

Berlin, 23.04.2024

► Tagungsbericht

Vielfalt schützen, Freiheit sichern – 40 Jahre duale Medienordnung im föderalen Deutschland

DLM-Symposium 2024

Die einen bezeichnen es als Transformation, die anderen sprechen von Disruption: Vierzig Jahre nach dem Start des privatwirtschaftlichen Rundfunks haben Expertinnen und Experten aus den Bereichen Medienpolitik und -aufsicht, Medienwirtschaft und Journalismus beim DLM-Symposium am 23. April in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften (BBAW) eine Zwischenbilanz gezogen. Dabei wurde deutlich, wie sich durch digitale Formen der Massenkommunikation die Perspektiven auf das Duale Rundfunksystem in den vergangenen vier Jahrzehnten verändert haben.

Bei ihrer Begrüßung erinnerte **Dr. Eva Flecken** daran, dass in den 1980er-Jahren mit dem sogenannten Kabelfernsehen eine technologische Innovation dazu führte, dass mehr Rundfunk-Vielfalt durch privatwirtschaftliche Angebote möglich wurde. Seitdem, so blickte die Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) und Direktorin der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) zurück, sei es eine zentrale Aufgabe der Landesmedienanstalten, Vielfalt im Dualen Rundfunksystem zu gewährleisten. Da Rundfunk Kultur- und Wirtschaftsfaktor sei, brauche es einen rechtlichen Rahmen zur Sicherung der Anbieter- und Meinungsvielfalt. Eine effiziente Rechtsdurchsetzung sei keine Beschneidung von Meinungsfreiheit, sondern Voraussetzung für Pluralismus. Im Mittelpunkt der Aktivitäten von Medienpolitik und -aufsicht müsse auch im Zeitalter digitaler Medienangebote die Frage stehen, was erforderlich sei, „damit Vielfalt ankommt und Meinungsfreiheit geschützt ist“.

Erfolgsgeschichte der dualen Medienordnung

Malu Dreyer, Ministerpräsidentin des Landes Rheinland-Pfalz, das die Rundfunkpolitik der Bundesländer koordiniert, sprach in einer Video-Grußbotschaft von einer „Erfolgsgeschichte der dualen Medienordnung“, die zur vielfältigsten Medienlandschaft in Europa geführt habe. Angesichts der aktuellen Transformationsprozesse sei Medienpolitik auch Demokratiep Politik, sagte die Ministerpräsidentin mit Blick auf Verschwörungsm ythen, Fake News und Hass im Internet. Deshalb müsse es das Ziel sein, Vielfalt zu schützen und Desinformation zu bekämpfen.

Im Gespräch mit Tagungsmoderator **Torben Klaus**, der beim Think Tank Agora Digitale Transformation den Bereich Digitale Öffentlichkeit leitet, erinnerte **Jürgen Doetz** an die großen Sorgen, die mit dem Start der Kabelpilotprojekte verbunden waren. Als Gründungsgeschäftsführer der Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk (PKS) hatte er am 1. Januar 1984 in einem Ludwigshafener Kellerstudio die ersten Zuschauer eines privatwirtschaftlichen deutschen TV-Programms begrüßt.

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

„Der Föderalismus zwang damals zu Kompromissen“, erklärte Jürgen Doetz und verwies auf die normative Kraft des Faktischen. Der schnelle Ausbau der Kabel- und Satellitentechnik hätten dazu geführt, dass der Einstieg ins duale Rundfunksystem forciert worden sei. So habe der Wettstreit der Bundesländer dafür gesorgt, dass seit 1990 ein flächendeckendes Angebot privatwirtschaftlicher Rundfunkprogramme bestehe. „Technik treibt Programm“, sagte der Pionier der privatrechtlich organisierten TV-Programmanbieter. Zwar sei die Frequenzknappheit heute überwunden, dennoch seien es noch immer technologische Impulse wie das Internet, welche die Medienentwicklung entscheidend prägten. „Die Regulierung von 1984 hatte wenig mit dem zu tun, was wir heute machen“, ergänzte Dr. Eva Flecken. Zwar gebe es immer noch technische Engpässe, etwa bei den UKW- und DAB-Ressourcen, aber aktuell ginge es vor allem darum, die Auffindbarkeit von gesellschaftlich relevanten Medienangeboten auf den verschiedenen Plattformen und Oberflächen zu gewährleisten. In gewisser Weise sei auch der Platz auf einem Bildschirm eine knappe Ressource. Neben der Sicherung von Transparenz und Diskriminierungsfreiheit ginge es den Medienanstalten vor allem um die angemessene Sichtbarkeit von Public Value-Angeboten.

Auf die Frage, ob in den 1980er-Jahren seine Forderung nach Vielfalt vor allem der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle gegolten habe, antwortete Jürgen Doetz, dass es anfangs vor allem um die Erschließung des neuen Marktes gegangen sei. Um dieses Ziel zu erreichen, sei auch die Etablierung z.B. von informativen TV-Regionalprogrammen in Kauf genommen worden, die die inhaltliche Vielfalt steigern sollten. Die normativen Funktionen, die Rundfunk in einer Demokratie erfülle, „wurden erst später klar“, zeigte sich der Medienmanager selbstkritisch.

Die ganze Bandbreite ist wichtig

In einer Diskussion darüber, welche Formate in durch Aufmerksamkeitsökonomie geprägten Medienwelten zur politischen Information und Aufklärung beitragen könnten, betonte **Martin Gradl**, das klassische Nachrichten- und Informationsangebot bleibe weiter wichtig. Deshalb, so erklärte der Geschäftsführer von RTL News, habe die Mediengruppe RTL ihr Nachrichten- und Informationsangebot ausgebaut. Wichtig sei, die Inhalte zielgruppenspezifisch aufzubereiten. Eine von den Landesmedienanstalten in Auftrag gegebene Onlinebefragung zu aktuellen Informationsportfolios der Generation Z zeigt, dass 62 Prozent der jüngeren Zielgruppe Nachrichten durch zufällige Kontakte wahrnehmen, meist vermittelt über Online-Intermediäre. 65 Prozent der Generation Z erklärten, zumindest gelegentlich Nachrichten zu vermeiden, während sich 58 Prozent „gute“ Nachrichten wünschten. Von den 14- bis 29-Jährigen gaben 25 Prozent an, am Vortag Social-Media-News von TV-Programmanbietern genutzt zu haben.

Die Journalistin und Autorin **Yasmine M'Barek** (Die Zeit), die Podcasts wie „Ehrlich jetzt?“ oder „Apokalypse & Filterkaffee“ moderiert, argumentierte, Politik lasse sich über Pop-Kultur „in die breite Masse“ transportieren. Während Online-Medien kurzfristig reagieren könnten, eigneten sich Printmedien besser zum „Deep Dive“. Medienmarken müssten eine Vielfalt von Kanälen und Formaten nutzen, um große Reichweiten zu erzielen. **Marco Maier**, Geschäftsführer der FFH Mediengruppe und stellvertretender VAUNET-Vorstandsvorsitzender, empfahl, für die Hörfunk-Branche könnten Podcasts und individualisierbare Inhalte das Kerngeschäft flankieren. „Die ganze Bandbreite ist heute wichtig“, zeigte sich Marco Maier überzeugt. Außerdem

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brem)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesmedienanstalt (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

müsse berücksichtigt werden, dass Menschen in Krisen nach etwas suchen, was Orientierung biete „und bei dem man sich wohlfühlt“.

Der Moderator, TV-Autor und Podcaster **Micky Beisenherz** plädierte für eine „emotionale Ansprechhaltung“, die beim Publikum trotz der Informationen über Multikrisen nicht zu Resignation führen dürfe. Im Social-Media-Bereich befänden sich Nachrichten-Angebote zwar in Konkurrenz zu Akteuren, „die auf journalistische Standards keinen Wert legen“. Diesen Sektor zu meiden, sei aber keine Lösung. Vielmehr gelte es, dort belastbare Informationen „durch unterhaltsame Personen“ zu verbreiten. Dazu sollten Medienbetriebe ihre „besten Leute“ einsetzen, um den Gegner zu „umarmen“. Erstkontakte via TikTok könnten eine wichtige Basis sein, um neue Publika zu erschließen, sprach sich auch Martin Gradl dagegen aus, umstrittene Online-Plattformen zu meiden. FFH-Geschäftsführer Marco Maier berichtete, Entertainment-Videos für TikTok trügen beispielsweise dazu bei, die Marke Planet Radio zu „stabilisieren“. Einig waren sich die Expertinnen und Experten in dem Punkt, dass zwar möglichst viele „Kanäle bespielt“ werden sollten, Journalistinnen und Journalisten aber nicht alle Mediengattungen zugleich bedienen müssten. Vielmehr benötige jeder Kommunikationskanal spezialisierte Fachleute.

Online-Plattformen bewirken Hypermediation

Der Medienwissenschaftler **Prof. Dr. Bernhard Pörksen** (Universität Tübingen) identifizierte in einem Impuls-Vortrag einige „tektonische Verschiebungen“ unseres Medienalltags und wies auf mehrere Paradoxien hin. Einerseits erlebten wir eine „gigantische Öffnung des kommunikativen Raums“, andererseits aber eine „Vermachtung“ zugunsten großer Internetkonzerne. Einerseits werde der „Meinungskorridor“ als immer enger wahrgenommen, andererseits würden sich die Grenzen des Sagbaren in sozialen Online-Netzwerken „verschieben“, wie die jüngste X-Entwicklung zeige. Einerseits sei wegen zunehmender Disintermediation vom Ende des Gatekeeper-Zeitalters die Rede, andererseits würden die Algorithmen der großen Online-Plattformen eine „Hyperintermediation“ bewirken. Alles in allem entstehe so durch „kollabierte Kontexte“ eine große Gereiztheit des Meinungsklimas, die bei vielen die Sehnsucht nach einem Rückzug aus öffentlichen Kommunikationsräumen und eine „diffuse Trauer“ bewirke. Angesichts eines Bedeutungsverlustes integrierender Institutionen und des Bedeutungsgewinns polarisierender Angebote forderte Prof. Dr. Bernhard Pörksen, dass die Regulierung die Informationsökologie schützen müsse. Außerdem seien andere Narrative und eine „andere Sprache“ erforderlich, die konkreter und weniger abstrakt sein müssten. Schließlich könnten Geschichten eine neue Möglichkeit „verbindender Lagerfeuer-Momente“ sein und könne eine „neue Erzählkunst“ Institutionen resilienter machen.

In der folgenden Diskussionsrunde loteten Programmverantwortliche im Gespräch mit Medienpolitik und Medienaufsicht Spielräume aus, um im digitalen Zeitalter normativen demokratischen Funktionen und ökonomischen Belangen gleichermaßen gerecht zu werden. Es gelte, Fiktionales und Informationen zu trennen. Dennoch aber könnten glaubwürdige populäre Persönlichkeiten aus dem Entertainment-Bereich Informationen wirkungsvoll einordnen, lautete der Vorschlag von **Henrik Pabst**, Managing Director und Chief Content Officer der Seven.One Entertainment Group. Der „Spagat zwischen Information und Unterhaltung“ sei machbar, sagte der ProSieben-Manager und verwies auf Beispiele wie die Arbeit von Joko Winterscheidt, Klaas Heufer-Umlauf, Thilo Mischke oder Jenke von Wilmsdorff. **Dr. Michael König**, der bei Amazon Europe für den Bereich Digital Media und Devices verantwortlich ist, urteilte

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesmedienanstalt (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

ähnlich. Menschen würden außerdem eine „gewisse Anleitung“ zur Orientierung benötigen.

Wolf Plesmann, Abteilungsleiter Bundes- und Europaangelegenheiten, Medienpolitik der Senatskanzlei Berlin, wünschte sich von Geschichten, die medial erzählt werden, dass sie neugierig machen und Perspektivwechsel erlauben. Besser als strenge Regulierung seien Programme, die vermitteln würden, wie sich Mediennutzerinnen und -nutzer besser informieren können. Auf den schmalen Grat zwischen Regulierung und Einschränkung der Meinungsfreiheit wies auch **Dr. Tobias Schmid** hin. Der DLM-Europabeauftragte und Direktor der Landesanstalt für Medien NRW konstatierte, es gebe nur eine „scheinbare Erweiterung“ der publizistischen Angebote. Auch die für den Bereich Kultur und Medien zuständige Sprecherin der CDU/CSU-Fraktion, **Dr. Christiane Schenderlein** zeigte sich besorgt angesichts der Frage, ob alle Bevölkerungsgruppen mit adäquaten Informationen erreicht würden und mediale Angebote angemessen bewerten könnten. Das europäische Regelungssystem von Digital Services Act und Medienfreiheitsgesetz stelle zwar schon sehr viel Regulierung sicher. Ob das ausreiche, sei aber die Frage. Dr. Tobias Schmid erwähnte in diesem Zusammenhang, dass die deutschen Landesmedienanstalten beispielsweise bei der Identifizierung von Rassismus und Antisemitismus im Internet viel aktiver seien als die Bundesbehörden zur Medienaufsicht in den europäischen Nachbarländern.

Medien- und Meinungsvielfalt bleiben im Fokus

Während der Amazon-Manager Dr. Michael König die sehr unterschiedlichen und komplizierten Regelungen in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten kritisierte, erwiderte Dr. Tobias Schmid, wer in einem Land Geschäfte machen wolle, müsse sich dort auch an die jeweiligen Gesetze halten. Journalismus und Informationen verstehe er als ein meritorisches Gut. Deshalb müssten Staat und Gesellschaft dafür einen Regulierungsrahmen schaffen. Die Landesanstalt für Medien NRW lasse mit einem Gutachten prüfen, ob zwischen den klassischen Medienhäusern und den Online-Plattformen ein Level Playing Field existiere. ProSieben-Geschäftsführer Henrik Pabst klagte in diesem Zusammenhang über eine zu strenge Rundfunk-Werberegulierung. Die CDU-Bundestagsabgeordnete Dr. Christiane Schenderlein pflichtete ihm bei. Die CDU-Fraktion sei gegen entsprechende Einschränkungen und stehe auf dem Standpunkt, dass alles, was legal zu kaufen sei, auch beworben werden dürfe.

Als abschließend Torben Klaus und Dr. Eva Flecken zentrale Ergebnisse des DLM-Symposiums zusammenfassten, wünschte sich der Tagungsmoderator „eine Erzählung für die Demokratie, die medial verfängt“. Und die DLM-Vorsitzende forderte vor allem dazu auf, Medien- sowie Meinungsvielfalt zu schützen und zu fördern. Entsprechende Gesetze und deren Rechtsdurchsetzung benötigten eine breite Akzeptanz.

Prof. Dr. Matthias Kurp

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesmedienanstalt (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

die medienanstalten
Gemeinsame Geschäftsstelle
Friedrichstraße 60
10117 Berlin

Weitere Informationen über *die medienanstalten* unter www.die-medienanstalten.de

Telefon: +49 (0)30 2064690-0

Mail: info@die-medienanstalten.de

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesmedienanstalt (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)