

## Beschluss

### Resolution

## Medienwelt im Umbruch: Rundfunk im digitalen Zeitalter – Grüne für mehr Qualität und Vielfalt

- 1 Wir Grüne setzen uns für eine vielfältige und pluralistische Mediengesellschaft ein und wollen
- 2 ein breites und qualitativ hochwertiges Angebot im Rundfunk garantieren.
- 3 Die Teilhabe aller Bürgerinnen und Bürger am gesellschaftlichen und politischen Leben ist auch
- 4 abhängig von unserer Medienlandschaft. Durch ihre Informations-, Meinungs- und
- 5 Willensbildungsfunktion liefern die Medien die Grundlage einer lebendigen freiheitlichen
- 6 Demokratie.
- 7 Die digitale Spaltung von heute muss gestoppt werden und darf nicht die soziale Spaltung von
- 8 morgen bedeuten. Bürgerinnen und Bürger müssen selbst festlegen können, inwieweit sie den
- 9 Medien Platz im alltäglichen Leben einräumen wollen und welche Angebote und Techniken sie
- 10 nutzen wollen.
- 11 Wir Grüne wollen daher die gesellschaftlichen Herausforderungen im Auge behalten. Unser Ziel
- 12 ist es, die Vielfalt der Medien zu sichern und ihre Unabhängigkeit zu gewährleisten.
- 13 Die digitale Revolution des 21. Jahrhunderts verändert unsere Gesellschaft ähnlich tief greifend
- 14 wie die industrielle Revolution des 19. Jahrhunderts. Im Zentrum dieser Revolution stehen die
- 15 Medien. Computer und Internet durchdringen unser Leben, unsere Art zu arbeiten und die
- 16 Gestaltung unserer Freizeit. Medien prägen die Gesellschaft von jeher, aber die große Zahl neuer
- 17 Angebote und Dienste führt dazu, dass die mediale Kommunikation die Gesellschaft sehr viel
- 18 stärker durchdringt und beeinflusst als in der Vergangenheit. Die digitalisierten Medien
- 19 beschleunigen unseren Alltag. Fast alle Inhalte können in kurzer Zeit nahezu unbegrenzt
- 20 vervielfältigt und weitergegeben werden. Ein gefilmtes Ereignis erscheint innerhalb kürzester
- 21 Zeit auf den unterschiedlichsten Plattformen. Die Masse an Informationen vergrößert sich
- 22 ständig. Es ergeben sich Chancen und neue Schwierigkeiten. Wir müssen lernen, in der Menge
- 23 der Informationen zu navigieren, um in der Datenflut nicht zu ertrinken und zu entscheiden,
- 24 was wichtig und was unwichtig ist.
- 25 Die fortschreitende Digitalisierung verstärkt den Trend zur individualisierten Kommunikation. Ob
- 26 Informations-, Dokumentations-, Sport- oder Astro-Kanäle – für fast jeden Geschmack und
- 27 Bedarf gibt es heute das entsprechende Angebot. Durch On-Demand-Dienste ist kein fester
- 28 Programmablauf mehr diktiert. Stattdessen können Sendungen zu beliebiger Zeit abgerufen
- 29 werden. Dieser Trend bringt ein Mehr an individuellen Freiheiten. Die technische Entwicklung
- 30 bietet neue Möglichkeiten für innovative Angebote und Produkte und ermöglicht es,
- 31 individuelle Informations- und Kommunikationsbedürfnisse zu befriedigen.
- 32 Doch neue Freiheiten können auch Gefahren mit sich bringen. So besteht die Sorge, dass der
- 33 gesellschaftliche Zusammenhalt verloren geht und Vereinzelung und Entfremdung von der
- 34 Wirklichkeit durch übermäßigen Medienkonsum verstärkt werden.
- 35 In der digitalen Welt hinterlassen alle Bürgerinnen und Bürger zwangsläufig Spuren, teilweise
- 36 bereitwillig und bedenkenlos, wie in zahlreichen Online-Communities. Ihre persönliche
- 37 Kommunikation im Netz wird transparent und für andere nachvollziehbar und kontrollierbar.
- 38 Daher geht es für uns um einen deutlicheren Schutz der persönlichen Daten im digitalen

39 Zeitalter. Hierzu hat das Bundesverfassungsgericht im Februar 2008 ein wegweisendes Urteil  
40 gefällt. Es hat ein neues Grundrecht auf "Gewährleistung der Vertraulichkeit und Integrität  
41 informationstechnischer Systeme" geschaffen, analog zum Grundrecht auf "informationelle  
42 Selbstbestimmung", welches aus dem Jahre 1983 stammt. Damit hat das  
43 Bundesverfassungsgericht die Computernutzung als Teil der verfassungsrechtlich geschützten  
44 Persönlichkeitssphäre definiert und das Grundgesetz dem Informationszeitalter angepasst.  
45 Wir GRÜNE begrüßen diese als "historisch" zu bezeichnende Entscheidung ausdrücklich.

46 In der digitalen Welt geht es nicht mehr nur um öffentlich-rechtliche oder private  
47 Rundfunkanbieter. Immer mehr Privatpersonen und -unternehmen bieten Informationen  
48 jeglicher Art aufbereitet an. Dabei wird auch das Handy immer stärker zum Trägermedium,  
49 immer mehr Netzbetreiber verbreiten Rundfunk. In der EU sollen Frequenzen im digitalen  
50 Zeitalter zu Handelsgut werden. Neue Anbieter verlangen eigene Frequenzen, um ihren  
51 Service drahtlos anzubieten. Rundfunkbetreiber und Telekommunikationsunternehmen  
52 konkurrieren um attraktive Frequenzspektren. Wir GRÜNE wollen die bewährten  
53 Mechanismen der Frequenzvergabe mit Privilegien für relevante meinungsbildende Dienste  
54 beibehalten.

55 In der Medienlandschaft verwischen immer mehr Grenzen, sowohl zwischen den einzelnen  
56 Medien als auch geografisch. Der Wandel wird jedem von uns im Alltag sichtbar. Die Geräte  
57 zur Mediennutzung sind zunehmend multifunktional. Das Handy dient zum Telefonieren,  
58 aber auch zum Radio hören und zum E-Mail-Abruf, das Handy-TV steht vor der Tür. Der  
59 Computer wird nicht nur zur Datenverarbeitung, sondern verstärkt auch zum Medienkonsum  
60 genutzt, sei es per Internetfernsehen oder über Videoplattformen. Inzwischen bieten auch  
61 Netzbetreiber Inhalte an. Und Finanzinvestoren entdecken die Medien als Anlageobjekte.

62 Wenn die Medienaufsicht diese Entwicklungen nicht nur beobachten, sondern gestalten soll,  
63 braucht sie entsprechende rechtliche Grundlagen.

64

## 65 **I. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – die Basis unseres dualen Rundfunksystems**

66 Für die Medienpolitik von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN kommt es darauf an, die  
67 grundgesetzlich verbürgte Freiheit der Medien zu wahren und gleichzeitig die Medien nicht  
68 aus der Verantwortung für die gesellschaftliche Entwicklung zu entlassen. Deswegen bleibt  
69 für BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch und gerade im  
70 digitalen Zeitalter ein unverzichtbarer Bestandteil unserer demokratischen Gesellschaft.

71 Die gesellschaftliche Bedeutung der Programme des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wird  
72 angesichts der unübersichtlichen Zahl von Medienangeboten größer anstatt geringer. Denn  
73 der öffentlich-rechtliche Programmauftrag besteht darin, unabhängige, umfassende und frei  
74 verfügbare Angebote zur Verfügung zu stellen - und zwar für die ganze Gesellschaft und für  
75 alle Altersgruppen.

76 Die privaten Rundfunkveranstalter können und wollen diese Anforderungen nicht erfüllen.  
77 Sie wurden zugelassen, weil ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk existiert, der Meinungsvielfalt  
78 und Pluralismus garantiert. Die zusätzlichen Übertragungswege ändern daran nichts. Der  
79 öffentlich-rechtliche Rundfunk muss die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, will er  
80 seinem grundgesetzlich verbürgtem Auftrag gerecht werden und alle Bürgerinnen und Bürger  
81 erreichen.

82 Dies gilt auch für den Auslandsrundfunk. Die Deutsche Welle spielt auf internationaler Ebene  
83 eine bedeutende Rolle. Sie gehört weltweit zu den wichtigsten unabhängigen  
84 Informationsmedien über Deutschland. Ihre Arbeit besonders im Bereich der Aus- und  
85 Fortbildung von ausländischen Journalistinnen und Journalisten ist ein wichtiger Beitrag zum  
86 Aufbau von demokratischen Strukturen in bestimmten Regionen. Daher gilt es, die  
87 Finanzierung der Deutschen Welle aus dem Bundeshaushalt zu sichern. Entsprechend der  
88 neuen Aufgaben durch das Internet wollen wir die Deutsche Welle, gerade als unabhängige  
89 Stimme in Krisenregionen, stärken.

90

## 91 **1. Qualität im öffentlich-rechtlichen Rundfunk**

92 Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat im Rahmen der Grundversorgung die demokratische  
93 und kulturelle Verantwortung, Programmangebote in den Bereichen Information, Bildung  
94 und Unterhaltung anzubieten. Diese Programme verbinden idealerweise Qualität und  
95 Akzeptanz – und müssen im Zweifelsfall Qualität vor Quote setzen. Weder dürfen sich ARD  
96 und ZDF dem privaten und kommerziellen Programm weiter angleichen, noch dürfen sie sich  
97 auf Nischen- und Minderheitenprogramme reduzieren lassen. Sie müssen regelmäßig  
98 überprüfen, ob das Angebot dem öffentlich-rechtlichen Programmauftrag entspricht.

99 Das Durchschnittsalter der Zuschauerinnen und Zuschauer von ARD und ZDF liegt bei über  
100 fünfzig Jahren. Öffentlich-rechtliche Programme müssen jedoch für alle Altersgruppen  
101 attraktiv sein und die Interessen von Minderheiten berücksichtigen. Es gehört zum öffentlich-  
102 rechtlichen Auftrag, zur Integration und Verständigung verschiedener gesellschaftlicher  
103 Gruppen beizutragen.

104 Die "Bestands- und Entwicklungsgarantie" des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist vom  
105 Bundesverfassungsgericht immer wieder betont worden. Für uns Grüne bedeutet diese  
106 Garantie: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss neue Übertragungswege und Formate  
107 nutzen. Konkret sprechen wir uns für ein Online-Angebot als "dritte Säule" neben Hörfunk  
108 und Fernsehen aus. Stellt sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk den Anforderungen der  
109 Digitalisierung nicht, wird er jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer nicht erreichen können.

110 Öffentlich-rechtliche Inhalte müssen der Öffentlichkeit so breit wie möglich zur Verfügung  
111 gestellt werden. Dem Internet kommt hierbei eine herausragende Bedeutung zu. Wir fordern  
112 den Aufbau von frei zugänglichen Archiven mit öffentlich-rechtlichen Inhalten, beispielsweise  
113 unter "Creative Commons"-Lizenzen. Solche Lizenzierungsmodelle ermöglichen es den  
114 öffentlich-rechtlichen Anstalten, ihre Inhalte zu schützen, sie aber gleichzeitig zur Einbindung  
115 auf nicht-kommerziellen Webseiten oder zur Nutzung im Unterricht zur Verfügung stellen zu  
116 können.

117 Die Nutzung freier Lizenzen fördert kulturelle und mediale Kreativität und Vielfalt und  
118 berücksichtigt stärker die Interessen der Nutzerinnen und Nutzer. Wir begrüßen, dass der  
119 öffentlich-rechtliche Rundfunk beginnt, sich für dieses kreative Lizenzierungsmodell zu  
120 öffnen. Dem Vorbild des NDR und SWR müssen weitere Landesrundfunkanstalten und  
121 Sender umgehend folgen.

122 Eine Debatte über den "Public Value" des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst für uns  
123 nicht nur den zwischen der EU-Kommission und Deutschland beschlossenen "Drei-Stufen-  
124 Test". Dieser prüft, ob neue Angebote zum Programmauftrag gehören und zum  
125 publizistischen Wettbewerb beitragen. Im Mittelpunkt eines Konsultationsprozesses zum

126 “Public Value” sollten die grundsätzlichen Fragen stehen, wie der öffentlich-rechtliche  
127 Rundfunk das Ziel erreichen kann, Öffentlichkeit herzustellen, und welchen Wert der  
128 öffentlich-rechtliche Rundfunk für unsere Gesellschaft hat.

129 Die Rundfunkanstalten sind dazu aufgefordert, einen Prozess in Gang zu setzen, der diese  
130 Fragen in einer gesamtgesellschaftlichen Debatte umsetzt. Im Ergebnis können wir uns eine  
131 Methode vorstellen, die sich am “Public-Value-Test” der britischen BBC orientiert. Dieses  
132 Verfahren ist jedoch unabhängig vom “Drei-Stufen-Test” für neue Angebote der öffentlich-  
133 rechtlichen Anstalten.

134 Im öffentlichen-rechtlichen Rundfunk hat Schleichwerbung auch künftig nichts zu suchen.  
135 Eine entsprechende Ankündigung der Intendanten von ARD und ZDF, auf Schleichwerbung  
136 zu verzichten, wird von uns begrüßt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss sich in der  
137 Werbeintensität auch weiterhin von der privaten Konkurrenz massiv unterscheiden. Dies  
138 bedeutet für uns:

- 139 • Unterbrecherwerbung nur in Ausnahmefällen
- 140 • keine Werbung in Kinderprogrammen analog zum Kinderkanal (KiKa)
- 141 • völliges Verbot von Sponsoring nach 20 Uhr außer bei Kultur- und Sportsendungen

142 Darüber hinaus erkennen BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN an, dass Werbung ein Teil der  
143 öffentlichen Kommunikation in der Mediengesellschaft ist. Davon soll der öffentlich-  
144 rechtliche Rundfunk nicht ausgeschlossen werden. Insbesondere Sportübertragungen, die für  
145 BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN ein Teil der Information und damit der Grundversorgung sind,  
146 wären bei einem völligen Werbeverbot für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nur noch für  
147 das Privatfernsehen finanzierbar.

148 Die neue EU-Fernsehrichtlinie wird Produktplatzierungen zulassen. In der Folge wird es  
149 zukünftig versteckte Werbung innerhalb von Filmen und Serien geben. Produktplatzierungen  
150 dominieren nicht nur das Bild, sondern auch die Handlung und untergraben die  
151 Glaubwürdigkeit der Sendungen. Wir setzen uns dafür ein, dass die öffentlich-rechtlichen  
152 Programme an einer eindeutigen Trennung von Werbung und Programm festhalten. ARD  
153 und ZDF müssen sich verpflichten, auch bei Eigen- und Auftragsproduktionen auf  
154 Produktplatzierungen zu verzichten. So genannte unentgeltliche (Produkt-)Beistellungen oder  
155 Produktionshilfen, wie das kostenlose Zurverfügungstellen von Fahrzeugen, spielen auch in  
156 öffentlich-rechtlichen Produktionen eine große Rolle. Diese müssen gegenüber den  
157 Zuschauerinnen und Zuschauern transparent und kenntlich gemacht werden.

158 Das Herzstück des öffentlich-rechtlichen Programms sind hoch qualifizierte Mitarbeiterinnen  
159 und Mitarbeiter. Eine intensive theoretische und praktische Ausbildung und eine niveauvolle  
160 Weiterbildung gehören zum öffentlich-rechtlichen Auftrag dazu. Befristete Verträge für  
161 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollten die Ausnahme und nicht die Regel sein, um  
162 langfristig auf gut ausgebildetes Personal zurückgreifen zu können. Dabei ist es wichtig, dass  
163 weiterhin spezifisch für einzelne Medienberufe ausgebildet wird. Der Trend zu  
164 Videojournalistinnen und -journalisten sowie trimedialen oder multimedialen Redaktionen  
165 darf nicht zu einer Verflachung des Ausbildungsniveaus führen.

166 Die innere Rundfunkfreiheit ist ein wichtiges Instrument, damit Redakteurinnen und  
167 Redakteure unabhängig agieren können. Wir plädieren für eine stärkere Verankerung von  
168 Redaktionsstatuten als Stärkung der inneren Rundfunkfreiheit. Redaktionelle Entscheidungen

169 müssen sich am öffentlich-rechtlichen Programmauftrag orientieren.

170 Freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestalten heute einen wachsenden Anteil der  
171 öffentlich-rechtlichen Programme. Ihre Arbeitsbedingungen und -verträge müssen ihrer  
172 Verantwortung entsprechend gestaltet werden.

173

## 174 **2. Zukunftsfähigkeit der Gremien sichern – Rundfunkräte stärken und professionalisieren**

175 Die gesellschaftliche Kontrolle der Rundfunkprogramme durch die Rundfunkräte oder den  
176 Fernsehrat ist ein Grundprinzip des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Rundfunkräte  
177 entscheiden über die Grundsätze des Programms und achten auf deren Einhaltung. Jenseits  
178 dieser Programmgrundsätze brauchen die Redaktionen die Freiheit, unabhängig von den  
179 Interventionen einzelner Rundfunkratsmitglieder diese Grundsätze in konkretes Programm  
180 umzusetzen.

181 Damit die Gremien ihren Aufgaben gerecht können, wollen wir sie stärken. Sie sollen  
182 schneller reagieren können und die Durchsetzungskraft erhalten, die ihnen auf dem Papier  
183 zusteht. Beispielsweise wurden den Gremien in der Vergangenheit nicht alle Verträge  
184 zwischen den öffentlich-rechtlichen Anstalten und Produktionsfirmen vorgelegt. Auch  
185 dadurch sind Moderatorinnen und Moderatoren Privilegien eingeräumt worden, die zu einem  
186 Ansehensverlust von ARD und ZDF geführt haben. Ebenso muss Schleichwerbung im  
187 Programm erkannt und verhindert werden.

188 Die Räte sollen zur Erfüllung ihrer Aufgaben berechtigt sein, wissenschaftliche Expertisen und  
189 Gutachten in Auftrag zu geben oder besondere Sachverständige hinzuzuziehen. Das schließt  
190 Auftragsforschung ein, die an externe Institute vergeben werden kann. Die Gremien können  
191 sich auf diesem Weg Fachwissen und Einschätzungen zu bestimmten Fragen einholen. Die  
192 Gremienmitglieder sollen zu diesem Zweck auf ein eigenständiges Budget zurückgreifen  
193 können.

194 Alle Rundfunkräte sollen zu Fragen des Programms öffentlich tagen, um Transparenz zu  
195 fördern – so wie es bereits von einigen Rundfunkgremien praktiziert wird (z.B. BR und RBB).  
196 Wir fordern, dass die Mitgliedschaft in den Rundfunk- und Verwaltungsräten sowie dem  
197 Fernsehrat für Vertreterinnen und Vertreter der Exekutive grundsätzlich nicht mehr möglich  
198 ist, um die Staatsferne des Rundfunks tatsächlich umzusetzen.

199 Den Mitgliedern aller Rundfunkgremien sollen Fortbildungsveranstaltungen zu  
200 journalistischen, technischen und datenschutzrelevanten Themen in den Rundfunkanstalten  
201 angeboten werden, wie das in einigen Rundfunkgremien bereits der Fall ist.

202 Die gesellschaftliche Kontrolle durch die Gremien kann nur funktionieren, wenn die  
203 gesellschaftliche Realität durch die Zusammensetzung der Rundfunkräte und im Fernsehrat  
204 abgebildet wird: In regelmäßigen Abständen müssen die Landesparlamente prüfen, ob die in  
205 den Gremien vertretenen Verbände und Institutionen tatsächlich das geforderte Kriterium der  
206 gesellschaftlichen Relevanz erfüllen. Bedauerlicherweise sind beispielsweise  
207 Dachorganisationen von Migrantinnen und Migranten in einigen Gremien auch heute noch  
208 nicht vertreten.

209

## 210 **3. Für eine vielfältige Produktionslandschaft – Transparenz bei Tochtergesellschaften**

211 **erhöhen**

212 Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist durch eine Vielzahl von Tochterfirmen und  
213 Beteiligungen an privatwirtschaftlich organisierten Unternehmen ein hochkomplexes Gebilde  
214 geworden, das sich der wirtschaftlichen Kontrolle der Gremien weitgehend entzieht. Wir  
215 verlangen deshalb, dass die Verträge der Tochterfirmen unter die Aufsicht der Gremien  
216 gestellt werden.

217 Um kleine, wirtschaftlich unabhängige und zur kulturellen Vielfalt beitragende Produzenten  
218 sowie ein innovatives Programm zu fördern, sollen unabhängige Produktionen verstärkt Teile  
219 des Programms liefern – so wie es die EU vorsieht. Beteiligungen an großen Studios sollten  
220 zugunsten von Aufträgen an unabhängige Produzenten nicht weiter ausgebaut werden.

221 Wir wollen eine vielfältige Produktionslandschaft fördern und den Produktionsmarkt  
222 möglichst offen, transparent und innovativ halten. Dazu wollen wir die von den einzelnen  
223 Sendergruppen unabhängigen Produzenten stärken. Damit die auch von Europa geforderte  
224 Zusammenarbeit der Sender mit von ihnen unabhängigen Produzenten ihren Sinn und Zweck  
225 erfüllt, brauchen wir Kriterien, die den Begriff des "unabhängigen Produzenten" klarer  
226 definieren. Wir orientieren uns an den Kriterien, die Bestandteil der Neufassung der  
227 europäischen Fernsehrichtlinie sind. Sie umfassen die Eigentumsverhältnisse an der  
228 Produktionsgesellschaft und den Umfang der an ein und denselben Fernsehveranstalter  
229 gelieferten Programme.

230 Um die Unabhängigkeit von Produzentinnen und Produzenten zu stärken, ist es wichtig, dass  
231 das Kriterium des Eigentums an der Sekundärrechtequote erfüllt ist. Dies sind Rechte, bei  
232 denen eine weitere Verwendung z.B. durch Bild- und Tonträger oder besondere  
233 Aufführungsrechte vorgesehen sind. Produzentinnen und Produzenten sind nur dann  
234 unabhängig, wenn sie selbst Verwertungsrechte über ihre Inhalte besitzen und nicht nur von  
235 Sendern, sondern auch von einzelnen Vertriebsplattformen unabhängig sind. Damit wird dem  
236 rechtlich ohnehin fraglichen Ausverkauf sämtlicher Rechte eines Produzenten vorgebeugt.  
237 Hierbei muss Regisseurinnen und Regisseuren sowie Drehbuchautorinnen und -autoren eine  
238 angemessene Vergütung gewährleistet werden.

239

240 **4. Gebührenmodell modernisieren**

241 Die Rundfunkgebühr für einzelne Geräte hält mit den neuen technischen Entwicklungen nicht  
242 Stand und sorgt für Verwirrung. Grundsätzlich sind Rundfunkgebühren nötig und richtig, um  
243 einen unabhängigen und funktionsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu garantieren.  
244 Die heutige Ausgestaltung der Gebühr trägt aber dazu bei, dass die Rundfunkgebühr in der  
245 Bevölkerung zunehmend an Akzeptanz verliert.

246 Deshalb wollen wir die Gebühr vereinfachen. Wir wollen weg von der gerätegebundenen  
247 Gebühr hin zu einer Mediengebühr. Nach unserem Modell zahlen die Haushalte keine höhere  
248 Gebühr als heute. Im Gegenteil: Es ist mit einer etwas geringeren monatlichen Gebühr zu  
249 rechnen. Das Modell ist aufkommensneutral. Das bedeutet, dass sich die Summe der  
250 Einnahmen nicht ändert, weil wir eine gesicherte Finanzierung des öffentlich-rechtlichen  
251 Rundfunks garantieren wollen.

252 Die "grüne" Mediengebühr wird pro Haushalt und in Unternehmen gestaffelt nach Größe  
253 und Branchenzugehörigkeit erhoben. Die Mediengebühr ist ein einheitlicher und

256 übersichtlicher Betrag und geht auf die Entwicklung der technischen Geräte ein: Denn nicht  
257 nur PCs mit Breitbandanschluss, sondern auch Handys sind zukünftig  
258 rundfunkempfangsfähig.

259 Bürgerinnen und Bürger mit sehr niedrigen Einkommen dürfen durch die Rundfunkgebühren  
260 nicht belastet werden. Wir fordern, dass die GEZ (Gebühreneinzugszentrale) umfassend von  
261 der Möglichkeit Gebrauch macht, in besonderen Härtefällen von der Gebührenpflicht zu  
262 befreien. Dies soll auch der Fall sein, wenn kein Behördenbescheid (BAföG, ALG o.ä.)  
263 vorgelegt werden kann, das verfügbare Einkommen oder die Rente aber unterhalb der  
264 Armutsgrenze liegen.

265 Mit der Mediengebühr sparen wir uns die ständig wiederkehrenden Diskussionen darüber, für  
266 welchen Typ von Gerät wie viel gezahlt werden soll – denn mit einer Gebühr sind dann alle  
267 Geräte in einem Haushalt erfasst. Für Privathaushalte fällt außerdem die Unsicherheit weg,  
268 was als Erst- und was als Zweitgerät gilt.

269 Unser Gebührenmodell ist einfacher, weil einzelne Geräte nicht mehr an- und abgemeldet  
270 werden müssen. Die Aufgaben der GEZ werden auf den Einzug der Gebühren beschränkt  
271 und die lästigen, zum Teil penetranten Schnüffelmethode ngedämmt. Datenschutz und  
272 Privatsphäre müssen bei der Erhebung der Rundfunkgebühren wieder groß geschrieben  
273 werden. Denn auch darunter leidet die Akzeptanz der Gebühr ganz massiv. Mit der  
274 Mediengebühr können Bürokratiekosten deutlich gesenkt werden. Das wichtige Gebot der  
275 Staatsferne bleibt bestehen.

276 Um die Höhe der Rundfunkgebühr festzulegen, gibt es in Deutschland die KEF (Kommission  
277 zur Ermittlung des Finanzbedarfs der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten). Diese  
278 Kommission ist unabhängig von den Rundfunkanstalten und der Politik. Das Verfahren der  
279 KEF hat sich bewährt. Das Urteil des Bundesverfassungsgerichtes vom September 2007 hat  
280 dies betätigt und die Staatsferne der Gebührenermittlung ausdrücklich betont. Die  
281 Einbindung der KEF soll und muss beibehalten werden, um die Unabhängigkeit und die  
282 Staatsferne zu gewährleisten.

283 Um den Finanzbedarf der Rundfunkanstalten anzupassen, halten wir ein Indexmodell für  
284 angemessen. Das Bundesverfassungsgericht hat hierzu grünes Licht gegeben. Die  
285 unabhängige KEF soll dabei Bestand haben, um eine flexible Anpassung an neue Aufgaben  
286 zu gewährleisten oder eine Verringerung der Gebühr (weil beispielsweise technische Geräte  
287 zunehmend günstiger werden) zu garantieren. Wir fordern außerdem, dass die Ausfälle der  
288 Länder mit niedrigeren Einnahmen aus Gebührengeldern kompensiert werden. Dazu muss ein  
289 gerechtes Ausgleichsmodell geschaffen werden.

290

## 291 **II. Privater Rundfunk und neue Mächte in der digitalen Medienwelt**

### 292 **1. Verbraucherrechte in der digitalen Welt stärken**

293 Die Digitalisierung hat uns eine neue Medienwelt erschlossen. Die Vorteile des digitalen  
294 Rundfunks bringen aber auch Gefahren für den Verbraucherschutz mit sich.

295 Die zunehmende Digitalisierung erleichtert die Verschlüsselung von Programmen und damit  
296 die Verbreitung von Bezahlfernsehen. Die Grundverschlüsselung als Erlösmodell von bisher  
297 frei empfangbaren Privatsendern wird uns künftig immer stärker betreffen. Kundinnen und  
298 Kunden von Satellitenprogrammen müssen damit rechnen, immer häufiger Freischaltungen

299 für einzelne Sender zu bezahlen, was sich in bestimmten Spartenbereichen nicht vermeiden  
300 lässt. Wir Grüne fordern, dass Verbraucherinnen und Verbraucher private, werbefinanzierte  
301 Vollprogramme auch künftig unverschlüsselt empfangen können. Ansonsten ist das im  
302 Rundfunkstaatsvertrag für den Privatrundfunk garantierte Prinzip der Vielfältigkeit und des  
303 ungehinderten Programmzugangs bedroht.

304 Wir fordern eine stärkere Kontrolle und Zertifizierung durch die Landesmedienanstalten bzw.  
305 zukünftig die ZAK (Kommission für Zulassung und Aufsicht), von durch  
306 ZuschauerInnenanrufe finanzierten, so genannten Call-In-Sendungen (z.B. Astro-TV und 9-  
307 Live), um für die ZuschauerInnen eine größtmögliche Transparenz zu gewährleisten. Die ZAK  
308 soll durch eine gesetzliche "Ermächtigungsgrundlage" Sanktionen im Fall des Verstoßes  
309 gegen die Regeln für TV-Gewinnspiele (Call-In-TV) verhängen dürfen.

310

311 Die Sicherung dieses Prinzips und die Kontrolle der Privatsender ist eine der zentralen  
312 Aufgaben der Landesmedienanstalten. Stärker als bisher müssen sie sich gemeinsam mit den  
313 Datenschutzbehörden für die Belange der Verbraucherinnen und Verbraucher einsetzen. Hier  
314 droht durch immer modernere Decoder und SmartCards die Gefahr, dass Plattformanbieter  
315 oder Programmveranstalter sensible Daten über das Konsumverhalten der Nutzerinnen und  
316 Nutzer erhalten und diese sogar an Dritte veräußern.

317 Die Sicherung des freien Zugangs zu digitalen Plattformen und ihren  
318 Zugangskontrollsystemen zu angemessenen, datenschutzrechtlich unbedenklichen und  
319 diskriminierungsfreien Bedingungen wird deshalb zur Grundlage wirksamer Vorkehrungen  
320 gegen neue Formen der Medienkonzentration. Dafür sind konkrete gesetzliche Maßnahmen  
321 – wie Must-Carry-Regelungen, Zugangsmöglichkeiten zu Netzinfrastrukturen und  
322 Kontrahierungszwänge für Übertragungswege – notwendig.

323

## 324 **2. Die neuen Mächte: Plattformen und integrierte Telekommunikations- und** 325 **Rundfunkunternehmen**

326 Die Medienpolitik steht durch die Digitalisierung vor ganz neuen Herausforderungen. Sie  
327 muss die Vielfalt der Anbieter, Übertragungsmöglichkeiten, Programme und Formate  
328 gestalten.

329 So werden Plattformbetreiber heute immer wichtiger. Sie bündeln und vermarkten die  
330 Angebote verschiedenster Anbieter und bestimmen über Zugang und Struktur ihres  
331 Programmbouquets. Plattformbetreiber werden zunehmend selbst zu Inhalteanbietern und  
332 -vermarktern.

333 Mitunter üben sie über die Vertragsgestaltung Einfluss auf die eingespeisten Inhalte aus. Das  
334 so genannte "Paketeschnüren", d.h. eine Bündelung von Diensten zu Programmpaketen, wie  
335 es beispielsweise Kabel Deutschland im Kabelnetz oder die Deutsche Telekom mit ihrem  
336 VDSL-Netz betreiben, ist keine reine Bündelung von unabhängigen Angeboten. Stattdessen  
337 kann die Ausgestaltung bestimmter Pakete zu Monopolstellungen bei einzelnen  
338 Senderechten oder gar zum vollständigen Konkurrenzausschluss bei Exklusivereignissen  
339 führen. Der Gesetzgeber muss verhindern, dass Verbraucherinnen und Verbrauchern der  
340 Zugriff auf wichtige Inhalte von vornherein verwehrt wird. Unser Ziel ist es, den  
341 diskriminierungsfreien Zugang vor allem von öffentlich-rechtlichen, regionalen und nicht-  
342 kommerziellen Programmen auf Plattformen zu gewährleisten.

343 Im Rundfunkstaatsvertrag existieren Vorschriften, die einen möglichen Machtmissbrauch  
344 durch Plattformanbieter eingrenzen sollen. Diese Vorkehrungen halten wir für wichtig und  
345 richtig, aber längst nicht ausreichend. Beispielsweise müssen Entgelte und Tarife für die  
346 Nutzung der Plattformen offen gelegt und so ausgestaltet sein, dass auch lokale und  
347 regionale Angebote zu angemessenen und chancengleichen Bedingungen verbreitet werden  
348 können. Ebenso fordern wir die effektive Anwendung des Kurzberichterstattungsrechtes.

349 Die Infrastruktur und die darüber verbreiteten Inhalte müssen grundsätzlich voneinander  
350 getrennt bleiben. Deshalb ist es notwendig, Plattformbetreiber vollständig von  
351 Programmanbietern zu trennen. Denn eine einmal erreichte Monopolstellung im Pay-TV, wie  
352 jene von Premiere, ist kaum wieder aufzubrechen. Besonders gefährlich ist es, wenn  
353 Infrastrukturanbieter an Plattformbetreibern beteiligt sind. Gleiches gilt für Konstellationen,  
354 bei denen Rechteinhaber gleichzeitig als Produzent und Vermarkter von Inhalten agieren –  
355 wie dies die Deutsche Fußball Liga (DFL) mit der Bundesligaberichterstattung plant.

356

### 357 **3. Qualitätskriterien für den privaten Rundfunk**

358 Im Rundfunkstaatsvertrag wird zwischen Voll-, Sparten- und Fensterprogrammen  
359 unterschieden. In einem Vollprogramm bilden Informationen, Bildung, Beratung und  
360 Unterhaltung einen wesentlichen Teil des Gesamtprogramms.

361 Die umfassenden Anforderungen an private Vollprogramme müssen im digitalen Zeitalter  
362 beibehalten und fortgeschrieben werden. Die Erfüllung dieser qualitativen und quantitativen  
363 Auflagen sollte bestimmte Privilegien für private Vollprogramme nach sich ziehen, wie  
364 verbindliche Belegungsvorschriften für Netzbetreiber.

365 Wir begrüßen die im Rundfunkstaatsvertrag verankerten Belegungsvorschriften für den  
366 Must-Carry-Bereich – insbesondere jene für Regionalfenster und lokal-regional orientierte  
367 Angebote bei privaten Vollprogrammen. Darüber hinaus muss die entsprechende  
368 Infrastruktur durch ortsnah angelegte Netzstrukturen von den Plattformbetreibern zur  
369 Verfügung gestellt werden. Das gilt auch für den Mobilbereich. Übertragungspflichten sollten  
370 grundsätzlich technologie-neutral für alle Arten von Netzen gelten. Entsprechende  
371 Ausnahmetatbestände im Rundfunkstaatsvertrag sind nach momentanem Stand der Technik  
372 und Geräteverbreitung alles andere als verbraucherfreundlich und meinungspluralistisch.

373 Auch dem Privatrundfunk ist durch das Bundesverfassungsgericht eine gewisse Vielfalt des  
374 Programms vorgeschrieben. Die Standards einzelner privater Programme dürfen trotz eines  
375 immer größeren Programmangebots gewisse Grenzen nicht unterschreiten. Die Kontrolle der  
376 Lizenzvorgaben bleibt im digitalen Zeitalter eine wichtige Aufgabe der Medienaufsicht.  
377 Qualitätsstandards und ein klar definierter Verbraucher- und Jugendschutz müssen unbedingt  
378 gewährleistet werden.

379

### 380 **4. Vielfalt sichern – Medienkonzentration verhindern**

381 Wir wollen Medienkonzentration verhindern und Vielfalt auch in den privaten Medien  
382 schaffen und sichern. Die Medienpolitik muss deshalb Werkzeuge zur Verfügung haben, um  
383 ein breites und vielfältiges Fernseh-, Hörfunk- und Internetangebot auch zukünftig zu  
384 ermöglichen.

385 Kartellrechtliche Regelungen alleine reichen nicht aus. Das Kartellamt bewertet die  
386 ökonomischen Fakten eines Zusammenschlusses (Marktmacht), hat aber die entstehende  
387 Meinungsmacht nicht im Blick. Wir wollen die KEK (Kommission zur Ermittlung der  
388 Konzentration im Medienbereich), die dieses Kriterium abwägt, als Institution stärken. Die  
389 Entscheidung der KEK bei Fusionen (wie 2005 bei Springer/ProSiebenSat.1) muss verbindlich  
390 sein. Vielfaltsfragen dürfen nicht durch Standortentscheidungen der Direktorinnen und  
391 Direktoren der Landesmedienanstalten konterkariert werden. Diese Gefahr aber geht gerade  
392 von der von den Ministerpräsidenten geplanten Umstrukturierung der KEK aus. Noch ist die  
393 KEK in die Struktur der Landesmedienanstalten eingebunden. Um ihre Unabhängigkeit  
394 umfassend zu gewährleisten, sollte sie eigenständig gestellt werden. Aus Gründen der  
395 Staatsferne sollen die KEK-Mitglieder künftig nicht mehr von den Ministerpräsidenten  
396 bestellt, sondern von den Länderparlamenten für sechs Jahre gewählt werden.

397 Die künftige Verbreitung von Inhalten über Breitbandnetze eröffnet den Akteuren der  
398 Medienbranche völlig neue Handlungsoptionen. Inhalte können viel leichter als bisher über  
399 verschiedenste Angebotsplattformen crossmedial verwertet werden. Die Verflechtungen  
400 zwischen der Produktions- und Distributionsebene von Medienprodukten werden immer  
401 intensiver. Auf Entwicklungen wie den Markteintritt der großen Telekommunikationsanbieter  
402 in den Rundfunkbereich oder die wachsende Macht von Suchmaschinen muss die  
403 Medienkontrolle – insbesondere auch das medienspezifische Kartellrecht – vorbereitet sein.

404 Die crossmediale Medienkonzentration stellt die KEK vor neue Aufgaben. Um  
405 Meinungsmacht auch in Zukunft effektiv zu verhindern, muss die Wissenschaft eine Methode  
406 entwickeln, um den Meinungseinfluss adäquat zu messen und dabei alle relevanten Medien  
407 anhand einer einheitlichen Methode berücksichtigen. Die Berechnungsverfahren dieser  
408 Modelle müssen justiziabel sein. Hier gibt es bereits erste Vorschläge aus der Wissenschaft.  
409 Denkbar wäre, dass bei einer medienübergreifenden Prüfung ein "Maluspunktesystem"  
410 eingeführt wird: Die Unternehmen erhalten für Aktivitäten in bestimmten medienrelevanten  
411 Bereichen Punkte, die eine festgelegte Zahl nicht überschreiten dürfen. Eine Gewichtung der  
412 Punkte müsste von der KEK vorgenommen werden. Dadurch werden klare  
413 Rahmenbedingungen geschaffen. So erhalten wir die Medienvielfalt und schaffen  
414 Planungssicherheit für die Anbieter.

415 Das Kartellamt bewilligt oder untersagt Zusammenschlüsse im Medienbereich, indem die  
416 marktbeherrschende Stellung ermittelt wird. Wir fordern, die vor- und nachgelagerten Märkte  
417 in die Bewertungen des Kartellamts einzubeziehen. Anbieter gewinnen über eine Beteiligung  
418 an Unternehmen für die Weiterverbreitung (Kabel, Satellit) zusätzlichen Meinungseinfluss. Bei  
419 der Fusionskontrolle müssen die crossmedialen Effekte stärker beachtet werden anstatt nur  
420 einzelne Teilmärkte.

421 Wir sprechen uns für die Abschaffung der Ministererlaubnis aus. Fusionsentscheidungen  
422 werden sonst zu Ministerentscheidungen, die die Entscheidungsgewalt des Kartellamts  
423 aushebeln. Diesen politischen Einfluss auf Fusionen wollen wir beschränken.

424

## 425 **5. Moderne Aufsichts- und Kontrollstrukturen**

426 Die bisherige Zulassung und Kontrolle bundesweiter Rundfunkprogramme und -veranstalter  
427 durch jeweils ein Bundesland ist mittlerweile anachronistisch. Die Einrichtung einer  
428 Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) die zukünftig für private, bundesweit

429 empfangbare Rundfunkveranstalter und Plattformanbieter zuständig sein soll, ist ein längst  
430 überfälliger Schritt, der grundsätzlich das richtige Ziel verfolgt. Nun muss sich zeigen, ob  
431 diese Reform die Schwächen des bisherigen föderalen Aufsichtssystems für bundesweite  
432 Angelegenheiten überwindet. Bewährt sich diese Reform nicht, fordern wir Grüne die  
433 Errichtung einer gemeinsamen Medienanstalt der Länder. Diese gemeinsame Medienanstalt  
434 der Länder würde dann ein Aufsichtsgremium nach dem Vorbild des Hörfunkrates beim  
435 Deutschlandradio, bei dem die Vertreterinnen und Vertreter der gesellschaftlichen Gruppen  
436 jeweils aus unterschiedlichen Bundesländern benannt werden, erhalten. Die Exekutive dürfte  
437 nach unseren Vorstellungen keine Vertreter in dieses Gremium entsenden. Die bisherigen  
438 Zuständigkeiten der einzelnen Landesmedienanstalten – Lizenzierung und Beaufsichtigung  
439 des privaten Rundfunks, Förderung Offener Kanäle und Freier Radios, Unterstützung von  
440 Projekten zur Medienkompetenz, Forschungsarbeit und Jugendmedienschutz (über die  
441 Kommission für Jugendmedienschutz, KJM) – blieben vollumfänglich erhalten. Gleiches  
442 würde für die in den entsprechenden gesetzlichen Grundlagen (Landesmediengesetze,  
443 Rundfunkstaatsverträge) festgeschriebenen Zuständigkeiten der Länder gelten.

444

#### 445 **6. Bundesweiten Medien- und Kommunikationsrat einrichten**

446 Die Entwicklung der Medienlandschaft zu einer bundesweiten bzw. sogar europäischen  
447 Medienlandschaft erfordert es, die Kompetenzen zu bündeln. Nach unseren Vorstellungen  
448 sollte die Koordination der Medienzuständigkeiten auf Bundesebene (im Wesentlichen die der  
449 Regulierungsbehörde) mit denen der Länder (im Wesentlichen die der Staatskanzleien,  
450 Parlamente und Landesmedienanstalten) durch einen Medien- und Kommunikationsrat  
451 miteinander verzahnt werden.

452 Bund und Länder bilden dabei eine gemeinsame Institution aus Vertreterinnen und Vertretern  
453 der Gemeinsamen Landesmedienanstalt der Länder und den für den Bereich Information und  
454 Kommunikation zuständigen Bundesbehörden. Der Medien- und Kommunikationsrat soll  
455 bereits bestehende Institutionen integrieren, nicht aber ersetzen.

456 Seine grundsätzliche Funktion besteht in der Koordinierung politischer Planungs- und  
457 Gesetzgebungsprozesse sowie in der Abstimmung und Harmonisierung von administrativen  
458 Verfahrensabläufen und Entscheidungen. Ein Medien- und Kommunikationsrat soll eine  
459 Plattform für einen übergreifenden gesellschaftlichen Diskurs und für wissenschaftliche  
460 Politikberatung sein.

- 461 • Ein pluralistisch aus Bund und Ländern zusammengesetzter Medien- und  
462 Kommunikationsrat sollte die medienpolitische Interessensvertretung Deutschlands  
463 gegenüber der EU wahrnehmen. Wir stellen uns einen Rat vor, der sich im Wesentlichen  
464 aus drei Ebenen zusammensetzt:
- 465 • Eine breit aufgestellte Ebene der gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Beratung unter  
466 Einbeziehung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und gesellschaftlichen  
467 Gruppen. Auch die Vergabe von Gütesiegeln für Medien könnte im Rahmen dieser Ebene  
468 erfolgen.
- 469 • Eine administrative Ebene, die aus zwei unterschiedlichen Kammern bestehen soll: In einer  
470 dieser Kammern könnte die KEK (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im  
471 Medienbereich) mit ihren Aufgaben und Zuständigkeiten aufgehen. In der anderen sollte  
472 unter Einbeziehung unterschiedlicher medienpolitischer Institutionen (Bundesnetzagentur,

473 Kartellamt, Monopolkommission) eine Koordination und Abstimmung von administrativen  
474 Verfahrensabläufen erfolgen.

475 Die dritte Ebene soll die Koordination politischer Planungs- und Gesetzgebungsprozesse  
476 erleichtern. Diese politische Ebene sollte sich paritätisch aus Vertreterinnen und Vertretern der  
477 Exekutive und Legislative von Bund und Ländern zusammensetzen. Angestrebt wird eine  
478 Einbeziehung der Rundfunkreferentinnen und -referenten der Länder und Leiterinnen und  
479 Leiter der Staatskanzleien.

480 Die Einbeziehung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in solche Strukturen darf grundsätzlich  
481 kein Tabu darstellen, muss aber im Einklang mit der Selbstverwaltung erfolgen. Es muss  
482 sichergestellt sein, dass diese gemeinsame Koordinierung lediglich Bereiche betrifft, die die  
483 besondere Stellung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht gefährden und bei denen nur  
484 Standards betroffen sind, die gleichermaßen für den privaten und öffentlich-rechtlichen  
485 Rundfunk gelten, also z.B. beim Datenschutz- oder Kinder- und Jugendmedienschutz. Die  
486 Unabhängigkeit der KEF steht außer Frage.

487

## 488 **7. Transparenz und Kontrolle von Finanzinvestoren**

489 Die sensible Medienwirtschaft mit ihrer großen publizistischen Macht rückt immer stärker in  
490 den Fokus internationaler Finanzinvestoren. Der spektakulärste Fall in jüngster Zeit war die  
491 Übernahme von ProSiebenSat.1 durch international agierende Medienfonds. Aber auch die  
492 Pay-TV-Plattform Premiere, der Infrastrukturanbieter und Vermarkter Kabel Deutschland, die  
493 Wissenschaftsverlage Bertelsmann Science und Springer oder auch die Berliner  
494 Zeitungsholding sind im Besitz von Investment- oder Beteiligungsgesellschaften.

495 Diese Übernahmen haben Ängste verursacht. Befürchtet wurden ein Sinken der  
496 publizistischen Qualität, die Zunahme von Medienkonzentration und eine Verschlechterung  
497 von Arbeitsbedingungen in den Redaktionen.

498 Medienfremde Investoren und ihre ambitionierten wirtschaftlichen Ziele üben starken Druck  
499 auf die Redaktionen aus. Die Programmqualität aber darf nicht leiden, weil Eigentümer ihre  
500 Renditeziele erreichen wollen. Qualität müssen auch Privatsender bieten. Eine regelmäßige  
501 Überprüfung der Rundfunklizenzen wird daher notwendig sein. Für die Vollprogramme  
502 sollten die Kriterien verschärft werden.

503 Durch Gesetze und externe Kontrollorgane allein ist Qualität aber schwer durchzusetzen. Wir  
504 wollen Qualität im Programm vor allem durch eine gestärkte Verantwortung der Redaktionen  
505 erreichen. Das bedeutet die interne Umsetzung von definierten Qualitätskriterien und die  
506 Etablierung von Qualitätssiegeln. Redaktionsstatute müssen flächendeckend eingeführt  
507 werden, um die Unabhängigkeit der Redaktionen zu stärken. Wir halten außerdem die  
508 Bereitstellung von Ombudsmännern bzw. -frauen und eine medienübergreifende Erweiterung  
509 des Pressekodex' für richtig.

510 Das Engagement von Private-Equity-Unternehmen oder anderen Finanzinvestoren hatte auf  
511 die Medienkonzentration bisher keine großen Auswirkungen. Die wird über Beteiligungen  
512 informiert und ihr ist bekannt, wer hinter den Investoren besteht, sobald eine Fünf-Prozent-  
513 Schwelle erreicht ist. Somit ist auch die zweite Beteiligungsebene erfasst. Leider darf die KEK  
514 diese Informationen bisher nicht veröffentlichen. Für uns steht Transparenz an erster Stelle.  
515 Wir fordern, der KEK die entsprechenden Rechten einzuräumen und die Offenlegung der

516 Daten dem Schutz von Geschäftsgeheimnissen vorzuziehen.

517 Qualitätssicherung durch interne Aufsicht und ein hohes Maß an Transparenz durch eine  
518 Offenlegung der Besitzverhältnisse bei der KEK sind entscheidende Maßnahmen, um  
519 publizistische Qualität auch in Zukunft zu gewährleisten.

520 Eine strikte Trennung von Staat und Medien halten wir bei einem Investment in Form von  
521 Staatsfonds und Staatsunternehmen für dringend notwendig. Keinesfalls darf es staatlich  
522 kontrollierte Sender geben. Diese Grundregel muss auch in Zukunft erhalten bleiben und bei  
523 neuen Formen des Investments gelten. Hier sprechen wir uns für europaweit verbindliche  
524 Vorgaben aus.

525

## 526 **8. Sicherung des audiovisuellen Erbes**

527 Im Vergleich zu anderen europäischen Staaten gibt es in der Bundesrepublik keine  
528 systematische Sicherung des audiovisuellen Erbes. Zwar gibt es seit einiger Zeit mit der  
529 konzeptionellen Ausweitung des Filmmuseums in Berlin auch eine teilweise Archivierung von  
530 Fernsehsendungen. Dort können aber nur exemplarische Ereignisse der Fernsehgeschichte  
531 präsentiert werden.

532 Schätzungen gehen davon aus, dass 90 Prozent des audiovisuellen Kulturgutes aus der Zeit  
533 von vor 1950 nicht mehr verfügbar sind. Hier ist ein großer kultur- und medienpolitischer  
534 Kraftakt nötig, in dem Bund und Länder gemeinsam mit den öffentlich-rechtlichen und  
535 privaten Rundfunksendern eine physische Sicherung des audiovisuellen Materials der  
536 Fernsehsender herbeiführen. Langfristig ist es unser Ziel, unter Wahrung der rechtlichen  
537 Vorgaben diesen in Fernsehdokumenten festgehaltenen Teil der Geschichte öffentlich zu  
538 präsentieren. Für die Zukunft braucht es klare Regelungen zwischen den Anstalten, welche  
539 Teile des Programms dauerhaft archiviert werden. Das muss nicht an einem Ort stattfinden,  
540 aber koordiniert werden. Hierzu müssen sich vor allem die Archive der öffentlich-rechtlichen  
541 Anstalten öffnen und für Transparenz ihrer Bestände sorgen.

542

## 543 **9. Jugendmedienschutz gewährleisten**

544 Die bisherigen Regelungen für altersbeschränkte Inhalte, die früher erst in den Abend- oder  
545 Nachtstunden ausgestrahlt werden durften, funktionieren im "zeitlosen" Internet nicht mehr.  
546 Hinzu kommt: Nationale Verbote sind im Netz so gut wie wirkungslos. Was in Deutschland  
547 nicht erlaubt ist, kann auf ausländischen Seiten und Sendern oft problemlos veröffentlicht  
548 werden.

549 Neue Freiheiten beim Medienkonsum dürfen nicht zu Lasten des Jugendschutzes gehen. Das  
550 Internet ist kein rechtsfreier Raum. Wer hier Inhalte anbietet oder die Plattformen dafür zur  
551 Verfügung stellt, muss auch die geltenden Bestimmungen des Jugendschutzes und  
552 Strafrechtes einhalten. Sowohl öffentlich-rechtliche als auch private Rundfunkanbieter  
553 müssen im Internet die gleichen Jugendschutzanforderungen erfüllen wie auf ihren  
554 "klassischen" Verbreitungswegen. Betreiber von Plattformen mit "user generated content",  
555 wie z.B. StudiVZ oder YouTube, müssen die größtmögliche Sicherheit der eingestellten Inhalte  
556 garantieren. Das heißt, sie müssen alle ihnen zumutbaren Möglichkeiten zum Schutz vor  
557 ungewünschten Inhalten ausschöpfen. Dazu soll das "notice-and-take-down" Verfahren  
558 angewendet werden. Inhalte müssen demnach grundsätzlich von Plattformen entfernt

559 werden, wenn eine Abmahnung unter Hinweis auf ernst zu nehmende Möglichkeiten der  
560 Rechtsverletzung erfolgt ist.

561 Wir sprechen uns für eine strenge Reglementierung personalisierter Werbung von Online-  
562 Angeboten mit "user generated content" aus. Wir fordern, dass personalisierte Werbung nur  
563 dann zugesendet werden darf, wenn es von den Nutzerinnen und Nutzern ausdrücklich  
564 erlaubt ist. Die Anmeldung in Netzwerken soll so gestaltet sein, dass die Nutzerinnen und  
565 Nutzer personalisierter Werbung aktiv zuzustimmen haben, anstatt sie ablehnen zu müssen  
566 ("opt-in" statt "opt-out").

567 Die Durchsetzung des Jugendmedienschutzes scheitert oft an den unklaren Zuständigkeiten.  
568 Dies wird besonders bei Internetangeboten deutlich: Hier haben sowohl die Kommission für  
569 Jugendmedienschutz (KJM), jugendschutz.net, die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-  
570 Diensteanbieter (FSM), in besonderen Fällen auch noch die Bundesprüfstelle für  
571 jugendgefährdende Medien (BPjM) mitzureden. Diese Vielzahl hemmt die  
572 Handlungsfähigkeit. Hier sind klarere Kompetenzen notwendig.

573 Der Gesetzgeber muss deutlich definieren, welche Angebote als Telemedien und welche als  
574 Rundfunk gelten. Es muss klar sein, wer bei Telemedien-Angeboten wie Foren oder  
575 Plattformen mit "user generated content" für die Inhalte verantwortlich ist. Da das Internet  
576 nicht an Landesgrenzen halt macht, braucht es letztlich multi-nationale Vereinbarungen für  
577 den Jugendmedienschutz. Die Europäische Union muss hier Vorreiter sein und zumindest im  
578 europäischen Rahmen für homogene Regelungen sorgen – wie sie es bereits ansatzweise  
579 über die Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste getan hat.

580 Wichtiger Pfeiler eines funktionierenden Jugendmedienschutzes bleibt der Besitz von  
581 Medienkompetenz. Vor dem Hintergrund zunehmender Medienvielfalt können gesetzliche  
582 Regelungen den kritischen Umgang mit Medien nicht ersetzen. Daher müssen die  
583 Nutzerinnen und Nutzer in die Lage versetzt werden, sich selbst im Medienangebot  
584 zurechtzufinden.

585 Die Landesmedienanstalten sind aufgefordert, die Vermittlung von Medienkompetenz zu  
586 verstärken. Die Landesgesetzgeber müssen die Existenz von Bürgermedien, die einen großen  
587 Beitrag zur Vermittlung von Medienkompetenz leisten, für die Zukunft sicherstellen. Wir  
588 unterstützen die Empfehlungen der Enquete-Kommission "Kultur in Deutschland" und  
589 fordern von den Ländern, Mediennutzung und Medienkompetenz als Erziehungs- und  
590 Bildungsauftrag zu verstehen. Die Länder sollen für die Vermittlung von Medienkompetenz  
591 bundesweite Bildungsstandards entwickeln.

592

## 593 **10. Chancen für regionale und lokale Angebote eröffnen**

594 Durch die wachsende Anzahl bundesweiter oder international ausgerichteter  
595 Programmformate kommt lokalen und regionalen Angeboten künftig eine noch wichtigere  
596 Rolle in unserem Mediensystem zu als bisher. Sie stehen der Lebenswelt der Bevölkerung am  
597 nächsten und schaffen Identifikation und Teilnahme am öffentlichen Leben. Die Bundesländer  
598 und Landesmedienanstalten müssen daher sicherstellen, dass für solche Bürgermedien wie die  
599 Freien Radios oder Offenen Kanäle die notwendigen finanziellen und organisatorischen Mittel  
600 zur Verfügung gestellt werden. Hier gilt es, eine mittelfristige Entwicklungs- und  
601 Finanzierungsgarantie zu erarbeiten. Dies muss durch Must-Carry-Vorgaben für solche

602 Programme auch auf den neuen digitalen Plattformen unterstützt werden.

603 Das digitale Zeitalter macht Blogs oder Social Communities immer bedeutender, da sie  
604 sowohl themen- als auch regionalspezifisch bisher vorhandene Lücken füllen. Damit diese  
605 Medien als wichtige medienpädagogische Träger nicht in ihrer Arbeit eingeschränkt werden,  
606 fallen sie für uns nicht unter die Telemedien-Regulierung. Hier kommt es besonders auf die  
607 Kommunen an, Projekte von lokalen und regionalen Netzwerken zu fördern.

608  
609 **11. Vergabe von Funkfrequenzen an meinungsbildende Kriterien knüpfen**

610 Funkfrequenzen gehören zu den wichtigsten Ressourcen des Informationszeitalters. Sie  
611 gewährleisten die Sicherheit des Verkehrs genauso wie das Funktionieren der mobilen  
612 Kommunikation. Die Digitalisierung der Infrastrukturen führt dazu, dass Frequenzbereiche  
613 vielfältiger genutzt werden können. Man spricht angesichts der zusätzlich zur Verfügung  
614 stehenden Frequenzkapazitäten auch von der "digitalen Dividende". Gleichzeitig mit dieser  
615 Kapazitätserhöhung drängen neue Dienste wie Handyfernsehen, auf den Automobilsektor  
616 ausgerichtete Navigationssysteme oder mobiles Internet auf den Markt. Diese schielen nicht  
617 nur auf freiwerdende Ressourcen, sondern auf besonders attraktive Frequenzbereiche.

618 Wir verlangen, dass bei der Vergabe von Frequenzen sowohl die Vielfaltssicherung und die  
619 Nutzung des Rundfunks als auch die Planungssicherheit von Unternehmen berücksichtigt  
620 werden. Marktmechanismen müssen bei künftigen Vergabeverfahren sorgfältig gegenüber  
621 Verbraucherinteressen abgewogen werden. Das bedeutet, dass eine Versteigerung von  
622 Frequenzen nicht für alle Dienste eingeführt werden darf. Eine umfassende Koordination der  
623 Bundesländer untereinander und öffentliche, transparente Vergabeverfahren sind notwendig.

624 Außerdem müssen der Rundfunk und andere vielfaltssichernde Dienste, die für die öffentliche  
625 Meinungsbildung unerlässlich sind, grundsätzlich Frequenzspektren reserviert bleiben.  
626 Freiwerdende Frequenzen sollten genutzt werden, um den ländlichen Raum flächendeckend  
627 mit Breitbanddiensten zu versorgen. Ein schneller Internetzugang ist heute für die Teilhabe  
628 am gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben genauso wichtig wie früher das Telefonieren  
629 oder Fernsehen. Außerdem müssen kleine und mittlere Betriebe durch die Berücksichtigung  
630 lokaler und regionaler Besonderheiten von dem Handel mit Frequenzen nachhaltig profitieren  
631 können.

632  
633 **Fazit und Ausblick**

634 **Information ist keine Ware – Medienpolitik ist Gesellschaftspolitik**

635 Die Welt der Medien ist im Umbruch. Die Globalisierung vollzieht sich auch auf diesem Feld.  
636 Macht wird konzentriert, soweit dies nicht schon geschehen ist. Der Markt erobert die  
637 Meinungen. Information droht zur reinen Ware zu verkommen. Die Digitalisierung bahnt sich  
638 ihren Weg und Medienpolitik steht hier in der Verantwortung. Die technisch mögliche Vielfalt  
639 muss Programm- und Meinungsvielfalt bringen. Mediale Dienste aller Art – vom Internet bis  
640 zur selbst zusammengestellten Tagesschau – werden durch die digitale Verbreitung mehr und  
641 mehr für alle nutzbar. Die Konvergenz, das Zusammenführen heute noch zum Teil getrennt  
642 genutzter Geräte – TV, Radio, Computer, Telefon etc. – in einem digitalen Gerät ist technische  
643 Realität.

644 Viele reden von der Informationsgesellschaft, wir Grüne streben die Wissensgesellschaft an.  
645 Die Flut der Informationen und die Vielfalt des Wissenswerten beanspruchen die Menschen  
646 in einem bisher nicht gekannten Maße. Nur wer sich der modernen (Kultur-) Techniken mit  
647 Verstand bedienen kann, profitiert von den neuen Möglichkeiten. Nur wer Zugang zu den  
648 Medien hat, kann Meinungen erfahren und verbreiten. Nur wer kompetent im Umgang mit  
649 klassischen wie neuen Medien ist, kann an der gesellschaftlichen Entwicklung teilnehmen.

650 Wir Grüne stehen für eine digitale Zukunft, die den Menschen und nicht ökonomische  
651 Interessen im Zentrum sieht. Wir stehen für eine freie, demokratische, soziale, gerechte,  
652 ökologisch und ökonomisch nachhaltige Perspektive als Ausgangspunkt auch unseres  
653 medienpolitischen Handelns und wollen die Chancen und Risiken des digitalen Zeitalters  
654 realistisch im Blick behalten.

655

### 656 **Kernpunkte**

657 1. Der Zugang zu Information und Wissen sind zentrale Faktoren für die Entwicklung unserer  
658 Gesellschaft, Wirtschaft und Arbeit. Einen entscheidenden Beitrag zur Informations- und  
659 Wissensvermittlung leisten die Medien. Wir setzen uns für eine vielfältige und pluralistische  
660 Medienlandschaft ein und wollen auch im digitalen Zeitalter ein möglichst breites, qualitativ  
661 hochwertiges Rundfunkangebot garantieren.

662 2. Wir setzen uns für einen starken öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein, der weder von der  
663 Werbewirtschaft noch von der Politik dominiert wird. Wir fordern die öffentlich-rechtlichen  
664 Anstalten auf, die Qualität des Programms in den Mittelpunkt zu stellen – und im Zweifelsfall  
665 auch vor die Quote zu setzen.

666 3. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss sich veränderten Nutzergewohnheiten anpassen.  
667 Grünes Ziel ist daher, das Internet als dritte Säule neben Hörfunk und Fernsehen zu  
668 etablieren. Über diesen Weg können vor allem jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer  
669 erreicht werden.

670 4. Wir wollen die Glaubwürdigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks stärken und  
671 plädieren deshalb für die Einschränkung von Sponsoring.

672 5. Wir fordern den öffentlich-rechtlichen Rundfunk dazu auf, seine Mittel verstärkt für das  
673 Programm anstatt für bürokratische Strukturen einzusetzen. Die unabhängige KEF  
674 ("Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs") macht hierzu seit Jahren Vorschläge.

675 6. Eine Rundfunkgebühr für einzelne Geräte ist überholt und hoch bürokratisch. Wir  
676 plädieren deshalb für eine Mediengebühr pro Haushalt, unabhängig vom jeweiligen Gerät.  
677 Damit wird die Gebühr einfacher und unbürokratischer und die Schnüffelmethode der GEZ  
678 werden eingedämmt.

679 7. Gerade in der unübersichtlichen digitalen Welt müssen wir eine Grundversorgung  
680 sicherstellen. Die Kommunikation darf nicht nur Privileg der reichen Leute sein. Wir Grüne  
681 fordern deshalb: keine gebührenpflichtige Verschlüsselung von Vollprogrammen. Wir  
682 brauchen einen starken Datenschutz, um "gläserne Zuschauerinnen und Zuschauer" nicht  
683 Wirklichkeit werden zu lassen.

684 8. Die Einrichtung einer Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK), die zukünftig für  
685 private, bundesweit empfangbare Rundfunkveranstalter und Plattformanbieter zuständig sein

686 soll, ist ein längst überfälliger Schritt, der grundsätzlich das richtige Ziel verfolgt. Nun muss  
687 sich zeigen, dass diese Reform die Schwächen des bisherigen Systems überwindet. Greift die  
688 Reform nicht, fordern wir Grüne die Errichtung einer gemeinsamen Medienanstalt der Länder.

689 9. Wir wollen die Chancen des lokalen und regionalen Rundfunks stärken. Sie sind der  
690 Lebenswelt der Bürgerinnen und Bürger am nächsten. Gerade für die Bürgermedien müssen  
691 deshalb ausreichend Mittel zur Verfügung stehen.

692 10. Für uns Grüne sind Medien keine Ware wie jede andere. Aus diesem Grund ist eine  
693 Aufsicht durch die KEK (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich) für  
694 die Gewährleistung der Vielfalt elementar. Die Unabhängigkeit der KEK wollen wir deshalb  
695 stärken.

696 11. Unabhängige Produzenten fördern ein vielfältiges und kreatives Medienangebot. Deshalb  
697 wollen wir die Rechte der unabhängigen Produzenten stärken, um ihre Existenz auch in der  
698 digitalen Medienwelt zu sichern.

699

700