL) diskutieren unter der Leitung von Bernd Gäbler, der auch die Tagesmoderation des Symposiums übernimmt.

Das komplette Programm finden Sie auf unserer Website. Das DLM Symposium 2011 wird inhaltlich vorbereitet und organisiert von der Medientage München GmbH.

Kontakt: Medientage München GmbH · M. Reitmajer · Tel.: +49 89 68 999-0 · E-Mail: info@dlm-symposium.de