

ENTWURF

Bericht

Deutscher Bundestag
Enquete-Kommission
Internet und digitale Gesellschaft

Ausschussdrucksache
17(24)073

TOP 2 am 28. Januar 2013

24.1.2013

Projektgruppe Kultur, Medien und
Öffentlichkeit

Vorsitzender: SV Prof. Dr. Wolfgang Schulz

Inhaltsverzeichnis

Medien	9
1 Erhaltung, Sicherung und Gefährdungen der Medien- und Meinungsfreiheit, Meinungsvielfalt sowie der Informations-, Presse- und Rundfunkfreiheit	9
1.1 Grundrechtsfragen: Anwendung der Kommunikationsgrundrechte auf die Internetkommunikation / Lücken / Einordnungsschwierigkeiten	9
1.1.1 Der Inhalt des Artikels 5 I Grundgesetz.....	10
1.1.1.1 Schutzzweck des Artikels 5 I Grundgesetz.....	10
1.1.1.2 Die einzelnen Gewährleistungen des Art. 5 I GG.....	10
1.1.2 Klassische Abgrenzung innerhalb des Art. 5 I GG	13
1.1.2.1 Abgrenzung innerhalb der Individualkommunikation.....	13
1.1.2.2 Abgrenzung zwischen Individualkommunikation und Massenkommunikation	13
1.1.2.3 Abgrenzung zwischen Meinungsfreiheit und Pressefreiheit.....	13
1.1.2.4 Abgrenzung zwischen Meinungsfreiheit und Rundfunkfreiheit.....	14
1.1.2.5 Abgrenzung zwischen Informationsfreiheit und Pressefreiheit bzw. Rundfunkfreiheit	14
1.1.2.6 Klassische Abgrenzung innerhalb der Massenkommunikation – Abgrenzung zwischen Presse und Rundfunk	15
1.1.3 (Technische) Veränderungen und neue grundrechtliche Einordnungsprobleme	15
1.1.3.1 Das Internet.....	15
1.1.3.2 Abgrenzung innerhalb der Massenkommunikation Presse – Rundfunk.....	16
1.1.3.3 Neue Dienste und eine Einordnung in Individual- bzw. Massenkommunikation	16
1.1.3.4 Jedermann als Anbieter von Massenkommunikation	18
1.1.4 Bisheriger Stand der Wissenschaft / Rechtsprechung zum Schutz inhaltsneutraler Tätigkeiten durch Kommunikationsgrundrechte.....	19
1.1.4.1 Schutz von inhaltsneutraler Tätigkeit durch Art. 5 I GG (BVerfG / Presse-Grosso)	19

1.1.4.2	Schutz von inhaltsneutraler Tätigkeit durch Art. 5 I GG.....	20
1.1.4.3	Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu inhaltsneutralen Tätigkeiten von Providern	21
1.1.4.4	Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zu inhaltsneutralen Tätigkeiten von Providern.....	22
1.1.5	Neue Akteure und Intermediäre	22
1.1.5.1	Betreiber von Suchmaschinen.....	22
1.1.5.2	Betreiber von sozialen Netzwerken	23
1.1.6	Lösungsvorschläge aus der Literatur.....	23
1.1.6.1	Abgrenzung Presse und Rundfunk.....	23
1.2	Hate Speech im Internet – Sachstand und erste Maßnahmen.....	26
1.2.1	Bundesrepublik Deutschland.....	26
1.2.2	Europäische und internationale Ebene	28
1.2.3	Zur rechtlichen Einordnung von Hate Speech (Beschränkung von Meinungsfreiheit / Antisemitismusbericht).....	32
1.2.3.1	Einleitung	32
1.2.3.2	Schutzbereich des Art. 5 I 1 GG, Meinungsfreiheit.....	33
1.2.3.3	Eingriff.....	34
1.2.3.4	Schranken.....	34
1.3	Schwerpunkt Plattformregulierung: Machtverschiebungen und die Rolle von Plattformen.....	38
1.3.1	Ausgangspunkt und Fragestellung	38
1.3.2	Vorüberlegung: Kommunikative Chancengerechtigkeit als Ausgangspunkt	39
1.3.3	Informationsordnung und Meinungsmacht	40
1.3.4	Erkennbare Strukturverschiebungen	41
1.3.4.1	Bedeutung der Plattformen	41
1.3.4.2	Suchmaschinen	42
1.3.4.3	App-Portale	43

1.3.4.4	Social Media	44
1.3.5	Trend: Medien mit sozialem Kontext – neue Formen der Meinungsmacht.....	45
1.3.6	Digitale Endgeräte als neue Gatekeeper.....	48
1.3.6.1	Problemlage	48
1.3.6.2	Derzeitige Regulierung	49
1.4	Folgen der Digitalisierung für den Rundfunk und die Printmedien / Herausforderungen für die Medien- und Kommunikationsordnung.....	50
1.4.1	Digitalisierung und Konvergenz	51
1.4.2	Privater Rundfunk	52
1.4.3	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	55
1.4.4	Exkurs Auslandsrundfunk: Das Internetangebot der Deutschen Welle	58
1.4.5	Presse.....	60
1.4.6	Grundlagen der Kommunikationsordnung.....	63
1.4.6.1	Verfassungsrechtliche und europarechtliche Basis.....	63
1.4.6.2	Einfach gesetzlicher Regelungsrahmen	64
1.4.7	Auswirkungen der Digitalisierung und der Konvergenz für den deutschen Mediensektor.....	64
1.5	Bedeutung und Rolle lokaler elektronischer Medien (im Verhältnis zur globalen Entwicklung, im Verhältnis zu lokalen Printmedien, Nahfunk, neue Angebotsformen).....	68
1.6	Folgen der Digitalisierung für den Journalismus	72
1.6.1	Herausforderungen der Refinanzierung journalistischer Inhalte.....	73
1.6.2	Veränderungen der Arbeitsrealitäten	73
1.6.3	Exkurs: Reaktionen auf die Veränderungen des Journalismus in anderen Ländern	74
1.6.4	Herausforderungen für den Journalismus in Deutschland	75
1.6.5	Entwicklung des Verdienstes und der sozialen Lage der Journalisten während der Digitalisierung.....	76
1.6.6	Journalisten in der Künstlersozialkasse.....	78

1.6.6.1	Sozialversicherungspflicht für freiberuflich tätige Journalisten	78
1.6.6.2	Voraussetzungen für den Eintritt der Versicherungspflicht.....	79
1.6.6.3	Beitragseinzug durch die Künstlersozialversicherung	80
1.6.6.4	Anzahl der in der Künstlersozialversicherung versicherten Journalisten ...	80
1.6.6.5	Kritik und Beschwerden über die Künstlersozialversicherung.....	81
1.6.7	Neue Formen und Möglichkeiten der Finanzierung des Journalismus durch die Digitalisierung	81
1.6.8	Das Urhebervertragsrecht für Journalisten.....	82
1.6.9	Professionelle und nicht-professionelle Angebote im Netz	84
1.6.9.1	Angebote und Nutzung	84
1.6.9.2	Rechtliche Implikationen	85
1.7	Perspektiven öffentlicher Förderung von Medieninhalten	86
	Öffentlichkeit	88
2	Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit.....	88
2.1	Neue Öffentlichkeiten.....	88
2.2	Neue Privaträume	91
2.3	Neue Formationen der Öffentlichkeit und ihre Folgen für das Recht	92
2.3.1	Einleitung	92
2.3.2	Neue Formationen der Öffentlichkeit	92
2.3.3	Strukturelle Probleme rechtlicher Verarbeitung.....	95
2.3.3.1	Pulverisierung der Öffentlichkeit?	95
2.3.4	Schwierigkeiten bei der Rechtsanwendung.....	96
2.3.5	Fehlsteuerungen	97
	Kultur	98
3	Kunst und Kultur in der digitalisierten Gesellschaft.....	98
3.1	Veränderungen der Produktion, Distribution und Nutzung von künstlerischen Werken / kreativen Inhalten	98
3.1.1	Produktion	98

3.1.1.1	Musik	98
3.1.1.2	Buch	101
3.1.1.3	Film	103
3.1.2	Distribution.....	103
3.1.2.1	Musik	103
3.1.2.2	Buch	105
3.1.2.3	Film	105
3.1.3	Nutzung	106
3.1.3.1	Musik	106
3.1.3.2	Buch	107
3.1.3.3	Film	108
3.2	Auswirkungen auf Kulturgüter	109
3.2.1	Maßnahmen zur digitalen Sicherung und langfristigen Archivierung des kulturellen Erbes und seiner Nutzung	109
3.2.2	Urheberrechtliche Rahmenbedingungen der Langzeitarchivierung.....	112
3.2.3	Deutsche Digitale Bibliothek	112
3.2.4	Förderung digitaler Kulturgüter	113
3.2.4.1	Musik	113
3.2.4.2	Buch	115
3.2.4.3	Film	117
3.2.4.4	Weitere Branchen, neue Produktions- und Distributionsformen	117
3.3	Einkommenssituation und soziale Lage Kulturschaffender	118
3.3.1	Forschungsstand	118
3.3.2	Zusammenfassung der Ergebnisse	121
3.3.3	Beschäftigung und Einkommenssituation	123
3.3.4	Daten zu den Erwerbstätigen in den verschiedenen Sektoren des Kulturbereichs	125
3.3.4.1	Anzahl der Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren.....	125

3.3.4.2	Struktur der Erwerbstätigkeit	126
3.3.4.3	Mehrfachbeschäftigung.....	126
3.3.4.4	Anteil der Selbstständigen	127
3.3.4.5	Umsätze von selbstständigen Künstlerinnen und Künstlern.....	128
3.3.4.6	Die Einkommen der in der Künstlersozialkasse Versicherten.....	128
3.3.4.7	Einkommenssituation in einzelnen Sparten – Daten aus Einzelstudien ...	129
3.3.5	Gründe für geringes Einkommen	132
3.3.6	Soziale Sicherung: Künstlersozialkasse	136
3.3.7	Ergebnisse von Fachgesprächen des Ausschusses für Kultur und Medien.....	137
3.3.8	Erfolgte Maßnahmen zur Verbesserung der sozialen Sicherung Kulturschaffender in Deutschland.....	139
3.4	Gaming	141
4	Leitfragen und Handlungsempfehlungen	144
4.1	Medien	144
4.2	Öffentlichkeit.....	159
4.3	Kultur.....	161
5	Dokumentation der Blogparade „Verhaltensregeln im Netz“ und weiterer Beteiligungsmöglichkeiten der Öffentlichkeit	171
5.1	Dokumentation der Blogparade „Verhaltensregeln im Netz“	171
5.1.1	„Partizipation – Wir sind neu hier!“	171
5.1.2	„Blogparade: Was geht (gar nicht) im Netz?“	173
5.1.3	„Kant und die Netiquette“	176
5.1.4	„Kommunikation im Netz: Akklamation statt Partizipation ...“	178
5.1.5	„Drei Denkanstöße für Kommunikation im Netz“	180
5.1.6	„Was geht (gar nicht) im Netz? Eine ganze Menge!“	183
5.1.7	„Netzkommunikation: Völlig daneben“	187
5.1.8	„Was geht (gar nicht) im Netz? Blogparade der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft“	188

5.1.9	„Blogparade: Gedanken zur Kommunikation im Netz“	191
5.1.10	„Was geht (gar nicht) im Netz?“	193
5.1.11	„Im Internet nichts Neues“	194
5.1.12	„Kommunikation – Zukunft – Gesellschaft im ‘digitalen’ Wandel verschiedener Systeme“	195
5.1.13	„Anonym und kompetent – Der perfekte Netzbürger“	196
5.1.14	Weitere Beiträge.....	198
5.2	Beiträge auf http://enquetebeteiligung.de	198
6	Anlagen.....	198

1 Medien

1 Erhaltung, Sicherung und Gefährdungen der Medien- und Meinungsfreiheit, Meinungsvielfalt sowie der Informations-, Presse- und Rundfunkfreiheit

1.1 Grundrechtsfragen: Anwendung der Kommunikationsgrundrechte auf die Internetkommunikation / Lücken / Einordnungsschwierigkeiten

Im Internet findet sich eine Vielzahl von Diensten, deren grundrechtliche Einordnung zum Teil erhebliche Schwierigkeiten bereitet. Im Folgenden geht es allein darum, ob und unter welchen Voraussetzungen die verschiedenen Formen der Internetkommunikation dem Schutz der Kommunikationsgrundrechte im Sinne des Art. 5 GG unterfallen. Hierbei werden zunächst der Schutzzweck sämtlicher Kommunikationsgrundrechte sowie die einzelnen Gewährleistungen des Art. 5 GG und deren Abgrenzungen in den Blick genommen. Im Anschluss hieran werden Eigenarten und Besonderheiten der Internetkommunikation dargestellt, die verdeutlichen, dass sich die kommunikationsgrundrechtliche Einordnung der Internetkommunikation schwierig gestaltet. Die Abgrenzung von Presse und Rundfunk erscheint im digitalen Zeitalter ebenso wenig geklärt wie die Frage, ob Intermediäre, die im Gegensatz zu den klassischen Medien nicht nach publizistischen, sondern nach mehr oder weniger inhaltsneutralen Kriterien tätig sind, dem Schutz der Kommunikationsgrundrechte unterliegen.

Die Frage, ob Formen beziehungsweise Dienste der Internetkommunikation am Schutz des Art. 5 GG teilnehmen, hat nicht nur eine akademische, sondern eine erhebliche praktische Bedeutung. Da im Sinnzentrum des Art. 5 GG – neben der Persönlichkeitsentfaltung des Einzelnen – die Offenheit des Prozesses individueller und öffentlicher Meinungsbildung steht, können mit der Zuordnung bestimmter Dienste zu den Grundrechten des Art. 5 GG entsprechende Regulierungsnotwendigkeiten korrespondieren. Dem Staat obliegt eine Gewährleistungsverantwortung für Meinungs- und Medienvielfalt, aus der sich entsprechende Schutzaufträge ergeben können, wenn die Offenheit des Prozesses individueller und öffentlicher Kommunikation beeinträchtigt oder gefährdet ist.¹

¹ Vgl. hierzu: ...

30 **1.1.1 Der Inhalt des Artikels 5 I Grundgesetz**

31 **1.1.1.1 Schutzzweck des Artikels 5 I Grundgesetz**

32 Artikel 5 I GG umfasst verschiedene Kommunikationsgrundrechte. Diese enthalten unstreitig
33 eine subjektiv-rechtliche (= individualrechtliche) Funktion, die dem Einzelnen das Recht
34 zuweist, seine eigene Persönlichkeit dadurch zu entfalten, dass er im privaten und öffentlichen
35 Bereich „den Mund auf tun“ und „geistig Luft ablassen“ kann.² Darüber hinaus kommt den
36 Kommunikationsgrundrechten auch eine objektiv-rechtliche Komponente zu. Insofern handelt
37 es sich um eine Doppelfunktion des Schutzzweckes von Art. 5 I GG. So erhalten die
38 Kommunikationsgrundrechte innerhalb einer Demokratie, die auf einem freien (öffentlichen
39 und individuellen) Meinungsbildungsprozess fußt, eine herausragende Bedeutung. Denn ein
40 Wesenselement der Demokratie besteht darin, dass der Wille des Volkes maßgebend ist.
41 Dafür ist allerdings entscheidend, dass die Bürger auch die Möglichkeit haben, sich frei von
42 staatlichen Einflüssen eine Meinung zu bilden (demokratische Willensbildung). Aus diesem
43 Grund genießt der Schutz der freien öffentlichen und individuellen Meinungsbildung einen
44 besonderen Stellenwert. Voraussetzung dafür ist eine Vielzahl an Meinungen, die als Basis
45 dafür dient. Aus diesen soll sich in einer Systematik der Meinungspluralität die
46 überzeugendste Meinung durchsetzen. Voraussetzung für einen Schutz aus Art. 5 I GG ist
47 demzufolge der inhaltliche Beitrag zum Kommunikationsprozess.

48 **1.1.1.2 Die einzelnen Gewährleistungen des Art. 5 I GG**

49 **1.1.1.2.1 Meinungsfreiheit**

50 Die Meinungsfreiheit schützt jeden, der seine Meinung äußert beziehungsweise verbreitet.
51 Voraussetzung ist somit zum einen, dass eine Meinung vorliegt (in Abgrenzung zu einer
52 reinen Tatsache), und zum anderen, dass es sich um eine eigene Meinung handelt. Das
53 Verbreiten einer fremden Meinung wird hingegen nicht vom Schutzbereich erfasst. Eine
54 Meinung ist geprägt durch das Element der Stellungnahme, des Dafürhaltens, der
55 Beurteilung.³ Im Gegensatz dazu ist eine Tatsache dem Beweis zugänglich, denn sie kann
56 entweder wahr oder unwahr sein.⁴ Bei jeder in Frage stehenden Information, die geäußert oder
57 verbreitet wird, muss demzufolge geschaut werden, ob es sich um eine Meinung oder eine
58 Tatsache handelt. Das BVerfG hat entschieden, dass die Äußerung und die Verbreitung von
59 Tatsachen dann vom Schutzbereich erfasst werden, wenn sie als Grundlage für eine
60 Meinungsbildung dienen.⁵ Demzufolge wird der Schutzbereich für diese Art von Tatsachen
61 erweitert.

62

² Vgl.: Gersdorf, Hubertus: Legitimation und Limitierung von Onlineangeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Konzeption der Kommunikationsverfassung des 21. Jahrhunderts. 2009, S. 55.

³ Vgl.: BVerfGE 61, 1 (8).

⁴ Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar Grundgesetz. Stand: 1. Juli 2012, Edition: 15, Art. 5 I GG, Rn 5.

⁵ Vgl.: BVerfGE 61, 1 (8).

63 1.1.1.2.2 Informationsfreiheit⁶

64 Die Informationsfreiheit schützt jeden, der sich selbst aus allgemein zugänglichen Quellen
65 informieren will. Sie dient dem Schutz der freien Meinungsbildung, die der
66 Meinungsäußerung und -verbreitung zwingend vorgelagert ist. Der Begriff der Quelle ist weit
67 gefasst, so dass sämtliche Träger von Informationen berücksichtigt sind.⁷ Der Begriff der
68 Information ist ebenso weit zu verstehen und umfasst alle Arten von Mitteilungen – eine
69 Unterscheidung zwischen Meinung und Tatsache erfolgt gerade nicht. Allgemein zugänglich
70 sind Informationsquellen, die geeignet und bestimmt sind, der Allgemeinheit, also einem
71 individuell nicht bestimmbar Personenkreis, Informationen zu verschaffen; sie verliert diese
72 Eigenschaft nicht durch rechtliche, gegen die Verbreitung gerichtete Maßnahmen.⁸ Das
73 Internet ist demzufolge eine klassische allgemein zugängliche Informationsquelle.⁹

74

75 1.1.1.2.3 Pressefreiheit

76 Unter Presse versteht man klassischerweise jedes Druckerzeugnis, das geeignet und dazu
77 bestimmt ist, verbreitet zu werden. Die Pressefreiheit hat zum einen eine subjektiv-rechtliche
78 (individualrechtliche) und zum anderen eine objektiv-rechtliche
79 Gewährleistungskomponente.¹⁰ Die subjektiv-rechtliche gewährt den im Pressewesen tätigen
80 Personen die freie Gründung und Gestaltung von Presseerzeugnissen.¹¹ Geschützt wird
81 demzufolge auch die Entscheidung darüber, welche Inhalte wie, also in welcher Form und an
82 welcher Stelle, in dem Presseerzeugnis dargestellt werden.¹² Die objektiv-rechtliche
83 Komponente gewährt das Institut der freien Presse insgesamt.

84

85 Grundsätzlich werden die Kommunikationsfreiheiten demjenigen gewährt, der einen
86 inhaltlichen Beitrag zum Kommunikationsprozess leistet. Dennoch beschränkt sich der Schutz
87 nicht nur auf die unmittelbar inhaltsbezogenen Poesstätigkeiten. Vielmehr werden auch
88 inhaltsferne beziehungsweise an sich inhaltsneutrale Hilfsfunktionen von Presseunternehmen
89 erfasst (= presseinterne inhaltsneutrale Tätigkeiten).¹³ Denn die Pressefreiheit gewährt einen
90 sehr weiten Schutz, der von der Beschaffung der Informationen bis zu deren Verbreitung
91 reicht,¹⁴ so dass also im Gegensatz zur Meinungsfreiheit auch die Verbreitung einer fremden
92 Meinung gewährleistet wird. Der Grund für diesen weiten Schutz ist das Interesse an einer
93 ungehinderten Meinungsverbreitung. Deshalb kommt es für die Definition des Schutzbereichs
94 darauf an, ob eine Tätigkeit eine notwendige Bedingung für das Funktionieren einer freien

⁶ Vgl. auch: Deutscher Bundestag: ... Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ / Demokratie und Staat. Kapitel 3.3 „Informationsfreiheit und Informationszugang“, Erscheinungstermin offen.

⁷ Vgl.: Herzog, Roman in: Maunz, Theodor / Dürig, Günter: Grundgesetz-Kommentar, 64. Ergänzungslieferung 2012, Art. 5 GG, Rn 87.

⁸ Vgl.: BVerfGE 27, 71 (83) – Einfuhrverbot/Leipziger Volkszeitung.

⁹ Vgl.: Bethge, Herbert in: Sachs, Michael (Hrsg.): Grundgesetz Kommentar, Art. 5 GG, Rn 54.

¹⁰ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354) – Presse-Grosso.

¹¹ Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar Grundgesetz, Art. 5 I GG, Rn 44.

¹² Vgl.: ebd.

¹³ Vgl.: BVerfGE 25, 296 (304) – Buchhaltung; BVerfGE 64, 108 (114 f.) – Anzeigenaufnahme.

¹⁴ Vgl.: BVerfGE 10, 118 (121) – Berufsverbot I.

95 Presse ist.¹⁵ Nicht geschützt wird indes die Verbreitung der Inhalte durch einen Dritten (=
96 presseexterne Person).
97

98 **1.1.1.2.4 Rundfunkfreiheit**

99 Die Rundfunkfreiheit umfasst den Schutz, Rundfunkprogramme zu veranstalten.¹⁶ Rundfunk
100 ist dabei jede an eine unbestimmte Vielzahl von Personen gerichtete drahtlose oder
101 drahtgebundene Übermittlung von Gedankeninhalten mit Hilfe elektrischer Schwingungen.¹⁷
102 Der Schutzbereich erstreckt sich – wie bei der Pressefreiheit – von der Beschaffung der
103 Information bis zur Verbreitung der Sendung.¹⁸ Ebenso umfasst sind im Interesse einer
104 ungehinderten Meinungsverbreitung die dazu erforderlichen inhaltsneutralen Hilfstätigkeiten,
105 die durch das Rundfunkunternehmen ausgeübt werden.¹⁹ Steht eine inhaltsneutrale (Hilfs-)
106 Tätigkeit in Rede, muss demzufolge unterschieden werden, ob es sich um eine inhaltsneutrale
107 Tätigkeit eines Rundfunkveranstalters handelt oder um die eines externen Dritten. Denn da
108 Schutzvoraussetzung ein inhaltlicher Beitrag zum Kommunikationsprozess ist, besteht
109 grundsätzlich bei inhaltsneutralen Tätigkeiten kein Schutz aus Art. 5 I GG. Aufgrund des
110 organisatorischen Zusammenhalts wird jedoch bei inhaltsneutralen Tätigkeiten durch den
111 Rundfunkveranstalter ein ausreichender Inhaltsbezug hergestellt, so dass im Ergebnis ein
112 Schutz aus Art. 5 I 2 GG gewährt wird. Anders jedoch bei inhaltsneutralen Tätigkeiten durch
113 Dritte (also gerade keine Rundfunkveranstalter).²⁰
114

115 **1.1.1.2.5 Filmfreiheit**

116 Der verfassungsrechtliche Filmbegriff setzt voraus, dass die Inhalte mittels eines chemisch-
117 optischen oder digitalen Bild- und Tonträgers durch Vorführung in der Öffentlichkeit
118 verbreitet werden.²¹ Bei Darstellungen der Inhalte im Internet mangelt es jedoch gerade an
119 einem Trägermedium, von dem die Darstellung der Inhalte direkt am Ort des Abspielens
120 erfolgt.²² Von daher wird die Filmfreiheit im Folgenden unberücksichtigt bleiben.
121

¹⁵ Vgl.: BVerfGE 66, 116 (134) – Springer/Wallraff.

¹⁶ Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar GG, Art. 5 I GG, Rn 62.

¹⁷ Vgl.: Herzog, Roman in: Maunz, Theodor / Dürig, Günter (Hrsg.): Grundgesetz Kommentar, 64. Ergänzungslieferung 2012, Art 5 GG, Rn 194 f.

¹⁸ Vgl.: BVerfGE 78, 101 (103).

¹⁹ Vgl.: BVerfGE 78, 101 (103) unter Verweis auf BVerfGE 77, 346 (354) – Presse-Grosso.

²⁰ Vgl.: Gersdorf, Hubertus: Chancengleicher Zugang zum digitalen Fernsehen. 1998, S. 69 ff.

²¹ Vgl.: Bethge, Herbert in: Sachs, Michael (Hrsg.): Grundgesetz Kommentar, 4. Aufl. 2007, Art. 5 GG, Rn 118.

²² Vgl.: Jarass, Hans D. in: Jarass, Hans D. / Pieroth, Bodo (Hrsg.): Grundgesetz Kommentar, 10. Aufl. 2009, Art. 5 GG, Rn 50.

122 **1.1.2 Klassische Abgrenzung innerhalb des Art. 5 I GG**

123 Zunächst kann man den Art. 5 I GG unterteilen in Gewährleistungen der
124 Individualkommunikation, Art. 5 I 1 GG, und Gewährleistungen der Massenkommunikation,
125 Art. 5 I 2 GG.

126

127 **1.1.2.1 Abgrenzung innerhalb der Individualkommunikation**

128 Die Meinungsfreiheit und die Informationsfreiheit schützen die Individualkommunikation,
129 also die Kommunikationsinhalte, die an eine bestimmte Anzahl an Adressaten gerichtet sind.
130 Beide Freiheiten lassen sich wie folgt voneinander abgrenzen: Während die Meinungsfreiheit
131 darauf gerichtet ist, eine Meinung zu äußern und zu verbreiten, zielt die Informationsfreiheit
132 gerade darauf, sich eine eigene Meinung frei zu bilden, indem der freie Zugang zur
133 Informationsbeschaffung gewährleistet wird.

134

135 **1.1.2.2 Abgrenzung zwischen Individualkommunikation und Massenkommunikation**

136 Eine Abgrenzung zwischen den Gewährleistungen der Massenkommunikation und der
137 Individualkommunikation ist unter anderem aufgrund des unterschiedlich weiten
138 Schutzbereichs und der unterschiedlichen Bedeutung dieser beiden Kommunikationsarten von
139 Bedeutung.²³ Massenkommunikation ist die Kommunikation, die an eine unbestimmte
140 Vielzahl von Personen gerichtet ist, wohingegen Individualkommunikation vorliegt, wenn die
141 Inhalte an eine bestimmte Anzahl von Personen gerichtet sind. Die klassischen Massenmedien
142 sind, wie in Art. 5 I 2 GG genannt, Presse, Rundfunk und Film. Früher war die Veranstaltung
143 von Massenkommunikation das Privileg weniger finanzstarker Unternehmen, da hohe Kosten
144 und hoher zeitlicher Aufwand damit einhergingen. Dem Einzelnen hingegen blieb es
145 verwehrt, an der Massenkommunikation mitzuwirken.

146

147 **1.1.2.3 Abgrenzung zwischen Meinungsfreiheit und Pressefreiheit**

148 Das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) hat zu dem Verhältnis von Meinungsfreiheit und
149 Pressefreiheit im Zusammenhang mit der Wortberichterstattung festgestellt, dass die
150 Pressefreiheit kein *lex specialis* ist, sondern eine über die Zulässigkeit einer
151 Meinungsäußerung hinausgehende Bedeutung hat:²⁴ die Bedeutung der Presse für die freie
152 individuelle und öffentliche Meinungsbildung.²⁵ Vielmehr ist der Schutzbereich der
153 Pressefreiheit einschlägig, „wenn es um die im Pressewesen tätigen Personen in Ausübung
154 ihrer Funktion, um ein Presseerzeugnis selbst, um seine institutionell-organisatorischen
155 Voraussetzungen und Rahmenbedingungen sowie um die Institution einer freien Presse

²³ Vgl.: Koreng, Ansgar: Zensur im Internet. Der verfassungsrechtliche Schutz der digitalen Massenkommunikation. 2010, S. 40 f.

²⁴ Vgl.: BVerfGE 85, 1 (11) – Bayer-Aktionäre.

²⁵ Vgl.: BVerfGE 85, 1 (12).

156 überhaupt geht“.²⁶ Geht es um die Zulässigkeit einer Meinungsäußerung, unabhängig davon,
157 ob die Verbreitung in einem Presseerzeugnis erfolgt, ist die Meinungsfreiheit einschlägig.²⁷
158 Hinsichtlich der Wortberichterstattung wendet das BVerfG die im sogenannten Bayer-
159 Beschluss aufgestellten Grundsätze an.²⁸ Im Gegensatz dazu wendet das BVerfG jedoch bei
160 der Bildberichterstattung Art. 5 I 2 GG (Pressefreiheit) an, auch wenn es um die Zulässigkeit
161 der im Bild enthaltenen Meinungsäußerung geht.²⁹
162

163 **1.1.2.4 Abgrenzung zwischen Meinungsfreiheit und Rundfunkfreiheit**

164 Hinsichtlich des Verhältnisses der Meinungsfreiheit und der Rundfunkfreiheit hat das BVerfG
165 sich noch nicht geäußert. Das BVerfG wendet jedoch – ohne Bezug auf die Bayer-
166 Rechtsprechung zu nehmen – Art. 5 I 2 GG (Rundfunkfreiheit) an, auch wenn es um die
167 Zulässigkeit einer im Rundfunk verbreiteten Meinung geht.³⁰ Es kann jedoch in Anbetracht
168 der Tatsache, dass sowohl Rundfunk als auch Presse Massenmedien sind, nichts anderes
169 gelten.³¹ Mithin ist auch die Rundfunkfreiheit kein *lex specialis* zur Meinungsfreiheit.
170 Vielmehr geht die Bedeutung der Rundfunkfreiheit über die Zulässigkeit der einzelnen
171 Meinung hinaus. Schützenswert ist die Bedeutung des Rundfunks für die freie individuelle
172 und öffentliche Meinungsbildung. Somit ist der Schutzbereich der Rundfunkfreiheit
173 einschlägig, wenn es um die Gewährleistung der massenkommunikativen
174 Vermittlungsleistung geht.³²
175

176 **1.1.2.5 Abgrenzung zwischen Informationsfreiheit und Pressefreiheit bzw.** 177 **Rundfunkfreiheit**

178 Der Schutz der Pressefreiheit und der Rundfunkfreiheit umfasst auch die
179 Informationsbeschaffung. Dies gilt jedoch nur für Informationen aus nicht-öffentlichen
180 Quellen. Für die Informationsbeschaffung aus öffentlich zugänglichen Quellen ist auch für die
181 Presse und für den Rundfunk die Informationsfreiheit einschlägig.³³ Denn die
182 Gewährleistungen der Massenkommunikation sind kein *lex specialis* im Verhältnis zur
183 Informationsfreiheit.
184

²⁶ Zit. nach: BVerfGE 85, 1 (13).

²⁷ Vgl.: BVerfGE 85, 1 (13).

²⁸ Vgl.: BVerfGE 95, 28 (34); 97, 391 (400).

²⁹ Vgl.: BVerfGE 101, 361 (388 ff.).

³⁰ Vgl.: BVerfGE 35, 202 (219).

³¹ Vgl.: Schulz, Wolfgang: CR 2008, 470 (472).

³² Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar GG, Art. 5 I GG, Rn 56.

³³ Vgl.: BVerfGE 103, 44 (59).

185 **1.1.2.6 Klassische Abgrenzung innerhalb der Massenkommunikation – Abgrenzung**
186 **zwischen Presse und Rundfunk**

187 Innerhalb der Gewährleistungen der Massenkommunikation ist die Pressefreiheit von der
188 Rundfunkfreiheit abzugrenzen. Klassischerweise wurde diese anhand der Verbreitungsform
189 vorgenommen. Bei elektromagnetischer Verbreitung von Kommunikationsinhalten an die
190 Allgemeinheit handelt es sich um Rundfunk, bei gegenständlicher Verbreitung dagegen um
191 Presse.³⁴ Während also die klassische Pressetätigkeit durch verkörperte Texte und Bilder
192 geprägt ist, sind dies beim Rundfunk das bewegte Bild und/oder der Ton. (Zu den aktuellen
193 Abgrenzungsproblemen siehe auch Kapitel „Lösungsvorschläge aus der Literatur /
194 Abgrenzung Presse und Rundfunk“.)

195 **1.1.3 (Technische) Veränderungen und neue grundrechtliche Einordnungsprobleme**

196 **1.1.3.1 Das Internet**

197 Aufgrund der technischen Veränderungen hat sich auch die Kommunikationsstruktur
198 verändert. Zum einen hat sich durch die Entwicklung des Internet eine neue Plattform
199 eröffnet, auf der Kommunikation stattfinden kann. Die klassische Massenkommunikation wie
200 die Pressetätigkeit und die klassische Rundfunkstätigkeit wird nun auch im Internet ausgeübt.
201 Für diese bietet das Internet eine neue Plattform, um ihre Inhalte anzubieten. Aber auch die
202 Individualkommunikation hat über das Internet neue Formate gefunden (siehe beispielsweise
203 E-Mail oder Messenger-Dienste). Die Kommunikationsmöglichkeiten haben sich also
204 erweitert. Zudem kann nun auch jeder Einzelne ohne großen finanziellen und zeitlichen
205 Aufwand Massenkommunikation betreiben, zum Beispiel indem er einen eigenen Blog
206 betreibt und dort Inhalte zur Verfügung stellt. Somit hat heute jede und jeder die Möglichkeit,
207 eine unbestimmte Vielzahl von Personen mit ihren / seinen Inhalten zu erreichen.

208
209 Zum anderen hat sich durch die weitere Entwicklung des Internet zu einem Web 2.0 auch die
210 Rolle des Einzelnen im Kommunikationsprozess verändert. Während früher streng zwischen
211 dem Anbieter und dem Nutzer der Information unterschieden werden konnte, steht heute die
212 Interaktion zwischen Anbieter und Nutzer im Vordergrund. Der Einzelne kann auch dadurch
213 Massenkommunikation betreiben, dass er durch verschiedene Dienste eine Vielzahl von
214 unbestimmten Personen mit seinen Inhalten erreichen kann, indem er fremde Beiträge
215 kommentiert. Da in fast jedem veröffentlichten Inhalt dem Nutzer wiederum die Möglichkeit
216 eingeräumt wird, zu reagieren, verändert sich die Massenkommunikation von einer one-to-
217 many (wobei one früher nur die klassischen Medien waren) heute zunehmend zu einer many-
218 to-many Kommunikation.

³⁴ Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar GG, Art. 5 I GG, Rn 67.

219 **1.1.3.2 Abgrenzung innerhalb der Massenkommunikation Presse – Rundfunk**

220 Aufgrund der Konvergenz der Medien ist die Abgrenzung zwischen Presse und Rundfunk
 221 teilweise schwierig geworden. Sowohl Verlage als auch Rundfunkveranstalter verbreiten im
 222 Internet Texte sowie Audio- und Videoangebote. Problematisch ist dabei die
 223 verfassungsrechtliche Einordnung als Rundfunk oder Presse. Wenn man weiterhin auf die
 224 verkörperte beziehungsweise nichtverkörperte Verbreitungsform abstellt, würde es sich bei im
 225 Internet verbreiteter Massenkommunikation, egal ob es um Texte, Audio- oder audiovisuelle
 226 Beiträge geht, um Rundfunk handeln. Das würde dazu führen, dass die gleiche Tätigkeit, die
 227 in einer Zeitschrift abgedruckt als Presse eingeordnet wird, als Rundfunk einzustufen ist,
 228 wenn sie im Internet veröffentlicht wird (vgl. hierzu auch Kapitel „Lösungsvorschläge aus der
 229 Literatur“).

230 **1.1.3.3 Neue Dienste und eine Einordnung in Individual- bzw. Massenkommunikation**

ART	KANÄLE	ZWECK	RICHTUNGEN (Beispiele)
One-to-One	(Internet-)Telefon (s) E-Mail (a) Chat/IM (s)	Individueller Austausch von Informationen privater, geschäftlicher, etc. Natur	C2C (Private Kommunikation) C2G (Anfrage an MdB) G2C (Anhörung, Verwaltungsakt)
One-to-Many	Newsletter Webseite (a) RSS-Feed (a) Podcast/Videocast (a) Streaming (s) Weblog (a) Microblog (a/s)	Verbreitung von Informationen privater, geschäftlicher, etc. Natur, Selbstdarstellung	G2C (Information, Kampagnen) C2C (Politikblog, NGO News) B2C (Online-Werbung, Newsletter)
Many-to-One	Partizipations-systeme (a) [Eingaben] (a) [Umfragen] (a) [Abstimmung] (a)	Aggregation oder Konsultation von Interessen, Abstimmungen, Verbreitung von Informationen privater, geschäftlicher, etc. Natur	C2G (Petition) G2C (Konsultation)

<p>Many-to-Many</p>	<p>Mailinglisten (a) Online-Konferenz (s) Foren (a) (Gruppen-)Chat (s) Virtuelle Welten (s) Wikis (a)</p> <hr/> <p>Soziale Netzwerke (a) Partizipations-systeme (a) [Debatten] (a) [Rankings] (a)</p>	<p>Kollektive Kommunikation, Kollaboration und Gemeinschaftsbildung, Verbreitung von Informationen privater, geschäftlicher, etc. Natur</p> <hr/> <p>(s) = synchron (a) = asynchron</p>	<p>C2C (Debattenforum/-raum) C2G (Ideenwiki, Wahl-O-Mat) G2C (Bürgerhaushalt) G2G (zwischen Behörden) B2C / C2B (Crowdsourcing, Open Innovation-Phasen, Social Media Kommunikation mit Marken)</p> <hr/> <p>C = Citizen(s) G = Government B = Business</p>
---------------------	---	--	--

231

232 (Kanäle digitaler politischer Kommunikation³⁵)

233

234 Das Medium Internet an sich ist nicht pauschal als Massenmedium einzustufen. Es kann
235 ebenso der Massen- wie auch der Individualkommunikation dienen. Entscheidend dabei ist
236 der einzelne Dienst, der genutzt wird.³⁶ So gibt es verschiedene Dienste im Internet, die
237 zunächst einmal der Kommunikationsart zugeordnet werden müssen, um eine rechtliche
238 Bewertung vornehmen zu können. Denn der Massenkommunikation kommt aufgrund der
239 besonderen Meinungsmacht eine besondere Bedeutung innerhalb einer demokratischen
240 Gesellschaft zu.³⁷ Eine generelle Einordnung der neuen Internetdienste in Individual-
241 beziehungsweise Massenkommunikation ist schwierig, da es immer auf die konkrete
242 Ausgestaltung des Dienstes und die jeweiligen persönlichen Einstellungen des Nutzers
243 ankommt. Entscheidend für die Abgrenzung ist jedoch der Kreis der Adressaten, an die die
244 Kommunikationsinhalte gerichtet sind. Ist der Inhalt an eine oder mehrere bestimmte

³⁵ Anmerkung: Die Einteilung folgt der üblichen englischen Terminologie. Die Abkürzung „C“ steht für Citizen(s), „G“ für Government und „B“ für Business, wobei unter Government jegliche staatliche Institution verstanden wird. „C2G“ beispielsweise bedeutet somit „Citizen(s)-to-Government“. Die Tabelle orientiert sich an einer ähnlichen Aufstellung im Zwischenbericht der Projektgruppe Demokratie und Staat. (vgl.: Deutscher Bundestag: ... Zwischenbericht der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ / Demokratie und Staat. Kapitel 1.3.1 „Kanäle digitaler Kommunikation“. Erscheinungsdatum offen.) und vgl. auch: Stern, Jürgen: Web 2.0 trifft Politik 3.11. Bringt politische Kommunikation durch das Internet mehr Transparenz, Partizipation und Legitimität? In: Patzelt, Werner / Sebaldt, Martin / Kranenpohl, Uwe (Hrsg.): Res publica semper reformanda: Wissenschaft und politische Bildung im Dienste des Gemeinwohls. Festschrift für Heinrich Oberreuter zum 65. Geburtstag. Wiesbaden: 2007. S. 168-179 sowie Heise, Christian: Kanäle für elektronische Beteiligungsformen (Beta), 2010. Online abrufbar unter: www.e-demokratie.org/elektronische-kanalee

³⁶ Vgl.: Holznagel, Bernd / Schumacher, Pascal in: Kloepfer, Michael (Hrsg.): Netzneutralität in der Informationsgesellschaft. 2011, S. 47 (55).

³⁷ Vgl.: Koreng, Ansgar: Zensur im Internet. Der verfassungsrechtliche Schutz der digitalen Massenkommunikation. 2010, S. 40.

245 Personen gerichtet, handelt es sich um Individualkommunikation. Ist der Inhalt dagegen an
246 eine unbestimmte Vielzahl von Personen gerichtet, liegt Massenkommunikation vor.

247

248 Unterschieden werden kann aber auch auf der Seite des Sich-Äußernden. Man fragt also
249 danach, ob sich nur eine Person äußert oder mehrere Menschen Kommunikationsinhalte
250 bereitstellen. Insofern gibt es die one-to-one-Kommunikation, die als
251 Individualkommunikation einzuordnen ist, und die one-to-many-Kommunikation, die
252 Massenkommunikation darstellt. Dabei ist zu beachten, dass unter one-to-one auch mehrere
253 Adressaten angesprochen werden können, die jedoch bestimmt sind. Gleichsam ist many-to-
254 one auch Individualkommunikation, wenn gilt, dass unter one auch mehrere Personen erfasst
255 werden, die bestimmt sind. Many-to-many ist als Massenkommunikation aufzufassen. An
256 dieser Einordnung orientiert sich auch die oben dargestellte Tabelle, die die verschiedenen
257 Kanäle (Dienste) einer Art der Kommunikation (Massen- oder Individualkommunikation)
258 zuteilt.

259

260 Als klassische Individualkommunikation sind die Mail-Dienste und die Internet-Telefonie
261 einzustufen, da die Kommunikationsinhalte hier immer an eine bestimmte Person oder an
262 einen bestimmten Personenkreis adressiert sind. Soziale Netzwerke beispielsweise können
263 nicht pauschal als Massen- oder Individualkommunikation bezeichnet werden. Aufgrund der
264 zahlreichen Funktionen und Dienste, die soziale Netzwerke zur Verfügung stellen, kommt es
265 auf die spezielle Kommunikation an. So kann man über soziale Netzwerke netzwerkeigene
266 Messenger-Programme nutzen, die wie Chats und Mails funktionieren. Dabei handelt es sich
267 dann um Individualkommunikation. Die Möglichkeit über soziale Netzwerke
268 Massenkommunikation zu betreiben, beginnt mit dem Öffentlichmachen von Informationen,
269 indem zum Beispiel Informationen über die eigene Person preisgegeben werden. Aber auch in
270 diesem Rahmen kann es sich durchaus um Individualkommunikation handeln, wenn nämlich
271 über die Privatsphäre-Einstellungen wiederum nur ein begrenzter Personenkreis ausgewählt
272 wird, dem die Informationen zugänglich sind. Dagegen sind Blogs und Foren, wenn sie nicht
273 benutzereingeschränkt sind, als typische Massenkommunikation anzusehen.

274 **1.1.3.4 Jedermann als Anbieter von Massenkommunikation**

275 Heutzutage kann jede und jeder mit Hilfe des Internet Massenkommunikation betreiben. Die
276 Beschränkung auf einige wenige wie große Zeitungsverlage und Rundfunkveranstalter ist
277 aufgehoben. Somit muss auch die oder der Einzelne, wenn sie oder er Massenkommunikation
278 betreibt, von Art. 5 I 2 GG geschützt sein, sobald es Sachverhalte betrifft, die über die
279 Zulässigkeit der einzelnen Meinung hinausgehen. Problematisch ist nur, ob der Einzelne von
280 der Pressefreiheit oder von der Rundfunkfreiheit erfasst wird oder gar unter den Schutz einer
281 neuen Freiheit zu fassen ist.

282

283 **1.1.4 Bisheriger Stand der Wissenschaft / Rechtsprechung zum Schutz**
284 **inhaltsneutraler Tätigkeiten durch Kommunikationsgrundrechte**

285 **1.1.4.1 Schutz von inhaltsneutraler Tätigkeit durch Art. 5 I GG**
286 **(BVerfG / Presse-Grosso)**

287 Hinsichtlich der grundrechtlichen Einordnung in Bezug auf Art. 5 GG von (presseexternen)
288 inhaltsneutralen Tätigkeiten hat sich das BVerfG bisher nur in Bezug auf die Presse-
289 Grossisten³⁸ geäußert. Das BVerfG musste 1988 entscheiden, ob die Tätigkeit der externen
290 Presse-Grossisten, die an sich eine inhaltsneutrale Tätigkeit ausüben, auch von dem
291 Schutzbereich des Art. 5 I 2 GG (Pressefreiheit) erfasst werden. Auch wenn der Schutzbereich
292 der Pressefreiheit recht weit gefasst wird, da es um die Frage geht, ob eine ungehinderte
293 Meinungsverbreitung möglich ist, wird gleichwohl nicht jede selbständige Tätigkeit von dem
294 Schutzbereich des Art. 5 I 2 GG erfasst, die der Presse lediglich zugute kommt und für diese
295 funktionswichtig ist. Maßgebend ist ein ausreichender Inhaltsbezug der Tätigkeit.³⁹ Nur wenn
296 dieser vorliegt, kann die Tätigkeit unter den Schutzbereich der Pressefreiheit gefasst werden,
297 da der Schutz im Interesse der freien Meinungsbildung besteht.⁴⁰ Bei den presseinternen,
298 inhaltsfernen oder sogar inhaltsneutralen Hilfstätigkeiten ist der Inhaltsbezug und somit der
299 Schutz durch die Pressefreiheit durch die organisatorische Verflechtung mit dem
300 Presseunternehmen begründet.⁴¹ Bei den presseexternen Hilfstätigkeiten ist der Schutz
301 regelmäßig aufgrund mangelnden Inhaltsbezugs hingegen nicht gegeben. Es sei denn:

- 302
- 303 - eine selbständig ausgeübte, nicht die Herstellung von Presseerzeugnissen betreffende
304 Hilfstätigkeit, die typischerweise pressebezogen ist⁴² (= presseexterne Hilfstätigkeit) weist
305 eine
 - 306 - enge organisatorische Bindung an die Presse⁴³ (erstens, wenn Presseunternehmen für den
307 freien Verkauf ihrer Erzeugnisse auf Grossisten angewiesen sind; zweitens, wenn die
308 Verleger auch umgekehrt einen erheblichen Einfluss auf die Vertriebstätigkeit der
309 Grossisten haben)⁴⁴ auf;
 - 310 - ist für das Funktionieren einer freien Presse notwendig⁴⁵ und eine
 - 311 - staatliche Regulierung dieser Tätigkeit würde sich zugleich einschränkend auf die
312 Meinungsverbreitung auswirken.⁴⁶

³⁸ Anmerkung: Das Presse-Grosso-System ist derzeit Gegenstand gerichtlicher Auseinandersetzungen (zum Ganzen: Gersdorf, Hubertus: AfP 2012, 336 ff.), in denen es um die kartellrechtliche Zulässigkeit sowohl des Systems der Alleinauslieferung (vgl. BGH, AfP 2011, 569 ff.; siehe hierzu: Alexander, Christian: ZWeR 2012, 215 ff.; Bach, Albrecht: NJW 2012, 728 ff.; Paal, Boris P.: AfP 2012, 1 ff.) als auch des zentralen Verhandlungsmandats des Bundesverbandes Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V. (vgl. LG Köln, AfP 2012, 195 – nicht rechtskräftig; der Bundesverband Presse-Grosso hat gegen das Urteil Berufung eingelegt, OLG Düsseldorf, Az. VI U 7/12 [Kart.]) geht.

³⁹ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354).

⁴⁰ Vgl.: BVerfGE 57, 295 (319).

⁴¹ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354).

⁴² Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354).

⁴³ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354).

⁴⁴ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (355).

⁴⁵ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354).

313 Da das BVerfG diese Kriterien hinsichtlich der Tätigkeit der Presse-Grossisten als erfüllt
314 ansah, bescheinigte es ihnen den Schutz der Pressefreiheit. Hinsichtlich anderer Anbieter
315 inhaltsneutraler Tätigkeiten hat sich das BVerfG noch nicht geäußert.

316 **1.1.4.2 Schutz von inhaltsneutraler Tätigkeit durch Art. 5 I GG**

317 Fraglich ist nun, inwieweit die Rechtsprechung des BVerfG fruchtbar gemacht werden kann,
318 wenn es um den Grundrechtsschutz hinsichtlich des Art. 5 I GG für die neuen inhaltsneutralen
319 Akteure geht. Eine Parallele zu der Presse-Grosso-Rechtsprechung wurde bereits für die
320 Kabelnetzbetreiber hinsichtlich ihrer inhaltsneutralen Tätigkeit – des Transports der Inhalte
321 der Rundfunkveranstalter – gezogen.⁴⁷ Bereits vor einigen Jahren wurde die Übertragung der
322 Presse-Grosso-Rechtsprechung auf die Kabelnetzbetreiber gefordert.⁴⁸ Dabei muss
323 unterschieden werden zwischen der reinen Transporttätigkeit durch Programmübermittlung
324 einerseits und der Programmbündelung und -vermarktung andererseits. Während die reine
325 Programmübermittlung keinen Inhaltsbezug aufweist, ist dieser bei der Programmbündelung
326 gerade durch die Auswahl der Programme, die eingespeist werden sollen, gegeben. Für die
327 Frage des Grundrechtsschutzes der Kabelnetzbetreiber aus der Rundfunkfreiheit wird die
328 Rechtsprechung des BVerfG zum Presse-Grosso, die hinsichtlich der Pressefreiheit ergangen
329 ist, auf die Rundfunkfreiheit übertragen.⁴⁹ Dann wird geprüft, ob die Voraussetzungen, die
330 das BVerfG hinsichtlich des Grundrechtsschutzes einer inhaltsneutralen Tätigkeit aufgestellt
331 hat, vorliegen.

332

333 Voraussetzung für den Grundrechtsschutz aus der Rundfunkfreiheit für Hilfstätigkeiten ist:⁵⁰

334

- 335 - eine selbständig ausgeübte Tätigkeit, die nicht in der Veranstaltung von
- 336 Rundfunksendungen besteht,
- 337 - dass die Tätigkeit eine notwendige Bedingung für einen freien Rundfunk ist und
- 338 - dass sie einen ausreichenden Inhaltsbezug aufweist. Dieser ist gegeben,⁵¹
- 339 - wenn die Hilfstätigkeit typischerweise rundfunkbezogen ist,
- 340 - sie in enger organisatorischer Bindung an den Rundfunk erfolgt und
- 341 - sich eine staatliche Regulierung dieser Tätigkeit zugleich einschränkend auf die
- 342 Meinungsbildung auswirkt.⁵²

⁴⁶ Vgl.: BVerfGE 77, 346 (354).

⁴⁷ Vgl.: Gersdorf, Hubertus: Grundzüge des Rundfunkrechts. Nationaler und europäischer Regulierungsrahmen, 2003, S. 54 ff. und: Wichmann, Anja: Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter: 2004, S. 51.

⁴⁸ Vgl.: Gersdorf, Hubertus: Grundzüge des Rundfunkrechts. Nationaler und europäischer Regulierungsrahmen. 2003, S. 54 ff. und: Wichmann, Anja: Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter. 2004, S. 43 ff.

⁴⁹ Vgl.: BVerfGE 78, 101 (103), das hinsichtlich des Grundrechtsschutzes der erforderlichen Hilfstätigkeiten eines Rundfunkveranstalters auf die Presse-Grosso-Rechtsprechung verweist und diese bejaht.

⁵⁰ Vgl.: Wichmann, Anja: Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter. 2004, S. 51.

⁵¹ Vgl.: Wichmann, Anja: Vielfaltsicherung in digitalisierten Breitbandkabelnetzen. Rechtsprobleme der Nutzung digitalisierter Rundfunk-Kabelnetze durch Fernsehveranstalter. 2004, S. 51.

⁵² Vgl.: ebd., S. 51.

343 Demzufolge fallen die Kabelnetzbetreiber hinsichtlich der reinen Transportfunktion, die
344 inhaltsneutral ist, unter den Schutz des Art. 5 I 2 GG (Rundfunkfreiheit), da die oben
345 genannten Kriterien zum Presse-Grosso zum einen auf die Rundfunkfreiheit übertragbar und
346 zum anderen aus folgenden Gründen erfüllt sind: Die Kabelnetzbetreiber üben eine
347 selbständige Tätigkeit aus, die auch, wenn man die reine Transporttätigkeit betrachtet, nicht in
348 der Veranstaltung von Rundfunk besteht. Ohne die Verbreitung durch das Kabelnetz könnte
349 mangels alternativer Verbreitung nicht ein so breites Publikum mit den Inhalten erreicht
350 werden, so dass dies eine notwendige Bedingung für einen freien Rundfunk darstellt. Die
351 Tätigkeit der Kabelnetzbetreiber ist hinsichtlich des Transports der Rundfunkprogramme als
352 typischerweise rundfunkbezogen einzustufen. Die enge organisatorische Bindung besteht, da
353 die Beziehung zwischen dem Kabelnetzbetreiber als Transporteur und den
354 Rundfunkveranstaltern als Inhaltenanbieter sich als ein wechselseitiges
355 Abhängigkeitsverhältnis gestaltet. Zum einen sind die Rundfunkveranstalter darauf
356 angewiesen, dass die Kabelnetzbetreiber das Rundfunkprogramm transportieren, da sonst der
357 Rezipient nicht in den Genuss des Programms kommen würde. Zum anderen hat aber auch
358 der große Rundfunkveranstalter einen Einfluss auf den Kabelnetzbetreiber, was die
359 Nutzungskonditionen oder die Kabelbelegungsentscheidungen angeht,⁵³ so dass auch ein
360 ausreichender Inhaltsbezug besteht.

361
362 Dagegen ist hinsichtlich der Programmbündelung der Schutz aus Art 5 I GG gegeben, ein
363 Rückgriff auf die Presse-Grosso-Rechtsprechung ist nicht erforderlich, da dies keine
364 inhaltsneutrale Tätigkeit ist. Vielmehr nimmt der Kabelnetzbetreiber dadurch eine eigene
365 inhaltliche, programmbezogene Gestaltung vor, um ein attraktives Programmbouquet
366 zusammenzustellen.

367 **1.1.4.3 Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu inhaltsneutralen Tätigkeiten von** 368 **Providern**

369 Wenn man einen Blick auf die Rechtsprechung des BGH wirft, so fällt auf, dass zahlreiche
370 Urteile bezüglich der Störerhaftung von Providern, zumeist Host-Providern, zu finden sind.
371 Die Host-Provider stellen gerade keine eigenen Inhalte zur Verfügung, sondern lediglich die
372 Server, auf denen die Inhalte gespeichert werden können.

373
374 In einer Sache hatte der BGH zu entscheiden, welche Prüfpflichten den Host-Provider in
375 Bezug auf eine Störerhaftung treffen, wenn ein Nutzer auf seiner Plattform angeblich
376 persönlichkeitsrechtsverletzende Äußerungen tätigt.⁵⁴ In diesem Zusammenhang hat der BGH
377 zur Ermittlung dieser Prüfpflichten eine Abwägung zwischen den betroffenen Grundrechten
378 auf Seiten des Verletzten und auf Seiten des Providers angestellt. Als Grundrechte des
379 Providers nennt der BGH Art. 5 I GG, Art 10 EMRK, die Meinungs- und Medienfreiheit.⁵⁵
380 Somit erkennt der BGH für den Host-Provider den Grundrechtsschutz aus Art. 5 I GG an –
381 auch wenn eine genauere Begründung dazu ausbleibt.

⁵³ Vgl.: ebd., S. 52.

⁵⁴ Vgl.: BGH, NJW 2012, 148 ff.

⁵⁵ Vgl.: BGH, NJW 2012, 148 (150): Recht des Providers auf Meinungs- und Medienfreiheit.

382 **1.1.4.4 Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zu inhaltsneutralen Tätigkeiten** 383 **von Providern**

384 Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs bezüglich inhaltsneutraler Tätigkeiten und
385 den Kommunikationsfreiheiten ist durchaus zu finden. Zuletzt hatte der EuGH in seiner
386 Entscheidung vom 16. Februar 2012⁵⁶ über urheberrechtliche Verletzungen auf Plattformen
387 zu befinden, ob dem Provider zulässigerweise eine generelle Pflicht zur Einführung eines
388 Filtersystems auferlegt werden darf. Bei seinen Ausführungen erkennt der EuGH für den
389 Host-Provider keine Kommunikationsgrundrechte an. Es werden lediglich
390 Wirtschaftsgrundrechte in die Abwägung eingestellt. Nur für die Nutzer werden
391 Kommunikationsgrundrechte angeführt.

392

393 **1.1.5 Neue Akteure und Intermediäre**

394 Ebenso gibt es neben den neuen Diensten auch völlig neue Akteure, die sich aufgrund der
395 veränderten Strukturen herausgebildet haben. Sie bieten neuartige Plattformen an, so
396 beispielsweise Betreiber von Suchmaschinen und Anbieter von sozialen Netzwerken. Das
397 besondere bei diesen sogenannten Intermediären ist, dass sie keine eigenen Inhalte zur
398 Verfügung stellen, sondern eine inhaltsneutrale Tätigkeit oder zumindest eine Tätigkeit mit
399 (sehr) geringem Inhaltsbezug aufweisen. Fraglich ist deswegen, ob auch die Intermediäre von
400 Art. 5 I GG erfasst werden. Wenn es um den grundrechtlichen Schutz dieser Akteure in Bezug
401 auf Art. 5 I GG geht, ist demzufolge zwischen Inhaltenanbietern (Anbieter mit Inhaltsbezug)
402 und Nicht-Inhaltenanbietern (Anbieter mit Inhaltsneutralität) zu unterscheiden, da die
403 inhaltliche Tätigkeit eine Voraussetzung für den Schutz des Art. 5 I GG ist. Nimmt der
404 Intermediär eine inhaltsneutrale Tätigkeit wahr, ist er nicht von dem Schutzbereich des Art. 5
405 I GG erfasst. Agiert er als Inhaltenanbieter kommt ein Schutz durch Art. 5 I GG in Betracht.
406 Problematisch ist dann, aus welchem der Kommunikationsgrundrechte Schutz gewährt wird.

407 **1.1.5.1 Betreiber von Suchmaschinen**

408 Bei der Frage nach dem Grundrechtsschutz der Intermediäre, wie z.B. von
409 Suchmaschinenbetreibern gilt es, zwischen den Tätigkeiten der Betreiber und denen der
410 Nutzer zu unterscheiden. Die Nutzer sind von dem Grundrecht der Informationsfreiheit (Art.
411 5 I 2 GG) geschützt. Ebenso die Tätigkeit des Suchens durch die Betreiber der
412 Suchmaschinen, da die Suchmaschine allgemein zugängliche Quellen (das Internet) für das
413 Zusammentragen der Informationen nutzt.⁵⁷ Problematisch ist jedoch der Schutz der
414 Intermediäre bei der Darstellung des Ergebnisses. Eigene Inhalte werden nicht dargestellt,
415 vielmehr werden nur fremde Inhalte zusammengetragen und aufgelistet. Die Betreiber von
416 Suchmaschinen suchen im Rahmen einer Anfrage die Informationen nicht nach klassisch
417 publizistischen Kriterien wie die klassischen Medien zusammen. Entscheidend für den
418 Grundrechtsschutz aus Art. 5 I GG ist die Frage, ob die Suchmaschinenbetreiber durch den

⁵⁶ Vgl.: EuGH, ZUM 2012, 307 ff. – Sabam und EuGH, ZUM 2012, 29 ff. – Scarlet Extended.

⁵⁷ Vgl.: Gersdorf, Hubertus in: Hill, Hermann / Schliesky, Utz (Hrsg.): Die Vermessung des virtuellen Raums. 2012, S. 163 (167).

419 Algorithmus meinungsneutrale, formale Kriterien benutzen, um die Informationen
420 darzustellen. Denn nur wer auch einen inhaltlichen Beitrag zum Kommunikationsprozess
421 leistet, kann von dem Schutzbereich des Art. 5 I GG erfasst werden. Benutzen die
422 Suchmaschinen lediglich meinungsneutrale, formale Kriterien zum Zusammentragen, wäre
423 mithin kein Schutz aus Art. 5 I GG gegeben.

424 **1.1.5.2 Betreiber von sozialen Netzwerken**

425 Ebenso gilt es hinsichtlich der Betreiber von sozialen Netzwerken zwischen deren Tätigkeiten
426 und denen der Nutzer zu differenzieren. Es geht also gerade nicht um die Tätigkeit der Nutzer,
427 die sich über das soziale Netzwerk informieren oder selbst Beiträge verfassen. Vielmehr geht
428 es um die des Betreibers, der das soziale Netzwerk zur Verfügung stellt, die Technik und die
429 Struktur bereithält, auf der die Inhalte veröffentlicht werden können. Auch die Betreiber von
430 sozialen Netzwerken posten hin und wieder eigene Beiträge in den Netzwerken (siehe etwa
431 Facebooks eigene Facebook-Seite). Diese Tätigkeit aber steht hier nicht in Rede, da sie
432 unproblematisch von Art. 5 I GG geschützt ist, wenn ein eigener inhaltlicher Beitrag erfolgt.
433 In Frage steht nur die Tätigkeit des Bereitstellens der Technik, der Struktur, die Darstellung
434 der Kommentare, das Darstellen der abgegebenen Like-Buttons und so weiter. Ob ein Schutz
435 durch Art. 5 I GG gewährt wird, hängt auch hier davon ab, ob die Betreiber durch ihre
436 Tätigkeit einen inhaltlichen Beitrag zum Kommunikationsprozess leisten.

437 **1.1.6 Lösungsvorschläge aus der Literatur**

438 **1.1.6.1 Abgrenzung Presse und Rundfunk**

439 Es gibt verschiedene Ansichten in der Literatur, wie zu Zeiten des Internet die Presse und der
440 Rundfunk voneinander abzugrenzen sind.

441

442 **1.1.6.1.1 Nach der Verbreitungsform**

443 Die herrschende Meinung im rechtswissenschaftlichen Schrifttum geht davon aus, dass
444 weiterhin nach der Verbreitungsform (Verkörperung beziehungsweise Nichtverkörperung) zu
445 unterscheiden ist.⁵⁸ Findet also eine Verbreitung körperlich statt, handelt es sich um Presse.

⁵⁸ Vgl.: Bethge, Herbert in: Sachs, Michael: GG, 5. Aufl. 2009, Art. 5 Rn. 73a, 88 und Brand, Torsten: Rundfunk im Sinne des Artikel 5 Abs. 1 Satz 2 GG. Eine Analyse der Reichweite des verfassungsrechtlichen Rundfunkbegriffs unter besonderer Berücksichtigung neuerer medialer Angebotsformen. 2002, S. 122 sowie Rudolf, Walter / Meng, Werner: Rechtliche Konsequenzen der Entwicklung auf dem Gebiet der Breitbandkommunikation für die Kirchen, S. 48 und Held, Thorsten: Online-Angebote öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten. Eine Untersuchung des verfassungsrechtlich geprägten und einfachgesetzlich ausgestalteten Funktionsauftrages öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Hinblick auf Internet-Dienste. 2008, S. 81f.; Scherer, Joachim: Telekommunikationsrecht und Telekommunikationspolitik. 1985, S. 600 f.; Ders.: Der Staat 22 [1983], 347 (363); Ders.: NJW 1983, 1832 (1835) sowie Starck, Christian in: v. Mangoldt, Hermann / Klein, Friedrich / Starck, Christian: 5. Aufl. 2005, Art. 5 Rn. 59, 95, 99, 100, 102; Jarass, Hans D. in: ders. / Pieroth, Bodo: GG, 10. Aufl. 2009, Art. 5 Rn. 24a, 36; Ders.: Gutachten zum 56. DJT, 1986, Rn. 13; Ders.: Online-Dienste und Funktionsbereich des Zweiten Deutschen Fernsehens. 1997, S. 16 ff.; Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian: Beck'scher OK, Stand 01.06.2010, Art. 5 Rn. 43, 56, 67 und Schulze-Fielitz, Helmuth in: Dreier, Horst: GG, Bd. 1, 2. Aufl. 2004, Art. 5 Rn. 91, 100.

446 Alle Verbreitungsarten über das Internet wären demzufolge als Rundfunk einzustufen –
447 gleich, ob es sich um eine digitale Ausgabe einer gedruckten Zeitung handelt, die an sich
448 unstreitig als Presse einzustufen ist.

449

450 **1.1.6.1.2 Typisches Erscheinungsbild der Medien: Rundfunk sind Video- und** 451 **Audiobeiträge, Presse sind Texte und Bilder**

452 Nach anderer Auffassung⁵⁹ ist es unter den Bedingungen moderner Massenkommunikation
453 nicht mehr zeitgemäß, für die Abgrenzung von Rundfunk und Presse allein auf das formale
454 Kriterium der Distributionsform abzustellen. Vielmehr erfolgt die Abgrenzung nach dem
455 typischen Erscheinungsbild des Mediums. Entspricht das Erscheinungsbild eher der Presse
456 (Lesemedium), dann soll das Angebot auch als Presse eingestuft werden. Wenn es von dem
457 Erscheinungsbild eher dem klassischen Rundfunk entspricht, wird das Angebot auch als
458 solcher eingestuft. Demzufolge sind nach dieser Auffassung Angebote als Rundfunk
459 einzustufen, wenn es sich um bewegte Bilder handelt, unabhängig ob sie linear (gleichzeitig)
460 oder durch Abruftechnik vermittelt werden. Werden dagegen Texte, stehende Bilder und
461 Grafiken im Internet verbreitet, handelt es sich um (das Lesemedium) Presse. Die Darstellung
462 einer Zeitung auf einem Pad oder die Darstellung eines Buches auf einem E-Reader ist
463 demnach Presse im verfassungsrechtlichen Sinne.

464

465 Eine Ausnahme davon soll allerdings gelten: Werden Textdienste nur ergänzend mit einem
466 funktionalen Bezug zu dem Rundfunkprogramm vermittelt, soll es sich trotz des typischen
467 Erscheinungsbildes nicht um Presse, sondern um Rundfunk handeln, da der Textdienst eine
468 programmbezogene Annexfunktion erfüllt. Ebenso verhält es sich bei der Einordnung von
469 Video- und Audio-Angeboten, die ein Textangebot nur begleiten oder ergänzen. Auch diese
470 Angebote werden dann aufgrund ihrer Annexfunktion als Presse eingestuft. Ist aufgrund der
471 Bedeutung des Beitrages nicht mehr von einer untergeordneten oder ergänzenden Rolle
472 auszugehen, entfällt die Annexfunktion und der Beitrag ist isoliert verfassungsrechtlich
473 einzustufen.

474

475 Als Grund für diese Art der Abgrenzung wird auf die Wesenszüge des Rundfunks abgestellt,
476 die das BVerfG benannt hat: Breitenwirkung, Aktualität und Suggestivkraft. Hinsichtlich der
477 ersten beiden Merkmale kann keine Abgrenzung zur Pressefreiheit vorgenommen werden,
478 weil sowohl Presse als auch Rundfunk eine gewisse Breitenwirkung aufweisen, da es sich um
479 Massenmedien handelt. Hinsichtlich der Aktualität konnte früher noch aufgrund der schnellen
480 Berichterstattung des Rundfunks im Gegensatz zur Presse, die wegen des großen
481 Distributionsaufwandes zeitlich wesentlich versetzter erfolgte, abgegrenzt werden. Durch die
482 technischen Veränderungen können die Textangebote jedoch teilweise schon genauso schnell,

⁵⁹ Vgl. Gersdorf, Hubertus: AfP 2010, 421, 422 ff.; Bullinger, Martin / Mestmäcker, Ernst-Joachim: Multimediadienste. Struktur und staatliche Aufgaben nach deutschem und europäischem Recht. 1997, S. 60 ff.; König, Eberhard: Die Teletexte. Versuch einer verfassungsrechtlichen Einordnung. 1980, S. 123; Schmitt Glaeser, Walter: Kabelkommunikation und Verfassung. Das privatrechtliche Unternehmen im „Münchener Pilotprojekt“. 1979, S. 190 ff.; Scholz, Rupert: Audiovisuelle Medien und bundesstaatliche Gesetzgebungskompetenz. Verfassungsfragen zur rechtlichen Einordnung und gesetzgeberischen Regelung der Bildträger. 1976, S. 50 ff.

483 wenn nicht gar schneller verbreitet werden, so dass auch dieses Abgrenzungskriterium
484 hinfällig ist. Es bleibt die Suggestivkraft. Die besondere Suggestivkraft des Rundfunks ergibt
485 sich aus der Kombination von Text, Ton und bewegten Bildern (Spezifikum des Fernsehens).
486 Dadurch wird ein Anschein hoher Authentizität vermittelt. Somit ergibt sich die Abgrenzung
487 zwischen Presse und Rundfunk zwischen stehendem Text und bewegten Bildern/Ton.

488
489 Besondere Zuordnungsprobleme werfen diejenigen (Misch-)Dienste auf, bei denen Texte,
490 stehende Bilder und Grafiken einerseits und Video- beziehungsweise Audiobeiträge
491 andererseits kombiniert werden. Auch insoweit gilt es, bei der Abgrenzung der
492 grundrechtlichen Schutzbereiche der Presse- und der Rundfunkfreiheit zu differenzieren.
493 Sofern im Rahmen des Gesamtangebotes die Textelemente den Kern der Kommunikation
494 bilden und die Video- beziehungsweise Audiobeiträge im Wesentlichen lediglich erläuternden
495 und ergänzenden Charakter haben, sind diese Beiträge kraft ihrer Annexfunktion dem
496 Grundrecht der Pressefreiheit zuzuordnen. Umgekehrt ist das Grundrecht der
497 Rundfunkfreiheit – in Parallele zu der grundrechtlichen Einordnung der (Annex-)Textdienste
498 klassischer Rundfunkveranstalter – einschlägig, wenn die Textdienste Annex der Video- oder
499 Audiobeiträge sind.

500

501 **1.1.6.1.3 Neues Grundrecht / Medienfreiheit / Internetdienstefreiheit**

502 Eine andere Ansicht sieht den Art. 5 I 2 GG als nicht abschließend an. Zum Teil wird davon
503 ausgegangen, dass Art. 5 I 2 GG ein einheitliches Massenkommunikationsgrundrecht
504 darstellt, welches als Mediengrundrecht zu verstehen ist; die Aufzählungen von Presse,
505 Rundfunk und Film seien nur beispielhaft, also nicht abschließend.⁶⁰ Hinzu träte – ohne
506 Verfassungsänderung – ein weiteres Grundrecht, eine Internetdienstefreiheit,⁶¹ die inhaltlich
507 mit der Kategorie der Telemedien im Sinne des einfachen Rechts (TMG, RStV)
508 übereinstimmt. Abgegrenzt wird diese Internetdienstefreiheit gegenüber der Presse durch die
509 Verbreitungsform. Verkörperte Kommunikationsinhalte sind Presse. Zum Rundfunk erfolgt
510 eine Abgrenzung durch die Linearität (gleichzeitiger Empfang). Lineare Dienste sind – in
511 Anlehnung an die AVMD-RL– Rundfunk, alle übrigen Kommunikationsinhalte, die an die
512 Allgemeinheit gerichtet sind, fallen unter die Internetdienstefreiheit. Von der neuen Freiheit
513 sollen also die elektronische Presse, Videodienste wie YouTube und auch Mischdienste, die
514 Text und Videos enthalten, erfasst sein.⁶²

515

516 **1.1.6.1.4 Einordnung des Jedermanns, der Massenkommunikation betreibt**

517 Sobald sich der Einzelne im Internet an eine unbestimmte Vielzahl von Personen richtet,
518 betreibt er Massenkommunikation und ist mithin auch von den Gewährleistungen des Art. 5 I
519 2 GG geschützt. Von welcher Gewährleistung im Einzelnen entscheidet sich anhand der oben

⁶⁰ Vgl.: Koreng, Ansgar: Zensur im Internet. Der verfassungsrechtliche Schutz der digitalen Massenkommunikation. 2010, S. 98 ff. (100).

⁶¹ Vgl. Holznagel, Bernd / Schumacher, Pascal: Netzneutralität in der Informationsgesellschaft. 2011, S. 59; .
Ablehnend gegenüber der Einführung einer neuen Internetdienstefreiheit: Hain, Karl-E.: K&R 2012, 98 ff.

⁶² Vgl.: ebd.

520 genannten Ansichten – abhängig davon, wie man die Internetaktivitäten grundrechtlich
521 einstuft.
522

523 **1.2 Hate Speech im Internet – Sachstand und erste Maßnahmen**⁶³

524 Mit dem Begriff Hate Speech (englisch für Hass-Sprache oder Hass-Rede) werden all jene
525 sprachlichen Äußerungen bezeichnet, die ausgrenzend beziehungsweise benachteiligend
526 gegen bestimmte Personen oder Personengruppen gerichtet sind und im Extremfall sogar
527 einen Anreiz zur Gewalt gegen diese darstellen.

528

529 Der Begriff lehnt sich insbesondere an eine in den USA geführte Diskussion an, bei der mit
530 Hate Speech allgemein die Diskriminierung extremistischer Gruppen, wie beispielsweise die
531 religiöser Fanatiker, bezeichnet wird. In diesem weit gefassten Sinn wird der Begriff in den
532 USA in juristischen, politischen und soziologischen Kontexten verwendet: „In den
533 Vereinigten Staaten werden freie Meinungsäußerungen geschützt, die nicht tatsächlich einen
534 Aufruf zu Gewalt darstellen. Die Kriterien sind dabei streng ausgelegt: Selbst eine Rede, die
535 Gewalt rechtfertigt oder rassistische Beleidigungen enthält, wird weitgehend geschützt, wenn
536 nicht beweisbar ist, dass es zu „unmittelbarer Gewaltausübung“ kommen wird. Allerdings
537 haben viele private amerikanische Institutionen, insbesondere Universitäten, eigene, strengere
538 Richtlinien gegen Hate Speech in ihrem Bereich erlassen. Vorschriften öffentlicher
539 Universitäten, welche entsprechende Verhaltensweisen verbieten sollten, wurden jedoch
540 durch amerikanische Gerichte immer wieder eingeschränkt.“⁶⁴ Anders als beispielsweise in
541 Deutschland, wo versucht wird, der Problematik mit Verboten beizukommen, setzen die USA
542 im Kampf gegen Hate Speech im Internet auf den freien Austausch von Ideen.⁶⁵

543

544 **1.2.1 Bundesrepublik Deutschland**

545 Im Gegensatz zu den USA ist die Diskussion in Deutschland nahezu ausschließlich auf
546 rechtsextreme Inhalte konzentriert. Insbesondere die gemeinsame Zentralstelle der
547 Bundesländer für Jugendmedienschutz im Internet, Jugendschutz.net⁶⁶, verfolgt seit dem Jahr

⁶³ Anmerkung: Das folgende Kapitel basiert auf der Ausarbeitung „Hate Speech im Internet / Sachstand“ des Wissenschaftlichen Dienstes des Deutschen Bundestages vom 31. Oktober 2012 und ist in einigen Passagen auch wortgleich daraus übernommen. WD 10-3000-097/12, Autorin: Sabine Böger.

⁶⁴ Anmerkung: Die Definition basiert auf Einträgen der freien Enzyklopädie Wikipedia. Zu den rechtlichen Bestimmungen im Hinblick auf Hate Speech in einzelnen Ländern siehe auch: http://en.wikipedia.org/wiki/Hate_speech

⁶⁵ Vgl.: Timofeeva, Yulia A.: Hate Speech online – restricted or protected? Comparison on Regulations in the United States and Germany. Online abrufbar unter: [Http://law-wss-01.law.fsu.edu/journals/transnational/vol12_2/timofeeva.pdf](http://law-wss-01.law.fsu.edu/journals/transnational/vol12_2/timofeeva.pdf)

⁶⁶ Anmerkung: Jugendschutz.net ist eine gemeinnützige Gesellschaft der Jugendministerien der Länder, die auf der Grundlage des §18 Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) auf die Einhaltung des Jugendmedienschutzes in den sogenannten Telemedien, also insbesondere im Internet, achtet und darauf drängt, dass Anbieter problematische Inhalte umgehend ändern, löschen oder für Kinder und Jugendliche unzugänglich machen. Neben Websites, Blogs und Foren kontrolliert Jugendschutz.net auch Videoplattformen, Communities,

548 2000 die Entwicklungen in diesem Bereich kontinuierlich – vor allem mit Blick auf
549 rechtsextreme Websites und Inhalte, die sich an Heranwachsende richten.

550

551 Im Jahr 2011 waren 1671 eigenständige Internetangebote der organisierten rechtsextremen
552 Szene und von Einzelpersonen Gegenstand des Monitoring. Zwei Jahre zuvor hatte
553 Jugendschutz.net mit 1872 entsprechenden Websites den bisherigen Höchststand seit Beginn
554 der Auswertung im Jahr 2000 dokumentiert. Aktuell zeichnet sich deutlich der Trend ab, dass
555 die rechtsextreme Szene ihre (propagandistischen) Aktivitäten immer stärker ins Social Web,
556 das heißt in Communitys, Soziale Netzwerke oder auf Videoplattformen, verlagert.
557 Jugendschutz.net zählte hier im Jahr 2011 etwa 4000 rechtsextreme Beiträge, 67 Prozent
558 davon allein auf Youtube und Facebook. Insbesondere gesellschaftlich stark diskutierte und
559 emotional besetzte Themen wie Finanzkrise, Arbeitslosigkeit oder sexueller Missbrauch
560 werden von Rechtsextremen genutzt, um in Communitys wie Facebook möglichst viele
561 Nutzerinnen und Nutzer zu erreichen. Auf diese Weise gelingt es oft auch, Menschen
562 außerhalb rechtsextremer Kreise anzusprechen, die spontan reagieren und den Aktionen über
563 „likes“ und „shares“ Gewicht verleihen. Derartige Kampagnen wurden 2011 in erster Linie
564 über YouTube und Facebook, aber auch auf Twitter initiiert. Der Microblogging-Dienst wird
565 von Rechtsextremen zunehmend stärker frequentiert. 2011 dokumentierte Jugendschutz.net
566 141 Kanäle – etwa doppelt so viele wie im Vorjahr (2010: 73). Vor allem Neonazigruppen
567 und die NPD nutzen den Dienst.

568

569 Im Monitoring 2011 entfielen etwa 40 Prozent der insgesamt 1.607 Meldungen, die
570 Internetnutzerinnen und –nutzer mit Blick auf jugendgefährdende Inhalte an Jugendschutz.net
571 richteten auf Beiträge im Web 2.0. Auf diese Hinweise bezogene Anfragen bei den Providern
572 führten in den meisten Fällen zu einer Löschung der Inhalte. Jugendschutz.net beklagt
573 allerdings, dass dies häufig nur den Zugriff aus Deutschland betrifft, da die Inhalte im
574 Ausland legal sein können.

575

576 Im Hinblick auf die klassischen Websites der rechten Szene stellte Jugendschutz.net bei 18
577 Prozent Verstöße gegen Jugendschutzbestimmungen fest. Im Jahr zuvor waren es 15 Prozent.
578 Zudem führten 381 URL zu strafbaren oder jugendgefährdenden Internetseiten, 48 mehr als
579 im Jahr 2010. Im Social Web hingegen lag der Anteil an Verstößen mit 35 Prozent fast
580 doppelt so hoch. Insgesamt wurden hier 1278 Fälle dokumentiert.

581

582 Weiterhin zeigt das Monitoring 2011, dass die Anzahl der Websites aus dem Umfeld
583 neonazistischer Kameradschaften mit 391 gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert
584 geblieben war (2010: 383). Insgesamt 63 Internetseiten waren sogenannten Autonomen

Chats und Instant Messenger auf jugendgefährdende Inhalte. Finanziert wird Jugendschutz.net von den Landesmedienanstalten und den Ländern. Organisatorisch ist die Gesellschaft seit In-Kraft-Treten des JMStV 2003 an die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) angebunden und unterstützt diese ebenso wie die obersten Landesjugendbehörden in deren Arbeit.

585 Nationalisten zuzurechnen. Im Vergleich zum Vorjahr - mit 90 Angeboten - ist hier ein
586 leichter Rückgang zu verzeichnen.

587

588 Eine besondere Aktivität im Netz entfalteten rechtsextreme Gruppen aus Nordrhein-Westfalen
589 (81), Bayern (42) und Niedersachsen (33). Auch wurden 2011 aus dem Umfeld von
590 Neonazikameradschaften 52 sogenannte Mobilisierungsseiten, also Angebote, die die
591 wichtigsten Informationen zu bestimmten Aktionen bündeln, ins Internet gestellt. Im Jahr
592 2010 waren es insgesamt 58. 2011 beobachtete Jugendschutz.net 238 NPD- oder NPD nahe
593 Websites, 2010 waren es 247. Die meisten der Angebote stammten aus Nordrhein-Westfalen
594 (33), Sachsen (28) und Bayern (24). Im Monitoringzeitraum 2011 registrierte
595 Jugendschutz.net zudem 164 Websites von rechtsextremen Online-Versandhändlern (Musik,
596 Kleidung, Lifestyle-Produkte) und 17 Internetradio-Angebote.⁶⁷

597

598 **1.2.2 Europäische und internationale Ebene⁶⁸**

599 Für die Europäische Union existiert im Hinblick auf den Umgang mit Hate Speech mit der
600 Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste eine entsprechende Bestimmung. Zudem gibt es
601 flankierende Maßnahmen:

602

603 - Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010
604 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten
605 über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle
606 Mediendienste), Amtsblatt der Europäischen Union vom 15. April 2010, L 95/1:
607 Entsprechend Art. 6 der Richtlinie sind die Mitgliedstaaten verpflichtet, mit
608 angemessenen Mitteln dafür zu sorgen, dass die audiovisuellen Mediendienste, die von
609 den ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendienste-Anbietern bereitgestellt werden,
610 nicht zu Hass aufgrund von Rasse, Geschlecht, Religion oder Staatsangehörigkeit
611 anstiften. Die Mitgliedstaaten haben dafür zu sorgen, dass Fernsehangebote oder
612 Angebote der Mediendienste nicht zu Gewalt gegen Individuen oder Gruppen als eine
613 Form der Konfliktlösung aufrufen. Dieses Gebot muss jedoch gegenüber dem Recht auf
614 freie Meinungsäußerung abgewogen werden und darf nur in letzter Konsequenz zu einer
615 Zensur der Medienangebote führen. Diese Regelung des Art. 6 der Richtlinie, die auch
616 Up-Links von Hate-Channels oder über Satelliten verbreitete Hass-Botschaften betrifft,

⁶⁷ Vgl.: <http://jugendschutz.net> und Jugendschutz.net: Rechtsextremismus online – beobachten und nachhaltig bekämpfen. Bericht über Recherchen und Maßnahmen im Jahr 2011, Mainz: 2012. Online abrufbar unter: <http://www.hass-im-netz.info/fileadmin/dateien/pk2012/bericht2011.pdf>

⁶⁸ Anmerkung: Eine Übersicht der internationalen Verträge, Empfehlungen und anderer Instrumente, die im Zusammenhang mit Hate Speech Anwendung finden, ist in einem *Manual on Hate Speech* zu finden. Hier sind auch Beispiele zu der in diesem Zusammenhang relevanten Rechtsprechung aufgeführt: Weber, Anne: *Manual on Hate Speech. Manuel sur le discours de haine*. Yearbook of the European Convention on Human Rights. Council of Europe, Martinus Nijhoff Publishers, Leiden/Boston: 2008, S. 132-225.

Die Datenbank *Tandis.odhr.pl* (<http://tandis.odhr.pl/?p=i-in,intro>) bietet Zugang zu den wichtigen internationalen Stellungnahmen, Dokumenten und Publikationen im Zusammenhang mit Hate Speech.

617 ist jedoch nur in europäischen Staaten anwendbar.

618

619 Auch vom Europarat wurden Empfehlungen zur Bekämpfung von Hate Speech
620 ausgesprochen. Zu diesen gehören beispielsweise:

621

622 - Recommendation No. R (97)20 of the Committee of Ministers to Member States on
623 Hate Speech (Adopted by the Committee of Ministers on 30. October 1997, at the 607th
624 meeting of the Minister's Deputies)⁶⁹ und

625 - Recommendation 1805 (2007), Blasphemy, religious insults and hate speech against
626 persons on grounds of their religion⁷⁰.

627

628 Darüber hinaus ergriff der Europarat noch einige weitere Maßnahmen, um dem Problem Hate
629 Speech im Internet zu begegnen. So informiert beispielsweise die Veröffentlichung Young
630 People Combating Hate Speech online - Mapping study on projects against hate speech online
631 über das Europarat-Projekt Young People Combating Hate Speech in Cyberspace.⁷¹ Das
632 Papier enthält zum einen wesentliche Definitionen, geht zum anderen aber auch auf das
633 Spannungsverhältnis zwischen dem Recht des Einzelnen oder von Gruppen auf Schutz vor
634 diskriminierender beziehungsweise verunglimpfender Sprache und dem Recht auf freie
635 Meinungsäußerung ein. Zudem enthält das Dokument eine Darstellung verschiedenster
636 Erscheinungsformen von Hate Speech in Blogs, E-Mails, Spielen und so weiter. Auch werden
637 Strategien und Initiativen von europäischen Nichtregierungsorganisationen vorgestellt, die
638 verschiedentlich dazu dienen, dem Problem Hate Speech im Internet beizukommen.

639

640 Auf internationaler Ebene wird im Rahmen der Organization for Security and Cooperation in
641 Europe (OSCE) seit 2003 nach einer einvernehmlichen Lösung für den Umgang mit
642 sogenannten Hate Crimes, zu denen auch Hate Speech im Internet gehört, gesucht. Obwohl
643 die Auffassungen über Meinungsfreiheit und Zensur international weit auseinandergehen,
644 wurde 2009 eine entsprechende Empfehlung der OSCE-Mitgliedstaaten verabschiedet. Darin
645 wird unter anderem auf den wachsenden Einfluss des Internet hingewiesen und empfohlen,
646 das Problem des Hate Speech in alle Bereiche, die mit dem Thema Toleranz in Verbindung
647 stehen, einzubeziehen.⁷²

⁶⁹ Vgl.:

http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/CM/Rec%281997%29020&ExpMem_en.asp#TopOfPage

⁷⁰ Vgl.: <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/adoptedtext/ta07/erec1805.htm>

⁷¹ Vgl.: Council of Europe 2012: Young People Combating Hate Speech online - Mapping study on projects against hate speech online (http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Training/Training_courses/2012_Mapping_projects_against_Hate_Speech.pdf).

⁷² Vgl.: <http://minoritycentre.org/actuals/recommendations-osce-participating-states-concerning-hate-crimes>

648 Bei einem Treffen 2010 in Warschau wurde eine erste Bilanz der von den Einzelstaaten
649 ergriffenen Maßnahmen gezogen und festgestellt, dass hinsichtlich des Internet die
650 Regulierung von Inhalten eine besondere Herausforderung darstelle.⁷³ Im Internet verfügbare
651 Inhalte würden grenzüberschreitend verteilt, verbreitet und weitergegeben. Sie seien daher in
652 Ländern mit unterschiedlichen Rechtssystemen gleichermaßen verfügbar. Vor diesem
653 Hintergrund wurden vereinzelt dann auch Forderungen laut, dass legislative Maßnahmen
654 gestärkt und präzisere Definitionen der zu verfolgenden Sachverhalte gefunden werden
655 müssten. Insbesondere hinsichtlich der Fragen, wie weit die legislativen Maßnahmen gehen
656 sollten und wie das Verhältnis von Regulierung und Meinungsfreiheit ausgestaltet sein könne,
657 gibt es auf internationaler Ebene bislang keinen Konsens.⁷⁴

658

659 Einigkeit indes besteht hinsichtlich der Ablehnung von Hate Speech im Internet. Für die
660 Frage, wie gegen diesen Missbrauch des Internets vorgegangen werden soll, muss eine
661 globale Lösung allerdings noch gefunden werden. Es existiert bislang nur eine Vielzahl von
662 Aktivitäten auf supranationaler, europäischer und nationaler Ebene, die der Beobachtung,
663 Analyse und Aufklärung dienen und die Entscheidungsträger entsprechend informieren.

664

665 Zu den größeren Aktivitäten der OSCE im Zusammenhang mit Hate Speech gehören
666 beispielsweise:

667

- 668 - eine Konferenz in Skopje am 12. Mai 2012 zum Austausch über die besten Praktiken im
669 Umgang mit Hate Speech und Hate Crime⁷⁵,
- 670 - eine Analyse zu Hate Speech und Hate Crime in Georgia: We do not have time for
671 silence: proliferation of the hate speech and hate accidents in Georgia in years 2009-
672 2010⁷⁶ und
- 673 - Konferenzen, auf denen über aktuelle Fälle von Hate Speech berichtet wird, wie
674 beispielsweise auf dem OSCE Human Dimension Implementation Meeting am 3.
675 Oktober 2012 in Warschau⁷⁷.

676

677 Ein weiteres Bündnis zur Bekämpfung von Hate Speech im Internet ist das International
678 Network Against Cyberhate (INACH), eine unter holländischem Recht am 4. Oktober 2002
679 gegründete Organisation mit Sitz in Amsterdam. An der Gründung beteiligt waren auch die

⁷³ Vgl.: OSCE / ODIHR (Office for Democratic Institutions and Human Rights): Report of OSCE-ODIHR activities on hate on the internet. 27. October 2010. Online abrufbar unter: <http://www.osce.org/odihhr/73461>

⁷⁴ Vgl.: OSCE: Report *Freedom of Expression on the Internet. A study of legal provisions and practices related to freedom of expression, the free flow of information and media pluralism on the Internet in OSCE participation States*, S. 51-64. Online abrufbar unter: <http://www.osce.org/fom/80723>

⁷⁵ Vgl.: OSCE-Pressemitteilung unter: <http://www.osce.org/skopje/90753>

⁷⁶ Vgl.: <http://www.osce.org/home/71997>

⁷⁷ Vgl. in diesem Zusammenhang das Papier zum Thema „Religious hate speech on the internet and in the public space in Russia. Online abrufbar unter: <http://www.osce.org/odihhr/94808>

680 deutsche Kontrollinstanz Jugendschutz.net und die international tätige Magenta Foundation.
681 Die INACH hat es sich zur Aufgabe gemacht, Diskriminierungen im und durch das Internet
682 wirksam zu bekämpfen.⁷⁸ Das Netzwerk besteht derzeit aus 19 Mitgliedern beziehungsweise
683 Kandidaten aus Europa, Russland und den USA.

684

685 Wie Jugendschutz.net auf seiner Internetseite berichtet, habe sich INACH zum Ziel gesetzt,
686 durch die Schaffung verbindlicher Netzwerkstrukturen, ein Forum zur Entwicklung
687 grenzüberschreitender Lösungsansätze zu schaffen. INACH solle zum kontinuierlichen
688 Erfahrungsaustausch über Aktivitäten gegen Rassismus und Diskriminierung im Internet
689 beitragen. Wesentlicher Bestandteil der Zusammenarbeit sei der gemeinsame Kampf gegen
690 jegliche Hass-Seiten im World Wide Web. Die Partner-Organisationen gingen in
691 konzentrierten Aktionen erfolgreich insbesondere gegen transnationale Fälle neonazistischer
692 und rassistischer Hetze vor. Jugendschutz.net lobt hierbei die zukunftsweisende Kooperation
693 im Rahmen von INACH. In den vergangenen Jahren seien die Partnerorganisationen vor
694 allem auf Ebene der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa aktiv
695 gewesen und hätten die Mitglieder der Staatengemeinschaft auf Konferenzen in Berlin, Paris,
696 Warschau oder Cordoba für das Problem von Rassismus und Diskriminierung im Internet
697 sensibilisiert.⁷⁹

698

699 2011 verfasste INACH im Rahmen der Jahreskonferenz in Paris eine Charta der Sozialen
700 Werte im Netz. Etwa 80 Vertreterinnen und Vertreter der Industrie, der neuen Intermediäre
701 (Google, Microsoft), der Presse, Strafverfolgung, internationalen Organisationen (EU-
702 Kommission) und Nichtregierungsorganisationen waren daran beteiligt. Die Charta fordert
703 von Usern und Providern mehr Verantwortung und Initiative gegen Hasspropaganda im
704 Internet. Größtes Hindernis für die Fortentwicklung und Etablierung von Institutionen wie
705 INACH bleibt die fehlende finanzielle Absicherung. Diese scheint im Sinne der
706 Nachhaltigkeit aber dringend geboten.⁸⁰

707

708 Für eine vertiefende Auseinandersetzung mit der Thematik Hate Speech im Internet und
709 entsprechend weiterführende Literaturhinweise bietet die auf Antrag der Enquete-
710 Kommission Internet und digitale Gesellschaft / Projektgruppe Kultur, Medien und
711 Öffentlichkeit erstellte Ausarbeitung des Wissenschaftlichen Dienstes des Deutschen

⁷⁸ Vgl.: <http://www.inach.net/about.html>. Der jüngste INACH-Bericht aus dem Jahr 2010, in dem auch auf einzelne Länder eingegangen wird, ist online abrufbar unter: http://www.inach.net/INACH_report_2010.pdf

⁷⁹ Vgl.: Lanzke, Alice: Der Kampf gegen Hass-Reden im Internet. INACH-Charta für soziale Verantwortung im Netz. 2012. Online abrufbar unter: <http://www.ard.de/mensch-alltag/inach-konferenz-hass-im-internet/-/id=918676/nid=918676/did=2641562/1mhpmb/index.html>

⁸⁰ Vgl.: Jugendschutz.net: Rechtsextremismus online – beobachten und nachhaltig bekämpfen. Bericht über Recherchen und Maßnahmen im Jahr 2011, Mainz: 2012, S. 15. Online abrufbar unter: <http://www.hass-im-netz.info/fileadmin/dateien/pk2012/bericht2011.pdf>

712 Bundestages vom 31. Oktober 2012 (Hate Speech im Internet – Sachstand / WD 10-3000-
713 097/12) eine gute Grundlage.⁸¹

714 **1.2.3 Zur rechtlichen Einordnung von Hate Speech (Beschränkung von** 715 **Meinungsfreiheit / Antisemitismusbericht)**

716 **1.2.3.1 Einleitung**

717 Das auf Antrag des Deutschen Bundestages von der Bundesregierung eingesetzte
718 unabhängige, aus Wissenschaftlern und Praktikern zusammengesetzte, Expertengremium
719 Antisemitismus hat die Aufgabe, in regelmäßigen Abständen einen Bericht zum
720 Antisemitismus in Deutschland zu erstellen und dabei Empfehlungen auszusprechen, wie
721 Programme zur Bekämpfung von Antisemitismus entworfen und weiterentwickelt werden
722 können. In seinem Bericht vom 10. November 2011 empfiehlt das Gremium unter anderem,
723 dass „die Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft antisemitische
724 Stereotypisierungen und antisemitische Inhalte im Internet thematisiert und ihrerseits
725 entsprechende Empfehlungen erarbeitet.“⁸²

726
727 Eingedenk dieser Empfehlung hat sich die Enquete-Kommission Internet und digitale
728 Gesellschaft mit der Problematik der Verbreitung antisemitischer und anderer gegen Personen
729 oder Personengruppen gerichteten Inhalte im Internet (Hate Speech) beschäftigt. Unter „Hate
730 Speech“ versteht man Äußerungen, die geeignet sind, eine andere Person herabzusetzen oder
731 zu Gewalt, Hass beziehungsweise Diskriminierung aufzurufen. Der Grund dafür ist meist eine
732 bestimmte Rasse, Religion, das Geschlecht oder die sexuelle Orientierung.⁸³ Fraglich ist,
733 inwieweit solche Äußerungen vom Grundgesetz, insbesondere von der Meinungsfreiheit,
734 geschützt sind und somit eventuell zulässig, und inwieweit die rechtliche Möglichkeit besteht,
735 solche Äußerungen zu verbieten. Die Diskussion um die sogenannten Mohammed-
736 Karikaturen bzw. um das sogenannte Mohammed-Video zeigt die innen- und außenpolitische
737 Brisanz der aufgeworfenen Fragen. Im Folgenden soll zunächst der Schutzbereich der
738 Meinungsfreiheit dargestellt werden, um die Äußerungen zu benennen, die bereits nicht unter
739 den Schutz des Art. 5 GG fallen. Danach soll aufgezeigt werden, welche rechtlichen
740 Möglichkeiten und auch Grenzen existieren, um entsprechende Äußerungen zu verbieten.
741

⁸¹ Vgl.: Wissenschaftlicher Dienst des Deutschen Bundestages: Hate Speech im Internet. Sachstand. WD 10-3000-097/12, Autorin: Sabine Böger, Berlin: 31. Oktober 2012. Online abrufbar unter: ...

⁸² Vgl.: Bundesministerium des Innern: Antisemitismus in Deutschland. Erscheinungsformen, Bedingungen, Präventionsansätze. Bericht des unabhängigen Expertenkreises Antisemitismus. Berlin: 2011, S. 185.

⁸³ Vgl.: Brugger, Winfried: JA 2006, 687.

742 **1.2.3.2 Schutzbereich des Art. 5 I 1 GG, Meinungsfreiheit**

743 „Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu
744 verbreiten (...)“ (Art. 5 I 1 GG). Für die Eröffnung des Schutzbereichs ist relevant, dass zum
745 einen eine Meinung vorliegt (in Abgrenzung zu einer reinen Tatsache) und zudem, dass es
746 sich um eine eigene Meinung handelt. Sie ist geprägt durch das Element der Stellungnahme,
747 des Dafürhaltens, der Beurteilung.⁸⁴ Im Gegensatz dazu ist eine Tatsache dem Beweis
748 zugänglich, denn sie kann entweder wahr oder unwahr sein.⁸⁵ Das Bundesverfassungsgericht
749 (BVerfG) hat entschieden, dass entgegen des Wortlautes des Art. 5 I GG die Äußerung und
750 die Verbreitung von Tatsachen auch von dem Schutzbereich erfasst werden, wenn sie als
751 Grundlage für eine Meinungsbildung dienen.⁸⁶ Demzufolge wird der Schutzbereich für diese
752 Art von Tatsachen erweitert. Da unwahre Tatsachenbehauptungen jedoch nicht dem
753 Meinungsbildungsprozess dienen, stellen sie kein schützenswertes Gut⁸⁷ dar und fallen mithin
754 nicht unter den Schutzbereich. Dies bezieht sich jedoch, um den Kommunikationsprozess
755 nicht zu stark einzugrenzen, nur auf bewusst oder erwiesen unwahre Tatsachenäußerungen.⁸⁸
756 Maßgeblich für die Beurteilung des Wahrheitsgehalts einer Aussage ist der Zeitpunkt der
757 Äußerung.⁸⁹ Der Schutz der Meinungsfreiheit ist nicht davon abhängig, ob eine Meinung
758 „begründet oder grundlos, emotional oder rational ist, als wertvoll oder wertlos, gefährlich
759 oder harmlos eingeschätzt wird.“⁹⁰ Ebenso findet keine Begrenzung auf eine bestimmte
760 Äußerungsform statt. Geschützt wird gerade nicht nur die Meinungsäußerung in Wort, Schrift
761 und Bild, da diese Aufzählung nur beispielhaft und somit nicht abschließend ist.⁹¹ Darüber
762 hinaus ist es auch irrelevant, ob die Meinung scharf oder verletzend formuliert ist.⁹² Geschützt
763 wird sowohl die Meinungsäußerung an sich als auch die Art und Weise, wie sie erfolgt, zum
764 Beispiel an einem bestimmten Ort oder zu einem bestimmten Anlass.⁹³

765

766 Der Schutzbereich ist sehr weit gefasst und ist demzufolge auch eröffnet, wenn die
767 Meinungsäußerung Grundrechte Dritter verletzt, „Gemeinschaftsgüter gefährdet oder
768 Grundprinzipien der politischen und sozialen Ordnung in Frage [ge]stellt“⁹⁴ werden.
769 Berücksichtigung kann dies erst im Rahmen der Beschränkung finden.

770

771 Teilweise wird Schmähkritik und Formalbeleidigung schon vom Schutzbereich
772 ausgenommen.⁹⁵ Schmähkritik liegt vor, wenn eine Herabsetzung der Person und nicht die

⁸⁴ Vgl.: BVerfGE 61, 1 (8).

⁸⁵ Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar GG, Stand: 1. Juli 2012 Edition: 15, Art. 5 I GG, Rn 5.

⁸⁶ Vgl.: BVerfGE 61, 1 (8).

⁸⁷ Vgl.: BVerfGE 54, 208 (219).

⁸⁸ Vgl. Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1699).

⁸⁹ Vgl.: Jarass, Hans D. in: Jarass, Hans D. / Piroth, Bodo: Grundgesetz Kommentar, 10. Aufl. 2010, Art. 5, Rn 4.

⁹⁰ Vgl.: BVerfGE 90, 241 (247).

⁹¹ Vgl.: Schemmer, Franz in: Epping, Volker / Hillgruber, Christian (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar GG, Stand: 1. Juli 2012 Edition: 15, Art. 5 I GG, Rn 14.

⁹² Vgl.: BVerfGE 90, 241 (247).

⁹³ Vgl.: Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1700).

⁹⁴ Vgl.: Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1698).

⁹⁵ Vgl.: Fechner, Frank in: Stern, Klaus / Becker, Florian (Hrsg.): Grundrechte Kommentar, 2010, Art 5 GG, Rn 96.

773 Auseinandersetzung in der Sache im Vordergrund steht.⁹⁶ Eine Formalbeleidigung ist eine
774 Äußerung, die schon aufgrund der Form oder Umstände eine Beleidigung darstellt. Andere
775 sehen diese Äußerungen zwar vom Schutzbereich erfasst, lassen aber im Rahmen der
776 Abwägung dann das andere Rechtsgut vorgehen.⁹⁷

777 **1.2.3.3 Eingriff**

778 Ein Eingriff in die Meinungsfreiheit kann auf verschiedene Weise erfolgen. Zum Beispiel
779 indem eine Äußerung komplett beziehungsweise für einen gewissen Zeitraum verboten wird
780 oder wenn sie Sanktionen nach sich zieht.⁹⁸ Da auch die Art und Weise geschützt wird, liegt
781 ebenso ein Eingriff vor, wenn zwar nicht die Meinungsäußerung an sich, aber die Umstände
782 eingeschränkt werden.⁹⁹

783 **1.2.3.4 Schranken**

784 **1.2.3.4.1 Beschränkungen der Meinungsfreiheit**

785 Gemäß Art. 5 II GG findet die Meinungsfreiheit ihre Schranken in den Vorschriften der
786 allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem
787 Recht der persönlichen Ehre. Ein Eingriff kann durch ein Gesetz, das den Anforderungen des
788 Art. 5 II GG entspricht, gerechtfertigt sein. Unter dem Begriff „allgemeine Gesetze“ versteht
789 das Bundesverfassungsgericht Gesetze, „die nicht eine Meinung als solche verbieten, sondern
790 vielmehr dem Schutze eines Rechtsguts dienen, das gegenüber der Meinungsfreiheit Vorrang
791 genießt“.¹⁰⁰

792
793 Das BVerfG hat eine Ausnahme zu dem Erfordernis der Allgemeinheit von einschränkenden
794 Gesetzen anerkannt. So kann ausnahmsweise auch Sonderrecht eine zulässige Schranke
795 bilden, wenn das entsprechende Verbotsgesetz gerade darauf abzielt, das
796 nationalsozialistische Regime in den Jahren zwischen 1933 und 1945 gützuheißten.¹⁰¹ Grund
797 dafür ist, dass die Ablehnung und die Distanzierung von der Unrechtsherrschaft des
798 Nationalsozialismus ein prägender Bestandteil des Grundgesetzes sind.¹⁰² In dieser
799 Entscheidung stellte das Gericht dann auch fest, dass § 130 IV StGB, der gerade solch ein
800 Sonderrecht darstellt, aus eben genanntem Grund eine zulässige Schranke für Art. 5 GG
801 darstellt.¹⁰³

802

⁹⁶ Vgl.: Schulze-Fielitz, Helmuth in: Dreier, Horst (Hrsg.): Grundgesetz Kommentar, 2. Aufl. 2004, Art. 5 I, II, Rn 179.

⁹⁷ Vgl.: Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1703).

⁹⁸ Vgl.: Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1700).

⁹⁹ Vgl.: Grimm, Dieter: ebd.

¹⁰⁰ Vgl.: BVerfGE 7, 198 (209).

¹⁰¹ Vgl.: BVerfGE 124, 300 (327 f.).

¹⁰² Vgl.: BVerfGE 124, 300 (328).

¹⁰³ Vgl.: BVerfGE 124, 300 (327 ff.).

803 Ein Eingriff kann aber außer durch einfache Gesetze ebenso durch Schranken gerechtfertigt
804 sein, die sich unmittelbar aus der Verfassung ergeben.¹⁰⁴ Somit sind mögliche Schranken also
805 auch kollidierende Grundrechte und Rechtsgüter von Verfassungsrang.
806

807 **1.2.3.4.2 Einfache Gesetze als Schranke für Art. 5 I GG**

808 Beispielhaft seien Gesetze genannt, die als Schranke für den Art. 5 I GG in Frage kommen:

809

- 810 • § 90a StGB, Verunglimpfung des Staates und seiner Symbole

811

812 § 90a StGB schützt vor Verunglimpfungen des Staates. Geschützt werden die Bundesrepublik
813 Deutschland und ihre Bundesländer in der Form eines freiheitlich demokratischen
814 Rechtsstaates und die verfassungsmäßige Ordnung.¹⁰⁵ Unter Beschimpfung versteht man die
815 Kundgabe von Missachtung, die nach Form oder Inhalt besonders verletzend ist.¹⁰⁶ Die
816 Einschätzung der Äußerung als verletzend oder nicht, richtet sich nach dem Urteil eines
817 unbefangenen und auf religiöse Toleranz bedachten Dritten.¹⁰⁷

818

- 819 • § 166 StGB, Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und
820 Weltanschauungsvereinigungen

821

822 § 166 StGB enthält einen Straftatbestand für Beschimpfungen, unter anderem gegen religiöse
823 und weltanschauliche Bekenntnisse, die geeignet sind, den öffentlichen Frieden zu stören. Die
824 Vorschrift schützt den öffentlichen Frieden und nicht – wie es der Wortlaut nahelegen könnte
825 – die Weltanschauung oder die Religion an sich.¹⁰⁸ Unter Beschimpfung versteht man die
826 Kundgabe von Missachtung, die nach Form oder Inhalt besonders verletzend ist.¹⁰⁹ Die
827 Einschätzung der Äußerung als verletzend oder nicht, richtet sich nach dem Urteil eines
828 unbefangenen und auf religiöse Toleranz bedachten Dritten.¹¹⁰
829

¹⁰⁴ Vgl.: BVerfGE 66, 116 (136).

¹⁰⁵ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 90a, Rn 3.

¹⁰⁶ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 90a, Rn 4.

¹⁰⁷ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 90a, Rn 7.

¹⁰⁸ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 166 Rn 1.

¹⁰⁹ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 166, Rn 9 i. V. m. § 90a, Rn 4.

¹¹⁰ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 166, Rn 9.

830 • § 130 StGB, Volksverhetzung

831

832 § 130 StGB schützt (Gruppen von) Menschen, die aus Gründen ihrer nationalen, rassischen,
833 religiösen oder ihrer ethnischen Herkunft verbal angegriffen werden. Der Schutzzweck dieser
834 Norm ist der Schutz des öffentlichen Friedens und der Menschenwürde des Einzelnen.¹¹¹

835

836 § 130 III StGB sanktioniert die sogenannte „Holocaustleugnung“. Diese ist – wie oben bereits
837 erwähnt – aufgrund der erwiesenen Unwahrheit dieser Tatsache schon nicht vom
838 Schutzbereich der Meinungsfreiheit erfasst.

839

840 Hinsichtlich des § 130 IV StGB hat das BVerfG festgestellt, dass diese Norm Sonderrecht
841 darstellt, da dieses Gesetz gerade bestimmte Meinungen verbietet, nämlich die Aussagen, die
842 nationalsozialistische Gewalt- und Willkürherrschaft billigen, verherrlichen oder
843 rechtfertigen. Somit könnte dieses Gesetz grundsätzlich keine mögliche Schranke für eine
844 Meinungsfreiheit sein. Allerdings entwickelte das BVerfG eine Ausnahmeregel für
845 Sonderrecht, das sich gegen die Verherrlichung des nationalsozialistischen Unrechtsregimes
846 wendet. Der Grund hierfür liegt darin, dass die Ablehnung und die Distanzierung von der
847 Unrechtsherrschaft des Nationalsozialismus prägende Bestandteile des Grundgesetzes sind.¹¹²
848 Somit kommt diese Norm trotz des Sonderrechtscharakters als zulässige Schranke in Betracht
849 (vgl. Kapitel 1.2.1.4.1 Beschränkungen der Meinungsfreiheit).

850

851 • § 185 StGB, Beleidigung

852

853 § 185 StGB schützt die Ehre des Einzelnen vor Beleidigungen.¹¹³ Vom Tatbestand werden
854 auch die sogenannten Kollektivbeleidigungen, in denen also nicht eine bestimmte Person,
855 sondern ein bestimmter Personenkreis bezeichnet wird, erfasst. Dennoch handelt es sich um
856 Beleidigungen jeder einzelnen Person, die zu dem Personenkreis gehört. Schutzvoraussetzung
857 ist allerdings, dass die Bezeichnung so konkret ist, dass der Personenkreis klar umgrenzt ist,
858 sodass deutlich wird, wer diesem Personenkreis zugeordnet werden kann.¹¹⁴

859

860 • Rundfunkstaatsvertrag (RStV)

861

862 Auch außerhalb des Strafrechts lassen sich Verbotsnormen zu rassistischen Äußerungen finden.
863 So enthält beispielsweise § 7 I Nr. 2 RStV das Verbot für Werbung und Teleshopping
864 Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft,
865 Staatsangehörigkeit, Religion oder Glauben, Behinderung, Alter oder sexueller Orientierung
866 zu beinhalten oder zu fördern. Diese Norm des RStV beruht auf einer Vorgabe aus Artikel 9 I

¹¹¹ Vgl.: Schäfer, Jürgen in: Joecks, Wolfgang / Miebach, Klaus (Hrsg.): Münchener Kommentar zum StGB, 2. Aufl., 2012, § 130, Rn 1 ff.

¹¹² Vgl.: BVerfGE 124, 300 (328).

¹¹³ Vgl.: Valerius, Brian in: von Heintschel-Heinegg, Bernd (Hrsg.): Beck'scher Online-Kommentar StGB, Stand: 15. Juni 2012, Edition: 19, § 185 Rn 1.

¹¹⁴ Vgl.: Regge, Jürgen in: Miebach, Klaus / Sander, Günther M. (Hrsg.): Münchener Kommentar zum StGB, 1. Aufl., 2003, Vorbemerkung zu §§ 185–200, Rn. 55 ff.

867 AVMD-RL (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste). Auch wenn die nationalen
868 medienpezifischen Regelungen nicht abschließend sind, so ist dennoch durch die
869 strafrechtlichen Bestimmungen, die nicht medienpezifisch gefasst sind, ein umfassender
870 Schutz gewährleistet.
871

872 **1.2.3.4.3 Restriktive (verfassungskonforme) Auslegung von Beschimpfung, Beleidigung** 873 **und so weiter / Wechselwirkungslehre / Verhältnismäßigkeit**

874 Ungeachtet dessen, welches einfache Gesetz man als Beschränkung (Schranke) für Art. 5 I
875 GG in Betracht zieht, ist stets zu beachten, dass die Tatbestandsmerkmale des beschränkenden
876 Gesetzes unter Berücksichtigung des Art. 5 I GG eng ausgelegt werden (sogenannte
877 Wechselwirkungslehre). Das bedeutet, dass zum Beispiel unter Beschimpfung im Sinne des §
878 166 StGB nur Äußerungen gefasst werden, die als Schmähkritik einzustufen sind. Somit kann
879 erst, wenn der sachliche Bezug der Äußerung fehlt und die Herabsetzung der Person oder der
880 Sache den Inhalt ausmachen, von einer Beschimpfung (zum Beispiel § 166 StGB,
881 Beleidigung im Sinne des § 185 StGB) ausgegangen werden. Des Weiteren muss der
882 Grundsatz der Verhältnismäßigkeit eingehalten werden. Dies bedeutet, dass der Eingriff in die
883 Meinungsfreiheit einen legitimen Zweck verfolgen, geeignet und erforderlich sein muss, um
884 den legitimen Zweck zu erreichen und verhältnismäßig im engeren Sinne ist. Für die
885 Verhältnismäßigkeit im engeren Sinne werden die Meinungsfreiheit als eingeschränktes
886 Rechtsgut und das zu schützende Rechtsgut in Abwägung gestellt. Wenn im Rahmen dieser
887 Rechtsgüterabwägung das andere Rechtsgut überwiegt, ist der Eingriff in die
888 Meinungsfreiheit verhältnismäßig und mithin rechtlich zulässig.
889

890 Als kollidierendes Rechtsgut kommen insbesondere in Frage: das allgemeine
891 Persönlichkeitsrecht (Art. 2 I GG in Verbindung mit Art 1 I GG), und aus aktuellem Anlass
892 die Glaubensfreiheit, insbesondere die Religionsfreiheit (Art. 4 GG).
893

894 Keines der kollidierenden Rechtsgüter genießt bereits aufgrund seiner Stellung innerhalb des
895 Grundgesetzes Vorrang. Vielmehr ist für jede Abwägung im Einzelfall zu entscheiden,
896 welches Grundrecht für diesen bestimmten Fall Vorrang hat.¹¹⁵ Dennoch ist im Rahmen der
897 Abwägung die besondere Bedeutung der Kommunikationsgrundrechte zu beachten. Das
898 BVerfG hat für die Abwägung von Meinungsfreiheit mit kollidierenden Rechtsgütern
899 folgende Vorrangregeln entwickelt¹¹⁶:

900
901 Im Rahmen der Abwägung wird als Pendant zum Schutzbereich unterschieden zwischen
902 Meinungen und Tatsachen. Da bewusst unwahre Tatsachen schon gar nicht vom
903 Schutzbereich des Art. 5 I GG erfasst sind, können diese hier außen vor bleiben. Hinsichtlich
904 der nicht bewusst unwahren Tatsachen gilt, dass regelmäßig der Persönlichkeitsschutz
905 vorgeht. Die wahren Tatsachen kann man wiederum unterscheiden in Äußerungen, die die

¹¹⁵ Vgl.: Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1702).

¹¹⁶ Vgl.: Graphik bei Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1705).

906 Intimsphäre betreffen und somit grundsätzlich nicht hingenommen werden müssen, und
907 Äußerungen, die lediglich die Sozialsphäre eines anderen betreffen.

908

909 Bei den Meinungsäußerungen geht in der Abwägung der Persönlichkeitsrechtsschutz vor,
910 sobald es sich um einen Menschenwürdeverstoß handelt oder eine Formalbeleidigung
911 beziehungsweise Schmähkritik vorliegt. Liegt hingegen schlicht herabsetzende Kritik vor,
912 kommt es, ohne eine Voreinschätzung abgegeben zu können, auf die Abwägung im Einzelfall
913 an.¹¹⁷

914

915 Hinsichtlich der Religionsfreiheit (sogenannte Mohammed-Karikaturen, sogenanntes
916 Mohammed-Video und Ähnliches) sind die gleichen Abwägungsregeln anzuwenden, wie bei
917 jedem anderen kollidierendem Grundrecht. Eine Sonderstellung des Art. 4 GG ist der
918 Grundrechtssystematik des Grundgesetzes nicht zu entnehmen. Art. 4 GG ist daher nur dann
919 unbedingter Vorrang einzuräumen, wenn es sich um Schmähkritik handelt. Sind die Grenzen
920 zulässiger Meinungsäußerung nicht überschritten, kann gleichwohl ein Verbot der
921 Verbreitung einer an sich zulässigen Form von Meinungsäußerung gerechtfertigt sein, wenn
922 anderenfalls die öffentliche Sicherheit konkret gefährdet ist. In Parallele zur polizeilichen
923 Notstandshaftung ist ein solches Verbot zulässiger Meinungsäußerung jedoch an enge
924 Voraussetzungen geknüpft (konkrete Gefährdung der öffentlichen Sicherheit, Fehlen von
925 Alternativen bei der Gefahrenabwehr und so weiter).

926 **1.3 Schwerpunkt Plattformregulierung: Machtverschiebungen und die Rolle von** 927 **Plattformen**¹¹⁸

928 **1.3.1 Ausgangspunkt und Fragestellung**

929 In der verfassungsrechtlichen Diskussion in der Weimarer Republik (und auch bereits zuvor)
930 wurde darauf hingewiesen, dass die Freiheit öffentlicher Kommunikation nicht nur durch den
931 Staat gefährdet werden kann, sondern auch durch andere Akteure – vor allem Unternehmen –
932 die eine herausgehobene Rolle im Kommunikationsprozess erlangen, die mit dem Risiko
933 verbunden ist, die Freiheit öffentlicher Kommunikation zu stören. Zu den Zielen, die die
934 Rechtsordnung in Bezug auf Medien verfolgt, gehört seitdem – neben vielen anderen – auch,
935 zu verhindern, dass derartige Vermachtungen entstehen. Das Bundesverfassungsgericht hat
936 die Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht zur „Pflichtaufgabe“ des Gesetzgebers
937 erklärt.¹¹⁹ Dies gilt wegen der besonderen Wirkmacht vor allem für den Rundfunk¹²⁰, die
938 verfassungsrechtliche Aufgabe ist allerdings weiter zu verstehen.

¹¹⁷ Vgl.: Grimm, Dieter: NJW 1995, 1697 (1705).

¹¹⁸ Anmerkung: Der folgende Text ist eine gekürzte, überarbeitete und aktualisierte Fassung von Wolfgang Schulz/Stephan Dreyer/Stefanie Hagemeier: Machtverschiebungen in der öffentlichen Kommunikation., Friedrich-Ebert-Stiftung, Berlin: 2011.

¹¹⁹ Vgl.: BVerfGE 73, 118 [159]

¹²⁰ Vgl. dazu: Hasebrink/Schulz/Held: Macht als Wirkpotenzial. S. 3 ff.

939 Traditionell stehen dabei die Unternehmen im Fokus, die Massenmedien beherrschen, so dass
940 konsequenter Weise das Recht bei der Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht an den
941 Rundfunkveranstalter anknüpft (§§ 26 ff RStV).

942 Vor allem internetbasierte Kommunikation kann die Frage aufwerfen, ob dieser Fokus nicht
943 angesichts der Veränderung von öffentlicher Kommunikation zu eng gewählt ist. Die
944 folgende Untersuchung stellt daher wissenschaftliche Beobachtungen zusammen, die
945 Aufschlüsse darüber geben sollen, inwieweit eine Erweiterung dieses Fokus sinnvoll oder gar
946 geboten erscheint. Sie greift dabei unterschiedliche Typen von Angeboten heraus, anhand
947 derer sich Vermachtungsrisiken zeigen können.
948 Darüber hinaus werden Trends aufgezeigt, die sich im Nutzungsverhalten von
949 Internetdiensten und den Angeboten selbst in den vergangenen Jahren abgezeichnet haben,
950 und deren soziale und politische Implikationen – auch im Hinblick auf Machtverschiebungen
951 – diskutiert.

952 **1.3.2 Vorüberlegung: Kommunikative Chancengerechtigkeit als Ausgangspunkt**

953 Das Bundesverfassungsgericht orientiert sich bei der Auslegung der
954 Kommunikationsfreiheiten im Art. 5 Abs. 1 GG am Ziel der „freien individuellen und
955 öffentlichen Meinungsbildung“.¹²¹ Wann dieser Prozess als „frei“ angesehen werden kann,
956 oder andersherum, wann eine Störung vorliegt, die zum Urteil der Unfreiheit dieses Prozesses
957 führt, dies hat das Bundesverfassungsgericht noch nicht auf eine bestimmte Formel gebracht.
958 Aus unterschiedlichen Entscheidungen lässt sich aber herauslesen, dass es von einem
959 Paradigma der „kommunikativen Chancengerechtigkeit“ ausgeht. Vergleichbar der
960 Grundkonstruktion des „normativen Öffentlichkeitsbegriffes“, etwa im Werk von Jürgen
961 Habermas¹²², ist davon auszugehen, dass öffentliche Kommunikation gewissen Bedingungen
962 gehorchen muss, damit sie als Basis für eine freie Meinungs- und schließlich Willensbildung
963 normativ anerkannt werden kann. Erlangen Teilnehmer in der öffentlichen Diskussion eine
964 kommunikativ nicht begründete Machtstellung, wird die öffentliche Kommunikation insoweit
965 verzerrt und „unfrei“. Dies wäre etwa zu unterstellen, wenn ein Zustand „vorherrschender“
966 Meinungsmacht im Sinne von § 26 RStV erreicht ist.

967 Die Sicherung von Zugangsfreiheit durch § 52c RStV stellt eine Maßnahme dar, die die
968 Rundfunkfreiheit im Rahmen von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG ausgestaltet. Danach sind die
969 Landesgesetzgeber aufgerufen zu gewährleisten, dass freie individuelle und öffentliche
970 Meinungsbildung stattfinden kann.¹²³ Diesem „Primärziel“ der Ausgestaltung dient es,
971 rechtliche Rahmenbedingungen für kommunikative Chancengerechtigkeit zu schaffen. Im
972 Prozess der Massenkommunikation sollen nur kommunikativ begründete Kriterien für die
973 Verbreitungschancen von Kommunikationsinhalten ausschlaggebend sein. Ökonomische oder
974 technisch begründete Machtstellungen sollen diese Chancen möglichst nicht beeinflussen.¹²⁴

¹²¹ Vgl. beispielsweise: BVerfGE 57, 295 [319 f.]

¹²² Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft.

¹²³ Vgl. vor allem: BVerfGE 57, 295 [319f.]

¹²⁴ Anmerkung: Zu dem Konzept vgl. Hoffmann-Riem: Kommunikationsfreiheit. S. 27ff. und Schulz/Kühlers: Konzepte. S. 11ff. m.w.N.

975 Dabei wird zunehmend deutlich, dass nicht nur die Perspektive des Kommunikators, sondern
976 auch die des Rezipienten im Hinblick auf Zugangschancengerechtigkeit zu beachten ist.¹²⁵

977 Zum Ausgleich verzerrter Kommunikationschancen im Rahmen von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG
978 kann es gehören, Privilegierungen für Angebote vorzusehen, die eine besondere Rolle für die
979 öffentliche oder individuelle Meinungsbildung spielen, wenn sie bei rein marktmäßiger
980 Erbringung strukturell benachteiligt erscheinen. Insofern kann es verfassungsrechtlich
981 zulässig oder sogar geboten sein, bestimmte Inhalte zu privilegieren oder aber Akteure zu
982 bevorzugen, von denen die Produktion oder Distribution derartiger Inhalte aus strukturellen
983 Gründen eher erwartet werden kann. Hierzu gehören typischerweise öffentlich-rechtliche
984 Rundfunkanstalten, aber auch nicht-kommerzielle Rundfunkveranstalter und Anbieter lokaler
985 bzw. regionaler Programme.¹²⁶

986 Um Gegenstand ausgestaltender Regulierung der Landesgesetzgeber zu sein, müssen die
987 betreffenden Dienstleistungen nicht selbst Rundfunk im verfassungsrechtlichen Sinne
988 darstellen. Die Einordnung als Rundfunk im Sinne von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG hat allerdings
989 in zwei Richtungen Bedeutung für den Gesetzgeber und den Gesetzesanwender. Zum einen
990 muss für Nicht-Rundfunk ein „ausreichender Inhaltsbezug“¹²⁷ gegeben sein, um ihn in den
991 Bereich der Rundfunkfreiheit und damit der Ausgestaltung einzubeziehen. Zum anderen hat
992 der Gesetzgeber bei Rundfunk im Rahmen der Ausgestaltung etwa die Wahrung der
993 Programmautonomie bei der Regulierung zu beachten.

994 **1.3.3 Informationsordnung und Meinungsmacht**

995 Explizit der Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht dienen die Regelungen in § 26 ff
996 RStV. Die Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht ist eine Gestaltungsaufgabe des
997 Gesetzgebers, die in der Kompetenzordnung des Grundgesetzes bei den Ländern liegt. Aber
998 auch andere – zum Teil in Bundeskompetenz stehende – Rechtsbereiche haben jedenfalls
999 mittelbar Einfluss auf die kommunikative Chancengerechtigkeit. So ist etwa bei denjenigen,
1000 die das Kartellrecht nicht für ausreichend halten, auch im Rundfunkbereich für die
1001 Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht zu sorgen, anerkannt, dass das Kartellrecht
1002 dessen ungeachtet dieses Regelungsziel befördert, dass der ökonomische Wettbewerb auch
1003 eine machtbegrenzende, disziplinierende Funktion auf Unternehmen ausübt.¹²⁸ Ebenso kann
1004 daneben das Haftungsrecht beispielsweise Machtspielräume in der öffentlichen
1005 Kommunikation eröffnen oder begrenzen.

¹²⁵ Vgl.: Schulz/Held/Kops: Perspektiven. S. 58ff., 62ff.

¹²⁶ Vgl.: Schulz/Kühlers: Konzepte. S. 13.

¹²⁷ Vgl.: BVerfGE 77, 346 [354]; 78, 101 [103]

¹²⁸ Vgl. Hoffmann-Riem: Kommunikationsfreiheiten. S. 219.

1006 1.3.4 Erkennbare Strukturverschiebungen

1007 1.3.4.1 Bedeutung der Plattformen

1008 Der Begriff „Plattform“ wird im digitalen Alltag in vielfältiger Weise verwendet. Während
1009 die Landesgesetzgeber ihn mit Blick auf Rundfunk in § 2 Abs. 2, Nr. 13 RStV definieren und
1010 auf solche Dienstleistungen beschränken, die im Bereich der Verbreitung des Rundfunks und
1011 vergleichbarer Telemedien relevant sind, werden in der Alltagssprache auch Online-
1012 Marktplätze oder Streaming-Portale häufig als „Plattformen“ bezeichnet. Von diesem
1013 weiteren Verständnis sind damit vor allem auf der Basis des Internet-Protokolls angebotene
1014 Dienste umfasst, die von Dritten inhaltlich gestaltet und vom Anbieter lediglich zugänglich
1015 gemacht werden, ohne dass diese Bündelung die Qualität einer redaktionellen Verantwortung
1016 erlangt (zu diesem Begriff vgl. Schulz/Heilmann in: IRIS Spezial 2008: Redaktionelle
1017 Verantwortung). Nach diesem Verständnis wären etwa Verkaufsplattformen wie EBay als
1018 Plattformen zu bezeichnen, aber auch Angebote, bei denen audiovisuelle Inhalte von Nutzern
1019 hochgeladen und von anderen dort betrachten und kommentiert werden können, wie etwa bei
1020 Youtube. Da „Plattformen“ im weiteren Sinne recht unterschiedliche Konzepte und
1021 Geschäftsmodelle zu Grunde liegen und sie nicht unter die Definition des RStV fallen, ist es
1022 wichtig, sie klar von „Plattformen“ nach dem RStV zu unterscheiden.

1023

1024 Wie die Regelungen zur Plattformregulierung im Rundfunkstaatsvertrag zeigen, unterstellt
1025 das Medienrecht ihnen strukturell die Möglichkeit, Einfluss auf die kommunikative
1026 Chancengerechtigkeit der zugänglichen Inhalte zu erlangen. Strukturell wird dieses Risiko vor
1027 allem dort gesehen, wo objektiv technische Engpässe bestehen, so dass
1028 Auswahlentscheidungen über Inhaltenanbieter zu treffen sind. Bei digitalen Plattformen ist
1029 schon die Beantwortung dieser Frage schwierig. Dies hat die Diskussion um den 10.
1030 Rundfunkänderungsstaatsvertrag, mit dem die Plattformregulierung in das Rundfunkrecht
1031 eingeführt wurde, gezeigt.¹²⁹

1032

1033 Im Bereich internetvermittelter Kommunikation wird diskutiert, ob und wie stark technische
1034 Engpässe derzeit bestehen und was dies für Auswirkungen auf Fragen der Netzneutralität
1035 hat¹³⁰. Darüber hinaus gibt es Netzwerkeffekte: Je mehr Nutzer eine Plattform nutzen, desto
1036 größer wird der Nutzen für die anderen Nutzer der entsprechenden Plattform.¹³¹ Neben der
1037 Frage der Netzneutralität wird daher auch über "Plattformneutralität" diskutiert, und zwar
1038 insbesondere dann, wenn Unternehmen technische Plattformen betreiben und zudem auch
1039 Inhalte anbieten oder an Inhaltenanbietern beteiligt sind.

1040

¹²⁹ Vgl. etwa: Grewenig: Rechtliche Rahmenbedingungen für Plattformanbieter. ZUM 2009, S. 15; Weisser/
Glas: Die medienrechtliche Regulierung von Plattformen. ZUM 2009, S. 914 und Ritlewski:
Pluralismussicherung im 10. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. ZUM 2008, S. 403.

¹³⁰ Vgl. Zwischenbericht der Projektgruppe Netzneutralität...

¹³¹ Vgl. hierzu: Klodt/Laaser/Lorz/Maurer: Wettbewerb und Regulierung in der Telekommunikation. S. 40 ff.

1041 Dies zeigt etwa das Nutzungsverhalten am Beispiel von Online-Videoportalen (Youtube wird
1042 unter Google Sites gezählt): Dies bedeutet, dass es für den Nutzer einen relevanten
1043 Unterschied macht, ob er über diese Plattform andere Nutzerinnen und Nutzer erreichen kann
1044 oder auf andere Plattformen ausweichen muss.

1045 An dieser Stelle zeigt sich auch, welche Auswirkungen etwa das Haftungsrecht auf
1046 Kommunikationsprozesse haben kann. So ist es aus Sicht von Plattformen-Anbietern rational
1047 (derart geschieht es auch meist), sich gegenüber den Nutzern vorzubehalten, bei Verstoß
1048 gegen die in der Regel weit gehaltenen Nutzungsbedingungen Inhalte zu entfernen. Gehen
1049 etwa Beschwerden über kommunikative Inhalte ein, kann der Plattformanbieter diesen Inhalt
1050 entfernen und sich damit Haftungsrisiken entledigen (das ist der Grundgedanke des sog.
1051 Notice-and-take-down-Verfahrens). Der entsprechende kommunikative Inhalt ist dann über
1052 die jeweilige Plattform nicht mehr erreichbar.

1053 **1.3.4.2 Suchmaschinen**

1054 Derzeit sind allein mehr als 14 Millionen .de-Domains registriert. Auch wenn bei der
1055 Internetnutzung mit der Verbreitung diesen technischen Mediums eine Habitualisierung
1056 einhergeht, so dass es sein kann, dass viele Nutzer Seiten direkt aufrufen und auf Suchhilfen
1057 nicht angewiesen sind, ändert dies nichts an dem Umstand, dass Suchmaschinen eine
1058 besondere Bedeutung für das Auffinden von Informationen im Netz haben.

1059 Die praktische Bedeutung der Suchmaschinen wird insbesondere dadurch deutlich, dass der
1060 Zugriff auf neue Internetseiten größtenteils nicht durch direkte Anwahl geschieht, sondern in
1061 mehr als 70 Prozent der Fälle über die Suchergebnisse eines Suchmaschinenanbieters
1062 vermittelt wird.¹³²

1063 Die am häufigsten genutzten Anwendungen im Internet sind die E-Mail-Funktion, Social
1064 Media und Suchmaschinen. 82 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer verwenden beim Surfen
1065 mindestens einmal pro Woche Suchmaschinen.

1066 Studien anhand der Suchmaschine Google machen deutlich, dass die Position des
1067 Suchergebnisses das wichtigste Selektionskriterium für die Nutzer darstellt, also die Selektion
1068 und Priorisierung bedeutsam ist. In den unterschiedlichen Untersuchungsszenarien erfolgen
1069 45 Prozent der Klicks auf den oberen Suchergebnissen, vier von zehn Klicks gehen auf die
1070 oberen, linken Anzeigen. Die oberen Suchergebnisse fallen dabei nicht nur schneller ins
1071 Auge, die Anordnung suggeriert den Nutzern auch, dass an oberster Stelle die Suchergebnisse
1072 mit der höchsten Relevanz stehen.¹³³

1073 Im Bereich linearer Medien können elektronische Programmführer (EPG – Electronic
1074 Program Guide) vergleichbare Orientierungsfunktion erhalten.

1075 Suchmaschinen haben Einfluss auf die Verbreitungsperspektive eines Inhaltes, also die
1076 Chance auf das Erreichen einer größeren oder kleineren Öffentlichkeit. Sie sollen gewichten,
1077 das heißt im Hinblick auf die gestellte Suchanfrage Relevantes von weniger Relevantem

¹³² Vgl.: ARD-ZDF-Onlinestudie 2003 und 2004. (Quelle ggf. aktualisieren!)

¹³³ Vgl.: Google Eye-Tracking Studie 2009. Online abrufbar unter: <http://googleblog.blogspot.com/2009/02/eye-tracking-studies-more-than-meets.html>

1078 unterscheiden. Dies zeigt allerdings auch, dass – trotz aller sonstigen Funktionsunterschiede –
1079 das Thema Meinungsmacht oft ganz unabhängig von Missbrauch relevant ist. Der berühmt
1080 gewordene Satz von Nissenbaum „to exist is to be indexed by a search engine“ indiziert die
1081 Bedeutung.¹³⁴ Mit den Massenmedien haben Suchmaschinen jedenfalls gemeinsam, dass sie
1082 als „Agenten“ des „Prinzipal“, das heißt des Nutzers, Informationen nach Relevanz
1083 selektieren und gewichten.

1084 Anders als Massenmedien, die ein eigenes soziales System bilden und entsprechende
1085 professionelle Regeln entwickelt haben, ist für den Bereich der Suchmaschinen nicht auf den
1086 ersten Blick klar, worin die Erwartung an die Auswahl- und Gewichtungsentscheidung
1087 besteht. Entsprechend ist zu definieren, worin ein „Missbrauch“ durch einen
1088 Suchmaschinenanbieter liegen würde.

1089 In Kartellverfahren wird die Bevorzugung mit dem eigenen Unternehmen verbundener
1090 Unternehmen gegenüber Konkurrenten problematisiert. So haben konkurrierende
1091 Suchmaschinenbetreiber 2010 beim Bundeskartellamt, aber auch bei der Europäischen
1092 Kommission missbräuchliches Handeln des Suchmaschinenanbieters Google gerügt.¹³⁵

1093 **1.3.4.3 App-Portale**

1094 Man kann mit gewisser Berechtigung sagen, dass der iPod den Musikmarkt vollständig
1095 verändert hat. Der Erfolg der attraktiven Endgeräte eines Herstellers hat den Markt für den
1096 körperlosen Verkauf von Musik grundlegend verändert. Der Löwenanteil aller körperlos
1097 vertriebener Musikstücke wird über iTunes verkauft. In den USA waren es 2009 mehr als 69
1098 Prozent, was mehr als 25 Prozent aller Musikverkäufe überhaupt (körperlos und auf
1099 Trägermedien) ausmacht.¹³⁶

1100 Das Beispiel der Musikwirtschaft zeigt, dass Marktentwicklungen im Endgerätebereich
1101 Auswirkungen auf die gesamte Kette der Verbreitung von kommunikativen Inhalten haben
1102 können. (Zur Endgeräte-Problematik vgl. Kapitel 1.3.6)

1103 Die Frage der Auswahl von Applikationen (Apps) auf einer Plattform hat auch im Bereich
1104 publizistischer Angebote zu Diskussionen geführt. So stellte beispielsweise Apple bestimmte
1105 Regeln für Inhaltenanbieter auf. Wer diese nicht erfüllt, ist nicht auf der App-Kauf-Plattform
1106 iTunes verfügbar. Zeitungsverleger haben vor diesem Hintergrund auf die Möglichkeit der
1107 Verbreitung über iTunes verzichtet (beispielsweise die Financial Times), wengleich die
1108 Verlagsbranche dies als eine aussichtsreiche Möglichkeit des Vertriebs verlegerischer
1109 Produkte begreift.

1110 Interessant an der Rolle dieser Intermediäre ist, dass sich die Stellung im
1111 Kommunikationsprozess aus der proprietären (nicht offenen) Technik ergibt. Sie kann
1112 Vorteile bei der Verlässlichkeit haben (die Möglichkeit des Anbieters, Parameter für die
1113 Nutzung vorzugeben), kann aber auch für eine inhaltlich motivierte Auswahl genutzt werden.

¹³⁴ Vgl.: Introna/Nissenbaum, Shaping the Web. S. 171.

¹³⁵ Vgl.: Quelle???

¹³⁶ Vgl.: NPD Group, PM vom 18. August 2009. Online abrufbar unter:
http://www.npd.com/press/releases/press_090818.html

1114 Aus der Geschichte der Regulierung von Zugangschancen im Rahmen des Rundfunkrechts
1115 kann man lernen, dass diese Materie mit dem Problem jeder Regulierung technischen
1116 Standards zu kämpfen hat, nämlich das mit der Regulierung von Standards gleich eine
1117 Regulierung technischer Innovation erfolgt, die in ihrem Entwicklungsverlauf von
1118 Gesetzgeber und Regulierungsbehörden nur sehr unzureichend prognostiziert werden können.

1119 Als Beispiel kann die Diskussion um das sogenannte Application Programming Interface
1120 (API) bei Set-Top-Boxen für digitales Fernsehen angeführt werden. Während das Gesetz hier
1121 verhältnismäßig offen formuliert war, schien die „Regulierungspolitik“ den Standard MHP
1122 (Multimedia Home Platform) zu favorisieren, um sicherzustellen, dass eine offene
1123 Programmierschnittstelle für alle Anwender auf der Set-Top-Box zur Verfügung steht, die die
1124 Entwicklung voll multimediefähiger Programme erlaubt. Technisch setzte sich MHP
1125 schließlich nicht durch, wohl vor allem deshalb, weil die Schnittstelle selbst zu
1126 ressourcenintensiv war und insgesamt die Entwicklung zu weit von der des Internet
1127 abkoppelte.¹³⁷

1128 Vergleichbare Fragestellungen werden sich im Zuge des sogenannten Hybrid-TV wieder
1129 stellen. Die großen Hersteller von Fernsehgeräten bringen derzeit hybride Geräte heraus, die
1130 nicht nur die Betrachtung traditionell linearen Fernsehens ermöglichen, sondern in der
1131 Gestaltung den von Apple bekannten Apps vergleichbare Anwendungen für die Darstellung
1132 von Online-Inhalten auf dem Fernsehbildschirm verfügbar machen. Die technische
1133 Umsetzung ist dabei sehr unterschiedlich, zum Teil werden Internet-Inhalte von den
1134 Fernsehgeräteanbietern selbst für die Nutzung auf dem Fernsehbildschirm transformiert und
1135 über eigene Server ausgeliefert. Bei anderen ist die Kopplung an das Internet-Angebot des
1136 betreffenden Anbieters direkter. Gemeinsam ist eine Lösung, dass die von
1137 Fernsehgerätehersteller implementierte „Plattform“ definiert, welche Nutzungsspielräume der
1138 Zuschauer hat und welche Apps überhaupt beziehungsweise priorisiert (etwa auf der ersten
1139 Seite) den Nutzern präsentiert werden. Damit ist die Möglichkeit einer gewissen
1140 Aufmerksamkeitssteuerung gegeben, die derzeit über die Plattformregulierung des
1141 Rundfunkrechtes jedenfalls nur unvollständig erfasst wird. Inwieweit sie überhaupt ein
1142 kritikwürdiges Problem darstellt und nicht bereits kartellrechtlich oder durch andere
1143 Instrumente – beispielsweise im Zuge des Wettbewerbs zwischen einzelnen App-Anbietern –
1144 ausgeglichen wird, soll an dieser Stelle nicht entschieden werden. Bedeutsam ist allein der
1145 Hinweis auf die Einflussmöglichkeiten auf Kommunikationschancen.

1146 **1.3.4.4 Social Media**

1147 Soziale Netzwerke sind zunehmend nicht nur Orte der Selbstdarstellung und des
1148 Beziehungsmanagements, sondern auch der Information.¹³⁸ Ihre Bedeutung im Gefüge der
1149 öffentlichen Kommunikation kann schlaglichtartig dadurch beleuchtet werden, dass sie
1150 mittlerweile mehr Nutzerinnen und Nutzer auf die Seiten traditioneller Verlage lenken, als
1151 beispielsweise Google News.¹³⁹

¹³⁷ Vgl.: Klinkenberg/Schiek in: Reimers: DVB – Digitale Datentechnik. S. 399 ff.

¹³⁸ Anmerkung: Zur Differenzierung: Schmidt, Jan: Social Software. S. 37 ff.

¹³⁹ Vgl. <http://www.hitwise.com>

1152 Mittlerweile ist die Social Media-Plattform facebook die Internet-Anwendung, auf die
1153 insgesamt die meiste Nutzungszeit entfällt.¹⁴⁰ Innerhalb der Social Media ist facebook mit
1154 großem Abstand Marktführer. Allerdings ist erkennbar, dass sich Plattformen wie Xing für
1155 spezielle Interessen behaupten. Auch ist bekannt, dass beispielsweise Blogs zunehmend als
1156 ergänzende Informationsquelle genutzt werden.¹⁴¹ Hinzu kommt eine unmittelbare, nicht
1157 durch Verweis auf andere Medien geleistete Informationsfunktion, die bestimmte Blogs
1158 erfüllen.

1159 Die Untersuchung der dort entstehenden Öffentlichkeitsstrukturen ist noch im Gange. Es ist
1160 aber erkennbar, dass es Meinungsführerschaften gibt. So identifiziert beispielsweise Forrester
1161 Research Social Broadcaster jene, deren Angebote (Blogs etc.) über Reichweiten wie
1162 traditionelle Massenmedien verfügen, zahlenmäßig aber sehr gering sind, und Mass
1163 Influencern, die etwa 15 Prozent ausmachen und von anderen stark wahrgenommen
1164 werden.¹⁴²

1165 **1.3.5 Trend: Medien mit sozialem Kontext – neue Formen der Meinungsmacht**

1166 Zahlreiche Anbieter internetbasierter Dienste beziehen zunehmend das persönliche soziale
1167 Umfeld ihrer Nutzer und potenziellen Kunden mit ein, um ihre Inhalte und
1168 Produktversprechen zu transportieren. Dazu steht seit der teilweisen Öffnung von sozialen
1169 Netzwerken mittels Programmierschnittstellen (Application Programming Interfaces / API)
1170 für beliebige Drittanbieter ein vielfach genutztes Mittel zur Verfügung. Ein Beispiel ist
1171 Facebook. Mit der auf beliebige Seiten einbindbaren Like-Funktion werden einzelne Produkte
1172 oder Veranstaltungen beispielsweise mit dem Slogan „[Anzahl] Deiner Freunde gefällt das“
1173 beworben. Das soziale Umfeld wird in diesem Sinne als Marken- oder Produktbotschafter
1174 instrumentalisiert.

1175 Die portierbare Connect-Funktion bietet beliebigen Portalbetreibern die Möglichkeit, die
1176 Identität ihrer Nutzer nicht anhand eines von diesen neu zu generierenden Profils zu
1177 verwalten, sondern auf das (sofern gegeben) existierende Facebook-Profil zurückzugreifen.
1178 Für den Nutzer, aber vor allem für den Anbieter bedeutet dies zunächst einmal einen
1179 geringeren anfänglichen Aufwand. Jedoch gibt der Nutzer damit nach aktiver Zustimmung
1180 einen Teil seiner vormals nur Facebook bekannten, privaten Informationen preis¹⁴³. Dies kann
1181 zum einen seine Basisdaten betreffen, beispielsweise Name, Geschlecht und Land. Zum
1182 anderen kann es aber auch, sofern von der Anwendung verlangt, erweiterte Daten betreffen,
1183 wie Geburtsdatum, Likes, Fotos, Gruppen, Status, die Liste aller Kontakte und alle dem
1184 Nutzer von diesen Kontakten zugänglich gemachten Informationen, einschließlich der
1185 „privat“ auf Facebook ausgetauschten Nachrichten. Die potenzielle Menge an
1186 preisgegebenen, als privat betrachteten Information durch unüberlegtes Zustimmen ist

¹⁴⁰ Vgl.: BITKOM e.V. 2011

¹⁴¹ Vgl. <http://www.statista.com>

¹⁴² Vgl.: http://blogs.forrester.com/interactive_marketing/2010/02/my-first-forrester-report-tapping-the-entire-online-peer-influence-pyramid.html

¹⁴³ Die ausdrückliche Zustimmung des Nutzers bezüglich der Mitteilung seiner Basisdaten und/oder seiner erweiterten Daten wird im Facebook-Permissions-Dialog abgefragt:
<https://developers.facebook.com/docs/reference/login/>.

1187 überraschend groß. Für den Betreiber der Anwendung ergibt sich damit die Möglichkeit, zum
1188 einen Informationen über das soziale Umfeld zu sammeln, zum anderen dieses aber auch
1189 aktiv für seine Zwecke zu nutzen, zum Beispiel um Werbung entsprechend dessen zu
1190 gestalten, was ein Facebook-Algorithmus aus den freigegeben Informationen als interessant
1191 für den jeweiligen Nutzer ableitet. Dabei erfolgt Werbung auf der Seite eines Nutzers anonym
1192 und nicht mit Personenbezug, d.h. der Werbende weiß nicht, welche Personen genau seine
1193 Werbung zu sehen bekommen. Zahlreiche Unternehmen, aber auch Medien (Verlage,
1194 Zeitschriften, Magazine, Fernsehsendungen etc.) sind zudem mit eigenen Seiten auf Facebook
1195 present. Die Nutzer haben die Möglichkeit, sich von all diesen Akteuren Inhalte im News
1196 Feed selbst anzeigen zu lassen. Sie haben die Wahl, von denjenigen Medien Informationen zu
1197 erhalten, die sie für besonders attraktiv halten.

1198 Diese von Unternehmen generierten Verweise, aber auch die (freiwillig) von den Nutzern
1199 selbst geposteten Links und Beiträge erweitern den Informationszufluss um eine zusätzliche,
1200 soziale Komponente. Mitglieder posten und kommentieren Presseartikel, Musik, Videos,
1201 Produkte oder Veranstaltungen im Rahmen ihres Freundes- und Bekanntenkreises. Ähnliches
1202 gilt für News Feed-Dienste wie Twitter.

1203 Als Mitglied eines sozialen Netzwerkes ist man also einem konstanten Strom von
1204 Empfehlungen, Kommentierungen und Bewertungen von Webinhalten und Beschreibungen
1205 der realen Welt durch seine Kontakte ausgesetzt. Wie diese Inhalte zusammengestellt sind, ist
1206 strittig. Einige halten die Regeln über die Art und Weise, wie Facebook die Beiträge des
1207 persönlichen Umfelds im News Feed darstellt, für intransparent. Die Regeln werden dem
1208 Unternehmen zufolge allerdings so erstellt, dass die Darstellung der Inhalte das reale
1209 Verhalten des Nutzers widerspiegelt. So werden im Newsfeed die angezeigten Inhalte
1210 einerseits entsprechend der vom Nutzer vorgenommenen Einstellungen bestimmt (von „engen
1211 Freunden“ wird bspw. jede Aktivität angezeigt), andererseits werden Inhalte von den Personen
1212 und Seiten häufiger angezeigt, mit denen die Nutzer häufiger interagieren (z.B. durch
1213 Kommentieren). Die Anzeige von Inhalten erfolgt nicht nur durch die Interessen der Nutzer,
1214 sondern auch durch deren Interaktion mit ihren Kontakten. Kritiker sehen bei dieser laut
1215 Facebook relevanzbasierten Auswahl eine Gefahr, dass somit Neuem, Überraschendem,
1216 Unvorhergesehenem, möglicherweise Störendem weniger Aufmerksamkeit eingeräumt wird –
1217 obwohl diese de facto dem Kontaktkreis entspringen könnten. Sie befürchten, dass so aktives
1218 Suchen durch den passiven Konsum vorselektierter Inhalte aus dem Umfeld oder auch aus
1219 dem aktiven Nachfragen und Suchen in den eigenen Netzwerken, nicht nur ergänzt, sondern
1220 langfristig vielleicht sogar abgelöst wird. Auch die Zusammensetzung dessen, was überhaupt
1221 wahrgenommen wird, hänge nunmehr zum Teil vom jeweiligen Umfeld ab.

1222 Die Begrenzung bzw. die besondere Schwerpunktsetzung auf Inhalte aus dem eigenen
1223 Umfeld wird unter dem Begriff „filter bubble“ daher auch kritisch diskutiert. Der Begriff
1224 „filter bubble“ bezeichnet ein Phänomen, wonach Webnutzer ausschließlich oder
1225 hauptsächlich mit von ihnen als positiv bewerteten Inhalten konfrontiert werden und auf diese
1226 Weise eine einseitige Weltansicht erlangen. Der Prozess sei selbstverstärkend. Das individuelle
1227 Zuschneiden von Angeboten begann dabei mit Empfehlungsfunktionen auf E-Commerce-
1228 Plattformen wie Amazon („Kunden, die dieses Buch gekauft haben, haben auch häufig ...
1229 gekauft“). Durch die personalisierte Suche hat sich, so die Vertreter der filter bubble-These,

1230 dieser Prozess verstärkt. Je nach Vorgeschichte erhalten zwei verschiedene Nutzer bei der
1231 Suche nach einem Begriff wie beispielsweise „Ägypten“ entweder vorwiegend politische
1232 Informationen oder aber Reiseangebote.¹⁴⁴

1233 Google verbindet Suchen explizit mit seinem eigenen sozialen Netzwerk Google+, welches
1234 mit viel Energie zu etablieren versucht wird. Neben den „neutralen“ Webinhalten als Ergebnis
1235 einer Suche werden eingeloggten Google+-Nutzern für die Suche auch relevante Inhalte aus
1236 dem eigenen sozialen Umfeld dargestellt, was als „social search“ bezeichnet wird.

1237 Facebooks Antwort auf „social search“ wurde am 15. Januar 2013 vorgestellt. „Graph search“
1238 soll neben der „timeline“ und dem „newsfeed“ einen dritten Pfeiler im System Facebook
1239 darstellen. Die durch die Nutzer öffentlich gemachten Informationen können durch „graph
1240 search“ gezielt nach bestimmten Orten oder Vorlieben durchsucht werden. Für externe
1241 Angebote hat Facebook eine Kooperation mit der Microsoft-Suchmaschine Bing angekündigt.

1242 Einerseits ist hier festzuhalten, dass potenziell denkbare Auswirkungen dieser Mechanismen,
1243 wie eine Homogenisierung von Interessen und Meinungen oder die Konzentration von
1244 Inhalten bislang kaum verstanden werden. Andererseits ist festzuhalten, dass es die Menschen
1245 selbst sind, die in sozialen Netzwerken maßgeblich beeinflussen, welche Informationen sie
1246 und ihre Freunde sehen – und nicht allein eine Technologie. Menschen vernetzen sich zudem
1247 in sozialen Netzwerken insbesondere mit Personen, die sie in der realen Welt kennen. Die
1248 Kommunikation in sozialen Netzwerken stellt daher eine Art „Verlängerung“ der ohnehin
1249 stattfindenden Kommunikation dar. Die Meinungsvielfalt innerhalb der eigenen, real
1250 existierenden sozialen Strukturen bildet in der Regel ebenfalls nicht das volle
1251 Meinungsspektrum ab; insofern stellt eine Übertragung dieser Strukturen auf soziale
1252 Netzwerke nicht notwendigerweise eine Einschränkung, sondern lediglich eine Ergänzung der
1253 Lebenswirklichkeit dar. Eine potentielle Auswirkung der Nutzung sozialer Netzwerke kann
1254 darüber hinaus auch zur Heterogenisierung von Meinungen führen: Kontakte in sozialen
1255 Netzwerken gehen häufig über das engere persönliche Umfeld hinaus wodurch eine größere
1256 Vielfalt an Meinungen kommuniziert wird.

1257 Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass neben den Angeboten der klassischen
1258 Medienkonzerne im Internet auch die Kommunikations- und Koordinationsmechanismen der
1259 (sozialen) Internet-Plattformen die Informationsversorgung stark prägen.

1260 Es scheint, als ob sich die Rolle des Mediums Internet und insbesondere der interaktiven,
1261 sogenannten Web 2.0-Anwendungen im Hinblick auf Informationsversorgung und die
1262 Replikation sozialer Strukturen bereits ändert, noch bevor der Übergang von klassischen
1263 Massenmedien hin zum Internet hinreichend untersucht, verstanden und gesellschaftlich breit
1264 verarbeitet wurde.

1265

1266 **1.3.6 Digitale Endgeräte als neue Gatekeeper**

1267 **1.3.6.1 Problemlage**

1268 Spätestens die Erfolgsgeschichte von Apple hat gezeigt, welche Bedeutung dem Endgerät bei
1269 der Verbreitung digitaler Angebote zukommt. Sicherlich ist es auch der Attraktivität der
1270 Geräte dieses Herstellers zuzurechnen, dass der digitale Musikvertrieb über den Apple
1271 iTunes-Store das Geschäftsmodell für den Verkauf von Tonträgern strukturell verändert hat.
1272 Auch in Deutschland ist iTunes klarer Marktführer im digitalen Musikvertrieb.

1273 Im Fernsehbereich hat unter den Stichworten „Hybrid-TV“, „Smart-TV“ oder „Connected-
1274 TV“ der Markteintritt von Endgeräten begonnen, auf denen über das Fernsehsignal
1275 eingespielte Signale und aus dem Internet gewonnene Informationen zusammen auf einem
1276 Bildschirm für den Nutzer verfügbar sind. Der Nutzer kann solche Anwendungen über eine
1277 große Palette verschiedener Endgeräte nutzen. Diese reichen von internetfähigen TV-
1278 Geräten, die direkt über LAN oder WLAN vernetzbar sind, über onlinefähige Set-top-Boxen
1279 und Blu-ray-Playern bis hin zu Videospielekonsolen. HbbTV-Dienste sind aber nicht die
1280 einzige Form solcher TV-Anwendungen. Es existiert darüber hinaus auch die Möglichkeit,
1281 eine interaktive TV-Applikation (TV-App) in einem oder mehreren der unterschiedlichen
1282 herstellerspezifischen TV-Portalen zu platzieren, die über die Geräte von
1283 Elektronikunternehmen verfügbar sind. Der Zuschauer erreicht auch die Herstellerportale
1284 über eine spezielle Taste der Fernbedienung und kann somit von hier aus die Apps nutzen.
1285 Einige Herstellerportale umfassen bereits mehrere hundert TV-Apps. Davon ist in der Regel
1286 ein kleiner Teil bereits vorinstalliert, weitere lassen sich über einen App-Store laden. Eine
1287 weitere entscheidende Entwicklungslinie ist in der Verknüpfung der TV-Geräte mit weiteren
1288 vor allem mobilen Endgeräten wie Tablets oder Smartphones zu sehen. Diese unter den
1289 Oberbegriffen „Multiscreen“, „Second Screen“ und „Social-TV“ laufenden Entwicklungen
1290 ermöglichen eine Reihe von neuen Anwendungsszenarien.¹⁴⁵

1291
1292 Allerdings ist zu berücksichtigen, dass TV-Apps nicht die einzige Möglichkeit sind,
1293 entsprechende Inhalte auf Smart-TVs zu empfangen. Selbst wenn Hersteller von Smart-TVs
1294 für bestimmte Inhalte keine Apps im Empfangsgerät bereithalten, können diese Inhalte
1295 gleichwohl durch drahtgebundene (HDMI etc.) oder funkgestützte (DLNA, Wi-Fi Direct etc.)
1296 Zugangstechnologien auf den Smart-TV gelangen und vom Zuschauer empfangen werden.
1297 Die (drahtlose) Vernetzung der einzelnen Endgeräte (Smartphone, Tablet, Smart-TV etc.) ist
1298 das erklärte Ziel der Computer- und Elektronikbranche.

1299
1300 Diese Entwicklung hat wiederum die Hersteller und Vertreiber von Endgeräten in die
1301 kommunikationspolitische Diskussion gerückt, da sie über entsprechende Voreinstellungen

¹⁴⁵ Vgl.: Goldmedia GmbH Strategy Consulting: Potenziale von Smart TV-Plattformen für lokale Fernsehsender. Erstellt für die Bayerische Landeszentrale für neue Medien. BLM e-Book Band 03, Mai 2012.

1302 die Darstellung von Inhalten auf dem Bildschirm beeinflussen können. Sie können
1303 beispielsweise technisch festlegen, welche der für das Fernsehbild optimierten
1304 Internetanwendungen auf ihren Geräten verfügbar sind und in welcher Anordnung. Auch
1305 diese Entwicklung zeigt die Bedeutung der Geräte an der Schnittstelle zwischen den
1306 übertragenen Informationen einer- und dem Nutzer andererseits. Dies muss allerdings nicht
1307 unmittelbar Folgen für die Vielfalt haben, etwa wenn man Geräte auch auf andere Weise zum
1308 Beispiel über mobile Endgeräte ansteuern kann. Es kommt also auf eine genaue Analyse der
1309 technischen Rahmenbedingungen an.

1310 Im Bereich der Mobilkommunikation spielt ebenfalls die Frage eine Rolle, welche
1311 Voreinstellungen ein Gerät besitzt und welche Möglichkeiten und Restriktionen damit für die
1312 Nutzung von Diensten verbunden sind. Besonders einschneidend ist die Beschränkung von
1313 Geräten auf bestimmte Mobilfunknetzwerke (SIM-Lock). Aber auch andere Voreinstellungen
1314 können die Nutzung von Diensten begrenzen.

1315 Regulatorisch sind Handlungen von Unternehmen, die Endgeräte produzieren oder in Verkehr
1316 bringen, vor allem dann interessant, wenn dadurch Einschränkungen für den Verbraucher
1317 entstehen und wenn die besondere Position an der Schnittstelle zum Nutzer kommunikative
1318 Macht vermittelt, die einer Kontrolle bedarf. Letzteres kann beispielsweise das Verhältnis
1319 unterschiedlicher Diensteanbieter zueinander betreffen – etwa wenn ein Gerätehersteller die
1320 Anwendungen eines Anbieters denen eines anderen vorzieht oder die Leistungen eines
1321 Anbieters beeinträchtigt, etwa indem der Dienst nicht so angezeigt wird, wie von dem
1322 Anbieter vorgesehen. Insofern berührt diese Frage das Thema Netzneutralität.

1323 **1.3.6.2 Derzeitige Regulierung**

1324 Für das Herstellen und in Verkehr bringen von Geräten existieren Sonderregeln – also über
1325 allgemeine Regelungen wie solche des Kartellrechts hinaus – lediglich in Form von
1326 Vorschriften im Telekommunikationsgesetz (TKG), und zwar soweit es um Geräte geht, die
1327 für den Empfang von Rundfunksignalen geeignet sind. Hier existieren Regelungen in den §§
1328 48 bis 50 des TKG, insbesondere zur Interoperabilität. So muss nach § 48 Abs. 2 Nr. 2 TKG
1329 die Anwendungsprogrammierschnittstelle (API) die Mindestanforderungen eines anerkannten
1330 Standards erfüllen. Auch Zugangsberechtigungssysteme (sogenannte Conditional-Access-
1331 Systeme) müssen nach Nr. 1 dieser Vorschrift mit einem Common-Scrambling-System¹⁴⁶
1332 kompatibel sein, der Standard für ein solches System wurde von DVB Konsortium entwickelt.
1333 Diese Vorschriften zielen vor allem darauf ab, einen offenen Grundstandard zu sichern und so
1334 die Marktverschließung durch Geräteanbieter zu verhindern.

1335 Daneben kommt die Anwendung des allgemeinen Kartellrechts in Betracht, wenn eine
1336 marktbeherrschende Stellung vorliegt oder entsteht. So hat beispielsweise die EU-
1337 Kommission in entsprechenden Verfahren Fusionen nur unter Bedingungen erlaubt, die die
1338 Offenheit von Schnittstellen von Endgeräten sicherstellen.

¹⁴⁶ Anmerkung: Common-Scrambling-Algorithmus bezeichnet ein Verschlüsselungsverfahren, das beim digitalen Fernsehen zur Anwendung kommt und dazu dient, den Videodatenstrom zu codieren.

1339 Im Markt gibt es zur Zeit unterschiedliche Geräteangebote im Bereich des Hybrid-TV und
1340 einen funktionierenden Wettbewerb. Aktuell sind 55 Prozent¹⁴⁷ der verkauften Fernsehgeräte
1341 internettauglich. Auch Geräte mit freien Browsern sind auf dem Markt verfügbar. Es stellt
1342 sich deshalb die Frage, ob derzeit für Geräte mit beschränktem Zugriff auf das Internet neben
1343 dem Telekommunikations- und dem Kartellrecht eine zusätzliche medienpezifische
1344 Regulierung notwendig ist. Hier sollte zunächst die Marktentwicklung beobachtet werden.
1345 Geht diese Entwicklung verstärkt in Richtung offener Zugang, kann auf weitere Regulierung
1346 verzichtet werden.

1347 Im Medienrecht der Länder ist die Anwendbarkeit des § 52 c Rundfunkstaatsvertrag auch auf
1348 Anbieter von Geräten denkbar. Die Vorschrift ist ein besonderes, medienrechtliches
1349 Diskriminierungsverbot, das Anbieter bestimmter Systeme dazu verpflichtet, Anbieter von
1350 Rundfunk oder vergleichbaren Telemedien nicht ohne sachlichen Grund unterschiedlich zu
1351 behandeln – beispielsweise wenn es um die Platzierung in elektronischen Programmführern
1352 geht. Die Reichweite dieser Vorschrift und insbesondere die Frage, auf welche Handlungen
1353 von Herstellern oder Verbreitern von Geräten etwa bei Hybrid-TV sie anwendbar ist, wird
1354 derzeit diskutiert. Die Durchsetzung der Regelungen zum Beispiel bei elektronischen
1355 Programmführern auf Set-Top-Boxen für den digitalen Empfang ist wegen der Einführung
1356 von Decodern aus dem Ausland nicht unproblematisch. Hinzu kommt, dass die
1357 Sonderregelung für Schnittstellen bei Hybrid-TV die Frage aufwirft, warum andere
1358 internetfähige Endgeräte insoweit regulierungsfrei bleiben.

1359 **1.4 Folgen der Digitalisierung für den Rundfunk und die Printmedien /** 1360 **Herausforderungen für die Medien- und Kommunikationsordnung**

1361 In diesem Abschnitt sollen die Folgen des Internet als technische Plattform für die
1362 traditionellen journalistisch-redaktionellen Medien im Überblick dargestellt werden. Für alle
1363 Medien gilt, dass sie bereits seit Jahren das Medium selbst nutzen. Das Internet hat die
1364 Branchen aber auch verändert, weil es sich nachhaltig auf die Geschäftsmodelle und das
1365 Wettbewerbsumfeld auswirkt. Die Ausführungen beschränken sich auf das für die Arbeit der
1366 Enquete-Kommission Wichtigste, weitere Überblicke finden sich beispielsweise im DLM
1367 Digitalisierungsbericht 2012. Sie machen alle deutlich, dass es in der Regel nicht möglich ist,
1368 vielschichtige Entwicklungen auf das Internet als einzige Ursache zurückzuführen, es spielt
1369 aber oftmals als Kontext eine wichtige Rolle.
1370

147

1371 **1.4.1 Digitalisierung und Konvergenz**

1372 Der Prozess der Digitalisierung¹⁴⁸ wirkt sich sowohl hinsichtlich der strukturellen
1373 Gegebenheiten im Mediensektor als auch auf das Verhalten der Nutzer aus. Diese
1374 Entwicklung führt in gesellschaftlicher und regulatorischer Hinsicht zu neuen
1375 Herausforderungen.

1376

1377 Der technische Fortschritt hat allgemein zu einem veränderten Nutzungsverhalten geführt:
1378 Neben einem stetig wachsendem Fernsehkonsum, wird gleichzeitig das Internet verstärkt
1379 genutzt¹⁴⁹, wobei eine zunehmende Nachfrage nach einem individualisierten, interaktiven und
1380 sozialen Mediennutzungserlebnis zu erkennen ist. Online-Dienste und Web 2.0-Angebote
1381 nehmen ständig an Bedeutung für den Meinungsbildungsprozess zu. Dieses gilt gerade für die
1382 sogenannten Digital Natives, also diejenigen Generationen, die mit dem Internet aufwachsen
1383 und weniger stark die klassischen Medien konsumieren. So ist das Internet inzwischen zur
1384 größten Informationsquelle bei den 19- bis 24-Jährigen geworden.¹⁵⁰ Mit Blick auf die Rolle
1385 der digitalen Medien für die Meinungsvielfalt gewinnt die Frage des Zugangs von Programm-
1386 und Inhalteanbietern zu Netzen und Plattformen¹⁵¹ sowie die Auffindbarkeit von Angeboten
1387 zunehmend an Bedeutung.

1388

1389 Während früher Medien und Distribution, aber auch die verschiedenen Übertragungswege
1390 klar voneinander getrennt waren, führt die Digitalisierung zu einer verstärkten Konvergenz
1391 beider Bereiche. So lässt sich ein Zusammenwachsen der Netztechnologien und
1392 Übertragungswege konstatieren, was zur Folge hat, dass man beispielsweise über das
1393 Telefonnetz fernsehen, über das Kabelnetz telefonieren oder aber Fernsehen und Internet auf
1394 mobilen Endgeräten nutzen kann. Gleichzeitig ist eine zunehmende Verschmelzung von
1395 Anwendungen und Endgeräten erkennbar.¹⁵² Die Hersteller der Geräte und Anbieter der

¹⁴⁸ Anmerkung: Ende 2011 lag der Digitalisierungsgrad in Deutschland – laut Jahrbuch der Medienanstalten 2011/2012 – bereits bei 71,4 Prozent. Das heißt, fast drei von vier deutschen TV-Haushalten nutzten mit mindestens einem Fernsehgerät einen digitalen Übertragungsweg. Beschleunigend dürfte sich hier auswirken, dass am 30. April 2012 das analoge Satellitensignal endgültig abgeschaltet wurde.

¹⁴⁹ Anmerkung: Fernsehen via Internet gewinnt in Deutschland immer mehr an Beliebtheit. Einer ADR/ZDF-Onlinestudie aus dem Jahr 2011 zufolge, rufen 69 Prozent der Internetnutzer mindestens einmal wöchentlich Videos im Internet ab, nutzen Videoportale oder sehen live beziehungsweise zeitversetzt Fernsehsendungen im Internet an. Rundfunkveranstalter können durch ihr expandierendes Onlineangebot die Wertschöpfungskette verlängern.

¹⁵⁰ Vgl.: BITKOM-Studie „Netzgesellschaft“, 2011. Online abrufbar unter: http://www.bitkom.org/de/publikationen/38338_68888.aspx. Es sollte jedoch berücksichtigt werden, dass es sich beim Nutzungsverhalten der genannten Gruppen keinesfalls um einen linearen, sondern vielmehr einen dynamischen Prozess handelt. Die Nutzung klassischer und digitaler Medien verändert sich im Laufe des Lebens und ist von unterschiedlichen Lebenssituationen abhängig.

¹⁵¹ Anmerkung: Plattformen bündeln Angebote und vermitteln diese an den Endkunden.

¹⁵² Anmerkung: Die Nachfrage nach vernetzbarer Unterhaltungselektronik, Computern und Mobil-Geräten wächst. Die Vernetzung von klassischer Unterhaltungselektronik, Computern und mobilen Geräten verändert darüber hinaus auch die Art, wie Medien konsumiert werden. Fernsehen und Internet werden häufig parallel genutzt. Nach einer repräsentativen Umfrage des BITKOM surfen insgesamt 77 Prozent der Internetnutzer in Deutschland mit Laptop, Smartphone und Co., während sie gleichzeitig fernsehen. Das Web wird dadurch zum interaktiven Kanal des klassischen Fernsehens. (http://www.bitkom.org/de/presse/74532_72550.aspx) Laut einer neuen BITKOM-Studie (http://www.bitkom.org/de/presse/74532_72476.aspx) rechnet man allein in Deutschland bis Ende 2012 mit etwa 10 Millionen internetfähigen Fernsehgeräten. 2012 werden hierzulande voraussichtlich 4,6 Millionen Fernseher mit Internetzugang verkauft. Mittlerweile ist fast jedes zweite (46 Prozent) neu verkaufte TV-Gerät mit Internetzugängen ausgerüstet. Nach Berechnungen des BITKOM werden

1396 entsprechenden Portale für Anwendungen und Inhalte sind bei diesen hybriden Geräten (wie
1397 SmartTV) oftmals identisch. Zu den klassischen Playern der Rundfunklandschaft – also den
1398 privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern – treten vermehrt neue (internationale) Anbieter
1399 aus dem Bereich der Telekommunikationsindustrie, der Internet-Anbieter sowie der
1400 Endgerätehersteller.¹⁵³ Diese neuen Marktteilnehmer bieten Mediendienste an, die die Vielfalt
1401 im Markt bereichern und gleichzeitig in Wettbewerb zu den etablierten
1402 Programmveranstaltern treten. Sie entwickeln neue Erlös- und Geschäftsmodelle und
1403 bedienen sich dabei verschiedener Verbreitungstechnologien. Hybride Endgeräteplattformen,
1404 mobile Plattformen und Internet-Plattformen sind nicht mehr zwingend an eine eigene
1405 Netzinfrastruktur gebunden. Sie sind davon vielmehr entkoppelt. Folglich lässt sich eine
1406 starke Marktposition heute auch ohne Netzinhaberschaft herausbilden. Das Auftreten dieser
1407 neuen Akteure hat zur Folge, dass sich das (Medien-) Ökosystem und mit ihm die
1408 Wettbewerbsstruktur verändert. Gleichzeitig hat das Internet zu einer globalen Vernetzung
1409 geführt, die dem Nutzer ein bis dahin unbekanntes Maß an Meinungs- und Angebotsfülle
1410 öffnete.

1411 **1.4.2 Privater Rundfunk**

1412 Die Online-Angebote privater Rundfunkveranstalter gehören zu den erfolgreichsten
1413 Angeboten im Netz.¹⁵⁴ Jedenfalls alle größeren privaten Rundfunkveranstalter verfolgen eine
1414 Mehr-Medien-Strategie, bei der lineare und nicht-lineare Angebote crossmedial aufeinander
1415 bezogen werden. Zudem streamen sie ihre linearen Angebote.

1416 Durch die Möglichkeit, mit geringerem technischen Aufwand über das Internet-Protokoll
1417 Rundfunk zu verbreiten, entstanden darüber hinaus neue, zumeist kleinere Veranstalter, die
1418 im Bereich Web-TV und Web-Radio aktiv sind.

1419 Betrachtet man die Seite der Mediennutzung, so ist zu beobachten, dass das traditionelle
1420 Fernsehen weiterhin noch leicht an Bedeutung zunimmt, jedenfalls was die tägliche Sehdauer
1421 angeht.¹⁵⁵ Hier sind allerdings Alterseffekte zu beachten, da ältere Bevölkerungssegmente
1422 überdurchschnittlich lange fernsehen und ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung zunimmt. Die
1423 zeitversetzte Nutzung spielt beim traditionellen Fernsehen eine zunehmende Rolle.¹⁵⁶

1424 Auch wirtschaftlich haben die großen Rundfunkveranstalter in den vergangenen Jahren
1425 erfolgreich operiert.¹⁵⁷

bis Jahresende 22 Prozent der bundesdeutschen Haushalte über einen Fernseher mit Internet-Anschluss verfügen. Nach aktuellen Schätzungen des BITKOM schließen derzeit etwas mehr als die Hälfte aller Besitzer von Connected-TV ihren Fernseher tatsächlich auch ans Netz an. Über den neuen Standard HbbTV können programmbegleitende Informationen abgerufen werden. Im Trend sind überdies TV-Apps: Wie bei einem Smartphone ermöglichen diese kleinen Programme beispielsweise Videotelefonie oder den Abruf von Wetterdiensten.

¹⁵³ Anmerkung: So ist zu beobachten, dass die Übertragungsnetzbetreiber, die in Deutschland durch das Telekommunikationsrecht auf Bundesebene reguliert werden, verstärkt auch als Inhalteanbieter auftreten. Dieses wirft die Frage auf, ob Netze und Inhalte getrennt voneinander reguliert werden sollen.

¹⁵⁴ Vgl.: IVW #

¹⁵⁵ Vgl.: Mediaperspektiven #

¹⁵⁶ Funkkorrespondenz vom 9.11.2012, Ausgabe-Nr. 45/12

¹⁵⁷ Vgl.: Zahlen von RTL / Sat.1 aus dem letzten Geschäftsjahr oder Berichterstattung aus epd darüber.

1426 Mit Blick auf den privaten Rundfunk werden folgende internetbezogene Entwicklungen
1427 diskutiert:

1428 • Der regulatorischen Unterscheidung zwischen linearen Rundfunkangeboten und
1429 anderen, auf Abruf verfügbaren audiovisuellen Angeboten kann eine Austauschbarkeit
1430 aus Sicht der Werbekunden und des Publikums gegenüber stehen. Vor diesem
1431 Hintergrund wird von Rundfunkveranstaltern ein sogenanntes Level Playing Field,
1432 also gleiche Bedingungen für Anbieter, die miteinander konkurrieren, eingefordert.
1433 Dies vor dem Hintergrund, dass für lineare Angebote insbesondere das
1434 Medienkonzentrationsrecht aus dem Rundfunkstaatsvertrag primär gereift und –
1435 europarechtlich durch die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-
1436 Richtlinie) vorgegeben – für lineare Angebote härtere Werberegeln greifen.¹⁵⁸

1437
1438

1439 **Von den Fraktionen SPD und DIE LINKE. streitig gestellter Abschnitt mit**
1440 **Alternativtext in den Zeilen 1459 bis 1464.**

1441

1442 • Die Knappheit an analogen Sende- und Übertragungskapazitäten, die den
1443 Ausgangspunkt der klassischen Rundfunkregulierung bildete, erfuhr durch den
1444 Digitalisierungsprozess eine bedeutende Veränderung. Dieser Prozess führte zu einer
1445 Erhöhung der vorhandenen Kapazitäten und somit in der Folge zu einer Zunahme der
1446 Anzahl an Marktteilnehmern. Beide Aspekte wirken sich in positiver Weise auf die
1447 wachsende Angebots- und Meinungsvielfalt aus. Auch wenn der klassische Rundfunk
1448 nach wie vor Leitmedium bleibt, so wird die Bedeutung von Online-Diensten und
1449 Web 2.0-Angeboten für die Meinungsbildung weiter wachsen. Auf lange Sicht kann
1450 dieser Vielfaltsgewinn und -erhalt jedoch nur garantiert werden, wenn sich alle
1451 Marktteilnehmer im Rahmen gleicher regulatorischer Bedingungen begegnen. Dies
1452 gilt auch im Hinblick auf sogenannte „must be found“-Regelungen, durch welche die
1453 Auffindbarkeit vielfältiger Angebote optimiert werden soll.

1454

1455

1456 **Alternativer Textvorschlag von SV Professor Schulz sowie den Fraktionen SPD und**
1457 **DIE LINKE. zu den Zeilen 1442 bis 1453.**

1458

1459 • Im Hinblick auf die Übertragung von Rundfunkprogrammen im digitalen Umfeld ist
1460 inzwischen weniger die tatsächliche Knappheit von Übertragungskapazitäten das
1461 Problem als vielmehr die Auffindbarkeit von Rundfunkprogrammen in der großen
1462 Menge von Angeboten. Die damit verbundenen Fragen auch im Hinblick darauf, ob es
1463 hier einer Anpassung des Regelungsrahmens bedarf, werden unter dem Stichwort
1464 „must be found“ diskutiert.

1465

¹⁵⁸ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll zum Expertengespräch der Projektgruppe Kultur, Medien und Öffentlichkeit am 5. November 2012 im Deutschen Bundestag. Online abrufbar unter: ...

- 1466 • Die im Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT)
1467 zusammengeschlossenen Rundfunkveranstalter bekennen sich zur besonderen
1468 Funktion des Rundfunks für die öffentliche Meinungsbildung. Im Zuge der Diskussion
1469 um eine sogenannte „Anreiz-Regulierung“ wird gefordert, die Übernahme von
1470 besonderen Leistungsversprechen an konkrete Privilegierungen der Regulierung (etwa
1471 im Hinblick auf die Auffindbarkeit der entsprechenden Angebote) zu verknüpfen. Dies
1472 geschieht auch mit Blick auf die Unterscheidbarkeit von (anderen) Internet-
1473 Angeboten.
1474
- 1475 • Die zunehmende Marktdurchdringung mit sogenannten Hybrid-TV-Geräten¹⁵⁹ führt
1476 dazu, dass vermehrt Rundfunkprogramme und (andere) über das Internet verfügbare
1477 Dienste auf einem Endgerät zugleich angezeigt werden. Hier sehen private
1478 Rundfunkveranstalter zum einen den Schutz ihrer Leistungen durch das
1479 Immaterialgüterrecht nicht hinreichend gesichert, zum anderen wird auch auf die
1480 Problematik des Level Playing Field verwiesen, da für die Nicht-Rundfunkangebote
1481 auf demselben Bildschirm – wie oben erwähnt – weniger Werberestriktionen gelten
1482 als für das Rundfunkprogramm.¹⁶⁰
1483
- 1484 • Die aus dem Europarecht entlehnte Definition von Rundfunk als linearer
1485 audiovisueller Mediendienst in § 2 des Rundfunkstaatsvertrages bringt gerade im
1486 Internet Anwendungsprobleme mit sich. So macht die Definition nicht klar, aus wie
1487 vielen einzelnen Sendungen ein Programm bestehen muss beziehungsweise wie lange
1488 ein Programm dauern muss, um ein Rundfunkprogramm zu konstituieren. Aus dieser
1489 Unsicherheit resultieren etwa Fragen wie die, ob von einzelnen Nutzern angebotene
1490 Hang-outs (also Videochatkonferenzen in sozialen Netzwerken) oder andere Webcam-
1491 Dienste als Rundfunk einzustufen sind. Ein Teil dieses Problems mag sich dadurch
1492 lösen, dass gemäß § 2 Abs. 3 RStV nur journalistisch-redaktionelle Dienste Rundfunk
1493 darstellen. Die Abgrenzung im Einzelfall bleibt aber schwierig und hat bereits den
1494 Markteintritt von Diensten verzögert.
1495
- 1496 • Ungeachtet dieser Einordnungsprobleme wird die Frage gestellt, ob die vom Nutzer
1497 oder anderen generierten Inhalte überhaupt einer Regulierung auf dem Niveau der
1498 klassischen Rundfunkregulierung unterzogen werden sollten beziehungsweise dürften.
1499 Die grundrechtliche Sonderstellung der Massenkommunikationsgrundrechte beruht im
1500 Kern auf der Erwägung, dass die Wahrnehmung von Medienfreiheiten im Gegensatz
1501 zu dem Jedermann-Grundrecht der Meinungsäußerung nur wenigen, zumeist
1502 kapitalkräftigen Unternehmen vorbehalten ist. Deshalb wurden die Medienfreiheiten
1503 in der Vergangenheit in den Dienst der Allgemeinheit gestellt und einer besonderen
1504 Regulierung unterworfen. Unter den Bedingungen moderner Massenkommunikation
1505 werden Medienfreiheiten heute hingegen vom Einzelnen ausgeübt. Medienfreiheiten

¹⁵⁹ Anmerkung: Siehe Kapitel ...

¹⁶⁰ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll zum Expertengespräch der Projektgruppe Kultur, Medien und Öffentlichkeit am 5. November 2012 im Deutschen Bundestag. Online abrufbar unter: ...

1506 avancieren zu Jedermann-Freiheiten. Deshalb wird eine Regulierung der Jedermann-
1507 Medien auf dem Niveau klassischer Rundfunkregulierung von einigen als
1508 unangemessen und nicht mehr zeitgemäß erachtet.

1509 **1.4.3 Öffentlich-rechtlicher Rundfunk**

1510 Die klassische Medien- und Rundfunkpolitik hat sich nicht zuletzt dadurch entwickelt, dass
1511 die Übertragungskapazitäten im Rundfunk begrenzt waren. Dort, wo es nur wenige Kanäle
1512 gab, war der Staat aufgerufen, durch Regulierung für ein möglichst breites Meinungs- und
1513 Kulturspektrum zu sorgen. Im Gegensatz zu den Anfängen des Rundfunks sind die
1514 Kapazitäten im Internet nahezu unbegrenzt. Daher wurde lange Zeit angenommen, eine
1515 Regulierung sei hier nicht notwendig, um Meinungsvielfalt sicherzustellen. Doch die
1516 Entwicklung zeigt, dass eine immense Breite an Informationen auch zu einem Weniger an
1517 Vielfalt führen kann. Hierin liegen große Herausforderungen nicht zuletzt auch für den
1518 öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

1519 Während die Ausgestaltung der äußeren Struktur zur Sicherstellung der Presse- und
1520 Filmfreiheit in der neu gegründeten Bundesrepublik nach 1949 von Anfang an
1521 privatwirtschaftlich organisiert war, wurde für den Rundfunk ein in der Programmgestaltung
1522 staatsfernes, gemeinwirtschaftliches Organisationsmodell geschaffen.

1523 Die staatsferne Organisation des Rundfunks folgte aus dem 1. Rundfunkurteil des
1524 Bundesverfassungsgerichts vom 28. Februar 1961 (BVerfGE 12, 205). In diesem Urteil
1525 entwickelten die Verfassungsrichter nicht nur die – mit Einschränkungen bis heute geltende -
1526 Rechtsprechung zur Sondersituation des Rundfunks, sondern sie legten auch die
1527 Kompetenzen von Bund und Ländern im Bereich des Rundfunks fest. Demnach ist der Bund
1528 ausschließlich für technische Aspekte der Übertragung verantwortlich, alle anderen Bereiche,
1529 wie etwa Organisation, Programmfragen und Studioteknik, lagen fortan in der Hoheit der
1530 Bundesländer.

1531 Dass es sich bei der Veranstaltung von Rundfunk um eine öffentliche Aufgabe und um ein
1532 meinungsbildendes Massenmedium handelt, bestätigte das Bundesverfassungsgericht in
1533 seinem Rundfunkurteil vom 27. Juli 1971 (BVerfGE 31, 314). Darin stellt das Gericht fest,
1534 dass „der Rundfunk wegen seiner weitreichenden Wirkungen und Möglichkeiten sowie der
1535 damit einhergehenden Gefahr der Einflussnahme auf die öffentliche Meinung nicht dem
1536 freien Spiel der Kräfte überlassen werden darf.“ Auf Grund der großen Meinungsmacht durfte
1537 laut des Urteils der Rundfunk weder dem Staat noch einzelnen gesellschaftlichen Gruppen
1538 überlassen werden.

1539 Nachdem dann das Rundfunkurteil vom 16. Juni 1981 (BVerfGE 57, 295) den privaten
1540 Rundfunk als verfassungsgemäß anerkannt hatte, stellte das Bundesverfassungsgericht 1986
1541 (BVerfGE 73, 118, 04.11.1986) fest, dass es im Rahmen der dualen Rundfunkordnung aus
1542 öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk Aufgabe der öffentlich-rechtlichen Anstalten
1543 sei, eine Grundversorgung für die Bevölkerung zu gewährleisten. Hierbei betonte das Gericht
1544 abermals, dass die Rundfunkprogramme eine Meinungsvielfalt innerhalb des Programms
1545 gewährleisten müssen. In Bezug auf private Rundfunkanbieter bedeutete dies, dass der

1546 Gesetzgeber aufgerufen war, Vorkehrungen für ein gleichwertiges Maß an Vielfalt auch hier
1547 zu treffen.

1548 Eine Konkretisierung des Begriffs „Grundversorgung“ sowie die Ausweitung des Begriffs
1549 auch auf das Angebot neuer, rundfunkähnlicher Kommunikationsdienste (wie Online-
1550 Abrufdienste) nahm das Bundesverfassungsgericht dann bereits 1987 (BVerfGE 74, 297) vor.
1551 Neben der Bestandsgarantie, welche das Gericht dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk in
1552 diesem Urteil zusprach, standen außerdem zwei wichtige Aspekte im Mittelpunkt: Es wurde
1553 einerseits festgestellt, dass der Rundfunkbegriff „dynamisch und entwicklungs offen“ zu
1554 verstehen sei, andererseits wurde betont, dass der Grundversorgungsauftrag der öffentlich-
1555 rechtlichen Rundfunkanstalten keine strikte Grenzziehung oder Aufgabenteilung zwischen
1556 diesem und den privaten Anbietern bedeutete.

1557 Dass trotz digitaler Medien und Konvergenz der öffentlich-rechtliche Rundfunk maßgeblich
1558 zur Meinungsbildung und Meinungsvielfalt in der Demokratie beiträgt, bestätigte das
1559 Bundesverfassungsgericht zuletzt mit dem Rundfunkurteil aus dem Jahr 2007 (BVerfG
1560 NVwZ 2007, 1287ff.). Das Gericht bekräftigte damit die Bestands- und Entwicklungsgarantie
1561 für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die auch für die Weiterentwicklung in der digitalen
1562 Welt gilt.

1563 Die Rechte und Möglichkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks haben die Länder im
1564 Drei-Stufen-Test (§ 11f Abs. 4 RStV) geregelt, der mit dem 12.
1565 Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RStV) im Juni 2009 in Kraft getreten ist und die
1566 Zulässigkeit der Angebote der Anstalten im Internet regelt. Danach dürfen die
1567 Rundfunkanstalten ihre Programme und Begleitinformationen nach der Sendung in der Regel
1568 sieben Tage im Internet zum Abruf bereit halten. Darüber hinausgehende Angebote sind nur
1569 dann länger zulässig, wenn sie in ein sogenanntes Telemedienkonzept der Rundfunkanstalt
1570 aufgenommen sind.

1571

1572 Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nutzen seit langem das Internet als
1573 Übertragungsweg und unterbreiten hier auch nicht-lineare Angebote. Die Auseinandersetzung
1574 um die Zulässigkeit der Finanzierung der letztgenannten Angebote durch Rundfunkgebühren
1575 (heute: Rundfunkbeiträge) war lange umstritten und führte zu einem Beihilfeverfahren bei der
1576 Europäischen Kommission, das mit einem Kompromiss endete.¹⁶¹ Ergebnis ist ein
1577 Rechtsrahmen im Rundfunkstaatsvertrag, der dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk nun
1578 genuin das Angebot von Telemedien als Auftrag zuweist. Bestimmte Arten von
1579 Telemedienangeboten sind direkt im Gesetz genannt (etwa das Angebot im Fernsehprogramm
1580 ausgestrahlter Sendungen zum Abruf in der Mediathek für grundsätzlich sieben Tage gemäß §
1581 11d II RStV). Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ist es gemäß § 11d Abs. 2 RStV jedoch
1582 untersagt, bestimmte Angebote, wie „nicht sendungsbezogene presseähnliche Angebote“,
1583 online zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus haben die öffentlich-rechtlichen
1584 Rundfunkanstalten die Möglichkeit, ihren Programmauftrag selbst zu konkretisieren und

¹⁶¹ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll zum Expertengespräch der Projektgruppe Kultur, Medien und Öffentlichkeit am 5. November 2012 im Deutschen Bundestag. Online abrufbar unter: ...

1585 Konzepte für Telemedien zu erstellen, die dann nach Durchlaufen eines sogenannten Drei-
1586 Stufen-Tests Bestandteil ihres Auftrages werden.¹⁶²

1587 Auf dieser Grundlage bieten die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nicht nur Online-
1588 Angebote zur Nutzung mit Web-Browsern an, sondern auch Applikationen wie beispielsweise
1589 die der Tagesschau, die im Sommer 2012 Gegenstand rechtlicher Auseinandersetzungen
1590 wurde.¹⁶³

1591 Darüber hinaus haben öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten auf der Grundlage des
1592 Staatsvertrages die Möglichkeit, Inhalte etwa nach Ablauf der Sieben-Tage-Frist kommerziell
1593 auch im Internet zu verwerten.

1594 Im Rahmen der Drei-Stufen-Tests und der sich darum rankenden Diskussion wurde deutlich,
1595 dass sich insbesondere bei jüngeren Nutzern die Informationsrepertoires so ändern, dass sie
1596 über traditionelle lineare Rundfunkangebote zunehmend schwerer erreichbar sind.¹⁶⁴ Unter
1597 anderem vor diesem Hintergrund haben die öffentlich-rechtlichen Rundfunkveranstalter ihre
1598 Digital-Strategie entwickelt.

1599 Der Bereich öffentlich-rechtlicher Online-Angebote ist immer noch umstritten, folgende
1600 Punkte prägen die Diskussion:

1601

1602 • Aus der Sicht vor allem der Presseverlage, aber auch des privaten Rundfunks sind
1603 die Regelungen zu öffentlich-rechtlichen Online-Angeboten immer noch zu wenig
1604 konkret und auch zu weit gefasst. Insbesondere würde nicht hinreichend darauf
1605 abgestellt, dass das Angebot von kostenfreien Apps – selbst wenn sie mit freien
1606 Internet-Angeboten inhaltsgleich sind – den Markt für entsprechende
1607 privatwirtschaftliche Angebote verkleinert und damit der Presse die Möglichkeit
1608 beschränkt, ihre journalistisch-redaktionellen Angebote zu refinanzieren und weg-
1609 brechende Abonnement-Einnahmen auszugleichen. Zudem wird die
1610 Organisationsstruktur des Drei-Stufen-Tests kritisiert. An die Stelle der Prüfung
1611 durch die Kontrollgremien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks müsse – so die
1612 Kritik – eine Prüfung durch ein externes Gremium treten, ebenso wie dies bei der
1613 Prüfung des Finanzbedarfs des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch die
1614 Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) der
1615 Fall ist.

1616

1617 • Aus der Sicht öffentlich-rechtlicher Rundfunkveranstalter stellen insbesondere die
1618 für öffentlich-rechtliche Anbieter untersagten Inhalte eine Beschränkung ihrer
1619 redaktionellen Autonomie und der Möglichkeit dar, sich veränderten
1620 Nutzungsgewohnheiten und auch der neuen journalistischen Darstellungsformen
1621 (Online-Journalismus) anzupassen. Der Drei-Stufen-Test als Möglichkeit, die
1622 europarechtlichen Anforderungen mit den verfassungsrechtlichen Grundsätzen der
1623 Entwicklungsgarantie und der Staatsferne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in

¹⁶² Anmerkung: Überblick bei...

¹⁶³ Vgl.:

¹⁶⁴ Vgl.: Quelle!

1624 Einklang zu bringen, hat im Ergebnis ein aufwändiges Verfahren erzeugt.
1625 Verbraucherschützer monieren die kurzen Verweildauern von Material, das durch
1626 die Beiträge von den Bürgerinnen und Bürgern finanziert wurde.

1627
1628 • Die Abgrenzungsbegriffe, die die Rechtsgrundlagen enthalten, wie etwa den
1629 Begriff der „Presseähnlichkeit“ haben in der Praxis Anwendungsschwierigkeiten
1630 hervorgerufen. Ob sich die Erwartung realisiert, die Beteiligten würden in Form
1631 von Absprachen zu aus ihren Kernkompetenzen abgeleiteten Angebotsprofilen
1632 gelangen, die sich wechselseitig nicht übermäßig behindern, wird unterschiedlich
1633 beurteilt.

1634
1635 • Inwieweit die Möglichkeit einer Creative Commons-Lizensierung¹⁶⁵ von
1636 öffentlich-rechtlichen Produktionen rechtlich besteht und zur Erfüllung des
1637 öffentlich-rechtlichen Auftrags sinnvoll ist, wird derzeit diskutiert.¹⁶⁶ Würde dies
1638 positiv beschieden, bestünde die Möglichkeit einer weiteren Verbreitung der
1639 Inhalte und gegebenenfalls auch der kreativen Auseinandersetzung mit ihnen. Auf
1640 der anderen Seite werden die Inhalte dann aus den öffentlich-rechtlichen
1641 Kontexten gelöst.

1642 **1.4.4 Exkurs Auslandsrundfunk: Das Internetangebot der Deutschen Welle**

1643 Das Internet ermöglicht eine grenzenlose Kommunikation. Es entsteht eine
1644 grenzüberschreitende, in Teilen sogar globale Kommunikationsgesellschaft. Politische
1645 Prozesse werden dadurch wesentlich mitbestimmt und Veränderungen häufig nicht mehr
1646 durch Entscheidungsträger, sondern über die Kommunikation von Bevölkerungsgruppen
1647 vorangetrieben. Ein deutliches Beispiel dafür sind die Veränderungsprozesse im arabischen
1648 Raum und in Asien. Die Geschwindigkeit der Kommunikation in diesem Rahmen übertrifft
1649 frühere Kommunikationsprozesse um ein Vielfaches. Parallel zu dieser Entwicklung werden
1650 auch die Finanzströme und wirtschaftlichen Zusammenhänge globalisiert. Nationale
1651 Schranken spielen zunehmend keine Rolle mehr.

1652
1653 Die Deutsche Welle hat auch in einer durch die Digitalisierung noch einmal rasant
1654 internationalisierten Kommunikationsgesellschaft die Aufgabe, internationale Medienpräsenz
1655 für die Debatten und Anliegen der Bundesrepublik herzustellen. Diese Aufgabe wird durch
1656 das Deutsche-Welle-Gesetz genauer bestimmt. Insbesondere folgende Paragraphen sind dabei
1657 ausschlaggebend:

1658
1659 „§ 4: Die Angebote der Deutschen Welle sollen Deutschland als europäisch gewachsene
1660 Kulturnation und freiheitlich verfassten demokratischen Rechtsstaat verständlich machen. Sie
1661 sollen deutschen und anderen Sichtweisen zu wesentlichen Themen vor allem der Politik,
1662 Kultur und Wirtschaft sowohl in Europa wie in anderen Kontinenten ein Forum geben mit

¹⁶⁵ Vgl. das entsprechende Kapitel zum Lizenzkonzept im Bericht der PG Urheberrecht

¹⁶⁶ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll zum Expertengespräch der Projektgruppe Kultur, Medien und Öffentlichkeit am 5. November 2012 im Deutschen Bundestag. Online abrufbar unter: ...

1663 dem Ziel, das Verständnis und den Austausch der Kulturen und Völker zu fördern. Die
1664 Deutsche Welle fördert dabei insbesondere die deutsche Sprache.

1665

1666 [...]

1667

1668 § 5 (1): Die Deutsche Welle hat in ihren Sendungen die Würde des Menschen zu achten und
1669 zu schützen. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze, die gesetzlichen Bestimmungen zum
1670 Schutz der Jugend und zur Gleichberechtigung von Frauen und Männern sowie des Rechts der
1671 persönlichen Ehre sind einzuhalten.

1672

1673 § 5 (2): Die Sendungen müssen eine unabhängige Meinungsbildung ermöglichen und dürfen
1674 nicht einseitig eine Partei oder sonstige politische Vereinigung, eine Religionsgemeinschaft,
1675 einen Berufsstand oder eine Interessengemeinschaft unterstützen. Die sittlichen, religiösen
1676 und weltanschaulichen Überzeugungen der Rundfunkteilnehmer sind zu achten.

1677

1678 § 5 (3): Die Berichterstattung soll umfassend, wahrheitsgetreu und sachlich sein sowie in dem
1679 Bewusstsein erfolgen, dass die Sendungen der Deutschen Welle die Beziehungen der
1680 Bundesrepublik Deutschland zu ausländischen Staaten berühren. Herkunft und Inhalt der zur
1681 Veröffentlichung bestimmten Nachrichten sind mit der gebotenen Sorgfalt zu prüfen.
1682 Kommentare sind deutlich von Nachrichten zu trennen und unter Nennung des Verfassers als
1683 solche zu kennzeichnen.¹⁶⁷

1684

1685 Insbesondere die Aufgabe der Völkerverständigung und des kulturellen Austauschs hat die
1686 Deutsche Welle in jüngerer Vergangenheit mit den medialen Möglichkeiten des Internets und
1687 der Digitalisierung verknüpft. So vergibt die Deutsche Welle beispielsweise seit 2004 ihre
1688 internationalen Blog-Awards („Best of Blogs“).¹⁶⁸ Jährlich wird das weltweite Publikum der
1689 Deutschen Welle aufgefordert, für diese Preise herausragende Blogs in elf verschiedenen
1690 Sprachen zu nominieren. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Förderung der Presse- und
1691 Informationsfreiheit. 2010 in Kairo und 2011 in Kairo und Tunis hat die Deutsche Welle
1692 darüber hinaus einen sogenannten *Young Media Summit* veranstaltet¹⁶⁹, der vor allem dem
1693 Miteinander junger Medienmacher aus Deutschland und den arabischen sowie
1694 nordafrikanischen Ländern diene. Dabei ging es um den Austausch über länderspezifische
1695 Arbeitsbedingungen, praktische Workshops im Bereich der Medienproduktion on- wie offline
1696 sowie um Diskussions- oder Präsentationsformate zu Presse- und Informationsfreiheit. Aus
1697 diesen beiden Veranstaltungen entwickelten sich dauerhaft kleinere Austauschformate in den
1698 beteiligten Ländern.

1699

1700 Wenn es darum geht, weltweit Zielgruppen im Ausland zu erreichen, genügt es nicht, dass
1701 über das Internet deutschsprachige Inhalte global verfügbar sind. Vielmehr müssen über
1702 soziale Netzwerke und zielgruppengerichtete Angebote die Menschen entweder in der
1703 meistverbreiteten Sprache Englisch oder in den jeweiligen meistgesprochenen Sprachen wie

¹⁶⁷ Zit. nach: Deutsche-Welle-Gesetz. Online abrufbar unter: <http://www.dw.de/popups/pdf/11930460/dw-gesetz-pdf.pdf>

¹⁶⁸ Vgl.: <http://thebobs.com/deutsch/uber-die-bobs/219-2>

¹⁶⁹ Vgl.: <http://youngmediasummit.org>

1704 Russisch, Chinesisch, Brasilianisch, Spanisch, Arabisch angesprochen werden. Hinzu
1705 kommen die noch auf lange Sicht meist genutzten linearen Fernseh- und Audioprogramme,
1706 die auf die Online-Angebote hinführen und den zu verbreitenden Content enthalten. Eine
1707 mangelnde Präsenz Deutschlands in der weltweiten Kommunikationsgesellschaft würde sich
1708 langfristig gesehen politisch, wirtschaftlich und kulturell negativ auswirken.

1709
1710 Die Deutsche Welle hat auf der Basis der im Deutschen Bundestag begrüßten
1711 Aufgabenplanung für die Jahre 2010 bis 2013 ihre Programmangebote deutlich auf diese
1712 Bedürfnisse abgestellt und teilweise umfassend reformiert. Ein spanischsprachiges
1713 Fernsehprogramm wurde aufgebaut, so dass die Deutsche Welle heute über
1714 Fernsehprogramme in den vier Sprachen Deutsch, Englisch, Spanisch und Arabisch verfügt.
1715 In den Ländern, in denen die technischen Grundlagen entsprechend vorhanden sind, wurde
1716 die Internetpräsenz in dreißig Sprachen massiv ausgebaut. Audio- und Videoinhalte werden
1717 aber nicht nur über diese Internetpräsenz, sondern auch über die 5.000 Partnerstationen der
1718 Deutschen Welle weltweit verbreitet. Die Deutsche Welle ist längst ein zentral wichtiger
1719 Content-Lieferant von Informationsinhalten. Die Deutsche-Welle-Akademie bildet pro Jahr
1720 rund 5.000 Medienschaffende insbesondere in Schwellenländern fort und betreibt einen
1721 Masterstudiengang für internationale Journalisten. Mit dem jährlich stattfindenden Global
1722 Media Forum in Bonn werden über 600 internationale Organisationen in das
1723 Kommunikationsnetz einbezogen.

1724 **1.4.5 Presse**

1725 Auch die Presseverlage sind im Internet außerordentlich präsent. Einige Verlage haben sogar
1726 eine Online-First-Strategie ausgerufen¹⁷⁰ und beschreiben die Situation heute als „Zeitungen
1727 in der Offensive“. Zahlreiche Internet-Angebote von Presseverlagen gehören hierzulande zu
1728 den meist genutzten Webinhalten.

1729
1730 Dessen ungeachtet werden von vielen Presseverlagen das Wettbewerbsumfeld als schwierig
1731 und die traditionellen Geschäftsmodelle als gefährdet angesehen. Im September 2012 hat der
1732 Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) dazu aktuelle Zahlen vorgelegt: Die
1733 Tageszeitungen kamen im Jahr 2011 auf einen Gesamtumsatz von acht Milliarden Euro. Dem
1734 um 2,2 Prozent rückläufigen Anzeigengeschäft stand eine Steigerung der Vertriebsumsätze
1735 um 1,6 Prozent gegenüber. Bei den Wochen- und Sonntagszeitungen wuchsen die
1736 Vertriebs Erlöse um 3,1 Prozent, während die Anzeigen- und Beilagenumsätze um 1,9 Prozent
1737 zurückgingen. Im Vertrieb hätten die Umsätze um 2,3 Prozent (Westdeutschland)
1738 beziehungsweise zwei Prozent (Ostdeutschland) gesteigert werden können. Die Anzeigen
1739 seien um 1,3 Prozent (West) beziehungsweise 4,5 Prozent (Ost) zurückgegangen.¹⁷¹

1740
1741 Der BDZV hat mit der Bekanntgabe der Zahlen für das Jahr 2011 erklärt, dass das Internet –
1742 mit Blick auf die Verbreitung von Zeitungsinhalten – ein „Segen für die Verlage sei. Fast 40

¹⁷⁰ Anmerkung: Springer

¹⁷¹ Vgl.: Pressemitteilung des BDZV „Zeitungen in der Offensive“ vom 16. Juli 2012. Online abrufbar unter:
http://www.bdzv.de/aktuell/pressemitteilungen/artikel/detail/zeitungen_in_der_offensive

1743 Prozent der Bürgerinnen und Bürger über 14 Jahre (27,1 Millionen) seien auf den Webseiten
1744 der Verlage unterwegs. Weiter erklärt der BDZV: „Jetzt gehe es um die Entwicklung
1745 nachhaltiger Geschäftsmodelle. Eine Refinanzierung der Online-Angebote ausschließlich über
1746 Werbung sei angesichts der Entwicklung der Werbepreise nicht gewährleistet. Zu
1747 Bezahlhalten (Paid Content) sähen die meisten Verlage keine Alternative“.¹⁷²

1748
1749 Auch der Umstand, dass viele große Presseverlage ausgesprochen profitabel arbeiten¹⁷³
1750 bedeutet keineswegs, dass die Refinanzierungsmöglichkeiten von journalistisch-
1751 redaktionellen Angeboten unproblematisch möglich wären, da Verlage sich stark diversifiziert
1752 haben und zum Teil mit anderen Produkten beziehungsweise Dienstleistungen erfolgreich
1753 sind. In der Tat sind etwa im Bereich der Tageszeitungen die Abonnementzahlen
1754 kontinuierlich rückläufig.¹⁷⁴

1755
1756 Was das Verhältnis von Internetnutzung und Zeitungs- bzw. Zeitschriftenkonsum anbelangt,
1757 liegen mittlerweile erste wissenschaftliche Untersuchungen vor. Nach Auffassung der Sozial-
1758 und Kommunikationswissenschaftler *Kolo* und *Meyer-Lucht* sollen Online-
1759 Nachrichtenportale die gedruckten Tageszeitungen Schritt für Schritt substituieren. Für ihre
1760 Untersuchung haben die Autoren eine Zeitreihenanalyse der Mediennutzungsstudien
1761 *Allensbacher Werbeträger-Analyse* (AWA) und *Allensbacher Computer- und Technik-*
1762 *Analyse* (ACTA) zwischen 2001 und 2006 erstellt. Sie betrachteten die Nutzung von
1763 Nachrichtensites, die zum großen Teil von Zeitungsverlagen ins Internet gestellt werden,
1764 sowie die Nutzung gedruckter Zeitungen im Zeitraum von 2001 bis 2006. Dabei kamen sie zu
1765 dem Ergebnis, dass Tageszeitungen genau dort besonders viele treue Leser verlieren, wo eine
1766 starke Hinwendung zum Internet als Nachrichtenplattform zu beobachten ist. Das Internet
1767 bewirke eine schleichende „Erosion der Intensivleserschaft“ der Tagespresse, stellen die
1768 Autoren in ihrer Untersuchung mit dem gleichnamigen Titel fest.¹⁷⁵

1769
1770 Besonders stark betroffen seien die Altersgruppen der 25 bis 34-Jährigen und der 35 bis 44-
1771 Jährigen. Bei ihnen sei der Anteil der regelmäßigen Leser von Abonnements-Tageszeitungen
1772 von 2001 bis 2006 von 50,5 Prozent auf 37,4 Prozent und von 64,8 Prozent auf 54,2 Prozent
1773 zurückgegangen. Im selben Zeitraum sei der Anteil der Intensivnutzer von Nachrichtensites
1774 von 7,9 Prozent auf 14,2 Prozent und von 7,0 Prozent auf 12,3 Prozent gestiegen. Online und
1775 Print entwickelten sich weder parallel noch ergänzten sie sich, sondern machten einander
1776 zunehmend Zuwendungsressourcen streitig¹⁷⁶. Es zeichne sich der Übergang von einer
1777 „experimentellen Parallelnutzung“ hin zur „habitualisierten Entscheidung“ für Print oder
1778 Online ab.¹⁷⁷

1779
1780 Ungeachtet der Frage, ob sich bereits momentan Tageszeitungen und Online-
1781 Nachrichtenportale in einem Substitutionsverhältnis zueinander befinden, steht in jedem Fall

¹⁷² Vgl.: ebd.

¹⁷³ Anmerkung: hier etwa Springer-Zahlen...

¹⁷⁴ Vgl.: Studie von Goldhammer (genaue Quellenangabe!)

¹⁷⁵ Vgl.: Kolo/Meyer-Lucht: M&K 2008, 513 ff.

¹⁷⁶ Vgl.: Kolo/Meyer-Lucht: M&K 2008, 513 (528).

¹⁷⁷ Vgl.: Kolo/Meyer-Lucht: M&K 2008, 513 (528 f.).

1782 fest, dass die etablierten Verlagshäuser inmitten von tiefgreifenden Veränderungen stehen.
1783 Schon heute zehren die Druck- und Distributionskosten für (überregionale) Tageszeitungen
1784 die Abonnenten- und Einzelverkaufserlöse (weitgehend) auf. Die Werbeerlöse stagnieren und
1785 entwickeln sich – auch wegen der Konkurrenz der Onlinemedien – rückläufig. All das deutet
1786 darauf hin, dass sich die wirtschaftliche Situation der klassischen Printmedien künftig noch
1787 weiter verschärfen wird. Langfristig wird sich der Verbreitungsweg durchsetzen, der im
1788 publizistischen und wirtschaftlichen Wettbewerb besteht. Die Substitution der gedruckten
1789 Zeitung durch die Online-Zeitung setzt voraus, dass sich auch im Online-Bereich
1790 entsprechende Werbeerlöse generieren beziehungsweise entsprechende Bezahlformen
1791 implementieren lassen. Und vor allem ist zu berücksichtigen, dass die Zeitungslektüre in
1792 erheblicher Weise von den (haptischen) Gewohnheiten des Lesers geprägt ist. Diejenigen
1793 Zeitungsleser, die in der analogen Welt sozialisiert sind, werden auf die gedruckte Zeitung
1794 kaum verzichten wollen und digitale Versionen und Angebote lediglich als Ergänzung
1795 verstehen. Für die jüngere, (im Wesentlichen) durch das Internet sozialisierte Generation mag
1796 etwas anderes gelten. Aus demografischen Gründen wird ihr Anteil an der
1797 Gesamtbevölkerung im Vergleich zu den bisherigen Generationen nur verhältnismäßig gering
1798 ansteigen. Die demografische Entwicklung wird auch insoweit die technologische
1799 Entwicklung in der Bundesrepublik Deutschland bremsen und den Migrationsprozess von der
1800 gedruckten zur digitalen Zeitung verzögern.

1801
1802 Der Übergang auf die digitale Verbreitungsform birgt nicht nur Risiken, sondern mittel- und
1803 langfristig auch erhebliche Chancen. Wie bereits erwähnt, sind die (ständig steigenden)
1804 Druck- und Distributionskosten des Printbereichs ein wesentlicher Kostenfaktor der
1805 klassischen Zeitungen und Zeitschriften. Bei überregionalen Zeitungen verschlingen die
1806 Druck- und Distributionskosten nahezu vollständig die Abonnenten- und
1807 Einzelverkaufserlöse. Online-Zeitungen und -Zeitschriften verfügen über eine ungleich
1808 schlankere Kostenstruktur und damit über einen Effizienzvorteil im Vergleich zu den
1809 klassischen Printmedien.

1810
1811 Aktuell hat dieser Effizienzvorteil noch keine Bedeutung, weil es sich kaum ein Verlagshaus
1812 leisten kann, auf die klassische Printform zu verzichten. Deshalb kumulieren die Kosten für
1813 beide Vertriebsformen, ohne dass Zielgruppe und Umsätze entsprechend wachsen. Erst bei
1814 einer vollständigen Substituierung des Printvertriebs durch den Online-Vertrieb lassen sich
1815 die Effizienzvorteile der digitalen Vertriebsform generieren. Dieser Effizienzvorteil ist auch
1816 und gerade im Zusammenhang mit der Diskussion über die Zukunft des Qualitätsjournalismus
1817 in den Online-Medien zu berücksichtigen.

1818
1819 Im Hinblick auf die Herausforderungen für die Presse, die sich aus der zunehmenden
1820 Bedeutung des Internet ergeben, werden folgende größere Diskussionslinien verfolgt:

1821
1822 • An der Forderung der Verleger nach einem Leistungsschutzrecht hat sich die Frage
1823 nach der Rolle von Intermediären im Internet kristallisiert. Aus der Sicht der
1824 Verlage erzeugen Intermediäre Aufmerksamkeit für ihre Angebote unter Rückgriff
1825 auf die Leistungen der Verlage. Anders herum wird argumentiert, dass die Online-

1826 Reichweiten von Verlagsangeboten zu einem erheblichen Anteil auf Verweise
1827 dieser Intermediäre zurückzuführen sind. So argumentiert beispielsweise Google,
1828 dass etwa die Hälfte aller Visits auf Verlagsseiten über Google zustande kämen.
1829
1830 • Auch wenn es nicht nur die Presse betrifft, so wird die Frage der nachhaltigen
1831 Finanzierung journalistisch-redaktioneller, qualitätsvoller Inhalte vor allem mit
1832 Blick auf die Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen geführt. Es scheint nicht
1833 sichergestellt, dass die traditionellen Geschäftsmodelle die Refinanzierung dieser
1834 Funktion dauerhaft sichern.

1835 **1.4.6 Grundlagen der Kommunikationsordnung**

1836 **1.4.6.1 Verfassungsrechtliche und europarechtliche Basis**

1837 In Kapitel 1.1 wurde bereits die Struktur der in Art. 5 Abs. 1 GG gewährleisteten
1838 Kommunikationsfreiheiten beschrieben. Jedenfalls für den Rundfunk geht das
1839 Bundesverfassungsgericht davon aus, dass freie individuelle und öffentliche Meinungsbildung
1840 nur möglich ist, wenn der Gesetzgeber eine Rundfunkordnung gestaltet, die die
1841 unterschiedlichen Interessen in diesem Feld zum Ausgleich bringt.¹⁷⁸ Der Gesetzgeber besitzt
1842 hier einen breiten Gestaltungsspielraum, von dem die Länder im Rundfunkstaatsvertrag, in
1843 den einzelnen Landesmediengesetzen und Staatsverträgen Gebrauch gemacht haben. Geht
1844 man davon aus, dass solche ausgestaltenden Maßnahmen nur für den Bereich des Rundfunks
1845 verfassungsrechtlich zulässig sind, wird die Frage bedeutsam, ob es sich bei einem
1846 bestimmten Angebot verfassungsrechtlich um Rundfunk handelt oder nicht.¹⁷⁹

1847
1848 Für den Rundfunk geht das Bundesverfassungsgericht dabei auch davon aus, dass der Markt
1849 allein als Instrument zur Machtkontrolle nicht ausreicht und es entsprechend spezifischer
1850 Regelungen bedarf – beim klassischen Rundfunk sogar in Form einer vorherigen Kontrolle,
1851 so dass eine Zulassung von Rundfunkveranstaltern erforderlich ist.¹⁸⁰

1852
1853 In einigen Entscheidungen hat das Bundesverfassungsgericht die Strukturen der dualen
1854 Rundfunkordnung geprägt, die zwar nicht verfassungsrechtlich vorgegeben sind, aber
1855 bestimmten verfassungsrechtlichen Leitlinien folgen müssen, wenn der Gesetzgeber sich für
1856 eine solche Ordnung entscheidet. Dazu gehört, dass – anders als in anderen Staaten –
1857 öffentlich-rechtlicher Rundfunk nicht als kompensatorisch ausgleichend für die Bereiche
1858 verstanden wird, in denen private Angebote nicht in hinreichender Qualität zur Verfügung
1859 stehen, sondern die Rundfunkordnung – so formuliert es ein Teil der rechtswissenschaftlichen
1860 Literatur – „strukturelle Diversifizierung“ anstrebt. Das heißt, die Qualität des
1861 Gesamtprogramms gewinnt dadurch, dass private und öffentlich-rechtliche

¹⁷⁸ Vgl. etwa: BVerfGE #, dieses Grundkonzept wird immer noch grundsätzlich bestritten; vgl. dazu auch: Degenhart: Kommentar zum Grundgesetz.

¹⁷⁹ Anmerkung: Siehe Kapitel...

¹⁸⁰ Vgl.: BVerfGE

1862 Rundfunkveranstalter in einen publizistischen Wettbewerb treten, bei dem sie
1863 unterschiedliche Vor- und Nachteile durch ihre Finanzierungsweise mitbringen. Für den
1864 öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat das Bundesverfassungsgericht zudem eine
1865 verfassungsrechtlich gesicherte Bestands- und Entwicklungsgarantie festgestellt.¹⁸¹ Auch in
1866 der rechtswissenschaftlichen Literatur ist diese Interpretation der Verfassung umstritten, es
1867 wird auch gefordert, dass öffentlich-rechtliche Angebote liefern, die Private so nicht zur
1868 Verfügung stellen.

1869
1870 Für den Rundfunk insgesamt gilt der Grundsatz der Staatsferne, das heißt staatliche Stellen
1871 dürfen weder selbst Rundfunk veranstalten, noch durch Präsenz in Aufsichtsgremien oder
1872 andere Maßnahmen beherrschenden Einfluss gewinnen.

1873
1874 Darüber hinaus sind einige Regelungsmaterien für bestimmte Dienste europarechtlich
1875 koordiniert, in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste finden sich etwa Regelungen
1876 zur Werbung und zum Jugendschutz, aber auch zu weiteren Regelungsmaterien. Die AVMD-
1877 Richtlinie unterscheidet nach linearen Angeboten (nach deutscher Diktion „Rundfunk“) und
1878 Angeboten auf Abruf, für die nur eingeschränkte Regelungen gelten.

1879 **1.4.6.2 Einfach gesetzlicher Regelungsrahmen**

1880 Auf dieser Grundlage ist die Kommunikationsordnung in der Bundesrepublik Deutschland
1881 grob zweigeteilt. Es existieren allgemeine Regelungen, die für alle Angebote in gleicher
1882 Weise gelten, wie beispielsweise äußerungsrechtliche Regeln, die die Rechtmäßigkeit von
1883 Berichterstattung über Personen betreffen.

1884
1885 Darüber hinaus existieren für die Presse nur ordnungsrechtliche Vorschriften in den
1886 Landespressegesetzen, für den Rundfunk und zum Teil für Telemedien dagegen spezifische
1887 Vorgaben im Rundfunkstaatsvertrag und einzelnen Gesetzen der Länder. Ein
1888 Kernregelungsziel für den Rundfunk ist die Verhinderung vorherrschender Meinungsmacht
1889 (§§ 26ff RStV). Diese Regelungen greifen nur, wenn jedenfalls auch ein
1890 Rundfunkveranstalter betroffen ist. Im Bereich der Werberegulierung existieren die
1891 Werbemengen begrenzenden Regelungen nur für den linearen Rundfunk, nicht für
1892 Telemedien. Ob diese Sonderrolle des Rundfunks so noch sachgerecht ist und an die richtigen
1893 Kriterien angeknüpft wird, ist umstritten.

1894 **1.4.7 Auswirkungen der Digitalisierung und der Konvergenz für den deutschen** 1895 **Mediensektor**

1896 Die föderale Struktur des Medienbereichs findet seinen Ausgang im Aufbau einer neuen,
1897 dezentralen deutschen Medienlandschaft unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg. Strukturell
1898 erfolgte dieser zunächst in den drei westlichen Besatzungszonen. In der Folge wurden die
1899 Gesetzgebungskompetenzen der Länder für den Rundfunkbereich im Grundgesetz verankert.
1900 Durch die Leitentscheidung des Bundesverfassungsgerichts in Sachen „Deutschland-

¹⁸¹ Vgl.: BVerfGE

1901 Fernsehen¹⁸² sowie in jüngerer Zeit durch die Föderalismus-Kommission 2003 bis 2004
1902 (Autonomie-Wahrung) wurde die prägende Rolle der Bundesländer abgesichert. In diesem
1903 Zusammenhang ist hervorzuheben, dass stets Rundfunk und Pressewesen im Fokus der
1904 Medienpolitik gestanden haben. Das erklärte Ziel der klassischen Medienpolitik liegt in der
1905 Sicherung von vielfältigen Medieninhalten. Vor diesem Hintergrund gibt es somit in der
1906 deutschen Medienpolitik eine historisch gewachsene Kompetenzverteilung zwischen Bund
1907 und Ländern. Der fortschreitende europäische Integrationsprozess und das damit verbundene
1908 Ziel der Entwicklung eines gemeinsamen Binnenmarktes führte dazu, dass Ende der 1980er
1909 Jahre mit der Europäischen Gemeinschaft eine zusätzliche Ebene prägenden Einfluss auf die
1910 Medienpolitik in Deutschland gewann.

1911
1912 Mit dem Aufkommen des Satelliten- und Kabelfernsehens erarbeiteten das Europäische
1913 Parlament und der Rat die 1989 verabschiedete Richtlinie *Fernsehen ohne Grenzen*, die 1997
1914 und 2007 überarbeitet und 2010 schließlich kodifiziert wurde¹⁸³. Im Jahr 2010 hat die
1915 Europäische Union in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)
1916 Regeln festgelegt, die die EU-weite Harmonisierung nationaler Gesetzgebung für alle
1917 audiovisuellen Medien, sowohl herkömmliche Fernsehsendungen (linear) als auch Dienste auf
1918 Abruf (non-linear), regelt. Zu den Vorgaben zählen unter anderem die Einführung europaweit
1919 gültiger Regeln für die Bereiche der Werbung und des Jugendschutzes. Mit dieser Richtlinie
1920 schuf die Europäische Union einen gemeinsamen Rechtsrahmen für audiovisuelle
1921 Mediendienste, unabhängig vom Verbreitungsweg und von der genutzten Technologie.
1922 Ähnlich wie bei der Regulierung der Telekommunikationsmärkte ist es ein Ziel des EU-
1923 Rechtsrahmens, einen Binnenmarkt für audiovisuelle Medien zu schaffen. Vor diesem
1924 Hintergrund sind die audiovisuellen Medien zunächst durch europäisches Recht geregelt. Die
1925 Umsetzung der europäischen Richtlinie in Deutschland erfolgte mit dem 12. und 13.
1926 Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Während die Koordination und Harmonisierung der
1927 Regelungen für wirtschaftliche Dienstleistungen den Hintergrund aller EU-Regeln bildet,
1928 steht bei der nationalen Regulierung die gesellschaftliche Bedeutung der Kommunikation im
1929 Vordergrund.

1930
1931 Die Medienpolitik- und die Medienregulierung sind in der Bundesrepublik Deutschland
1932 einerseits durch den föderalen Staatsaufbau, der damit verbundenen Kompetenzverteilung
1933 zwischen Bund und Ländern im Medienbereich, gleichzeitig jedoch auch durch die
1934 regulatorische Differenzierung zwischen Rundfunk, Telekommunikation und Telemedien
1935 geprägt.¹⁸⁴ Zusätzlich gilt in Deutschland – wie auch in der AVMD-Richtlinie festgelegt – die
1936 unterschiedliche Regulierung von linearen und non-linearen Diensten.¹⁸⁵ Zudem haben die

¹⁸² Vgl.: 1961, BVerfGE 12, 205.

¹⁸³ Vgl.: Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisuelle Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste).

¹⁸⁴ Anmerkung: Die Medienregulierung orientierte sich im Falle Deutschlands an den technischen Geräten. Mit zunehmender technischer Konvergenz stellt sich somit das Problem, die gesetzlichen Bestimmungen an diese technischen Entwicklungen anzupassen.

¹⁸⁵ Während Fernsehen und MobileTV (etwa über Smartphones) als linearer Rundfunk definiert werden, gilt der individuelle Abruf als non-linearer Mediendienst und unterliegt somit einer wesentlich geringeren Regulierung.

1937 zahlreichen Rundfunkentscheidungen des Bundesverfassungsgerichts die Rundfunkordnung
1938 entscheidend geprägt.
1939
1940 Auf Ebene des Bundes werden die (nationale) Regulierung des Telekommunikationssektors
1941 sowie die für die Medienregulierung relevanten Kompetenzen zur technischen Regulierung
1942 wahrgenommen. Hierzu zählen insbesondere die Festlegung von Standards, die Zuteilung von
1943 Frequenzen und sicherheitsrelevante Aspekte. Zudem obliegen die wirtschaftlichen Aspekte
1944 der Telemedien seiner Kompetenz, während die inhaltlichen und organisatorischen Fragen in
1945 den Verantwortungsbereich der Bundesländer fallen. Das Telekommunikationsgesetz, das
1946 Telemediengesetz, das Jugendschutzgesetz sowie das Urheberrechtsgesetz bilden die
1947 rechtliche Grundlage für die Bundespolitik.
1948
1949 Die deutschen Bundesländer sind verantwortlich für die Ausgestaltung der
1950 Landesmediengesetze, der Landespressegesetze, der Rundfunkstaatsverträge sowie des
1951 Glücksspielstaatsvertrages. Auf Länderebene wurden durch verschiedene Änderungen der
1952 Rundfunkstaatsverträge seit dem Ende der 1990er Jahre die Befugnisse der Länder zudem auf
1953 die Regulierung verschiedener Angebote elektronischer Medien (Telemedien) hinsichtlich
1954 auch der Inhalte-Ebene bezogen. Die Länder sind somit für die inhaltlichen und
1955 organisatorischen Anforderungen für Rundfunk in den Telemedien verantwortlich. Vor
1956 diesem Hintergrund sind die Bundesländer gemäß dem Rundfunkstaatsvertrag somit unter
1957 anderem für die Zulassung und Lizenzierung von Rundfunkveranstaltern, die
1958 Programmaufsicht (etwa bei Werbeverstößen), die Plattformregulierung und den Bereich der
1959 Informations- und Werbekennzeichnungspflichten der Telemedienanbieter zuständig. Nach
1960 dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag ergeben sich zudem Länderzuständigkeiten für den
1961 Bereich des Kinder- und Jugendschutzes im Internet.
1962
1963 Eine besondere Rolle nehmen in diesem Zusammenhang die 14 Landesmedienanstalten ein,
1964 die als Lizenzierungs- und Aufsichtsbehörden des privaten Rundfunks agieren. Hinsichtlich
1965 dieser Problematik haben die Länder in den vergangenen Jahren zunehmend die Bedeutung
1966 einheitlicher Steuerungselemente erkannt und mit der Kommission für Jugendmedienschutz
1967 (KJM), der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) und die Kommission zur
1968 Ermittlung der Medienkonzentration (KEK) einige gemeinsame Strukturen geschaffen. Als
1969 Koordinierungsstelle dient die gemeinsamen Geschäftsstelle „Die Medienanstalten“ in Berlin.
1970
1971 Zu den Aufgaben der Landesmedienanstalten gehören die Vergabe von Lizenzen, Frequenzen
1972 und Kanälen sowie die Programmaufsicht. Gleichzeitig überwachen sie die Einhaltung der
1973 gesetzlichen Bestimmungen durch den Rundfunkstaatsvertrag, dem Jugendmedienschutz-
1974 Staatsvertrag sowie der jeweiligen Landesmediengesetzen. Letztere dienen in erster Linie der
1975 Sicherung der Meinungsvielfalt, dem Jugendschutz, der Einhaltung der Programmgrundsätze,
1976 den Gewinnspiel- und Werberegulungen und der Überwachung eines diskriminierungsfreien
1977 Zugangs zu digitalem Fernsehen und digitalen Diensten. In den Kompetenzbereich der

Als Beispiel kann hier die Werberegulierung aufgeführt werden, die im linearen Fernsehen genaue Werbezeiten festlegt, während diese bei non-linearen Diensten nicht reguliert werden.

1978 Landesmedienanstalten fällt es, Landesmediengesetze des jeweiligen Bundeslandes durch
1979 Richtlinien und Satzungen zu konkretisieren und Aufsichtsmaßnahmen zu ergreifen.
1980
1981 Für Unternehmen, die Dienste über Landesgrenzen hinweg anbieten wollen, hat diese
1982 Aufteilung sowie die länderspezifische Regulierung zur Folge, dass sie oftmals mit einer
1983 Vielzahl von unterschiedlichen Aufsichtsinstitutionen, Ansprechpartnern und Regelungen
1984 konfrontiert werden, was in den Unternehmen Kapazitäten bindet. Gleichzeitig können sich
1985 auch die Abstimmungsprozesse zwischen den einzelnen Ländern um einheitliche
1986 Positionierungen zu schaffen, mitunter kompliziert gestalten.
1987
1988 Als Beispiel heterogener Organisation und Regulierung innerhalb der Bundesländer kann die
1989 Handhabung mit audiovisuellen Medien angeführt werden. Während die
1990 Landesmedienanstalten in allen Bundesländern für den linearen Rundfunk zuständig sind,
1991 blieb es den Ländern überlassen, die Aufsicht über die non-linearen audiovisuellen Medien zu
1992 regeln. Zwar hat sich eine Mehrheit der Bundesländer dazu entschlossen, die Einhaltung der
1993 gesetzlichen Bestimmungen dem Zuständigkeitsbereich der jeweiligen
1994 Landesmedienanstalten zu übertragen, in einer Anzahl von Bundesländern obliegt diese
1995 Kompetenz jedoch Gremien der Landesverwaltung.
1996
1997 Gerade hier wird jedoch ein grundlegendes, strukturelles Problem der länderspezifischen
1998 Regulierung deutlich, die einerseits auf der Anzahl der verschiedenen Akteure andererseits
1999 aber auch auf der Vielfalt der gesetzlichen Regelungen in den Bundesländern beruht. So wird
2000 in Nordrhein-Westfalen die Aufsicht der Telemedien durch das
2001 Telemedienzuständigkeitsgesetz aus dem Jahr 2007 geregelt, welches die Bezirksregierung
2002 Düsseldorf (die eine staatliche Stelle darstellt) als zuständige Behörde benannt hat. Die
2003 Aufsicht erfolgt durch den Bereich „Ordnungsrecht und Gefahrenabwehr“, dem die Aufgabe
2004 der Internetaufsicht obliegt und der Verstöße nach TMG und RStV überwacht. Registrierte
2005 Verstöße werden von der Bezirksregierung Düsseldorf verfolgt.¹⁸⁶ Auch andere Länder wie
2006 Bayern und Baden-Württemberg haben Teile der Telemedienaufsicht Behörden zugewiesen.
2007
2008 Allgemein kann davon ausgegangen werden, dass die Ausstattung der von den Ländern
2009 benannten Behörden, in manchen Fällen sicherlich auch die Fachkompetenz der Mitarbeiter
2010 voneinander divergiert. Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass die Regulierungsdichte in
2011 Deutschland nicht nur von (technischen und juristischen) Definitionen, sondern auch von
2012 regionalen Gegebenheiten abhängen kann.

¹⁸⁶ Anmerkung: In ihrem Koalitionsvertrag für die Legislaturperiode 2012-2017 vereinbarte die Regierungskoalition aus SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN eine Änderung des Telemedienzuständigkeitsgesetzes und strebt eine Übertragung der Überwachung der Bestimmungen des Telemediengesetzes von der Bezirksregierung Düsseldorf auf die Landesanstalt für Medien NRW an.

2013 **1.5 Bedeutung und Rolle lokaler elektronischer Medien (im Verhältnis zur globalen**
2014 **Entwicklung, im Verhältnis zu lokalen Printmedien, Nahfunk, neue**
2015 **Angebotsformen)**

2016 Lokale Printmedien werden traditionell vor allem durch das Format von Tageszeitungen und
2017 kostenlosen im Wochenrhythmus erscheinenden Anzeigenblättern mit kleinerem
2018 lokaljournalistischen Anteil geprägt. Bei den Tageszeitungen zeigt sich seit etwa 20 Jahren,
2019 also bereits vor einer weitverbreiteten Internetnutzung, ein kontinuierlicher und konstanter
2020 Auflagenrückgang.¹⁸⁷ Die meisten lokalen Tageszeitungen erscheinen heute mit einem
2021 überregionalen Mantelteil und sind auch organisatorisch in größere Medienhäuser
2022 eingegliedert. Unabhängig von den Auflagenzahlen erreichten Tageszeitungen zur
2023 Jahrtausendwende einen Umsatz und Gewinnrekord, der seitdem in der Gesamtschau der
2024 Branche nicht mehr erzielt wurde. Wie stark dies mit der verstärkten Internetnutzung
2025 zusammenhängt, ist unklar. Einerseits hat die Netznutzungsdauer bereits 2005 die
2026 durchschnittliche Lesezeit für Zeitungen überholt¹⁸⁸, andererseits zeigen Studien, dass auch
2027 die Breite des Zeitungsangebots Einfluss auf die Auflagenzahlen hat. So werden in Regionen
2028 mit Monopolstrukturen auf dem Zeitungsmarkt signifikant weniger Zeitungen gelesen als in
2029 Gegenden mit konkurrierenden Printangeboten.¹⁸⁹ Auch zeigen sich deutliche Unterschiede
2030 zwischen ost- und westdeutschen Bundesländern, Metropolen und ländlichen Regionen.¹⁹⁰

2031
2032 Zum Jahresende 2011 waren in Deutschland 267 landesweite, regionale und lokale Fernseh-
2033 Anbieter auf Sendung.¹⁹¹ Die Studie *Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland*, die
2034 2011 im Auftrag der Landesmedienanstalten durchgeführt wurde, zeigt, dass sich die von
2035 Beginn an insgesamt schlechte wirtschaftliche Situation der regionalen und lokalen TV-
2036 Programme in den vergangenen Jahren nicht verändert hat. Sie unterscheidet sich allerdings
2037 von Bundesland zu Bundesland.

2038
2039 Der zentrale Grund für das anhaltend negative Gesamtergebnis ist, dass die Sender ihren
2040 Programmern, die lokalen Nachrichtenprogramme, durch lokale Werbevermarktung nicht
2041 refinanzieren können. Dabei sind die Einnahmequellen der Sender vielfach stark
2042 diversifiziert. Vor allem Auftragsproduktionen sowie Programmverkäufe und nicht zuletzt
2043 auch Fördermaßnahmen spielen hier eine zentrale Rolle. Die Sender sind daher auf weitere
2044 Einnahmequellen angewiesen.

2045
2046 Die lokalen TV-Veranstalter konnten bislang das Online-Geschäft noch nicht umfassend
2047 entwickeln. Gerade lokale Fernsehprogramme eignen sich zwar für eine Online-Video on
2048 demand-Verbreitung, da viele lokale Fernsehsender eine täglich aktualisierte

¹⁸⁷ Vgl.: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland>
http://www.unternehmen.zdf.de/fileadmin/files/Download_Dokumente/DD_Das_ZDF/Ausschnitt_Langzeitstudie_Massenkommunikation.pdf

¹⁸⁸ Vgl.: Jahrbuch der Landesmedienanstalten 2011/2012, S.105ff.

¹⁸⁹ Vgl.: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2008_Moehring.pdf

¹⁹⁰ Vgl.: <http://meedia.de/print/der-grosse-zeitungskrisen-report-teil-1/2011/05/11.html>

¹⁹¹ Vgl.:

2049 Programmschleife produzieren. Aber nur wenige Fernsehveranstalter schaffen es, ihre lokalen
2050 Werbekunden auch für eine kostenpflichtige Werbepräsenz im Internet zu gewinnen. Auf
2051 nationaler Ebene bleibt vielen Veranstaltern nur die Möglichkeit über Anzeigennetzwerke
2052 geringe Zusatzeinnahmen zu generieren.

2053
2054 Einige lokale Fernsehveranstalter nutzen bereits die Möglichkeit, Videoinhalte und lokale
2055 Nachrichten über Apps oder Widgets auf den proprietären Smart TV-Plattformen großer
2056 Fernsehhersteller anzubieten. Eine wichtige Option für die Zukunft ist ein eigenes HbbTV-
2057 Angebot (Hbb = Hybrid broadcast broadband) mit dem Aufbau eines eigenen HbbTV-Portals,
2058 das von allen Lokalfernsehsendern in Deutschland genutzt werden kann. Die Vorbereitungen
2059 sind angelaufen.¹⁹²

2060
2061 Bürgermedien in Rundfunk und Fernsehen sind die sogenannte „dritte Säule“ im dualen
2062 Rundfunksystem und unterscheiden sich von öffentlich-rechtlichen und privaten
2063 Medienanbietern vor allem durch ihre nichtkommerzielle und lokale Ausrichtung. Sie sind
2064 entweder selbstverwaltet (bspw. Bürgerfunk, Freie Radios, Uniradios) oder Einrichtungen der
2065 Landesmedienanstalten (einige offene Kanäle, Aus- und Weiterbildungs Kanäle). In den
2066 meisten Bundesländern werden diese lokalen elektronischen Medien neben Eigenmitteln und
2067 Spenden auch anteilig aus Mitteln der Landesmedienanstalten finanziert und vor allem durch
2068 ehrenamtliches Engagement getragen. Bis zur Massenverbreitung des Internet waren diese oft
2069 aus sogenannten Piratenradios entstandenen Initiativen auf Frequenzzuteilungen und
2070 Kabelsendeplätze angewiesen und standen damit immer in Konkurrenz zu öffentlich-
2071 rechtlichen und privaten Anbietern. Heute finden vor allem die lokalen Rundfunkangebote
2072 auch über Netzstreaming oder Podcast-Formate Verbreitung.

2073
2074 Genuin im Internet haben sich neue textbasierte Regional- und Lokalmedien neben den
2075 Webauftritten klassischer Zeitungen in Form von Nachrichtenportalen, Foren oder Blogs
2076 entwickelt. Sie reichen von Blogs mit regionaler Reichweite (z.B. Ruhrbarone) über
2077 stadtweite Angebote (z.B. Halle-Spektrum) bis hin zu Kiezzeitungen. Die
2078 Organisationsformen reichen dabei von ehrenamtlichen Anwohnerprojekten bis zu
2079 kommerziellen Auftritten. Häufig handelt es sich um Projekte, die von freien Journalisten
2080 betrieben werden, die im Zuge von Sparmaßnahmen der großen Medienhäuser ihren Job
2081 verloren haben. Durch den Abbau insbesondere von Lokalredaktionen ist in vielen Gebieten
2082 ein Mangel an lokaljournalistischen Angeboten entstanden, der durch solche Projekte zum
2083 Teil kompensiert wird. Sie sind oft als Selbstverlage organisiert und profitieren von einer
2084 guten Vernetzung der beteiligten Akteure in der politischen, kulturellen und gesellschaftlichen
2085 Landschaft vor Ort, die von zentral organisierten Redaktionen nicht mehr im selben Ausmaß
2086 geleistet werden kann. Die Monetarisierung erweist sich jedoch häufig als schwierig.

2087
2088 Hinzu kommen Projekte, die eine Mischform aus Bürgerinitiative und Lokaljournalismus
2089 darstellen, so etwa der Verein „Köln kann auch anders“, der sich nach dem Einsturz des
2090 Kölner Stadtarchivs gegründet hat. Die von Freiwilligen und vielen Nicht-Journalisten

¹⁹² Vgl.: Jahrbuch der Landesmedienanstalten 2011/2012, S. 108ff.

2091 getragene Initiative leistet eine kontinuierliche Recherchearbeit zu den Hintergründen der
2092 Lokalpolitik. Die Zugänglichkeit dieser Informationen im Netz spielen dabei eine besonders
2093 wichtige Rolle. Hier zeigen sich Ansätze eines partizipativen Bürgerjournalismus jenseits der
2094 klassischen publizistischen Strukturen.

2095
2096 Neben den lokal ausgerichteten Formaten haben sich mit dem Internet und den günstigen
2097 Produktions- und Distributionsmitteln diverse weitere Angebotsformen entwickelt, die sich
2098 von traditionellen Medien unterscheiden. So gibt es eine Vielzahl von Themenblogs, Podcasts
2099 oder Videocasts, die innerhalb und jenseits etablierter Medienstrukturen in ihren
2100 Themenbereichen Reichweiten haben, die zwar in ihrer Rezeption nicht zwingend lokal
2101 begrenzt sind, aber durch ihre Themenkonzentration eine Besonderheit darstellen. Bei Blogs
2102 sind dabei vor allem die Themen Medien, (Netz-)Politik und Popkultur reichweitenstark. Es
2103 gibt jedoch im sogenannten Long Tail unzählige Spezialisten- und Nischenangebote zu allen
2104 möglichen Themen.

2105
2106 Einer der ersten namhaften Podcasts aus Deutschland war 2005 „Schlaflos in München“ der
2107 Journalistin *Larissa Vassilian*, der regelmäßig 10.000 Hörerinnen und Hörer erreicht.¹⁹³ Einer
2108 der bekanntesten deutschen Podcaster ist *Tim Pritlove*, der Podcasts in Eigenregie und als
2109 Auftragsarbeiten produziert. Die Podcasts in Eigenregie werden dabei vorrangig durch
2110 Hörerspenden finanziert. *Pritlove* hat Anfang Mai 2012 offen gelegt, dass er bis zu 2500 Euro
2111 im Monat allein über den Microspendendienst flattr einnimmt und auf diese Weise innerhalb
2112 von zwei Jahren insgesamt von über 5900 und regelmäßig von rund 1700 Hörerinnen und
2113 Hörern unterstützt wird.¹⁹⁴ Das ist beachtlich, stellt allerdings eher eine Ausnahme als die
2114 Regel dar.

2115
2116 Auch die *ARD/ZDF-Onlinestudie 2012* hebt die zunehmende Bedeutung von Audioinhalten
2117 hervor, insbesondere in der mobilen Nutzung. 12 Prozent der Nutzer haben im Jahr 2012
2118 Radioprogramme zeitversetzt angehört. Der Abruf von Audiopodcasts liegt stabil bei vier
2119 Prozent. Sowohl bei den abonnierten Podcasts als auch bei den auf den Internetseiten der
2120 Rundfunksender seien zudem „die anspruchsvolleren Inhalte aus Politik, Gesellschaft und
2121 Kultur häufig vertreten. Es scheint, dass mit diesen Angeboten überproportional
2122 wortorientierte Hörer angesprochen werden, die die Inhalte außerhalb des üblichen Live-
2123 Programmschemas an- oder auch nachhören möchten“.¹⁹⁵

2124
2125 Videocasts sind insbesondere im Bereich Comedy und Entertainment äußerst erfolgreich. Hier
2126 gibt es mehrere kommerziell erfolgreiche Formate mit mehreren 100.000 Zuschauerinnen und
2127 Zuschauern pro Video und bis zu 850.000 Abonnenten. Dieses Phänomen hat bisher erst
2128 vereinzelt Aufmerksamkeit in den professionellen Nachrichtenmedien gefunden,
2129 beispielsweise aufgrund der Finanzierung der angesprochenen Formate über Beteiligung an

¹⁹³ Vgl.: http://de.wikipedia.org/wiki/Larissa_Vassilian

¹⁹⁴ Vgl.: <http://tim.geekheim.de/2012/05/01/zwei-jahre-flattr>

¹⁹⁵ Vgl.: Eimeren, Birgit van / Frees, Beate: 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: *Media Perspektiven* 7-8 (2012), S. 362-379, hier S. 374-375.

2130 den Werbeeinnahmen der Videoplattform Youtube oder aufgrund des überraschend hohen
2131 Mobilisierungspotenzials der Abonentinnen und Abonnenten dieser Angebote bei den Anti-
2132 ACTA-Protesten Anfang 2012.¹⁹⁶

2133

2134 In der Breite der Bevölkerung sind Videopodcasts allerdings noch nicht sonderlich verbreitet,
2135 wie die Zahlen der *ARD/ZDF-Onlinestudie 2012* zeigen. Nur zwei Prozent aller Onliner rufen
2136 demnach mindestens einmal pro Woche Videopodcasts ab, wohingegen die Videonutzung
2137 insgesamt bei 37 Prozent liegt. Im Bereich der Nutzer von Hybrid-TV und/oder Tablets liegen
2138 die Zahlen etwas höher: Fünf Prozent nutzen mindestens einmal wöchentlich Videopodcasts,
2139 während die Videonutzung insgesamt bei 45 Prozent liegt.¹⁹⁷

2140

2141 Die Zahlen zeigen aber auch ein Problem auf: Es liegen kaum valide Daten dazu vor, welche
2142 Internetmedien von welchen Benutzergruppen in welchem Umfang genutzt werden. Aus
2143 technischer Sicht mag es sinnvoll sein, zwischen On-Demand-Downloads, Streams und
2144 Podcasts zu unterscheiden. Aufgrund zunehmender Medienkonvergenz spielt diese
2145 Unterscheidung allerdings kaum eine Rolle im Hinblick auf die wahrgenommenen Inhalte.
2146 Dieselben Audio- und Videoinhalte stehen oftmals in vielen unterschiedlichen
2147 Angebotsformen zur Verfügung. Was als Stream live verfolgt werden kann, kann oft auch
2148 zum Nachhören heruntergeladen oder als Podcast abonniert werden. Auch die Unterscheidung
2149 zwischen Videoportalen im Internet und Live-Fernsehen im Internet wirkt zunehmend
2150 künstlich.

2151

2152 Um die Bedeutung neuer Medien im Onlinebereich realistisch einschätzen zu können,
2153 bräuchte es verlässliche Daten, die weniger nach technischer Nutzungsart differenzieren, als
2154 vielmehr, der Konvergenz Rechnung tragend, nach der Art der jeweiligen Angebote. Ein
2155 erster Schritt könnte hierbei eine Unterscheidung zwischen Erst- und Zweitverwertungen sein:
2156 Inhalte, die originär für das Netz produziert werden, müssten von solchen unterschieden
2157 werden, die von öffentlich-rechtlichen oder privaten Anbietern lediglich als Kopie im Netz
2158 verfügbar gemacht werden. Sodann würde sich eine – zugegebenermaßen schwierige –
2159 Unterscheidung zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Medienangeboten im Netz
2160 anbieten, vielleicht auch zwischen regional und überregional ausgerichteten.

2161

2162 Dass die Mediennutzung insbesondere jüngerer Menschen sich zunehmend ins Netz verlagert,
2163 ist nicht zuletzt am steigenden Altersdurchschnitt der Fernsehzuschauer abzulesen. Umso
2164 mehr fällt auf, dass es zwar viele Studien zur Internetnutzung gibt, jedoch nur wenige und
2165 unzureichende Daten zur Resonanz der konkreten journalistischen Angebotslandschaft im
2166 Netz. Die IVW-Zahlen¹⁹⁸ zu den monatlichen Klickraten publizistischer Angebote erfassen
2167 viele originär netzjournalistische Angebote erst gar nicht, zumal für eine Aufnahme in das
2168 Verzeichnis strenge Regeln gelten. Und während die Angaben für einzelne Medien

¹⁹⁶ Vgl. zum Beispiel: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/deutsche-web-stars-wie-man-mit-youtube-klamauk-geld-verdient-a-781475.html> und <https://netzpolitik.org/2012/youtube-stars-gegen-acta>

¹⁹⁷ Vgl.: Birgit van Eimeren, Beate Frees: 76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: *Media Perspektiven* 7-8 (2012), S. 362-379, hier S. 374.

¹⁹⁸ Vgl.: <http://www.ivw.eu>

2169 verhältnismäßig ausdifferenziert sind – so lassen sich beispielsweise redaktionelle Inhalte von
2170 User Generated Content unterscheiden – fehlt es an einer systematischen
2171 Überblicksauswertung dieser Zahlen.

2172

2173 Die zunehmende Medienkonvergenz zeigt sich auch in der Beziehung zwischen Dominanz-
2174 und Leitmedien. Als Dominanzmedien werden dabei diejenigen Medien definiert, die die
2175 jeweils aktuelle Richtung des Medienwandels bestimmen und besonders in der Lage sind,
2176 Debatten zu neuen Themen anzustoßen, die dann breit geführt werden. Leitmedien hingegen
2177 sind führend in der Schaffung von breiter Öffentlichkeit.¹⁹⁹ In diesem Sinne bleibt das
2178 Fernsehen in Deutschland klares Leitmedium, Medienangebote im Netz aber fungieren als
2179 Dominanzmedien. Dies wird zum Beispiel an der TV-Liveberichterstattung zur Wahl des US-
2180 amerikanischen Präsidenten am 6. November 2012 deutlich, in der alle relevanten TV-Sender
2181 mit sogenannten Internetexperten, mit Liveblogging und so weiter großen Aufwand betrieben,
2182 um darüber zu berichten, was parallel in den Online-Medien zur Präsidentschaftswahl
2183 veröffentlicht wurde. Hierbei handelt es sich insbesondere bei der Live-Berichterstattung
2184 meist um Äußerungen einzelner Individuen in sozialen Netzwerken wie Twitter, die
2185 zusammengenommen wiederum einen gewissen Nachrichtenwert haben oder ein
2186 Meinungsbild ergeben sollen.

2187

2188 Die klassischen Medien – Fernsehen, Rundfunk und Print – haben weiterhin ungleich größere
2189 Nutzungszahlen als die weit ausdifferenzierten Online-Medien, greifen aber im Erstellen
2190 insbesondere ihrer Nachrichten- und Live-Inhalte stark auf Internet-Veröffentlichungen
2191 zurück. Hierbei zeigt sich auch, dass neben der letztlich geographisch bestimmten
2192 Unterscheidung in lokale, regionale, überregionale Medien durch das Internet verstärkt die
2193 publizistischen Tätigkeiten einzelner Individuen oder spezifischer Interessensgruppen mediale
2194 Bedeutung und diskursiven Einfluss erlangen.

2195 **1.6 Folgen der Digitalisierung für den Journalismus**

2196 Durch die Digitalisierung können mehr Informationen als je zuvor zeitgleich abgerufen
2197 werden. Journalisten sind gleichermaßen Nutzer dieser Information wie deren Produzenten
2198 (was Konsequenzen insbesondere für das Urheberrecht hat; dazu siehe weiter unten im Text).
2199 Aufgrund der mannigfaltigen Produktion von Informationsangeboten und dem immer höheren
2200 Zeitdruck wird immer häufiger die Befürchtung laut, vertiefte journalistische Recherche
2201 werde zunehmend vernachlässigt und die Produktion hochwertiger sowie differenzierter
2202 Information sei gefährdet. „Es stimmt, dass die Anzahl und Vielfalt der publizierenden
2203 Plattformen im Zeitalter des Internets geradezu explodieren – und das ist eine gute Sache.
2204 Allerdings beschäftigen sich nur wenige davon mit der eigentlichen Berichterstattung.
2205 Dementsprechend stehen wir vor einer Situation, in der Meinungsquellen wuchern, während
2206 die Faktenquellen, auf denen diese Meinungen beruhen, schwinden.“²⁰⁰

¹⁹⁹ Vgl.: Schanze, H.: Die Macht des Fernsehens. Leit- und/oder Dominanzmedium? In: Müller et al.: ... Bd. 2, 2009, S. 53ff.

²⁰⁰ Zit. nach: Steiger, Paul: Fakt, Fiktion, Charity. Online abrufbar unter: <http://www.vocer.org/de/artikel/do/deail/id/165/fakt-fiktion-charity.html> und vgl.: Schwickert/Novy: Journalismus in der digitalen Moderne. In: Fachjournalist Nr. 1/2012.

2207 **1.6.1 Herausforderungen der Refinanzierung journalistischer Inhalte**

2208 Ob diese These einer Gefährdung der Vielzahl von Faktenquellen nun geteilt wird oder nicht
2209 – sicher ist, dass durch den digitalen Strukturwandel jahrzehntealte und erfolgreiche
2210 Geschäftsmodelle der Presse in Frage gestellt sind und in den vergangenen Jahren den
2211 digitalen Gegebenheiten angeglichen oder aufgegeben werden mussten. Denn der
2212 Auflagenverlust der Tagespresse ist enorm und anhaltend.²⁰¹ Seit Anfang der 1990er Jahre
2213 geht die Verkaufsauflage kontinuierlich zurück. In der Langzeitentwicklung von 1995 bis
2214 2010 haben die Kaufzeitungen gut ein Drittel (33,6 Prozent) ihrer Auflage eingebüßt, die
2215 Abonnementzeitungen ein Fünftel (20,1 Prozent).

2216
2217 Einsparungen bei den Redaktionskosten sind in den letzten Jahren aber auch durch
2218 titelübergreifende Reorganisationen realisiert worden: Redaktionen wurden titelübergreifend
2219 in Redaktionsgemeinschaften zusammengelegt, verschiedene verlagseigene Titel werden mit
2220 dem gleichen Content ausgestattet (zum Beispiel: Frankfurter Rundschau und Berliner
2221 Zeitung). Dadurch kann bereits jetzt ein Verlust an Vielfalt festgestellt werden. *Helmut*
2222 *Heinen*, Miteigner der in eine der Reorganisationen einbezogenen Berliner Zeitung gibt zu:
2223 „Bei der überregionalen Berichterstattung führen die Pläne zu einem Verlust.“²⁰² Gleichzeitig
2224 haben einige Verlage festgestellt, dass die selbst recherchierte Exklusivinformation oder
2225 Geschichte das einzige ist, was die Marke stärkt, und deshalb exklusive Rechercheteams
2226 gebildet (so beispielsweise der Axel Springer Verlag im Herbst 2010).

2227 **1.6.2 Veränderungen der Arbeitsrealitäten**

2228 Dies Herausforderungen zur Refinanzierung journalistischer Inhalte hat auch innerhalb der
2229 Redaktionen zu starken Veränderungen geführt. Personal wurde abgebaut oder outgesourct,
2230 die Redaktionen wurden gänzlich neu strukturiert oder innerhalb eines Blattes
2231 zusammengelegt.²⁰³ Eine wachsende Zahl von Zeitungsverlagen verringert die
2232 Redaktionskosten über Absenkungen von Lohnkosten. Dabei bedient man sich der Leiharbeit,
2233 der Aufgabe von tarifvertraglichen Bindungen und anschließend untertariflicher Entlohnung
2234 sowie zunehmenden Einsatzes von kostengünstigen Freien Journalisten.²⁰⁴ Als Hauptgrund
2235 für den Abbau redaktioneller Ressourcen wird die Entwicklung des Werbemarktes angegeben.
2236 Von 1998 auf 2008 ging der Umsatz hier um 1,7 Milliarden Euro oder 27,9 Prozent zurück.²⁰⁵

2237
2238 Die Digitalisierung und die daraus resultierende Notwendigkeit der schnellen
2239 Informationsproduktion hat zudem die Arbeitsweise in den Redaktionen verändert.
2240 „Ressortstrukturen lösen sich auf, digitale Kommunikations- und Produktionsprozesse
2241 beschleunigen und verändern die alltägliche journalistische Arbeit. Traditionelle
2242 Redaktionsstrukturen entwickeln sich mehr und mehr zu flexiblen Strukturen – mit News-

²⁰¹ Vgl.: Röper, Media Perspektiven 5/2010, S. 218-234.

²⁰² Zit. nach: Heinen, Helmut: Mantel des Schreibens. In: Süddeutsche Zeitung vom 3. September 2009.

²⁰³ Anmerkung: Beispielsweise listet verdi.i unter: <http://druck.verdi.de/zeitungsverlage> Stellenstreichungen und das Zusammenlegen beziehungsweise Schrumpfen von Redaktionen chronologisch auf.

²⁰⁴ Vgl.: Röper: a.a.O.

²⁰⁵ Vgl.: ebd.

2243 Desks und veränderbaren Produktionseinheiten. Viele Redaktionen arbeiten ohne feste
2244 Ressortstrukturen, die crossmediale Zusammenarbeit hat zugenommen.²⁰⁶

2245
2246 In den vergangenen fünf Jahren ist der Anteil des – eigens für Onlinepublikationen
2247 produzierten – Online-Contents auf über 50 Prozent gestiegen. In den Newsrooms hält der
2248 Umgang mit Social Media Einzug. Journalisten nutzen mehr und mehr Blogs und Twitter als
2249 Quellen für neue Geschichten, aber auch um ihre Geschichten zu verifizieren oder eigenen
2250 Content zu verbreiten. Die Zunahme der Kanäle, über die journalistische Inhalte publiziert
2251 werden, hat den Druck auf die Journalisten erhöht, mehr Content zu produzieren und auch
2252 insgesamt mehr zu arbeiten. Heutige Redakteure sind beschäftigter als je zuvor, arbeiten real-
2253 time und operieren über mehrere Plattformen.²⁰⁷ „Die publizistische Bedeutung des Web 2.0
2254 als Distributions- und Kommunikationskanal wird in Zukunft weiter wachsen. Neben dem
2255 generellen Relevanzzuwachs journalistischer Nachrichtenangebote im Netz werden vor allem
2256 Blogging-Dienste und soziale Netzwerke für den Journalismus in jeder Hinsicht wichtiger –
2257 ob als Marketingtool, Publikations- und Rechercheplattform, zur Kontakt- und Imagepflege
2258 oder im Hinblick auf Kollaborationsmodelle mit den Nutzern“.²⁰⁸

2259
2260 Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden einer Umfrage unter Politikjournalisten machen
2261 News-Desks für die Zunahme des Arbeitsdrucks verantwortlich. Viele bestätigen, der
2262 Arbeitsdruck habe insgesamt in den vergangenen Jahren massiv zugenommen, die
2263 Personalsituation sei schlechter geworden und die Recherchezeit habe sich verkürzt – vor
2264 allem bei Nachrichtenagenturen und Tageszeitungen.²⁰⁹ Dass der wirtschaftliche Druck
2265 Kreativität und Motivation gefährdet, bestätigen auch andere Umfragen.²¹⁰ Gleichzeitig
2266 scheint es, als ob die Branche in Deutschland den Wandel noch lange nicht endgültig
2267 vollzogen habe.

2268 **1.6.3 Exkurs: Reaktionen auf die Veränderungen des Journalismus in anderen**

2269 **Ländern**

2270 Anders als in vielen Redaktionen Deutschlands verfolgt die Chefredaktion der New York Times
2271 das Ziel, Texte und Bilder vor allem nicht mehr auf einen großen Redaktionsschluss hin
2272 ausgerichtet entstehen zu lassen. Dafür müssten „alle Jobs einer Produktion (...) vollkommen
2273 gleichberechtigt, ohne gegenseitige Vorurteile und auf Augenhöhe zusammenarbeiten, um
2274 einen möglichst vielseitigen Journalismus für alle technischen Geräte und in allen Genres, für
2275 jedes Bedürfnis und jede Präferenz der Nutzer zu schaffen.“²¹¹

²⁰⁶ Vgl.: Lünenborg, Margreth / Berghofer, Simon: Politikjournalismus im Wandel. Merkmale, Einstellungen & Perspektiven deutscher Politikjournalisten angesichts aktueller Entwicklungen im Berufsfeld. In: Fachjournalist. Jg. 10, Nr. 3, S. 17-25.

²⁰⁷ Vgl.: Oriella PR Network, Digital Journalism Studies: State of Journalism in 2011.

²⁰⁸ Vgl.: Kramp, Leif / Weichert, Stephan: Journalismus, Ökonomische, medienpolitische und handwerkliche Faktoren im Wandel. FES 2012, Online abrufbar unter: <http://library.fes.de/pdf-files/akademie/08984.pdf>

²⁰⁹ Vgl.: Lünenborg, Margreth / Berghofer, Simon: a.a.O.

²¹⁰ Vgl.: Novy, Leonard / Schickert, Dominic: Journalismus in der digitalen Moderne. Ergebnisse aus dem Projekt *Zukunft des Journalismus* der Stiftung Neue Verantwortung. In: Fachjournalist Nr. 1/2012.

²¹¹ Vgl.: Littger, Peter: Ein Kreativschub für die Redaktionen. Online abrufbar unter: <http://www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/150/ein-kreativschub-fuer-die-redaktionen.html>

2276 In sogenannten creative rooms würden sich multiple Teams versammeln, die multiple
2277 Deadlines einhalten und multiple Team-Leitungen bilden: Je nach Aufgabe übernehme die
2278 Führung ein Programmierer, ein Reporter, ein Manager oder ein Gestalter.²¹² Diese creative
2279 rooms versammeln Autoren, Texter und Geschichtenentwickler, TV-, Rundfunk- und
2280 Bildjournalisten, Gestalter, Illustratoren und Manager.

2281
2282 Laut *Jill Ellen Abramson*, Chefredakteurin der New York Times, gehen in solchen
2283 Redaktionen auch Bezahlstrategien auf. Voraussetzung sei, dass die Redaktion die "beste
2284 Präsentationsform" finde und einen "organischen Journalismus" gestalte, der – so das Beispiel
2285 – "Videos in lange Nachrichtengeschichten einbettet, anstatt sie zu entkoppeln und
2286 unvermittelt beizusteuern."²¹³

2287
2288 Es wird resümiert: Eine Arbeitsteilung in Rechercheure und Reporter, Autoren und Headline-
2289 Texter, Korrespondenten und Planer hat sich zwar langsam (auch in Deutschland, Anm. d
2290 Red.) durchgesetzt. Zahlreiche neue Jobs und Fachbereiche aber, die in einem creative room
2291 notwendig sind, fehlen oftmals noch. Im englischsprachigen Raum tragen sie Titel wie
2292 „Social Media Editor“, „Narrative Editor“, „Community Editor“, „Macroeditor“, „SEO
2293 Editor“ und ähnliches.²¹⁴

2294
2295 In zunehmendem Maße wird daher in Ausbildungen investiert, die beispielsweise speziell auf
2296 Datenjournalismus zugeschnitten sind: Derzeit erhalten Datenjournalisten an der Columbia
2297 Journalism School erstmals eine Hochschulausbildung. 2014 werden die ersten 15
2298 Absolventen mit einem doppelten Abschluss als Journalisten und Software-Ingenieure die
2299 Universität verlassen.²¹⁵

2300 **1.6.4 Herausforderungen für den Journalismus in Deutschland**

2301 Nicht nur an die Struktur der Redaktionen und an die Kompetenzen der Journalisten werden
2302 neue Anforderungen gestellt. Auch den deutschen Medienhäusern wird nahegelegt, mutiger
2303 und experimentierfreudiger zu handeln. Ihnen fehle eine „institutionalisierte ‚Beta-Kultur‘
2304 und – damit zusammenhängend – die Bereitschaft, in den Dialog zu treten und auch
2305 Misserfolge in Kauf zu nehmen“.²¹⁶

2306
2307 Das Teilhabeverständnis hiesiger Verlage, Sender und Journalisten erschöpfe sich „meist in
2308 bloßen Kommentarfunktionen oder im Verweis auf die sozialen Netzwerke.“ Leserbeiräte,
2309 Webcasts von Redaktionskonferenzen, Ombudsleute als Beschwerdeinstanz oder gar
2310 Redaktionsforen, bei denen die Mediennutzer über grundlegende redaktionelle
2311 Entscheidungen (mit-)diskutieren können, seien kaum zu finden. „Die Medienkrise hat den
2312 Urtrieb der Branche zum Überleben geweckt und damit auch Experimentiergeist

²¹² Vgl.: ebd.

²¹³ Vgl.: ebd.

²¹⁴ Vgl.: ebd.

²¹⁵ Vgl.: Langer, Ulrike / Streit, Alexander von / Weichert, Stephan: In den Laboren des Journalismus. Online
abrufbar unter: <http://www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/169/in-den-laboren-des-journalismus.html>

²¹⁶ Zit. nach: Novy, Leonard / Schickert, Dominic: a.a.O., S. ?

2313 hervorgebracht. Der aktuelle Strukturwandel hin zur digitalen Öffentlichkeit (digital shift)
2314 fordert den professionellen Journalismus geradezu heraus, sich innovativen
2315 Darstellungsformen und interaktiven Vermittlungskonzepten zuzuwenden“, so *Kramp /*
2316 *Weichert* in ihrer aktuellen Untersuchung.²¹⁷ Dies müsse auch erhebliche Auswirkungen auf
2317 Bereiche wie Redaktionsmanagement und Geschäftsmodelle haben, allerdings fehle es bei
2318 vielen Zeitungsverlagen und Rundfunkanbietern zurzeit noch an Investitionsbereitschaft. „Das
2319 Internet hat einen Paradigmenwechsel in Gang gesetzt, der mehr erfordert als ein bisschen
2320 innenarchitektonische und personelle Kosmetik wie die Einführung von integrierten
2321 Newsrooms oder die Anstellung von Social-Media-Redakteuren; technologische und
2322 ökonomische Innovationen verlangen gerade im Journalismus nach einem grundlegend neuen
2323 Mindset, einem vorurteilsfreien Denken out of the box.“²¹⁸

2324 **1.6.5 Entwicklung des Verdienstes und der sozialen Lage der Journalisten während** 2325 **der Digitalisierung**

2326 Auch in der Folge der Digitalisierung sind die Printauflagen der Zeitungen und Zeitschriften
2327 eingebrochen, die Werbeeinnahmen gesunken.²¹⁹ Zwar sind in einigen Verlagen die Umsätze
2328 und Gewinne insgesamt stabil oder inzwischen sogar gestiegen.²²⁰ Der durchschnittliche
2329 Verdienst von Freien Journalisten aber ist flächendeckend anhaltend gering. 2008 lag der
2330 Durchschnittsverdienst eines Freien Journalisten bei 2147 Euro brutto/Monat – nach Abzug
2331 der Betriebsausgaben und 15jähriger freiberuflicher Tätigkeit. Fast 40 Prozent der Freien
2332 Journalisten verdienen monatlich unter 1000 Euro, so eine Studie des Deutschen
2333 Journalistenverbands DJV.^{221/222}

2334
2335 *Matthias Spielkamp* stellt in der Studie *Arbeit 2.0* fest, dass die Honorare der Freien
2336 Journalisten in „den vergangenen 20 Jahren nicht nur nicht gestiegen [sind], sondern sogar in
2337 vielen Fällen gefallen. Zahlte etwa die Badische Zeitung im Jahr 1988 pro Zeile zwischen 30
2338 Cent (60 Pfennig) und 75 Cent (1,47 DM), so waren es im Jahr 2006 zwischen 25 und 66

²¹⁷ Zit nach: *Kramp / Weichert*: In den Laboren des Journalismus. Online abrufbar unter:
<http://www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/169/in-den-laboren-des-journalismus.htm>

²¹⁸ Zit. nach: ebd.

²¹⁹ Vgl.: Röper: a.a.O.

²²⁰ Anmerkung: So gab zum Beispiel der Axel Springer Verlag für das dritte Quartal 2011 einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro und einen Gewinn von 446 Millionen Euro an - ein Plus von 16 Prozent gegenüber 2010. Als Grund für das Plus bei Umsatz und Gewinn nannte Springer das Internetgeschäft. (Quelle: <http://www.manager-magazin.de/finanzen/boerse/0,2828,796232,00.html>)

²²¹ Vgl.: Deutscher Journalisten-Verband: Arbeitsbedingungen freier Journalisten. Bericht zu einer Umfrage unter freien Journalisten. In: *Freien Infos*. Deutscher Journalisten-Verband 02/2009.

²²² Anmerkung: Es gibt keine neueren Daten. Allerdings zeigt der Vergleich der Umfrage von 2008 des DJV zur Umfrage 1998, dass sich die Einkommenssituation der Journalisten nicht verbessert hat. Das spricht dafür, dass bis heute die Arbeitsbedingungen und auch das Einkommen nicht besser geworden sind, da die Verlage in diesem Zeitraum mit Einbußen sowohl beim Werbebudget als auch bei den Abonnementenzahlen umgehen müssen. Für die Zukunft rechnen zumindest die Zeitschriftenverlage mit einem weiterem Rückgang im Printbereich: „Die Einnahmen von 4 Milliarden Euro, werden auf etwa 3,6 bis 3,8 Milliarden Euro im Jahr 2015 sinken. (...) Diese Prognose legte der Zeitschriftenverlegerverband VDZ mit einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey auf seinem Jahreskongress vor“. (Frankfurter Allgemeine Zeitung: Zeitschriftenverlage rechnen mit Rückgang am 8. November 2012)

2339 Cent“.²²³

2340

2341 *Sascha Lobo* gab im Oktober 2012 in einem Artikel für Spiegel Online mit dem Titel *Zyklus*
2342 *der Zerstörung* an, dass „Freien Journalisten (...) ernsthaft ein Zeilengeld von 20 Cent
2343 angeboten (wird), was umgerechnet bedeutet, dass die jeden Monat ein etwa 200seitiges Buch
2344 schreiben müssten, um 2000 Euro brutto zu verdienen“.²²⁴ *Lobo* konstatiert in dem Beitrag
2345 nicht nur einen Niedergang der papiernen Zeitungskultur, sondern sieht den schriftlichen
2346 Journalismus insgesamt in Gefahr, da noch kein flächig funktionierendes Mittel zu seiner
2347 Refinanzierung im Netz gefunden ist.²²⁵

2348

2349 Die Freien Journalisten verdienen zumindest bei den Tageszeitungen deutlich weniger als
2350 festangestellte Journalisten. (Im Radio und Fernsehen können freiberufliche Journalisten und
2351 Moderatoren aber durchaus auch besser verdienen als festangestellte Mitarbeiter). Bei der
2352 Künstlersozialversicherung haben Freie Journalisten ein durchschnittliches Jahreseinkommen
2353 von 16.983 Euro angegeben. Das sind monatlich 1.415,25 Euro netto, ausschließlich für
2354 journalistische Tätigkeit im Bereich Wort.²²⁶

2355

2356 Die Zahl derjenigen, die eine Weiterbildung – gefördert durch den sogenannten
2357 Bildungsgutschein – beginnen konnte, ging 2011 gegenüber 2010 stark zurück. Bereits 2010
2358 wurden 25 Prozent weniger Personen durch eine berufliche Weiterbildung neu gefördert als
2359 2009, 2011 waren es noch einmal 45 Prozent weniger. Festangestellten Journalisten geht es
2360 deutlich besser: Mit Tarifvertrag erhalten sie zwischen 1.607 Euro brutto monatlich im ersten
2361 Ausbildungsjahr als Volontäre und 4.467 brutto als Redakteure mit mindestens elfjähriger
2362 Berufserfahrung. Redakteure in besonderer Stellung erhalten nach dem Tarifvertrag bis zu
2363 5.636 Euro brutto bei den deutschen Tageszeitungen. Chefs vom Dienst, Stellvertretende
2364 Chefredakteure und Chefredakteure vereinbaren ihr Gehalt frei.²²⁷

2365

2366 Durch die angespannte Lage bei einigen Verlagen und Nachrichtenagenturen sind viele
2367 Arbeitsplätze bedroht: 40.000 gelten als gefährdet oder sind inzwischen gestrichen.²²⁸ Die
2368 Jahresstatistik der Arbeitsagenturen meldete für 2010 insgesamt 5.200 arbeitslose Redakteure
2369 und Journalisten. Das sind zehn Prozent mehr als im Jahr zuvor. Gleichzeitig gibt es mehr
2370 Menschen als je zuvor, die hauptberuflich vom Journalismus leben. 2010 waren es
2371 schätzungsweise 160.000 Festangestellte und Freiberufler gegenüber etwa 127.000 im Jahr
2372 2000.²²⁹

2373

2374 Die Freien Journalisten sind in der Regel über die Künstlersozialkasse versichert. In der Folge

²²³ Vgl.: „Arbeit 2.0 – Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt“. Abschlussbericht Berlin, S. 236.

²²⁴ Zit. nach: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/zyklus-der-zerstoerung-a-859005.html>

²²⁵ Vgl.: ebd.

²²⁶ Vgl.: <http://mmm.verdi.de/archiv/2011/11/journalismus/ein-leben-zwischen-extremen>

²²⁷ Vgl.: http://dju.verdi.de/tarif/tarifvertraege/data/TV_Zeitung_RedGehalt_2011_WEB.pdf

²²⁸ Anmerkung: Beispielsweise listet ver.di unter <http://druck.verdi.de/zeitungsverlage> Stellenstreichungen und das Zusammenlegen beziehungsweise Schrumpfen von Redaktionen chronologisch auf.

²²⁹ Vgl.: Statistik des Statistischen Bundesamts.

2375 des durch die journalistische Tätigkeit erzielten geringen Einkommens arbeiten viele
2376 Freiberufler zusätzlich als Text-Trainer oder als Dozenten an Journalistenschulen, Akademien
2377 beziehungsweise Hochschulen. Einige verdienen ihr Geld auch im Bereich Public Relations.
2378 Fallen hier Fördermittel für die Weiterbildung weg, wird auch bei ihnen das monatliche
2379 Einkommen noch prekärer.²³⁰ Arbeitslosengeld (ALG) I bekommen derzeit mehr als 3.200
2380 Journalistinnen und Journalisten. Arbeitslosengeld II erhalten rund 3.000 Menschen. In
2381 Ostdeutschland ist der Anteil der Arbeitslosengeld II-Empfänger unter den Journalisten
2382 deutlich höher.²³¹

2383
2384 Journalisten sind wegen Kurzzeitengagements, -beschäftigungen und unstetiger
2385 Beschäftigung im Falle von Arbeitslosigkeit nur unzureichend abgesichert. Ihre geleisteten
2386 Beitragszahlungen ermöglichen ihnen oftmals nicht den Bezug von Arbeitslosengeld. Sie
2387 zahlen zwar Beiträge in die Arbeitslosenversicherung ein, aber wenn ihr Vertrag ausläuft,
2388 erhalten sie kein Arbeitslosengeld, sondern sind auf Hartz IV-Leistungen angewiesen. Denn
2389 Anspruch auf Arbeitslosengeld hat nur, wer innerhalb von zwei Jahren mindestens zwölf
2390 Monate (Anwartschaftszeit) versicherungspflichtig gearbeitet hat. Flexibel Beschäftigte
2391 erreichen diese erforderliche Anwartschaftszeit häufig nicht. Freie Journalisten, die in
2392 arbeitnehmerähnlichen Positionen beschäftigt sind (beispielsweise Freie beim Rundfunk)
2393 führen also Arbeitslosenversicherungsbeiträge ab, kommen aber in vielen Fällen – zum
2394 Beispiel wenn sie Teilzeit arbeiten – nicht auf die erforderlichen 12 Monate Vollzeitarbeit in
2395 zwei Jahren. Somit haben sie trotz Beitragszahlung zur Arbeitslosenversicherung keinen
2396 Anspruch auf Arbeitslosengeld I. Im August 2009 wurde eine Sonderregelung in der
2397 Arbeitslosenversicherung eingeführt. Ziel ist, den sozialen Schutz bei Arbeitslosigkeit auch
2398 für Beschäftigte zu gewährleisten, deren Arbeitsverträge auf kurze Zeit befristet sind, die aber
2399 in die Arbeitslosenversicherung einzahlen. Nach der Neuregelung haben auch diejenigen
2400 Anspruch auf ALG I, die eine Anwartschaft von mindestens sechs Monaten erfüllt haben. Bei
2401 der Einführung der Sonderregelung wurde damit gerechnet, dass davon ca. 7500 Menschen
2402 jährlich profitieren. Im Jahr 2011 hatten jedoch lediglich 115 Kultur- und Medienschaffende
2403 nach dieser Sonderregelung Anspruch auf ALG I. Gegebenenfalls ist die Anwartschaft von
2404 sechs Monaten eine zu hohe Schwelle, um mehr Menschen von den Leistungen profitieren zu
2405 lassen. Es bleibt zu prüfen, ob sich diese Zahlen 2012 verändert haben.

2406 **1.6.6 Journalisten in der Künstlersozialkasse**

2407 Der folgende Abschnitt besteht aus Auszügen der Ausarbeitung des Wissenschaftlichen
2408 Dienstes des Deutschen Bundestages zum Thema „Journalisten in der Künstlersozialkasse“.²³²

2409 **1.6.6.1 Sozialversicherungspflicht für freiberuflich tätige Journalisten**

2410 Selbständige Künstler und Publizisten sind durch das Künstlersozialversicherungsgesetz

²³⁰ Vgl.: <http://mmm.verdi.de/archiv/2011/11/journalismus/ein-leben-zwischen-extremen>

²³¹ Vgl.: ebd.

²³² Vgl.: Wissenschaftlicher Dienst des Deutschen Bundestages: Journalisten in der Künstlersozialkasse. Sachstand. 6 - 3000-112/12. Erstellt von René Braun. August 2012. → im Folgenden Verweist auf die exakten Stellen!

2411 (KSVG) als Pflichtversicherte in den Schutz der gesetzlichen Kranken- und
2412 Rentenversicherung sowie der sozialen Pflegeversicherung einbezogen. Hierzu gehören auch
2413 freiberuflich tätige Journalisten, die sonst nur unzureichend für ihr Alter, den Eintritt einer
2414 Erwerbsminderung oder für den Krankheitsfall abgesichert wären. Vor Einführung der
2415 Künstlersozialversicherung zum 1. Januar 1983 war es ihnen in vielen Fällen nicht möglich,
2416 die für eine angemessene soziale Absicherung notwendigen finanziellen Mittel aufzubringen,
2417 insbesondere auch deshalb, weil die Beiträge von ihnen in voller Höhe allein zu tragen
2418 waren.²³³ Mit dem KSVG wurde dieser Situation Rechnung getragen und die
2419 Pflichtversicherung in der gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung auf alle
2420 selbständigen Künstler und Publizisten ausgedehnt und später auch in der sozialen
2421 Pflegeversicherung eingeführt. Das KSVG regelt die Voraussetzungen der
2422 Versicherungspflicht und die Finanzierung. Die Durchführung der Versicherung in den
2423 Bereichen Wort, bildende Kunst, Musik und darstellende Kunst obliegt der
2424 Künstlersozialkasse. Publizist im Sinne des KSVG ist, wer als Schriftsteller, Journalist oder in
2425 ähnlicher Weise publizistisch tätig ist oder Publizistik lehrt.²³⁴

2426 **1.6.6.2 Voraussetzungen für den Eintritt der Versicherungspflicht**

2427 Aufgrund des KSVG unterliegen selbstständige Journalisten als Publizisten der
2428 Versicherungspflicht in der gesetzlichen Kranken- und Rentenversicherung sowie in der
2429 sozialen Pflegeversicherung.²³⁵ Eine nähere Definition des Berufsbildes eines Journalisten
2430 enthält das Gesetz nicht. Die Berufsbezeichnung ist rechtlich nicht geschützt und darf auch
2431 ohne entsprechende Ausbildung geführt werden. Ein Journalist ist gemäß dem Deutschen
2432 Journalisten-Verband hauptberuflich an der Verbreitung und Veröffentlichung von
2433 Informationen, Meinungen und Unterhaltung durch Massenmedien beteiligt.²³⁶ Nach dem
2434 Künstlerkatalog der Künstlersozialkasse gehören zum Bereich Wort unter anderem die
2435 Berufsgruppen Journalist, Redakteur, Bildjournalist, Bildberichterstatler, Pressefotograf und
2436 Kritiker.

2437
2438 Für den Eintritt der Versicherungspflicht nach dem KSVG muss die journalistische Tätigkeit
2439 selbstständig, erwerbsmäßig und nicht nur vorübergehend ausgeübt werden. Im
2440 Zusammenhang mit der journalistischen Tätigkeit darf regelmäßig nicht mehr als ein
2441 versicherungspflichtiger Arbeitnehmer beschäftigt werden. Die Versicherungspflicht nach
2442 dem KSVG setzt weiter voraus, dass aus der künstlerischen oder publizistischen Tätigkeit
2443 nach Ablauf von drei Jahren grundsätzlich ein jährliches Mindesteinkommen von 3.900 Euro

²³³ Anmerkung: Den weiteren Ausführungen liegen die Publikation *Übersicht über das Sozialrecht* (Kapitel 14 „Soziale Sicherung der freien Berufe - Soziale Sicherung der selbständigen Künstler und Publizisten“), herausgegeben vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 9. Auflage, Nürnberg: 2012, S. 818-823 sowie die Informationen der Künstlersozialkasse unter: <http://kuenstlersozialkasse.de> (zuletzt abgerufen am 30. Juli 2012) zugrunde.

²³⁴ Vgl.: § 2 Satz 2 KSVG.

²³⁵ Vgl: § 1 KSVG in Verbindung mit § 5 Abs. 1 Nr. 4 des Fünften Buchs Sozialgesetzbuch (SGB V), § 2 Nr. 5 des Sechsten Buches.

²³⁶ Vgl.: Deutscher Journalisten-Verband: DJV Wissen 4. Berufsbild Journalistin/Journalist. Januar 2009. Online abrufbar unter: http://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Infos_PDFs/Flyer_Broschueren/Berufsbild_Journalistin_Journalist.pdf

2444 brutto erzielt wird. Dieser Betrag ist seit dem Jahr 2008 statisch und nicht mehr an die sonst in
2445 der Sozialversicherung geltende Geringfügigkeitsgrenze gebunden. In den ersten drei Jahren
2446 nach erstmaliger Aufnahme einer journalistischen Tätigkeit erfolgt auch dann eine
2447 Einbeziehung in die Künstlersozialversicherung, wenn ein Arbeitseinkommen unter 3.900
2448 Euro brutto erzielt wird. Nach Ablauf von drei Jahren führt ein Arbeitseinkommen unter
2449 3.900 Euro brutto zur Versicherungsfreiheit. Innerhalb von sechs Jahren kann die
2450 Geringfügigkeitsgrenze bis zu zweimal unterschritten werden, ohne dass der
2451 Versicherungsschutz verloren geht. In Kombination mit der Ausnahmeregelung für
2452 Berufsanfänger verlängert sich daher die Frist, in der ein Mindesteinkommen für die
2453 Aufrechterhaltung des Versicherungsschutzes nicht erforderlich ist, auf bis zu fünf Jahre.²³⁷
2454 (...) Er gibt auch Ausnahmen von der Versicherungspflicht, beispielsweise wenn das 55.
2455 Lebensjahr vollendet ist, ebenso sind Studierende von der Versicherungspflicht befreit. (...) ²³⁸
2456
2457 Die Entscheidung, ob jemand journalistisch tätig ist, wird von der Künstlersozialkasse
2458 getroffen. Zweifelsfragen werden von der Künstlersozialkasse, gegebenenfalls unter
2459 Mitwirkung der fachkundigen Mitglieder des Beirats, entschieden. Im Beirat sind 24
2460 sachverständige Personen aus den Kreisen der Versicherten und der Abgabepflichtigen
2461 vertreten.

2462 **1.6.6.3 Beitragseinzug durch die Künstlersozialversicherung**

2463 Die Mittel für die Künstlersozialversicherung werden zur einen Hälfte durch
2464 Beitragszahlungen der versicherten Künstler und Publizisten und zur anderen Hälfte durch die
2465 Künstlersozialabgabe und einen Zuschuss des Bundes aufgebracht. Die Versicherten zahlen
2466 also – wie Arbeitnehmer – nur etwa den halben Sozialversicherungsbeitrag; die andere Hälfte
2467 entspricht insoweit dem Arbeitgeberanteil. (...) Das Einkommen wird, wie in der sonstigen
2468 Sozialversicherung auch, nur bis zu einer bestimmten Grenze, der sogenannten
2469 Beitragsbemessungsgrenze, in die Beitragspflicht einbezogen. Die Grenze beträgt 2012 in der
2470 Kranken- und Pflegeversicherung jährlich bundeseinheitlich 50.850 Euro brutto und in der
2471 Rentenversicherung jährlich 67.200 Euro brutto in Westdeutschland, 57.600 Euro brutto in
2472 Ostdeutschland. Darüber hinausgehendes Einkommen aus künstlerischer oder publizistischer
2473 Tätigkeit ist beitragsfrei.

2474 **1.6.6.4 Anzahl der in der Künstlersozialversicherung versicherten Journalisten**

2475 Nach Mitteilung der Künstlersozialkasse waren im Jahr 2011 als Journalist oder Redakteur
2476 22.949 Personen aktiv in der Künstlersozialversicherung versichert. Hinzu kommen 3.502
2477 Versicherte, die als Bildjournalist oder Pressefotograf und 269 Versicherte, die als Kritiker
2478 der Versicherungspflicht nach dem KSVG unterliegen. Damit sind von den 47.397 dem
2479 Bereich Wort zuzuordnenden Versicherten insgesamt 56,4 Prozent journalistisch tätig. Etwa
2480 jeder vierte Versicherte der Künstlersozialkasse ist dem Bereich Wort zuzuordnen.

²³⁷ Vgl.

²³⁸ Vgl.

2481 **1.6.6.5 Kritik und Beschwerden über die Künstlersozialversicherung**

2482 (...) Im Internet werden neben der offiziellen Online-Präsenz der Künstlersozialkasse mehrere
2483 private Webseiten angeboten, die über die Durchführung der Künstlersozialversicherung
2484 informieren und sich kritisch mit der Künstlersozialversicherung auseinandersetzen.²³⁹ Dabei
2485 werden vor allem die Ablehnung von Mitgliedern durch Aberkennung des Künstlerstatus und
2486 die Eintreibung der Künstlersozialabgabe durch die verwertenden Unternehmen hinterfragt.
2487 Mit Urteil vom 21. Juli 2011 hat das Bundessozialgericht entschieden, dass ein Online-
2488 Journalist unter Berücksichtigung der Einnahmen aus dem Verkauf von Werbeflächen auf
2489 seiner Website versicherungspflichtig in der Künstlersozialversicherung ist.²⁴⁰ Die
2490 Künstlersozialkasse hatte dies zunächst verneint, da sie die Erlöse aus dem Verkauf von
2491 Werbeflächen nicht als Einnahme aus einer publizistischen Tätigkeit eingestuft hatte. Im
2492 Januar 2011 wurde im Vorfeld des Verfahrens vor dem Bundessozialgericht in einem
2493 kritischen Artikel der Wochenzeitung Die Zeit über die restriktive Bearbeitung der
2494 Aufnahmeanträge bei der Künstlersozialkasse berichtet und unter anderem der Fall einer
2495 jungen Journalistin, die als Freie Mitarbeiterin einer Hamburger Lokalzeitung tätig ist,
2496 geschildert.²⁴¹

2497
2498 Bei der Prüfung, ob die Ausübung einer journalistischen Tätigkeit zur Mitgliedschaft in der
2499 Künstlersozialkasse führt, kann es mitunter zu Abgrenzungsschwierigkeiten zwischen einer
2500 abhängigen Beschäftigung – die eine Versicherungspflicht nach dem KSVG ausschließt –
2501 und einer selbstständigen Tätigkeit kommen. Anhaltspunkte für eine Beschäftigung sind eine
2502 Tätigkeit nach Weisungen und eine Eingliederung in die Arbeitsorganisation des
2503 Weisungsgebers.²⁴² Gerade im Medienbereich ist die Beschäftigung von Freien Mitarbeitern
2504 üblich und eine klare Abgrenzung nicht immer möglich. Soweit die Kriterien einer
2505 Scheinselbstständigkeit vorliegen und damit eine abhängige Beschäftigung anzunehmen ist,
2506 steht die faktisch vorhandene Versicherungspflicht der Aufnahme in die
2507 Künstlersozialversicherung entgegen.

2508 **1.6.7 Neue Formen und Möglichkeiten der Finanzierung des Journalismus durch die** 2509 **Digitalisierung**

2510 Da sich insbesondere Freie nicht mehr über die traditionellen Medienhäuser finanzieren,
2511 entwickeln sie neue Modelle der Finanzierung und Selbstvermarktung. Eine Finanzierung rein
2512 über die Erstellung journalistischer Inhalte wird seltener, vielmehr ist es oft ein Mix aus
2513 journalistischem Content, Vorträgen, Beratungshonoraren, der Blogger und Journalisten über
2514 Wasser hält. Social Payments sind bis auf wenige Ausnahmen derzeit keine wirkliche
2515 Alternative zu bisherigen Erlösmodellen.²⁴³ Auf US-amerikanischen Plattformen wie
2516 Kickstarter und Indiegogo beispielsweise wurden journalistische Projekte gefördert und auch

²³⁹ Quelle?

²⁴⁰ Quelle?

²⁴¹ Quelle?

²⁴²

²⁴³ Vgl.: Wenzlaff, Karsten / Hoffmann, Anne: Freiwillig bezahlen? Online abrufbar unter:
<http://www.vocer.org/de/artikel/do/detail/id/203/freiwillig-bezahlen.html>

2517 Plattformen wie Spot.us und Emphas.is konzentrieren sich auf journalistische Förderung.
2518 Dies funktioniert zum Teil sehr gut.

2519
2520 In Deutschland lautet das Zauberwort für einen tragfähigen Journalismus der Zukunft
2521 „Mischfinanzierung“ – unabhängig davon, wo das Geld letztlich herkommt.²⁴⁴ Im deutschen
2522 Sprachraum gibt es mit www.vocer.de oder demnächst mit dem schweizerischen
2523 www.mediafundens.net auch Versuche, Medieninhalte fördern zu lassen. Soweit wie in den
2524 USA ist man hierzulande allerdings noch nicht. Dennoch scheinen verschiedene und kreative
2525 Formen der Finanzierung von Journalismus dringend notwendig: „In der Tat nimmt die
2526 investigative Berichterstattung ihren Platz neben Museen, Universitäten, Krankenhäusern und
2527 Ballettruppen ein: ein öffentliches Gut, das ohne wohltätige Förderung nicht ausreichen
2528 versorgt wird.“²⁴⁵

2529 **1.6.8 Das Urhebervertragsrecht für Journalisten**

2530 Das heute gültige Urhebervertragsrecht trat am 22. März 2002 in Kraft. Darin ist für
2531 Journalisten im §11 Satz 2 UrhG geregelt: Die Urheber sollen angemessen beteiligt werden.
2532 Das Prinzip der angemessenen Vergütung solle künftig Leitbildfunktion haben, vor allem
2533 auch im Rahmen der AGB-Kontrolle.

2534
2535 Als Kern der Reform wurde der Anspruch der Urheber auf eine angemessene Vergütung in
2536 die §§ 32, 32a UrhG aufgenommen. Geregelt ist insoweit ein gesetzlicher Anspruch auf
2537 angemessene Vergütung auch in den Fällen, in denen eine gegebenenfalls vertraglich
2538 vereinbarte Vergütung nicht angemessen ist. Angemessen ist in der Regel das, was zwischen
2539 Verwertern und Verbänden als gemeinsame Vergütungsregel ausgehandelt wird. Daneben hat
2540 der Urheber einen Anspruch auf weitere Beteiligung in den Fällen, in denen ein auffälliges
2541 Missverhältnis zwischen der vereinbarten Gegenleistung und den Erträgen aus der Nutzung
2542 des Werkes besteht. Insoweit handelt es sich um eine geänderte Weiterführung des
2543 ehemaligen sogenannten Bestseller-Paragrafen.

2544
2545 Schließlich wurde erstmals geregelt, dass neben Tarifverträgen auch sogenannte gemeinsame
2546 Vergütungsregeln von Urhebervereinigungen und einzelnen Verwertern oder
2547 Verwertervereinigungen zur Bestimmung der Angemessenheit von Vergütungen
2548 abgeschlossen werden können.

2549
2550 Die 2002 eingeführten Regelungen sollten einen Beitrag dazu leisten, die prinzipiell
2551 schwächere Position des Urhebers partiell auszugleichen. Allerdings muss konstatiert werden,
2552 dass sich die mit der Einführung urhebervertragsrechtlicher Schutznormen in das
2553 Urheberrechtsgesetz erhofften Wirkungen in der Praxis bislang nicht erfüllt haben.²⁴⁶ Der
2554 Gesetzgeber muss sich deshalb fragen, in welcher Weise der ursprünglichen Intention der

²⁴⁴ Vgl.: Kramp/Weichert: a.a.O.

²⁴⁵ Vgl.: Steiger, Paul: <http://www.vocer.de/artikel/do/detail/id/165/fakt-fiktion-charity.html>

²⁴⁶ Deutscher Bundestag: Stellungnahme des DJV zum öffentlichen Expertengespräch der PG KMÖ am ... , S. 23 und Pressemitteilung des Kulturrates vom ... online abrufbar unter: <http://www.kulturrat.de/detail.php?detail=2405&ruebrik=2>

2555 Reform doch noch zum Durchbruch verholfen werden kann. Ziel einer solchen Novelle muss
2556 es sein, die strukturelle Unterlegenheit der Urheber in Vertragsverhandlungen mit Verlagen
2557 und anderen Verwertern zu überwinden und ihren Anspruch auf angemessene Vergütung zu
2558 sichern.

2559
2560 Da die Urheber ihren Anspruch nur selbst geltend machen können, entsteht häufig eine
2561 Schieflage in Bezug auf die Durchsetzung: Individuelle Urheber sind organisatorisch und
2562 wirtschaftlich den Verwertern unterlegen. Eine Übertragung ihrer Rechte an einen Verband
2563 oder ähnliches ist aber nicht möglich.

2564
2565 Gemeinsame Vergütungsregeln erfüllen nicht die geplante Funktion: die Angemessenheit
2566 wurde nicht von Verbänden und Verwertern bestimmt (§ 32). Bisher wurden lediglich
2567 gemeinsame Vergütungsregeln für belletristische Autoren erreicht und für Journalistinnen und
2568 Journalisten an Tageszeitungen vereinbart. Bei Regisseuren und Kameraleuten beispielsweise
2569 sind gemeinsame Vergütungsregeln aber gescheitert.

2570
2571 Auch mit den Zeitschriftenverlagen ist es trotz der nunmehr neunjährigen Verhandlungsdauer
2572 bisher nicht gelungen, zu einem Ergebnis zu kommen. Die Gründe dafür sind unter anderem,
2573 dass die Vereinigungen von Werknutzern seitens ihrer Mitglieder nicht zum Abschluss
2574 gemeinsamer Vergütungsregeln ermächtigt werden. Es ist lediglich eine freiwillige
2575 Schlichtung vorgesehen, weil jede Seite dem Einigungsvorschlag der Schlichtungsstelle
2576 binnen drei Monaten nach Empfang des Vorschlags schriftlich widersprechen kann (§ 36 Abs.
2577 4 UrhG). Zudem hapert es an der Durchsetzung der gemeinsamen Vergütungsregeln. Einige
2578 Tageszeitungen halten sich bei den Freien Journalisten nicht an diese Regeln.²⁴⁷

2579
2580 In Folge der Digitalisierung wird es für Journalistinnen und Journalisten schwieriger, Texte
2581 ein zweites Mal zu verwerten, wenn sie einmal online erschienen sind. Durch das Internet
2582 sind Verbreitungsgebiete nicht mehr zu trennen und Artikel erscheinen deutschlandweit. Mit
2583 Blick auf das Zweitverwertungsrecht hat das große Auswirkungen auf Freie Journalisten.

2584
2585 Ebenso gibt es in Folge der Digitalisierung Streit zwischen Journalisten und Zeitungsverlagen
2586 um Total-Buy-Out-AGB, die den Verlagen einräumen, die Nutzungsrechte auch auf Dritte zu
2587 übertragen. Dieser Streit sollte durch die Novelle des Urhebervertragsrechts beendet werden,
2588 ist aber durch die beschriebenen Schwierigkeiten in der Umsetzung der angemessenen
2589 Vergütung und weiterhin bestehende AGB noch immer ein ungelöstes Problem. Es liegen
2590 allerdings Vorschläge zur Verbesserung der beschriebenen Situation vor, sowohl von Seiten
2591 der Journalistenverbände, als auch der Fraktion „Die Linke“ im Deutschen Bundestag.²⁴⁸

²⁴⁷ Vgl.: Arbeit 2.0 – Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt. Abschlussbericht Berlin 2012, S. 237f. und *Urheber im Mittelpunkt. Rechte der Urheber und ausübenden Künstler in der Informationsgesellschaft* des BKK-Bundesverbandes 2012, S. 27f. sowie Deutscher Bundestag: Dritter Zwischenbericht der Enquete-Kommission Internet und Digitale Gesellschaft / Urheberrecht. Bundestagsdrucksache 17/7899, S. 93ff.

²⁴⁸ Vgl. DJV-Stellungnahme vom 23. April 2012 zum Urheberrecht in der digitalen Gesellschaft; Langfassung Links zum Download: <http://www.djv.de/startseite/infos/themen-wissen/medienpolitik.html>, Seite 22ff. Verdi: Respekt für die geistige Leistung und künstlerische Arbeit, Rechte der Urheber und Künstler stärken,

2592 1.6.9 Professionelle und nicht-professionelle Angebote im Netz

2593 1.6.9.1 Angebote und Nutzung

2594 Betrachtet man die Nutzerseite, so erklärt sich der Erfolg von Internetangeboten der Presse,
2595 aber auch des Rundfunks – neben neuen Angeboten wie der Wikipedia – aus einer
2596 spezifischen Erwartung heraus, die Nutzer an journalistische Angebote haben.²⁴⁹ Ungeachtet
2597 der Bedeutung, die etwa soziale Medien für die Informationssuche zugeschrieben werden²⁵⁰,
2598 unterscheiden Internet-Nutzer durchaus zwischen der Identität und Qualität von Angeboten
2599 des professionellen Journalismus und solchen, die in einem anderen Kontext entstehen.²⁵¹
2600 Soziale Medien werden aus Nutzersicht eher wegen ihrer Interaktionsmöglichkeiten
2601 (Diskussionen, Beziehungspflege), weniger im Hinblick auf eine Funktion bei der Definition
2602 der gesellschaftlich wichtigen Themen geschätzt.²⁵²

2603 Diese Befunde aus Nutzerperspektive spiegeln sich in gewisser Weise, wenn man Formen der
2604 „laien-journalistischen“ Anbieter im Internet betrachtet. Untersuchungen von Anbietern und
2605 Angeboten legen nahe, dass es zwischen professionellem Journalismus und partizipativen
2606 sowie technischen Angeboten im Netz vor allem eine komplementäre Beziehung gibt,
2607 weniger ein Konkurrenzverhältnis.²⁵³ Kommunikation in professionellen Medien ist zudem
2608 häufig der Ausgangspunkt für Diskussionen im „Laien-Journalismus“. Ebenso werden
2609 Themen heute auch zuerst innerhalb „Laien-journalistischer Angebote diskutiert, die erst
2610 später in den professionellen Medien thematisiert wurden (beispielsweise die Debatte um das
2611 Vorhaben ACTA).

2612 Eine besondere Dimension des Verhältnisses von professionellem Journalismus und Laien im
2613 Internet ist die Einbeziehung Letzterer in die journalistische Produktion. Dies betrifft den
2614 Journalismus grundlegend, denn es geht um das Verhältnis zu dem Leistungsempfänger
2615 journalistischer Angebote, dem Publikum. Zwar gab es schon immer
2616 Interaktionsmöglichkeiten mit dem Publikum wie etwa Call in-Sendungen oder der klassische
2617 Leserbrief. Nun aber sind strukturell neue Formen der Beziehung möglich, etwa dass die
2618 „Crowd“ Daten oder Kommentare zu journalistischen Beitragsentwürfen liefert, über soziale
2619 Netzwerke im Rahmen von Recherchen befragt wird oder Daten im Hinblick auf eine von
2620 Journalisten vorgelegte Fragestellung analysiert.²⁵⁴ Das Internet hat daher das Potenzial, das
2621 Verhältnis von Journalisten zu ihrem Publikum grundlegend zu verändern.

<http://www.djv.de/index.php?eID=pmkfdl&sfiler=Jjln4a%2F8Qa2F4YzSSjeLjfx4SU0TuM5qvyAsGGf0Mw5d9g7VaGDf%2FIzPooR1bsHRCvaWuVc9llt4PDrfek2zhUfdkefp78ZJB9hYhFWODXMyijp14WeKRF85bxI9ChE4GirnbGACnhG%2Flv%2BPeZYRANlnBUCUBKz>. Seite 24 ff.; Freischreiber e.V.

<http://www.freischreiber.de/positionen>; Bundestagsdrucksache 17/11040 Gesetzentwurf: Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Stärkung der vertraglichen Stellung von Urhebern und ausübenden Künstlern

²⁴⁹ Vgl.: Neuberger: Media Perspektiven 2012, S. 52 f.

²⁵⁰ Vgl.: Hans-Bredow-Institut 2012 #

²⁵¹ Vgl.: Neuberger: Media Perspektiven 2012, S. 52.

²⁵² Vgl.: Neuberger: Media Perspektiven 2012, S. 53.

²⁵³ Vgl.: Neuberger: Media Perspektiven 2009, S. 187.

²⁵⁴ vgl. Loosen 2012, S. 156

2622 **1.6.9.2 Rechtliche Implikationen**

2623 Besondere rechtliche Regelungen – seien es Privilegien, seien es Bindungen – knüpft das
2624 Recht derzeit an bestimmte Funktionserwartungen von Angeboten. Insbesondere den
2625 traditionellen Massenmedien Presse und Rundfunk wird – auch verfassungsrechtlich – eine
2626 besondere Funktion für die individuelle und öffentliche Meinungsbildung zugeschrieben, die
2627 vom Gesetzgeber zu würdigen ist.

2628 An vielen Stellen ist deutlich geworden, dass die Funktionsleistung, um die es geht, nicht
2629 unbedingt mit traditionellen Formen von gedruckter Presse oder linearem Rundfunk
2630 einhergehen muss. Viele auch nicht professionelle Angebote im Netz tragen zu dieser
2631 Funktion für die Gesellschaft bei. Bundes- und Landesgesetze haben hier an vielen Stellen
2632 den Begriff „journalistisch-redaktionell“ als Grenzbegriff eingeführt, der etwa Blogs, die eine
2633 besondere meinungsbildende Funktion erfüllen, von anderen, etwa eher persönliches Erleben
2634 schildernden Online-Angeboten abgrenzen soll. So wird etwa in § 54 Abs. 2 RStV für
2635 Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten verlangt, dass diese
2636 anerkannten journalistischen Grundsätzen entsprechen. Anders herum haben Anbieter solcher
2637 Telemedien ein Auskunftsrecht gegenüber Behörden, das dem von traditionellen
2638 Rundfunkanbietern entspricht. Allerdings bezieht sich das datenschutzrechtliche
2639 Medienprivileg nach § 41 Abs. 1 BDSG allein auf Unternehmen und Hilfsunternehmen der
2640 Presse und nicht auf einzelne Blogs etc., was jedoch mit der Datenschutz-Richtlinie 95/46/EG
2641 unvereinbar ist, die in Art. 9 einen weiterreichenden Schutz verlangt („Verarbeitung
2642 personenbezogener Daten, die allein zu journalistischen ... Zwecken erfolgt“). Der
2643 Programmauftrag öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten für Telemedien ist auf solche mit
2644 „journalistisch-redaktionellem“ Inhalt oder journalistisch-redaktionell veranlassten
2645 Telemedien beschränkt.

2646 Auch bei der Frage, was als Rundfunk anzusehen ist, ob dies etwa jedes Zugänglichmachen
2647 einer Web-Cam im Netz sein kann oder nicht, wird gemäß § 2 Abs. 3 RStV davon abhängig
2648 gemacht, ob es sich um journalistisch-redaktionell gestaltete Inhalte handelt. Im Bereich des
2649 Datenschutzes knüpfen die sogenannten Medienprivilegien, also die Befreiung von
2650 bestimmten datenschutzrechtlichen Bindungen, die die Funktionserfüllung des Journalismus
2651 gefährden könnten, an journalistisch-redaktionelle Angebotsformen. Was genau als
2652 journalistisch-redaktionell angesehen werden kann, ist aber im Einzelfall durchaus umstritten.

2653 Festzuhalten ist jedenfalls, dass hier eine bislang wenig reflektierte Unterscheidung Eingang
2654 in die Gesetzgebung gefunden hat, die hohe Relevanz für die rechtliche Prägung
2655 unterschiedlicher Angebotstypen im Netz besitzt.²⁵⁵

2656

²⁵⁵ Vgl.: Hasebrink u.a.: Leitmedium Internet. TAB-Bericht 2010.

2657 **1.7 Perspektiven öffentlicher Förderung von Medieninhalten**

2658 Die verfassungsgerichtliche Rechtsprechung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk hat sich –
2659 wie in Kapitel 1.4.3 dargelegt – mit der technologischen Entwicklung bereits vor 30 Jahren
2660 normativ von dem dem Begriff „Rundfunk“ zugrundeliegenden Übertragungstechnologien
2661 gelöst. Damit einhergehend trat gleichzeitig der objektivrechtliche Funktionsbezug der
2662 Rundfunkfreiheit zur demokratischen Willensbildung gestärkt hervor.

2663
2664 Vor diesem Hintergrund ist zu fragen, wie sich die fortschreitende Digitalisierung und die
2665 daraus resultierenden technologischen Konvergenzentwicklungen auswirken werden. Dazu
2666 gehören zum Beispiel die Annäherung von ursprünglich voneinander unabhängigen
2667 Trägertechnologien für Presse, Rundfunk und Film auf Basis digitaler
2668 Kommunikationsprotokolle sowie das Zusammenfließen von Merkmalen bisher getrennter
2669 Mediengattungen in neuen Programmformaten. Entsprechend sind auch die veränderten
2670 Mediennutzungsgewohnheiten wie die deutlichen Unterschiede zwischen den Generationen
2671 hinsichtlich der Online- oder TV-Nutzung²⁵⁶ sowie der wirtschaftliche Wettbewerbsdruck und
2672 die Konkurrenz um Aufmerksamkeit zwischen den Anbietern und Medienformaten mit zu
2673 beachten.

2674
2675 Auf politisch-regulatorischer Seite wird beispielsweise darum gerungen, in welchem Umfang
2676 und unter welchen Bedingungen öffentlich-rechtliche Sendeanstalten Online-Content
2677 erstellen, anbieten und vorhalten dürfen. Erinnerung sei an den Streit um die Tagesschau-App
2678 oder die Sieben-Tage-Regelung für Inhalte aus den Online-Mediatheken der öffentlich-
2679 rechtlichen Sender. Dabei bleibt der Status quo der Rundfunkregulierung im Wesentlichen
2680 erhalten, wobei die dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Internet auferlegten Grenzen
2681 nicht zuletzt mit Blick auf die Interessen der privaten Rundfunk- und Online-Anbieter, der
2682 Verleger, der Beitragszahlenden und der sich im Internet engagierenden Bürgergesellschaft
2683 mal enger, mal weiter ausfallen können. Hierbei ist zu fragen, welche Auswirkung bestimmte
2684 Begrenzungen der Online-Auftritte öffentlich-rechtlicher Medien aufgrund des sich
2685 wandelnden Mediennutzungsverhaltens auf die Arbeitsfähigkeit dieser Medien hätte.²⁵⁷

2686
2687 Im Rahmen der Diskussion um den 2013 in Kraft tretenden Rundfunkbeitrag wurden
2688 vereinzelt Stimmen laut, die das öffentlich-rechtliche System deutlich verkleinern wollen oder
2689 grundsätzlich hinterfragen.²⁵⁸ Die für den Rundfunk ordnungspolitisch gesonderte

²⁵⁶ Anmerkung: So ist beispielsweise der Fernsehkonsum in der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen rückläufig, während der Hauptteil der Mediennutzung im Internet stattfindet. Gleichzeitig erreicht das ZDF mit seinen Online-Angeboten um zehn bis 15 Jahre jüngere Nutzerinnen und Nutzer als mit seinem klassischen TV-Angebot. (Vgl.: <http://www.tab-beim-bundestag.de/de/pdf/publikationen/berichte/TAB-Arbeitsbericht-ab149.pdf>, S. 45f.)

²⁵⁷ Anmerkung: So setzt beispielsweise Kai Biermann in Die Zeit das Verbot öffentlich-rechtlicher Apps mit der Abschaffung der Öffentlich-Rechtlichen gleich. (Vgl.: <http://blog.zeit.de/kulturkampf/2009/12/28/doepfner-gegen-informationsfreiheit>)

²⁵⁸ Vgl. unter anderem: <http://www.bz-berlin.de/aktuell/berlin/ard-zdf-steuer-berliner-beschweren-sich-article1563567.html> oder <http://www.welt.de/politik/deutschland/article112310172/Weihnachtlicher-Shitstorm-gegen-WDR-Chef.html> oder <http://deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/2012/11/20/siebenhaar-ard-und-zdf-sind-zu-einem-rundfunkstaat-im-staat-verkommen/> oder <http://www.indiskretionehrensache.de/2012/11/hans-peter-siebenhaar-die-nimmersatten/> oder <http://online-boycott.de/de/unterschriftenaktion>

2690 Funktionsgewährung müsste dann zugunsten einer wettbewerblichen Ausgestaltung wie bei
2691 Presse und Film abgeschwächt oder gar aufgegeben werden. Begründet wird dies mit der
2692 Überfülle an Meinungen im Internet und dem schmalen funktionsrechtlichen Aussagegehalt
2693 von Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG.

2694
2695 Andererseits werden rund um die Debatte ums Urheberrecht seit geraumer Zeit Vorschläge
2696 geäußert, neben etablierter Kulturförderung und öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
2697 auch ein ähnliches System für Online-Medien, insbesondere im journalistischen Bereich zu
2698 entwickeln.²⁵⁹ Die Arbeitsgemeinschaft Dokumentarfilm beispielsweise hat im Oktober 2011
2699 ein Konzept für ein „öffentlich-rechtliches Internet“ vorgeschlagen, in dem sie fordert den
2700 Begriff „öffentlich-rechtlicher Rundfunk“ auf weitere Anbieter auszuweiten. Konkret sollen
2701 mit zehn Prozent des Rundfunkbeitrags „frei produzierbare Internetinhalte“ finanziert werden,
2702 die von den Produzenten selbst ins Netz gestellt werden, wobei diese sich dazu verpflichten,
2703 die Inhalte dauerhaft oder zumindest auf bestimmte Zeit zugänglich zu machen.²⁶⁰ Auch in
2704 der Expertenanhörung der Projektgruppe wurde diskutiert, inwiefern Teile des öffentlich-
2705 rechtlichen Budgets für die Produktion und Bereitstellung nicht-linearer Inhalte offen
2706 ausgeschrieben werden könnten.²⁶¹

2707
2708 In diesen und denkbaren ähnlichen Fällen würde die dem Organisationsmodell des öffentlich-
2709 rechtlichen Rundfunks zugrunde liegende gemeinwirtschaftliche Finanzierung von
2710 bestimmten Trägermedien und einer zwingenden Bindung an bestehende
2711 Organisationsstrukturen (wie Rundfunkanstalten) zumindest in Teilen gelöst. Die
2712 grundgesetzlich festgeschriebene Sicherung von Meinungs- und Informationsvielfalt, die
2713 derzeit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zugeschrieben wird, könnte so durch
2714 verschiedene und teilweise neue Modelle öffentlicher Förderung ergänzt oder ersetzt werden.
2715 Auf die sich aus diesen Modellen ergebenden rechtlichen Herausforderungen wird am
2716 Beispiel der Sicherung der Staatsferne in den Kapiteln 1.4 und ... näher eingegangen. Auch
2717 für solche Modelle, ist zu definieren, welche Inhalte und Formate förderungswürdig im Sinne
2718 der medialen Grundversorgung im Informations-, Bildungs- und Unterhaltungsbereich sind.
2719

²⁵⁹ Vgl.: Kramm, Bruno: Wahrnehmung und Aufmerksamkeit. In: <http://www.kulturrat.de/puk/puk05-12.pdf>, S. 24 oder <http://saschalobo.com/2012/08/31/funf-entscheidende-fragen-zum-leistungsschutzrecht> oder <http://carta.info/21171/reform-oeffentlich-rechtlicher-rundfunk> oder http://www.perlentaucher.de/blog/279_sendeschluss oder <http://jensbest.net/2013/01/02/die-offentlich-rechtliche-echokammer-unserer-demokratie-und-was-das-internet-damit-zu-tun-hat>

²⁶⁰ Vgl.: http://www.agdok.de/download_open.php?id=65852

²⁶¹ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll zur Expertenanhörung der Projektgruppe Kultur, Medien und Öffentlichkeit am 5. November 2012. Online abrufbar unter: ...

2720 **Öffentlichkeit**

2721 **2 Neuer Strukturwandel der Öffentlichkeit**

2722 **2.1 Neue Öffentlichkeiten**

2723 Eine freie und demokratische Öffentlichkeit wird gemeinhin als eine der Voraussetzungen
2724 einer funktionierenden Demokratie betrachtet, aber auch als Gradmesser dafür, inwiefern eine
2725 Gesellschaft ihren demokratischen Anspruch verwirklicht hat. Die Öffentlichkeit ist der
2726 Raum, in dem eine Gesellschaft politische Auseinandersetzungen führt und kulturelle
2727 Selbstbestimmung vornimmt. Für die Qualität einer Öffentlichkeit ist deshalb die Frage, wie
2728 offen und zugänglich sie für unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen ist, von
2729 entscheidender Bedeutung.

2730

2731 Jürgen Habermas hat beschrieben, dass die Diskussion über Kunst, Literatur und Philosophie,
2732 die in den bürgerlichen Salons, aber auch in den Zeitungen stattfand, für die
2733 Selbstverständigung der jungen bürgerlichen Gesellschaft im 18. Jahrhundert eine
2734 Schlüsselrolle spielte. Die neu entstehende Öffentlichkeit war das Forum für die
2735 Herausbildung eines kulturellen und politischen Selbstbewusstseins der bürgerlichen
2736 Gesellschaft im Prozess ihrer Emanzipation. Sie fand jenseits der Sphäre des Marktes statt,
2737 auf dem dieselben Akteure als Kaufleute und Händler agierten – war also getrennt vom
2738 Bereich des für den Lebensunterhalt Notwendigen. Bewusst entzog sie sich auch dem Einfluss
2739 der feudalen Sphäre, was es ihr ermöglichte, zu einer kritischen Kontrollinstanz zu werden.

2740

2741 Habermas hat indes auch beschrieben, dass diese Öffentlichkeit ihren Anspruch, eine freie
2742 und allgemein zugängliche zu sein, im Grunde nie ganz einlösen konnte, da nicht-bürgerliche
2743 Schichten von vornherein keinen Zugang zu ihr hatten. Eine Öffentlichkeit, aus der angebbare
2744 Gruppen ausgeschlossen sind, ist jedoch keine. Denn der freie Zugang zu einem solchen
2745 Diskursraum und die Möglichkeit eines jeden, an öffentlichen Debatten teilzunehmen,
2746 unterscheidet die öffentliche Sphäre überhaupt erst von privaten Räumen.

2747

2748 Die massenmedial geprägte Öffentlichkeit konnte diesen Anspruch jedoch stets nur
2749 unzulänglich erfüllen, weil der Zugang zu diesen Medien selbst von vornherein eingeschränkt
2750 war. Es waren in aller Regel professionelle Journalisten, die für diese Medien arbeiteten und
2751 dabei vor der Herausforderung standen, gesellschaftliche Entwicklungen in der medialen
2752 Öffentlichkeit adäquat abzubilden, während die eigentlichen Akteure politischer und sozialer
2753 Auseinandersetzungen allenfalls einen indirekten Zugang zu dieser Öffentlichkeit hatten.
2754 Journalismus war eine Vermittlungsleistung, und Medien erfüllten in Bezug auf die
2755 allgemeine Öffentlichkeit eine Filterfunktion.

2756

2757 Das Internet hat hier eine bedeutende Veränderung bewirkt. Bürgerinnen und Bürger, die
2758 bisher vor allem Empfänger medialer Botschaften waren, zu deren Quellen sie keinen direkten
2759 Zugang hatten, wurden in die Lage versetzt, selbst als Urheber solcher Botschaften in der

2760 Öffentlichkeit aufzutreten. Damit ging einher, dass es möglich wurde, die Botschaften der
2761 Massenmedien kritisch zu hinterfragen, Fakten zu ergänzen, Widerspruch zu artikulieren. Die
2762 neue Netzöffentlichkeit war in diesem Sinne von Anfang an eine kritische, da sie sich
2763 zunächst in der Replik auf den medialen Mainstream behaupten musste. Sie übernahm dabei
2764 zunehmend die Funktion einer meinungsbildenden Instanz, die sie bei den traditionellen
2765 Medien nicht (mehr) ausreichend verwirklicht sah.

2766
2767 Private Teilnehmer dieser neuen Massenkommunikation verlangten für unbelegte
2768 Behauptungen in den traditionellen Medien Nachweise, lieferten zu offiziellen
2769 Verlautbarungen Gegendarstellungen und Hintergründe oder forderten eine öffentliche,
2770 direkte Diskussion mit anderen Kommunikationsteilnehmern ein. Auch die professionellen
2771 Verlautbarungen von politischen Akteuren oder Verbänden sahen sich zunehmend der
2772 Herausforderung gegenüber, auf solche für sie zunächst ungewohnte Ansprache reagieren zu
2773 müssen. Waren die Kommentarspalten in Blogs ursprünglich ein Ort, in denen der Haupttext
2774 eines Beitrags kommentiert wurde, so haben sie sich mit der Weiterentwicklung sozialer
2775 Netzwerke zu Foren entwickelt, auf denen angestoßene Debatten fortgeführt werden. Der
2776 öffentliche Diskurs ist damit grundsätzlich dialogisch geworden, was nicht zuletzt einer
2777 Einebnung von Kommunikationshierarchien gleichkommt.

2778
2779 Das Internet hat insofern ermöglicht, dass neue gesellschaftliche Gruppen in die mediale
2780 Öffentlichkeit eindringen konnten und diese dazu bewegen, „ihre“ Themen zu behandeln und
2781 sich mit „ihren“ Fragen auseinanderzusetzen. Insbesondere eine aktive netzpolitische
2782 Community, die sich in Teilen selbst als Bürgerrechts-, Transparenz- und
2783 Demokratiebewegung begreift, sucht bewusst, das Potenzial der digitalen Medien zu nutzen,
2784 um Aufmerksamkeit für in ihren Augen vernachlässigte Themen zu erzielen. Bis heute
2785 behandelt die politische Öffentlichkeit im Netz vor allem netzpolitische Themen, setzt sich
2786 also bevorzugt mit Urheberrecht, Datenschutz oder Netzneutralität auseinander. Dies hat ihr
2787 bisweilen den Vorwurf der Selbstbezogenheit eingetragen.

2788
2789 Sicher ist kritisch zu hinterfragen, entlang welcher Grenzen sich im Prozess der Konstitution
2790 neuer Öffentlichkeiten zugleich neue Paradigmen des Ausschlusses vollziehen. Die
2791 technische Möglichkeit zur Teilhabe an öffentlichen Diskursen allein bedingt nicht unbedingt,
2792 dass Akteure, die an medialer Öffentlichkeit früher nicht teilgenommen hätten, dies heute
2793 täten. Im Gegenteil deutet vieles darauf hin, dass politische und kulturelle Diskurse auch
2794 gegenwärtig noch eine Domäne vergleichsweise kleiner, gebildeter Schichten sind. Dies
2795 anzuerkennen, darf jedoch nicht zu dem Kurzschluss führen, es sei ohne Bedeutung, ob eine
2796 mediale Struktur die Möglichkeit zur aktiven Partizipation eröffne oder nicht.

2797
2798 *Yochai Benkler* hat 2006 erläutert, dass das Entstehen einer partizipativen Öffentlichkeit im
2799 Zuge des digitalen Wandels zwei wesentliche Voraussetzungen hatte. Zum einen die
2800 grundsätzliche Neutralität der Netze: Die für die Kommunikation grundlegende Infrastruktur
2801 befand sich, wenigstens in den USA, zwar in Privatbesitz, doch konnten einzelne
2802 Kommunikationsteilnehmer, die als Inhaltenanbieter auftraten, von der Nutzung nicht
2803 ausgeschlossen werden. Die Inhalte wurden zu gleichen Bedingungen transportiert, ohne

2804 Bevorzugung einzelner Datenpakete gegenüber anderen, und die Netze wurden nicht zentral
2805 kontrolliert, also war auch keine zentrale Kontrolle der Kommunikation und damit letztlich
2806 der Öffentlichkeit möglich. Zum anderen konnten die Kommunikationsteilnehmer ihre
2807 Endgeräte, vor allem die PC, universell verwenden, sie also zu selbst bestimmten Zwecken
2808 einsetzen.

2809
2810 Gleichwohl ist diese zunehmende Ausdifferenzierung einer einstmals integrierten
2811 Öffentlichkeit nicht ausschließlich positiv aufgenommen worden. Vielmehr ist immer wieder
2812 darum gerungen worden, das Entstehen einer netzwerkartigen medialen Öffentlichkeit
2813 zwischen Information-Overkill und Monopolbildung richtig einzuordnen. So wird einerseits
2814 vorgebracht, in der vernetzten Öffentlichkeit könne sich zwar jeder äußern, aber es werde
2815 nicht jeder gehört. Vielmehr entstehe ein chaotisches Stimmengewirr. Eine gemeinsame
2816 Öffentlichkeit beruhe aber gerade auf allgemein akzeptierten Entscheidungen über die
2817 Relevanz bestimmter Themen. Andererseits wird behauptet, es gebe eine solche Vielfalt in
2818 Wirklichkeit gar nicht, sondern die Aufmerksamkeit konzentriere sich im Netz noch weit
2819 mehr als in der massenmedialen Öffentlichkeit auf bestimmte Meinungsführer und Foren. Ein
2820 großer Teil der Meinungsäußerungen im Netz werde gar nicht wahrgenommen.

2821
2822 Die beiden Ansichten stehen in einem auffälligen Widerspruch zueinander, verweisen jedoch
2823 beide auf dieselbe Kernfrage: Welche Kriterien müssen erfüllt sein, damit ein
2824 Kommunikationssystem wie das Internet eine Medienöffentlichkeit ermöglicht, die möglichst
2825 viel zur demokratischen Kultur beiträgt? *Yochai Benkler* hat sich bereits 2006 mit dieser
2826 Frage beschäftigt.²⁶² Er ging davon aus, dass die Netzwerköffentlichkeit Filtermechanismen
2827 entwickeln muss, die jenen der massenmedialen Öffentlichkeit in ihrer Funktion vergleichbar
2828 sind und stellte dafür mehrere Kriterien auf: So müsse gewährleistet sein, dass grundsätzlich
2829 alle Teilnehmer ihre Standpunkte einbringen können, dass also bestimmte Meinungen,
2830 Weltanschauungen und Interessen nicht systematisch ausgeschlossen werden (universal
2831 intake). Zudem müsse es Filtermechanismen geben, die individuelle Äußerungen als über das
2832 Private hinaus relevant identifizieren können. Es müsse die Möglichkeit geben, die
2833 Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit von Informationen zu überprüfen. Es müsse
2834 Mechanismen der Meinungssynthese geben, sprich, es müsse möglich werden, ähnliche
2835 Meinungen zusammenzufassen, um sie von wenig repräsentativen Einzelansichten zu
2836 unterscheiden, und das Gewicht ihrer Repräsentativität zu bestimmen. Last, but not least
2837 müsse gewährleistet sein, dass der Staat keinen Einfluss darauf nehme, wie solche
2838 Meinungsbildungs- und Diskussionsprozesse strukturiert würden.

2839
2840 Eine demokratisch-partizipative Öffentlichkeit entwickelt sich *Benkler* zufolge nicht von
2841 selbst, wenn die technischen Mittel zur Verfügung stehen. Es bedarf vielmehr institutioneller
2842 Arrangements, die geeignet sind, auf Basis einer vernetzten, partizipativen
2843 Kommunikationsstruktur die Entwicklung einer strukturierten Öffentlichkeit zu ermöglichen,
2844 die mehr ist als eine bloße Ansammlung öffentlicher Einzeläußerungen. Es bedarf also einer

²⁶² Vgl.: Benkler, Yochai: The wealth of networks. S. 180ff. Online abrufbar unter:
http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf

2845 zeitgemäßen Medienregulierung. Auch die Medienöffentlichkeit des 20. Jahrhunderts war ein
2846 Ergebnis solcher Medienregulierung. Sie ist allerdings, wie sich gezeigt hat, auf das Internet
2847 nicht ohne Weiteres zu übertragen. Die Debatten um den Jugendmedienschutz oder um
2848 Zugangssperren zeigen dies deutlich. Die Frage ist also, wie das demokratisierende Potenzial
2849 einer Netzwerköffentlichkeit für die öffentliche Sphäre erhalten und gefördert werden kann,
2850 ohne dabei einen Rahmen vorzugeben, der sein Entwicklungspotenzial hemmt. Hierauf wird
2851 in den Handlungsempfehlungen näher eingegangen.

2852 **2.2 Neue Privaträume**

2853 Mit dem digitalen Wandel haben sich nicht nur neue Öffentlichkeiten herausgebildet, sondern
2854 auch neue private Räume. Genauer gesagt, haben sich innerhalb von im Netz neu
2855 entstandenen öffentlichen Bereichen auch Sphären gebildet, die als privat empfunden werden,
2856 wenngleich sie juristisch als öffentlich gelten. So wird etwa das eigene Profil in einem
2857 sozialen Netzwerk von vielen Nutzerinnen und Nutzern als privat verstanden, selbst wenn es
2858 einer Vielzahl von Personen zugänglich ist, mit denen die Betroffenen kaum persönliche
2859 Beziehungen unterhalten. Es hat den Anschein, dass die Abgrenzung von privaten und
2860 öffentlichen Sphären sich im Zuge der technischen Entwicklung beträchtlich verschoben hat.

2861
2862 Dabei hat die rechtliche Entwicklung mit der kulturellen nicht Schritt gehalten, wie sich etwa
2863 im Bereich des Datenschutzes oder des Urheberrechts zeigt. So dürfen private Fotos von
2864 Freunden oder Bekannten nicht öffentlich zugänglich gemacht werden, es sei denn, die
2865 Betroffenen haben entsprechend eingewilligt. Dessen sind sich viele Nutzerinnen und Nutzer
2866 jedoch gar nicht bewusst, weil sie ihre Profile für rein privat halten. Ähnlich im Bereich des
2867 Urheberrechts, wo die öffentliche Zugänglichmachung geschützter Werke grundsätzlich die
2868 Erlaubnis des Rechteinhabers voraussetzt. Private Nutzer, die Inhalte mit ihren Freunden
2869 „teilen“, wissen oft gar nicht, dass sie gegen geltendes Recht verstoßen, weil sie zum Beispiel
2870 ein Urlaubsvideo mit ihrer Lieblingsmusik unterlegen und es auf eine öffentliche Plattform
2871 wie YouTube hochladen.

2872
2873 Doch greifen Nutzer oft nicht nur unwillkürlich in Rechte Dritter ein. Auch ihre eigene
2874 Privatsphäre ist in Bereichen, die als privat empfunden werden, oft weniger geschützt, als sie
2875 glauben. Dies betrifft die Möglichkeit, das Nutzerverhalten auf Plattformen und beim
2876 Gebrauch privatwirtschaftlicher Dienste zu tracken, also zu überwachen und zu analysieren.
2877 Es ist bekannt, dass beispielsweise private Chatprotokolle, obschon sie grundsätzlich vom
2878 Kommunikationsgeheimnis gedeckt sind, von Algorithmen der Anbieter analysiert werden.
2879 Ähnliches gilt für Texte in sozialen Netzwerken, die von Unternehmen für Privatnutzer
2880 angeboten werden. Selbst wenn diese Praxen datenschutzrechtlich unbedenklich sein sollten,
2881 weil eine rechtsgültige Einwilligung der Nutzer vorliegt, scheint es bedenkenswert, dass hier
2882 offenbar eine Diskrepanz besteht: Während die Nutzer sich häufig in einem geschützten
2883 Privatraum wähnen, besteht tatsächlich eine permanente Zugriffsmöglichkeit der Anbieter auf
2884 die Kommunikationsinhalte.

2885

2886 Während einerseits Räume, die von Nutzern der eigenen Privatsphäre zugeordnet werden,
2887 rechtlich als öffentliche Räume gelten, bilden sich innerhalb der allgemeinen Öffentlichkeit
2888 zunehmend Sphären heraus, in denen das privatwirtschaftliche Recht der Allgemeinen
2889 Geschäftsbedingungen gilt, die von den Anbietern der entsprechenden Portale und
2890 Plattformen vorgegeben werden. Daraus resultiert für die Nutzerinnen und Nutzer eine
2891 problematische Unsicherheit: Nicht nur wissen sie über den tatsächlichen rechtlichen Status
2892 der eigenen Kommunikation oft nicht Bescheid, sondern sie können häufig auch nicht
2893 zutreffend einschätzen, wie stark oder schwach ihr eigener Schutz in solchen Bereichen ist.
2894 Der bestehende rechtliche Rahmen bietet dabei offenbar immer weniger Orientierungspunkte.
2895 Man wird allerdings damit rechnen müssen, dass das Verhältnis von Öffentlichkeit zu
2896 Privatheit auch in Zukunft Veränderungen unterworfen sein wird.

2897 **2.3 Neue Formationen der Öffentlichkeit und ihre Folgen für das Recht**²⁶³

2898 **2.3.1 Einleitung**

2899 Öffentlichkeit hat sich durch bestimmte Formen der Online-Kommunikation in einer Weise
2900 verändert, die man durchaus strukturell nennen kann. Damit sind auch strukturelle Probleme
2901 der Verarbeitung durch das Recht verbunden, die im Folgenden betrachtet werden sollen.
2902 Darauf aufbauend geht es um Reaktionsmöglichkeiten rechtlicher Regulierung, die bereits
2903 ergriffen werden oder noch einer weiteren Ausarbeitung harren.

2904 **2.3.2 Neue Formationen der Öffentlichkeit**

2905 Wenn über Öffentlichkeit gesprochen wird, dann ist zunächst klar zu stellen, ob ein
2906 normativer oder empirisch-faktischer Öffentlichkeitsbegriff in Bezug genommen wird.
2907 Normativ kann man Öffentlichkeit in Anlehnung an Habermas wie folgt begreifen: Als
2908 „Inbegriff derjenigen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine diskursive Meinungs-
2909 und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann.“²⁶⁴

2910
2911 Rechtlich ist der Begriff der „Öffentlichkeit“ nicht definiert, Öffentlichkeit wird aber an
2912 vielen Stellen jedenfalls indirekt in Bezug genommen. Wenn etwa das
2913 Bundesverfassungsgericht in ständiger Rechtsprechung darauf abstellt, dass die individuelle
2914 und öffentliche Meinungsbildung frei zu erfolgen habe, so rekurriert es damit auf einen
2915 normativen Öffentlichkeitsbegriff. Es geht um die Voraussetzungen – etwa in der Struktur der
2916 „Rundfunkordnung“ –, die gegeben sein müssen, damit von einer „freien“ Meinungs- und
2917 Willensbildung ausgegangen werden kann. Welche strukturellen Veränderungen sich dadurch
2918 ergeben, dass jeder jedenfalls öffentlich zugänglich seine Auffassungen ins Netz stellen kann,
2919 ist noch nicht abschließend geklärt.
2920

²⁶³ Anmerkung: Der folgende Abschnitt ist eine aktualisierte und gekürzte Fassung von Prof. Dr. Wolfgang Schulz: Neue Formationen der Öffentlichkeit und ihre Folgen für das Informationsrecht. In: DGRI Jahresband 2011.

²⁶⁴ Zit. nach: Habermas, Jürgen: Strukturwandel der Öffentlichkeit. 4. Auflage, S. 38.

2921 Davon zu unterscheiden ist ein empirisch-faktisches Verständnis. Das prominenteste Konzept
2922 stammt sicherlich von *Niklas Luhmann*. Öffentlich ist danach, was in der
2923 Folgekommunikation als bekannt unterstellt werden kann. Mit dieser begrifflichen Fassung ist
2924 zunächst eine Relativität des Öffentlichen verbunden. Es geht um die Frage, bei wem die
2925 Bekanntheit unterstellt werden kann, hier sind von der Paar-Öffentlichkeit (auch in
2926 menschlichen Beziehungen macht es einen Unterschied, ob etwas bei dem anderen als
2927 bekannt unterstellt werden kann) bis hin zur Weltöffentlichkeit viele Abstufungen möglich.
2928 Die Relativität bezieht sich auch auf die Dauer. Damit ist so etwas wie Vergessen
2929 angesprochen, denn Informationen haben eine gewisse Halbwertszeit in der Öffentlichkeit.
2930

2931 Verbunden ist mit der empirisch-faktischen Betrachtungsweise auch eine Ausdifferenzierung
2932 unterschiedlicher Typen von Öffentlichkeit, die vor allem mit ihrer Entstehung in Verbindung
2933 gebracht werden. An dieser Stelle werden insbesondere die Medienöffentlichkeit und die
2934 spontane Encounter-Öffentlichkeit differenziert.
2935

2936 Medienöffentlichkeit nimmt hier eine ganz besondere Rolle ein. Zum einen sichert sie – und
2937 in differenzierten Gesellschaften nur sie – die generelle Unterstellbarkeit der Bekanntheit von
2938 Informationen. *Niklas Luhmann* hat das auf den viel zitierten Satz zugespitzt: „Was wir über
2939 unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die
2940 Massenmedien.“²⁶⁵ Man darf erwarten, dass das, was in der Zeitung stand, von allen, mit
2941 denen man in Kontakt kommt, gewusst wird, aber auch nur dies. Spezifisch für die
2942 Medienöffentlichkeit ist die Selektion nach journalistisch-redaktionellen Kriterien.
2943 Journalisten sind die Agenten des Prinzipalbürgers und selektieren das gesellschaftlich
2944 Relevante, erzeugen also eine öffentliche Agenda. Medien haben bislang sozusagen das
2945 „Monopol“ auf die Selbstbeobachtung der Gesellschaft.
2946

2947 Hier beginnen allerdings auch schon die Veränderungen. Zum einen ist ein tendenzieller
2948 Funktionsverlust massenmedialer Kommunikation beklagt worden. Es finden etwa bei der
2949 Informationssuche offenbar Verschiebungen zu Kommunikationstypen statt, die nicht oder
2950 nur teilweise journalistisch-redaktionell arbeiten. Stark wahrgenommene und so potenziell
2951 einflussreiche politische Blogs können dafür als ein Beispiel dienen. Zudem ist bereits im
2952 Bereich der traditionellen Massenmedien eine beschleunigte Fragmentierung zu beobachten,
2953 mit der Folge, dass jeweils nur Teilöffentlichkeiten entstehen und eine
2954 gesamtgesellschaftliche Öffentlichkeit für diese Inhalte jedenfalls nicht zu unterstellen ist.
2955 Auch dieser Trend, der bereits in der Formatierung zielgruppengerechter Hörfunkangebote
2956 und einer immer weiteren Ausdifferenzierung von Publikumszeitschriften ihren Ausdruck
2957 gefunden hat, wird sich auf der technischen Plattform des Internet weiter beschleunigen.
2958

2959 Zudem entstehen neue Öffentlichkeitstypen, die allerdings auch in der Kommunikations- und
2960 Medienwissenschaft noch keine eindeutige Beschreibung erfahren haben. So etwa das, was
2961 man als „Suchmaschinenöffentlichkeit“ bezeichnen könnte. Sie ist zunächst eine passive
2962 Öffentlichkeit, das heißt, anders als bei der massenmedialen Öffentlichkeit ist bei den Inhalten

²⁶⁵ Zit. nach: Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien.

2963 nicht durch eine ausgeprägte soziale Praxis sicher gestellt, dass zu einem bestimmten
2964 Zeitpunkt Bekanntheit von Informationen entsteht und entsprechend am nächsten Tag durch
2965 die neue Zeitungsausgabe wieder „vernichtet“ wird. Allerdings bilden sich auch hier schon
2966 soziale Praktiken heraus, die zur Unterstellung von Bekanntheit in bestimmten Kontexten
2967 führen. Beispielsweise ist mittlerweile üblich, dass Job-Bewerber „gegoogled“ werden, so
2968 dass Informationen, die auf hohen Suchmaschineplätzen über die Eingabe eines Namens
2969 verfügbar sind, in dieser Situation als bekannt unterstellt werden müssen. So mancher, der
2970 dies nicht bedacht hat, fühlte sich schließlich bei Bewerbungen nicht berücksichtigt.

2971
2972 Ein interessanter Unterschied zu massenmedialer Kommunikation zeigt sich in der Art der
2973 Selektion, die hier nicht journalistisch-redaktionell erfolgt, sondern nach bestimmten
2974 Algorithmen. Die hinter diesen Algorithmen stehenden Überlegungen haben aber zum Teil
2975 eine erstaunliche Strukturähnlichkeit mit denen, nach denen auch Journalisten das Relevante
2976 auswählen, so etwa die Prominenz (auch Suchmaschinen funktionieren nach dem Prinzip,
2977 dass sie untersuchen, wie viele andere auf eine entsprechende Seite verweisen, also wie
2978 „prominent“ diese ist). Aber auch Faktoren wie Aktualität spielen bei der Frage eine Rolle,
2979 welches Ranking ein Inhalt auf einer Suchmaschinenliste erhält.

2980
2981 Daneben sind die von *Jan Schmidt* sogenannten privaten Öffentlichkeiten eine interessante
2982 neue Entwicklung.²⁶⁶ Der Begriff ist – natürlich absichtsvoll – ein Widerspruch in sich.
2983 Beschrieben werden soll damit, dass sich über sogenannte Freunde, mit denen man sich in
2984 sozialen Netzwerken wie Facebook verbindet, Communities entstehen, innerhalb derer
2985 Informationen ausgetauscht werden. Jedenfalls im Hinblick auf die jeweilige Community
2986 kann man dort gepostete Informationen als bekannt unterstellen. Viele suchen hier noch nach
2987 einem für sie selbst plausiblen Unterscheidungskonzept von öffentlich und privat, indem sie
2988 häufig mehrere Facebook-Profile betreiben und somit auch unterschiedliche Schattierungen
2989 ihrer selbst erzeugen. Die Selektion erfolgt in diesem Zusammenhang eindeutig nach privaten
2990 Motiven, wobei natürlich zu unterstellen ist, dass dies mit Blick auf das Publikum, also die
2991 Community, erfolgt: Ich werde nur das posten, von dem ich meine, dass es für die
2992 Community auch interessant sein könnte. Die damit verbundenen Vernetzungseffekte sind
2993 hoch interessant und noch in der wissenschaftlichen Untersuchung. Dabei werden auch
2994 Chaos-theoretische Überlegungen angestellt, die davon ausgehen, dass man bestimmte Muster
2995 in den Netzen erkennen kann und dabei auch bestimmte Stellen der miteinander verbundenen
2996 Communities zu Tage treten, bei denen Resonanz erzeugt werden muss, damit ein Thema
2997 oder eine Information insgesamt breit gestreut wird.

2998
2999 Dies leitet zur letzten Öffentlichkeit über, die „Flash-Öffentlichkeit“ genannt werden könnte.
3000 Sie ist gerade ein Ergebnis der Vernetzungseffekte privater Öffentlichkeit und führt dazu, dass
3001 eine Information schlagartig eine Gesamtöffentlichkeit erreicht, die mit der massenmedialen
3002 in ihrer Breitenwirkung vergleichbar ist. Entsprechende Verstärkungseffekte wurden etwa
3003 beim Rücktritt von Bundespräsident Horst Köhler beobachtet, bei der Blogs auf die später
3004 sehr umstrittenen Äußerungen zum Bundeswehreininsatz in Afghanistan Bezug nahmen, was

²⁶⁶ Vgl.: Quelle?

3005 schließlich dazu führte, dass diese auch in den traditionellen Massenmedien breit aufgegriffen
3006 wurden.

3007 **2.3.3 Strukturelle Probleme rechtlicher Verarbeitung**

3008 **2.3.3.1 Pulverisierung der Öffentlichkeit?**

3009 Vorgehend wurden Effekte beschrieben, die in ihrer Zusammenschau im Ergebnis eine
3010 Pulverisierung der Öffentlichkeit bewirken könnten. Dieses sind zum einen die
3011 Fragmentierung von Öffentlichkeiten, die Funktionsverlagerung von aktiven zu passiven
3012 Öffentlichkeiten und schließlich die Privatisierung der Öffentlichkeit. Normativ können sich
3013 hier Probleme ergeben, da diese faktischen Veränderungen dazu führen können, dass das
3014 normative Öffentlichkeitsleitbild, das Art. 5 Abs. 1 GG unterlegt ist, verfehlt wird. Wie
3015 bereits angesprochen, geht es um das Funktionieren der individuellen und öffentlichen
3016 Meinungsbildung. Selbstgesetzgebung in einer Demokratie basiert darauf, dass eine
3017 Verständigung über das gesellschaftlich Wichtige stattfindet und politischer Wettstreit –
3018 jedenfalls der Idee nach – darin besteht, Lösungsmöglichkeiten für die so priorisierten
3019 Probleme zu finden. Wenn keine Verständigung über das gemeinsam als wichtig Erachtete
3020 stattfindet, läuft dieser Prozess leer. Insofern kann möglicherweise die Erhaltung der
3021 Öffentlichkeit ein Gewährleistungsgehalt von Art. 5 Abs. 1 GG sein, was im Rahmen dieses
3022 Sachstandberichtes aber nicht weiter ausgearbeitet werden soll. Die Erkenntnis indes ist
3023 keineswegs trivial. Bislang ging es eher darum, sicher zustellen, dass dieser Prozess nicht
3024 etwa dadurch gefährdet wird, dass einzelne Akteure über vorherrschende Meinungsmacht
3025 verfügen und so die Ergebnisse des Kommunikationsprozesses verzerren können.

3026
3027 Eine zweite normative Reaktionsmöglichkeit könnte darin bestehen, das „Institut Freie
3028 Presse“, das das Bundesverfassungsgericht etwa im 20. Band²⁶⁷ ausgeformt hat, zu
3029 reformulieren. Diese – häufig missverstandene und vom Bundesverfassungsgericht in letzter
3030 Zeit nicht mehr oft verwendete – Figur ist möglicher Weise heute als Garantie der
3031 Voraussetzungen institutioneller Erbringung journalistisch-redaktioneller Leistungen zu
3032 verstehen. Unterstellt man, dass die massenmediale Öffentlichkeit auch in zukünftigen
3033 digitalen Gesellschaften eine besondere Funktion für die Herstellung von
3034 Gesamtöffentlichkeit besitzt, rückt die Erhaltung dieser Leistungen als normatives Ziel in den
3035 Vordergrund. Werden derartige Leistungen nicht hinreichend nachgefragt, so dass sie sich am
3036 Markt nicht refinanzieren können – was möglich ist, da Informationsgüter unvollkommen
3037 sind und der Wettbewerb daher nicht vollständig funktionieren kann – bedarf es, auch von
3038 Verfassungen wegen, staatlicher Instrumente ihrer Förderung. Die wiederum müssen so
3039 ausgestaltet sein, dass sie mit dem Grundsatz der Staatsferne der Medien nicht kollidieren.

3040
3041 Auch die Diskussion um den Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und
3042 seine Fortschreibung in die digitale Welt sind vor diesem Hintergrund zu beurteilen.

²⁶⁷ Vgl.: BVerfG S. 162, 175

3043 **2.3.4 Schwierigkeiten bei der Rechtsanwendung**

3044 Andere der oben genannten Veränderungsprozesse wirken sich in dem Bereich des
3045 Persönlichkeitsschutzes auf einfachgesetzlicher und auch verfassungsrechtlicher Ebene aus.
3046 Hier geht es etwa darum, dass durch die neuen Formationen der Öffentlichkeit mögliche
3047 doppelte Inkongruenzen zwischen intendierter und erreichter Öffentlichkeit auftreten. Dies
3048 lässt sich relativ gut an Zitaten von Lehrern im Unterricht auf Portalen wie etwa Spickmich
3049 exemplifizieren. So kann ein Lehrer bei seinen Äußerungen im Unterricht davon ausgehen,
3050 dass diese Äußerungen klassenöffentlich bleiben, das heißt also den Raum, in dem sie
3051 gesprochen werden, nicht verlassen. Diese Erwartung kann enttäuscht werden, wenn ein
3052 Schüler die entsprechenden Äußerungen auf dem Internet-Portal postet und so einer – je nach
3053 Gestaltung des Zugangs zu dieser Plattform unterschiedlich großen – Öffentlichkeit
3054 Zugänglichkeit schafft. Aber auch bei diesem Schüler kann es Irrtümer im Hinblick auf die
3055 erreichten Öffentlichkeiten geben. Er kann davon ausgehen, dass das Zitat schulöffentlich
3056 bleibt, während das Portal aber so gestaltet ist, dass alle Schüler, die sich bundesweit
3057 anmelden, Zugang zu den Inhalten haben.

3058
3059 Ein weiteres Beispiel sind Internet-Archive. Wie bereits oben dargestellt, kann es dazu
3060 kommen, dass in bestimmten Situationen regelhaft Informationen zu Personen über
3061 Suchmaschinen abgerufen werden. Ein Archiv, das Internet-öffentlich ist und eigentlich nur
3062 Zugang für zeitgeschichtlich Interessierte eröffnen möchte, kann so Informationen (etwa über
3063 frühere Straftaten einer Person) Suchmaschinen-öffentlich machen. Einige Gerichte hatten mit
3064 derartigen Fällen bereits zu tun.²⁶⁸

3065
3066 Das Bundesverfassungsgericht hat für die Herstellung praktischer Konkordanz zwischen dem
3067 allgemeinen Persönlichkeitsrecht Betroffener aus Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit 1 Abs. 1
3068 GG und dem betroffenen Kommunikationsgrundrechten aus Art. 5 Abs. 1 GG schon ganz
3069 unabhängig von den Veränderungen, die durch Fragmentierungen der Öffentlichkeit
3070 entstehen, deutlich gemacht, dass auf beiden Seiten Besonderheiten der Kommunikation
3071 einzubeziehen sind. Dies bedeutet, dass sowohl bei der Frage, welche Informationsinteressen
3072 befriedigt werden, als auch, wie groß eine mögliche Beeinträchtigung des
3073 Persönlichkeitsrechts de facto ist, die tatsächlich erreichte Öffentlichkeit der Prüfung
3074 zugrunde gelegt werden muss. Dies kann für Fälle Suchmaschinen-öffentlicher Archive etwa
3075 bedeuten, dass der Zugewinn an Öffentlichkeit für den intendierten Archivzweck nicht
3076 sonderlich relevant ist, auf der anderen Seite aber die Persönlichkeitsrechte viel intensiver
3077 berührt werden, wenn das Archiv für Suchmaschinen geöffnet wird.

3078

²⁶⁸ Vgl.: Quelle?

3079 **2.3.5 Fehlsteuerungen**

3080 Die oben angesprochenen Funktionsverschiebungen bei der Herstellung von Öffentlichkeit
3081 und das Aufkommen privater Öffentlichkeiten kann im Informationsrecht zu Fehlsteuerungen
3082 bis hin zur Zielverfehlung führen. Dafür einige Beispiele:

3083
3084 Das Medienkonzentrationsrecht oder besser die Bestimmungen zur Verhinderung
3085 vorherrschender Meinungsmacht in § 26ff RStV fokussieren sich derzeit stark auf
3086 traditionelle Massenmedien vom Typ Fernsehen und beziehen andere machtvolle Akteure
3087 bisher nur systematisch ein, sofern sie fernsehartige Meinungsmacht vermitteln. Es stellt sich
3088 die Frage, ob dies den potenziellen Vermachtungen in der öffentlichen Kommunikation noch
3089 hinreichend gerecht wird, oder besser, ob nicht parallel dazu darüber nachzudenken ist, auch
3090 den Einfluss von Aggregatoren oder Suchmaschinen zu beobachten. Jedenfalls fällt auf, dass
3091 es medienrechtlich bislang unproblematisch wäre, wenn – um ein unwahrscheinliches
3092 Szenario zu bemühen – sich Google und der Axel Springer Verlag zusammen schließen
3093 würden.

3094
3095 Viele Normen – etwa des Urheberrechts – knüpfen sogar explizit an Öffentlichkeit oder aber
3096 ihr Gegenstück, die Privatheit, an. So kann sich beispielsweise bei privaten Öffentlichkeiten
3097 die Frage stellen, inwieweit ein „öffentliches“ Zugänglichmachen im Sinne von § 19 a UrhG
3098 vorliegt oder anders herum, ob man sich in diesem Feld automatisch im Bereich der Privat-
3099 Kopie im Sinne von § 52 UrhG bewegt.

3100
3101 Andere Punkte seien hier nur angetippt, so beispielsweise, dass etwa der Trennungsgrundsatz
3102 in § 58 RStV bislang auch journalistisch-redaktionelle Inhalte fokussiert und sich die Frage
3103 stellt, wo noch schützenswertes Vertrauen in die Unterscheidung von Kommunikaten im
3104 Hinblick auf ihren Entstehungskontext besteht. Auch die Reichweite des Medienprivilegs im
3105 Datenschutzrecht (§ 41 BDSG) geht bislang von einer klaren Unterscheidbarkeit
3106 journalistisch-redaktioneller Kommunikationstypen aus. Schließlich verbirgt sich hinter der
3107 Dunkelnorm der Kennzeichnungspflicht des § 55 RStV ein gewisses grundsätzliches
3108 Konfliktpotenzial, denn hier geht es um die Möglichkeit anonymer Kommunikation im Netz.
3109 Viel hängt davon ab, wie der Begriff der „privaten Zwecke“ ausgelegt wird. Auch hier muss
3110 eine Trennlinie zwischen Öffentlichem und Privatem gezogen werden, um die Norm
3111 anwendbar zu machen.

3112

3113 **Kultur**

3114 **3 Kunst und Kultur in der digitalisierten Gesellschaft**

3115 **3.1 Veränderungen der Produktion, Distribution und Nutzung von künstlerischen**
3116 **Werken / kreativen Inhalten**

3117 So sehr man sich auch mit den Veränderungen durch die digitale Entwicklung beschäftigen
3118 kann und muss und so spannend all diese Entwicklungen für die Kreativen und ihre Partner
3119 sowie für den Endnutzer sind, so sehr lohnt sich ein genauer Blick auf den klassischen
3120 Schaffensprozess kreativer Inhalte. Am Ursprung der Schaffung kreativer Werke hat sich
3121 nichts verändert: Der kreative Mensch investiert sein Talent, seine Zeit und seine Gedanken in
3122 die Schaffung des Werks.

3123
3124 Auch die Weiterentwicklung solcher Werke, also die Darbietung und Aufnahme einer
3125 Komposition durch einen Künstler, das Planen und Abdrehen eines Films, die Entwicklung
3126 eines Computerspiels bleibt ein hochkomplexer, zeit- und kostenintensiver Vorgang zur
3127 Schaffung originärer Inhalte. Die digitale Entwicklung hat indes für zahlreiche
3128 Vereinfachungen und Hilfen gesorgt. Dies gilt für die Produktion kreativer Inhalte wie auch
3129 für deren Distribution.

3130 **3.1.1 Produktion**

3131 **3.1.1.1 Musik**

3132 Auf den ersten Blick erscheint durch die digitale Entwicklung auch dem Endnutzer die
3133 Produktion kultureller Inhalte möglich: Er kann mittels relativ einfacher technischer
3134 Werkzeuge über sein eigenes „Studio“ verfügen, das ihn in die Lage versetzt, eigene
3135 Musikwerke herzustellen beziehungsweise aufzunehmen. Dabei kann er sich bereits
3136 vorhandener Songs bedienen, Samples oder vorgegebene digitale Instrumente benutzen oder
3137 gegebenenfalls eigene Einspielungen aufnehmen. Dies sorgt für eine erhebliche Vielfalt und
3138 die Ermöglichung der Partizipation an (auch technischen) Schaffensprozessen. Allerdings
3139 wird der Laie oder Hobby-Produzent bei der Nutzung von relativ intuitiven Programmen wie
3140 GarageBand oder BeatMaker schnell bemerken, dass die Schaffung einer Aufnahme, die auch
3141 nur einen untersten Qualitätsstandard aufweist, viel investierte Zeit und Arbeit bedeutet und
3142 fachliches Können voraussetzt.

3143
3144 Jenseits des Hobby-Bereichs, das heißt in der Welt der professionellen Musikschaffenden, ist
3145 man in der Regel mit deutlich höheren Qualitätsansprüchen des Publikums beziehungsweise
3146 der Nutzer konfrontiert. Es ist heutzutage durchaus möglich, sich für etwa 2.500 Euro ein
3147 basis-digitales „Studio“ aus Computer, Soundkarte, Mikrophon und Software zu erstellen. Bei
3148 einigen Musikstilen kann dies sogar auch ausreichend sein. Der Bedarf des Marktes aber

3149 zeigt, dass in der Regel vorrangig professionelle Musik-Produktionen verlangt werden.
3150 Natürlich weist nicht jede Produktion Qualitäten auf, die beispielsweise den Klangwelten des
3151 Produzenten *Timbaland* oder des Künstlers *Matthew Herbert* nahekommen.

3152
3153 Allerdings muss zwischen professionell arrangierter, hergestellter und aufgenommener Musik
3154 und den Aufnahmen auf Hobby-Niveau deutlich unterschieden werden. Daran hat sich auch
3155 im digitalen Zeitalter nichts geändert.

3156
3157 Die Hörgewohnheiten des Endkonsumenten sind anspruchsvoll und unterliegen darüber
3158 hinaus bestimmten Moden in sich verkürzenden Zyklen. Ein professioneller Produzent
3159 verfügt daher in der Regel nach wie vor über ein (digital steuerbares) Mischpult,
3160 Aufnahmeequipment und Instrumente. Zahlreiche Instrumente lassen sich zwischenzeitlich
3161 aber auch durch immer bessere Synthesizer reproduzieren. Diese kann allerdings nur bis zu
3162 einem gewissen Qualitätsgrad geschehen. So ist beispielsweise denkbar, ein Cello-Quartett zu
3163 synthetisieren. Bei einem gesamten Orchester allerdings geschieht dies nur selten, da hier die
3164 Qualitätsunterschiede schwer zu überbrücken sind. Somit relativieren sich auch die
3165 potenziellen Einsparungen der professionell tätigen Produzenten durch die neuere Technik.
3166 Zwar haben sich die Anschaffungskosten etwa für Mischpulte durch die Digitalisierung
3167 reduziert, allerdings sind aktuell häufiger Software-Updates und die Anlizenzierung von
3168 aktuellen Sound-Datenbanken oder Sound-Libraries erforderlich. Daneben ist für das
3169 Betreiben eines hochwertigen Tonstudios nach wie vor das Vorhalten zahlreicher
3170 Gerätschaften und Instrumente notwendig. Hier sind die Erstinvestitionen noch immer relativ
3171 hoch, die entsprechenden Kosten lassen sich jedoch steuerlich abschreiben. Zudem haben die
3172 Gerätschaften und Instrumente eine lange Lebensdauer. Die digitalen Instrumente und Sounds
3173 hingegen unterliegen dem oben beschriebenen schnellen Wandel.

3174
3175 Der Anteil nationaler Produktionen an den im Auftrag des Bundesverbandes Musikindustrie
3176 e.V. von media control ermittelten offiziellen deutschen TOP 100 Longplay-Charts betrug im
3177 Jahr 2011 insgesamt 55 Prozent. Dabei stammen drei der fünf erfolgreichsten Alben des
3178 Jahres 2011 von deutschsprachigen Interpreten.²⁶⁹ Deutsche Musikproduktionen unterliegen
3179 allerdings gerade im Bereich Rock/Pop/Hip Hop einem enormen internationalen
3180 Konkurrenzdruck. Dazu sagt *Jörg Koshorst* von Valicon Entertainment: „Ob bewusst oder
3181 unbewusst, der Musiknutzer merkt, ob man neben den Originaleinspielungen qualitativ
3182 hochwertige Sounds verwendet. Unabhängig davon, ob man für den deutschsprachigen Raum
3183 oder für internationale Märkte produziert: Um bei Musikproduktionen mit der internationalen
3184 Konkurrenz mithalten zu können, muss man stets über die neuesten Datenbanken und Sounds
3185 verfügen und das ganze Team muss sich kontinuierlich fortbilden.“²⁷⁰

3186
3187 Insgesamt aber hat die digitale Entwicklung für eine Verbesserung der Arbeitsabläufe gesorgt.
3188 Daneben sichert der Aufbau neuer Talente die Basis für einen ständigen Erneuerungsprozess
3189 im Musikbereich und ist ein Schlüssel der kreativen Vielfalt in der Musikwirtschaft.

²⁶⁹ Vgl.: Offizielle Deutsche TOP 100 Longplay Chartserstellt durch media control im Auftrag des Bundesverband Musikindustrie e.V.

²⁷⁰ Zit. nach: mündl. Zitat

3190 Welche Rolle den Musikfirmen dabei zukommt, wurde unlängst in einer aktuellen Studie der
3191 International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) untersucht.²⁷¹ Trotz der
3192 schwierigen ökonomischen Rahmenbedingungen und vor dem Hintergrund tiefgreifender
3193 Veränderungen im Musikgeschäft, wurden von den Musikfirmen 2011 weltweit rund 4,5
3194 Milliarden US-Dollar in die Bereiche Artist und Repertoire (dieser beinhaltet die
3195 Vorschusszahlungen, Aufnahme- und Videokosten, Aufwendungen für den Tour-Support
3196 usw.) und das Marketing (unter anderem TV-Werbung, Kooperationen, Online-Marketing
3197 oder Promotion) investiert.

3198
3199 Mit den neuen digitalen Möglichkeiten hat sich zwar die Art und Weise, wie Talente entdeckt
3200 werden, weiterentwickelt (unter anderem durch die Nutzung von Kanälen wie MySpace oder
3201 YouTube, Tape TV, MyVideo), am Aufbau nachhaltiger Künstlerkarrieren aber hat sich
3202 relativ wenig verändert. Das betrifft auch die Seite der Investitionen. Um einem Talent zu
3203 einem Durchbruch in einem großen Markt wie den USA zu verhelfen, bedarf es Investitionen
3204 von schätzungsweise 1,4 Millionen US-Dollar pro Künstler. Als Partner der Kreativen liefern
3205 die Musikfirmen hier eine wichtige Unterstützung, indem sie nicht nur in die professionelle
3206 Produktion und Vermarktung von Musik investieren und Anschubfinanzierungen leisten,
3207 sondern oftmals auch das Ausfallrisiko tragen.

3208
3209 Insgesamt werden von Musikfirmen jährlich etwa 2,7 Milliarden US-Dollar allein für den
3210 Bereich Artist und Repertoire (A&R) ausgegeben, was mehr als einem Sechstel (16 Prozent)
3211 der Einnahmen aus verkauften Musikaufnahmen weltweit entspricht. Im Branchenvergleich
3212 liegen die Ausgaben der Musikfirmen damit deutlich über den Forschungs- und
3213 Entwicklungsausgaben (F&E) anderer Wirtschaftszweige. So betragen die F&E-
3214 Aufwendungen der Software- und Computerindustrie laut *Industrial R&D Investment*
3215 *Scoreboard* der Europäischen Kommission etwa 9,6 Prozent, die der Pharmazeutischen
3216 Industrie und der Biotechnologiebranche etwa 15,3 Prozent. Die Musikindustrie investiert
3217 zunehmend lokal, was sich auch in den Charts bemerkbar macht (gemessen an den Top 100
3218 Album-Charts sind 55 Prozent nationales Repertoire).²⁷²

3219
3220 Die meisten Musiker mit Berufsambitionen wünschen sich sowohl eine finanzielle als auch
3221 eine professionelle Unterstützung der Musikfirmen – und suchen sich dabei ihre Partner frei
3222 am Markt. Bei einer Erhebung im September 2012, die mit Unterstützung durch das Popbüro
3223 Region Stuttgart, die VW Sound Foundation, die Popakademie Baden-Württemberg, Local
3224 Heroes und SoundGroundBerlin durchgeführt wurde, zeigte sich, dass insgesamt 80 Prozent
3225 der Befragten, die berufliche Ambitionen im Musikbereich verfolgen und noch keinen
3226 Vertrag mit einer Musikfirma haben, sich einen solchen Plattenvertrag wünschen. Als „sehr
3227 wichtig“ bei der Zusammenarbeit mit einem Label wurden die Unterstützung im Bereich
3228 Marketing und Promotion (71 Prozent), Kontakte zu Fernsehen und Radio (58 Prozent), die
3229 Möglichkeit, sich ganz auf den kreativen Prozess konzentrieren zu können (50 Prozent),

²⁷¹ Vgl.: Investing in Music report 2011 IFPI, online abrufbar unter:
http://www.ifpi.org/content/section_news/investing_in_music.html

²⁷² Vgl.: Quelle? Offizielle Deutsche TOP 100 Longplay Chartserstellt durch media control im Auftrag des Bundesverband Musikindustrie e.V.

3230 Tour-Support (46 Prozent) und Vorschusszahlungen (45 Prozent) genannt.²⁷³

3231

3232 Große Veränderungen finden aktuell auch im Bereich des Marketings statt. Durch den
3233 gezielten Einsatz digitaler Medien konnten Marketingkosten reduziert werden (Rückgang der
3234 Ausgaben von 2,4 Milliarden US-Dollar in 2008 auf 1,7 Milliarden US-Dollar in 2011).
3235 Zudem gelingt es den Musikfirmen zunehmend, Marketingkosten in neue Erlösmodelle für
3236 den Künstler umzumünzen, beispielsweise durch Markenpartnerschaften oder den Einsatz von
3237 Musik in Film, Games oder Werbung.²⁷⁴

3238

3239 **3.1.1.2 Buch**

3240 Autoren stehen seit jeher zwei Wege zur Veröffentlichung ihrer Werke zur Verfügung – die
3241 klassische Publikation durch einen professionellen Verlagspartner oder die Selbstpublikation.
3242 Die digitale Informationstechnik und insbesondere das Internet haben die
3243 Selbstveröffentlichung technisch vereinfacht und eröffnen Autorinnen und Autoren neue
3244 Möglichkeiten, künstlerisch und publizistisch zu arbeiten. Autoren können über das Internet
3245 den direkten Kontakt zu ihren Lesern pflegen und ihre Werke eigenständig über Social
3246 Media-Plattformen bewerben. Dies kann vor allem für Autoren, die sich in den sozialen
3247 Medien zu Hause fühlen und wissen, wie sie diese (für ihre Zwecke) nutzen können, von
3248 Vorteil sein. Erkennbaren Erfolg haben aber eher die bereits bekannten Autoren, die diesen
3249 Weg zusätzlich gebrauchen.

3250

3251 Nach wie vor aber ist die Verlagspublikation die gängigste Form der Buchproduktion, weil sie
3252 den Autor in seinem kreativen Schaffensprozess von der Finanzierung des Projekts, der
3253 optimalen Herstellung und der Vermarktung entlastet.

3254

3255 Der erste Adressat für eine Autorin oder einen Autor ist das Lektorat. In dieser Abteilung
3256 wird an den Inhalten gearbeitet, erhält das Manuskript seine endgültige Form. Die Herstellung
3257 sorgt dafür, dass aus dem satzfertigen Manuskript ein Buch entsteht. Sie sorgt für eine
3258 entsprechende Ausstattung und koordiniert den eigentlichen Produktionsprozess – vom
3259 Einkauf des Papiers bis hin zur Buchbinderei. Der Vertrieb ist die Verkaufsabteilung des
3260 Verlags. Er ist erster Ansprechpartner für den Buchhandel. Die Marketingabteilung entwickelt
3261 Konzepte für Werbe- und Verkaufsmaßnahmen, der Presseabteilung obliegt der Versand von
3262 Rezensionsexemplaren. Zudem vermittelt sie Autoreninterviews und sorgt so für eine
3263 Wahrnehmung bei den Multiplikatoren, beispielsweise Literaturkritikern. Ob ein Manuskript
3264 zur Veröffentlichung angenommen wird, ob ihm also Chancen am Markt eingeräumt werden,
3265 und wie es optimal gestaltet und vermarktet werden muss, das erarbeiten alle Abteilungen
3266 gemeinsam. Entscheidungen über Ausstattung, Ladenpreis, Werbemittel und Werbeplanung,
3267 Öffentlichkeitsarbeit und Vertriebswege greifen im Publikationsprozess.

3268

²⁷³ Vgl.: Investing in Music report 2011 IFPI, online abrufbar unter:
http://www.ifpi.org/content/section_news/investing_in_music.html

²⁷⁴ Vgl.: s. vorige FN

3269 Rund 22.000 Verlage, Institutionen und Einzelpersonen sind in Deutschland verlegerisch
3270 aktiv, mehr als 2.000 produzieren regelmäßig Literatur im weitesten Sinne.²⁷⁵ Sie bringen
3271 Bücher, Zeitschriften, Hörbücher, Kunstbände, Kataloge, CD-ROM und Online-Publikationen
3272 in großer Zahl auf den Markt – machen Inhalte also in unterschiedlichster Art und über
3273 verschiedene Trägermedien einem breiten Publikum zugänglich. Dabei übernimmt der Verlag
3274 in der Regel die Vorfinanzierung von Verlagsobjekten. Er zahlt dem Autor einen Vorschuss
3275 (noch bevor dessen Buch auf dem Markt ist) und trägt die Kosten für Werbung, Marketing,
3276 Vertrieb sowie für die Herstellung und den Druck.

3277
3278 2011 wurden in Deutschland 82.048 Erstauflagen auf den Markt gebracht, hinzu kamen
3279 14.225 Neuauflagen. Mit insgesamt 96.273 Erst- und Neuauflagen stieg die Zahl um 0,45
3280 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hierin enthalten sind alle in Deutschland erschienenen Titel,
3281 also auch jene von Institutionen und so weiter, die nicht zu den Verlagen im engeren Sinn zu
3282 rechnen sind. 18,5 Prozent der Erstauflagen waren belletristische Titel. Darauf folgt deutsche
3283 Literatur mit 13,8 Prozent. Auf Platz 3 liegt mit zehn Prozent das Kinder- und Jugendbuch.
3284 Weitere Anteile an den Erstauflagen entfallen auf Schulbücher (5,3 Prozent), Titel aus den
3285 Bereichen Medizin/Gesundheit (5,2 Prozent), Recht (5 Prozent), Theologie (4,7 Prozent),
3286 Management (4,4 Prozent), Sozialwissenschaften/Soziologie (3,8 Prozent), Wirtschaft und
3287 Erziehung (je 3,4 Prozent), Psychologie (2,8 Prozent) sowie übrige Sachgebiete (19,9
3288 Prozent).²⁷⁶

3289
3290 2011 haben die deutschen Verlage 11.819 Übersetzungen herausgebracht (63,8 Prozent der
3291 Titel wurden aus dem Englischen übersetzt) und 8.000 Lizenzen ins Ausland verkauft.
3292 International werden dabei die meisten Bücher deutscher Autoren im osteuropäischen Raum
3293 und in Asien gelesen.

3294
3295 Das E-Book ist inzwischen fester Bestandteil der deutschen Buchproduktion. Rund die Hälfte
3296 der Verlage haben E-Books im Programm und bringen rund 42 Prozent der Novitäten auch als
3297 E-Book heraus. Bei den Backlist-Titeln sind es aktuell 30 Prozent. Im Endkunden-Buchmarkt
3298 (ohne Fachbücher und Schulbücher) lag der Anteil der E-Books am Gesamtumsatz im Jahr
3299 2011 bei einem Prozent und hat sich damit zum Vorjahr verdoppelt. Für 2015 erwarten die
3300 Verlage einen durchschnittlichen Umsatzanteil der E-Books am Gesamtumsatz ihres Verlags
3301 von 17 Prozent.²⁷⁷

3302

²⁷⁵ Vgl.: Bei der Gesamtzahl handelt es sich um Verlage, sonstige Firmen, Institutionen und Einzelpersonen, die mindestens einen lieferbaren Titel veröffentlicht haben. Diese Zahlen ergeben sich aus den Einträgen in der Onlinedatenbank VLB, dem Verzeichnis lieferbarer Bücher.

²⁷⁶ Vgl.: Börsenverein des Deutschen Buchhandels e. V. (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen 2012, S. 73ff.

²⁷⁷ Vgl.: Ebd.: S. 22ff.

3303 **3.1.1.3 Film**

3304 Im Filmbereich hat die Digitalisierung auf der einen Seite zu mehr Kreativität und Flexibilität
3305 geführt, auf der anderen Seite haben die technischen Entwicklungen, die Einführung und
3306 Berücksichtigung immer neuer technischer Standards im Bild- und Tonbereich die
3307 Komplexität und die Investitionskosten der Filmproduktion, der Filmprojektion und der
3308 Filmdistribution erhöht.

3309
3310 Die digitalen Technologien haben sich seit den 1980er Jahren in unterschiedlichen Schüben
3311 und auf verschiedenen Ebenen auf die Produktion von Filmen ausgewirkt:
3312 Computergenerierte Bilder in Form von sogenannten Visual Effects (VFX) waren die ersten
3313 für den Zuschauer sichtbaren Anzeichen der digitalen Entwicklung, denen die Einführung des
3314 digitalen Tons folgte. Seit dem Aufkommen professioneller digitaler Kameras wird die
3315 Filmproduktion auch fast vollständig digital abgewickelt.

3316
3317 Vor der Digitalisierung stellten die Filmmaterial- und Entwicklungskosten einen wesentlichen
3318 Faktor dar, der im Herstellungsprozess zu einer starken Konzentration und Fokussierung auf
3319 die Dreharbeiten führte – mit wenig Spielraum in der Postproduktion. Durch die Nutzung
3320 digitalen Aufnahmematerials, das nun endlos viele Bildaufnahmen ermöglicht, haben sich die
3321 Kosten in die Postproduktion verlagert. Dort gilt es heute nicht nur ein Vielfaches an
3322 gedrehtem Material zu bearbeiten, zu sichten und zu schneiden. Durch die Fülle der digitalen
3323 Bearbeitungsmöglichkeiten eröffnen sich auch Spielräume, die die Postproduktionszeit eines
3324 Filmes bei entsprechender Kostenerhöhung verdreifacht haben. Die computergestützten
3325 Bearbeitungsmöglichkeiten haben dabei zu einer Veränderung des Produktionsprozesses
3326 geführt, der an einer Vielzahl neuer Akteure im Bereich der Computeranimation sowie der
3327 Bearbeitungsprozesse von Bild, Ton und Schnitt deutlich wird. Auch sind die Kosten durch
3328 die Lizenzierung unterschiedlicher technischer Standards im Ton- und Bildbereich gestiegen,
3329 so dass sich entgegen verbreiteter Annahmen bei professionellen Filmproduktionen die
3330 Digitalisierung nicht kostenmindernd, sondern kostenerhöhend ausgewirkt hat.²⁷⁸

3331

3332 **3.1.2 Distribution**

3333 **3.1.2.1 Musik**

3334 Der Vertrieb von Musik hat sich in den letzten zehn Jahren kontinuierlich in Richtung Internet
3335 verlagert. Die Diversifizierung ist damit enorm gewachsen. Über alle internetbasierten
3336 Vertriebsformen hinweg werden online 40 Prozent des Umsatzes mit Musik erwirtschaftet.
3337 Auch im Vergleich mit den anderen Entertainmentmärkten nimmt die Musik den Spitzenplatz
3338 ein. Stärkste Vertriebskraft im Internet ist nach wie vor der Online-Versandhandel, der 2011
3339 um zehn Prozent auf einen Marktanteil von 25 Prozent zunahm – eine Stärke, die sich auch in
3340 den stabilen Absatzzahlen der CD bemerkbar macht.²⁷⁹

²⁷⁸ Vgl.:

²⁷⁹ Vgl.: Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S. 23.

3341 Der Digitalmarkt stellt in Deutschland mittlerweile die drittichtigste Vertriebschiene für
3342 Musik dar. Dank der raschen Expansion von Diensten wie iTunes, Spotify oder Deezer in
3343 neuen Märkten sind die bekanntesten lizenzierten Online-Musikservices aktuell in 58 Ländern
3344 der Erde verfügbar. Weltweit stehen den Internetnutzern mehr als 500 legale Online-
3345 Musikdienste zur Verfügung, darunter rund 70 Services in Deutschland, die Musik digital als
3346 Download oder Stream, in der Cloud oder gekoppelt an soziale Netzwerke anbieten. 2011
3347 wurden 15 Prozent der Einnahmen aus Musikverkäufen über Download-Shops erwirtschaftet,
3348 30 Prozent mehr als im Vorjahr.²⁸⁰ Parallel dazu steigt nach dem Markteintritt zahlreicher
3349 Streaming-Dienste-Anbieter der Wettbewerb in einem Segment, das in Deutschland gerade
3350 erst von den Musikkonsumenten entdeckt wird.²⁸¹

3351
3352 Starke Einschnitte mit Blick auf das Musikgeschäft sind bei den Kauf- und Warenhäusern,
3353 allen voran Karstadt und Kaufhof, zu beobachten, die sich zunehmend auf Mode und
3354 Haushaltswaren im Angebotsportfolio fokussieren. Dieser Vertriebskanal machte 2011 nur
3355 noch 2,9 Prozent des Musik-Gesamtvertriebs aus. Mit der finalen Entscheidung der Karstadt
3356 AG, sich künftig endgültig aus dem Multimedia-Geschäft zurückzuziehen, wird sich dieser
3357 Trend vermutlich weiter fortsetzen. Ähnlich geht es dem Medienfacheinzelhandel – den
3358 sogenannten Plattenläden –, die am stärksten vom steigenden Preisdruck betroffen sind. Sie
3359 sind seit 2002 auf nur noch ein Viertel ihrer ursprünglichen Umsatzbedeutung geschrumpft
3360 und machen aktuell nur noch zwei Prozent des Marktes aus.²⁸²

3361
3362 Trotz rückläufiger Entwicklung erfreuen sich aber klassische Vertriebswege wie der Club
3363 oder der Versandhandel nach wie vor großer Beliebtheit. Auf beide zusammen entfallen
3364 knapp sechs Prozent des Gesamtvertriebs. Damit bilden sie einen nicht unerheblichen Faktor
3365 im Musikhandel. Hier zeigt sich einmal mehr: Die Nachfrage bestimmt das Geschäft und
3366 damit auch die Vertriebsformen.²⁸³

3367
3368 Online-Plattformen wie Finetunes oder Audiomagnet fördern die eigenständige Distribution
3369 der Künstler und ermöglichen es ihnen, ihre Musik zu veröffentlichen, zu promoten und zu
3370 vermarkten – ohne einen Vertrag mit einer Platten- oder Vertriebsfirma zu schließen.
3371 Audiomagnet musste allerdings im Sommer 2012 wegen zu geringer Nachfrage Insolvenz
3372 anmelden. Schlüsselemente jeder wirtschaftlich erfolgreichen Distribution sind Marketing
3373 und Promotion, wofür die Labels nach Angaben der International Federation of Phonographic
3374 Industry (IFPI) – beim Durchbruch eines Künstlers in einem der Kernmärkte der Welt – im
3375 Schnitt zwischen 200.000 und 500.000 Euro investieren. Kampagnen in dieser
3376 Größenordnung können sich einzelne Künstler und kleine Labels in der Regel nicht leisten,
3377 was sich dann in den Verkaufszahlen entsprechend widerspiegelt.

²⁸⁰ Vgl.: Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S. 41.

²⁸¹ Anmerkung: Der Bundesverband Musikindustrie e.V. und pro-music.org listeten 2011 erstmalig Video-Streaming-Plattformen sowie für deutsche Nutzer erreichbare nichtdeutschsprachige Music-Websites. Online abrufbar unter: Quelle der Grafik im Urtext?

Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S.44. Weitere Informationen online abrufbar unter: <http://www.pro-music.org>

²⁸² Vgl.: FN 255 = Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S. 41

²⁸³ Vgl.: FN 255 = Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S. 41

3378 **3.1.2.2 Buch**

3379 Vertriebskanäle der Buchbranche sind der stationäre Buchhandel, (Online)-Versand und
3380 Buchgemeinschaften. Im Ratgeberbereich tritt immer stärker auch der buchfremde
3381 Fachhandel hinzu, bei Lexika, wissenschaftlicher oder Fachliteratur der Direktverkauf durch
3382 den Verlag an den Endabnehmer.

3383

3384 Der Sortimentsbuchhandel stellt aktuell noch den bedeutendsten Vertriebsweg für Bücher dar.
3385 Er erwirtschaftete 2011 einen geschätzten Umsatz von insgesamt 4,78 Milliarden Euro. Dies
3386 entspricht einem Anteil von 49,7 Prozent am Gesamtumsatz. Die Verlage erwirtschafteten mit
3387 ihrem Direktgeschäft einen Anteil von 19,1 Prozent am Gesamtumsatz. Der
3388 Versandbuchhandel (einschließlich Internet) folgt an dritter Stelle mit einem Anteil von 17,8
3389 Prozent. Der Umsatz im Internetgeschäft für sich genommen, stieg um fünf Prozent auf 14,8
3390 Prozent. Die Umsätze von Buchgemeinschaften und Warenhäusern machen jeweils zwei
3391 Prozent Anteil am Gesamtumsatz aus. Sonstige Verkaufsstellen waren mit 9,5 Prozent (0,91
3392 Milliarden Euro) am Gesamtumsatz beteiligt.²⁸⁴

3393 **3.1.2.3 Film**

3394 Die Distribution von Filmen ist eng verknüpft mit der Finanzierung der Filmproduktion, da
3395 sich die verschiedenen Distributionswege (Kino, DVD inklusive Video on Demand, Pay-TV
3396 und Free TV) neben der erforderlichen Filmförderung durch Garantien auf spätere
3397 Auswertungserlöse an den Produktionskosten beteiligen und sich auf diese Weise das mit
3398 jedem Film verbundene Risiko auf mehrere Schultern – wenn auch in unterschiedlicher
3399 Gewichtung – verteilen lässt. Diese Risikoverteilung ist für den deutschen und europäischen
3400 Film unerlässlich, will man keine Oligopole im Bereich der Filmherstellung fördern, sondern
3401 die mittelständisch geprägte Filmlandschaft in ihrer Vielfalt von unabhängigen Produzenten
3402 im Bereich Kino, Fernsehen und Dokumentarfilm erhalten. Dies bedeutet aber gleichzeitig,
3403 dass für die unterschiedlichen Distributionswege verlässliche Rahmenbedingungen bestehen
3404 müssen, um eine Refinanzierung ihrer vorab gegebenen Garantien zu ermöglichen. Im
3405 Bereich der digitalen Distribution müssen also, wie bei den klassischen Vertriebswegen,
3406 prognostizierbare und kalkulierbare Verkaufserlöse gewährleistet werden, die nur durch das
3407 Endkundengeschäft erreicht werden können, das heißt, durch die Bereitschaft der Kunden, für
3408 die Nutzung des Film auch in den Online-Diensten ein angemessenes Entgelt zu zahlen.

3409

3410 Wie im Bereich der Filmproduktion eröffnet die Digitalisierung auch im Rahmen der
3411 Filmdistribution eine größere Flexibilität und neue Absatzchancen. Gleichzeitig sind die
3412 Umstellungs- und Umrüstungskosten immens. Um die Vielfalt der deutschen Kinolandschaft
3413 zu erhalten, unterstützt der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM)
3414 seit 2011 mit einem Förderprogramm diejenigen Kinos, die die Umrüstung auf digitales
3415 Abspiel aus eigener Kraft nicht bewerkstelligen können, darunter zahlreiche

²⁸⁴ Vgl.: Quelle? Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V., S. 6 (Hrsg.): Buch und Buchhandel in Zahlen
2012, Frankfurt am Main: 2012

3416 Filmkunsttheater.²⁸⁵ Neben dem BKM haben auch die Filmförderungsanstalt (FFA) und die
3417 Länder Mittel für die Umrüstung der Kinos auf digitale Technik bereitgestellt. Schließlich
3418 haben auch die Filmverleiher zugesichert, sich am Umrüstungsprozess derjenigen Kinos zu
3419 beteiligen, die zum Kreis der Förderberechtigten von BKM und FFA gehören. Im Jahr 2011
3420 wurden erst 68 Prozent aller Langfilme (Spiel- und Dokumentarfilme) neben der klassischen
3421 35 mm-Kopie auch als Digitalkopie (DCP) vorgeführt.²⁸⁶ Dies hat für den Filmverleih zur
3422 Folge, dass er in einer Übergangszeit die Filmtheater-Auswertung zweigleisig – nämlich auf
3423 dem Wege der 35 mm- und zusätzlich auch der Digitalkopie – vornehmen muss. Zusätzlich
3424 beteiligt sich der Verleih auch an der Erstumrüstung der Filmtheater auf digitale Technik. Auf
3425 diese Weise erhöhen sich durch die Digitalisierung die Kosten der Filmherausbringung für
3426 den Filmverleih in den nächsten Jahren.

3427
3428 Neue Absatzchancen der digitalen Filmdistribution ergeben sich vor allen Dingen durch
3429 legale Online-Angebote, sogenannte Video on Demand-Angebote, die die Filmmutzung
3430 sowohl im Wege der zeitlich begrenzten Nutzung, also auch zum endgültigen Verbleib der
3431 Filmdateien auf den Abspielgeräten der Kunden ermöglichen. Mittlerweile bieten über 30
3432 deutsche Plattformen Film-, Serien- und Dokumentar-Inhalte auf Abruf aus dem Internet
3433 an.²⁸⁷

3434
3435 Im ersten Halbjahr 2012 konnte der Umsatz aus Onlinekauf-Angeboten gegenüber dem
3436 Vorjahreshalbjahr um drei Millionen Euro auf insgesamt 18 Millionen Euro gesteigert
3437 werden. Währenddessen betrugen die Umsätze aus dem Verkauf von Bildträgern (DVD, Blu-
3438 Ray) im Vergleichszeitraum 559 Millionen Euro.²⁸⁸ Wesentlich besser sieht das Verhältnis
3439 im Verleihmarkt aus. Im ersten Halbjahr 2012 konnten die Erlöse im Online-Bereich
3440 gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr um acht Millionen Euro auf insgesamt 23
3441 Millionen Euro gesteigert werden. Damit hat sich der Anteil der Online-Distribution auf mehr
3442 als 18 Prozent am Gesamtverleihmarkt (insgesamt 123 Millionen Euro) erhöht.²⁸⁹

3443 **3.1.3 Nutzung**

3444 **3.1.3.1 Musik**

3445 Musik nimmt einen ungebrochen hohen Stellenwert im Leben der deutschen Bürgerinnen und
3446 Bürger ein. Insgesamt 84 Prozent – bei den Frauen sogar 86 Prozent – geben an, dass ihnen
3447 Musik wichtig oder sehr wichtig ist. Die größte Bedeutung hat Musik bei Jugendlichen
3448 zwischen 14 und 19 Jahren, aber auch über drei Viertel der älteren Menschen messen der
3449 Musik einen hohen Stellenwert bei.²⁹⁰

²⁸⁵ http://www.bundesregierung.de/Webs/Breg/DE/Bundesregierung/BeauftragterfuerKulturundMedien/medien/filmfoerderung/kinodigitalisierung/_node.html

²⁸⁶ Vgl.: SPIO: Filmstatistisches Jahrbuch 2012. S. 22.

²⁸⁷ Anmerkung: Weitere Informationen unter: www.was-ist-vod.de

²⁸⁸ Vgl.: Deutsche Videomarktdaten 1. Halbjahr 2012. Online abrufbar unter: www.bvv-medien.de

²⁸⁹ Vgl.: Deutsche Videomarktdaten 1. Halbjahr 2012. Online abrufbar unter : www.bvv-medien.de

²⁹⁰ Vgl.: Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S.28

3451 Die fortschreitende Diversifizierung im Angebot von Musik hinterlässt bei der Nutzung
3452 jedoch Spuren. Knapp die Hälfte der täglich gehörten Musik sind individuell ausgewählte
3453 Songs, die per Tonträger (20 Prozent) oder digitaler Audiodatei (28 Prozent) abgespielt
3454 werden. Das Radio nimmt mit 34 Prozent am täglichen Musikhören ebenfalls eine wichtige
3455 Rolle ein.²⁹¹

3456
3457 Internetbasierte Musikdienste haben einen wachsenden Anteil an der täglichen Musikknutzung.
3458 Vor allem Musikvideo-Portale verfügen mit acht Prozent über ein vergleichsweise großes
3459 Gewicht. Hingegen finden Abo-basierte oder werbefinanzierte Streaming-Services mit einem
3460 Anteil von zwei Prozent in Deutschland noch immer kaum statt.²⁹²

3461
3462 Im Bereich der Abo-basierten Dienste stellen Napster und Musicload Nonstop die am
3463 stärksten verbreiteten Services dar. Mit dem Markteintritt weiterer Streaming-Services,
3464 darunter Spotify Deezer und andere, hat diese Form der Musikknutzung weiter an Bedeutung
3465 gewonnen. Anders als in den skandinavischen Ländern, in denen das Streaming bereits eine
3466 Erfolgsgeschichte ist, werden diese Dienste von den deutschen Nutzerinnen und Nutzern
3467 gegenwärtig vor allem zum Stöbern oder „Vorhören“ geschätzt. So kam eine Studie von
3468 Media Control in Zusammenarbeit mit der Pop-Akademie im Mai 2011 zu dem Ergebnis,
3469 dass 68 Prozent der Nutzer von Streaming-Services diese Plattformen verwenden, um neue
3470 Musik zu entdecken oder eine Kaufentscheidung zu fällen.²⁹³

3471
3472 Neben den spannenden neuen Konsumwelten bieten die neuen Services noch eine weitere
3473 Chance: Durch ihre Attraktivität für digital affine und webaktive Menschen haben sie das
3474 Potenzial, auch für diejenigen, die sich bislang illegal mit Musik aus dem Netz versorgt
3475 haben, zu einer Brücke hin zum legalen Musikkonsum im Internet zu werden.

3476
3477 Aktuell geben sechs Prozent der Deutschen an, über ein Musik-Abonnement zu verfügen
3478 (sowohl online als auch offline, zum Beispiel im Rahmen eines Clubs). Weitere 22 Prozent
3479 können sich vorstellen, ein solches Abonnement abzuschließen. Zusammen mit denen, die
3480 bereits in der Vergangenheit ein Musik-Abonnement hatten, also grundsätzlich eine Offenheit
3481 für diese Art des Musikkonsums signalisierten, ergibt sich damit ein Nutzerpotenzial von 39
3482 Prozent. Allerdings ist nach Auswertung aller Aussagen der Befragten davon auszugehen,
3483 dass die Akzeptanz von Abo-Gebühren für reine Streaming-Dienste, bei denen keine Songs
3484 im eigenen Besitz bleiben, deutlich unter diesem Niveau liegen dürfte.²⁹⁴

3485 **3.1.3.2 Buch**

3486 In Deutschland werden Bücher noch immer überwiegend in gedruckter Form gekauft und
3487 gelesen. Nach den aktuellen Zahlen der *Allensbacher Markt- und Werbeträger Analyse 2012*
3488 kauften 59 Prozent der Bevölkerung im letzten Jahr Bücher, davon 26 Prozent fünf und mehr

²⁹¹ Vgl.: Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S.29

²⁹² Vgl.: FN 266 = Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S.29

²⁹³ Vgl.: Quelle? Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S.31

²⁹⁴ Vgl.: Quelle? Bundesverband Musikindustrie e.V.: Musikindustrie in Zahlen 2011, S.31

3489 Titel. Insgesamt 12 Prozent gaben an, zehn oder mehr Titel gekauft zu haben. Insgesamt
3490 erwarben mehr Frauen (66 Prozent) als Männer (55 Prozent) gedruckte Bücher. Anders aber
3491 als in den vergangenen Jahren hat sich der Bucheinkauf dabei deutlich gleichmäßiger über die
3492 Generationen hinweg verteilt. Die Studie gibt ebenfalls Auskunft darüber, ob die gekauften
3493 oder geliehenen Bücher auch genutzt, das heißt gelesen werden. Demzufolge werden gekaufte
3494 Bücher intensiv (täglich oder mehrmals in der Woche) von 44 Prozent der 14- bis 19-Jährigen
3495 genutzt. Nach wie vor sind Frauen mit einer Quote von 45 Prozent diejenigen, die käuflich
3496 erworbene Bücher am häufigsten auch selbst lesen. Für 38 Prozent aller Bundesbürger gehört
3497 das gedruckte Buch zum Alltag. Dabei nehmen sie es mehrmals in der Woche oder sogar
3498 täglich zur Hand.²⁹⁵

3499
3500 Parallel dazu nimmt die direkte Nutzung von E-Books und Hörbüchern aus dem Internet zu.
3501 Wie eine aktuelle Studie zur digitalen Content-Nutzung der Gesellschaft für
3502 Konsumforschung (GfK) zeigt, haben im vergangenen Jahr vier Millionen Menschen
3503 Hörbücher und 3,4 Millionen E-Books als Download oder Stream genutzt.²⁹⁶

3504 **3.1.3.3 Film**

3505 Die Sehgewohnheiten von Filmwerken sind vergleichbar mit den Lesegewohnheiten von
3506 Büchern, unterscheiden sich aber wesentlich von den Hör- und Spielgewohnheiten von Musik
3507 und Computerspielen – mit anderen Worten: Filme werden in der Regel lediglich ein- bis
3508 dreimal rezipiert.

3509
3510 Aufgrund der hohen Produktionskosten von Filmen ist es daher für die Filmproduktion und
3511 die Filmdistribution von existentieller Bedeutung, dass die geringeren Nutzungsvorgänge pro
3512 Endkunde vergütet werden. Die digitale Distribution von Filmwerken hat in diesen
3513 wirtschaftlichen Grundvoraussetzungen nur insoweit etwas geändert, als die Verfügbarkeit
3514 von Filmen erhöht und damit eine breitere Masse an Kunden angesprochen werden kann.

3515
3516 Allerdings erfordern die neuen digitalen Vertriebswege zum einen ein höheres Investment in
3517 das Marketing, da nunmehr alle Vertriebswege beworben und werbemäßig bedient werden
3518 müssen. Die Diversifizierung der Online-Dienste stellt dabei das Marketing vor gesteigerte
3519 Herausforderungen. Zum anderen müssen die digitalen Vertriebsstrukturen aufgebaut und
3520 unterhalten und der aus ordnungspolitischen Gründen auch im Internet erforderliche
3521 Jugendschutz gewährleistet werden. Diesen komplexen wirtschaftlichen, rechtlichen und
3522 ordnungspolitischen Rahmenbedingungen im Bereich der digitalen Distribution stehen die
3523 vielfältigen, leicht zugänglichen, keinen Jugendschutz beachtenden, illegalen Angebote von
3524 Filmwerken im Netz entgegen.

²⁹⁵ Vgl.: Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse 2011.

²⁹⁶ Vgl.: Studie der GfK zur Digitalen Content-Nutzung (DCN-Studie) 2012. Erstellt für den Bundesverband Musikindustrie e.V., die Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechten e.V. und den Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

3525 **3.2 Auswirkungen auf Kulturgüter**

3526 **3.2.1 Maßnahmen zur digitalen Sicherung und langfristigen Archivierung des**
3527 **kulturellen Erbes und seiner Nutzung**

3528 Die Digitalisierung, das heißt die Überführung von körperlichen Objekten in eine digitale
3529 Form, spielt auch im Bereich der Kultur eine immer größere Rolle: Tonträger und
3530 Bildmaterial werden ebenso digitalisiert wie Gedrucktes, Noten und Handgeschriebenes.
3531 Diese Transformation von dem analogen Objekt in eine digitale Form reflektiert einerseits die
3532 Gefährdungen, denen physische Objekte durch Zerfallsprozesse ausgesetzt sind und
3533 andererseits den öffentlichen Ruf nach besserer Zugänglichkeit historischen Materials.

3534
3535 Gleichzeitig findet die Kommunikation und Arbeit in Wissenschaft und Forschung,
3536 Wirtschaft und Gesellschaft, aber auch im Privaten in immer höherem Maß ihren (manchmal
3537 nur noch) digitalen Niederschlag. Auch künstlerische Ausdrucksformen nutzen die
3538 Möglichkeiten – ganz zu schweigen von den Distributionswegen für Publikationen, die häufig
3539 nur noch im Netz erscheinen.

3540
3541 Wenngleich gewiss nicht alles, was auf diese Weise und in dieser Form entsteht, zum
3542 erhaltungswürdigen kulturellen Erbe gehört, muss doch festgestellt werden, dass heute
3543 wichtige Elemente unseres kulturellen Lebens digital geschehen und von daher – als Teil
3544 unseres identitätsstiftenden kulturellen Gedächtnisses – dauerhaft verfügbar gehalten werden
3545 müssen. Eine stark verengende Auswahl verbietet sich von selbst, denn späteren Generationen
3546 soll ein möglichst unverstellter Blick auf das, was unser kulturelles Leben ausmacht,
3547 ermöglicht werden. Diese Aufgabe nehmen in der Bundesrepublik verschiedene
3548 Einrichtungen wahr. Im Fall von Publikationen – einschließlich Musik – tut dies u.a. mit
3549 Inkrafttreten des entsprechenden Gesetzes am 22. Juni 2006 die Deutsche National
3550 Bibliothek. Das ihm zugehörige Deutsche Musikarchiv sammelt, erschließt, verzeichnet und
3551 archiviert all die körperlichen und unkörperlichen Medienwerke (Netzpublikationen), die ihr
3552 zur Kenntnis gelangen.²⁹⁷ Dazu zählen Darstellungen in Schrift, Bild und Ton, die in
3553 öffentlichen Netzen zugänglich gemacht werden. Für den Bereich des unveröffentlichten
3554 schriftlichen Kulturguts ist auf nationaler Ebene das Bundesarchiv zuständig, welches das
3555 Archivgut des Bundes verwahrt, nutzbar macht und wissenschaftlich verwertet. Das
3556 Bundesarchiv bewahrt darüber hinaus mit seiner Abteilung Filmarchiv auch einen
3557 wesentlichen Teil des deutschen Filmerbes.

3558
3559 Welche Herausforderungen ergeben sich aus dieser Aufgabe für das digitale Erbe? Digitale
3560 Daten bestehen aus logischen Ketten von Nullen und Einsen, die auf physischen Datenträgern
3561 kodiert – beispielsweise in magnetischer Ausrichtung – gespeichert werden. Diese Nullen und
3562 Einsen werden durch Computersoftware interpretiert und dadurch zu für den Menschen
3563 nutzbaren Informationen (Texte, Bilder, Musik, Programme etc.).

3564

²⁹⁷ Vgl. §§.... und Auslegungsrichtlinie...

3565 Für die digitale Bestandserhaltung, verstanden als die dauerhafte Zugänglichhaltung der
3566 Daten für die Öffentlichkeit, muss es im ersten Schritt darum gehen, diese logischen Ketten
3567 aus Nullen und Einsen, den sogenannten Bitstream, zu erhalten, da die physikalische
3568 Speicherung auf einem Datenträger mit der Zeit Ausfälle aufweist und so bei längerer
3569 Aufbewahrung Fehler im Bitstream entstehen können. Solche minimalen Fehler können
3570 anders als bei analogem Material fatale Folgen haben, denn die Interpretation der Nullen und
3571 Einsen durch Software kann schon bei der Änderung von nur einem Bit (einer Null oder Eins)
3572 eine völlig andere sein. Während also der Kratzer auf einem Film nur zu einer Schadstelle auf
3573 einem ansonsten nutzbaren Bild führt, kann ein Kratzer auf einem digitalen Datenträger dazu
3574 führen, dass sämtliche darauf gespeicherten Bilder verloren sind.

3575
3576 Zugleich aber hilft die digitale Speicherung beim Umgang mit diesem Problem. Denn
3577 dadurch, dass jedes Objekt vollständig durch die logische Kette aus Nullen und Einsen
3578 beschrieben ist, besteht keine Abhängigkeit von einem bestimmten Datenträger. Das Objekt
3579 bleibt vollkommen identisch, egal ob es auf Datenträger A oder B gespeichert ist. Somit
3580 können problemlos identische Kopien erstellt und aufbewahrt werden (sogenannte Backups),
3581 die im Fall von Beschädigungen der ersten Speicherung vollwertigen Ersatz bieten. Des
3582 Weiteren kann einem zeitlichen Verfall des Datenträgers zuvorgekommen werden, indem der
3583 Bitstream rechtzeitig auf einen neueren Datenträger überführt wird. Anders als bei Kopien
3584 von analogen Objekten tritt dabei keinerlei Verlust auf und die Kopie ist nicht vom Original
3585 unterscheidbar. Ein Original im eigentlichen Sinne gibt es somit im digitalen Bereich nicht.
3586 Aus diesen und aus Effektivitätsgründen ist es daher sinnvoll, Objekte von verschiedenen
3587 (möglicherweise gefährdeten) Datenträgern auf zentrale Datenspeicher zu überführen.

3588
3589 Da Speichertechnologien, aber auch die Technik selbst kontinuierlich veralten, unterliegen die
3590 Langzeitarchivierung verantwortlichen Gedächtniseinrichtungen dem Zwang, das
3591 gespeicherte Material permanent auf logische Korrektheit und Zugreifbarkeit hin zu
3592 überprüfen und im Zweifelsfall neu zu kopieren. Dabei geht es nicht allein darum, das digitale
3593 Objekt selbst zu speichern. Um dessen Verfügbarkeit in der Zukunft sicherzustellen, müssen
3594 mit dem Objekt auch Informationen gespeichert werden, die das Objekt inhaltlich und
3595 technisch beschreiben.

3596
3597 Neben der Erhaltung der logischen Struktur der Objekte umfasst die digitale
3598 Bestandserhaltung aber weit mehr: Jedes digitale Objekt ist für die Interpretierbarkeit durch
3599 eine Systemumgebung ausgelegt, welche zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dem Stand der
3600 Technik entsprach. Da sich die Technologien und damit die Systemumgebungen ständig
3601 ändern, ist die dauerhafte Nutzbarkeit der archivierten digitalen Objekte in einer aktuellen
3602 Systemumgebung nicht zu erwarten. Konkret besteht eine Systemumgebung (derzeit und in
3603 absehbarer Zukunft) aus einer bestimmten Hardware, einem Betriebssystem und einer
3604 Software (sogenannte Viewer), die eingesetzt wird, um bestimmte Dateiformate zu nutzen.
3605 Digitale Objekte bestehen entweder aus Dateien bestimmter Formate, für die passende Viewer
3606 benötigt werden, oder sind selbst Software, die direkt auf einem bestimmten Betriebssystem
3607 läuft. Wenn keine weiteren Maßnahmen ergriffen werden, wird jedes digitale Objekt – auch
3608 wenn es gelingt, den Bitstream zu erhalten – mit fortschreitendem technischen Wandel nicht

3609 mehr nutzbar (der Inhalt nicht mehr zugänglich) sein, weil das Datenformat mit der aktuellen
3610 technischen Arbeitsumgebung nicht-interpretiert werden kann.

3611

3612 Grundsätzlich gibt es zwei verschiedene Verfahren, um die Interpretierbarkeit in nicht mehr
3613 den ursprünglichen Systemumgebungen entsprechenden Umgebungen zu ermöglichen.
3614 Erstens Migration: Das Dateiformat des digitalen Objekts wird in ein anderes konvertiert, für
3615 das es in aktuellen Systemumgebungen Viewer gibt; Metainformationen der inhaltlichen und
3616 technischen Beschreibung des digitalen Objekts müssen hierbei erhalten und ergänzt werden.
3617 Zweitens Emulation: Mit Hilfe von spezieller Software, den sogenannten Emulatoren, kann in
3618 einer aktuellen Systemumgebung eine alte Umgebung nachgestellt werden, in der dann das
3619 digitale Objekt wieder nutzbar wird.

3620

3621 Beide Verfahren sind aufwändig und beinhalten prinzipiell die Gefahr des unbeabsichtigten
3622 beziehungsweise nicht erkannten Informationsverlustes. Praktisch eignet sich die Migration
3623 für statische Objekte wie Bilder oder Texte, während die Emulation für ausführbare
3624 Programme etwa Multimedia-CD-ROM notwendig ist. Grundsätzlich gibt es neben diesen
3625 beiden gängigen Verfahren auch andere Möglichkeiten wie beispielsweise die Pflege oder
3626 Aufrechterhaltung einer historischen Betriebsumgebung (Technikmuseum). In der Praxis
3627 kommt dieser Weg aber nur für ausgewählte Sammlungen in Betracht.

3628

3629 Einrichtungen, die ein sogenanntes Langzeitarchiv betreiben – eine davon ist die Deutsche
3630 National Bibliothek – müssen also die Speicherung der Objekte auf professionellem Niveau
3631 absichern und auch in der Lage sein, Verfahren wie die Migration oder die Emulation im
3632 Massenverfahren einzusetzen und zu beherrschen. Die entsprechenden Systeme selbst müssen
3633 kontinuierlich den Entwicklungen und aktuellen Erkenntnissen der
3634 Langzeitarchivierungsforschung angepasst werden. Eine große Bedeutung neben den
3635 technischen Vorkehrungen, zu denen insbesondere die Organisation der Einspielprozesse
3636 inklusive der Analyse und Validierung der eingehenden digitalen Objekte gehört, hat die
3637 Risikoabschätzung auf Objektebene. Diese erfolgt idealerweise in Kooperation mit anderen
3638 Einrichtungen, so dass gewonnenes Wissen ausgetauscht und Anstrengungen geteilt werden
3639 können. Ein wesentlicher Baustein in der nationalen Landschaft ist das von der Deutschen
3640 National Bibliothek mit Partnern begründete und heute von ihr als offene Plattform getragene
3641 Kompetenznetzwerk Langzeitarchivierung *NESTOR* (www.langzeitarchivierung.de).

3642

3643 In der Bilanz ist die digitale Bestandserhaltung eine Aufgabe von schnell wachsender
3644 Bedeutung. Sie gewinnt ihre Brisanz auch dadurch, dass einmal gespeichertes Material aus
3645 den dargestellten Gründen kontinuierlich weitere Aufwände generiert. Das technische und
3646 organisatorische Umfeld hierzu steht – insbesondere was die Bewältigung großer Mengen von
3647 Objekten angeht – noch am Anfang. Ohne Zweifel kann aber für die kommenden Jahre mit
3648 einem schnell wachsenden Ressourcenbereich gerechnet werden, der nicht nur generell Sach-
3649 und Personalmittel, sondern vor allem auch Aktivitäten zur verbesserten professionellen
3650 Absicherung durch Forschung und Entwicklung, geeignete Ausbildungs- und
3651 Studienmöglichkeiten beinhalten sollte.

3652

3653 **3.2.2 Urheberrechtliche Rahmenbedingungen der Langzeitarchivierung**

3654 Durch die Entwicklung neuer digitaler Technologien und die Tatsache, dass sich mit der
3655 Verbreitung des Internets kulturell und wissenschaftlich bedeutsame Informationen in neuen,
3656 schnelllebigen Formaten entwickelt haben, bewegen sich Gedächtnisorganisationen wie z. B.
3657 die Deutsche Nationalbibliothek zunehmend in urheberrechtlich relevanten Bereichen: Dazu
3658 gehört beispielsweise der Sammelauftrag von unkörperlichen Medienwerken, die
3659 Langzeitarchivierung, die Erhaltung von gefährdeten Beständen, der um die digitalen Medien
3660 erweiterte Zugang für die Nutzer (z.B. durch Kataloganreicherung mittels Digitalisierung der
3661 Inhaltsverzeichnisse), aber auch die Erschließung von elektronischen Publikationen. Hier
3662 besteht ein Bedürfnis für die Vornahme von Formatänderungen und u. U. der Entfernung
3663 technischer Schutzmaßnahmen. Hier bedarf es ggf. der Schaffung von Rechtssicherheit und
3664 einer Balance zwischen urheberrechtlichem Schutz einerseits und dem gesetzlichen Auftrag
3665 der Gedächtnisorganisation andererseits.

3666

3667 Rechtssicherheit zu schaffen wird umso dringlicher, als mit zunehmender Globalisierung und
3668 Internationalisierung einerseits, technologischem Fortschritt und wachsender Konvergenz von
3669 Medien und Vernetzung andererseits die Bewahrung kulturellen Erbes nicht an nationalen
3670 Grenzen Halt macht. Schließlich muss ein modernes Urheberrecht den veränderten
3671 technologischen Gegebenheiten und damit auch veränderten Nutzergewohnheiten Rechnung
3672 tragen. In einer vernetzten globalen Internetwelt ist dem Umstand Rechnung zu tragen, dass
3673 nicht mehr geographische oder nationale Gesichtspunkte oder Formate und deren
3674 Absicherung im Vordergrund stehen. Moderne Lehr- und Lernmethoden beispielsweise
3675 müssen der digitalen Online-Welt Rechnung tragen. Auch das Urheberrecht muss daher mit
3676 Schritt halten. Forschung und Lehre sind nicht länger an einen geographischen Ort gebunden.

3677 **3.2.3 Deutsche Digitale Bibliothek**

3678 Die Bewahrung des nationalen Erbes ist eine genuin öffentliche Aufgabe. Damit ist zugleich
3679 das wichtige medienpolitische Ziel verknüpft, die Chancen der Digitalisierung möglichst für
3680 jedermann zu öffnen und so die Meinungs- und Willensbildung in der Demokratie und die
3681 kulturelle Bildung in Deutschland zu stärken. Einen wesentlichen Beitrag dazu leistet die
3682 Deutsche Digitale Bibliothek (DDB), ein Gemeinschaftsprojekt von Bund, Ländern und
3683 Kommunen.

3684

3685 Die DDB ist ein zentrales, vollständig in öffentlicher Verantwortung betriebenes nationales
3686 Zugangportal für Kultur und Wissenschaft in Deutschland. Sie ist zugleich der nationale
3687 Daten-Aggregator für die Europäische Digitale Bibliothek (Europeana) und schafft ein
3688 Netzwerk von Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen in Deutschland. Die Errichtung der
3689 DDB wurde von der Ministerpräsidentenkonferenz im Oktober 2010 und vom Bundeskabinett
3690 im Dezember 2010 beschlossen. Grundlage dafür bildeten gemeinsame Eckpunkte von Bund,
3691 Ländern und Kommunen sowie ein Verwaltungs- und Finanzabkommen zwischen Bund und
3692 Ländern. Für den Aufbau der Infrastruktur stellte der Bund bis Ende 2012 eine
3693 Vorhandfinanzierung von rund 8,5 Millionen Euro zur Verfügung. Ein Aspekt der Entstehung

3694 der DDB war eine Aufforderung der Europäischen Kommission an die Mitgliedstaaten, im
3695 Rahmen des Projekts Europeana eigene Anstrengungen zur Digitalisierung und Bereitstellung
3696 kultureller und wissenschaftlicher Informationen zu unternehmen. Die DDB fungiert daher
3697 zugleich als zentraler nationaler Partner der Europeana und ermöglicht so eine umfassende
3698 Teilnahme deutscher Kultureinrichtungen an diesem europäischen Vorhaben.

3699

3700 Die DDB unterscheidet sich in wesentlichen Punkten von den gängigen Suchmaschinen.
3701 Anders als diese folgt die DDB keiner kommerziellen Logik. Das mit ihr verbundene
3702 Anliegen ist nicht die Maximierung von Klickzahlen, sondern höchste Qualität, Seriosität und
3703 Verlässlichkeit der Inhalte für Jedermann. Damit ermöglicht die DDB auch den Zugang zu
3704 Inhalten jenseits des Mainstreams. Zugleich werden durch semantische Bezüge unerwartete
3705 Inhalte erschlossen, was ein weiteres Alleinstellungsmerkmal der DDB darstellt.

3706 **3.2.4 Förderung digitaler Kulturgüter**

3707 **3.2.4.1 Musik**

3708 Die Förderung im Bereich der Rock-, Pop- und Jazzmusik durch die Bundesregierung ist im
3709 Gegensatz zum Filmbereich noch verhältnismäßig jung. Erst seit 2008 gibt es hierfür die
3710 Programme der *Initiative Musik*. Der durch die Digitalisierung hervorgerufene große
3711 strukturelle Wandel und dramatische Umbruch in der Musikwirtschaft liegt länger zurück, als
3712 es diese Förderung durch den Bund gibt. So wurde von Beginn an, die Förderung auf den
3713 aktuellen Ist-Stand abgestimmt. Heute können Gelder beantragt werden, die für die
3714 Produktion, Bewerbung, den Vertrieb und die Präsentation von Rock-, Pop- und Jazzmusik
3715 notwendig sind. Durch die Digitalisierung hat sich hier eine starke Veränderung ergeben,
3716 hinsichtlich dessen, was und in welchen Höhen gefördert wird.

3717

3718 Gerade in der Musik hat sich nicht nur das gesamte Aufnahme- und Distributionsverhalten
3719 durch die digitalen Strukturen und Möglichkeiten geändert, es hat sich ebenso die gesamte
3720 Wertschöpfungskette neu aufgestellt. Die Aufgaben der Unternehmen der Musikwirtschaft
3721 haben sich verändert, einige sind weggefallen und neue haben sich etabliert. Auch einzelne
3722 Kostenpositionen, die gefördert werden, im Produktionsbereich, im Bereich Presse- und
3723 Marketing inklusive des Vertriebs sind von den Auswirkungen der Digitalisierung stark
3724 betroffen. Was die Tour-Förderung betrifft, so sind die Kosten hier nach wie vor eher die
3725 klassischen geblieben (Reisekosten, Gagen etc.).

3726

3727 - Produktion:

3728 Statt Vinyl-Schallplatten und Tonbänder werden heute überwiegend CDs und auch digitale
3729 Veröffentlichungen unterstützt. Statt für Miet- und Personalkosten sind Zuschüsse nun im
3730 Bereich der Technikausstattung notwendiger. Ebenso werden die Einzelstückzahlen der
3731 Produktionen geringer, die Bandbreite der Angebote indes wird größer.

3732

3733 - Presse- und Marketing:

3734 Neben Radio-, TV- und Zeitschriftenpromotion spielt das Online-Marketing nun eine
3735 besondere Rolle. Dafür werden inzwischen pro CD-Veröffentlichung oft drei bis fünf
3736 Videoclips erstellt, die alle im internetüblichen MP3-Format produziert, aber nicht
3737 fernsehtauglich sind. Ein sogenanntes Electronic Press Kid (EPK) ist heute als elektronische
3738 Visitenkarte einer jungen Rock- der Pop-Band unerlässlich. Hinzu kommen eine eigene
3739 Internetpräsenz und Auftritte in Social Media-Umfeldern, wie beispielsweise Facebook. Vor
3740 diesem Hintergrund wird der Aufbau eines Corporate Design wichtig, der über die Identität
3741 auf der Bühne und auf dem Plattencover noch viel weitreichender die Botschaft der Band
3742 darstellen muss. Vom Banner bis zur Tour-Ankündigung muss alles gestylt und einheitlich
3743 präsentiert werden. Die Fanbase wird nicht mehr nur bei Konzerten, sondern auch über die
3744 Social Media-Plattformen als „Freunde“ aufgebaut und gepflegt. Die erfolgreiche US-
3745 amerikanische Sängerin und Songwriterin *Lady Gaga* beispielsweise unterrichtet ihre
3746 Millionen Fans auf Twitter nahezu im Minutentakt über ihr aktuelles Tun. Ebenso gehören
3747 heute neben der Musikpräsentation selbst begleitende Lightshows, unzählige Promotion-
3748 Auftritte und Merchandising-Produkte zur Selbstverständlichkeit in der Musikbranche. Auch
3749 sie müssen in Teilen mit gefördert werden.

3750

3751 - Vertrieb:

3752 Die Umsätze aus dem digitalen Vertrieb steigen kontinuierlich. Dazu gehören der Aufwand
3753 der Überwachung beziehungsweise des Controlling und die Abrechnung über Systeme wie
3754 finetunes, ZebraLution und so weiter. Junge Nachwuchsbands, die in anerkannten
3755 Digitalvertrieben nicht angenommen werden, bieten ihre Musik zum Teil über eigene
3756 Shopping- und Liefersysteme an.

3757

3758 - Förderung, Sponsoring und Mittelakquise:

3759 Die Förderanträge bei der *Initiative Musik* beispielsweise werden heute ausschließlich online
3760 gestellt. Das vereinfacht die Abwicklung sowie die Vergleichbarkeit und beschleunigt den
3761 Prozess (vom Antrag bis zur Bewilligung vergehen im Durchschnitt nur sechs Wochen; bei
3762 Förderungen bis etwa 5.000 Euro für Kurztouren kann dies sogar in drei Wochen entschieden
3763 werden). Auch die Entscheidungsfindung der Jury erfolgt rein digital. Dabei kann jedes
3764 Jurymitglied passwortgeschützt und ortsunabhängig seine Entscheidung papierlos treffen. Der
3765 Antrag, die Entscheidung sowie die Projektdokumentation und -abwicklung werden in einem
3766 System ohne Medienbrüche geführt. Diese digitale Förderabwicklung der *Initiative Musik* hat
3767 zu einem transparenten System, einer schnellen Umsetzung und einem papierlosen Büro
3768 geführt. Die dafür notwendigen technischen Voraussetzungen sind im Vergleich zur
3769 bisherigen Vorgehensweise allerdings um ein Vielfaches größer. Indes machen die
3770 vereinfachten Produktionsbedingungen aber dennoch nicht aus jedem Antragsteller einen
3771 Künstler, auch wenn sie oder er technisch gut ausgestattet ist. Der rein künstlerische, kreative
3772 Prozess kann zwar unterstützt, aber eben nicht ersetzt werden.

3773

3774 Bezogen auf die Förderabwicklung ist eine digitale Verwaltung ohne Medienbrüche
3775 vorteilhaft: Sie ist transparenter, schneller und fehlerfreier. Es kann auch zeitnäher reagiert

3776 werden. Zudem erleichtert sie den Künstlern den Zugang, den Mittelabruf und ihre eigene
3777 Dokumentation.

3778

3779 Die Auswahl der zu fördernden Künstler anhand unterschiedlichster Kriterien ist ebenfalls ein
3780 kreativer Prozess – auf der Basis von Wissen, Erfahrung und Gespür der Jurymitglieder. Zwar
3781 kann der Ablauf der Auswahl eines Künstlers formal durch digitale Medien unterstützt
3782 werden, nicht aber der Prozess der Entscheidung, welche Künstlerin oder welcher Künstler
3783 gefördert wird.

3784 **3.2.4.2 Buch**

3785 Das Buch ist ein anerkanntes Kulturgut und wird deshalb in zweierlei Hinsicht vom
3786 Gesetzgeber privilegiert.

3787

3788 Zum einen kommt der besondere Stellenwert für die Gesellschaft in der Anwendung des
3789 reduzierten Mehrwertsteuersatzes für gedruckte Bücher von sieben Prozent zum Ausdruck.
3790 Diese Steuerermäßigung sorgt dafür, dass Bücher zu vergleichsweise niedrigen Preisen für
3791 Leserinnen und Leser aus allen gesellschaftlichen Schichten erhältlich sind. Da es für den
3792 kulturellen Wert unerheblich ist, ob ein Buch in physischer oder digitaler Form gelesen oder
3793 gehört wird, ist nicht nachvollziehbar, dass diese Regelung nicht auch für E-Books und
3794 Hörbücher gilt.

3795

3796 Zum anderen unterliegen Bücher in jeder Form, also auch als digitale Versionen, der
3797 Buchpreisbindung. Verlage sind dazu verpflichtet, für ihre Neuerscheinungen verbindliche
3798 Preise (für das jeweilige Format, z.B. als Taschenbuch oder E-Book) festzusetzen. Dadurch
3799 zahlt der Kunde für ein Buch überall denselben Preis – ganz gleich, ob er es in einer kleinen
3800 Sortimentsbuchhandlung, einem großen Buchkaufhaus oder über das Internet kauft. Feste
3801 Ladenpreise tragen zum Erhalt einer intakten Buchhandelslandschaft bei, denn sie
3802 garantieren,

3803

3804 - dass kulturell wertvolle Bücher verlegt werden, die nicht von vornherein eine große
3805 Auflage erwarten lassen,

3806 - dass eine große Vielfalt und Zahl von Titeln lieferbar ist, die überall zum gleichen Preis
3807 erhältlich sind,

3808 - dass die Versorgung mit Büchern nicht nur in urbanen Zentren, sondern in der gesamten
3809 Fläche durch eine hohe Dichte breit sortierter Buchhandlungen gewährleistet ist,

3810 - dass es keine Preiskämpfe bei Bestsellern gibt, die kleinere und mittlere Sortimenter
3811 zwangsläufig verlieren würden,

3812 - dass es neben großen Verlagen auch eine Vielzahl von kleinen und mittleren Verlagen
3813 gibt, die wiederum einer Vielzahl von deutschen Autoren die Veröffentlichung ihrer
3814 Werke ermöglichen.

3815

3816 Verlage und Buchhandel unterliegen in Deutschland dem Buchpreisbindungsgesetz
3817 (BuchPrG). §§ 3, 5 BuchPrG verpflichtet Verlage, für den Verkauf von Büchern in

3818 Deutschland einen Verkaufspreis festzusetzen, den der Handel beim Verkauf an Endkunden
3819 einzuhalten hat. Dies gilt auch für fremdsprachige Bücher, sofern diese überwiegend für den
3820 Verkauf in Deutschland bestimmt sind. Importtitel aus dem EU Ausland unterliegen dagegen
3821 nicht der Preisbindung, es sei denn, es handelt sich um Umgehungsgeschäfte.

3822
3823 Über die Frage, ob die Buchpreisbindung auch auf E-Books anwendbar ist, besteht
3824 Unklarheit. Ausgangspunkt für die Diskussion ist die Vorschrift im BuchPrG, wonach die
3825 Preisbindungspflicht auch für Produkte gilt, die Bücher reproduzieren oder substituieren und
3826 als überwiegend verlags- oder buchhandelstypisch anzusehen sind. Diese Vorschrift kann
3827 unterschiedlich interpretiert werden. Die Argumente für und wider die Substituierbarkeit
3828 gedruckter Bücher durch E-Books sind dabei vielfältiger Natur.

3829
3830 Befürworter einer Preisbindung für E-Books stellen regelmäßig auf den Wortlaut, Sinn und
3831 Zweck des BuchPrG (Schutz des Buches als Kulturgut, flächendeckende Versorgung,
3832 Ermöglichung von Quersubventionierung kulturell wertvoller aber wirtschaftlich erfolgloser
3833 Titel) sowie die sog. CD-Rom-Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGH) ab. In letzterer
3834 bejaht der BGH die Preisbindungsfähigkeit für Textversionen von Fachzeitschriften auf CD-
3835 ROMs, die exakt dem zugrundeliegenden Printwerk entsprechen. Verfechter der Preisbindung
3836 bejahen die Substituierbarkeit zudem damit, dass E-Books aufgrund von Schrift, Lesbarkeit
3837 und Bildhaftigkeit dem Buch als „Archetypus“ eines jeden Verlagserzeugnisses entsprächen,
3838 von Verlagen produziert werden und über Verlage oder Buchhandlungen online vertrieben
3839 würden. Die Preisbindung helfe, Inhalt und intellektuelle Leistung unabhängig vom
3840 Ausgabeformat zu schützen, die Vielfalt der Produzenten und Anbieter von Büchern zu
3841 erhalten und einem massiven Preisverfall vorzubeugen. Ohne Preisbindung bestünde die
3842 Gefahr, dass im E-Book-Marktsegment oligopolistische oder gar monopolistische Strukturen
3843 entstünden, die sich auf die Vielfältigkeit und Verfügbarkeit des Angebots gedruckter Bücher
3844 auswirken würden.

3845
3846 Es werden allerdings auch Argumente gegen eine Preisbindung von E-Books vorgetragen. So
3847 haben sich die deutschen Gerichte bislang nicht zu der Frage geäußert, ob die Preisbindung
3848 für nicht-physische Werke gilt. Die CD-ROM Entscheidung des BGH lasse sich nach dieser
3849 Lesart nicht ohne weiteres auf E-Books übertragen. Im Gegensatz zu einer CD-ROM handele
3850 es sich nicht um physische Produkte, sondern um Downloads, die ausschließlich online und
3851 nicht stationär vertrieben werden. Als eng auszulegende Ausnahme vom kartellrechtlichen
3852 Grundsatz der freien Preisgestaltung sei die Preisbindung nur sehr restriktiv auf neue
3853 Produkte auszudehnen. Als weiteres Unterscheidungsmerkmal wird darauf abgestellt, dass
3854 sich E-Books von herkömmlichen Verlagserzeugnissen qualitativ durch ihre multimedialen
3855 Funktionalitäten, wie etwa Volltextsuche und digitale Lesezeichen, unterscheiden. Der Schutz
3856 des stationären Buchhandels zwecks flächendeckender Versorgung der Bevölkerung mit
3857 Büchern könne nicht als Schutzgrund gelten, da E-Books über das Internet jederzeit und
3858 überall verfügbar sind, und damit kulturelle Inhalte noch verfügbarer machten. Zudem ginge
3859 mit der Preisbindung die Gefahr einer Schlechterstellung deutscher Onlinebuchhändler
3860 gegenüber grenzüberschreitenden Angeboten aus dem Ausland einher. Die Frage nach der

3861 Geltung der Buchpreisbindung wird derzeit in verschiedenen europäischen Ländern und auf
3862 EU-Ebene diskutiert.

3863 **3.2.4.3 Film**

3864 Die gekannte Vielfalt des deutschen Films ist ohne Filmförderung nicht denkbar.
3865 Hauptakteure der Filmförderung in Deutschland sind die Filmförderungsanstalt (FFA), der
3866 Deutsche Filmförderfonds (DFFF), der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und
3867 Medien (BKM) sowie die Filmförderungen der Länder. Der Förderbereich deckt dabei alle
3868 Herstellungs- und Vertriebsstrukturen der Filmwirtschaft ab – von der Drehbuchförderung
3869 über die Produktions-, Postproduktions- und Absatzförderung bis hin zur
3870 Investitionsförderung mit Blick auf die Digitalisierung der Filmtheater, die Archivierung des
3871 Filmerbes sowie die Ausbildungs- und Forschungsförderung.

3872

3873 Die Filmförderung ist dabei von herausragender Bedeutung, um einerseits die kulturelle
3874 Vielfalt sowie die Qualität und Wirtschaftlichkeit des deutschen Films zu gewährleisten und
3875 andererseits – insbesondere durch die Länderförderungen – die filmische Infrastruktur des sich
3876 durch die Digitalisierung wandelnden Produktionsstandorts Deutschland zu sichern
3877 beziehungsweise auszubauen.

3878 **3.2.4.4 Weitere Branchen, neue Produktions- und Distributionsformen**

3879 Der vorangegangene Überblick über die Sparten Musik, Film und Buch informiert über die
3880 kreative Produktion dort, wo sich seit langer Zeit große industrieähnliche Strukturen
3881 herausgebildet haben und zeigt für diese Bereiche, die weiterhin einen Großteil der
3882 Kulturproduktion ausmachen, die durch die Digitalisierung bewirkten Veränderungen auf.

3883

3884 Daneben gibt es aber auch die Produktion von TV- und Rundfunkbeiträgen sowie zahlreiche
3885 kleinere Sparten oder Branchen im Kreativbereich einschließlich der Bildenden Kunst und
3886 neue, wenn auch noch wenig verbreitete Formen digitaler Produktion und Distribution, die im
3887 vorher stehenden Text beispielsweise bei der Selbstpublikation von Büchern nur angedeutet
3888 werden. Es ist zu konstatieren, dass die Möglichkeiten des Internets die Verwendung und
3889 Verwendbarkeit von Produktionsmitteln und den Marktzugang demokratisiert haben. Darin ist
3890 auch eine der wesentlichen Errungenschaften des Internets zu sehen. Dies ist ein zu
3891 begrüßender und wichtiger Aspekt, allerdings wird sich anhand des Marktes erst zeigen
3892 müssen, welche dieser diversen neuen Möglichkeiten auch nachhaltig wirtschaftlich sind.
3893 Weder sind in den vorangegangenen Absätzen alle Bereiche der Kreativwirtschaft abgedeckt,
3894 noch wird auf unabhängige Studien verwiesen – nicht zuletzt deshalb, weil diese in
3895 umfassender Form schlicht nicht vorliegen. Auch fehlen Betrachtungen zum nicht-
3896 privatwirtschaftlichen Bereich der Kulturproduktion und -distribution, sei es öffentlich-
3897 rechtlich oder im Bereich staatlicher Einrichtungen wie (Tanz-)Theatern oder Museen.

3898

3899 Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ hat in ihrem Schlussbericht im Jahr 2007
3900 die Kulturbranche in verschiedene Sektoren eingeteilt. Die oben behandelten Branchen zeigen

3901 dabei einen derzeit strukturell wichtigen Teil der Kreativwirtschaft (im Sinne
3902 erwerbswirtschaftlicher Tätigkeiten), ergeben aber keine erschöpfende Darstellung. Daneben
3903 definiert der Schlussbericht der Kultur-Enquete einerseits die bereits erwähnten Felder der
3904 Kulturproduktion in den Bereichen Staat und Zivilgesellschaft und trifft andererseits eine
3905 definitorische Unterscheidung dieser erwerbswirtschaftlichen Kreativproduktion von der
3906 Laienkultur, der dabei eine bedeutende Rolle zugewiesen wird, weil sie direkten Einfluss auf
3907 die Kreativwirtschaft hat. In diesem Zusammenhang heißt es im Schlussbericht aus dem Jahr
3908 2007: „Mit dieser inhaltlichen Begriffsbestimmung erkennt die Enquete-Kommission den
3909 Wert jedes einzelnen Künstlers und Kreativen an, unabhängig davon, ob seine Leistung – im
3910 Sinne eines Kulturwirtschaftsberichtes – messbar ist oder nicht.“²⁹⁸

3911
3912 Eine umfassende Würdigung der Veränderungen im Bereich der Kulturproduktion und
3913 -distribution sollte all diese Punkte behandeln, was aktuell vor dem Hintergrund des
3914 gedrängten Zeitplans der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft und
3915 aufgrund der dafür noch notwendigen Forschungsarbeit allumfassend nicht möglich war.
3916

3917 **3.3 Einkommenssituation und soziale Lage Kulturschaffender**

3918 Im Rahmen der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft wurden keine
3919 speziellen Untersuchungen, Befragungen oder Expertenanhörungen zur Einkommenssituation
3920 und sozialen Lage Kulturschaffender und deren Veränderung im Zuge der Digitalisierung
3921 durchgeführt. Die Bestandsaufnahme kann sich also nur auf die Ergebnisse vorhandener
3922 Untersuchungen und der öffentlichen Debatte zu diesem Themenfeld stützen. Ausgewertet
3923 wurden auch Ergebnisse der parlamentarischen Arbeit, insbesondere des Ausschusses für
3924 Kultur und Medien in dieser Legislaturperiode.

3925 **3.3.1 Forschungsstand**

3926 Die Einkommenssituation und soziale Lage Kulturschaffender ist ein komplexes Themenfeld,
3927 zu dem auch diverse Studien und Untersuchungen vorliegen. Die Veränderungen, die sich mit
3928 der digitalen Revolution in den Arbeits- und Lebensbedingungen von Kulturschaffenden und
3929 ihrer sozialen Lage vollziehen, sind auf dem jetzigen Stand der Forschung dennoch nur
3930 schwer zu beschreiben. Es gibt bislang erst einige wenige Untersuchungen, die sich speziell
3931 mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf das kulturelle Schaffen beschäftigen. Eine
3932 dieser Erhebungen ist die Studie *Arbeit 2.0 – Urheberrecht und kreatives Schaffen in der*
3933 *digitalen Welt.*²⁹⁹ Darin wurde für den Zeitraum von 2007 bis 2009 die urheberrechtliche
3934 Erwerbsarbeit in fünf Schlüsselbranchen (Film, Musikwirtschaft, Games, kreative
3935 Internetwirtschaft und Presse) untersucht.
3936

²⁹⁸ Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, S. 343. Online abrufbar unter:
<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/070/1607000.pdf>

²⁹⁹ Vgl.: Arbeit 2.0 - Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt. Eine Untersuchung zu urheberrechtlicher Erwerbsarbeit in fünf Schlüsselbranchen. Ein Projekt vom Institut für Informatik der Humboldt-Universität zu Berlin in Zusammenarbeit mit iRights.info, Berlin: 2009.

3937 Zwar sind in den letzten Jahren eine ganze Reihe von Untersuchungen zu den Veränderungen
3938 in der Erwerbsarbeit generell wie auch zur sozialen Lage von Kreativen in den einzelnen
3939 Branchen entstanden, namentlich beispielsweise zur Entwicklung der Kultur- und
3940 Kreativwirtschaft. In diesen Studien sind teilweise auch Aussagen zu den Auswirkungen der
3941 Digitalisierung enthalten. Eine zusammenfassende Untersuchung oder wertende Übersicht
3942 vorhandener Einzelergebnisse zur Gesamtproblematik aber fehlt, was die Bestandsaufnahme
3943 (für dieses Kapitel) erschwert.

3944
3945 Aufschlüsse allerdings kann auch die öffentliche Debatte geben, die sich gerade in jüngerer
3946 Zeit verstärkt diesem Thema widmete. Das Thema Digitalisierung ist schon länger in der
3947 kulturpolitischen Diskussion. Der Deutsche Kulturrat fasste seine diversen Stellungnahmen
3948 des letzten Jahrzehnts sowie die in der Zeitschrift Politik & Kultur zu diesem Thema
3949 erschienenen Artikel im Jahre 2010 in der Publikation *Digitalisierung: Kunst und Kultur*
3950 *2.0*³⁰⁰ zusammen.

3951
3952 Im Jahr 2011 war der 6. Kulturpolitische Bundeskongress der Kulturpolitischen Gesellschaft
3953 dem Thema Digitalisierung gewidmet. Die Ergebnisse sind im *Jahrbuch für Kulturpolitik*
3954 *2011*³⁰¹ zusammengefasst. Der Kongress und die nachfolgende Publikation haben die
3955 Bandbreite von Themen, die noch zu bearbeiten sind und den politischen Handlungsbedarf
3956 verdeutlicht, dabei richtete sich der Fokus aber wiederum nicht speziell auf die Lage der
3957 Kreativen.

3958
3959 Die Diskussion zum Thema Digitalisierung und ihre Folgen für den Kulturbereich wird bis
3960 heute sehr kontrovers geführt. Chance oder Gefahr – die Bewertung wechselt je nach
3961 Akteuren. Auch die Folgen für die Lage der Kreativen werden höchst unterschiedlich
3962 bewertet. Lösungen, die den Interessen der verschiedenen Akteursgruppen gerecht werden
3963 könnten, sind erst in Ansätzen entwickelt.

3964
3965 Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages, die sich
3966 zwischen 2003 und 2007 ausführlich mit der wirtschaftlichen und sozialen Lage von
3967 Kulturschaffenden befasste³⁰², hat das Thema Digitalisierung zwar mit berührt, aus
3968 verschiedenen Gründen aber nicht zum Gegenstand ihrer Untersuchungen gemacht. Sie hat
3969 wichtige Befunde zur sozialen Situation von Kreativen formuliert und daraus zahlreiche
3970 Handlungsempfehlungen an die Politik abgeleitet, die in der Mehrzahl auch heute noch ihre
3971 Gültigkeit haben. Sie hat aber keine neue Erhebung zur sozialen Lage von Künstlerinnen und
3972 Künstlern durchgeführt. Die letzte große empirische Untersuchung zur sozialen und

³⁰⁰ Vgl.: *Digitalisierung: Kunst und Kultur 2.0*. Zimmermann, Olaf / Geißler, Theo (Hrsg.): Nachdruck von Beiträgen aus *Politik & Kultur*, der Zeitung des Deutschen Kulturrates, Berlin: 2010.

³⁰¹ Vgl.: *Jahrbuch für Kulturpolitik 2011. Thema Digitalisierung und Internet*. Hrsg. Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft. Essen: 2011.

³⁰² Vgl.: *Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007*. Bundestagsdrucksache 16/7000, S. 229f. und 287f.

3973 wirtschaftlichen Lage von Künstlern und deren Stellung in der Gesellschaft stammt aus den
3974 1970er Jahren.³⁰³

3975
3976 Im Zuge der Einsetzung der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ waren
3977 verschiedentlich auch Erwartungen formuliert worden, ob es nicht an der Zeit sei, 30 Jahre
3978 nach dem Erscheinen des sogenannten Künstlerberichts, eine Neuauflage des Künstlerreports
3979 zu erarbeiten. Aufschlussreich ist die im Abschlussbericht enthaltene Begründung, warum die
3980 Enquete-Kommission dies nicht getan hat: „Das Tätigkeitsfeld und Berufsbild von Künstlern
3981 hat sich im Verlauf der vergangenen 30 Jahre verändert. Die westlichen Gesellschaften
3982 befinden sich in Folge globaler und technologischer Umbruchsituationen (zum Beispiel
3983 Digitalisierung) in einem höchst dynamischen Prozess des Strukturwandels. Auch
3984 künstlerische Arbeit, Produktion, Distribution, Verwertung und Rezeption sind in
3985 erheblichem Maße von der Erweiterung und Verdichtung wirtschaftlicher, kommunikativer
3986 und technischer Netzwerke durchdrungen. Nicht mehr nur Güter und Personen, sondern
3987 Waren, Symbole, Kapital und Informationen aller Art zirkulieren weltweit. Vor diesem
3988 Hintergrund hätte das Untersuchungsdesign eines repräsentativen Künstlerberichtes heute
3989 andere Fragen zu stellen und methodisch so vorzugehen, dass es entsprechende
3990 Verschiebungen der Tätigkeitsfelder und Einkommensarten sowie der Selbst- und
3991 Fremdeinschätzung von Künstlern zu Beginn des 21. Jahrhunderts hätte darstellbar machen
3992 müssen.“³⁰⁴

3993
3994 In dieser Begründung ist nicht nur der sich vollziehende radikale Umbruch in den
3995 Bedingungen künstlerischer Arbeit treffend beschrieben. Es sind auch die Schwierigkeiten
3996 benannt, mit denen es die Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft nun bei
3997 dem Versuch zu tun hat, die Veränderungen der sozialen Situation von Kreativen im Rahmen
3998 der Digitalisierung zu analysieren und daraus Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

3999
4000 Wer ist heute ein Künstler, wer ein Kreativer? Wer ist ein Kulturschaffender? Schon diese
4001 Fragen sind angesichts des Wandels dieser Berufsfelder nicht einfach zu beantworten. Und
4002 wo sind die Betroffenen tätig, wo verdienen sie ihr Geld – auf dem freien Markt? In
4003 öffentlichen Institutionen? Durch öffentliche Kulturförderung? In Arbeits- und
4004 Beschäftigungsmaßnahmen oder als Empfänger von Sozialhilfe? Möglicherweise auch
4005 wechselnd in allen diesen Bereichen? Wie ist ihr Status – sind sie fest angestellt, frei,
4006 selbstständig, unständig oder jeweils wechselnd beschäftigt? All dies ist aktuell nicht mehr
4007 ohne Weiteres zu klären.

4008
4009 Das gilt auch für folgende Fragen: Wie wirkt sich die Digitalisierung auf das Einkommen der
4010 Betroffenen aus? Hat es eventuell gravierende Einkommensverluste bei den Kreativen
4011 gegeben, weil nun vieles auch frei, zum Teil auch illegal verfügbar im Netz zu haben ist?

³⁰³ Vgl.: Bericht der Bundesregierung über die wirtschaftliche und soziale Lage der künstlerischen Berufe vom 13. Januar 1975. Künstlerbericht, Bundestagsdrucksache 7/3071.

³⁰⁴ Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007. Bundestagsdrucksache 16/7000, S. 229.

4012 Oder hat die prekäre soziale Situation von Kreativen, die teilweise nicht erst seit heute
4013 konstatiert wird, auch andere Ursachen?

4014

4015 Als sicher gilt, dass sich gravierende Veränderungen bei der Verwertung kultureller Angebote
4016 und Leistungen vollziehen, die auch Auswirkungen auf die Einkommenssituation und soziale
4017 Lage von Künstlern, Kreativen und anderen Kulturschaffenden haben. Nur schwer zu
4018 unterscheiden aber ist, was davon Folgen der Digitalisierung, was Konsequenzen anderer
4019 gesellschaftlicher Prozesse – wie der Globalisierung, der Finanz- und Wirtschaftskrise und
4020 ihren Auswirkungen im Kulturbetrieb – sind, die sich nicht zuletzt in einer fortschreitenden
4021 Privatisierung dieses Bereiches zeigen.

4022

4023 Alle diese offenen Fragen konnten im Rahmen der Enquete-Kommission Internet und digitale
4024 Gesellschaft nicht hinreichend geklärt werden. Es zeigt sich die Notwendigkeit, die Folgen
4025 der Digitalisierung für den Kulturbereich und die soziale Lage von Kulturschaffenden im
4026 Kontext genereller Veränderungen in der Arbeits- und Lebenswelt von Kulturschaffenden wie
4027 auch der Nutzerinnen und Nutzer ihrer Angebote genauer zu untersuchen.

4028 **3.3.2 Zusammenfassung der Ergebnisse**

4029 Nach erster Sichtung der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeiten und der öffentlichen
4030 Diskussion zur sozialen Lage von Kulturschaffenden sowie zum Einfluss der Digitalisierung
4031 auf den Kulturbereich lässt sich festhalten:

4032

4033 Die soziale Lage von Kulturschaffenden in den einzelnen Sektoren und Sparten ist
4034 differenziert zu bewerten. Die Situation der selbstständig und freiberuflich tätigen
4035 Künstlerinnen und Künstler ist nach wie vor als überwiegend prekär einzustufen. Die
4036 Zuspitzung ihrer Lage in den letzten Jahren ist im Kontext eines allgemeinen Wandels der
4037 Arbeitsgesellschaft und einer fortschreitenden Privatisierung im Kulturbereich zu betrachten.
4038 Die Folgen der Digitalisierung im Hinblick auf die Einkommenssituation und die soziale Lage
4039 von Kulturschaffenden sind ambivalent.

4040

4041 Zum einen haben sich dadurch neue Berufsfelder, Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten für
4042 Künstlerinnen und Künstler und andere Kulturschaffende eröffnet – so etwa in der schnell
4043 wachsenden Kultur- und Kreativwirtschaft. Es sind aber auch ganz neue Berufsgruppen erst
4044 im Zuge der Digitalisierung entstanden. Die Möglichkeiten selbstbestimmter, von Zeit und
4045 Ort eines festen Arbeitsplatzes unabhängiger Tätigkeit haben sich vergrößert. All dies hat
4046 auch zu einem Zustrom von Kreativen in diesen Bereich geführt. Ebenso gewachsen sind die
4047 Möglichkeiten der Verbreitung und der Werbung für ihre Produkte beziehungsweise
4048 Leistungen und damit gleichsam die Chancen der „Selbstvermarktung“. Allerdings bedingen
4049 die vereinfachten Produktionsbedingungen und der nicht zuletzt dadurch steigende Zustrom
4050 an Kreativen auch eine wesentlich größere Konkurrenz um die Aufmerksamkeit des
4051 Publikums. Weiter ist festzuhalten, dass die Kreativen, die ohne Hilfe von Verwertern zu
4052 besonderer Bekanntheit und finanziellem Auskommen gelangt sind, derzeit die Ausnahme
4053 bilden. Für einige der Kreativen hat das eine Verbesserung ihrer Einkommenssituation und

4054 sozialen Lage gebracht – auch im freien Bereich. Ebenso sind neue feste Arbeitsplätze
4055 entstanden.
4056
4057 Zugleich aber hat die Digitalisierung auch das Wachstum des privatwirtschaftlichen
4058 Kultursektors im Vergleich zum öffentlichen befördert – hierbei muss aber auch betont
4059 werden, dass die Digitalisierung nur ein Element von vielen ist und den Wandel nicht (allein)
4060 ausgelöst hat. Dadurch haben sich die sozialen Risiken für Kulturschaffende vergrößert.
4061 Insbesondere für den stetig steigenden Anteil von Selbstständigen hat sich die wirtschaftliche
4062 und soziale Lage in den letzten Jahren mehrheitlich verschlechtert. Sie ist von zunehmender
4063 Unsicherheit des Arbeitsplatzes sowie geringen und schwankenden Einkünften
4064 gekennzeichnet. Die ausgewerteten Studien legen nahe, dass die Schere zwischen jenen, die
4065 gut verdienen und jenen, die von ihrer Arbeit im Kulturbereich nicht leben können größer
4066 geworden ist. Im Rahmen der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung
4067 wird von einem Defizit an unternehmerischer Qualifikation ausgegangen und die ergriffenen
4068 Maßnahmen versuchen auch auf dieser Ebene Abhilfe zu organisieren.³⁰⁵
4069
4070 Insbesondere der Monitoring-Bericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur-
4071 und Kreativwirtschaft des Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie von 2010 legt
4072 nahe, dass als deutlicher Trend im Kulturbereich insgesamt eine Abnahme der abhängigen,
4073 sozial abgesicherten Beschäftigungsverhältnisse bei gleichzeitiger Zunahme der
4074 Selbstständigkeit und verschiedenen prekären Beschäftigungsformen auszumachen ist³⁰⁶.
4075 Hybride Erwerbstätigkeiten, ein ständiger Wechsel zwischen selbstständiger und abhängiger
4076 Beschäftigung oder auch eine gleichzeitige Ausübung beider Erwerbsformen, nehmen zu.
4077 Projektbezogene Beschäftigung, in der Regel befristet und unstetig, wird immer mehr zur
4078 Normalität.³⁰⁷ Hierzu hat auch die Projektgruppe „Wirtschaft, Arbeit, Green IT der
4079 Enquetekommission in ihrem Zwischenbericht Ausführungen gemacht.³⁰⁸
4080

³⁰⁵ So bieten beispielsweise das Kompetenzzentrum in Eschborn als Teil der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung sowie die acht Regionalbüros als Ansprechpartner vor Ort Existenzgründerinnen und -gründern, Selbstständigen und Unternehmen der Kultur- und Kreativwirtschaft individuelle Orientierungsberatungen, Sprechstage und Möglichkeiten zur regionalen Vernetzung an. Das Team des Kompetenzzentrums versteht sich als Partner der Kultur- und Kreativwirtschaft, um ihr Gesicht und Gewicht zu geben. Siehe dazu: <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Navigation/Information-und-Beratung/kompetenzzentrum.html>, Zugriff: 17.1.2013

³⁰⁶ Vgl.: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie – Kurzfassung, Berlin: 2012, S. 4 und 11.

³⁰⁷ Vgl.: Fonds Darstellende Künste (Hrsg.): Report Darstellende Künste. Essen: 2010; Manske, Alexandra: Kreative als neue Unternehmertypen. Zum erwerbsstrukturellen Wandel der Kultur- und Kreativwirtschaft am Beispiel der Designwirtschaft. Abschlussbericht für die Hans-Böckler-Stiftung Berlin: 2011; Manske, Alexandra / Schnell, Christiane: Arbeit und Beschäftigung in der Kultur- und Kreativwirtschaft. In: Böhle, Fritz / Voß, Günter G. / Wachtler, Günther (Hrsg.): Handbuch Arbeitssoziologie. Wiesbaden: 2010; Haak, Caroll: Wirtschaftliche und soziale Risiken auf den Arbeitsmärkten von Künstlern. Wiesbaden: 2008.

³⁰⁸ Vgl. dort S. 130 Zeile 4954f.?

4081 **3.3.3 Beschäftigung und Einkommenssituation**

4082 Der Arbeitsmarkt Kultur wird in der jüngeren Zeit als Boom-Branche mit noch erheblichem
4083 Entwicklungspotenzial betrachtet. Der Anstieg der Zahlen der Erwerbstätigen der letzten
4084 Jahre insbesondere in der Kultur- und Kreativwirtschaft legt diesen Schluss nahe. Mit Blick
4085 auf die abhängig Beschäftigten liegt die Kultur- und Kreativwirtschaft derzeit in etwa
4086 gleichauf mit den Beschäftigten in der Automobilindustrie.³⁰⁹ Zwar musste im jüngsten
4087 Bericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010
4088 erstmals eine Stagnation des Wachstums der Erwerbstätigkeit und der Anzahl von
4089 Unternehmen konstatiert werden. Erste Eckdaten für das Jahr 2011 zeigten aber an, dass auch
4090 der Beschäftigungsmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft wieder zulege. Sollte sich der
4091 derzeitige Trend bestätigen, würde dieser Wirtschaftsbereich sogar etwas schneller wachsen
4092 als die bundesdeutsche Gesamtwirtschaft.³¹⁰

4093
4094 Was bedeutet dieses Wachstum aber für die soziale Lage und Einkommenssituation von
4095 Kulturschaffenden? Hier ist zunächst auf deutliche Unterschiede hinzuweisen, die zwischen
4096 den Beschäftigten in öffentlichen Einrichtungen und jenen bestehen, die sich im privaten oder
4097 frei-gemeinnützigen Sektor bewegen. Dabei ist allerdings festzustellen, dass Kreative
4098 zunehmend in allen drei Sektoren tätig sind und die Grenzen zwischen diesen Sektoren immer
4099 durchlässiger werden.

4100
4101 Eine Tatsache ist, dass sich der Kulturbetrieb in den letzten 30 Jahren entscheidend verändert
4102 hat. Neben die öffentlichen Einrichtungen ist ein breites Feld von frei-gemeinnützigen
4103 Vereinen, Verbänden und Initiativen mit ihren kulturellen Projekten und Angeboten getreten,
4104 in denen Künstler und Kulturschaffende teils ehrenamtlich arbeiten, teils projektbezogen oder
4105 auf Honorarbasis beschäftigt sind. Da es für diese Träger im freien Bereich in der Regel keine
4106 institutionelle Förderung gibt, ist Arbeit ohne Entgelt beziehungsweise in kurzfristigen
4107 Projekten an der Tagesordnung. Ebenso ist der öffentliche Kultursektor immer deutlicher von
4108 der Finanzkrise öffentlicher Haushalte betroffen. Dort, wo Projektmittel nicht mehr
4109 ausreichen oder knapper werden, schlägt sich das auch in den Honorargrößenordnungen der
4110 Künstlerinnen und Künstler nieder. Das trifft nicht nur auf den freien Bereich, sondern auch
4111 auf die Institutionen zu.

4112
4113 Für den öffentlichen Bereich sollte angenommen werden, dass es sich dort in der Regel um
4114 feste, ausfinanzierte Stellen handelt, die ein existenzsicherndes Einkommen gewährleisten.
4115 Das ist aber immer weniger der Fall, sind doch in den letzten Jahren viele der festen Stellen in
4116 den öffentlichen Einrichtungen abgebaut worden. Ganze Aufgabenkomplexe wurden in den
4117 privaten Bereich ausgelagert. Die Beschäftigung in den öffentlichen Einrichtungen hat sich
4118 diversifiziert – neben fest angestellten sind zahlreiche befristet oder unständig Beschäftigte,
4119 auf Honorarbasis und auf Projektdauer beziehungsweise Produktionsdauer Beschäftigte tätig.

³⁰⁹ Vgl.: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Hrsg.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie – Kurzfassung, Berlin: 2012, S. 7.

³¹⁰ Vgl. Ebd. S. 11; Vgl. auch: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Auftraggeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Auftragnehmer: Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln: 2010. Langfassung S. 109f.

4120 Der unbefristete Arbeitsvertrag stellt zunehmend eine Ausnahme dar. Auch in Hinsicht auf
4121 die Annahme, dass die Einkommen der Angestellten existenzsichernd sind, ist Vorsicht
4122 geboten, werden doch die tariflichen Regelungen zunehmend durch Haustarifverträge
4123 unterlaufen.

4124

4125 Insgesamt ist im Kulturbereich ein Rückgang an abhängigen Beschäftigungsverhältnissen bei
4126 einem gleichzeitigen Anstieg von selbstständiger Erwerbsarbeit zu verzeichnen.
4127 Arbeitsplatzunsicherheit und geringe Einkünfte sind die Folge. Für den Bereich der
4128 darstellenden Künste hat *Carroll Hack* diese Entwicklung in ihrem Gutachten zur
4129 sozioökonomischen Lage der darstellenden Künstler im Auftrag des Beauftragten der
4130 Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) im Jahr 2009 nachvollzogen. Ihre
4131 Zusammenfassung lautet: „Die Ergebnisse des Gutachtens zeigen, dass der Abbau der
4132 abhängigen Beschäftigungsverhältnisse von darstellenden Künstlern weiter voranschreitet.
4133 Umgekehrt ist eine stetige Zunahme an Selbständigkeit in diesen Sektoren zu beobachten.
4134 Arbeiteten im Jahr 2005 noch 16.550 darstellende Künstler in abhängiger Erwerbsarbeit, so
4135 reduzierte sich die Anzahl der Beschäftigungsverhältnisse innerhalb eines Jahres um nahezu
4136 1.000 Verträge, bei gleichzeitigem Anstieg Alleinselbständiger von 13.500 auf 16.550. Die
4137 Anteile von darstellenden Künstlern in Alleinselbständigkeit liegen im Jahr 2006 bereits über
4138 der Hälfte der erwerbstätigen Künstler in diesen Berufsgruppen.“³¹¹

4139

4140 Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ hat auch in Bezug auf die Beschäftigung
4141 im Kulturbereich und die tarif- und arbeitsrechtliche Situation der Künstler- und Kulturberufe
4142 wichtige Befunde zusammengetragen, die die obige Darstellung der Situation im
4143 Kulturbereich stützen.³¹² Eine aktuelle Übersicht der Beschäftigungsformen und der
4144 Einkommenssituation im öffentlichen Kulturbetrieb in Bund, Ländern und Kommunen gibt es
4145 derzeit aber nicht.³¹³

4146

4147 Der Deutsche Kulturrat erarbeitet derzeit im Auftrag des Beauftragten der Bundesregierung
4148 für Kultur und Medien eine Untersuchung zum Arbeitsmarkt Kultur sowie zur sozialen und
4149 wirtschaftlichen Lage der Künstler, in der die Veränderungen in den Erwerbsformen in den
4150 vergangenen zehn Jahren in den Blick genommen werden – auch im Hinblick auf die Rolle
4151 der Digitalisierung. Die Untersuchung liegt zurzeit noch nicht vor und konnte deshalb nicht in
4152 die Bestandsaufnahme einfließen.

4153

4154 Gerade erschienen ist eine Zusammenstellung von Artikeln der letzten Jahre aus der
4155 Zeitschrift *Politik & Kultur* zum Thema Arbeitsmarkt Kultur, in denen die Veränderungen in

³¹¹ Vgl.: Haak, Carroll: Die Arbeitsmärkte der darstellenden Künstler. Arbeitsplatzunsicherheit und geringe Einkünfte. In: Kulturpolitische Mitteilungen Heft 125, II 2009, S. 30-31.

³¹² Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007. Bundestagsdrucksache 16/7000, insbesondere S. 244-251 und 286-297.

³¹³ Zuletzt antwortete die Bundesregierung im Oktober 2011 auf eine kleine Anfrage in dieser Sache, dass ihr „keine konkreten Zahlen“ vorlägen. Vgl. Bundestagsdrucksache 17/7438.

4156 den einzelnen künstlerischen Sparten und daraus resultierende Forderungen des Deutschen
4157 Kulturrates für die Kultur- und Sozialpolitik beschrieben werden.³¹⁴

4158 **3.3.4 Daten zu den Erwerbstätigen in den verschiedenen Sektoren des Kulturbereichs**

4159 Aufschluss über Veränderungen in der Erwerbstätigkeit, die Gewichte der verschiedenen
4160 Sektoren und ihre Wechselwirkungen gibt das Forschungsgutachten zum öffentlich
4161 geförderten, intermediären und privaten Kultursektor vom August 2012.³¹⁵

4162 **3.3.4.1 Anzahl der Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren**

4163 Laut dieser Studie waren im Jahr 2008 von den insgesamt 37,7 Millionen Erwerbstätigen in
4164 der Gesamtwirtschaft etwa 1,7 Millionen Erwerbstätige (3,8 Prozent) in den drei
4165 Kultursektoren, also im öffentlich geförderten Kultursektor, im intermediären Kultursektor
4166 und in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig (ohne Doppelzählungen etwas mehr als 1,4
4167 Millionen Erwerbstätige).³¹⁶

4168
4169 Etwa 90 Prozent dieser Erwerbstätigen waren im privaten Sektor, das heißt in der Kultur- und
4170 Kreativwirtschaft, angesiedelt. Bei alleiniger Betrachtung der Kultursparten und unter
4171 Ausblendung derjenigen, die zur Kreativwirtschaft gezählt werden (Werbemarkt, Software-
4172 Games-Industrie), erhöht sich der Anteil der Erwerbstätigen im öffentlich geförderten und
4173 intermediären Kultursektor an allen Kultursektoren auf einen Anteil von 17,4 Prozent.³¹⁷

4174
4175 Von den insgesamt rund eine Million Erwerbstätigen der Kultursparten in allen drei Sektoren
4176 waren 181.175 im öffentlichen und intermediären Kultursektor und 862.086 im privaten
4177 Kultursektor beschäftigt³¹⁸. Besonders hohe Anteile des öffentlich geförderten und
4178 intermediären Kultursektors an den Erwerbstätigen haben die Sparten Kunst (67 Prozent),
4179 Rundfunk (49 Prozent), Darstellende Kunst (46 Prozent), Sonstiges (46 Prozent) sowie Musik
4180 (43 Prozent). In diesen Sparten steht durchschnittlich etwa ein Beschäftigter des öffentlich
4181 geförderten und intermediären Kultursektors einem Beschäftigten im privatwirtschaftlichen
4182 Sektor gegenüber.³¹⁹

4183
4184 Insgesamt gab es im Jahre 2008 in der Kultur- und Kreativwirtschaft rund 1,3 Millionen
4185 Erwerbstätige, etwa 635.000 Personen davon können den kreativwirtschaftlichen Teilmärkten
4186 zugeordnet werden (42 Prozent der Beschäftigten der Querschnittsbranche). Von den 862.086

³¹⁴ Vgl.: Arbeitsmarkt Kultur: Vom Nischenmarkt zur Boombranche. Zimmermann, Olaf / Geißler, Theo (Hrsg.): Nachdruck von Beiträgen aus Politik & Kultur, der Zeitung des Deutschen Kulturrates, Berlin: 2012.

³¹⁵ Vgl.: Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor – Wirkungsketten, Interdependenzen, Potentiale. Forschungsgutachten für den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien BKM. Endbericht. Auftragnehmer STADTart, Dortmund in Kooperation mit dem Institut für Kulturpolitik Bonn/Dortmund: 2012.

³¹⁶ Ebenda S. 50.

³¹⁷ Ebenda S. 51.

³¹⁸ Ebenda S. 50, vgl. Übersicht 3.5.1.

³¹⁹ Ebenda S. 51.

4187 Erwerbstätigen in der Kulturwirtschaft waren 497.000, also fast 58 Prozent, in der
4188 Designwirtschaft, auf dem Architektur- oder dem Pressemarkt tätig.³²⁰

4189 **3.3.4.2 Struktur der Erwerbstätigkeit**

4190 Die Erwerbstätigen in der Kultur- und Kreativwirtschaft setzen sich aus
4191 sozialversicherungspflichtig und geringfügig entlohnten Beschäftigten (ausschließlich im
4192 Nebenjob) sowie Selbstständigen (hier nur Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als
4193 17.5000 Euro) zusammen. Von den 862.086 Erwerbstätigen in der Kulturwirtschaft waren
4194 laut der Studie 445.645 sozialversicherungspflichtig beschäftigt, 210.992 geringfügig entlohnt
4195 Beschäftigte und 205.449 Selbstständige beziehungsweise Unternehmen. Der Anteil der
4196 Selbstständigen war am höchsten in den Teilmärkten Kunstmarkt (62 Prozent),
4197 Rundfunkwirtschaft (43 Prozent) und in dem Markt für Darstellende Künste (35 Prozent).³²¹

4198
4199 Nach Schätzung auf der Basis des Mikrozensus sind etwa 126.000 Erwerbstätige des
4200 Öffentlichen Dienstes im Bereich Kultur und Kreativität tätig, davon knapp 15.000 Beamte.
4201 Insgesamt 123.000 dieser Erwerbstätigen gehen dabei einer Beschäftigung im Bereich Kultur
4202 nach.³²²

4203
4204 Die angeführten Zahlen belegen das hohe Gewicht des privaten Kultursektors hinsichtlich der
4205 Beschäftigung und die Notwendigkeit auch diesen privaten Bereich in den Blick zu nehmen,
4206 wenn es um politische Handlungsempfehlungen geht. Politische Einflussnahme kann sich
4207 dabei aber nicht allein auf den öffentlichen Bereich beschränken, sondern muss in stärkerem
4208 Maße auch die Wechselwirkungen zwischen den verschiedenen Sektoren und der
4209 Gesamtwirtschaft im Blick haben.

4210 **3.3.4.3 Mehrfachbeschäftigung**

4211 Etwas widersprüchlich sind die Angaben zur Mehrfachbeschäftigung. Insgesamt etwa vier
4212 Prozent der Erwerbstätigen in den drei Kultursektoren in der Sparte Kultur waren mehrfach
4213 beschäftigt, davon ein Drittel in einem der drei Kultursektoren, rund zwei Drittel außerhalb.³²³
4214 Annähernd 12 Prozent der mehrfach beschäftigten Erwerbstätigen, die ihrer ersten
4215 Erwerbstätigkeit in anderen Wirtschaftsbranchen nachgehen (ca. 150.000 Erwerbstätige),
4216 waren in ihrer zweiten Erwerbstätigkeit in einem der drei Kultursektoren tätig.³²⁴ Die Autoren
4217 der Studie rechnen zukünftig mit einer weiteren Zunahme von Mehrfachstätigkeiten. Gründe
4218 dafür seien ein absehbar weiterer Rückgang an Dauer- und Vollzeitarbeitsplätzen für diese
4219 Gruppe in allen drei Kultursektoren.³²⁵

³²⁰ Ebenda S. 51 und Übersicht 3.5.2, S. 52.

³²¹ Vgl.: Ebd., S. 52.

³²² Vgl.: Ebd., S. 26 und S. 54f, vgl. Übersichten 3.5.3. und 3.5.4.

³²³ Vgl.: Ebd., S. 54, vgl. Übersicht 3.5.5., S. 55.

³²⁴ Vgl.: Ebd., S. 55.

³²⁵ Vgl.: Ebd., S. 152.

4220 **3.3.4.4 Anteil der Selbstständigen**

4221 Auch der aktuelle Bericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und
4222 Kreativwirtschaft 2010 belegt das hohe Gewicht des privaten Bereichs und den großen Anteil
4223 an Selbstständigen im Kultursektor. Im Hinblick auf die Zahl der Selbstständigen ragt die
4224 Kultur- und Kreativwirtschaft mit einem Anteil von 25 Prozent an der Gesamtzahl der
4225 Erwerbstätigen im Branchenvergleich der Gesamtwirtschaft deutlich hervor.³²⁶ Im
4226 Kultursektor liegt der Anteil noch höher.

4227

4228 In einem speziellen Abschnitt wird in diesem Bericht in Abweichung des bisherigen Ansatzes
4229 des Kultursektors nach dem Drei-Sektoren-Modell auf das kulturpolitisch relevante neue
4230 Modell des UNESCO-Framework 2009 (FCS) abgehoben, das sich an der weiten UNESCO-
4231 Kulturdefinition orientiert. Für den Markt der Erwerbstätigen ergibt sich danach folgendes
4232 Bild: „Der Kultursektor umfasst in Deutschland im Jahr 2009 ein Erwerbstätigenvolumen von
4233 insgesamt 1,5 Millionen Personen und erreicht damit einen Anteil an allen Erwerbstätigen
4234 von 3,8 Prozent. Davon arbeiten rund 480.000 als Selbstständige und rund 1 Million als
4235 abhängig Beschäftigte.“³²⁷ Der Anteil der Selbstständigen im Kultursektor liegt demnach bei
4236 rund 32 Prozent und umfasst damit nahezu ein Drittel der Erwerbstätigen des gesamten
4237 Sektors.

4238

4239 Bei den Selbstständigen wird im Bericht erstmals zwischen der Gruppe der geringfügig
4240 Selbstständigen und den „regulären“ Selbstständigen unterschieden. Bei den Zahlenangaben
4241 zu den geringfügig Selbstständigen handelt es sich um erste Schätzungen, die in zukünftigen
4242 Untersuchungen noch weiter geprüft werden sollen. Bei den rund 238.000 sogenannten
4243 geringfügig Selbstständigen mit weniger als 17.500 Euro Jahresumsatz handelt es sich um
4244 Personen in Kulturberufen und anderen Berufen des Kultursektors, die diesen in der Regel im
4245 Nebenjob oder in geringem erwerbswirtschaftlichen Umfang ausüben. Zu den Selbstständigen
4246 mit 17.500 Euro Jahresumsatz zählen rund 242.000 Personen, die in der Regel die
4247 Selbstständigkeit im Hauptberuf ausüben und ihre Existenz damit absichern wollen.

4248

4249 „Der Beschäftigungsmarkt mit den abhängig Beschäftigten erreicht im Jahr 2009 einen
4250 Umfang von rund einer Million Personen und damit einen Anteil von 3,0 Prozent an den
4251 abhängig Beschäftigten aller Erwerbstätigen. Die Gruppe der abhängig Beschäftigten setzt
4252 sich aus den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und den geringfügig Beschäftigten
4253 zusammen. Die sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Teil- oder Vollzeit innerhalb
4254 des Kultursektors verfügen in der Regel über existenzsichernde Arbeitsplätze, die hier ein
4255 Volumen von rund 702.000 Personen umfassen. Bei den geringfügig Beschäftigten handelt es
4256 sich entweder um ausschließlich geringfügig Beschäftigte oder Beschäftigte im Nebenjob, die
4257 weniger als die Hälfte der wöchentlichen Arbeitszeit tätig sind bzw. mit einem Monatslohn

³²⁶ Vgl.: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Auftraggeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Auftragnehmer: Michael Söndermann, Büro für Kulturwirtschaftsforschung Köln. Langfassung S. 23.

³²⁷ Vgl.: Ebd., S. 116.

4258 von 400 Euro oder weniger auskommen müssen. Diese Zahl lag im Jahr 2009 bei rund
4259 332.000 Personen.³²⁸

4260 **3.3.4.5 Umsätze von selbstständigen Künstlerinnen und Künstlern**

4261 Ein besonderer Fokus wird im Bericht zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur-
4262 und Kreativwirtschaft 2010 auf selbstständige Künstlerinnen und Künstler gelegt. Sie werden
4263 als relevante wirtschaftliche Akteure beschrieben, die nicht nur unter sozialpolitischen
4264 Gesichtspunkten betrachtet werden sollten. „Rund 47.300 selbstständige Künstler/innen mit
4265 Jahresumsätzen von 17.500 Euro und mehr arbeiteten im Jahr 2009 in Deutschland. Das
4266 erzielte Umsatzvolumen lag bei knapp 3,8 Milliarden Euro. Im Durchschnitt konnte ein
4267 Künstler einen Jahresumsatz von 81.000 Euro erwirtschaften. Darüber hinaus können aus der
4268 Künstlersozialkasse zusätzlich weitere 115.400 freiberufliche Künstler/innen ermittelt
4269 werden, die weniger als 17.500 Euro im Jahr umsetzen. Insgesamt sind damit
4270 schätzungsweise knapp 162.700 selbstständige Künstler/innen am Markt tätig.“³²⁹

4271
4272 Die Verteilung nach Umsatzgrößenklassen zeigt eine breite Streuung in allen
4273 Künstlergruppen und eine deutliche Konzentration in den kleineren Umsatzgrößenklassen. „In
4274 den kleinsten Umsatzgrößenklassen von 17.500 Euro bis 50.000 Euro befinden sich mit rund
4275 54 Prozent bis knapp 61 Prozent die meisten der selbstständigen Künstler/innen. In den beiden
4276 nachfolgenden Umsatzgrößenklassen bis 100.000 Euro sowie bis 250.000 Euro Jahresumsatz
4277 befinden sich noch beachtliche Anteilswerte. Die weiteren Umsatzklassen ab 250.000 Euro
4278 liegen jeweils bei Anteilswerten unter 10 Prozent.“³³⁰

4279 **3.3.4.6 Die Einkommen der in der Künstlersozialkasse Versicherten**

4280 Auch die Daten der Künstlersozialkasse (KSK) belegen den mehrheitlich geringen Verdienst
4281 von freiberuflich tätigen Künstlerinnen und Künstlern mit leichten Unterschieden in den
4282 verschiedenen Sparten. Nach den Angaben der Künstlersozialkasse lag der jährliche
4283 Durchschnittsverdienst der in der KSK Versicherten zum 1. Januar 2012 bei 14.142 Euro.
4284 Versicherte aus dem Musikbereich verdienten durchschnittlich nur 12.005 Euro und standen
4285 damit am unteren Ende der Einkommensskala der verschiedenen Berufsgruppen. Versicherte
4286 aus dem Bereich Wort hingegen liegen hier am oberen Ende. Sie verdienen durchschnittlich
4287 17.563 Euro im Jahr. Signifikant ist, dass Frauen in all diesen Berufsgruppen deutlich weniger
4288 verdienen: 12.108 Euro im Vergleich zu 15.994 Euro bei den männlichen Versicherten. Im
4289 Musikbereich verdienten die Frauen durchschnittlich 10.802 Euro im Jahr (männliche
4290 Kollegen im Vergleich dazu 13.154 Euro).³³¹ Das durchschnittliche Einkommen von
4291 Berufsanfängerinnen und Berufsanfängern liegt noch niedriger. Sie verdienen insgesamt im
4292 Schnitt nur 11.546 Euro im Jahr. Auch hier ist ein Unterschied zwischen Frauen und Männern

³²⁸ Vgl.: Ebd., S. 117.

³²⁹ Vgl.: Ebd., S. 112f.

³³⁰ Vgl.: Ebd., S. 113f.

³³¹ Vgl.: Künstlersozialkasse: Durchschnittseinkommen der aktiv Versicherten auf Bundesebene nach Berufsgruppe, Geschlecht und Alter zum 1. Januar 2012. Online abrufbar unter: http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/statistik/durchschnittseinkommenversicherte.php

4293 zu konstatieren, die weiblichen Berufsanfänger verdienten insgesamt 10.714, die männlichen
4294 12.750 Euro.³³²

4295
4296 Bei den Angaben der Künstlersozialkasse ist allerdings zu bedenken, dass es sich um
4297 Schätzwerte der Künstlerinnen und Künstler handelt, nach denen die monatliche Höhe ihrer
4298 Sozialabgaben berechnet wird. Deshalb waren die Angaben in der Vergangenheit mit
4299 Vorsicht zu interpretieren.

4300
4301 Es ist zudem zu bemerken, dass die in der KSK vertretenen Künstler nicht die Gesamtheit der
4302 hier relevanten Kreativen abbilden. Sowohl besser verdienende Künstler und solche, die über
4303 ein regelmäßiges Einkommen verfügen, als auch jene, die ein Einkommen von unter 3.900
4304 Euro im Jahr haben, können laut Zugangsbedingungen nicht Mitglied der Künstlersozialkasse
4305 werden.³³³

4306
4307 Seit der Novelle des Künstlersozialversicherungsgesetzes im Jahr 2007 werden die
4308 Versicherten in Stichproben von mindestens fünf Prozent hinsichtlich ihres tatsächlichen
4309 Einkommens überprüft. Seitdem ist ein Anstieg der durchschnittlichen Jahreseinkommen in
4310 der Statistik der KSK zu verzeichnen (von rund 11.000 Euro im Jahre 2007 auf etwa 14.000
4311 Euro im Jahr 2012). Einen Grund für eine Entwarnung in Bezug auf die Einkommenssituation
4312 von in der KSK vertretenen Kreativen stellt dieser Anstieg allerdings nicht dar.

4313 **3.3.4.7 Einkommenssituation in einzelnen Sparten – Daten aus Einzelstudien**

4314 Aus allen einschlägigen Studien der letzten Jahre zur sozialen Situation in den verschiedenen
4315 Sparten geht hervor, dass ein großer Teil der selbstständigen Künstlerinnen und Künstler und
4316 anderen Kreativen von ihrer Arbeit im kulturellen Bereich allein nicht leben können. Als
4317 Beispiele sei hier zunächst auf die Situation der bildenden Künstlerinnen und Künstler und
4318 die Lage der Theater- und Tanzschaffenden verwiesen.

4319

4320 **3.3.4.7.1 Bildende Künstlerinnen und Künstler**

4321 Die Gruppe der bildenden Künstlerinnen und Künstler verfügt über den höchsten
4322 prozentualen Anteil an Selbstständigen.³³⁴ Sie machen daher auch die größte Gruppe der in
4323 der KSK Versicherten aus. Der derzeitige durchschnittliche Jahresverdienst von bildenden
4324 Künstlerinnen und Künstlern, die in der Künstlersozialkasse versichert sind, beträgt 13.743
4325 Euro. Frauen verdienen dabei deutlich weniger: 11.565 Euro im Jahr. Diese Werte der KSK
4326 liegen noch über den in den letzten Studien des Bundesverbandes Bildender Künstlerinnen
4327 und Künstler (BBK) ermittelten. Ein Grund dafür dürfte sein, dass durch die

³³² Vgl.: Künstlersozialkasse: Durchschnittliches Jahreseinkommen der Berufsanfänger auf Bundesebene nach Berufsgruppe, Geschlecht und Alter zum 1. Januar 2012. Online abrufbar unter: http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/statistik/durchschnittseinkommenberufsanfaenger.php

³³³ Anmerkung: Zu den konkreten Bestimmungen ein Link z.B. auf die Seiten der KSK.

³³⁴ Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, S. 240. Dort wird ein Selbstständigenanteil bei den bildenden Künstlerinnen und Künstlern von 94 Prozent angegeben.

4328 Einkommensgrenze von 3.900 Euro die Bezieher geringer Einkommen von der Mitgliedschaft
4329 in der Künstlersozialkasse ausgeschlossen sind.³³⁵
4330
4331 Nach *Carroll Haak* arbeitet fast die Hälfte der bildenden Künstlerinnen und Künstler in
4332 Deutschland für unter fünf Euro pro Stunde. Nur knapp über neun Prozent beziehen einen
4333 Nettostundenlohn von mehr als 15 Euro. Bildende Künstler stellen damit die Künstlergruppe
4334 mit dem niedrigsten Einkommen.³³⁶
4335
4336 Wie die letzte Studie des BBK zur wirtschaftlichen und sozialen Situation bildender
4337 Künstlerinnen und Künstler aus dem Jahre 2011 belegt, ist die Einkommenssituation dieser
4338 Berufsgruppe nach wie vor diffizil. Ausschließlich vom Verkauf ihrer Kunstwerke zu leben,
4339 ist für die Mehrzahl nur schwer möglich. Die durchschnittlichen Einkünfte der Befragten aus
4340 dem Verkauf von Kunstwerken betragen im Jahre 2010 lediglich 5.347 Euro mit starken
4341 Unterschieden zwischen Künstlerinnen und Künstlern. Künstlerinnen erzielten
4342 durchschnittlich nur 3.325 Euro. Die mit Abstand größte Gruppe ist mit 68 Prozent insgesamt
4343 diejenige, die unter 5.000 Euro aus dem Verkauf ihrer Werke oder entsprechenden Aufträge
4344 erwirtschaftet. Der Mittelwert des Verdienstes in dieser Gruppe liegt bei 1.362 Euro
4345 Jahreseinkommen.³³⁷
4346
4347 Bildende Künstlerinnen und Künstler sind deshalb auf zusätzliche Einnahmen, etwa aus
4348 Lehrtätigkeit oder anderen künstlerischen Aktivitäten angewiesen. In der Umfrage meldete
4349 mehr als jede beziehungsweise jeder Zweite, dass Einnahmen aus einer Lehrtätigkeit erzielt
4350 wurden, oder dass Einkünfte aus weiteren künstlerischen und nicht-künstlerischen Quellen
4351 zum Lebensunterhalt genutzt werden. Jede und jeder Vierte erhielt Vergütungen von der
4352 Verwertungsgesellschaft Bild-Kunst. Häufig erfahren die Betroffenen daneben auch eine
4353 Unterstützung durch Familie, Freunde und Kollegen.³³⁸
4354
4355 Die Auswertung der Antworten zur Zusammensetzung des Gesamteinkommens zeigen: Die
4356 zentralen Aktivitäten, der Verkauf von Kunstwerken und die Durchführung von Aufträgen für
4357 künstlerische Werke bilden nur für rund zehn Prozent der Umfrageteilnehmer, die alleinige
4358 Erwerbsquelle.³³⁹ Die Studie belegt zudem die Folgen, die das geringe Einkommen und die
4359 Notwendigkeit des Zuverdienstes für den Zugang zur Künstlersozialkasse und die spätere
4360 Rente haben.
4361

³³⁵ Vgl.: Fritz, Uwe: Wie wird die Kunst gesichert? In: Dokumentation des BBK-Symposiums zur Umfrage über die wirtschaftliche und soziale Situation bildender Künstlerinnen und Künstler in Deutschland am 12. November 2011 in der Akademie der Künste Berlin. Hrsg. Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler, S. 30.

³³⁶ Vgl. Haak, Carroll: Prekäre Beschäftigung im kulturellen Bereich? Zur wirtschaftlichen und sozialen Situation von Kulturschaffenden. In: Musikforum 3/2012, S. 14.

³³⁷ Vgl.: Die wirtschaftliche und soziale Situation Bildender Künstlerinnen und Künstler. Ergebnisse der BBK-Umfrage 2011. Hrsg. Bundesverband Bildender Künstlerinnen und Künstler. S. 11 und S. 31ff.

³³⁸ Vgl.: Ebd., S. 11 und S. 37ff.

³³⁹ Vgl.: Ebd., S. 40.

4362 3.3.4.7.2 Darstellende Künstlerinnen und Künstler

4363 Bei den darstellenden Künstlern war die abhängige Beschäftigung lange Zeit die klassische
4364 Erwerbsform. Gerade hier aber wächst heute die Zahl der Selbstständigen kontinuierlich.
4365 Zudem bewegen sich immer mehr der freien Theaterschaffenden im Graubereich zwischen
4366 Selbstständigkeit und abhängiger Beschäftigung. Der Befund von *Carroll Haak* zur Situation
4367 in diesem Berufsfeld insgesamt lautet: „Selbständige darstellende Künstler arbeiten trotz ihres
4368 hohen Bildungsniveaus zu höheren Anteilen im Niedrigeinkommenssegment unter 5 Euro pro
4369 Stunde. Lagen diese Anteile im Jahr 2005 noch bei etwa 23 Prozent, so sind sie innerhalb
4370 eines Jahres auf nahezu 30 Prozent angestiegen. Bei den abhängig Beschäftigten gingen die
4371 Anteile in diesem Einkommenssegment dagegen von etwa 12 auf 6 Prozent zurück. Bei den
4372 abhängig Beschäftigten erwirtschaften insgesamt etwa 50 Prozent aller Erwerbstätigen
4373 Einkommen zwischen 5 und 10 Euro pro Stunde, bei den Selbstständigen liegen die Anteile der
4374 darstellenden Künstler in diesem Einkommenssegment im Jahr 2005 leicht über 50 Prozent,
4375 im Jahr 2006 bereits bei über 60 Prozent. Außerdem zeigen die Analysen, dass befristet
4376 Beschäftigte sowohl mit einem höheren Risiko des Arbeitsplatzverlustes als auch mit einem
4377 geringerem Lohnniveau konfrontiert sind als ihre unbefristet engagierten Kollegen.“³⁴⁰

4378
4379 Nach der empirischen Studie zum *Report Darstellende Künste* liegt das durchschnittliche
4380 jährliche Gesamteinkommen bei den freien Theater- und Tanzschaffenden, die vielfach eine
4381 akademische Ausbildung haben, etwa 40 Prozent unter dem aller Arbeitnehmer in
4382 Deutschland einschließlich geringfügig Beschäftigter. In der Studie wird eine wachsende
4383 Gruppe von „Wanderern zwischen den Welten“ ausgemacht, die nicht eindeutig dem
4384 öffentlichen oder freien Bereich zugeordnet werden können und deshalb weder von der
4385 Sozialversicherung der Angestellten erfasst, noch in der Künstlersozialkasse versichert sind.
4386 Freischaffende ohne KSK-Versicherung, die teils auch sozialversicherungspflichtigen
4387 Tätigkeiten nachgehen, haben durchschnittlich ein geringeres künstlerisches Einkommen,
4388 kompensieren dies jedoch durch zusätzliche nicht-künstlerische Einkünfte. Die KSK-
4389 Versicherten verbessern ihre Einkommenslage vor allem durch künstlerische Nebeneinkünfte,
4390 die durchschnittlich 30 Prozent der Gesamteinkünfte ausmachen, insbesondere in der
4391 kulturellen Bildung. Nach diesem Report hat sich die wirtschaftliche Lage der Theater- und
4392 Tanzschaffenden im Vergleich zur ersten großen Studie von 1973 insgesamt deutlich
4393 verschlechtert.³⁴¹

4394
4395 Die Autoren der Studie *Arbeit 2.0* bestätigen dieses Bild über die Einkommenslage der
4396 Kreativen auch für jene Branchen, die stärker als die genannten Sparten von der
4397 Digitalisierung geprägt sind wie Presse, Musik und Film beziehungsweise erst mit ihr
4398 entstanden, wie die Games-Branche und die Internetwirtschaft. Kreative verfügen in diesen
4399 Bereichen meist über einen Hochschulabschluss, haben aber zumindest als Freischaffende
4400 kein dem entsprechendes Einkommen. Freie Journalisten arbeiten oft für einen Stundenlohn
4401 von sechs Euro. Deutliche Unterschiede gibt es zwischen angestellten, arbeitnehmerähnlichen

³⁴⁰ Vgl.: Haak, Carroll: Die Arbeitsmärkte der darstellenden Künstler. Arbeitsplatzunsicherheit und geringe Einkünfte. In: Kulturpolitische Mitteilungen Heft 125, II 2009, S. 30.

³⁴¹ Vgl.: Fonds Darstellende Künste (Hrsg.): Report Darstellende Künste. Essen: 2010, S. 45f.

4402 freien und freiberuflichen Kreativen. Die Einkommen der Freiberufler liegen in allen
4403 Branchen deutlich unter denen der Festangestellten. Die Ergebnisse dieser Studie bestätigen
4404 auch den Befund der Kulturwirtschaftsberichte, nach denen in der Kultur- und
4405 Kreativwirtschaft immer mehr die selbständigen Kreativen dominieren (Ausnahmen bilden
4406 die Software- und die Games-Branche). Die soziale Unsicherheit in diesen Bereichen wächst
4407 mit der Tendenz, in Verlagen, Filmstudios wie auch beim Radio und Fernsehen feste Stellen
4408 abzubauen und durch freie Mitarbeiter zu ersetzen – mit deutlichen Folgen für die
4409 Einkommenshöhe und soziale Absicherung. In der Internetwirtschaft und Games-Branche
4410 zeigt sich zudem eine charakteristische Aufteilung in fest angestellte Techniker und
4411 freischaffende Grafiker.³⁴²

4412
4413 Auch in den neuen Wirtschaftszweigen entsteht so ein hochqualifiziertes Prekariat. Für die
4414 Internet-Branche hat *Alexandra Manske* diese Tendenz zur „Prekarisierung auf hohem
4415 Niveau“ schon in ihrer Feldstudie über Alleinunternehmer im IT-Bereich von 2007
4416 nachgewiesen.³⁴³

4417 3.3.5 Gründe für geringes Einkommen

4418 Nun ist die prekäre Situation von vielen Künstlerinnen und Künstlern nicht neu, sondern
4419 existiert seit sich der moderne „freie Künstler“ mit der Entfaltung der bürgerlichen
4420 Gesellschaft im Laufe des 19. Jahrhunderts als Typus herausgebildet hat. Daran hat sich bis
4421 heute nichts Wesentliches geändert. Sowohl zu Beginn des 19. Jahrhunderts wie auch am
4422 Beginn des 21. Jahrhunderts sind nur wenige Künstler reich geworden, konstatierte *Wolfgang*
4423 *Ruppert* im Jahr 2000 in seiner Studie zum modernen Künstler. Die überwiegende Mehrzahl
4424 lebt bestenfalls in auskömmlichen Verhältnissen..³⁴⁴

4425
4426 Dennoch ist zu fragen, was die Gründe für die Verschlechterung dieser Lage in den letzten
4427 Jahren gewesen sind: Handelt es sich um eher konjunkturelle Gründe (Wirtschafts- und
4428 Finanzkrisen, geändertes Nachfrageverhalten der Verbraucher etc.) oder eher strukturelle
4429 Gründe? Ausgehend von *Caroll Haaks* Einschätzung „Zusammenfassend lässt sich festhalten,
4430 das sich die wirtschaftliche und soziale Lage auf den Arbeitsmärkten der darstellende

³⁴² Vgl.: Arbeit 2.0. Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt. Eine Untersuchung zu urheberrechtlicher Erwerbsarbeit in fünf Schlüsselbranchen. Ein Projekt vom Institut für Informatik der Humboldt-Universität zu Berlin in Zusammenarbeit mit iRights.info, Berlin: 2009, S. 13. Vgl. zu den Arbeitsbedingungen und der sozialen Lage der Journalisten auch: Deutscher Journalisten-Verband (Hrsg.), Arbeitsbedingungen freier Journalisten. Bericht zu einer Umfrage unter freien Journalisten. In: freien infos Ausgabe 02/2009. Vgl. zur Situation im Filmbereich auch: Untersuchung der AG DOK zur beruflichen Situation von Dokumentarfilmautoren und Dokumentarfilmregisseuren von Alice Agneskicher (AG DOK) und Jörg Langer (LANGER media consultig) vom 25.10.2012.

³⁴³ Vgl.: Manske, Alexandra: Prekarisierung auf hohem Niveau. Eine Feldstudie über Alleinunternehmer in der IT-Branche. München/Mering: 2007. Vgl. auch: Schwemmler Michael / Wedde Peter: Digitale Arbeit in Deutschland. Potenziale und Problemlagen. Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.), Bonn: 2012. Vgl. auch: Bsirske, Frank / Schröder, L. / Werneke, F. / Bösch, D. / Meerkamp, A. (Hrsg.): Grenzenlos vernetzt? Gewerkschaftliche Positionen zur Netzpolitik. Hamburg: 2012. Darin u.a. Mirschel, Veronika: „Digitale Bohème“, „digitales Proletariat“, „urbanes Pennertum“. Selbstständigkeit und Internet, S. 143-152.

³⁴⁴ Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“, Bundestagsdrucksache 16/7000, S. 234 und Ruppert, Wolfgang: Der moderne Künstler. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne. Frankfurt/Main: 2000.

4431 Künstler in den letzten Jahren verschlechtert hat.³⁴⁵ kann eine umfassende Antwort oder
4432 Erläuterung der Gründe nach derzeitigem Forschungsstand gar nicht gegeben werden und
4433 müsste auch jeweils branchenspezifisch erfolgen. Die ausgewerteten Arbeiten ergeben das
4434 Bild der Verschlechterung, die Gründe dafür wären in weiteren Forschungen zu überprüfen.
4435 Gewarnt wird an dieser Stelle allerdings vor einem einseitigen Blick auf die Folgen der
4436 Digitalisierung. Dabei sollte auch bedacht werden, dass für alle Künstler, die aus dem
4437 Verkauf eines auch digital zu kopierenden Produktes Einnahmen erzielen, sich diese vor dem
4438 Hintergrund der kostenlosen Verfügbarkeit desselben verringern.³⁴⁶ Andererseits gibt es
4439 durchaus Beispiele, in denen freiwillige Bezahlmöglichkeiten zu hohen Einnahmen geführt
4440 haben oder die durch kostenlose Verfügbarkeit eines digitalen Produkts entstehenden
4441 Einnahmeverluste mit einer gesteigerten Aufmerksamkeit und damit neuen oder anderen
4442 Erlösquellen einhergehen.³⁴⁷

4443
4444 Aus den vorliegenden Arbeiten kristallisiert sich als einer der wesentlichen Gründe die
4445 deutliche Verschiebung im Verhältnis des öffentlichen und intermediären zum privaten
4446 Bereich heraus. Nicht nur schlechthin als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise, sondern
4447 auch aufgrund politischer Entscheidungen zur Stärkung der Kultur- und Kreativwirtschaft und
4448 zur Förderung privater Initiative und privaten Engagements haben sich die Gewichte deutlich
4449 hin zum privatwirtschaftlichen Sektor verlagert.³⁴⁸ Zwar sind Privatisierung, Abbau
4450 öffentlicher Beschäftigung und Prekarisierung inzwischen längst nicht nur auf den
4451 Kulturbereich beschränkt, er aber war in den letzten Jahren sozusagen Vorreiter dieser
4452 Entwicklung. Verbunden mit der zunehmend schwierigen Haushaltslage vieler Länder und
4453 Kommunen sind negative Folgen für die wirtschaftliche und soziale Situation der Kreativen,
4454 sind sie doch nun in viel stärkerem Maße von den Risiken der freien Marktwirtschaft
4455 betroffen. Von den erwirtschafteten Geldern fließt nur ein Teil an die Künstler selbst, ein
4456 Großteil wird für die (Re-)Finanzierung der getätigten Investitionen innerhalb der mit
4457 Kreation, Vermarktung und Vertrieb betrauten Unternehmen der Kultur- und
4458 Kreativwirtschaft verwendet.

4459
4460 In einigen Studien und in der öffentlichen Diskussion wird insbesondere von der
4461 Musikindustrie bis heute neben der Finanz- und Wirtschaftskrise vor allem ein verändertes
4462 Nutzerverhalten im Internet als wesentliche Ursache für Umsatzeinbußen und daraus folgende
4463 Einkommensverluste von Kreativen ausgemacht. Illegales Herunterladen aus dem Internet
4464 und damit verbundene massenhafte Rechtsverletzungen stellten unverändert die größte Hürde
4465 für nachhaltiges Wachstum von Musik im Internet dar, heißt es dazu in der jüngsten
4466 Publikation des Bundesverbandes der Musikindustrie *Musikindustrie in Zahlen 2011*.³⁴⁹
4467

³⁴⁵ Report darstellende Künste S.199

³⁴⁶ Vgl.: Smith, Telang et. al.: Assessing The Academic Literature Regarding the Impact of Media Piracy on Sales.

³⁴⁷ Vgl. auch den Zwischenbericht der Projektgruppe Wirtschaft, dort S. 66, Zeile 1831?

³⁴⁸ Vgl. die weiter oben gemachten Angaben in... (S.8?)

³⁴⁹ Vgl.: Bundesverband Musikindustrie e.V. (Hrsg.): Musikindustrie in Zahlen 2011. Berlin: 2012, S. 2. Vgl. auch: Bundesverband Musikindustrie e.V. (Hrsg.): Musik im Digitalen Wandel. Eine Bilanz aus zehn Jahren Brennerstudie. Berlin: 2012.

4468 Die Umsatzeinbußen sollen hier nicht generell in Frage gestellt werden, aber das illegale
4469 Herunterladen soll auch nicht als die einzige Ursache dafür angesehen werden. Der aktuelle
4470 Bericht zur wirtschaftlichen Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft insgesamt legt
4471 einen Umsatzzuwachs nahe. Mit deutlichen Unterschieden zwischen den Teilbereichen sind
4472 die Kosten innerhalb der Unternehmen auch erheblich gestiegen, da zahlreiche neue
4473 Vermarktungsszenarien bedient werden müssen. So wuchs das Umsatzvolumen der
4474 Gesamtbranche im Jahr 2010 gegenüber dem Vorjahr um immerhin 2,2 Prozent.³⁵⁰ Für die
4475 einzelnen Branchen zeigt sich ein differenziertes Bild. Eine überdurchschnittlich hohe
4476 Umsatzdynamik erzielten beispielsweise die Designwirtschaft mit 3,7 Prozent Zuwachs, der
4477 Markt für darstellende Künste mit 4,9 Prozent und der Kunstmarkt mit 8,7 Prozent Zuwachs,
4478 während der Buchmarkt als einziger unter den elf Teilmärkten ein deutliches Umsatzminus
4479 von 4,5 Prozent hinnehmen musste. Die Musikwirtschaft konnte mit einem minimalen
4480 Umsatzminus von 0,6 Prozent ihr Umsatzniveau in etwa halten, nachdem inflationsbereinigt
4481 die Umsätze im letzten Jahrzehnt um etwa 50 Prozent zurückgegangen sind.³⁵¹

4482
4483 Mit Blick auf die Umsatzdaten in den verschiedenen Branchen der Kultur- und
4484 Kreativwirtschaft kann zumindest festgehalten werden, dass sich deren teilweise positive
4485 Entwicklung bisher nicht entsprechend in der Einkommensentwicklung der Künstler und
4486 Kreativen niedergeschlagen hat. Das weist auf andere entscheidendere Gründe ihrer prekären
4487 sozialen Lage hin.

4488
4489 Selbstständige und freiberufliche Kreative gehören im Wettbewerb der miteinander
4490 konkurrierenden Marktanbieter in der Regel zu den Schwächeren. Sie können keine Angebote
4491 am Markt platzieren, die es ihnen ermöglicht, in Verhandlungen mit den sogenannten
4492 Verwertern künstlerischer Leistungen, den Unternehmen der Kulturindustrie, den
4493 Musikproduzenten, Verlagen und anderen eine für sie als angemessen anzusehende
4494 Vergütung durchsetzen. Die Selbstvermarktung im Internet könnte künftig allerdings
4495 vermehrt als Alternative dienen. Anders als im öffentlichen Bereich gibt es keine
4496 Vereinbarungen der Beteiligten über feste tariflichen Bindungen, Festlegungen über
4497 Mindesteinkommen oder Mindesthonorare.³⁵² Auch Festschreibungen wie in den
4498 Kammerberufen sind nicht der Gegenstand konkreter Forderungen und/oder Vereinbarungen
4499 der Vertragsparteien. Gerade in den neu mit der Digitalisierung entstandenen Bereichen hat es
4500 bislang kaum erfolgreiche Versuche für organisierte Interessenvertretungen gegeben, die bei
4501 der Aushandlung solcher Vergütungsbedingungen mitwirken könnten.

4502
4503 In den Untersuchungen zur sozialen Lage wie auch in Vorschlägen von Kulturverbänden wird
4504 übereinstimmend gefordert, das Urheberrecht und speziell das Urhebervertragsrecht so zu
4505 ändern, dass die Rechte der Kreativen gegenüber den Verwertern ihrer Leistungen gestärkt
4506 werden. Andererseits muss auch die Wirtschaftlichkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft
4507 bedacht werden. Eine Fokussierung auf das Urheberrecht als entscheidendem Ansatzpunkt,

³⁵⁰ Vgl.: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2010. Kurzfassung, Berlin: 2012, S. 4.

³⁵¹ Vgl.: Ebd., S. 9.

³⁵² Vgl.: Kapitel 1.7 Folgen der Digitalisierung für den Journalismus.

4508 um die prekäre Situation der Kreativen zu verändern ist dennoch nicht sachgerecht – weisen
4509 doch alle Studien aus, dass die Einkünfte der meisten Kreativen aus der urheberrechtlichen
4510 Verwertung ihrer Leistungen nur einen Teil ihres Einkommens darstellen.

4511
4512 Auch die Autoren der Studie *Arbeit 2.0* kamen zu dem Urteil, dass das Urheberrecht für die
4513 Arbeitssituation und die wirtschaftlichen Erträge der meisten Kreativen eine nur geringe Rolle
4514 spielt. Ihre Verhandlungsmacht hänge stärker von der jeweiligen Nachfragesituation ab, als
4515 von einem Schutz durch das Gesetz. Von einem ausreichenden Schutz des geltenden
4516 Urheberrechts und Urhebertvertragsrechts sowie des AGB-Rechts im Bürgerlichen
4517 Gesetzbuch (als gesetzliches Instrument zum Schutz von Urhebern im Journalismus, sowie
4518 der Film-, Games und Internet-Branche) könne keine Rede sein.³⁵³ Die Studie diagnostiziert
4519 mithin keinen ausreichenden Schutz durch das AGB-Recht. Diese Studie wird in der
4520 Fachdiskussion allerdings auch kritisiert. Ihr wird teilweise vorgeworfen, dass an
4521 verschiedenen Stellen wissenschaftliche Nachweise fehlen.

4522
4523 Die digitale Revolution hat die Produktions- und Verbreitungsbedingungen kreativer Güter
4524 und Leistungen radikal verändert. Insbesondere Presse, Musik und Film befinden sich in
4525 einem dramatischen Umbruchprozess, in dem sich die sogenannte Wertschöpfungsketten neu
4526 strukturieren. Am dramatischsten sind die Folgen für die Presse, der es bisher kaum gelungen
4527 ist, neue Einnahmequellen durch Internetangebote zu schaffen. Im Musik- und Filmbereich
4528 gibt es erste Ansätze, mit neuen Geschäftsmodellen der veränderten Situation zu begegnen.
4529 Die Musik- und Filmindustrie hat ihre Absatzrückgänge bislang vornehmlich den
4530 Urheberrechtsverletzungen privater Nutzer im Netz zugeschrieben, mit digitaler
4531 Rechekontrolltechnologie und dem Ruf nach Verschärfung des Urheberrechts hinsichtlich
4532 neuer Schutzinstrumente reagiert. Mittlerweile haben die Akteure in diesen Branchen aber
4533 auch und teilweise vorrangig neue Wege eingeschlagen, um die Absatzkrise zu meistern. Dies
4534 hat etwa bei den Musikkonzernen zu neuen Vermarktungskonzepten geführt. Die Suche nach
4535 neuen Lösungen, um den Strukturwandel zu gestalten, ist zumindest im Gang.

4536
4537 Einige Verwerter künstlerischer Arbeit haben in diesem Umbruchprozess das Marktrisiko in
4538 stärkerem Maße auf die Kreativarbeiter verlagert, die sich mit geringen Honoraren und
4539 Einmalzahlungen für die Verwertung ihrer Leistungen abfinden mussten.

4540
4541 Die wachsende Zahl von Freiberuflern verfügt nicht über gesetzlich verpflichtende
4542 Schutzmechanismen wie beispielsweise Angestellte, die eine verpflichtende Absicherung
4543 durch Sozial-, Kranken- und Altersversicherung haben. Um selbst Vorsorge zu treffen, dazu
4544 sind viele aufgrund ihrer niedrigen Einkommen kaum in der Lage. Insofern ist die soziale
4545 Absicherung dieser Kreativen zu überdenken.

³⁵³ Vgl.: Arbeit 2.0. Urheberrecht und kreatives Schaffen in der digitalen Welt. Eine Untersuchung zu urheberrechtlicher Erwerbsarbeit in fünf Schlüsselbranchen. Ein Projekt vom Institut für Informatik der Humboldt-Universität zu Berlin in Zusammenarbeit mit iRights.info, Berlin: 2009, S. 15.

4546 3.3.6 Soziale Sicherung: Künstlersozialkasse

4547 Seit Inkrafttreten des Künstlersozialversicherungsgesetzes sind selbstständige Künstler und
4548 Publizisten im Rahmen des gesetzlichen Sozialversicherungssystems kranken- und
4549 rentenversichert und seit Bestehen der Pflegeversicherung auch pflegeversichert. Damit
4550 wurde eine Lücke im sozialen Sicherungssystem in Deutschland geschlossen. Diese Form der
4551 sozialen Absicherung für Kreative ist weltweit einmalig. Die Enquete-Kommission "Kultur in
4552 Deutschland" hat sich ausdrücklich zu diesem Sondersystem der sozialen Sicherung für
4553 Künstler und Publizisten bekannt. Die besondere soziale Schutzbedürftigkeit dieser Gruppen
4554 sei nach wie vor gegeben. Deshalb empfahl die Kommission, die Künstlersozialversicherung
4555 als wichtiges Element der sozialen und kulturellen Künstlerförderung weiterhin zu stärken.³⁵⁴
4556

4557 Dass ihr Erhalt auch aktuell dringend nötig ist, daran besteht nach den für diesen Bericht
4558 ausgewerteten Analysen kein Zweifel. Zugleich aber hat auch die Enquete-Kommission
4559 „Kultur in Deutschland“ schon damals auf eine Reihe von Problemen aufmerksam gemacht,
4560 die sich seither immer deutlicher zeigen. Das ist zum einen der merkbare Anstieg der Zahl
4561 der Versicherten. Waren es im Jahr 1991 noch 47.713, so wurden mit Datenstand vom 1.
4562 Januar 2012 insgesamt 175.103 Künstlerinnen und Künstler gezählt.³⁵⁵ Ihre Zahl hat sich
4563 damit fast vervierfacht. Die Frage ist, wie lange die Künstlersozialkasse diesen Zuwachs
4564 verkraften kann. Der Zustrom resultiert aus den Veränderungen des Arbeitsmarktes mit einem
4565 wachsenden Anteil von Freiberuflern im Kulturbereich. Sowohl vormals abhängig in
4566 Kultureinrichtungen Beschäftigte (etwa vormals an Museen als Kunsthistoriker oder als
4567 Musikpädagogen an Musikschulen tätige Selbstständige) als auch Angehörige neuer, im Zuge
4568 der Digitalisierung entstandener Berufsgruppen (etwa Web-Designer) drängen nun in die
4569 Künstlersozialkasse. Daraus resultieren als zweites Problemfeld zunehmende Schwierigkeiten
4570 in der Abgrenzung des Kreises derer, die Zugang zu diesem sozialen Sicherungssystem
4571 haben. Die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ empfahl trotz des Anstiegs der
4572 Versicherten grundsätzlich am offenen Rechtsbegriff der Künstler und Publizisten
4573 festzuhalten – eine Entscheidung, die angesichts des stetigen Wandels in diesen Berufsfeldern
4574 nur zu begrüßen ist.
4575

4576 Die Künstlersozialkasse prüft bis heute nach einem vorliegenden Beispielkatalog von
4577 Berufen, der nicht abgeschlossen ist und als Orientierung dient, in jedem Einzelfall, wer
4578 Mitglied der Künstlersozialkasse werden kann und wer nicht. Von rigider Praxis kann dabei
4579 keine Rede sein. Und dennoch gibt es eine wachsende Gruppe von Freiberuflern im
4580 Kulturbereich, die aus verschiedenen Gründen nicht Mitglied in der Künstlersozialkasse
4581 werden kann, weil sie nicht den Berufsbeispielen entsprechen oder nicht das geforderte
4582 Mindesteinkommen erreichen. Nach der Änderung der Formulierung zum Publizisten-Begriff
4583 im KSVG (§ 2 Absatz 2) 2012 – entsprechend einer Empfehlung der Enquete-Kommission

³⁵⁴ Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007. Bundestagsdrucksache 16/7000, S. 300.

³⁵⁵ Vgl.: Künstlersozialkasse: Entwicklung der Versichertenzahlen – unterteilt nach den Kunstbereichen – ab dem Jahr 1991.
http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/statistik/versichertenbestandsentwicklung.php

4584 „Kultur in Deutschland“³⁵⁶ sind die konkreten Auswirkungen dieser Änderung bei Abfassung
4585 des Berichts noch nicht abzusehen gewesen. Insgesamt wächst gerade im Bereich der
4586 darstellenden Kunst die Gruppe derjenigen, deren sozialversicherungsrechtlicher Status häufig
4587 wechselt. Für all diese Gruppen, die derzeit nicht Mitglied der Künstlersozialkasse werden
4588 können, müssen Lösungen – entweder innerhalb oder jenseits dieses Sondersystems –
4589 gefunden werden.

4590 **3.3.7 Ergebnisse von Fachgesprächen des Ausschusses für Kultur und Medien**

4591 Da diese Probleme immer deutlicher von den Kulturverbänden artikuliert wurden, nahm sich
4592 auch der Ausschuss für Kultur und Medien des Deutschen Bundestages dieses Themas an. Er
4593 führte am 11. Mai 2011 ein Expertengespräch zur sozialen Lage von Kulturschaffenden
4594 (insbesondere freiberuflich, selbstständig, unständig oder in Erwerbsmischformen in
4595 künstlerischen Berufen Beschäftigten) in Bezug auf die Künstlersozialversicherung, die
4596 Alterssicherung und den Arbeitsmarkt (ALG I und ALG II) durch. Die Befunde waren
4597 alarmierend und bestätigten, was schon in der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“
4598 an Problemen zu diesen Themen aufgelistet wurde.³⁵⁷

4599
4600 *Alexandra Manske* von der Humboldt-Universität zu Berlin sprach sich beispielsweise dafür
4601 aus, Fragen der sozialen Absicherung in einem größeren Rahmen zu betrachten.
4602 Ungleichheiten und Prekarisierung betreffen nicht nur Kulturschaffende.
4603 Gesamtgesellschaftlich seien Patchwork-Biografien und diskontinuierliche Erwerbsverläufe
4604 nicht mehr die Ausnahme, sondern die Regel – und das gelte auch für Künstlerinnen und
4605 Künstler. Damit habe sich ein wesentliches Aufnahmekriterium der Künstlersozialkasse,
4606 nämlich das der selbstständigen künstlerischen Erwerbsform überlebt. So seien etwa ein
4607 Drittel der darstellenden Künstler in sequenziell oder zeitgleich wechselnden Erwerbsformen
4608 tätig, zudem auch rund ein Drittel der freiberuflichen Designer. Diese Erwerbsmischformen
4609 seien mit der Tatsache gepaart, dass diese Menschen einen erheblichen Anteil ihres
4610 Einkommens aus nichtkünstlerischen Tätigkeiten bestreiten müssten. Die Kombination führe
4611 zu einer zunehmend brisanten Ausgrenzungsproblematik aus den Sicherungssystemen, die für
4612 Künstler und Kulturschaffende angeboten würden. *Alexandra Manske* empfahl die
4613 Aufnahmekriterien der Künstlersozialkasse grundlegend zu überarbeiten, um die zunehmend
4614 in Erwerbsmischformen tätigen Künstlerinnen und Künstler aufnehmen zu können. Außerdem
4615 müssten die Einnahmen der KSK gesteigert werden. Der Bund sollte seinen Zuschuss
4616 dementsprechend wieder auf 25 Prozent erhöhen. Auch die Zunahme von Selbstständigen
4617 stelle kein Spezifikum der Kultur- und Kreativwirtschaft dar. Eine allgemeine
4618 Erwerbstätigenversicherung sei deshalb ein möglicher Weg. Festlegungen zu
4619 Mindesthonoraren für den freien Bereich wären zwar wünschenswert, seien aber schwer
4620 durchsetzbar. Deshalb ginge es zunächst darum, vor allem die Position der Verbände zu
4621 stärken, um zu tarifähnlichen Vereinbarungen zu kommen. *Alexandra Manske* plädierte dafür,

³⁵⁶Vgl.: Schlussbericht der Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ 2007. Bundestagsdrucksache 16/7000, S. 302.

³⁵⁷ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll Nr. 17/37 des Ausschusses für Kultur und Medien zur Expertenanhörung am 11. Mai 2011, S. 13-28.

4622 runde Tische aus Gewerkschaften und Politikern zu bilden, um interessenpolitische
4623 Strukturen zu stärken.

4624

4625 *Günter Jeschonnek*, Geschäftsführer des Fonds Darstellende Künste, untersetzte diese
4626 Ausführungen durch Befunde aus dem *Report Darstellende Künste*. Er belegte eine
4627 Mehrdimensionalität der Arbeitsverhältnisse. 20 bis 25 Prozent der Künstlerinnen und
4628 Künstler hätten angegeben, teilweise sozialversicherungspflichtig beschäftigt und nicht
4629 Mitglied in der Künstlersozialkasse zu sein. Die „Pendler zwischen den Welten“ rutschten
4630 durch die sozialen Netze und schnitten mit Blick auf Einkommen, Rente oder die
4631 Ausschöpfung des künstlerischen Potenzials besonders schlecht ab. Alle Befragten seien
4632 überproportional häufig auf staatliche Unterstützung und Sozialleistungen angewiesen
4633 gewesen. Insbesondere infolge von Erwerbslücken hätten sie vor allem ALG II beziehen
4634 müssen. Besonders Junge und Geringverdienende (Einkommen unter 10.000 Euro jährlich)
4635 investierten nicht in die Altersvorsorge.

4636

4637 Zuvor hatte *Alexander Opitz* vom Bundesverband Freier Theater darauf hingewiesen, dass die
4638 Künstlersozialkasse hinsichtlich der Alterssicherung für die Freischaffenden zwar ein Segen
4639 sei, die freischaffenden Künstler aber mit einem durchschnittlichen Jahresnettoeinkommen
4640 von 12.000 Euro nach 45 Jahren lediglich einen Rentenanspruch in Höhe von 500 Euro im
4641 Monat erwerben würden. Ein Antrag auf Grundsicherung sei somit unausweichlich.

4642

4643 *Heinrich Schafmeister* vom Bundesverband der Film- undFernsehchauspieler (BFSS)
4644 verwies auf Probleme beim Bezug von Arbeitslosengeld I. Die 2009 geschaffene Neuregelung
4645 zu den Anwartschaften greife nicht, weil die darin enthaltenen Beschränkungen zu viele
4646 Kreative von vornherein von Leistungen ausschlossen. Er mahnte weitere Reformschritte an.
4647 Sein Verband halte es für dringend notwendig, Mindestgrenzen für die Honorierung
4648 einzuführen, auch wenn das im Kunstbereich schwierig sei. Der BFSS fordere in
4649 Tarifverhandlungen derzeit Mindestgagen. Denn während beispielsweise ein Hund am Set mit
4650 350 Euro pro Drehtag honoriert werde, erhielten Schauspieler mit Hochschuldiplom oft
4651 weniger. Im Rahmen der BEMA-Studie sei ermittelt worden, dass 68 Prozent der
4652 Schauspieler weniger als 30.660 Euro jährlich verdienten. Sehr viele erhielten sogar weniger
4653 als 5.000 Euro im Jahr.³⁵⁸

4654

4655 Die im Expertengespräch des Ausschusses für Kultur und Medien benannten Problemfelder
4656 beim Zugang zur Künstlersozialkasse, bei der sozialen Absicherung von Soloselbständigen,
4657 beim Bezug von ALG I und ALG II und bei den Renten der Kreativschaffenden bestehen
4658 teilweise bis heute fort, obwohl durch ein Bündel von Maßnahmen für viele
4659 Kreativschaffende Sonderregelungen geschaffen worden, die ansonsten weder für andere
4660 (pflichtversicherte) Selbstständige noch für abhängig Beschäftigte feststellbar sind. Neben der
4661 Künstlersozialkasse, die es Selbstständigen Kreativen ermöglicht, zu

³⁵⁸ Vgl.: Bührmann, Andrea D. (Institut für Soziologie) / Wild, Nina / Heyse, Marko / Dierschke, Thomas (BEMA): Viel Ehre, aber kaum Verdienst. Erhebung zur Arbeits- und Lebenssituation von Schauspielerinnen und Schauspielern in Deutschland. Westfälische Wilhelms-Universität Münster. Institut für Soziologie Forschungsgruppe BEMA, Münster: 2010.

4662 Arbeitnehmerbedingungen sozialversichert zu sein, gibt es Sonderregelungen beim Bezug von
4663 Arbeitslosengeld. (Siehe unten, Abschnitt Erfolgte Maßnahmen zur Verbesserung der sozialen
4664 Sicherung Kulturschaffender in Deutschland)³⁵⁹

4665
4666 Eine weitere öffentliche Anhörung im Ausschuss für Kultur und Medien am 27. Juni 2012 zur
4667 sozialen Lage von Künstlerinnen und Journalistinnen mit dem Schwerpunkt Gleichstellung im
4668 Kulturbetrieb verdeutlichte, dass sich all diese sozialen Probleme für Frauen noch in
4669 besonderer Maße stellen.³⁶⁰ Sie verdienen als Freiberuflerinnen in allen Branchen deutlich
4670 weniger als ihre freiberuflichen männlichen Kollegen. Als Ausweg sehen Teilnehmer der
4671 Anhörung verbindliche Regelungen zur Honorierung auch im freien Bereich.
4672 Zusammenfassend betrachten Teilnehmer der Anhörung es als Aufgabe der Politik,
4673 Lösungen zur Verbesserung der Einkommenssituation und der sozialen Lage von Kreativen
4674 zu schaffen.

4675 **3.3.8 Erfolgte Maßnahmen zur Verbesserung der sozialen Sicherung** 4676 **Kulturschaffender in Deutschland**

4677 Gleichwohl hat es von der Politik in den letzten Jahren eine Reihe von Anpassungen bzw.
4678 Neuerungen in den sozialen Sicherungssystemen gegeben. Zu benennen wären u.a. die
4679 Novelle des Künstlersozialversicherungsgesetzes und die Neuregelung des SGB III, ALG I
4680 für überwiegend kurz befristet Beschäftigte:

4682 **3.3.8.1.1 Novelle des Künstlersozialversicherungsgesetzes**

4683 Die Gesetzesreform (2007) hatte vor allem zwei Anliegen zur finanziellen Stabilisierung: die
4684 abgabepflichtigen Verwerter der künstlerischen Leistungen möglichst vollständig zu erfassen
4685 und die Versicherten stärker als bisher hinsichtlich ihres Einkommens zu überprüfen. Die
4686 Prüfdienste der Deutschen Rentenversicherung wurden deshalb eingeschaltet und prüfen im
4687 Rahmen ihrer Aufgaben nun auch, ob die Unternehmen in Deutschland
4688 künstlersozialabgabepflichtig waren und ob sie ihrer Verpflichtung nachgekommen sind.
4689 Durch die Einbindung der Deutschen Rentenversicherung ist es somit nun möglich, bei dem
4690 fast 25 Jahre bestehenden Gesetz sicherzustellen, dass die geschuldete Abgabe auch gezahlt
4691 wird. Durch die Prüfungen durch die Deutsche Rentenversicherung hat sich die Zahl der
4692 erfassten künstlersozialabgabepflichtigen Unternehmen in den letzten Jahren verdoppelt. Bei
4693 den Versicherten hat sich geändert, dass zusätzlich zur bestehenden Beitragsüberwachung
4694 jährlich eine Stichprobe hinsichtlich ihres tatsächlichen Einkommens der letzten vier Jahre
4695 durchgeführt wird.

4696

³⁵⁹ Vor dem Hintergrund dieser Fragestellung sind in der PG diverse Varianten zur Alterssicherung skizziert worden (Versicherungspflicht sowie Pflichtversicherung für Selbstständige etc.).

³⁶⁰ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll Nr.17/68 der öffentlichen Anhörung im Ausschuss für Kultur und Medien am 27. Juni 2012.

4697 Durch diese Reform konnte eine kontinuierliche Absenkung des Beitragssatzes der
4698 abgabepflichtigen Verwerter der künstlerischen Leistungen erreicht werden. Während der
4699 Beitragssatz 2005 noch bei 5,8 Prozent lag, konnte er in den Jahren 2010 bis 2012 auf 3,9
4700 Prozent gesenkt werden und liegt 2013 liegt bei 4,1 Prozent.³⁶¹

4701
4702 Des Weiteren hatte die Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ eine Konkretisierung
4703 in Hinblick auf den Publizisten-Begriff angemahnt (Handlungsempfehlung Nr. 3 in Kapitel
4704 4.5.1.2). Dies wurde im Jahr 2011 mit dem „Vierten Gesetz zur Änderung des Vierten Buches
4705 Sozialgesetzbuch und anderer Gesetze“ in die Tat umgesetzt: In § 2 Satz 2 des KSVG wurden
4706 die Wörter „in anderer Weise“ durch die Wörter „in ähnlicher Weise“ ersetzt; die Vorschrift
4707 lautet nunmehr seit dem 01.01.2012: „Publizist im Sinne dieses Gesetzes ist, wer als
4708 Schriftsteller, Journalist oder in ähnlicher Weise publizistisch tätig ist oder Publizistik lehrt.“
4709 Die Änderung stellt klar, dass eine publizistische Tätigkeit im Sinne des
4710 Künstlersozialversicherungsgesetzes eine dem Schriftsteller oder Journalisten vergleichbare
4711 Tätigkeit sein muss.

4712 **3.3.8.1.2 Neuregelung des SGB III, ALG I für überwiegend kurz befristet Beschäftigte**

4713 Mit dem Änderungsgesetz zum SGB III vom 20. Mai 2009 konnten wesentliche Änderungen
4714 insbesondere für die soziale Sicherung von Kulturschaffenden in der Film- und
4715 Fernsehbranche auf den Weg gebracht werden. Abhängig Beschäftigte haben seitdem bereits
4716 nach 6 Monaten statt der üblichen 12 Monate Anwartschaftszeit einen Anspruch auf
4717 Arbeitslosengeld I, wenn sie innerhalb der letzten zwei Jahre vor Eintritt der Arbeitslosigkeit
4718 mehr als die Hälfte der erforderlichen sechsmonatigen Vorversicherungszeit in kurz
4719 befristeten Beschäftigungen (bis zu sechs Wochen) zurückgelegt haben. Diese Regelung gilt
4720 nur für Personen, die zuletzt ein Jahreseinkommen erzielt haben, das nicht über dem
4721 Durchschnitt aller Arbeitnehmer liegt (derzeitige Bezugsgröße: 30.240 Euro).

4722
4723 Die ursprüngliche Befristung der Regelung von drei Jahren wurde im Jahr 2012 um weitere
4724 zwei Jahre verlängert. In dieser Zeit soll die Wirksamkeit evaluiert werden. Zudem wurde die
4725 Dauer der Beschäftigungsverhältnisse, die für den Erwerb von Zeiten für die verkürzte
4726 Anwartschaft relevant sind von sechs auf zehn Wochen angehoben, wodurch mehr
4727 Konstellationen erfasst werden.

4728
4729 **Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Absatz. Die Fraktionen SPD,**
4730 **DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN plädieren für den Beibehalt.**

4731
4732 Diese Änderung lag aber deutlich unter den Erwartungen der betroffenen Verbände. Ihre
4733 weitergehenden Forderungen hatten sie in einer Anhörung beim Ausschuss für Arbeit und
4734 Soziales des deutschen Bundestages am 23. April 2012 verdeutlicht. Von allen drei
4735 Oppositionsparteien liegen dazu Anträge vor.

4736

³⁶¹ Vgl. http://www.kuenstlersozialkasse.de/wDeutsch/ksk_in_zahlen/beitraege/abgabesaetze.php, Zugriff:

17.1.2013

4737 3.4 Gaming

4738 Die Auswirkungen der digitalen Gesellschaft vollziehen sich in einer jungen Branche wie der
4739 Computer- und Videospieleindustrie wie in einem Zeitraffer, insbesondere innerhalb der
4740 letzten zehn Jahre. Die Entwicklung wird getrieben von rasanten Veränderungen im Bereich
4741 der Hardware bei Computern und Spielekonsolen bis hin zu mobilen Endgeräten als auch
4742 durch neue Vertriebswege für digitale Inhalte. Daneben stehen neue Geschäftsmodelle, die
4743 vielen Spielern ein kostenfreies, hochqualitatives Spielen erlauben. Außerdem entwickelt sich
4744 mit den Exergames eine neue Sportspielkultur. Die zentralen Trends sind also ein
4745 gesellschaftliches miteinander (Online-)Spielen und – durch neue Eingabemöglichkeiten
4746 ausgelöst – physisch hochaktive Spiele, die Sport, Tanz, Musik und Gesang miteinander
4747 vereinen können.

4748
4749 Von einer zunehmenden Bedeutung von digitalen Spielen zeugen ebenso die wirtschaftlichen
4750 Kennzahlen, national veröffentlicht durch den Bundesverband Interaktive
4751 Unterhaltungssoftware e. V. (BIU). Danach spielen geschätzt 25 Millionen Deutsche mehr als
4752 einmal im Monat, davon sind etwa 11 Millionen Frauen (44 Prozent). Das Durchschnittsalter
4753 der Standardspielerinnen und -spieler liegt bei 32 Jahren.³⁶² Zwar erscheinen Computerspiele
4754 in der Öffentlichkeit noch als Leitmedium einer Jugendkultur, sind aber nicht nur
4755 demographisch ein bedeutender Faktor der gesamten Kultur- und Kreativwirtschaft geworden.
4756 So stieg der Umsatz mit Computer- und Videospielesoftware im Jahr 2011 um 3,5 Prozent auf
4757 insgesamt 1,99 Milliarden Euro.³⁶³ Dieser wird zudem durch eine ganze Reihe weiterer
4758 Umsätze (Hardware, Merchandising, Bücher, Lizenzprodukte etc.) flankiert. Digitale Spiele
4759 gehören somit aktiv in die Reihe der Pop-Kultur. Außerdem bietet die Computerspielbranche
4760 derzeit etwa 10.000 Kreativen in Deutschland einen Arbeitsplatz.³⁶⁴

4761
4762 Laut Deutschem Universalwörterbuch ist ein Kulturgut „etwas, was als kultureller Wert
4763 Bestand hat und bewahrt wird“.³⁶⁵ Auf digitale Spiele trifft diese Definition in doppelter
4764 Weise zu. Einerseits sind sie Ergebnis des kreativen Prozesses der an ihrer Erstellung
4765 beteiligten Kulturschaffenden wie Designer, Komponisten, Dramaturgen und Autoren.
4766 Andererseits ist ihre Nutzung selbst kreative Ausdrucksform und kultureller Artefakt. Mit der
4767 Aufnahme des Branchenverbands G.A.M.E. – Bundesverband der Computerspielindustrie e.
4768 V. in die Sektion Film und audiovisuelle Medien des Deutschen Kulturrates und der
4769 Etablierung des Deutschen Computerspielepreises ist diese Anerkennung als Kulturgut auch
4770 institutionell offensichtlich geworden. Digitale Spiele, ein Begriff, den *Aphra Kerr* (2006)
4771 geprägt hat, sollen vor diesem Hintergrund alle Spiele sein, die für Computer, Spielkonsolen
4772 oder andere Plattformen entwickelt wurden und werden. Zudem avanciert das Medium
4773 digitale Spiele vom Unterhaltungsmedium zunehmend zu einem Lehr- und Lernmittel, das

³⁶² Vgl.: Zahlen für den Computerspielmarkt 2011 in Deutschland. Online abrufbar unter: <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen.html> (letzter Zugriff: 12. November 2012)

³⁶³ Vgl.: Siehe Zahlen zur Marktentwicklung 2011. Online abrufbar unter: <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen/marktentwicklung.html> (letzter Zugriff: 12. November 2012)

³⁶⁴ Vgl.: Aktuelle Zahlen für den Arbeitsmarkt der Computerspielbranche. Online abrufbar unter: <http://www.biu-online.de/de/fakten/arbeitsmarkt.html> (letzter Zugriff: 28. November 2012)

³⁶⁵ Vgl.: Duden - Deutsches Universalwörterbuch. Das umfassende Bedeutungswörterbuch der deutschen Gegenwartssprache. 7., überarbeitete und erweiterte Auflage. Mannheim/Zürich: 2011.

4774 beispielsweise zu unterschiedlichsten Bildungs- und Schulungszwecken eingesetzt werden
4775 kann.³⁶⁶ Serious Games werden dabei immer mehr zu einem zentralen Bindeglied zwischen
4776 Gaming und Gesellschaft.

4777

4778 Die Vergabe des Deutschen Computerspielpreises seit dem Jahr 2009 entspricht dieser
4779 Bedeutung. Aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages werden kulturell und
4780 pädagogisch wertvolle Computerspiele ausgezeichnet und in verschiedenen Kategorien mit
4781 Preisgeldern gewürdigt, die für die Entwicklung neuer Spiele vorgesehen sind. Damit wird
4782 zugleich ein Impuls für die nationale Weiterentwicklung der Industrie, aber auch für
4783 Ausgründungen ambitionierter Hochschulprojekte gegeben. Allein die stetig wachsende
4784 Anzahl an Arbeitsplätzen in Deutschland, die die Industrie bietet, sind ein guter Grund hier
4785 über Auszeichnungen positive Anreize zu setzen.

4786

4787 Die Debatte um gewalthaltige Computerspiele im Umfeld der Vergabe des Preises 2012 hat
4788 klar gezeigt, dass die Entwicklung digitaler Spiele aller Sparten sehr wohl Ergebnis kreativen
4789 Schaffens ist. Ein pauschales Verbot gewalthaltiger Spiele ist keine Lösung. Vielmehr
4790 mangelt es nach wie vor an einer breiten und fundierten Diskussion. Ein positives Ergebnis
4791 der Debatte um sogenannte „Killer-Spiele“ ist, dass in der öffentlichen Diskussion besonders
4792 die hochwertigen Spiele hervorgehoben werden. Das breite Spektrum heutiger
4793 Computerspiele ist so viel deutlicher in die allgemeine Wahrnehmung gerückt. Die
4794 Gesellschaft steht jedoch bei dem Thema nach wie vor vor der Herausforderung dem
4795 Jugendschutz in dem Bereich ausreichend Rechnung zu tragen.

4796

4797 Ein bedeutender Aspekt zur Bewahrung des Kulturgutes digitale Spiele ist der Erhalt für die
4798 interessierte Nachwelt – eine Herausforderung für eine vergleichsweise junge Branche, für die
4799 zudem immer kürzere Zyklen zwischen den Neuerscheinungen notwendig sind. In den USA
4800 wurde schon um die Jahrtausendwende an den US-Wissenschaftler *Henry Lowood* der
4801 Auftrag gerichtet, eine entsprechende Sammlung für das New Yorker *Smithsonian* zu erstellen.
4802 Eine erste kontinentale Initiative der Europäischen Union dazu war das *KEEP-Projekt* von
4803 2009 bis 2012. Hier sollten Möglichkeiten erarbeitet werden, wie das kulturelle digitale Erbe
4804 dauerhaft verfügbar gemacht werden kann. Diese Verfügbarkeit soll nun durch eine
4805 Emulationsplattform sichergestellt werden, die auf unterschiedlichen Geräten und
4806 unterschiedlicher Software abrufbar ist.³⁶⁷ Angesichts der zunehmenden Verbreitung von
4807 Computerspielen als Download oder als Browser-Games inklusive weiterer digitaler
4808 Zusatzinhalte, stellen sich neue Herausforderungen an die Bewahrung der Spiele als
4809 kulturelles Erbe. In Deutschland sind es vor allem die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle
4810 (USK) und das Computerspielmuseum in Berlin, die derzeit die umfanglichsten
4811 Sammlungen für die Nachwelt archivieren.

4812

³⁶⁶ Anmerkung: An dieser Stelle soll auch auf die Handlungsempfehlungen der Enquete-Kommission im Zwischenbericht Medienkompetenz verwiesen werden, die empfiehlt Computerspielpädagogik als Aufgabe der Medienpädagogik zu fördern, BT-Drs.Nr. 17/7286, S. 35f.

³⁶⁷ Vgl.: <http://www.keep-project.eu/ezpub2/index.php> (letzter Zugriff: 12. November 2012)

4813 Abschließend darf nicht vergessen werden, dass das Spiel an sich ein zentraler kultureller
4814 Bestandteil der Menschheit ist. In die Kategorie „Spiel“ reihen sich die digitalen Spiele als
4815 fester Bestandteil eines globalen Kulturverständnisses ein, die dadurch auch zu
4816 gesellschaftlichem Reichtum beitragen.
4817

4818 4 Leitfragen und Handlungsempfehlungen

4819 4.1 Medien

4820

4821 *Zum allgemeinen Teil*

4822

4823 Im Bereich Kultur, Medien und Öffentlichkeit kann die Aufgabe der Enquete-Kommission
4824 nicht darin bestehen, abschließende Antworten zu allen Fragen zu formulieren, die in den im
4825 Einsetzungsbeschluss genannten Bereichen durch das Internet entstehen. Dazu ist die Materie
4826 zu vielschichtig und die Lösungsmöglichkeiten liegen Großteils ausschließlich in der
4827 Regelungskompetenz der Länder. Nach Auffassung der Kommission gibt es auch kein
4828 konsensuales Leitbild, auf das man im Hinblick auf den normativen Rahmen hin arbeiten
4829 könnte. Es gilt aber jetzt zu reflektieren, welche Pfade die Regulierung verfolgt und welche
4830 Chancen dadurch vergeben und welche eröffnet werden, was die Internet-basierte
4831 Kommunikation angeht. Vor diesem Hintergrund sollen im Folgenden Erkenntnisse der
4832 Arbeit in Form von Thesen und aus Sicht der Kommission weiterführenden Leitfragen
4833 formuliert werden.

4834

4835 - Viel Streit um die Optimierung von Regelungen wird in diesem Bereich derzeit eher
4836 ideologisch ausgetragen. Die Enquete-Kommission empfiehlt, die Diskussion stärker
4837 faktenbasiert zu führen, d.h. zunächst Informationen darüber zu erheben, welche Folgen
4838 der bestehende Rahmen – etwa im Hinblick auf bestimmte Geschäftsmodelle – tatsächlich
4839 hat.

4840

4841 **Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Abschnitt. SPD, DIE LINKE.
4842 und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN plädieren für den Beibehalt.**

4843

4844 - Zutreffend wird man Internet Governance verstehen können als eine Struktur, in der
4845 staatliches Recht, aber auch Software-Architektur bzw. Code-Vertragsgestaltung und
4846 soziale Normen, prägend zusammenwirken. Staatliche Steuerung wird die drei anderen
4847 genannten Komponenten zukünftig stärker mit in die Konzeption einbeziehen müssen.
4848 Dies geschieht bereits, wenn etwa im Entwurf für eine Novellierung der EU-
4849 Datenschutzrichtlinie auf technischen Datenschutz verwiesen wird. So kann etwa
4850 Systemdatenschutz oder auch der Schutz von Selbstdarstellung auf Plattformen – etwa im
4851 Bereich Social Media – durch technisch gesicherte Vergessensregeln gesichert werden –
4852 immer eingedenk des Satzes, dass die Hauptfunktion des Gedächtnisses im Vergessen
4853 besteht.

4854

Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Abschnitt. SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN plädieren für den Beibehalt.

- Weit unterentwickelt ist unsere Kenntnis über die sozialen Normen im Netz. Es ist bekannt, dass die Rechtsbefolgung „offline“ primär dadurch erfolgt, dass die Bürger informellen sozialen Normen folgen, die kongruent mit den formalen rechtlichen Regeln sind. Daher bedarf es keiner Kontrolle und keiner Sanktion. Insofern ist die Kenntnis sozialer Normen in Communities, die Kenntnis von Netikette, hoch relevant, um effiziente und effektive rechtliche Regulierung sicher zu stellen. Zudem ist an das Potenzial explizierter sozialer Normen zu denken, etwa in Form von Codes of Conduct. Dies sind nur einige Überlegungen, wie Recht diese Veränderungen von Öffentlichkeit verarbeiten kann.

- Auch eine digitalisierte Medienwelt muss sich der Herausforderung eines barrierefreien Zugangs zu allen Medienformen stellen. Die Enquete-Kommission appelliert an die Medienanbieter und -schaffenden, ihre Inhalte standardmäßig barrierearm zu gestalten, also beispielsweise Untertitel oder Hörversionen von Texten oder Filmen anzubieten. Sie empfiehlt, eine Ausweitung des barrierefreien Angebotes für öffentlich geförderte Produktionen verbindlich festzuschreiben und die Forderung des Beauftragten der Bundesregierung für die Belange behinderter Menschen und der Behindertenverbände, dies als zwingende Vorbedingung einer öffentlichen Förderung festzuschreiben, umzusetzen.

Die Enquete-Kommission empfiehlt, mit Blick auf die zunehmende Medienkonvergenz einen auf mittlere Sicht umzusetzenden kohärenten Regulierungsrahmen für die Medien- und Kommunikationsordnung zur Vielfaltssicherung zu schaffen.

- Die aktuelle Kompetenzverteilung und -überschneidung zwischen Bund und Ländern wird dem europarechtlichen Rahmen sowie der Internationalität des Internets als zukünftiges Meta-Medium, in den sowohl lineare als auch nicht lineare Inhalte zur Verfügung gestellt werden, nicht mehr gerecht. Auch die Lizenzierungspflicht für Medieninhalte gerät, wie beispielsweise die aktuellen Definitionen, ab wann Podcast- und Streaming-Anbieter als Rundfunkanbieter zu verstehen sind, an ihre systematischen Grenzen. Eine einfache Übertragung der bisherigen auf lineare Informationsvermittlung ausgerichteten Rundfunkregulierung auf das Internet wird dessen Potenzialen vor allem bezüglich aktiver Teilhabe am Mediengeschehen nicht gerecht.

- Wichtiger als bisher wird die Regulierung der Bedingungen für die Bereitstellung von Inhalten. Entsprechend braucht eine internetbasierte Medien- und Kommunikationslandschaft klare Rahmenbedingungen, die den Erhalt der Netzneutralität, der Offenheit, der informationellen Selbstbestimmung sowie der dauerhaften Verfügbarkeit von Inhalten gewährleisten.

4899 *Erhaltung, Sicherung und Gefährdungen von Medien- und Meinungsfreiheit bzw.*
4900 *Meinungsvielfalt und der Informations-, Presse- und Rundfunkfreiheit*

4901
4902 Zum verfassungsrechtlichen Rahmen kommt die Enquete-Kommission zu folgenden
4903 Einschätzungen und Fragen:

- 4904
- 4905 - Kommunizieren mittels des technischen Mediums Internet ist zunächst Ausdruck der
4906 Kommunikationsfreiheit, die unter Art. 5 Abs. 1 des Grundgesetzes geschützt ist.
4907 Staatliche Maßnahmen sind insofern grundsätzlich begründungsbedürftig.
4908
 - 4909 - Für bestimmte intermediäre Funktionen ist die verfassungsrechtliche Einordnung noch
4910 unklar. Als noch ungeklärt kann beispielsweise die Frage angesehen werden, ob etwa
4911 in der Auswahl von Links durch einen Algorithmus ggf. in Kombination mit weiteren
4912 Maßnahmen eine Meinungsäußerung liegt, die als solche vom Grundgesetz geschützt
4913 ist. Diese Fragen sind vor allem durch Gerichte und Wissenschaft zu klären.
4914
 - 4915 - Auch die Frage, inwieweit Intermediäre als Rundfunk im Sinne des Art. 5 Abs. 1 Satz 2
4916 GG anzusehen sind, ist rechtswissenschaftlich nicht eindeutig geklärt und umstritten.
4917 Mit dieser Einordnung ist einerseits die Frage verbunden, ob und ggf. in welcher Form
4918 der Bund oder die Länder gehalten sind, von den Intermediären ggf. ausgehende
4919 Gefahren für die freie Meinungsbildung entgegen zu wirken. Andererseits stellt sich die
4920 Frage, ob und unter welchen Voraussetzungen auch Intermediäre in den Genuss von
4921 „Medienprivilegien“³⁶⁸ kommen können oder sollten.
4922
 - 4923 - Das Medienkonzentrationsrecht der Länder in Deutschland ist rundfunkzentriert. Es ist
4924 zu prüfen, ob dieser Anknüpfungspunkt noch zeitgemäß ist und wie der Entwicklung,
4925 u.a. der Online-Medien, Rechnung getragen werden kann.
4926

4927
4928 Die Enquete-Kommission hat sich auch mit dem Problem der Verbreitung von „Hate Speech“
4929 im Internet befasst:

- 4930
- 4931 - Das Internet ermöglicht auch für Inhalte eine vereinfachte Verbreitung, die dem
4932 Gedanken der Völkerverständigung und der Nicht-Diskriminierung aufgrund von
4933 Religion, Rasse oder ähnlichen Merkmalen eklatant zuwider laufen („Hate Speech“).
4934 Die nationalen und internationalen Daten bestätigen bspw. die Vermutung der
4935 Antisemitismuskommission, dass Judenfeindliche Äußerungen sich übers Netz
4936 verbreiten.
4937
 - 4938 - Sofern es sich um strafbare Inhalte handelt, geht es um Fragen der auch internationalen
4939 Strafverfolgung³⁶⁹, im Übrigen ist diese Problematik bereits im Fokus des deutschen

³⁶⁸ Die klassischen Medienprivilegien sind etwa Auskunftsrechte bei Behörden für Journalisten, Datenschutzprivilegien (§ ... BDSG) sowie möglicherweise Zeugnisverweigerungsrechte.

³⁶⁹ Vgl. Zwischenbericht der Projektgruppe Zugang, Struktur, Sicherheit im Netz, Kapitel II.2.3

4940 Jugendschutzes (vgl. jugendschutz.net/Kommission für Jugendmedienschutz (KJM)³⁷⁰).
4941 Die Kommission stellt allerdings fest, dass es – anders als in anderen Staaten – jenseits
4942 dieser Bereiche keine systematische Diskussion um Hate Speech im Netz in
4943 Deutschland gibt.

4944

4945 - Die Enquete-Kommission sieht derzeit keinen gesetzgeberischen Handlungsbedarf,
4946 sondern erachtet die bestehenden Rechtsvorschriften als ausreichend, um den gebotenen
4947 Schutz der betroffenen Rechtsgüter hinreichend sicherzustellen.

4948

4949

4950 **Schwerpunkt: Plattformregulierung**

4951

4952 Hinsichtlich der Regulierung von Plattformen gemäß RStV macht die Enquete-Kommission
4953 folgende Vorschläge in Form von Feststellungen, Thesen und Handlungsempfehlungen:

4954 - Online-Dienste wie Internetportale oder Web 2.0-Angebote sind hinsichtlich ihres
4955 Einflusses auf Meinungsbildung, Marktzutrittsbarrieren und Knappheit der benötigten
4956 Kapazitäten nicht ohne weiteres vergleichbar mit den analogen Sendekapazitäten und
4957 Rundfunkübertragungssystemen, die den Ausgangspunkt der Rundfunkregulierung
4958 bildeten.

4959 - Neue Medien gewinnen für die Meinungsbildung stetig an Bedeutung; dies gilt gerade
4960 für diejenigen Generationen, die mit dem Internet aufwachsen und weniger die
4961 klassischen Medien konsumieren.

4962 - Der technische Fortschritt und die zunehmende Konvergenz zeigen die Grenzen der
4963 gegenwärtigen Regulierung auf und stellen sie vor die Herausforderung, die
4964 Unabhängigkeit der Medien und die Medienvielfalt zu sichern und faire Bedingungen
4965 für alle Marktteilnehmer zu schaffen, ohne zukünftige Entwicklungen in einem globalen
4966 Wettbewerb zu behindern.

4967 - Mit Blick auf immer größere Kapazitäten sich entwickelnder Infrastrukturen und
4968 größerer Nutzerautonomie, kann auf der einen Seite ein zunehmender Wettbewerb (auf
4969 unterschiedlichen Ebenen der Wertschöpfungskette) beobachtet werden, auf der anderen
4970 Seite vollziehen sich aber auch neue medienübergreifende Konzentrationsprozesse.
4971 Diese Entwicklungen können jedoch nur dann auch langfristig zu einem
4972 Vielfaltsgewinn für die Nutzer führen und einen Beitrag zur Vielfaltsicherung leisten,
4973 wenn sich die Marktteilnehmer im Rahmen eines fairen Wettbewerbs unter gleichen
4974 regulatorischen Rahmenbedingungen begegnen.

4975 - Die Kommission empfiehlt daher die bestehende Regulierungsdichte dahingehend zu
4976 überprüfen, wo Gefährdungen der Meinungsfreiheit und Medienvielfalt oder der
4977 Angebots- und Anbietervielfalt, sowie des Kinder- Jugend-, und Verbraucherschutzes
4978 bestehen und an welcher Stelle regulatorische Eingriffe notwendig sind.

³⁷⁰ Zur Kommission für Jugendmedienschutz siehe ausführlich Zwischenbericht der Projektgruppe Medienkompetenz, Kapitel... Seite...

4979 Mit Blick auf die Qualitätssicherung und der Überlegungen zur Einführung einer
4980 Anreizregulierung für lineare Medien konstatiert die Kommission:

4981

4982 - Ursprünglich ist mit Anreizregulierung ein staatlicher regulatorischer Eingriff gemeint,
4983 der per Gesetz Anreize für Kostensenkungen bei Infrastrukturbetreibern, z.B. von Gas-,
4984 Strom- oder Telefonnetzen, welche natürliche Monopole darstellen, schafft.

4985 Im Kontext von Internet und Medien werden unter Anreizregulierung
4986 Steuerungskonzepte verstanden, bei denen Anbieter, die regulatorische Ziele erfüllen –
4987 etwa gesellschaftlich wertvolle Inhalte produzieren, die der Markt so nicht hervorbringt
4988 – Vorteile erhalten, in dem sie etwa von bestimmten Werbebegrenzungen befreit
4989 werden.

4990 - Das Instrument der Anreizregulierung³⁷¹ kann grundsätzlich auch im Medienbereich
4991 einen Beitrag zur Sicherung von Qualität und Vielfalt darstellen. Es wird angeregt, dass
4992 die dem Anreizsystem zu Grunde liegenden Qualitätsanforderungen („Kriterien“) und
4993 Anreize („Gewährungen“) transparent festgelegt und kontinuierlich wissenschaftlich
4994 überprüft werden.

4995 - Die Enquete Kommission empfiehlt sicherzustellen, dass die schutzwürdigen Interessen
4996 der Beteiligten (Sender, Plattformbetreiber, Intermediäre und Öffentlichkeit) zu einem
4997 angemessenen Ausgleich gebracht werden. Hierbei sollte beachtet werden, dass ein
4998 mögliches Anreizsystem nicht zu Lasten Dritter geht.

4999 - Sollten sich Gewährung („Privilegierungen“/„Anreize“) zu Lasten Dritter als notwendig
5000 und rechtmäßig erweisen, empfiehlt die Kommission, solche Eingriffe in die
5001 unternehmerische Freiheit auszugleichen; hier wäre ein mögliches Anreizsystem um
5002 Kompensationsregelungen zu ergänzen.

5003

5004

5005 ***Zu Internet und Vermachtungsfragen***

5006

5007 - Nach Auffassung der Enquete-Kommission trägt das geltende Kartellrecht, das allein auf
5008 nationale Märkte bezogen ist, der globalen Entwicklung und den veränderten
5009 Wettbewerbsbedingungen nicht mehr ausreichend Rechnung. Daher empfiehlt die
5010 Enquete-Kommission dem Gesetzgeber zu prüfen, ob und wie das deutsche Kartellrecht
5011 der globalen Entwicklung Rechnung trägt und den veränderten Wettbewerbsbedingungen
5012 angepasst werden kann.
5013

371

5014 **Zu Intermediären**

5015

5016 Das Internet hat es nicht nur Anbietern von originären Inhalten oder Dienstleistungen
5017 ermöglicht, diese schnell, effizient und direkt zu verbreiten, sondern auch zur Entstehung von
5018 Online-Intermediären geführt. Diese bieten keine selbst-erstellten Inhalte an. Ihr
5019 Wertschöpfungsbeitrag besteht vielmehr in der Gewinnung, Aggregation, Darstellung und
5020 ggf. der Vermarktung existierender Inhalte. Sie können ebenso ihren Mitgliedern ein Forum
5021 zum Meinungs-austausch, zur Diskussion, für konkrete Fragen und deren Beantwortung,
5022 Produktbewertungen, etc. bieten. Konkrete Beispiele dafür sind

5023

- 5024 - Suchmaschinen (google, bing, ...),
- 5025 - Soziale Netzwerke (facebook, myspace, ...),
- 5026 - App-Portale (iTunes, google play),
- 5027 - Elektronische Märkte (eBay, iTunes, etsy.com, ...)
- 5028 - Buchungs- und Bewertungsportale (z.B. für Flüge, Hotels, Mietwagen)
- 5029 - Preisvergleichsportale (pricegrabber.com),
- 5030 - Bloghoster (blogger.com, ...), und
- 5031 - andere themenspezifische Communities.³⁷²

5032

5033 In diesem Zusammenhang wird häufig auch von user generated content gesprochen. Die
5034 Praxis auf sozialen Netzwerken wie Facebook aber auch der digitalen Pinnwand pinterest.com
5035 wurde in jüngster Vergangenheit häufig kritisch in Hinblick auf das Urheberrecht diskutiert,
5036 insbesondere dann, wenn die Benutzer die Inhalte nicht selbst in kreativer Eigenleistung
5037 erstellen, sondern lediglich reproduzieren (z.B. durch das Posten eines Links, bzw. des
5038 eigentlichen Inhalts)³⁷³. Die Grenzen zwischen Teilen, Posten und unrechtmäßigen Kopieren
5039 verlaufen in der Praxis nicht eindeutig, auch wenn im vergleichsweise strikten deutschen
5040 Recht, anders als in den USA, keine "Fair Use"-Klausel existiert, vgl. dazu „Urheberrecht im
5041 Internet Bloggen, Posten, Teilen - bis der Anwalt abmahnt“.³⁷⁴ Der genannte Artikel geht auf
5042 die Rechtslage und die Praxis ein. Insbesondere die Frage, ob „[...] Vorschau-bilder in Social
5043 Networks ebenfalls unbedenklich sind, ist leider noch nicht ganz geklärt. Mit einem reinen
5044 Text-Link ist man jedoch auf der sicheren Seite.“ Ebenso bezieht sich die diskutierte Planung
5045 eines Leistungsschutzrechts für Presseartikel auf die Rolle von Intermediären (insbesondere
5046 Suchmaschinen), die neben dem Link zum Inhalt auch Textanrisse enthält.

5047

5048 Der Begriff der Intermediäre als Sammelbegriff für die oben genannten Dienste hat sich in der
5049 Diskussion etabliert und wird auch hier verwendet. Er trägt selbst aber noch nichts zur
5050 Problemlösung bei. Vielmehr bedarf es einer genauen Analyse und Bewertung, welche
5051 Formen der Einflussnahme auf Inhalte welche Folgen (etwa der Haftung oder der Zurechnung

³⁷² Vgl.: eBusiness-Entwicklung für kleine und mittelständische Unternehmen. (Neuburger & Clemens-Ziegler), 2003

³⁷³ Vgl.: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/pinterest-facebook-und-co-ein-klick-zack-hunderte-euro-weg-a-813571.html>

³⁷⁴ Vgl.: <http://www.ard.de/ratgeber/multimedia/urheberrechtiminternet/-/id=13302/nid=13302/did=2383958/nri6s0/index.html>

5052 von Meinungsmacht) haben sollen. Angesichts der Vielgestaltigkeit der Angebote wird es
5053 voraussichtlich künftige keine einfache Typisierung (Medien mit bestimmten Lasten und
5054 Privilegien und alle anderen Angebote) mehr geben.
5055

5056 Bei der Gestaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Internet-Kommunikation
5057 sind Fragen über die Haftung und die Durchsetzbarkeit von Rechten von Anbietern, Nutzern
5058 und Dritten von besonderer Bedeutung. Mithin können diese Fragen strukturbildende
5059 Funktion haben bzw. zum Angebot oder auch „Nicht-Angebot“ von einzelnen Diensten
5060 führen. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen sind teilweise bereits durch den europäischen
5061 Gesetzgeber vorgegeben. Nichtsdestotrotz hat auch der nationale Gesetzgeber
5062 Handlungsspielräume, die er ausfüllen kann. Die Enquete-Kommission möchte hierzu
5063 folgende Anregungen geben:
5064

5065 - Ein Haftungsrahmen, der es für Plattformanbieter nahe legt, Inhalte, die einen Beitrag
5066 zur öffentlich Kommunikation leisten können, zur Vermeidung von Risiken lieber von
5067 der Plattform zu nehmen, führt dazu, dass die Potenziale des Internets nicht voll
5068 gehoben werden. Jedoch muss das jeweilige Haftungsniveau die Durchsetzbarkeit von
5069 Rechten weiterhin ermöglichen.
5070

5071 —Das Haftungsregime sollte zudem danach unterscheiden, ob der Inhalt von Äußerungen
5072 beurteilt werden muss, um die Rechtmäßigkeit zu klären, oder nicht. Ist dies der Fall,
5073 kann es nur sinnvoll sein, nach Prüfung des Einzelfalles eine Publikation zu
5074 unterbinden. Im Rahmen der Einzelfallprüfung ist – mit Blick auf die konkret getätigte
5075 Aussage – eine Abwägung zwischen den betroffenen Rechtsgütern vorzunehmen.
5076

5077 - Angesichts der Bedeutung des Haftungsregimes ist die Frage zu beantworten, welche
5078 Festlegungen auf EU-Ebene und welche auf nationaler Ebene zu treffen sind und wo es
5079 sachgerecht erscheint, zuzuwarten, ob Gerichte in Anwendung allgemeiner Regeln zu
5080 Lösungen kommen und wo gesetzliche Klarstellungen erforderlich sind. Diese
5081 Entscheidung muss berücksichtigen, wie schnell bei neuen Phänomenen durch die
5082 verschiedenen Wege Rechtssicherheit entsteht.
5083

5084 Die Europäische Kommission hat im Jahre 2010 eine umfangreiche Konsultation zur E-
5085 Commerce-Richtlinie durchgeführt, welche durch eine Konsultation zu Notice-and-Action-
5086 Verfahren bei Online-Intermediären im September 2012 ergänzt wurde. Ziel der daran
5087 anknüpfenden Evaluierung ist es, Rechtsunsicherheit zu verhindern sowie Vertrauen und
5088 Wachstum für grenzüberschreitende Online-Dienste im europäischen Digitalmarkt zu
5089 schaffen.
5090

5091 - Die Enquete-Kommission empfiehlt daher, die Anstrengungen auf europäischer Ebene
5092 z.B. im Zuge der derzeit laufenden Evaluierung des Notice-and-Action-Verfahrens
5093 konstruktiv zu begleiten.

5094 - Die EU-Richtlinie zum E-Commerce gibt einen ausgewogenen Rahmen für die
5095 Verantwortlichkeit der Anbieter vor. Die gegenwärtig in der eCommerce-Richtlinie und
5096 im TMG verankerten Haftungsregelungen für Access-, Host- und Content-Provider
5097 sollen daher grundsätzlich nicht geändert werden.
5098

5099 - Im Bereich der Haftungsregeln für Intermediäre reicht möglicherweise die
5100 Rechtsfortbildung durch Gerichte jedoch nicht aus – angesichts der strukturbildenden
5101 Bedeutung und der Relevanz der betroffenen Interessen (vor allem
5102 Kommunikationsfreiheiten einzelner Inhalte-Anbieter, aber auch der unternehmerischen
5103 Freiheit der Intermediäre sowie Eigentums- und Persönlichkeitsrechte Betroffener).
5104

5105 Vor diesem Hintergrund empfiehlt die Enquete-Kommission, zu prüfen, ob es
5106 Änderungen bei der Haftung von Host-Providern oder aber der Etablierung eines
5107 gesetzlichen Rahmens für ein Notice-and-take-down-Verfahren geben sollte. Hierbei
5108 sollten insbesondere zwei Aspekte berücksichtigt werden: die Zielsetzung, mehr
5109 Rechtssicherheit zu schaffen, einerseits und die Vielfältigkeit der Geschäftsmodelle der
5110 Intermediäre in der Praxis andererseits.
5111

5112 Auf europäischer Ebene wird gegenwärtig eine Evaluierung durchgeführt; die
5113 vorgenannten Überlegungen sind in die Diskussion auf der Grundlage dieser
5114 Evaluierung einzubeziehen.
5115

5116 **Streitig gestellt von den Fraktionen CDU/CSU und FDP. Die Fraktionen SPD und**
5117 **DIE LINKE. plädieren für den Beibehalt.**

5118
5119 - Für Plattformen, die Nutzern das Hochladen von Inhalten ermöglichen, ist die
5120 gesetzliche Ausgestaltung eines Notice-and-take-down-Verfahrens sinnvoll. Vor einer
5121 Löschung ist in jedem Fall dem hiervon Betroffenen die Möglichkeit der Stellungnahme
5122 einzuräumen. Auch empfiehlt die Kommission dem Gesetzgeber, im Einzelnen zu
5123 prüfen, ob die Löschung nur nach Maßgabe einer gerichtlichen Entscheidung (etwa
5124 Vorlage eines dahin gehenden, vollstreckbaren Titels) erfolgen sollte.
5125
5126

5127 **Ergänzender Text von SV Professor Gorny.**

5128
5129 - Geschäftsmodelle, deren wesentliche Motivation in der rechtswidrigen
5130 Zugänglichmachung und/oder der Bereitstellung von Inhalten liegt, dürfen keine
5131 Möglichkeit haben, sich hinsichtlich des Umgangs mit diesen Inhalten aus der
5132 Verantwortung zu entziehen. Es zeigt sich anhand zahlreicher Fälle (z.B. kino.to,
5133 megaupload, rapidshare) und anhand der dort generierten, erheblichen Umsätze, dass es
5134 klarer, an die aktuellen Entwicklungen angepasster Regelungen hinsichtlich der
5135 Haftung der Provider bedarf. Die Regelungen des TMG stehen der tatsächlichen
5136 Entwicklung nach und bedürfen daher einer dringenden Reform. Das Internet darf kein
5137 rechtsdurchsetzungsfreier Raum sein. Die Haftung von Access-Providern und Host-

5138 Providern muss auf ihre Aktualität hin überprüft und angepasst werden. Das
5139 Wechselspiel aus Haftungsprivilegierung der Provider und Anonymität der Endnutzer
5140 darf nicht länger zu Rechtslücken führen.

5141
5142 - Ein Notice-and-take-down-System (NTD) ist nur dann sinnvoll, wenn die Löschungen
5143 zeitnah geschehen. Aktuell zeigt sich, dass gelöschte Links durch von Uploadern
5144 konstruierte sog. bots binnen weniger Sekundenbruchteile wieder eingestellt werden.
5145 Diesen Vorgang darüber hinaus mit einem vorherigen Beschwerdesystem zu versehen,
5146 hieße, ihn sinnlos werden zu lassen. Ziel muss es vielmehr sein,
5147 Wiederholungsverletzungen zu vermeiden und ein Notice-and-stay-down zu etablieren.

5148

5149 Auf Plattformen kommt es zunehmend zu Konflikten zwischen Nutzern, etwa wenn ein
5150 Nutzer Leistungen oder Aussagen anderer kommentiert. Hier gelten grundsätzlich die
5151 normalen rechtlichen Regeln und die Nutzer können die auch bei Offline-Konflikten
5152 verfügbaren Rechtsbehelfe einsetzen.

5153 Es könnte allerdings zur Entlastung der Plattformanbieter und der Gerichte, die häufig von
5154 den Nutzern zur Lösung des Streites angerufen werden, sinnvoll sein, ergänzend über
5155 Schlichtungsstellen nachzudenken, die beispielsweise von einem oder mehreren Anbietern
5156 gemeinsam getragen werden können. Hier könnte Deutschland eine Vorreiterrolle bei der
5157 Entwicklung ergänzender Regulierungs- und Streitschlichtungskonzepte zukommen.

5158

5159

5160 ***Stärkung der Medienverantwortung und Medienkompetenz bei Anbietern und Nutzern***

5161 Zu diesem Thema verweist die Enquete-Kommission auf die Handlungsempfehlungen der
5162 Projektgruppe Medienkompetenz³⁷⁵. Insbesondere weist sie auf die dort aufgelisteten
5163 vielfältigen Initiativen von Bund, Ländern und Kommunen wie etwa [www.ein-netz-fuer-](http://www.ein-netz-fuer-kinder.de)
5164 [kinder.de](http://www.ein-netz-fuer-kinder.de) hin.

5165

5166 ***Folgen der Digitalisierung für den Rundfunk und die Printmedien / Herausforderungen*** 5167 ***für die Medien- und Kommunikationsordnung***

5168

5169 Internet-Phänomene liegen oft quer zu den Gesetzgebungs- und Regulierungskompetenzen
5170 von Bund und Ländern. Hierzu stellt die Kommission fest:

5171

5172 - Das Expertengespräch und auch die Auswertung der Literatur zeigen, dass
5173 Kooperation und Koordination auf Ebene der Gesetzgebung zwischen Bund und
5174 Ländern und auch bei der Regulierung bestehen, es aber durchaus
5175 Verbesserungspotenzial gibt.

³⁷⁵ Vgl. Zwischenbericht der Projektgruppe Medienkompetenz...

- 5176 - Es steht nach Ansicht der Enquete zu erwarten, dass der Abstimmungsbedarf etwa mit
5177 Blick auf Frequenzen (Stichwort „Digitale Dividende“), aber auch zwischen
5178 kartellrechtlichen und medienrechtlichen Entscheidungen steigt, um zu konsistenten
5179 und vorhersehbaren Entscheidungen zu kommen. Hier werden seit langem
5180 unterschiedliche Lösungen diskutiert, bis hin zu Änderung des Grundgesetzes und der
5181 Definition einer neuern Gemeinschaftsaufgabe von Bund und Ländern.
5182
- 5183 - Die Enquete-Kommission empfiehlt Bund und Ländern, die Einrichtung einer
5184 Koordinierungsinstanz zu prüfen, in der Bundesnetzagentur, Bundeskartellamt und die
5185 Organe der Landesmedienanstalten Querschnittfragen diskutieren. Auch
5186 wissenschaftliche Expertise sollte vertreten sein. Die Stelle soll als eine Art „one-stop-
5187 shop“ bestehen, um beispielsweise Unternehmen einen Ansprechpartner zu bieten, der
5188 die Prüfungen der unterschiedlichen Regulierungsinstitutionen koordiniert. Die Stelle
5189 selbst sollte zu keiner Veränderung der Entscheidungskompetenz führen und auch
5190 selbst keine Entscheidungskompetenzen haben, sondern lediglich in regelmäßigen
5191 Abständen ein Weißbuch erstellen, in dem alle Beteiligten ihre Perspektive auf die
5192 Querschnittsfragen erläutern. Dabei ist auch die eigene Kooperation zu evaluieren und
5193 Vorschläge für die Verbesserung des Regelungsrahmens zu unterbreiten.
5194
- 5195 - Zudem wird empfohlen, die gesetzlichen Grundlagen daraufhin zu prüfen, ob die
5196 Informations- und Abstimmungspflichten der beteiligten Institutionen symmetrisch
5197 vorgesehen sind. In der Anhörung wurde seitens einiger der geladenen Experten hier
5198 Kritik laut, dass Landesmedienanstalten entsprechende Obliegenheiten haben, das
5199 Kartellamt aber nicht.

5200

5201

5202 *Zu Perspektiven öffentlicher Förderung von Medieninhalten*

5203

5204

Von der Fraktion DIE LINKE. streitig gestellte Abschnitte.

5205

5206 - Öffentlich-rechtlicher Rundfunk bleibt auch in der Digitalen Gesellschaft ein
5207 unverzichtbarer Bestandteil der Informationsordnung. Dass es gerade im Internet
5208 grundsätzlich kritische Stimmen gibt, sollte Anlass bieten, seine Begründung beständig zu
5209 erneuern und zu kommunizieren. Dabei muss es vor allem das Ziel sein, die Angebote des
5210 öffentlich-rechtlichen Rundfunks auch im Online-Bereich grundsätzlich verfügbar zu
5211 machen.

5212

5213 - Für Fragen und Konflikte insbesondere zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem
5214 Rundfunk sowie Verlagen über Aktivitäten im Online-Bereich und den rechtlichen
5215 Rahmen fehlt es bisher an einer neutralen Diskussionsplattform. Dass Strukturfragen der
5216 Kommunikationsordnung vor Zivilgerichten behandelt werden, belegt aus Sicht der
5217 Kommission diesen Mangel.

5218

5219

5220
5221
5222
5223
5224
5225
5226
5227
5228
5229
5230
5231
5232
5233
5234
5235
5236
5237
5238
5239
5240
5241
5242
5243
5244
5245
5246
5247
5248
5249
5250
5251
5252
5253
5254
5255
5256
5257
5258
5259
5260
5261
5262

Von den Fraktionen SPD und DIE LINKE. streitig gestellter Abschnitt.

- Nach Überzeugung der Kommission darf der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht auf den status quo seines bisherigen Programm- und Onlineangebots eingefroren werden. Kraft seiner ihm nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zukommenden Bestands- und Entwicklungsgarantie müssen Veränderungen bzw. Erweiterungen im Bereich linearer sowie nichtlinearer Angebote des öffentlich-rechtlichen Systems prinzipiell möglich sein. Allerdings sind bei der konkreten Ausgestaltung des Funktionsauftrages die ebenfalls grundrechtlich geschützten Interessen Dritter zu beachten: nämlich die der Beitragszahler und die der konkurrierenden privaten Anbieter. Die Enquete-Kommission empfiehlt dem Gesetzgeber (die Bundesländer), diese Aspekte stärker aufzunehmen:

Von den Fraktionen SPD und DIE LINKE. streitig gestellter Abschnitt.

- *Erstens:* Für den Bereich der Telemedien hat der Gesetzgeber den Fall neuer oder veränderter Onlineangebote durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geregelt. Sofern der öffentlich-rechtliche Rundfunk neue bzw. veränderte Telemedien anbieten möchte, muss er sich einem gesetzlich im Einzelnen geregelten Verfahren, dem sog. Drei-Stufen-Test, unterziehen (vgl. § 11 f RStV). Danach prüfen die zuständigen Aufsichtsgremien der jeweiligen Landesrundfunkanstalt die Zulässigkeit nicht-programmbegleitender Telemedienangebote anhand von im Rundfunkstaatsvertrag festgelegten Kriterien. Ein entsprechendes Verfahren gibt es bislang für den Bereich des linearen Rundfunks noch nicht. Nach Ansicht der Enquete-Kommission sollte geprüft werden, ob und inwieweit das Verfahren des Drei-Stufen-Tests konzeptionell fortentwickelt und neben den Telemedien auch auf den linearen Programm Rundfunk erstreckt werden sollte, nicht zuletzt auch um die Weiterentwicklungsmöglichkeiten auch in diesem Bereich sicherzustellen.

Von dem Sachverständigen Professor Dr. Schulz sowie den Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN streitig gestellter Abschnitt.

- *Zweitens:* Der Drei-Stufen-Test bedarf nach Auffassung der Kommission auch in materieller Hinsicht einer Konkretisierung. Die nicht zuletzt im Interesse der Beitragszahler unverzichtbare Begrenzungsfunktion erfüllt der Drei-Stufen-Test derzeit nur unzureichend. Es sollte klarer als bislang geregelt werden, dass beitragsfinanzierte lineare bzw. nichtlineare Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nur dann zulässig sind, wenn sie im Vergleich zu den Angeboten Privater einen Mehrwert begründen. Dieses Erfordernis erscheint der Kommission gerade im Onlinebereich unverzichtbar zu sein, weil hier die Zutrittschürden

5263
5264
5265
5266
5267
5268
5269
5270
5271
5272
5273
5274
5275
5276
5277
5278
5279
5280
5281
5282
5283
5284
5285
5286
5287
5288
5289
5290
5291
5292
5293
5294
5295
5296
5297
5298
5299
5300
5301
5302
5303
5304
5305

vergleichsweise geringer sind und das Potenzial gesellschaftlicher Selbstorganisation entsprechend höher ist. Nur ein qualitativer Mehrwert, nicht aber ein „more of the same“ rechtfertigt das Beitragsprivileg des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

Von der Fraktion DIE LINKE. streitig gestellter Abschnitt.

- Unabhängig davon sollte geprüft werden, ob es Bedarf gibt, im Internet Angebote zu fördern, die nicht kommerziell, durch öffentlich-rechtliche Angebote oder allein durch gesellschaftliches Engagement entstehen und ob und wie dies gemäß den Vorgaben des Verfassungsgerichtes und den Vorgaben der europäischen Kommission umgesetzt werden könnte.

Alternativtext der Fraktion DIE LINKE. zu den Zeilen 5206 bis 5275 .

- Die Enquete-Kommission ist der Auffassung, dass der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, einen Beitrag zum demokratischen Willens- und Meinungsbildungsprozess und für das kulturelle Leben zu erbringen, unabhängig von seiner konkreten technischen Übermittlungsform und unter den Bedingungen der sich abzeichnenden Strukturveränderungen der Öffentlichkeit hin zu einer vernetzten Öffentlichkeit fortbesteht. Er bedarf angesichts des digitalen Medienwandels und zur Wahrung seiner Akzeptanz allerdings einer gesellschaftlichen Neuaushandlung und Neufassung: Die demokratiefördernde, der Gemeinschaft dienende Funktion des öffentlich-rechtlichen Statuts ist angesichts einer zunehmenden internetbasierten Meinungsbildung sowie unter Wahrung vor Begehrlichkeiten des Staates und Zwängen des Marktes in Richtung der Auffindbarkeit von Inhalten und neuer Formen der Navigation und Kommunikation sowie neuer Inhalte und Formate weiterzuentwickeln. Eine Übertragung der bestimmenden Strukturelemente der Rundfunkordnung auf das Internet geht damit ausdrücklich nicht einher.
- Entsprechend sind nach Auffassung der Enquetekommission explizit auf das Internet bezogene Einschränkungen in der Verbreitung öffentlich-rechtlicher Medieninhalte, wie sie mit der im Rundfunkstaatsvertrag festgeschriebenen Depublikationspflicht etwa in Form der Sieben-Tage-Regel bestehen, nicht im Sinne des öffentlich-rechtlichen Funktionsauftrags.
- Bezugnehmend auf in der Gesellschaft geführte Debatten über die freie Verfügbarkeit von mit Rundfunkbeiträgen finanzierten Produktionen sowie auf vorliegende Vorschläge zur gesonderten gemeinwirtschaftlichen Förderung digitaler Inhalte, aber auch mit Blick auf die anhaltende Kritik an den aktuellen Strukturen und kommerziellen Tätigkeiten der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, spricht sich die Enquete dafür aus, den öffentlich-

5306 rechtlichen Rundfunk nach den Prinzipien Zugang und Nachhaltigkeit, Transparenz und
5307 Beteiligung sowie Unabhängigkeit und Staatsferne zu reformieren. Dazu sollte
5308 insbesondere zählen:

5309 - die Verpflichtung zu freiem Zugang, indem vollumfänglich beitragsfinanzierte
5310 Inhalte netzöffentlich nutzbar gemacht werden und die vollumfängliche Finanzierung
5311 von Inhalten deutlich ausgeweitet wird;

5312 - die Gewähr von Nachhaltigkeit, indem die Rundfunkarchive bewahrt, digital
5313 erschlossen und netzöffentlich nutzbar gemacht werden;

5314 - die Herstellung von Transparenz, indem Gremiensitzungen im Netz übertragen
5315 werden und Beschlussvorlagen, Protokolle sowie Haushaltspläne, Auftragsvergaben
5316 und weitere, nicht personenbezogene Daten netzöffentlich und in maschinenlesbarer
5317 Form bereitgestellt werden;

5318 - die Schaffung von Beteiligung, indem Bürgerinnen und Bürgern Mitspracherechte
5319 erhalten und unabhängige Rundfunkbeauftragte mit ähnlichen Rechten wie
5320 Rechnungshöfe und ähnlichen Berichtspflichten wie Datenschutzbeauftragte als
5321 Beschwerdeinstanzen eingesetzt werden;

5322 - die Stärkung der Unabhängigkeit der Gremien, indem ihnen den Parlamenten
5323 vergleichbare Rechte zugestanden werden und ihre Zusammensetzung entsprechend
5324 der bestehenden gesellschaftlichen Vielfalt wie Alter, Geschlecht, sexuelle
5325 Orientierung, Religion, ethnische Herkunft und Behinderung besetzt werden;

5326 - die Gewährleistung der Staatsferne, indem der direkte und indirekte Einfluss der
5327 Politik in den Aufsichtsgremien deutlich beschnitten wird und Regierungen dort
5328 nicht mehr vertreten sein dürfen.

5329

5330 Dazu gehört aber auch, den Umfang des Funktionsauftrags im Informations-, Bildungs-,
5331 und Unterhaltungsbereich und damit die Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
5332 genauer zu definieren und regelmäßig zu überprüfen. Dabei kann es weder darum gehen,
5333 das öffentlich-rechtliche Angebot zugunsten privater Medienanbieter in ein
5334 Nischenangebot zu verwandeln. Noch muss es dauerhafte Aufgabe sein, aktuelle
5335 Auswüchse des Systems in Form hochdotierter Moderatorenproduzenten, die Gagen und
5336 Gehälter zugleich mit Gewinnen aus ihrer Unternehmertätigkeit beziehen, der Mehrfach-
5337 und Parallelberichterstattung über vermeintliche oder tatsächliche Großereignisse wie
5338 Adelshochzeiten und Sportevents und des undurchsichtigen Geflechts an sendereigenen,
5339 kommerziell agierenden Beteiligungsgesellschaften zu erhalten.

5340

5341 - Die Enquete-Kommission empfiehlt darüber hinaus, die gemeinwirtschaftliche Förderung
5342 von Medieninhalten den Potenzialen des Internets und der Digitalisierung schrittweise
5343 anzupassen und durch verschiedene Förderinstrumente wie beispielsweise
5344 Projektausschreibungen, Förderfonds oder Förderstiftungen zu gestalten und damit

5345 bestehende Strukturen zu ergänzen und auf lange Sicht umzuwandeln. Dazu zählt des
5346 Weiteren eine stärkere Förderung nichtlinearer Inhalte und neuer netzbasierter Formate.

5347

5348 - Langfristig sollte für eine Umwandlung und Neufassung des öffentlich-rechtlichen
5349 Funktionsauftrags wie oben beschrieben der Rundfunkbeitrag in eine Medienabgabe
5350 umgestaltet werden. Dabei sollte den Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit
5351 eingeräumt werden, einen Teil ihrer Abgabe im Sinne eines Beitrags zum demokratischen
5352 Willens- und Meinungsbildungsprozess für Produktionen ihrer Wahl aus den Bereichen
5353 Information, Bildung und Kultur bestimmen zu können. Eine dauerhafte Bereitstellung
5354 solcher Inhalte sowie ihre möglichst freie Wiederverwertbarkeit sollte erreicht werden,
5355 indem Fördergelder explizit für die Produktion von Inhalten und Formaten ausgelobt
5356 werden und ihre Vergabe an die Bedingungen einer dauerhaften freien Verfügbarkeit im
5357 Sinne einer digitalen Commons gekoppelt wird.

5358

5359

5360 **Alternativer Text der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zu den Zeilen**
5361 **... bis**

5362

5363 [Vgl. gesonderte/s Dokument/Ausschussdrucksache.]

5364

5365

5366 - Vor dem Hintergrund des Rückgangs der Finanzierung der Deutschen Welle von über 30
5367 Prozent im letzten Jahrzehnt und der Notwendigkeit, Inhalte weltweit verstärkt auch über
5368 das Internet zu verbreiten, empfiehlt die Enquete-Kommission, den deutschen
5369 Auslandsrundfunk wieder zu stärken. Dabei ist es aus wirtschaftlichen und inhaltlichen
5370 Gründen sinnvoll, die Kooperation mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk weiter
5371 auszubauen. Zu prüfen ist darüber hinaus, ob ein Bund-Länder-Staatsvertrag dafür die
5372 geeignete Grundlage sein kann.

5373

5374 ***Folgen der Digitalisierung für den Journalismus (u.a. neue Geschäftsmodelle)***

5375

5376 Die Ziele des 2002 eingeführten Urhebervertragsrechts konnten bisher nicht im angestrebten
5377 Maße erfüllt werden. Entsprechend fordern Urheber- und Kulturverbände sowie
5378 Gewerkschaften eine Reform des Urhebervertragsrechts. Das Bundesministerium der Justiz
5379 hat in diesem Bereich jedoch bisher keine Evaluierung vorgenommen und sieht auch keinen
5380 Handlungsbedarf.

5381

5382 Die Enquete-Kommission empfiehlt eine Gesetzesnovellierung, die folgende Kernpunkte
5383 enthält:

5384

5385 - In Urheberverträgen dürfen im Voraus nur die für die Verwertung notwendige Rechte
5386 übertragen werden (Vertragszweckbindung).

5387

5388 - Total-Buyout-Verträge sollen so gestaltet werden, dass das vereinbarte Pauschalhonorar
5389 dem Umfang der Nutzung innerhalb der Schutzfrist angemessen ist.

5390

5391 - Der Anspruch auf „angemessene Vergütung“ muss durchsetzungsstark ausgestaltet
5392 werden. Die gesetzlichen Vorgaben für die Aushandlung „gemeinsamer
5393 Vergütungsregeln“ sollen so gestaltet werden, dass Verwerter sich den Verhandlungen
5394 nicht entziehen können und innerhalb klar definierter Zeiträume Schlichtungsverfahren
5395 greifen.

5396

5397 **Ergänzender Halbsatz der Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE
5398 GRÜNEN. Streitig gestellt von den Fraktionen CDU/CSU und FDP.**

5399

5400 [...Schlichtungsverfahren greifen,] indem das Widerspruchsrecht der betroffenen Parteien
5401 und das Votum der Schlichtungsstelle (§ 36a UrhG) verbindliche Wirkung entfaltet.³⁷⁶

5402

5403 - Stärkung der Kündigungs- und Rückrufrechte der Urheberinnen und Urheber.

5404

5405 - Die Enquete-Kommission empfiehlt, die Ausbildung der Journalistinnen und
5406 Journalisten in Hochschulen, Journalistenschulen und Weiterbildungsinstitutionen
5407 stärker auszurichten auf das Unternehmensein, die Vermarktung eigener Inhalte, die
5408 Dialogfähigkeit und den Datenjournalismus.

5409

5410 - Bislang sind im Netz nur wenige tages- oder wochenaktuelle Publikationen von
5411 Zeitungen oder Zeitschriften profitabel, bislang ist kein durchgängig erfolgreiches
5412 Geschäftsmodell gefunden worden, die vorhandenen Lücken zu schließen.
5413 Gleichzeitig verkleinern immer mehr Zeitungsverlage ihre Redaktionen, schaffen
5414 gemeinsame Mantelausgaben und einige Verlage stellen ihre Zeitungen und deren
5415 Onlineausgaben ein. Es sind daher neue Instrumente zur Finanzierung von

³⁷⁶ Vgl. Gesetzentwurf von DIE LINKE. ...; Gesetzentwurf von B90/DIE GRÜNEN...

5416 Journalismus und Recherche on- wie offline zu diskutieren und auf ihre
5417 verfassungsmäßige Umsetzung zu prüfen.

5418

5419 **Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Satz. Die Fraktionen**
5420 **SPD und DIE LINKE. plädieren für den Beibehalt.**

5421

5422 Dabei soll insbesondere ergebnisoffen geprüft werden, welche Rolle Stiftungen
5423 übernehmen können.³⁷⁷

5424

5425 4.2 Öffentlichkeit

5426 Welche Angebote im Internet wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Meinungsbildung
5427 besonderen Privilegien und Bindungen unterliegen sollen, bedarf der genaueren Betrachtung.
5428 Hier hat zur Definition des „medialen“ Teils des Netzes der Begriff „journalistisch-
5429 redaktionell“ eher unsystematisch Einzug in die Gesetzgebung gefunden. Es ist zu prüfen, ob
5430 er in allen Fällen eine systematische Abgrenzung erlaubt und gegebenenfalls eine
5431 Konkretisierung erforderlich ist.

5432

5433 Die Möglichkeit, an einer Öffentlichkeit, die nicht von Massenmedien bestimmt ist, aktiv
5434 teilzunehmen, sich mit eigenen privaten und politischen Vorstellungen in diese Öffentlichkeit
5435 einzubringen, sie zu gestalten und im Dialog mit Dritten eigenverantwortlich zu verändern, ist
5436 eine Errungenschaft des Internet, die es zu schützen gilt. Durch die Digitalisierung sind
5437 Öffentlichkeiten entstanden, die sich den Beschränkungen der alten Massenmedien entziehen.
5438 Meinungs- und Kommunikationsfreiheit müssen auch im Internet gegen andere Grundrechte
5439 und Freiheiten abgewogen werden, wobei die herausragende Bedeutung der
5440 Kommunikationsgrundrechte für die Demokratie maßgeblich zu berücksichtigen ist.

5441

³⁷⁷ Vgl.

www.wissenschaftsjournalismus.org/fileadmin/content_wj/Studie_Stiftungsfinanzierter_Journalismus_in_USA_final.pdf

5442
5443
5444
5445
5446
5447
5448
5449
5450
5451
5452
5453
5454
5455
5456
5457
5458
5459
5460
5461
5462
5463
5464
5465
5466
5467
5468
5469
5470
5471
5472
5473
5474
5475
5476
5477
5478
5479
5480

Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Abschnitt. Die Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN plädieren für den Beibehalt.

Die wesentlichen Voraussetzungen für eine demokratische Teilhabe an medialer Öffentlichkeit in einer digitalisierten Gesellschaft sind die grundsätzliche Verfügbarkeit und universelle Verwendbarkeit von internetfähigen Endgeräten, aber auch digitalisierten Inhalten (Informationen, Nachrichten, Quellenmaterial, Vorlagen u.a.) sowie der gleichberechtigte Zugang zur Netzinfrastruktur.

- Die Enquete-Kommission empfiehlt daher, die universelle Verwendbarkeit von Endgeräten durch eine international harmonisierte Festschreibung offener und plattformübergreifender Standards³⁷⁸ sicherzustellen.
- Auch im Sinne der Bedeutung des Internet für die Gesellschaft als potenzieller Ort demokratischer Öffentlichkeit ist die Wahrung und gesetzliche Garantie der Netzneutralität von höchstem Interesse. Diese Garantie ist beispielsweise auch für die Rundfunkanstalten elementar.

Zur Teilnahme an der demokratischen Medienöffentlichkeit ist die im Telemediengesetz festgeschriebene Verpflichtung der Provider zum Angebot von pseudonymen bzw. anonymen Nutzungsmöglichkeiten bei der Nutzung von Telemedien ein wichtiger Faktor. Forderungen nach einem Klarnamenzwang für Internetveröffentlichungen oder einer Identifikationspflicht für jeglichen Internetzugang lehnt die Enquete-Kommission ab. Hierzu verweist die Kommission weiter auf die Behandlung des Themas „Anonymität im Internet“ durch die Projektgruppe Demokratie und Staat.³⁷⁹

Die Pressefreiheit muss auch gelten, wenn Journalisten Informationen von Geheimnisträgern erhalten haben.³⁸⁰ Es gilt zu prüfen, ob und wie diese Regelung ebenso auf journalistische Blogs Anwendung findet, die eine meinungsbildende Relevanz haben.

Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Abschnitt. Die Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN plädieren für den Beibehalt.

Auch der gesetzliche Schutz für sogenannte Whistleblower muss verbessert werden.

Maßstab für staatliches Handeln bei der Regulierung von Internet-Öffentlichkeiten muss das Ziel sein, eine demokratisch-partizipative Teilhabe an der mit dem Internet entstandenen dialogischen, allgemein zugänglichen Öffentlichkeit in größtmöglichem Umfang zu gewährleisten.

³⁷⁸ Vgl. Zwischenbericht der Projektgruppe Interoperabilität, Standards, Freie Software...

³⁷⁹ Vgl. Zwischenbericht der Projektgruppe Demokratie und Staat; Bestandsaufnahme S. 51, Zeile 13789ff. sowie Handlungsempfehlungen S. 218, Z. 5992

³⁸⁰ Cicero-Urteil...

5481 - Möglichkeiten, sich direkt in Meinungsbildungsprozesse einzubringen und in
5482 Kooperation mit unterschiedlichen Akteuren zu einer Auseinandersetzung über die
5483 Relevanz bestimmter Themen und über gesellschaftlichen Handlungsbedarf zu kommen,
5484 sind zu unterstützen und auszubauen.

5485

5486 - Wo Bürgerinnen und Bürger ihre Interessen durch netzpolitische Interaktion in
5487 höherem Maße als bisher selbstbestimmt und eigenverantwortlich vertreten, verdient
5488 dieses Engagement gefördert und strukturell unterstützt zu werden.

5489

5490 **Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Abschnitt. Die Fraktionen**
5491 **SPD und DIE LINKE. plädieren für den Beibehalt.**

5492

5493 - Nicht zuletzt zum Schutze dieser, oft nichtkommerziellen öffentlichen Räume kann eine
5494 Privatisierung der Rechtsdurchsetzung nicht Teil einer demokratiefördernden
5495 Netzpolitik sein.

5496

5497 - Die Bedeutung von App-Plattformen für die Regelungsstrukturen wird noch nicht
5498 hinreichend erkannt. Sie werden durch Vertragsgestaltungen und die
5499 Softwarearchitektur wirksam und haben erhebliche Bedeutung für die öffentliche
5500 Kommunikation, etwa wenn Medienanbieter oder andere Anbieter von kommunikativen
5501 Inhalten keinen Zugang zu marktbeherrschenden App-Plattformen erhalten.

5502

5503 **4.3 Kultur**

5504

5505 *Veränderungen der Produktion, Distribution und Nutzung von künstlerischen Werken /* 5506 *kreativen Inhalten*

5507

5508 Bislang sind die Veränderung der Produktion, Distribution und Nutzung künstlerischer Werke
5509 und kreativer Inhalte sowie die Auswirkung der Digitalisierung auf Kulturgüter und das
5510 Einkommen Kreativer nicht umfassend und unabhängig erforscht. Es gibt einzelne Aufsätze
5511 und Vorträge sowie Selbsteinschätzungen von Kreativen-Verbänden und Produzentenseite
5512 sowie zahlreiche, oft interessensgeleitete Einzelstudien. Entsprechend weist auch der
5513 Sachstandsbericht der Enquete-Kommission hier deutliche Leerstellen auf.

5514

5515 Die Enquete-Kommission empfiehlt daher die Ausschreibung und Finanzierung einer
5516 unabhängigen Studie, die diese Veränderungen und Auswirkungen für alle Bereiche
5517 (Privatwirtschaftlicher Sektor, Öffentlich geförderter Bereich, freie Szene) sowohl
5518 ökonomisch als auch kulturwissenschaftlich erforscht und mögliche Folgen sowie
5519 gesetzgeberische Einflussmöglichkeiten auf die Entwicklung skizziert.

5520

5521 Es ist kein systematisches Argument zu erkennen, wonach elektronische und gedruckte
5522 Medien bei der Umsatzbesteuerung unterschiedlich behandelt werden sollten. Allerdings ist
5523 eine Anwendung des ermäßigten Steuersatzes auf elektronische Bücher und damit eine
5524 Angleichung mit gedruckten Büchern nach der Mehrwertsteuersystemrichtlinie der
5525 Europäischen Union derzeit nicht zulässig. Die Enquete-Kommission hält daher eine
5526 Überprüfung des Gesamtkataloges der Mehrwertsteuersätze für richtig und fordert die
5527 Bundesregierung auf, sich auf europäischer Ebene für eine Harmonisierung einzusetzen – mit
5528 dem Ziel, die Umsatzbesteuerung für eBooks zu reduzieren.

5529

5530 *Archivierung*

5531 Ein bisher noch nicht befriedigend gelöstes Problem stellt die dauerhafte und systematische
5532 Archivierung und Bereitstellung von digitalen und audiovisuellen Medieninhalten dar. Zwar
5533 ist der Sammlungsauftrag der Deutschen Nationalbibliothek im Jahr 2006 auf digitale
5534 Publikationen ausgeweitet worden, gleichwohl findet dort eine Archivierung von Websites
5535 bislang noch nicht statt. Hörfunk und Fernsehen sind in Deutschland von der staatlich
5536 organisierten Sammlung von Kultur- und Archivgütern sogar gänzlich ausgeschlossen. Ihre
5537 Sicherung und Verfügbarkeit ist damit allein in das Ermessen der Produzenten gestellt, die in
5538 ihren Archivbeständen primär eine Produktionsressource sehen.

5539 Dadurch stehen den großen Chancen, die sich aus der Existenz digitaler und digitalisierter
5540 Sammlungen für Bildung, Forschung und Kulturarbeit im Sinne einer Wissensressource
5541 ergeben, in der Praxis oft schwer zu überwindende Hürden gegenüber. Hinzu kommen
5542 weitgehend in der Praxis schwer anzuwendende urheberrechtliche Beschränkungen, welche
5543 die Arbeit mit audiovisuellem Material in Bildung und Forschung unnötig behindern. Konkret
5544 gilt es,

5545 - (1) eine zertifizierte Langzeitarchivierung digitaler Inhalte in einem geeigneten
5546 professionellen Rahmen zu forcieren,

5547 - (2) über die Länder zu erreichen, dass die Rundfunkanstalten die endarchivische
5548 Ausrichtung der Rundfunkarchive³⁸¹ derart organisatorisch und finanziell sicherstellen,
5549 so dass ein nutzerorientierter Zugang für Bildung, Forschung und Kultur gewährleistet
5550 wird, und

5551 - (3) die urheberrechtlichen Vorschriften so zu konkretisieren, dass die Nutzung
5552 audiovisueller Werke für die genannten Zwecke erleichtert wird. Das nationale
5553 Kulturerbe beruht schon heute in hohem Maße auf digitalen bzw. audiovisuellen
5554 Inhalten. Deren Sicherung und Verfügbarkeit in der Gegenwart und für die Zukunft
5555 müssen daher an jenen Standards gemessen werden, die im Bereich der
5556 Schriftüberlieferung seit langem etabliert und selbstverständlich sind.

³⁸¹ Vgl. European Convention for the Protection of the Audiovisual Heritage. European Treaty Series No. 183, 8.11.2001, online unter URL: <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Reports/Html/183.htm>; Protocol to the European Convention for the Protection of the Audiovisual Heritage, on the Protection of Television Productions. European Treaty Series No. 184, 8.11.2001, online unter URL: <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Reports/Html/184.htm>.

5557 Das Einsammeln, Bereitstellen, Nutzen und Langzeitarchivieren von frei im Internet
5558 verfügbaren digitalen Dokumenten muss gerade für Organisationen, die das kulturelle Erbe
5559 bewahren, rechtssicher erlaubt sein.

5560 Es muss geprüft werden, wie die Bereitstellung, Nutzung und Langzeitarchivierung von
5561 digitalen Pflichtexemplaren, die digitale Vervielfältigung körperlicher Werke sowie die dazu
5562 erforderlichen redundanten Vervielfältigungen in den Räumen z. B. einer
5563 Pflichtexemplarbibliothek rechtssicher erlaubt sein könnte. Auch sollte geprüft werden zum
5564 einen wie zum einen das Vorhalten mehrerer Vervielfältigungen auf unterschiedlichen
5565 Speichersystemen aus Gründen der Sicherheit, zum anderen die technische Veränderung von
5566 digitalen Werken (Umformatierung, Konvertierung) rechtssicher erlaubt sein könnte.

5567 Für verwaiste Werke gibt es trotz der in Kraft getretenen Richtlinie auf europäischer Ebene
5568 national derzeit noch keine Möglichkeit, ein Nutzungsrecht zur Erstellung und öffentlichen
5569 Zugänglichmachung digitaler Kopien zu erwerben. Deshalb ist bei der dringlich gebotenen
5570 Umsetzung der Richtlinie besonders auf die Bedürfnisse der Archiveinrichtungen zu achten.
5571 „Für vergriffene Werke [...] ist es oft unangemessen mühsam, Nutzungsrechte zur Erstellung
5572 und öffentlichen Zugänglichmachung digitaler Kopien zu erhalten.“³⁸² Hier könnten
5573 gesetzliche Regelungen ähnlich wie bei den verwaisten Werken Abhilfe schaffen.

5574

5575 **Ergänzender Text von SV Professor Gorny.**

5576

5577 Der Erhalt von Werken des nationalen Kulturerbes ist unbedingt wünschenswert, allerdings
5578 darf dies auch nicht zu einer Aushöhlung der Rechte führen. Es müssen hier klare und sichere
5579 Mechanismen erhalten und/oder etabliert werden, welche die Wirtschaftlichkeit von
5580 Kreativleistungen nicht unterminieren. Bei jedweden Schrankenausdehnungen ist stets
5581 abzuwägen zwischen den tatsächlichen Notwendigkeiten für die Bewahrung kulturellen Erbes
5582 (bspw. Archivierung) und den berechtigten Interessen der Kultur- und Kreativwirtschaft.

5583

³⁸² Stellungnahme der Deutschen Nationalbibliothek zu einem Expertengespräch des Rechtsausschusses des Deutschen Bundestages am 19.09.2011, S. 5, vgl.: http://www.bundestag.de/bundestag/ausschuesse17/a06/anhoerungen/archiv/13_Urheberrecht/05_Stellungnahmen/Stellungnahme_Nigge mann.pdf

5584 ***Deutsche Digitale Bibliothek***

5585 Der weitere Ausbau der Deutschen Digitalen Bibliothek bedeutet für die Beteiligten in Bund,
5586 Ländern und Kommunen eine besondere Herausforderung. Die Finanzierung der technischen
5587 Infrastruktur, insbesondere die Schaffung weiterer Funktionen, muss auf Dauer in einer
5588 gemeinsamen Struktur gesichert werden.

5589

5590 Die Erweiterung der Bestände an Digitalisaten durch Digitalisierungsprozesse in den bereits
5591 angeschlossenen Bibliotheken, Museen und Archiven, aber auch durch den Einbezug weiterer
5592 Einrichtungen stellt die große Zukunftsaufgabe dar.

5593

5594 Die Enquete-Kommission empfiehlt in diesem Zusammenhang die Digitalisierung im
5595 Rahmen der DDB weiter zu intensivieren, damit kulturelles Erbe und wissenschaftliche
5596 Informationen sukzessive im gebotenen Umfang online verfügbar werden.

5597

5598 Zur Digitalisierung des kulturellen Erbes werden zukünftig mehr finanzielle Mittel benötigt
5599 als bisher. Weder die Deutsche Forschungsgemeinschaft, noch die zumeist in Landes- oder
5600 Kommunalträgerschaft befindlichen Einrichtungen können dies allein bewältigen –
5601 insbesondere, wenn die Bestände des 19. und 20. Jahrhunderts einbezogen werden sollen.
5602 Daher ist zu prüfen, inwieweit zusätzliche Finanzierungsquellen, insbesondere privater Dritter
5603 sowie auf EU-Ebene, für die DDB erschlossen werden können.

5604

5605 **Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Abschnitt. Die Fraktionen**
5606 **SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN plädieren für den Beibehalt.**

5607

5608 Ohne einen Masterplan, der einen Abgleich bereits digitalisierter Bestände mit den noch nicht
5609 aufgenommenen realisiert und Prioritäten formuliert, ist der Ausbau der DDB kaum denkbar.
5610 Zudem müssen die rechtlichen Beziehungen der teilnehmenden Einrichtungen miteinander
5611 klar vertraglich geregelt werden. Um diese Prozesse umsetzen zu können, sind entsprechende
5612 Steuerungsstrukturen zu schaffen und auszustatten.

5613

5616 **Von den Fraktionen SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN streitig**
5617 **gestellte Abschnitte mit Alternativtext in den Zeilen 5633 bis 5796.**

5619 Die Enquete-Kommission empfiehlt:

5621 - Der Fortbestand und die Weiterentwicklung der Künstlersozialkasse sind sicherzustellen,
5622 ohne systemfremde Ausweitungen oder Überschneidungen mit anderen sozialen
5623 Sicherungssystemen zu generieren.

5625 - Unterstützende öffentliche Programme und Maßnahmen wie die Initiative *Kultur- und*
5626 *Kreativwirtschaft* der Bundesregierung in Zusammenarbeit mit Ländern und Kommunen
5627 sollten fortgeführt werden.

5630 **Von den Fraktionen CDU/CSU und FDP streitig gestellter Alternativtext der Fraktionen**
5631 **SPD, DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zu den Zeilen 5619 bis 5627.**

5633 Die Problemdarstellung in den einzelnen Sektoren und Branchen verdeutlicht, dass Lösungen
5634 für die sozialen Probleme der Kreativen nur mit einem ressortübergreifenden Ansatz zu
5635 finden sein werden – unter Einbeziehung von Vorschlägen, die auf gesamtgesellschaftliche
5636 Veränderungen der Sozialsysteme beim Übergang von industriegesellschaftlich geprägten
5637 Arbeits- und Lebensbedingungen zu denen einer Dienstleistungs-, Wissens- und
5638 Informationsgesellschaft zielen. Dazu gab es diverse Studien und alternative
5639 Lösungsvarianten. Auch zur sozialen Sicherung von Kultur- und Kreativschaffenden liegen
5640 Untersuchungen mit Lösungsvorschlägen vor.³⁸³ Im Folgenden erfolgt eine Konzentration auf
5641 jene Vorschläge, die sich unmittelbar auf den Kultur- und Kreativbereich beziehen,
5642 insbesondere jene, die in jüngerer Zeit von Kultur- und Kreativschaffenden und ihren
5643 Interessenvertretungen in die öffentliche Debatte eingebracht wurden.

5645 Übereinstimmung besteht darin, dass das zentrale Ziel die Verbesserung der
5646 Einkommenssituation von Kultur- und Kreativschaffenden ist.

5648 - Mindesthonorare und eine soziale Absicherung sind auch für die freie Szene
5649 unumgänglich, um dem Abwärtstrend bei der Honorierung, der sich nicht nur in der
5650 Kultur- und Kreativwirtschaft, sondern auch bei öffentlichen Einrichtungen abzeichnet,
5651 entgegenwirken zu können. Insbesondere im öffentlich geförderten Bereich sollten

³⁸³ Vgl.: Z.B. Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.) / Haak, Carroll / Schneider, Hilmar: Zur sozialen Absicherung von selbständigen Künstlern - Eine Bestandsaufnahme. Bonn: 2012 und Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Soziale Sicherung für Soloselbstständige in der Kreativwirtschaft. Bonn: März 2012.

5652 Vergaben an verbindliche Honorierungsvorgaben und soziale Standards geknüpft werden.
5653 Konkrete Vorschläge hat dazu beispielsweise die Koalition der Freien Szene in Berlin
5654 vorgelegt.³⁸⁴ Ähnliches gilt für den Bundesverband der Film- und Fernsehchauspieler.
5655

5656 - Darüber hinaus gilt es, insbesondere für die Akteure die Bildung von Verbandsstrukturen
5657 auch in den neu mit der Digitalisierung entstandenen Berufsfeldern voranzutreiben und
5658 diese politisch zu unterstützen, damit dort Verhandlungspartner entstehen, die tarifähnliche
5659 Vereinbarungen aushandeln können.
5660

5661 Ein zentrales Ergebnis der Auswertung der der Enquetekommission vorliegenden Studien ist
5662 dabei, dass der Fokus nicht allein beim Urheberrecht liegen darf, um die soziale Lage von
5663 Kultur- und Kreativschaffenden zu verbessern. Das Urheberrecht bietet aber sehr wohl die
5664 Möglichkeit, insbesondere durch eine Reform des Urhebervertragsrechts, die
5665 Verhandlungsmacht von Kultur- und Kreativschaffenden gegenüber den Verwertern ihrer
5666 Leistungen zu stärken. (Siehe dazu auch die Handlungsempfehlungen unter Kapitel 1 / 1.4)
5667

5668 Statt einer weiteren Kriminalisierung von Nutzern sollte die Entwicklung neuer Vergütungs-
5669 und Abrechnungsmodelle befördert werden. Maßnahmen zum Schutz des Urheberrechts
5670 müssen verhältnismäßig sein. In diesem Zusammenhang sollten alle derzeit diskutierten
5671 Modelle oder praktischen Versuche – von der „Kultur-Flatrate“ über die vom Chaos
5672 Computer Club vorgeschlagene „Kultur-Wertmark“ bis zu neuen Micropayment-Modellen –
5673 ergebnisoffen und schnellstmöglich geprüft werden.
5674

5675 Letztlich geht es um einen neuen Gesellschaftsvertrag. Er sollte die Kreativität möglichst
5676 vieler und die Teilhabe aller am kulturellen Reichtum im Netz ermöglichen und zugleich
5677 sichern, dass professionelle Kultur- und Kreativschaffenden von ihrer Arbeit leben können
5678 und sozial abgesichert sind.
5679

5680 Die Stimmen aus dem Kulturbereich werden lauter, die eine Reform der
5681 Verwertungsgesellschaften, insbesondere der GEMA einfordern.
5682

5683 - Insbesondere die Binnendemokratie der Verwertungsgesellschaften ist zu stärken. Ziel
5684 dabei müssen mehr Mitspracherechte für alle Mitglieder sein.
5685

5686 - Bei der Festsetzung von Nutzungstarifen sollte ein Inkrafttreten neuer Tarife erst nach
5687 dem Ende eines möglichen Schlichtungsverfahrens erfolgen.
5688

5689 - Die Aufnahme von Kultur- und Kreativschaffenden, die mit freien Lizenzen (wie Creative
5690 Commons) veröffentlichen, in die Verwertungsgesellschaften sowie die Aufnahme von frei
5691 lizenzierten Werken in das durch die Verwertungsgesellschaften vertretene Repertoire
5692 sollte in allen Verwertungsgesellschaften möglich sein.

³⁸⁴ Vgl.: Koalition der Freien Szene: Offener Brief an die Stadt Berlin vom 12. März 2012. Zehn Punkte für eine neue Kulturpolitik. Online abrufbar unter: http://koalitionfszb.bplaced.net/wordpress/wp-content/uploads/2012/03/koalition_der_freien_szene_offener_brief_final_12_03_2012.pdf

5693 - Die sogenannte GEMA-Vermutung sollte nach Genres getrennt durch statistische
5694 Erhebungen validiert werden und dort, wo die sie begründende Monopolstellung der
5695 Verwertungsgesellschaft nachweislich nicht (mehr) zutrifft, durch neue Instrumente
5696 ergänzt werden.

5697
5698 Ein Weg zur Verbesserung der Situation bildender Künstlerinnen und Künstler könnte die
5699 Einführung einer Ausstellungsvergütung sein. Bildende Künstlerinnen und Künstler erhalten
5700 im Unterschied zu den Künstlerinnen und Künstlern aller anderen Sparten, bei denen das
5701 Urheberrecht eine Vergütung für jede öffentliche Nutzung und Verwertung ihrer Werke
5702 vorsieht, üblicherweise keine Vergütung für die öffentliche Ausstellung ihrer Werke. Im
5703 Urheberrecht ist derzeit kein Rechtsanspruch auf eine Ausstellungsvergütung verankert.
5704 Zusammen mit den Ländern sollte in einem ersten Schritt eine gemeinsame Haltung erarbeitet
5705 werden, wie eine verpflichtende Ausstellungszahlung an bildende Künstlerinnen und Künstler
5706 sowie Fotografinnen und Fotografen in den Förderkriterien der von Bund geförderten
5707 Einrichtungen und Projekten ausgestaltet werden könnte, auch mit dem Ziel, entsprechende,
5708 parallele Regelungen in den Ländern zu finden.

5709
5710 Festlegungen über Mindesthonorare und eine Ausstellungsvergütung sind nur dann sinnvoll,
5711 wenn den öffentlichen Einrichtungen auch die erforderlichen Mittel dafür zur Verfügung
5712 stehen. Die Finanznot der Länder und Kommunen ist offensichtlich. Hier bedarf es einer
5713 nachhaltigen Finanz- und Steuerpolitik des Bundes, damit sie wieder in die Lage versetzt
5714 werden, ihren Aufgaben zur Daseinsvorsorge, auch der kulturellen, nachkommen zu können.

5715
5716 Der entscheidende Ansatzpunkt im Kultur- und Kreativbereich ist die Stärkung der nicht
5717 erwerbswirtschaftlich orientierten Kultursektoren, des öffentlichen und intermediären
5718 Kultursektors³⁸⁵, der Stopp weiterer Privatisierung von öffentlichen Einrichtungen sowie des
5719 Abbaus von Personal im öffentlichen Bereich. Zwingend ist eine Stabilisierung und
5720 längerfristige Sicherung des frei-gemeinnützigen Bereichs, der derzeit wesentlich auf
5721 Ehrenamt oder unterbezahlter kurzfristiger Projektarbeit beruht.

5722
5723 Notwendig ist eine Reform der öffentlichen Kulturförderung mit stärkerem Gewicht auf neue
5724 Formen kultureller Produktion und den freien Bereich, für den deutlich mehr Mittel zur
5725 Verfügung gestellt werden müssten.

5726
5727 - Eine öffentliche Anhörung im Ausschuss für Kultur und Medien des Deutschen
5728 Bundestages am 7. November 2012 hat dazu wesentliche Empfehlungen erbracht.³⁸⁶ Die
5729 von der öffentlichen Hand ausgereichten Fördermittel müssen in stärkerem Maße bei den
5730 Kultur- und Kreativschaffenden und der freien Szene ankommen. Die Autoren des

³⁸⁵ Vgl. dazu die Handlungsempfehlungen der Studie *Öffentlich geförderter, intermediärer und privater Kultursektor - Wirkungsketten, Interdependenzen, Potenziale*. Forschungsgutachten für den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien BKM. Endbericht. Auftragnehmer STADTart Dortmund in Kooperation mit dem Institut für Kulturpolitik Bonn. Dortmund: 2012, S. 156f.

³⁸⁶ Vgl.: Deutscher Bundestag: Protokoll der 73. Sitzung des Ausschusses für Kultur und Medien am 7. November 2012.

5731 „Kreativpakts“ beispielsweise schlagen vor, analog zum Hauptstadtkulturvertrag für zehn
5732 Städte jeweils zehn Millionen für die freie Szene zur Verfügung zu stellen.³⁸⁷

5733
5734 - Verändern müssen sich aber insbesondere auch die öffentlich geförderten Einrichtungen
5735 selbst. Sie sollten sich in stärkerem Maße der freien Szene öffnen und ihnen ihre
5736 Infrastruktur zur Verfügung stellen. Das könnte auch in den Förderkriterien verankert
5737 werden. Es geht nicht um ein „entweder/oder“, nicht um die Abschaffung von Institutionen
5738 zugunsten der Freien, sondern um verstärkte Kooperation und das Schaffen von
5739 Netzwerken.

5740
5741 - Räume, Ateliers, Probenmöglichkeiten sind für die Kultur- und Kreativwirtschaft und die
5742 freie Szene wichtige Ressourcen. Sie sollten zu erschwinglichen Preisen verfügbar sein
5743 und von der öffentlichen Hand auch übergangsweise in Form von Zwischennutzungen zur
5744 Verfügung gestellt werden.

5745
5746 Notwendig ist nicht nur eine Änderung der Rahmenbedingungen kultureller Produktion. Die
5747 Produzenten und Vermittler kultureller Angebote selbst sind herausgefordert, sich in
5748 stärkerem Maße den neuen gesellschaftlichen Herausforderungen zu stellen, die sich aus der
5749 Digitalisierung ergeben. Nicht nur der private, auch der öffentliche Bereich reagiert sehr spät
5750 und zögerlich auf diese Veränderungen.

5751
5752 Die Enquete-Kommission schließt sich entsprechend den Forderungen von Thomas Krüger in
5753 seinem Beitrag zum Kulturpolitischen Bundeskongress 2011 an den Kulturbereich und die
5754 Kulturpolitik und seinem Plädoyer für eine „Renaissance der öffentlichen Kultur“ an:

5755 „Es braucht eine dreifache Öffnung:

- 5756
5757 1. Öffnung der Institutionen und ihrer Akteure für die digitalen Medienwelten/Kulturen.
5758 2. Öffnung der Institutionen für ihre Nutzer und Partner.
5759 3. Öffnung der gesellschaftlichen Debatte für die Frage nach dem öffentlichen Raum im 21.
5760 Jahrhundert, auch und gerade in digitalen Medienkulturen.“³⁸⁸

5761
5762 Dabei stellen wir fest, dass insbesondere mit Blick auf die Herausforderungen für das
5763 Urheberrecht diese Debatte inzwischen bereits im vollen Gange ist.

5764
5765 Die Künstlersozialkasse (KSK) ist eine historische Errungenschaft. Sie ist bewahrenswert,
5766 muss aber an neue Entwicklungen angepasst werden. Durch den Bundeszuschuss muss die
5767 finanzielle Stabilität der KSK dauerhaft gesichert werden.³⁸⁹ Insbesondere ist zu prüfen, ob
5768 der Kultur- und Publizistikbegriff erweitert werden sollte, um neuen Kreativ- und

³⁸⁷ Vgl.: SPD-Bundestagsfraktion: Reboot Arbeit, update Urheberrecht - bildet soziale Netzwerke! Der Kreativpakt - ein Bündnis von Kultur, Wirtschaft und Politik, S. 22.

³⁸⁸ Vgl.: Krüger, Thomas: Öffentliche Kultur in der digitalen Gesellschaft. In: Jahrbuch für Kulturpolitik 2011. Thema Digitalisierung und Internet. Hrsg. Institut für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft. Essen: 2011, S. 105-113.

³⁸⁹ Anmerkung der Fraktionen DIE LINKE und Bündnis 90/ Grüne: Ein Aspekt der Sicherung dieser finanziellen Stabilität wäre, den Bundeszuschuss wieder auf die ursprünglichen 25 Prozent zu erhöhen.

5769 Digitalberufen den Zugang zur KSK zu ermöglichen.... Zudem sollte der Kreis der
5770 Abgabepflichtigen besser erfasst werden. Es ist ungerecht gegenüber denjenigen, die ehrlich
5771 zahlen, dass bisher noch nicht alle Abgabepflichtigen erfasst und kontrolliert werden.
5772 Längerfristig brauchen wir Lösungen, wie beispielsweise eine Bürgerversicherung im
5773 Gesundheitsbereich, die allen Bürgerinnen und Bürgern, Kultur- und Kreativschaffende
5774 eingeschlossen, eine ausreichende soziale Absicherung bieten.

5775
5776 Nicht zuletzt wird von allen Kulturverbänden auf die Notwendigkeit verwiesen, stärker in die
5777 kulturelle Bildung und die Medienbildung von Kindern und Jugendlichen zu investieren und
5778 die Aus- und Weiterbildung von Kultur- und Kreativschaffenden stärker auf die neuen
5779 Bedingungen des digitalen Zeitalters auszurichten.

5780
5781 Zu fast allen Punkten der Problemanalyse im Kapitel 3 / 3.3 des vorliegenden Berichts der
5782 Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft liegen Handlungsempfehlungen der
5783 Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ von 2007 vor. Nur ein Teil von ihnen wurde
5784 bisher aufgegriffen. Es ist an der Zeit, sie in die Tat umzusetzen.

5785
5786 Die Bestandsaufnahme hat weiteren Forschungsbedarf erbracht. Die Folgen der
5787 Digitalisierung für den Kulturbereich und die soziale Lage von Kultur- und
5788 Kreativschaffenden sollten im Kontext genereller Veränderungen in der Arbeits- und
5789 Lebenswelt von Kultur- und Kreativschaffenden wie auch der Nutzer ihrer Angebote genauer
5790 untersucht werden.

5791
5792 Die Enquete-Kommission empfiehlt, die Sonderregelung des Versicherungsschutzes zur
5793 sozialen Absicherung mit Arbeitslosengeld I von Künstlern, Journalisten und anderen
5794 kurzfristig Beschäftigten an die tatsächlichen Bedürfnisse und realen Arbeitsabläufe, also
5795 insbesondere auf kurze Zeit befristete Arbeitsverträge, der Kultur- und Kreativschaffenden
5796 anzupassen.

5797
5798 **Von den Fraktionen CDU/CSU, FDP und SPD streitig gestellte ergänzende Abschnitte**
5799 **der Fraktionen DIE LINKE. und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN.**

5800
5801 Aus dem Kulturbereich mehren sich die Stimmen, die zur Lösung der sozialen Probleme ein
5802 Grundeinkommen fordern.

5803
5804 Dies würde zwar nicht das Problem der angemessenen Vergütung von erbrachten Leistungen
5805 lösen, könnte aber eine Existenzsicherung ohne die bisherigen bürokratischen Hürden und
5806 Sanktionen ermöglichen.

5807 Ein Grundeinkommen nur für Künstler wäre aber angesichts von auch jenseits der kreativen
5808 Berufe sichtbaren Prekarisierungstendenzen als Sonderweg für einzelne gesellschaftliche
5809 Gruppen nicht zu rechtfertigen und hätte zudem mit ähnlichen Abgrenzungsproblemen zu
5810 kämpfen wie derzeit die Künstlersozialkasse. Die verschiedenen Modelle einer Art
5811 Grundeinkommen für alle (vom Vorschlag einer sanktionsfreien, existenzsichernden
5812 Mindestsicherung bis zum bedingungslosen Grundeinkommen) sollten dennoch vorurteilsfrei

5813 und ergebnisoffen auf ihre Vor- und Nachteile und Realisierungschancen für die gesamte
5814 Gesellschaft geprüft werden.

5815

5816 Bis zur Schaffung einer solchen generellen Lösung für eine Grundsicherung sind die
5817 bestehenden Regelungen für den Bezug von Arbeitslosengeld I und II hinsichtlich der Höhe
5818 der Leistungen, des Abbaus von Zugangsbarrieren und Sanktionen zu reformieren und den
5819 besonderen Bedingungen der veränderten Arbeitswelt anzupassen.

5820

5821

5822 **5 Dokumentation der Blogparade „Verhaltensregeln im Netz“ und weiterer**
5823 **Beteiligungsmöglichkeiten der Öffentlichkeit**

5824 **5.1 Dokumentation der Blogparade „Verhaltensregeln im Netz“**

5825 Die Blogparade zum Thema „Was geht (gar nicht) im Netz?“ wurde am 29. Oktober 2012 von
5826 dem sachverständigen Mitglied der Enquete-Kommission Nicole Simon mit einem ersten
5827 Aufschlag zum Thema initiiert.³⁹⁰ Dieser rief dazu auf, „Top-3-Regeln für die
5828 Kommunikation im Netz“ zu formulieren. Die Reaktionen sollten durch einen Link auf diesen
5829 Artikel miteinander verknüpft werden; dazu diente auch der Twitter-Hashtag #eidg.
5830 Ursprünglich war eine Laufzeit von fünf Wochen bis zum 30. November 2012 vorgesehen,
5831 die dann nochmals bis zum 16. Dezember 2012 verlängert wurde. In diesem Zeitraum wurden
5832 insgesamt 13 Beiträge eingereicht, die hier im Volltext dokumentiert werden:

5833 **5.1.1 „Partizipation – Wir sind neu hier!“**

5834 Dieser Beitrag wurde von *Claus Junghanns* am 5. November 2012 eingereicht
5835 (<http://www.kritikkultur.de/2012/11/05/partizipation-wir-sind-neu-hier>):

5836 „Wie sieht sie aus, die gute Debatte im Netz? Gibt es ein Rezept, ein Handbuch oder
5837 vielleicht sogar eine Checkliste? Schließlich ist es doch im Grunde ganz einfach: Wir wollen
5838 die offene, freie, ehrliche, zielorientierte und für alle Beteiligten gewinnbringende Debatte im
5839 Netz. Das sollte doch kein Ding sein!

5840 Leider ist es genau das. Ein Ding. Und kein leichtes. Schließlich ist die kurze Geschichte der
5841 Online-Partizipation gepflastert mit großen Ideen und ehrenwerten Ansprüchen – aber eben
5842 auch mit meist überschaubaren Erfolgen oder gescheiterten Projekten. Die Liste der
5843 erfolgreichen Online-Dialoge ist kurz. Ganz besonders, weil der Erfolg zu oft an Ergebnissen
5844 gemessen wird. Denn wenn diese Ergebnisse nicht dem erklärten Ziel des Wertenden
5845 entsprechen, war es das mit dem Erfolg.

5846 An dieser Stelle wird ein Grundproblem deutlich, das mir bereits an anderer Stelle aufgefallen
5847 ist, als ich mich mit dem Phänomen der politischen Beteiligung im Rahmen von
5848 Bürgerinitiativen und anderen Ein-Thema-Gemeinschaften beschäftigt habe. Ein Problem,
5849 dass leider auch immer mehr zum politischen Geschäft gehört:

5850 Unserer Debattenkultur fehlt der Wille zum Ausgleich. Wir begeben uns heute nicht mehr mit
5851 dem Bewusstsein in eine Auseinandersetzung, dass am Ende der Abwägung verschiedener
5852 Positionen und Argumente ein Konsens steht. Wir agieren nach dem Highlander-Prinzip: Es
5853 kann nur einen geben.

5854 Warum das so ist, kann ich nicht abschließend sagen. Mein Eindruck ist, dass wir zur
5855 Ideologisierung des Alltäglichen neigen, weil uns die großen Ideologien vor etwas mehr als

³⁹⁰ Blogbeitrag vom 29. Oktober 2012, online abrufbar unter: <http://blog.internetenquete.de/?p=596>

5856 20 Jahren abhandengekommen sind. Jens Best stellt dieser These aber die sehr reizvolle
5857 Position entgegen, dass wir es mit persönlichen Engstirnigkeiten zu tun haben, weil wir in
5858 einer Gesellschaft leben, die „eine übersteigerte Bedeutung der Individualität wie eine
5859 Monstranz vor sich herträgt.“

5860 Wie auch immer. Das Problem ist benannt und die Frage ist, wie wir nun damit umgehen
5861 können. Helfen verschärfte Regeln in Online-Foren? Braucht es Schließzeiten, Heerscharen
5862 von Moderationsteams oder viel digitale Prominenz, um einen Online-Dialog auf die
5863 Startseite von SPIEGELonline zu spülen? Ich denke nicht.

5864 Wenn alle diese Fragen mit ja beantwortet werden, ist das oben beschriebene Grundproblem
5865 noch nicht einmal in Sichtweite. Ich denke, es braucht in erster Linie einen langen Atem. Ein
5866 Dialog braucht Zeit. Gerade dann, wenn er nicht in einem debattenerfahrenen Umfeld
5867 stattfindet. Und die Grundannahme jedes Bürgerdialogs muss deshalb sein, dass der
5868 potenzielle Teilnehmer unerfahren ist.

5869 Es ist bei der Online-Partizipation wie beim Umzug in eine neue Stadt. Wenn ich die
5870 Gegebenheiten vor Ort nicht kenne, mir der Einblick in Beziehungsgeflechte fehlt und mir in
5871 meinem Umfeld schlicht niemand bekannt ist, gehe ich erst einmal langsam vor. Ich schaue
5872 zu, höre mir an, was gesprochen wird und wer wie reagiert. Sollte ich einen
5873 Anknüpfungspunkt finden, steige ich ein. Wenn nicht, dann nicht.

5874 Natürlich gibt es auch die Hans Dampf, die überall Anschluss finden, spontan in Debatten
5875 einsteigen und keine Berührungsängste haben. Der Regelfall sind sie aber meines Erachtens
5876 nicht.

5877 Bin ich dann im besten Fall angekommen und bereit mitzumachen, passe ich mich und mein
5878 Verhalten an die Gegebenheiten an. Und wenn ich dann merke, dass hier das Highlander-
5879 Prinzip gilt, stelle ich mich darauf ein. Leider sind die Begleiterscheinungen genau das, was
5880 wir eigentlich nicht wollen. Die Polemik ist allgegenwärtig, Sachthemen werden
5881 personalisiert und die mehr oder minder formvollendete Beleidigung gehört genauso zum
5882 vermeintlich guten Ton wie der gelegentliche Schritt über die Grenzen des guten
5883 Geschmacks. In verschiedenen Eskalationsstufen lässt sich das in Debatten des Bundestages,
5884 bei Kommentare in Online-Medien und bis zu Fanseiten von Politikern und ihren Parteien
5885 verfolgen. Es wird gestänkert, gepöbelt und – Achtung neues Wort: getrollt.

5886 Dem wird man nur Herr, wenn die Moderation eines Forums auf Basis von klaren Regeln
5887 agiert und mit einer Engelsgeduld dafür sorgt, dass diese Regeln eingehalten werden. Und das
5888 heißt im Zweifel: löschen. Wer pöbelt und beleidigt, fliegt raus. Wer die Kommentarfunktion
5889 für Co-Referate nutzt, ohne sich konstruktiv zu beteiligen, fliegt raus. Und es fliegt auch raus,
5890 wer eine Debatte torpediert und stört, weil sie sich nicht in seine Richtung bewegt.

5891 Viele Moderatoren arbeiten heute schon so. Doch sie müssen sich leider noch viel zu oft dafür
5892 rechtfertigen.

5893 Für eine funktionierende Beteiligungskultur brauchen wir eine Art digitales Hausrecht. Jeder
5894 Anbieter legt fest, was in seinem Forum gestattet ist und was nicht. Dazu braucht es kein
5895 Gesetz. Es braucht ein Klima der gegenseitigen Achtung und die Bereitschaft, sich auf einen
5896 Konsens einzulassen.“

5897 **5.1.2 „Blogparade: Was geht (gar nicht) im Netz?“**

5898 Dieser Beitrag wurde von *Romy Mlinzk* am 24. November 2012 eingereicht
5899 (<http://snoopsmaus.de/2012/11/blogparade-was-geht-gar-nicht-im-netz>):

5900 „Vor kurzem wurde ich Dank @hildwin auf die Blogparade der Enquetekommission „Internet
5901 und digitale Gesellschaft“ zum Thema „Was geht (gar nicht) im Netz?“ aufmerksam. Die
5902 grundsätzliche Frage, die die Kommission stellt, ist, ob schlechtes Online-Benehmen gute
5903 Diskussionen im Netz verhindert. Ist es nur ein gefühlter Zustand oder muss sich etwas
5904 ändern? Pragmatisch sollten die drei für mich wichtigsten Regeln für Kommunikation im
5905 Netz formuliert werden. Versuchen kann ich es ja mal.

5906 Als Erstes bin ich der Frage auf den Grund gegangen, ob es wirklich so viel schlechtes
5907 Online-Benehmen im Netz gibt. Es ist natürlich, dass an Orten, an denen viele verschiedene
5908 Meinungen aufeinander prallen, es um emotionale Involvierung von Personen zu einem
5909 Thema geht, immer ein Konfliktpotenzial besteht. Je weiter die Meinungen auseinander
5910 driften, desto größer werden dann auch gerne mal die Spannungen. Dies ist unabhängig vom
5911 Ort etwas, was nun einmal bei verschiedenen Persönlichkeiten und Meinungen auftritt. Die
5912 Emotionen kochen hoch und schnell ist ein Wort gesagt bzw. im Netz geschrieben, was man
5913 vielleicht hinterher bereut. Doch anders als der Mensch, vergisst das Netz nicht. Was
5914 geschrieben steht, ist nicht so leicht zu tilgen. Es ist immer wieder aufrufbar, nachlesbar und
5915 so kann leicht ein Eindruck entstehen, dass im Netz andere Sitten herrschen.

5916 Meine **erste Regel** lautet dementsprechend: „Behandle andere Menschen so, wie auch du
5917 behandelt werden möchtest.“

5918 Respektvoller Umgang miteinander ist das A und O und dies ist nicht abhängig vom Ort. Ob
5919 nun das „reale Leben“ oder „die virtuelle Welt“, beides ändert nicht, wer wir sind und wie wir
5920 mit anderen umgehen. Nur, weil einige Menschen der Meinung sind, man müsste in der
5921 weltumspannenden Errungenschaft Internet wieder Grenzen ziehen, gibt man seine
5922 Persönlichkeit nicht an dieser Grenze ab. Für mich persönlich existiert überhaupt erst keine
5923 Grenze. Ich „gehe“ nicht ins Internet, das Internet ist allgegenwärtig. Mit dem Siegeszug von
5924 Smartphones und Tablets sind sie integraler Bestandteil meines täglichen Lebens geworden
5925 und damit auch meiner Kommunikation mit anderen. Online und Offline ist für mich einfach
5926 nicht mehr zu trennen. Der weltweite (Wissens-)Austausch über Landesgrenzen hinaus, den
5927 das CERN mit der Erfindung des Webs in den 1980er Jahren anstrebte, ist nun möglich und
5928 Teil meiner und unser aller Wirklichkeit.

5929 Hier muss ich leider etwas ausschweifen, denn in der Fragestellung der Blogparade kam auch
5930 die Frage auf, ob der Gesetzgeber etwas ändern sollte oder gar müsste. An dieser Stelle

5931 möchte ich einmal anmerken, dass das Ziehen von Landesgrenzen bis hin zur Ebene der
5932 Bundesländergrenzen – Föderalismus und 16 Datenschützer der Bundesländer seien da
5933 erwähnt – im virtuellen Raum Unsicherheiten schafft, die nicht nötig wären. Warum wird das
5934 Internet nicht als große Chance gesehen? Sind wir Deutschen solche Schwarzseher? Warum
5935 versuchen wir zu regulieren, wo so viele Gesetze schon greifen? Das Internet ist kein – und
5936 war es auch nie – rechtsfreier Raum (eine Floskel, die mir übrigens die Galle überkochen
5937 lässt, weil es nur zeigt, wie eine ganze Generation durch die Interpretation der Ewiggestrigen
5938 missverstanden wird). Lediglich müssten einige Gesetze der neuen Lebensrealität angepasst
5939 werden, um auch Rechtssicherheit im Umgang mit dem Internet zu schaffen. Gerade diese
5940 Unsicherheiten aufgrund veralteter Gesetze schafft Diskussionspotenzial und das, was früher
5941 an Stammtischen diskutiert wurde, findet heute in der breiten Öffentlichkeit im Netz an den
5942 verschiedensten Stellen statt. Die Aufmerksamkeit steigt und es tritt schneller zu Tage, was
5943 die Allgemeinheit bewegt (bzw. 75 Prozent der Deutschen, die angeblich zumindest im Besitz
5944 eines Internetanschlusses sind) – dann aber mit allen Facetten, wenn verschiedene
5945 Persönlichkeiten und Meinungen aufeinander treffen.

5946 Würde der Gesetzgeber hier die Daumenschrauben in Form von neuen Regularien ansetzen,
5947 hätte das einen einfachen physikalischen Effekt. Das System, auf das Druck ausgeübt wird,
5948 versucht auf anderem Wege, diesen Druck zu mindern. Dies bedeutet, es weicht ab, umgeht
5949 den Druck. Würde für den Gesetzgeber bedeuten, dass eine jetzt schon vorhandene
5950 Unzufriedenheit wachsen würde, was kein erklärtes Ziel sein kann. Aber beim Gesetzgeber
5951 allein die Schuld an der Misere „Digitale vs. Analoge Gesellschaft“ zu suchen, wäre zu kurz
5952 gedacht. Der Irrsinn sitzt auch in schwarzen Roben in den Gerichtssälen des Landes. Dort gibt
5953 es selten technisches Verständnis für diese (seit nun 30+ Jahren existierenden) „Neuen
5954 Medien“. Da werden Facebook-Seiten kurzerhand Websites gleichgesetzt und der
5955 Abmahnindustrie Haus und Hof geöffnet, weil aufgrund dieser Tatsache mal eben
5956 Impressums- und Anbieterkennzeichnungspflicht besteht. Auch für Privatpersonen, die als
5957 Markenbotschafter agieren, gilt dies. Dann soll das Ganze auch noch immer und überall
5958 erkenntlich sichtbar sein – technisch zumindest bei Privatprofilen auf Facebook nicht so
5959 einfach zu leisten. Generell finde ich es abstrus, einem global agierenden Unternehmen
5960 deutsche Regeln überstülpen zu wollen und es so zu zwingen, Anpassungen vorzunehmen, die
5961 bei genauer Betrachtung sogar wettbewerbsbenachteiligend für Deutsche sein können. Mit
5962 solchen Regularien sehe ich einen ganzen Wirtschaftszweig, der gerade noch im Entstehen ist,
5963 schon bedroht (inklusive meinem Job). Kann das wirklich gewollt sein?

5964 Okay, genug abgeschweift, vielleicht zu kurz gedacht – dann bitte ich um eine freundliche
5965 Korrektur in den Kommentaren.

5966 **Zweite Regel:** „Verstecke dich nicht hinter einem Pseudonym, wenn du etwas zu sagen hast.“

5967 Ehrliche und glaubhafte Kommunikation findet im freiheitsstaatlichen Kontext selten mit
5968 Pseudonymen statt. Sich in Deutschland hinter der Anonymität zu verstecken, empfinde ich
5969 als feige. Warum sollte man sich verstecken, wenn man eine Meinung hat? Kann man nicht zu
5970 seiner Meinung offen und ehrlich stehen? Meist versteckt man sich hinter einem Pseudonym,
5971 um zu Trollen, zu Haten, zu Ranten, zu Mobben, zu Dissen. Ausnahmen bilden Pseudonyme,

5972 bei denen die Akteure dahinter bekannt sind und das Pseudonym zur Profilbildung, zum
5973 sogenannten Personal Branding, dazu gehört. So bin auch ich als snoopsmas im Netz, aber
5974 immer auch als *Romy Mlinzk* identifizierbar. Klarnamen und Pseudonym sind eindeutig
5975 verknüpft.

5976 Anders liegt natürlich der Fall, wenn wir uns außerhalb von freiheitlichen Staaten bewegen.
5977 So erwartet aber auch keiner von einem regimekritischen Blogger im Iran, dass er unter
5978 seinem Klarnamen über die Zustände in seinem Land bloggt. Die Folgen, die das haben kann,
5979 haben wir jüngst erst erlebt. Da starb ein iranischer Blogger im Gefängnis durch die Hand des
5980 Regimes, über das er die Welt mit den Mitteln, die das Internet ihm zur Verfügung stellte,
5981 aufklären und informieren wollte.

5982 Es gibt sicherlich auch andere Gründe für Pseudonyme und Anonymität im Netz – aber es ist
5983 auffällig, dass in einem Portal wie YouTube, wo eher aufgrund der Entstehungsgeschichte ein
5984 Pseudonym im Vordergrund steht, die Kommentare oft „Kindergartenniveau“ haben und auf
5985 das Härteste vom Leder gezogen wird. Ehrliche, sachliche und auch fachlich tiefgreifende
5986 Diskussionen finden sich eher auf Plattformen mit Klarnamenphilosophie, die hauptsächlich
5987 von den sogenannten Influencern und Early Adoptern genutzt werden, wie z.B. Google+.
5988 Damit spreche ich mich aber in keinsten Weise für eine Klarnamenpflicht im Web aus! Es gibt
5989 immer Gründe, nicht auffindbar sein zu wollen – und das Recht auf Anonymität möchte ich
5990 niemanden absprechen wollen! Doch in der Kommunikation ist es schon auffällig, wie
5991 unterschiedlich es auf den diversen Plattformen von Google zugeht. Bei Facebook (übrigens
5992 auch laut AGB mit Klarnamenverpflichtung) sieht das Ganze schon anders aus. Die breite
5993 Masse hat diese Plattform in all ihren Ausmaßen für sich entdeckt und so finden sich dort
5994 auch alle Ausprägungen von Kommunikation. Da ist es auch vielen schon egal, dass sie mit
5995 ihrem realen Namen auf eine Person oder Firma (hinter der letztendlich auch immer nur eine
5996 Person steckt, die das liest) verbal einprügeln und sich vergessen. Denen empfehle ich:
5997 Zurück zu Regel 1! Nur, weil man es in eine Maschine schreibt, heißt es nicht, dass es auch
5998 nur eine Maschine liest.

5999 Aber manche Persönlichkeiten lassen sich nicht ändern und sind, wie sie sind. Es gab schon
6000 immer den grantigen Rentner, der mit dem Krückstock schwingend den Nachbarskindern
6001 hinterher rannte. Es wird auch immer die politisch Extremen geben, aber auch die ewig
6002 nervenden Streber, die Nachgeber, die Selbstdarsteller – das alles ändert sich im Netz nicht.
6003 Man kann eine Rolle spielen, sich anders versuchen darzustellen, doch letztendlich wird die
6004 Wahrheit immer ans Licht kommen. Da bin ich einfach optimistisch.

6005 Damit komme ich zur **Regel Drei**: „Habe keine Angst vor Veränderungen und sei offen
6006 dafür.“

6007 Kommunikation im Netz ist nichts anderes als herkömmliche Kommunikation, die man schon
6008 immer im zwischenmenschlichen Bereich betrieben hat – Dialog. Es ist nur eine Umstellung
6009 für Geschäftsmodelle, die auf One-Way-Kommunikation gesetzt haben, nur diese kennen und
6010 leb(t)en – und für Menschen mit Sendungsbewusstsein, die aber nie gelernt haben, auch zu
6011 empfangen. Es ist also „alter Wein in neuen Schläuchen“, in einer Form von Technologie, die

6012 im ersten Moment vielleicht unverständlich und damit abschreckend ist. Aber Veränderungen
6013 sind gut, sie halten uns jung, sie halten den Geist wach. Evolution war immer schon ein
6014 großer Fortschritt und diesem sollte man sich nicht verschließen.

6015 Sich auf Neues einlassen, erfordert aber Mut. Den wollen manche nicht haben, weil sie Angst
6016 haben, zu scheitern, was sie ihre Reputation kostet. Aber wir beweisen ständig Mut zu
6017 Neuem! Allein, wenn wir neue Menschen kennenlernen und sie in unser Leben lassen. Man
6018 lässt sich auf neue Menschen und Situationen ein, gibt eine scheinbare Kontrolle auf, weil
6019 man nicht weiß, was einen erwartet. Betrachtet man Online-Kommunikation mal als eine neue
6020 Liebe, dann kann man sie lieben und sie liebt einen vielleicht auch zurück. Aber man muss
6021 sich auf das Risiko einlassen, sie erkunden und kennenlernen. Und hat man den Mut einmal
6022 aufgebracht und ist sich näher gekommen, dann fällt einem die große Last, das Gefühl des
6023 Risikos, nach und nach von den Schultern. Man fühlt sich in der entstehenden Beziehung
6024 irgendwann zu Hause, blüht in ihr auf. Es kann dabei auch von Zeit zu Zeit zu
6025 Unstimmigkeiten und Verstimmungen kommen – aber auch das gehört zu einer guten
6026 Beziehung einfach dazu! Wie in jeder Beziehung geht man dann auch Kompromisse ein, denn
6027 jeder hat Rechte und Pflichten (z.B. das Urheberrecht, aber bitte in einer modernen, der Zeit
6028 angepassten Version).

6029 Wird man wider Erwarten doch nicht warm mit dieser neuen Liebe, dieser Art von
6030 Kommunikation, dann hat man es zumindest einmal probiert. Man hat Mut bewiesen.
6031 Letztendlich ist man dann vielleicht gescheitert, kann aber wenigstens mitreden und seine
6032 Learnings daraus ziehen. Scheitern ist kein Fehler! Scheitern ist eine Kunst und gehört zum
6033 Entwicklungsprozess eines jeden Individuums dazu.

6034 Viva la Evolution!“

6035 **5.1.3 „Kant und die Netiquette“**

6036 Dieser Beitrag wurde von Frank Bergmann am 26. November 2012 eingereicht
6037 (<http://blog.hildwin.de/2012/11/26/blogparade-eidg-kant-netiquette>):

6038 „Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein
6039 allgemeines Gesetz werde.“ (Immanuel Kant)

6040 Damit ist schon alles gesagt – und der Text könnte hier aufhören.

6041 Das wäre unhöflich. Entschuldigung. Ich habe überhaupt nicht erwähnt, worum es gehen soll.

6042 „Was sind Ihre Top 3-Regeln für Kommunikation im Netz?“, fragt die Internet-Enquete in
6043 einer Blogparade.

6044 Bevor wir uns der Beantwortung dieser Frage nähern, sollten wir klären, welche Top-3-
6045 Regeln der Offline-Kommunikation allgemein anerkannt sind. Es wird schwer werden, hier
6046 einen allgemeingültigen Konsens zu finden. Zu vielschichtig und zu verschieden sind die
6047 kommunikativen Möglichkeiten offline: persönliche Begegnung, Telefongespräch oder Brief
6048 – eins zu eins oder eins zu viele.

6049 Noch viele weitere Kombinationen sind denkbar, die sich wiederum fast alle auf das Netz
6050 übertragen lassen und sich dort in verschiedenen Formen wiederfinden. Videokonferenz,
6051 Chat, E-Mail, Blogpost, Facebook-Nachricht oder Youtube-Video sind nur einige Beispiele
6052 von Kommunikation, für die ich ein Offline-Äquivalent finden könnte.

6053 Betrachtet man Netzkommunikation als Aliud zur Offline-Kommunikation, dann müssten
6054 tatsächlich besondere Regeln für diese aufgestellt werden. Diese Regeln unterschieden sich
6055 von anderen Kommunikationsregeln grundsätzlich in ihrem Wesen.

6056 Netzkommunikation ist effizienter und schneller, aber im Grundsatz nicht anders.

6057 Im Alltag geht nicht jeder in der Schule, am Arbeitsplatz oder in der Freizeit mit seinem
6058 Gegenüber immer so um, wie man auch selbst behandelt werden will. Das ist bedauerlich,
6059 aber menschlich. Wenn wir online sind, uns asynchron, schriftlich und mit elektronischen
6060 Hilfsmitteln äußern, dann passieren solche Fehler auch.

6061 **Egoismus – nicht nur im Netz**

6062 Leistungsdruck, Stress und Egoismus führen dazu, dass immer mehr Rüpel ihre Ellenbogen
6063 ausfahren. Das Ich steht über der Gemeinschaft – wer denkt auch noch an die Gesellschaft,
6064 wenn er Maximales fürs Ego erreichen will. Jeder sucht sich seine eigene Ideologie, weil die
6065 großen ideologischen Streitigkeiten vorüber sind. Menschen können eine Ich-Bezogenheit
6066 entwickeln, die sie für andere Menschen schwerer erträglich macht.

6067 Dieser Egoismus lässt sich auch im Netz häufig beobachten. Die eigene Meinung geht über
6068 alles und andere haben keine Peilung. Da kann dann auch schnell einmal die eigene Ungeduld
6069 in Hass und Missgunst umschlagen.

6070 Firmen und Marken werden beschimpft, ohne sich daran zu erinnern, dass es immer
6071 Menschen sind, die die Ergebnisse einer »SM-Logorrhoe« lesen müssen. Social-Media-
6072 Manager von Facebook-Fanseiten müssen schon ein ziemlich dickes Fell haben, wenn sie
6073 ihren Job mit Liebe und Engagement über längere Zeit ausfüllen wollen. Anonym oder nicht –
6074 für die Diskussionskultur macht es keinen Unterschied: Call Center-Mitarbeiter wissen, was
6075 ich meine. In sozialen Netzwerken galt noch vor wenigen Jahren der Grundsatz, dass der volle
6076 Name vor rüpelhaften und beleidigenden Kommentaren schützt. Das ist inzwischen
6077 weitgehend vorbei.

6078 Offensichtlich schockt es auch keinen, dass seine Freunde die Verbal-Diarrhoe in ihrem
6079 Newsfeed mitlesen können. Auch außerhalb der sozialen Netzwerke, im „richtigen Internet“,
6080 wird viel zu oft keine Rücksicht genommen. Werden solche Kommentare dann gelöscht oder
6081 nicht freigeschaltet, dann wird ganz laut „Zensur“ gerufen.

6082 Kleiner Einschub: Es kann getrost das Ende der Debatte um das Ende der Anonymität im
6083 Internet gefordert werden. Im Internet bin ich im Regelfall – anders als zum Beispiel beim
6084 Bäcker in der Großstadt – eben nicht anonym, sondern verrate meistens mehr über mich als
6085 offline.

6086 **Shitstorm – online und offline**

6087 Menschen wie ich, für die das Internet integraler Bestandteil des Lebens ist, für die online und
6088 offline schwimmen, erleben viel zu oft einen »Shitstorm«. Negative Erregungswellen,

6089 einer schreit »Sch...« und dann werden Ventilatoren angeschaltet, um sie umfassend zu
6090 verteilen. Offline kennt man das auch in verschiedenen Abstufungen: Kleine Rechthabereien
6091 wie ein Streit um den Sitzplatz im Zug, Nachbarschaftsstreitigkeiten um Lärm, den Baum
6092 oder die Garage. Der Gang zum Anwalt ersetzt dann ein Gespräch unter Menschen.

6093 Das Internet könnte Ausgleich schaffen. An vielen Stellen dient es genau dazu. Hier in
6094 meinem Blog übrigens auch. Das Netz ist groß und hat Platz für viele Meinungen. Wichtig
6095 nur, dass die Umgangsformen beachtet werden.

6096 Im Buch Tobit heißt es in ähnlicher Intention wie bei *Kant*, wenn auch negativ formuliert:

6097 „Was dir selbst verhasst ist, das mute auch einem anderen nicht zu!“

6098 Was seit dem Usenet als Netiquette bezeichnet wird, ist im Grunde nicht anderes als der
6099 verständnisvolle Umgang miteinander. Im Offline-Leben wird dies gelebt durch Werte wie
6100 Höflichkeit, Zuverlässigkeit und Disziplin.

6101 „Vergiss niemals, dass auf der anderen Seite ein Mensch sitzt!“

6102 Offline- und Online-Kommunikation unterscheiden sich von den technischen
6103 Randbedingungen. Noch aber sprechen direkt oder indirekt Menschen miteinander. Das
6104 dürfen wir nicht vergessen.

6105 Was ist nun zu tun? Kann die Politik Netiquette verordnen und bußgeldbewährt durchsetzen?
6106 Nein. Es ist eine Aufgabe für mich, für dich, für uns alle. Jeden Tag. Immer wieder. Die drei
6107 Top-Regeln der Online-Kommunikation muss jeder für sich finden.

6108 Am Ende siegt hoffentlich die Vernunft.

6109 *Transparenzhinweis: Ich habe die Einsetzung der Enquete-Kommission »Internet und digitale
6110 Gesellschaft« im Rahmen meiner beruflichen Tätigkeit begleitet und am Arbeitsauftrag (BT-
6111 Drs. 17/950) mitgewirkt.“*

6112 **5.1.4 „Kommunikation im Netz: Akklamation statt Partizipation ...“**

6113 Dieser Beitrag wurde von Gesine von *Prittwitz* am 27. November 2012 eingereicht
6114 ([http://steglitzmind.wordpress.com/2012/11/27/kommunikation-im-netz-akklamation-statt-
6115 partizipation](http://steglitzmind.wordpress.com/2012/11/27/kommunikation-im-netz-akklamation-statt-partizipation)):

6116 „Fast hat es den Anschein, als setze die öffentliche Wahrnehmung die digitale
6117 Kommunikation mit Bashing und Shitstorm gleich. Wie oft hören wir, dass im Netz die
6118 Hemmschwellen gering seien und die Kommunikationsstile entsprechend rau. Da werde mit
6119 harten Bandagen gekämpft und Andersdenkende im Schutz der Anonymität gemobbt. Woraus
6120 Konsequenzen in Form von anhaltenden Diskussionen um Netiquette, Fairness und
6121 Zivilcourage im Netz gezogen werden.

6122 Natürlich gibt es das dort auch: Schmähreden, Hasstiraden, Verunglimpfungen
6123 Andersdenkender. Mein Eindruck ist allerdings, dass es im Netz eher sittsam zugeht.
6124 Bisweilen vielleicht sogar zu sittsam!/? Hitzige Debatten, bei denen sich die Gemüter erregen
6125 und die Stimmen laut erheben, erlebe ich bei Facebook und anderen Communitys oder Blogs

6126 so gut wie nie. Man geht sich nicht an den Kragen. Im Gegenteil: angesagt ist Wohlfühlen.
6127 Und deshalb passt man sich lieber an. Da man weder auffallen, noch anecken und zudem mit
6128 seiner Meinung nicht alleine bleiben mag, richtet man seine Statusmeldungen nach dem
6129 Massengeschmack. Mainstream galore! Mit populärer Musik, niedlichen Katzenbildern,
6130 rotglühenden Sonnenuntergängen, einem Instagrambild vom leckeren Mittagessen,
6131 Sinnsprüchen und Albernheiten oder Schmeicheleien hält man seine Claqueure bei der
6132 Stange.

6133 Und wer Themen postet, die ein gewisses „Geschmäcke“ haben oder problematisch sind, der
6134 versucht sie zu entschärfen. Zur verpatzten Abschlussarbeit passt der Gloria Gaynor-Song „I
6135 will survive“, zum Refugee-Camp am Brandenburger Tor ein Sinnspruch. Und für den
6136 Darmvirus, an dem man laboriert, hält ein Markenzwieback her, den man mittels Fotoapp
6137 gekonnt ins Licht gesetzt hat. Zum schönen heilen Kosmos, den Netzwelten suggerieren,
6138 gehören auch Selbst-Inszenierungen mit dem Zweck, sich möglichst vorteilhaft in Szene zu
6139 setzen. Wir Helden, die wir keine Ängste noch Sorgen kennen! Ohne Fehl und Tadel und
6140 zudem mit allem ausgestattet, was die Konsum- und Warenwelten hergeben.

6141 Ich frage mich, warum die eindimensionale Sicht, die das Netz vielfach abbildet, und die
6142 Heile-Welt-Mentalität, die dadurch befördert wird, nicht weiter verstören. Problematisch sind
6143 nicht allein die „schönen“ Bilder und Texte, die vermittelt werden, sondern besonders auch
6144 die Art und Weise, wie mit ihnen umgegangen bzw. nicht umgegangen wird. Partizipation im
6145 Netz, allemal bei Facebook, erschöpft sich mehrheitlich in Akklamation.

6146 Symbolkräftig ist der „Gefällt-mir“-Button, der vielfach eine arglose und inflationäre
6147 Verwendung findet. Problematisch sind Empfehlungsbuttons auch, weil sie per se eine
6148 kritische oder differenzierte Stellungnahme obsolet machen. Man mogelt sich quasi mit einem
6149 Klick drumherum. Und weil der „Gefällt-mir“-Button so massenhaft in Gebrauch ist, wäre
6150 natürlich auch darüber nachzudenken, ob die äußerst bequeme Art, Affirmation zu bekunden,
6151 nicht Auswirkungen auf Diskurse haben könnte, die sich in der realen Welt vollziehen.

6152 Wollen wir Claqueure haben, die den Mund halten? Natürlich nicht. Deshalb wünsche ich mir
6153 bei den Diskussionen um Netiquette, Fairness und Zivilcourage im Netz gelegentlich ein
6154 wenig mehr Weitsicht. Lediglich eine Minderheit dürfte in Abrede stellen, dass ein
6155 respektvoller Umgang bei der digitalen Kommunikation keine Notwendigkeit ist. Was es
6156 neben einem Knigge auch braucht, ist ein Coach, der aufzeigt, wie man sich im Netz
6157 differenziert einbringt oder dort konstruktiv-kritisch Stellung bezieht. Pluralismus braucht
6158 Reibung und kritische Partizipation, keine Lobhudelei und Schönfärberei.

6159 An die Adresse der Projektgruppe Medien, Kultur, Öffentlichkeit der Enquete-Kommission
6160 Internet und digitale Gesellschaft gerichtet: Wer die Frage stellt „Was geht (gar nicht) im
6161 Netz?“ sollte auch darauf Obacht haben ...“

6162 **5.1.5 „Drei Denkanstöße für Kommunikation im Netz“**

6163 Dieser Beitrag wurde von *Patrick Breitenbach* am 27. November 2012 eingereicht
6164 ([http://blog.karlsruhehochschule.de/2012/11/27/was-geht-gar-nicht-im-netz-3-ideen-fur-](http://blog.karlsruhehochschule.de/2012/11/27/was-geht-gar-nicht-im-netz-3-ideen-fur-kommunikation-im-netz/)
6165 [kommunikation-im-netz](http://blog.karlsruhehochschule.de/2012/11/27/was-geht-gar-nicht-im-netz-3-ideen-fur-kommunikation-im-netz/)):

6166 **„Prolog**

6167 Dies ist ein Beitrag zur Blogparade der Enquete-Kommission des Bundestages, mit der
6168 Fragestellung: Was geht (gar nicht) im Netz? Was sind Ihre Top-3-Regeln für
6169 Kommunikation im Netz? Die Grundlagen meiner folgenden Überlegungen basieren auf dem
6170 Kommunikationsmodell von *Paul Watzlawick* und deren verdichteten 5 Axiomen. Ich bin
6171 davon überzeugt, dass man “Kommunikation im Internet” nicht von zwischenmenschlicher
6172 Kommunikation im Ganzen trennen kann.

6173 **1. Kommunikation ist immer auch Ursache und Wirkung**

6174 Ein gewünschter rationaler Austausch von Gedanken und schlüssigen Argumenten im Sinne
6175 einer Diskurstheorie von *Habermas* oder *Kant* ist sicherlich erstrebenswert, aber leider nur
6176 selten wirklich alltagstauglich. Mit dieser stark idealisierten Haltung gibt man zwar wichtige
6177 gesellschaftliche Leitlinien vor, verpasst dabei jedoch gleichzeitig die Chance, die aktuelle,
6178 alltägliche zwischenmenschliche Kommunikation und deren wahrgenommene Störungen und
6179 Paradoxien zu verstehen und entsprechend darauf zu reagieren.

6180 Das Internet ist nach wie vor ein Zerrspiegel der Gesellschaft. Wieso verzerrt? Nun, einerseits
6181 kann das Netz immer nur einen Bruchteil menschlicher Kommunikation abbilden und
6182 wiederum anderen zugänglich machen. So wie es keinen eindeutigen objektiven Meta-Blick
6183 auf alles gibt, so gibt es auch nicht einen Blick auf DAS Internet und DIE Menschen im
6184 Internet. Wir nehmen immer nur einen Bruchteil des Geschehens wahr und zwar innerhalb
6185 unserer eigenen geschaffenen Netzwerke. Daher ist das Phänomen der sogenannten “Filter-
6186 Bubble” weniger ein neues technologisches, sondern vielmehr eines, das der Begrenztheit
6187 unserer Wahrnehmung und unseren Interpretationsmöglichkeiten entspricht. Wir hören am
6188 liebsten das, was uns gefällt und reiben uns an Dingen, die dem widersprechen. Der Rest, der
6189 nicht mit unserer Wirklichkeit eng verknüpft ist, wird meistens ausgeblendet.

6190 Zerrspiegel auch deshalb, weil extrem wichtige Elemente der Kommunikation, zum Beispiel
6191 die gesamten non-verbale Kommunikationsinhalte oder die komplette Biografie einer
6192 Person, also deren Milieu, zuweilen komplett wegfallen. Das Internet selbst ist ein
6193 gigantischer Filter unserer Kommunikation und damit unserer gesamten Gesellschaft,
6194 vorausgesetzt man betrachtet Gesellschaft als Summe interagierender Wesen. Ein Zerrspiegel
6195 eben.

6196 Das Internet als Informationsträger ist somit prädestiniert, Missverständnisse und Konflikte
6197 zu verbreiten und zu beschleunigen. Das Gesagte kann einfach nicht verkürzt so dargestellt
6198 werden, wie es wirklich gemeint war und somit kann es schon gar nicht vom Empfänger, mit
6199 seinen eigenen Filtern, so interpretiert werden, wie es der Sender ursprünglich einmal meinte.
6200 Da helfen leider auch keine Smileys. Hinzu kommt ein verdichteter, interkultureller
6201 Kommunikationsraum. Im Netz kann man theoretisch über alles und jeden kommunizieren,
6202 rein theoretisch über die eigenen Kultur- und Ländergrenzen hinaus. Der Relevanzfilter der

6203 klassischen Medien, bei denen beispielsweise das Papier die Grenzen der Kommunikation
6204 vorgab, entfällt. Das wiederum führt zu weiteren Krisen, die immer dann entstehen, wenn
6205 zwei entgegengesetzte Lebenswirklichkeiten oder Meinungen aufeinander treffen und jeder
6206 Gesprächsteilnehmer davon ausgeht, die Wahrheit zu kennen.

6207 Das Kommunikationsmodell von *Paul Watzlawick*, geht ebenfalls von der Grundannahme
6208 aus, es gibt keine vom Menschen rational erfassbare objektive Wirklichkeit. Gleichzeitig, so
6209 *Watzlawick*, kann Kommunikation immer auf einer Beziehungs- und einer Inhaltsebene
6210 stattfinden, das heißt, Aussagen beinhalten auch immer eine emotionalen Komponente und
6211 wirken stets wechselseitig nährend, also ein Regelkreis aus Ursache und Wirkung. So würde
6212 *Watzlawick* wahrscheinlich “gestörte Kommunikation”, wie sie beim sogenannten Internet-
6213 Trolling auftritt, also den verbalen Rüpeleien und Beleidigungen in Internetdebatten, stets als
6214 Wechselspiel aus zwei oder mehr Kommunikationsbeteiligten deuten. Nicht der Rüpel allein
6215 bildet gestörte Kommunikationssituationen, sondern erst das Wechselspiel aus Ursache und
6216 Wirkung, also inklusive der Reaktion aller Beteiligten auf die Provokation des Rüpels führt zu
6217 einem Kommunikationskonflikt. Provokation nährt sich in erster Linie durch Aufmerksamkeit
6218 und Empörung. Das Wissen darum befähigt gleichzeitig, auf solche empfundenen Angriffe zu
6219 reagieren, indem man sie beispielsweise nicht als persönlichen Angriff deutet, also aktiv
6220 umdeutet.

6221 Wenn man sich bewusst ist, dass Kommunikation stets ein Regelkreis aus Ursache und
6222 Wirkung bildet – ein Kreis kennt keinen Anfang und kein Ende – dann muss man im
6223 Umkehrschluss auch immer das eigene Kommunikationsverhalten überdenken, wenn man
6224 selbst den Anspruch auf einen höflichen, wertschätzenden Umgang mit seinem Mitmenschen
6225 hat. Ich könnte mich arg täuschen, aber ich bin davon überzeugt, dass ein Großteil der
6226 Menschen sich nach Respekt und Wertschätzung der eigenen Person sehnt. Der Schlüssel
6227 liegt meines Erachtens also in der Entschlüsselung von Kommunikation und dem Erkennen
6228 von teils unbeabsichtigten Missverständnissen.

6229 **2. Wertschätzung ist wirkmächtiger als Bestrafung**

6230 Eines der interessantesten Phänomene “gestörter Kommunikation” ist dessen
6231 Überstrahlungseffekt, der sogenannte Halo-Effekt. Alles, was extrem laut und schrill ist,
6232 anstößt oder provoziert, lockt auch den letzten geduldigen Menschen aus der Reserve und
6233 erzeugt am Ende im Netzwerk eine gewaltige Empörungskaskade. Damit rückt auch immer
6234 die Ethik und Ästhetik von Kommunikation in den Vordergrund. Um im Wettkampf der Ideen
6235 und Meinungen noch Schritt halten zu können, steht man immer wieder innerhalb der
6236 „Aufmerksamkeitsökonomie“ vor der Versuchung diese Art der lauten, schnellen und zum
6237 Teil verletzenden Kommunikation zu übernehmen. Sie ist einfach und wirkungsvoll und ihr
6238 Effekt zum Teil verheerend. Denn bei all den Knalleffekten, bei all dem Lärm gehen natürlich
6239 auch die leisen, vernünftigen, freundlichen, gefühlsbetont sensiblen Töne in der
6240 Massenwahrnehmung völlig unter. Überraschenderweise wirken sie in kleinen, direkten
6241 Kommunikationssituationen angenehm und einfach nur „normal“. Wenn ein Kind im
6242 Supermarkt schreit, weil es an dem Quengelwarenregal nicht seinen Willen bekommt, steht
6243 der gesamte Supermarkt für einige Sekunden still und ist in diesem Moment ganz auf das
6244 Kind fokussiert. So etwa kann man sich auch die sich leicht selbst verstärkende Schreierei im
6245 Internet vorstellen.

6246 Jedoch sollte man sich nicht von diesem lautstarken Einzelverhalten täuschen lassen und jetzt
6247 von einem brüllenden Kind auf alle Kinder schließen. Der Großteil des Umganges im
6248 Internet hat trotz zahlreicher Meinungsverschiedenheiten und schützendem Deckmantel der
6249 Anonymität einen überaus herzlichen und sozialen Ton. Ja, ganz richtig gelesen, Anonymität
6250 allein führt nicht automatisch zu einem nicht-sozialem Verhalten. Meine Empfehlung wäre
6251 also, zu versuchen, den Fokus von “gestörter Kommunikation” auf “gelungene
6252 Kommunikation” zu lenken, indem man ganz einfach die im Verborgenen schlummernde,
6253 wertschätzende Kommunikation stärker in den Mittelpunkt rückt. Alle Systeme, die diese Art
6254 der Kommunikation sichtbar leben, sollten somit auch stärker nach außen hin sichtbar belohnt
6255 werden. Es gibt so viele Film-, Funk- und Fernsehpreise, warum nicht auch mal einen Preis
6256 für vorbildliche Kommunikation initiieren?

6257 **3. Bildung und Metakommunikation**

6258 Der Bologna-Prozess und die Verkürzung der Schulzeiten, als konträres Sinnbild zum
6259 Humboldt’schen Bildungsideal, sorgen unter anderem dafür, dass sich Bildung gerade im
6260 Bereich der Persönlichkeitsentwicklung und der Fähigkeit “miteinander zu kommunizieren”
6261 extrem verdichten musste. Doch Kommunikation und Reflexion benötigt Zeit und Raum. Bei
6262 all dem eng geschnürten Faktenwissen besteht leider auch die Gefahr, dass das vertiefende
6263 und reflektierende Orientierungswissen immer häufiger auch in den etablierten
6264 Bildungsinstitutionen auf der Strecke bleibt. Um diesen Trend entgegenzuwirken, plädiere ich
6265 für wesentlich mehr Bildungsangebote inner- und außerhalb der bestehenden
6266 Bildungsinstitutionen. So könnte man beispielsweise ein Bildungsprogramm initiieren, das
6267 neben der Reflexion von Mediennutzung auch die Reflexion von Kommunikation im
6268 gesamten Kontext vorsieht. Wenn man also wirklich die Absicht hat, dass Menschen in
6269 Zukunft „vernünftiger“ miteinander kommunizieren, sollten sie zunächst einmal das
6270 „Warum“ und „Wie“ begreifen. Also sich Fragen stellen wie: Was genau ist Kommunikation?
6271 Welche große Rolle spielt sie in meinem Leben?

6272 Neben dem theoretischen Wissen um Kommunikation, also der Metakommunikation, sollte
6273 vor allem auch das Praktizieren und Trainieren, also die regelmäßige Reflexion von
6274 Kommunikation innerhalb der Lerngruppe, ein wichtiger Bestandteil aller Bildungsangebote
6275 werden. Erst durch die Einbettung der Grundlagen von Kommunikation in die alltägliche
6276 Pädagogik, durch das regelmäßige Üben und Trainieren entwickelt sich am Ende auch ein
6277 medienunabhängiges Kommunikationsbewusstsein in der Gesellschaft.

6278 **Fazit**

6279 1. Es kann keine speziellen Regeln für das Medium Internet geben, wenn man eigentlich
6280 gesellschaftliche Kommunikation (um)gestalten möchte. Man sollte jedoch stets die
6281 Besonderheiten des Internet beleuchten. Die Achtung des Prinzips „Regelkreis Ursache und
6282 Wirkung“ in der Kommunikation hilft dabei, stets das eigene Kommunikationsverhalten zu
6283 reflektieren, aktiv umzugestalten und damit auch das Verhalten anderer, durch den
6284 Regelkreis, nachhaltig zu beeinflussen.

6285 2. Laute, provozierende und verletzende Kommunikation überstrahlt vernünftige, milde und
6286 herzliche Kommunikation. Anonymität allein führt nicht zwangsweise zu einer „gestörten

6287 Kommunikation". Eine gangbare Strategie könnte die deutliche Wertschätzung durch
6288 öffentliche Hervorhebung von „gelungener Kommunikation“ sein.

6289 3. Die (Grund-) Bildung von zwischenmenschlicher Kommunikation (Metakommunikation)
6290 sollte als wichtiger Bestandteil in die Bildungsangebote der Regel- und Hochschulen, aber
6291 auch in alle anderen Bildungsangebote, im Sinne des lebenslangen Lernens, stärker integriert
6292 werden. Es ist wichtig zu verstehen, wie Kommunikation funktioniert, wie sie auf
6293 verschiedenen Medien wirken kann und vor allem wie ich selbst als kommunizierendes und
6294 teilnehmendes Individuum immer auch die gesamte Kommunikationskultur mit beeinflusse.“

6295 **5.1.6 „Was geht (gar nicht) im Netz? Eine ganze Menge!“**

6296 Dieser Beitrag wurde von *Daniel Höly* am 28. November 2012 eingereicht
6297 (<http://juiced.de/12638/was-geht-gar-nicht-im-netz-eine-ganze-menge.htm>):

6298 **„Was geht (gar nicht) im Netz? Eine ganze Menge. Es geht jedoch nicht nur um richtige**
6299 **Umgangsformen und Rahmenbedingungen für die Nutzung des Internet. Die**
6300 **entscheidende Frage ist eine ganz andere: Was ist gut (für mich)?**

6301 Damit ist nicht etwa das Streben nach einer hedonistischen Sichtweise gemeint, in der das
6302 „Ich“ im Vordergrund steht. Ganz im Gegenteil: Schon Apostel Paulus wird in der Bibel mit
6303 den Worten „Alles ist mir erlaubt, aber nicht alles dient zum Guten“ (Luther 1984) zitiert.
6304 Daraus lassen sich viele Verhaltensformen für unseren Alltag ableiten – auch im Netz. Denn
6305 der Appell dieses Gedankens gilt on- wie offline: Überlegt euch gut, welche Konsequenzen
6306 euer Handeln hat, ob es zu Positivem oder Negativem führt. Welche Auswirkungen es auf
6307 euch und eure Mitmenschen hat. Diese Fragen lassen sich auch konkret auf einzelne Aspekte
6308 des Internet anwenden, aber der Reihe nach:

6309 **Schlechtes Online-Benehmen verhindert gute Diskussionen. Was muss sich ändern,**
6310 **damit der Austausch im Netz wieder Spaß macht?**

6311 Zunächst einmal: Auf vielen Plattformen im Netz macht der Austausch nach wie vor Spaß. Es
6312 gibt große Foren zu Fotografie, Android und anderen Fachthemen. Dort kann man tagtäglich
6313 hilfsbereite Menschen antreffen, sie sich völlig friedlich über diverse Themen austauschen.

6314 Dort, wo der Austausch keinen Spaß mehr macht, muss man sich zunächst einmal fragen, wie
6315 es zu der Verschlechterung gekommen ist. Meist geschieht das mit der zunehmenden
6316 Reichweite eines Angebotes. Denn erst ab einem gewissen Bekanntheitsgrad hat man auch
6317 Neider, Kritiker und die vielbeschworenen Trolle – Menschen, die meist grundlos über alles
6318 und jeden meckern.

6319 Vergleicht man die Kommentare auf Zeit Online mit denen auf YouTube wird schnell klar:
6320 Auch bei zwei reichweitenstarken Webseiten gibt es deutliche Qualitätsunterschiede. Ob dies
6321 auf Video vs. Text (Bildungsniveau) zurückzuführen ist, ist eine andere Frage.

6322 Was kann man nun gegen einen Diskussionsverfall auf manchen Plattformen tun? Bei
6323 YouTube wäre es vermutlich das Beste, die Kommentarfunktion zu deaktivieren. Denn, selbst
6324 die Einstiegshürde des Registrierens, um kommentieren zu dürfen, hält die Besucher nicht

6325 von wüsten Beschimpfungen ab. Und die Menge an peinlichen Videos macht es nicht
6326 unbedingt einfacher, sich niveauloser Kommentare zu enthalten.

6327 Gleiches gilt im Übrigen auch für Facebook-Kommentare, die auf manchen Nachrichtenseiten
6328 statt einer eigenen Kommentarfunktion unterhalb journalistischer Artikel verwendet werden.
6329 Eine Unsitte, wie ich finde. Die Qualität der Kommentare ist dadurch nämlich – trotz
6330 Klarnamenpflicht – nicht besser geworden. Was bleibt, ist lediglich die Geringschätzung der
6331 Verlage gegenüber dem Wert der einzelnen Kommentare, die man bereitwillig an einen US-
6332 Konzern ausgelagert hat.

6333 Hier sind wir auch schon an einem Punkt angelangt, den ich für sehr wichtig halte: gute
6334 Diskussionen sollten vor allem öffentlich geführt werden (können), also außerhalb des
6335 geschlossenen Netzwerks Facebook. Politik, Wirtschaft und Medien sollten gemeinsam dafür
6336 sorgen, dass es keine Monopolstellung für Diskussionsplattformen wie Facebook gibt und
6337 Diskurse sowie Dialoge auch weiterhin jedem frei zugänglich sind.

6338 Wer an dieser Stelle die eine Lösung zur Vermeidung schlechten Online-Benehmens erwartet
6339 hat, den muss ich leider enttäuschen. Das wäre genauso utopisch wie eine Lösung zur
6340 Vermeidung schlechten Offline-Benehmens. Ich kann daher nur daran appellieren, dass jeder
6341 Einzelne über die Konsequenzen seines Handelns nachdenkt und sich fragt, ob das, was er
6342 oder sie tun möchte, überhaupt gut ist – online wie offline.

6343 Eines jedenfalls ist sicher: Genauso wie Überwachungskameras im öffentlichen Raum die
6344 Gewaltbereitschaft nicht nachhaltig senken können, kann auch eine Überwachung des Internet
6345 (Vorratsdatenspeicherung – wenn auch zu einem anderen Zweck) nicht verhindern, dass
6346 Einzelne sich daneben benehmen.

6347 Kurzum: Wir sollten uns daher nicht die Freiheit nehmen lassen, auch weiterhin das Netz als
6348 Chance zu begreifen, miteinander in Verbindung zu treten und uns gegenseitig zu helfen.
6349 Dass es bei allen Chancen auch Risiken gibt, darf dabei natürlich nicht ausgeblendet werden.
6350 Aber eine Mehrheit gebildeter und medienkompetenter Internetnutzer sollte sich nicht einer
6351 Minderheit an Neidern, Kritikern und Trollen beugen müssen.

6352 **Reicht es, die Regeln zu verschärfen und den Laden nachts abzuschließen, damit keine**
6353 **Trolle ihr Unwesen treiben können?**

6354 Klare Antwort: nein. Wer im Internet nachts „den Laden abschließen“ will, hat das Internet
6355 nicht verstanden. Das Internet ist zwar kein rechtsfreier Raum, aber es ist ein Raum ohne
6356 Landesgrenzen und Ladenöffnungszeiten, um bei der Analogie zu bleiben. Während in einem
6357 realen Laden i.d.R. mindestens eine Person anwesend sein muss, ist eine Webseite auch ohne
6358 die Anwesenheit eines Menschen i.d.R. frei verfügbar – und je nach Schutzvorkehrungen
6359 einigermaßen einbruchssicher. Warum sich also nachträglich dieser tollen Möglichkeit
6360 berauben? Nachtaktive User profitieren davon ebenfalls wie Menschen im Ausland. Stellt
6361 euch einmal vor, das Fernsehprogramm würde – wie es lange Zeit war – nachts plötzlich
6362 durch ein Testbild ersetzt. Oder die Zeitung würde am Abend aus „Sicherheitsgründen“
6363 wieder eingesammelt werden, da man ja plötzlich auf die Idee kommen könnte, einen bösen
6364 Leserbrief zu schreiben. Absurd, nicht wahr?

6365 Worüber wir uns sicherlich einig sind: Im Internet sollte es keinen Platz für Trolle geben. Da
6366 es sie aber leider trotzdem gibt, lautet die Frage an dieser Stelle: Wie wollen wir mit ihnen
6367 umgehen? Schärfere Regeln sind hier vermutlich nicht der richtige Ansatz. Zumindest nicht,
6368 wenn er in einer Nachtsperre des Internet enden würde – denn das wäre weit über das Ziel
6369 hinausgeschossen. Ein Ansatz könnte beispielsweise eine öffentliche Werbekampagne sein,
6370 die auf die Verantwortung des Einzelnen hinweist – und darauf, dass es gesellschaftlich
6371 verpönt ist, Troll zu sein. So banal das auch klingen mag: vielen Jugendlichen (die meist
6372 hinter den Trollen stecken) ist nicht (mehr) bewusst, dass sie mit ihren Pöbeleien und
6373 Stänkereien tatsächlich anderen Menschen wehtun. Denn die Folgen ihres Handelns sind für
6374 sie selbst nicht (unmittelbar) spürbar.

6375 Medienkompetenz ist etwas, das man genauso lernen muss wie gepflegte Tischmanieren oder
6376 Gastfreundschaft. Nur ist das Internet so neu, dass diese Werte hier noch nicht weitergegeben
6377 werden konnten. Man sollte demnach auch in Schulen mehr Medienkompetenz in den
6378 Unterricht integrieren und von klein auf klarmachen: Das Internet ist trotz fehlender Barrieren
6379 von Raum (Ländergrenzen) und Zeit kein rechtsfreier Raum – und hinter jedem
6380 Benutzernamen steckt auch ein Mensch. Ein Mensch, dem man im Alltag stets ins Auge
6381 schauen können sollte.

6382 **Ist der digitale Meinungs Austausch vielleicht eine völlig neue Kulturtechnik, die erst**
6383 **einmal erlernt sein will? Oder gelten offline wie online die gleichen Regeln für eine**
6384 **gelungene, respektvolle Kommunikation?**

6385 Das Problem beim digitalen Meinungs Austausch ist das fehlende Gegenüber. Vieles, was im
6386 Netz geschrieben wird, würden sich die Autoren nie trauen, anderen ins Gesicht zu sagen. Bei
6387 öffentlichen Reden und Vorträgen mit nebenstehender Twitterwall etwa findet sich dort sehr
6388 viel mehr unverblühte Kritik (auch aus dem Publikum mit identifizierbarem Avatar) als es
6389 ohne sie gäbe. Warum das so ist? Weil uns indirekte Kommunikation leichter fällt als direkte.

6390 Da spielt sicher auch die ausbleibende unmittelbare Reaktion auf mein Handeln mit rein.
6391 Einmal mehr: vielen fehlt das vorausschauende Denken, das nötige Bewusstsein für die
6392 mögliche Konsequenz. Was ist gut (für mich)? Diese Frage sollte sich jeder einzelne im
6393 Vorfeld stellen. Nicht bewusst, sondern unbewusst. Es muss also ein Automatismus werden,
6394 der zuvor verinnerlicht wurde. Denn eine dauerhafte Verhaltensänderung kommt nicht von
6395 außen (diktatorische Staaten stülpen ihre Vorstellungen mit Gewalt der Bevölkerung über),
6396 sondern von innen heraus – nachdem die betreffende Person gehört und verstanden hat,
6397 warum dieses oder jenes gut oder schlecht ist.

6398 **Wie schädlich ist Anonymität?**

6399 Eine schwierige Frage. Anonymität kann schädlich sein, kann aber auch von Nutzen sein.
6400 Wenn sich beispielsweise der Rapper Cro hinter seiner Maske versteckt und tausende von
6401 Fans in ganz Deutschland hat, nützt ihm die Maske – denn in der Realität bleibt er auf diese
6402 Weise unerkant und kann ein normales Leben in der Öffentlichkeit führen. Man könnte
6403 entgegen, Cro sei lediglich ein Pseudonym und keine Anonymität, weil ja nachverfolgbar
6404 sei, wer dahinter stecke. Doch würde ich auf der Straße von Cro zusammengeschlagen
6405 werden, wüsste ich zunächst nicht, wer sich hinter Cro verbirgt. Ich müsste also Anzeige
6406 erstatten und die Polizei würde seinen Namen ermitteln. Auch im Netz hinterlässt man Spuren

6407 (IP-Adressen), mit denen jeder nachverfolgbar ist. Und wenn wir jetzt nicht von böswilligen
6408 Cyber-Terroristen, sondern lediglich von nervigen Trollen ausgehen, sind diese im
6409 Zweifelsfall ebenfalls nachverfolgbar.

6410 Um aus meinem eigenen Leben ein Beispiel zu geben: Ich bin mit zahlreichen Pseudonymen
6411 (Nicknames) im Netz aufgewachsen: Chatrooms, Online-Games und Webforen sind nur drei
6412 Beispiele, wo ich die unterschiedlichsten Namen benutzte. Es hat mir Spaß gemacht. Kein
6413 einziges Mal habe ich dabei eine Straftat begangen. Wenn ich mich mal mit jemandem
6414 gestritten habe, hatte das nichts mit dem vermeintlichen „Schutz der Anonymität“ zu tun,
6415 sondern lediglich damit, dass ich ein Mensch bin – und mich im echten Leben auch manchmal
6416 streite.

6417 In meinen jungen Jahren gab es so etwas wie Klingelstreiche. Sollte man nun aus Angst vor
6418 Klingelstreichen alle Privathäuser mit Überwachungskameras am Eingang ausstatten? Und
6419 alle Sturmhauben nur mit einem aufwendig erworbenen Sicherheitspass verkaufen, um
6420 Vermummung zu verhindern? Natürlich nicht. Nicht nur, dass es viel zu teuer wäre – es ist
6421 schlicht nicht möglich, Anonymität gänzlich zu verhindern. (Wer eine Straftat begehen
6422 möchte, wird immer einen Weg finden, dies zu tun. Das entbindet den Staat nicht vor der
6423 Verantwortung, seine Bürgerinnen und Bürger zu schützen. Aber die vollständige
6424 Überwachung ist eben auch nicht die richtige Lösung.) Und ganz nebenbei auch nicht der
6425 richtige Ansatz. Noch einmal: Veränderung sollte nicht von außen, sondern von innen heraus
6426 kommen. Anonymität an sich ist also nicht die Wurzel allen Übels. Stattdessen sollte der
6427 Hebel für einen besseren Umgang im Netz in den Bereichen Erziehung, Bildung und
6428 Aufklärung umgelegt werden: Hier sollte man ansetzen, um soziale Verantwortung gegenüber
6429 seinen Mitmenschen bewusster und nachhaltiger zu vermitteln. Das ist in der Tat keine neue
6430 Erkenntnis, aber mit Sicherheit die bestbewährteste.

6431 **Brauchen wir einen „Aufstand der Anständigen“, eine digitale Zivilcourage?**

6432 Nein. Die meisten von uns zeigen tagtäglich vorbildlich, wie man sich (gepflegt) im Netz
6433 benehmen kann. Das sollten sie weiterhin beibehalten und anständiges Benehmen auch an
6434 ihre Mitmenschen weitergeben – ganz gleich ob als Politiker, Journalist, Lehrer oder
6435 Elternteil.

6436 **Was kann der Gesetzgeber tun?**

6437 Der Gesetzgeber könnte veranlassen, dass Medienkompetenz als Fach stärker im Schulplan
6438 verankert wird und die Lehrenden bestens darin ausgebildet sind. Zudem sollte man ein
6439 solches Fach mit Ethik verknüpfen, denn die entscheidenden Fragen für gutes Verhalten
6440 liegen nicht im richtigen Umgang mit dem Internet, sondern im richtigen Umgang mit dem
6441 Menschen. Eine moralische Frage.

6442 Ebenfalls könnte man eine Imagekampagne gegen Cybermobbing initiieren, ähnlich wie *Du*
6443 *bist Deutschland, Mach's mit* oder *Schon gezahlt?*. Dahinter sollte dann ein Dachverband
6444 stehen, der sich um den Dialog mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen in puncto
6445 Netzfragen kümmert und regelmäßig Vorträge, Podiumsdiskussionen und Veranstaltungen
6446 zur Aufklärung in Sachen Medienkompetenz und Moral im Internet betreibt.

6447

6448 **Muss der Gesetzgeber überhaupt etwas tun?**

6449 Die Verantwortung des Staates ist es aus meiner Sicht, eine funktionierende Gesellschaft
6450 sicherzustellen. Im Internet funktioniert vieles sehr gut (man muss ja nicht auf Webseiten
6451 gehen, wo die Kommentare unter der Gürtellinie sind), manches ist jedoch sicher noch
6452 ausbaufähig. Um eine weiterhin funktionierende Gesellschaft sicherzustellen, sollte der Staat
6453 verstärkt präventiv in Aufklärung, Bildung und Erziehung investieren statt die Folgen und
6454 Auswirkungen fehlender Verantwortung mit teuren Überwachungssystemen bekämpfen zu
6455 wollen. Veränderung ist wichtig – und nachhaltige Veränderung kommt stets von innen
6456 heraus, nicht von außen. Online wie offline.“

6457 **5.1.7 „Netzkommunikation: Völlig daneben“**

6458 Dieser Beitrag wurde von *Stefan Dernbach* am 30. November 2012 eingereicht
6459 (<http://cafegaenger.wordpress.com/2012/11/30/netzkommunikation-vollig-daneben>):

6460 „In Deutschland spricht man gerne von Medienkompetenz, welche neben einem technischen
6461 Grundverständnis, auch die Formen des Umgangs im Internet beleuchtet und hinterfragt.
6462 Kommunikationskulturen, ihre Spuren, ihre Prägungen, ihre konkreten und möglichen
6463 Auswirkungen. Es geht also um das Erkennen und Verstehen von Vorgängen, einer möglichst
6464 adäquaten Einschätzung der Lage, in der sich der User im Kontakt mit anderen Usern
6465 befindet. Es geht um Selbst- und Fremdeinschätzung.

6466 **Was passiert im Kontakt miteinander?**

6467 Kritisch beäugt werden sogenannte Prügelforen und rosarote Kuselmanien, die sich
6468 flächendeckend ausbreiten. Hier wird der virtuelle Hammer geschwungen, auf den Gegner
6469 eingedroschen, dort trieft es nur so vor vermeintlicher Schönheit. Es fließt der zitierte und
6470 bebilderte Honig, bis es schmerzt. Hinzu kommen User, die versuchen über das Netz auf
6471 gesellschaftliche und soziale Problematiken aufmerksam zu machen.

6472 **Vom ägyptischen Frühling zum Tierschutz, von Syrien über Windenergie bis zum**
6473 **umfassenden Appell an Freiheit und Liebe unter den Menschen.**

6474 Lesen sie hier, lesen sie dort. Solidarisieren sie sich, unterstützen sie den guten Geist.
6475 Unzählige Links werden rausgefeuert, deren konkrete Inhalte nicht zu verarbeiten sind. Diese
6476 Streuwagenmentalität, und verfolgt sie noch so wertvolle Ziele, erfordert ein hohes geistiges
6477 Potenzial und außerordentlich viel Zeit, um auch nur ansatzweise bewältigt werden zu
6478 können. Die Masse der Hinweise und Verlinkungen führt geradewegs in die Überforderung
6479 und damit in die Frustration. Es sei denn, der User hätte gelernt auszuwählen, wertvolle
6480 Prioritäten zu setzen. An der Stelle kommt aber der Zerstreungscharakter des Mediums
6481 Internet ins Spiel. User zerstreuen und verdrängen. Sie rationalisieren und idealisieren ihren
6482 Aufenthalt, ihre Aktionen im Netz. Hinzu kommt eine Scheißegal-Haltung, woraus sie auch
6483 immer resultieren mag, ihre Gefahr ist die wirkliche Gefahr.

6484 Man lässt sich nicht mehr ein, blödeln und kaspert herum, wird zynisch und eiskalt. Damit
6485 befindet man sich dann in den untersten Regionen menschlichen Seins. Hier lauern die
6486 Abgründe, die unaushaltbaren Divergenzen zwischen einem mühsam erarbeiteten Konsens
6487 über menschlichen Umgang miteinander und der Sabotage und Aufkündigung seiner selbst

6488 mittels Gleichgültigkeit. Gleichgültigkeit ist nicht nur einer der größten Feinde der
6489 Demokratie, sondern zerstört früher oder später jede Gruppe, jede Beziehung bis hin in die
6490 kleinste Einheit.“

6491 **5.1.8 „Was geht (gar nicht) im Netz? Blogparade der Enquete-Kommission Internet**
6492 **und digitale Gesellschaft“**

6493 Dieser Beitrag wurde von *Astrid Christofori* am 30. November 2012 eingereicht
6494 ([http://socialmediatagebuch.wordpress.com/2012/11/30/was-geht-gar-nicht-im-netz-](http://socialmediatagebuch.wordpress.com/2012/11/30/was-geht-gar-nicht-im-netz-blogparade-der-enquete-kommission-internet-und-digitale-gesellschaft)
6495 [blogparade-der-enquete-kommission-internet-und-digitale-gesellschaft](http://socialmediatagebuch.wordpress.com/2012/11/30/was-geht-gar-nicht-im-netz-blogparade-der-enquete-kommission-internet-und-digitale-gesellschaft)):

6496 “Heute ist der 30. November 2012 und gerade eben habe ich zufällig (über einen Beitrag des
6497 @Isarmatrose) mitbekommen, dass es diese Blogparade gibt. Ein spannendes Thema und vor
6498 allem ein wichtiges Thema – und auch wenn die Zeit jetzt irgendwie knapp ist, möchte ich
6499 meine Gedanken zu diesem Thema doch kurz festhalten.

6500 Natürlich habe ich gerade den Beitrag von @Isarmatrose gelesen. In vielen Punkten stimme
6501 ich ihm zu, aber nicht in allen – daher bin ich froh, dass ich den Aufruf zur Blogparade noch
6502 rechtzeitig mitbekommen habe. Aber zum Thema selbst:

6503 Schon seit Jahren verfolgt mich der Spruch „Das Internet ist kein rechtsfreier Raum“.
6504 Natürlich ist das Internet kein rechtsfreier Raum und dementsprechend wenden wir –
6505 zumindest für unseren Umgang miteinander in Deutschland – auch die rechtlichen Regeln an,
6506 die allgemein für den kommunikativen Umgang miteinander gelten. So haben wir z.B.
6507 Regelungen, die unser Persönlichkeitsrecht schützen, die den Umgang mit unseren Daten
6508 schützen und die uns auch vor Beleidigungen schützen. Diese Regelungen gelten sowohl in
6509 der realen Welt als auch im Netz.

6510 Für die “normale” Kommunikation miteinander haben wir gerade keine gesetzlichen
6511 Regelungen. Es ist meine eigene Entscheidung, ob bzw. wie ich mit den Menschen an der
6512 Bushaltestelle, beim Bäcker oder beim Arzt spreche. Natürlich habe ich Erwartungen an die
6513 Kommunikation mit anderen Menschen – ich möchte höflich behandelt werden, ich möchte
6514 ernstgenommen werden, ich möchte akzeptiert werden – aber die jeweiligen Erwartungen
6515 hängen von der Situation bzw. vom Kontext ab. Es ist ein wesentlicher Unterschied, ob ich
6516 mit Freunden/Bekannten bei einem Treffen nett plaudere oder ob ich mit ihnen ein heiß
6517 umstrittenes Thema diskutiere. Es ist wiederum ein Unterschied ob ich mit
6518 Freunden/Bekannten diskutiere oder mit mir unbekanntem Menschen im Rahmen einer
6519 öffentlichen Veranstaltung (z.B. einer Bürgerversammlung). Für alle diese Anlässe haben wir
6520 keine fest definierten Regeln – vielmehr haben wir (seit unserer Kindheit) Konzepte, wie wir
6521 uns in entsprechenden Situationen verhalten (höflich, freundlich...). Auch in der realen Welt
6522 ist Kommunikation – trotz aller Bemühungen – nicht immer erfolgreich. Tag für Tag reden
6523 Menschen aneinander vorbei, missverstehen, streiten sich. Das ist nicht einmal schlecht, denn
6524 Konflikte gehören zum Leben und können – wenn sie vernünftig ausgetragen werden – auch
6525 zu einer Verbesserung der Situation und zu einer Vertiefung der Beziehungen beitragen.
6526 Trotzdem haben wir auch in der realen Welt immer wieder Streitigkeiten zwischen Menschen,
6527 die eskalieren. Diskussionen in Kneipen, in öffentlichen Verkehrsmitteln oder auf Straßen
6528 können plötzlich heftig eskalieren. Menschen, die lange gemeinsam an einem Thema/Projekt

6529 gearbeitet haben, streiten sich oder begegnen sich nur noch vor Gericht. Es gibt viele
6530 Beispiele, die ich hier gar nicht alle aufzählen möchte. Wesentlich ist aber: auch in der realen
6531 Welt gehen wir in der Kommunikation nicht immer nett miteinander um.

6532 **Und im Internet?**

6533 Ich nutze das Internet seit 2000 – und ich nutze es ziemlich intensiv. Im Laufe der Zeit habe
6534 ich viel über Kommunikation, über Kommunikationsfallen und auch über mich gelernt.
6535 Manche dieser Lernerfahrungen waren anstrengend, aber sie waren wirklich lohnenswert.
6536 Meine erste ausführliche Erfahrung mit Online-Kommunikation war meine Nutzung der
6537 Mailinglisten der Webgrrls. Die Mailinglisten funktionierten (und funktionieren auch immer
6538 noch) wie folgt: Ich abonniere eine bestimmte Liste, zum Beispiel zum Thema „Business“.
6539 Ich bekomme alle E-Mails der Mitgliedsfrauen an diese Liste und ich kann (wenn ich möchte)
6540 gestellte Fragen beantworten oder selber Fragen zum Listenthema stellen. Wenn ich selber
6541 eine Frage gestellt habe, dann bekomme ich von den Mitgliedsfrauen Antworten, die ich dann
6542 in einer E-Mail zusammenfasse. Als „Newbie“ (also kompletter Neuling) waren mir viele
6543 Dinge unbekannt und ich habe über diese Mailingliste viel gelernt (sowohl
6544 inhaltlich/technisch als auch über den Umgang miteinander). Besonders deutlich erinnere ich
6545 mich, dass es für die Nutzung der Mailinglisten eine „Netiquette“ gab – sozusagen die Online-
6546 Spielregeln für die Nutzung der Mailinglisten und damit auch für den Umgang miteinander.
6547 Wichtig waren in diesem Zusammenhang die Regelung zu Werbung bzw. Spam, aber eben
6548 auch die Pflicht, eine Zusammenfassung bei eigenen Fragen zu schreiben.

6549 Etwas „fortgeschritten“, habe ich mich dann bei meinen ersten Online-Foren registriert – so
6550 auch relativ früh bei Xing (damals noch openbc). Bei Xing habe ich als Nutzerin einen
6551 Vertrag mit dem Anbieter geschlossen, die „Spielregeln“ für meine Teilnahme sind in den
6552 AGB geregelt. Die Kommunikation in den einzelnen Gruppen, in denen ich Mitglied bin/war,
6553 hat sich jeweils sehr unterschiedlich entwickelt. Es gab sehr herzliche und kommunikativ
6554 offene Gruppen, in denen viele gute Gespräche geführt wurden. Es gab aber auch Gruppen, in
6555 denen ich regelmäßig Konflikte mitbekommen habe (wobei das Mitlesen der Konfliktthreads
6556 oft durchaus eine lehrreiche Lektüre war).

6557 Weiter ging es für mich mit Twitter – auch hier mit einem Vertrag zwischen mir und dem
6558 Anbieter. Im Gegensatz zu den Mailinglisten der Webgrrls und Xing, sind dort nicht alle
6559 Nutzer unter ihren „Klarnamen“ unterwegs. Diskussionen auf Twitter haben mehrere
6560 Besonderheiten: die Beschränkung auf 140 Zeichen zwingt oft zu (radikalen)
6561 Vereinfachungen, Antworten erfolgen sehr schnell, gleichzeitig wird das Umfeld sehr schnell
6562 auch in Gespräche bzw. Diskussionen einbezogen. Trotz oder gerade wegen dieser
6563 Besonderheiten habe ich bisher auf Twitter viele gute Gespräche führen können, aber über
6564 den einen oder anderen Tweet habe ich mich natürlich auch geärgert!

6565 **Wann läuft Kommunikation im Internet schief?**

6566 - Wir alle haben Themen/Anliegen, die uns sehr wichtig sind. Sagt oder schreibt jemand
6567 etwas Negatives oder Falsches über dieses Thema/Anliegen, dann haben wir sehr schnell das
6568 Bedürfnis, Stellung zu beziehen. Dabei kann es durchaus passieren, dass wir mit unserer
6569 Antwort – eben weil uns das Thema so wichtig ist – über das Ziel hinausschießen. Das kann
6570 uns offline genauso passieren wie online.

6571 - Humor, Ironie und Sarkasmus sind schon im persönlichen Gespräch oft schwierig, in der
6572 Online-Kommunikation stellen sie eine große Hürde dar. Gerade im Online-Austausch mit
6573 Unbekannten (oder unter Einbeziehung von Unbekannten) ist die Nutzung dieser Techniken
6574 oft eine Steilvorlage für heftige Diskussionen.

6575 - Es ist oft einfacher, einen langen Text zu schreiben als einen kurzen. Die Beschränkung auf
6576 140 Zeichen bei Microblogging-Diensten wie z.B. Twitter führt einerseits oft zu einer
6577 Beschränkung auf wesentliche Aspekte, andererseits zu einer Verkürzung von
6578 Erklärungen/Gründen und kann damit oft auch “falsch”, “unvollständig” oder “provozierend”
6579 wirken.

6580 - Wie reagiere ich auf den vermeintlichen Angriff? Wenn ich einen Beitrag – egal ob in einer
6581 Mailingliste, einem Forum oder bei Twitter – als Angriff empfinde, dann kann ich sehr
6582 unterschiedlich damit umgehen (natürlich auch abhängig vom konkreten Medium und der
6583 Wichtigkeit des Themas/Anliegens). (A) Ich kann sofort reagieren, in dem ich mich wehre.
6584 Damit wird die Diskussion in der Regel eskalieren. (B) Ich kann auf eine Reaktion verzichten.
6585 Dies wird mir aber nur beschränkt helfen – wenn ich entweder in der Diskussion schon
6586 eingebunden war und die anderen trotzdem weiter diskutieren oder wenn mir das Thema so
6587 wichtig ist, dass ich einen “Angriff” gerade nicht stehen lassen möchte. (C) Ich kann
6588 hinterfragen, was mit dem Beitrag gemeint war – ob ich ihn also richtig verstanden habe. (D)
6589 Ich kann – soweit vorhanden – Moderatoren bitten, sich in die Diskussion einzuschalten.

6590 **Was sind meine Empfehlungen für gute Kommunikation im Internet?**

6591 - Meine persönliche Grundregel Nummer eins lautet seit vielen Jahren: niemals sofort
6592 antworten, wenn man eine ärgerliche Nachricht bekommen bzw. einen ärgerlichen Beitrag
6593 gelesen hat. Man sollte zumindest einmal um den Schreibtisch laufen, bevor man –
6594 möglicherweise wutschnaubend – auf einen Beitrag reagiert.

6595 - Grundregel Nummer zwei (auch altbekannt): auf der anderen Seite sitzt auch ein Mensch!
6596 Ich versuche daher, meine Beiträge so zu schreiben, dass ich auf Inhalte eingehe, durchaus
6597 auch äußere, dass ich wütend, genervt, verletzt etc. bin – aber ich muss den anderen nicht
6598 beleidigen bzw. persönlich angreifen.

6599 - Bei irritierenden Beiträgen: Nachfragen! „Was meinst Du damit?“ Das mag als
6600 Zwischenschritt nervig erscheinen, eröffnet aber oft eine Diskussion über ein
6601 unterschiedliches Begriffsverständnis.

6602 - Nur Beiträge schreiben, die ich jederzeit auch im Bus/im Café – also in der realen
6603 Öffentlichkeit – genauso erzählen könnte.

6604 - Nur mit Bedacht “einmischen”: die Teilnahme an bereits laufenden Diskussionen kann sehr
6605 spannend und auch bereichernd sein, andererseits können weitere Äußerungen schnell zu
6606 einer Eskalation führen.

6607 - Wichtig ist auch (gerade wenn man neu im Netz ist), erst einmal zu schauen, wie die
6608 anderen miteinander umgehen. Was gefällt mir dabei (was möchte ich also genauso machen),
6609 was gefällt mir nicht (und was möchte ich daher vermeiden)?

6610

6611 **Ist der digitale Meinungsaustausch eine neue Kulturtechnik?**

6612 Ja und nein.

6613 Nein, weil wir alle Probleme der normalen Diskussionen hier auch erleben. Wir können – wie
6614 in der Kneipe oder bei der Versammlung – gut miteinander umgehen oder nicht, wir können
6615 gemeinsam an Themen arbeiten oder wir können uns angreifen. In diesem Punkt, den ich
6616 gerne unter “Diskussions- oder Gesprächskultur” fassen möchte, sehe ich keine Unterschiede.

6617 Ja, weil das Netz eben – wie oben bereits erwähnt – ein paar Besonderheiten hat. Wir können
6618 – wenn wir uns die Zeit nehmen – lernen, wie wir damit umgehen und wie wir diese
6619 Stolperfallen erfolgreich umgehen. Gute Kommunikation im Netz ist – genauso wie gute
6620 Kommunikation im Offline-Bereich – eine Herausforderung, der wir uns stellen müssen. Wir
6621 können üben, wir können aus unseren Fehlern lernen – aber wir werden (in der Regel) nicht
6622 ohne eigene Erfahrungen und Fehler wirklich lernen, gut zu kommunizieren. Hier könnte es
6623 sinnvoll sein, schon in der Schul- und Ausbildungszeit, die Kommunikation in digitalen
6624 Medien einzubeziehen, damit Kinder und Jugendliche frühzeitig lernen, wie gute
6625 Kommunikation in digitalen Medien gestaltet werden kann.

6626 **Brauchen wir Regeln für die Kommunikation im Internet?**

6627 Nein, zumindest nicht im Sinne von (durch den Gesetzgeber) festgelegten Regeln. Wir
6628 brauchen aber sicherlich eine Einigung darüber, wie wir miteinander umgehen – sozusagen
6629 unseren Online-Knigge! Wann ist ein Online-Verhalten noch in Ordnung, wann sollten wir
6630 jemanden der (eben nicht nur inhaltlich, sondern persönlich) angegriffen wird, unterstützen
6631 und wie sollten wir dies tun. Diese (ungeschriebenen) Regeln haben sich sicherlich in den
6632 letzten Jahren schon in vielen Netzwerken entwickelt, aber ich glaube schon, dass wir dieses
6633 Thema gemeinsam weiterentwickeln und diskutieren und auch überlegen, ob wir vielleicht –
6634 für besonders schwierige Situationen – „Online-Mediationsstellen” für die Lösung solcher
6635 Konflikte anbieten.”

6636 **5.1.9 „Blogparade: Gedanken zur Kommunikation im Netz“**

6637 Dieser Beitrag wurde von *Patrick Ziebke* am 30. November 2012 eingereicht
6638 (<http://www.ziebke.net/blog/2012/11/30/blogparade-gedanken-zur-kommunikation-im-netz>):

6639 „Die Enquete-Kommission “Internet und digitale Gesellschaft” des Deutschen Bundestages
6640 hat zur Blogparade aufgerufen und ich will mal versuchen – natürlich am letzten Tag der Frist
6641 – etwas dazu beizutragen. In diesem Zusammenhang nochmal vielen Dank auf den Hinweis
6642 von Frank!

6643 **Grundsätzliches**

6644 Ich halte jede Trennung von „Netz“ und „realer Welt“ für eine Künstliche. Meist wird diese
6645 von Personen gemacht, die das Netz nicht verstehen. Das Netz – oder vielmehr die
6646 Kommunikation im Netz – ist die gleiche Kommunikation wie eh, nur dass sie sich verlagert
6647 hat. Sie findet immer noch zwischen Menschen statt, die sich vielleicht nicht wie einst
6648 zufällig an der Straßenecke getroffen haben, sondern eben im Netz.

6649

6650 **Ein Wort zu Trollen**

6651 Trolle wird es auch weiterhin geben. Sie gab es schon immer, auch außerhalb des Netzes.
6652 Dies wird man allen Bemühungen zum Trotz nie ganz verhindern können.

6653 **Was wären drei sinnvolle Regeln für Kommunikation im Netz?**

6654 1. Man sollte nichts schreiben, was man nicht auch laut in einer Kirche neben seiner
6655 Großmutter aussprechen würde

6656 Ähnlich, wie man kurz nachdenken sollte, bevor man seinen Mund aufmacht, sollte man
6657 ebenfalls kurz nachdenken, bevor man sich im Netz äußert. Und die Dinge, die man dann im
6658 Netz von sich gibt, sollte man vertreten können, und dies natürlich auch über eine gewisse
6659 Zeitspanne hinweg, da sie von einer relativen Dauerhaftigkeit sind. Im Idealfall kann man
6660 auch später zu allen Äußerungen stehen und sie zumindest im damaligen Kontext
6661 rechtfertigen.

6662 2. Man sollte sich nicht anonym äußern, wenn es vermeidbar ist

6663 Wenn man im Internet unterwegs ist und sich dort äußert, sollte man dies in der Regel nicht
6664 anonym tun. In Deutschland – und darauf zielt ja die Enquete ab und nicht auf irgendwelche
6665 Regime, in denen Meinungsfreiheit nicht gesichert ist – kann ich mich zu allen Themen
6666 äußern, die ich für relevant erachte. Eigentlich immer tue ich dies unter meinem Klarnamen.
6667 Und ich weigere mich auch mittlerweile, mich auf Diskussionen mit Personen einzulassen,
6668 die dies anonym tun oder zumindest mit nicht zuzuordnenden Alias. Dies gehört für mich zu
6669 einem respektvollen Umgang miteinander dazu.

6670 3. Man sollte sein virtuelles Gegenüber wahr- und ernstnehmen

6671 Manchmal ist es schwierig, sich zu vergegenwärtigen, dass am anderen Ende der
6672 Kommunikation auch ein Mensch sitzt. Dabei ist dies für mich eine der elementarsten
6673 Grundlagen der Kommunikation, gerade im Netz, wo dies nicht immer augenscheinlich ist.
6674 Wenn ich es dann noch schaffe, mich in den anderen hineinzusetzen und zu verstehen,
6675 warum er (oder sie) so reagiert, ist schon viel gewonnen.

6676 **Und wie ist das zu bewerkstelligen?**

6677 Stellt sich die Frage, wie dies zu erreichen ist. Ich halte von Versuchen, dies gesetzlich stärker
6678 zu regulieren, überhaupt nichts. Auch virtuelle Ladenöffnungszeiten sind ja kein gangbarer
6679 Weg. Man muss diese Entwicklung eher im gesamtgesellschaftlichen Kontext sehen. Trolle
6680 sind ja auch in der realen Welt vorhanden. Es will mir nicht in den Sinn kommen, dass Leute,
6681 die sich im Netz inadäquat verhalten, in der realen Welt plötzlich ein Vorzeigeverhalten an
6682 den Tag legen. Von einer neuen Kulturtechnik zu sprechen, halte ich ebenfalls für überzogen.
6683 Zwar gibt es Dinge, die im Internet anders funktionieren als bei anderen
6684 Kommunikationswegen (so fällt viel Kommunikation auf der Metaebene weg) aber dies sollte
6685 niemanden vor unüberwindbare Hindernisse stellen.“

6686

6687 **5.1.10 „Was geht (gar nicht) im Netz?“**

6688 Dieser Beitrag wurde von *Magnus Niemann* am 30. November 2012 eingereicht
6689 (<http://grindblog.de/2012/11/30/was-geht-gar-nicht-im-netz/>):

6690 „Von Frank kam die freundliche, aber bestimmte Einladung, doch mal wieder was zu
6691 schreiben, und zwar auf eine Einladung der Enquete-Kommission Internet und digitale
6692 Gesellschaft zum Thema: Drei Dinge, die für Kommunikation im Netz (gar nicht) gehen.
6693 Vielen Dank für die Vorlage, hier meine Top Drei:

6694 **1. Vergiss nie, dass du mit Menschen kommunizierst**

6695 Ich weiß, wir Informatiker neigen gerne dazu, User als seltsame Wesen zu betrachten – oft
6696 irrational, leicht beleidigt und viel schwieriger im Umgang als unsere Rechner.
6697 Nichtsdestotrotz scheint – gerade in Foren, aber auch im Mailverkehr oder bei Kommentaren
6698 – bei vielen, eigentlich im normalen Alltag recht umgänglichen und höflichen Menschen,
6699 irgendetwas auszusetzen, wenn sie an den Rechner gehen. Nach dem Motto „Im Internet weiß
6700 keiner, dass du ein Hund bist.“ vergessen wir (ich nehme mich da gar nicht aus) allzu oft
6701 sämtliche Regeln der Kommunikation. Also lautet meine Regel Nummer Eins: Wenn du
6702 etwas schreibst, dann mache das so, als würdest du den Menschen, die das lesen, gegenüber
6703 sitzen oder stehen. Oder denke zumindest daran, dass dir jemand antworten könnte, der nicht
6704 deiner Meinung ist. Wenn am anderen Ende der Leitung Menschen sind, die auch mal einen
6705 Spruch vertragen können (also z.B. auf Twitter), dann kannst du natürlich anders sprechen als
6706 mit Menschen, die vieles in den falschen Hals bekommen (also z.B. auf Facebook).

6707 **2. Denken, drücken, tippen**

6708 Den Leitsatz „Denken, drücken, sprechen.“ habe ich noch aus meiner Zeit bei der
6709 Bundeswehr (Funkerausbildung) behalten – und er ist 1:1 auf Netzkommunikation
6710 anwendbar. Durch die Geschwindigkeit, mit der ich reagieren, kommentieren oder einen
6711 Reply schreiben kann, neige ich öfter als in der mündlichen oder schriftlichen
6712 Kommunikation zu Schnellschussreaktionen, die in anschließenden mühseligen Erklärungen
6713 und Zurückrudern ausarten. Wenn mich also etwas ganz furchtbar aufregt, schlafe ich
6714 eine Nacht darüber oder mache erst einmal etwas ganz anderes und anschließend reagiere ich.
6715 Und wenn dann wirklich mal etwas Unausgegorenes von dir im Web steht, kannst du es oft
6716 sogar noch korrigieren. Das macht auf jeden Fall einen guten Eindruck.

6717 **3. Erzähle keinen Quatsch**

6718 Gerade unter Bloggern wird ja gerne gegen die Printjournalisten gewettert. Auch wird bei uns
6719 im Netz eine sorgfältige Recherche und Quellenangabe oft als überkommene, spießige
6720 Tradition irgendwelcher Druckerschwärze-Hinterwäldler abgetan. Wenn Firma XY angeblich
6721 YZ gemacht hat, weil jemand das auf Twitter behauptet, dann wird das ja wohl so stimmen,
6722 dann schreie ich mal gleich mit auf und trage mein Quäntchen zum großen Shitstorm bei.
6723 Peinlich wird es auch hier – wie bei Punkt 2 – wieder, wenn später herauskommt, dass die
6724 Informationen gar nicht stimmten.

6725 Wenn du mal Quatsch erzählen willst, dann tue das auf großartige Weise und mit voller
6726 Absicht. Es wird dann zwar immer Menschen geben, die dich Ernst nehmen (siehe zum
6727 Beispiel die Kommentare zu diesem Beitrag auf dem Postillon), aber das ist deren
6728 persönliches Einzelschicksal.

6729 Zu guter Letzt aber vielleicht das Wichtigste: Nimm dich selbst nicht zu Ernst.“

6730 **5.1.11 „Im Internet nichts Neues“**

6731 Dieser Beitrag wurde von *Tobias Schwarz* am 30. November 2012 eingereicht
6732 (<http://isarmatrose.tumblr.com/post/36890541515/im-internet-nichts-neues>):

6733 „Im Rahmen der Blogparade der Enquete-Kommission des Bundestages schreibe ich am
6734 letzten Abend der Frist noch schnell meine Meinung zur Kommunikation im Internet nieder.
6735 Über die wurde viel berichtet und oft auch sehr gut nachgedacht, aber ich frage mich
6736 ernsthaft, warum eigentlich? Im Internet nichts Neues. Oder?

6737 Du sollst nicht trollen! Einen derartigen Warnhinweis wünschen sich viele auf den Monitoren
6738 dieser Welt bevor jemand in dieses Internet geht. Ähnlich wie die Erklärung auf Seiten mit
6739 „Erwachseneninhalten“, wo ganz ehrlich und ungelogen bestätigt werden muss, dass jemand
6740 alt genug ist, diese Seite zu betreten, würden sich so Nutzerinnen und Nutzer dazu erklären, in
6741 diesem Internet verbal nicht die Sau raus zu lassen. Die Enquete fragt stimulierend, ob denn
6742 „der digitale Meinungs austausch vielleicht eine völlig neue Kulturtechnik“ sein könnte.
6743 Bullshit, Trolle bzw. Menschen mit einem enormen Mitteilungsbedürfnis und schwankenden
6744 Manieren gibt es hüben wie drüben. Sie sind in diesem Internet anstrengender und oft auch
6745 verletzender, aber auch leichter abzustellen.

6746 Im realen Leben geht das oft nicht. Ob es eine wildfremde Person im öffentlichen
6747 Nahverkehr, ein Kollege beim Mittagsessen oder jemand auf einer Kreisverbandssitzung
6748 meiner Partei ist, sie alle sind schwerer zu ignorieren als die fiesesten Trolle im Internet.
6749 Meine Geduld und meine Höflichkeit werden dabei jedes Mal neu ausgetestet – niemand will
6750 schließlich zu früh das Gesicht verlieren. Was in diesem Leben gilt, zählt auch im Internet.
6751 Beleidigt mich eine Person, verliere ich sehr schnell die Lust, mit ihr zu reden. Ist mir das
6752 Anliegen wichtig, werden mich verbale Entgleisungen auch nicht von meinem Engagement
6753 abbringen.

6754 Deshalb mein Rat an die ehrenwerten Mitglieder der Enquete-Kommission, die ich in diesem
6755 Leben niemals so ansprechen würde, schaut dem Volk im lutherischen Sinne erst einmal aufs
6756 Maul, bevor ihr die verbale Kommunikation im Internet regulieren wollt. Vielen Dank für
6757 Ihre Aufmerksamkeit!“

6758

6759 **5.1.12 „Kommunikation – Zukunft – Gesellschaft im ‘digitalen’ Wandel verschiedener**
6760 **Systeme“**

6761 Dieser Beitrag wurde von *Axel Hohl* am 17. November 2012 eingereicht ([http://world-net-](http://world-net-news.com/2012/11/17/kommunikation-zukunft-gesellschaft-im-digitalen-wandel-verschiedener-systeme)
6762 [news.com/2012/11/17/kommunikation-zukunft-gesellschaft-im-digitalen-wandel-](http://world-net-news.com/2012/11/17/kommunikation-zukunft-gesellschaft-im-digitalen-wandel-verschiedener-systeme)
6763 [verschiedener-systeme](http://world-net-news.com/2012/11/17/kommunikation-zukunft-gesellschaft-im-digitalen-wandel-verschiedener-systeme)):

6764 „Viele der momentanen Diskussionen und Entwicklungen in allen Bereichen
6765 gesellschaftlicher Systeme (Systemtheorie), bewegen sich vermehrt in Richtung Klärung,
6766 Verbesserung der menschlichen Kommunikation, mit all ihren beinhaltenden Interessen. Was
6767 essenziert sich oder inszeniert sich hierzu im Laufe der Zeit, Zukunft, Evolution?

6768 Es scheint, als seien nicht die neuen Medien ein Problem, sondern die hier kommunizierten
6769 Inhalte und die Art des Konsums.

6770 Welche Bereiche der Gesellschaft (Systeme) werden hierzu gefordert, gefördert, bevorteilt,
6771 benachteiligt, übersehen oder sogar ausgeschlossen? Welche Veränderungen wird die ‘eine
6772 Gesellschaft’ in Bezug auf Veränderungen einzelner Subsysteme erfahren?

6773 In Bezug auf Kommunikation und das System Technologischer Fortschritt scheint die eine
6774 Gesellschaft gefordert um ideal gefördert zu werden. Der Deutsche Bundestag geht hier schon
6775 mal mit gutem, transparentem Beispiel voran, leichte Sprache, Reduktion und Klarheit zu
6776 hoffentlich, positivem Inhalt wird vorangebracht. Dies könnte auch für Arbeitswelten und
6777 Architektur gelten, denn nur angenehme Kommunikation und angenehmes Arbeiten kann
6778 negative Stresskommunikation womöglich verhindern. Stresskommunikation berührt hier
6779 ebenfalls das Thema Berichterstattung, Medien und Journalismus.

6780 Das entstandene Kommunikationssystem oder Subsystem Internet berührt Systembereiche
6781 wie den unglücklichen Wachstumsbegriff, Business, Technologie, Bildung, Aufklärung,
6782 Openness, Familie, Arbeit und Gesundheit, Nachhaltigkeit und Formen, Rahmen des
6783 Zusammenlebens.

6784 Egoistische, unkommunikative, starre Amokläufersysteme sollten Regeln und Bewusstsein
6785 eines gemeinsamen, gesellschaftlichen Interesses, Prozesses erlernen. Hierunter dürften die
6786 Themen Transparenz, Datenschutz, Urheberrecht, etc. fallen.

6787 Welche Systeme könnten eine ideale Entwicklung der Gesellschaft oder positive Evolution
6788 unterstützen? Welche Systeme hindern Gesellschaft, Aufklärung, Freiraum und einen
6789 kreativen Prozess, welche sich am Gemeinwohl (Sozialstaat) zu orientieren versuchen?

6790 Welche Interessen spielen vorgegebene, starre Rahmenbedingungen von z.B. knallhart
6791 kalkulierenden Profitmodellen bestimmter patentierungswütigen Unternehmen?

6792 Welche sozialen Entwicklungen des Systems Gesellschaft werden auf das einzelne System
6793 Mensch gesehen reduziert, verhindert und manipuliert um oft fragwürdiges Profitstreben zu
6794 bedienen? Welche Rolle spielt das System Lobbyismus?

6795 Welche Rolle spielt neu kommendes Denken und Handeln wie z.B. Nachhaltigkeit,
6796 wertschätzende Kommunikation oder Achtsamkeit? Es bleibt spannend in Bezug auf
6797 FreiRaum, Freiheit, FreiZeit, die eigene persönliche Evolution und das respektierende,
6798 achtsame Miteinander der Gesellschaft. Gelingende Kommunikation, Verstehen und

6799 Problemlösung, werden sie der Schlüssel für alle weiteren Schritte im großen System mit all
6800 seinen zu berücksichtigenden Subsystemen.

6801 Es scheint, als sei alles nur eine Frage gelingender Bildung, Aufklärung und Mut zur
6802 Philosophie. Ein bewusster, aufgeklärter Rahmen, der inhaltlich von allen Subsystemen nicht
6803 mit Müll gefüttert wird, wird womöglich, ohne größere Sanktionen und extremen Regeln,
6804 seine Gesellschaft überzeugen können. Hierzu benötigt es vielleicht auch Mut darauf
6805 hinzuweisen, dass Politik, Wirtschaft und Medien Verantwortung im Herstellungsprozess von
6806 Kommunikation haben.

6807 Die Top-3-Regeln für Kommunikation im Netz können sich z.B. aus den o.a. Ideen
6808 entwickeln.“

6809 **5.1.13 „Anonym und kompetent – Der perfekte Netzbürger“**

6810 Dieser Beitrag wurde von *Dorothee Bär* am 10. Dezember 2012 eingereicht
6811 (http://www.csu.de/csunet/baer_bloggt/94911238.htm):

6812 „Immer wieder wird der Ton im Netz kritisiert. Immer wieder wird von einer schwer zu
6813 ertragenden Shitstorm-Mentalität gesprochen, über einen Netzhass, der viele Debatten zu
6814 emotionalen Schlachten macht und der dazu führt, dass viele Menschen sich persönlichen
6815 Angriffen ausgesetzt fühlen, die sie aus der Offline-Welt vordigitaler Debattenkultur bisher
6816 nicht kannten.

6817 Liest man beispielsweise *Julia Schramms* gesammelte Rants und Beschimpfungen, die sie in
6818 Zusammenhang mit ihrer Buchveröffentlichung und der damit verbundenen Geltendmachung
6819 von Urheberrechten erhalten hat, dann können weder Gesicht noch Hände groß genug für die
6820 eigentlich angebrachte Facepalm sein. Das geht weit über das Erträgliche und dessen, was
6821 man sich gefallen lassen muss, hinaus.

6822 Dabei ist die Lösung doch so einfach. Es muss einfach jeder unter seinem Klarnamen twittern.
6823 Hinter jedem Profil muss ein leicht zu findendes Impressum stehen, das ganz klar Name und
6824 E-Mail-Adresse benennt. Wollen wir den Netzhass abschaffen, schaffen wir einfach die
6825 Anonymität ab. Schließlich wissen wir selbst und hören das in jedem Krisenmanagement-
6826 Seminar: Wenn es Konflikte gibt, soll man die im direkten Gespräch, von Angesicht zu
6827 Angesicht lösen. Jeder, der mich wüst im Netz beschimpft, würde das niemals tun, wenn er
6828 mit mir bei einer Tasse Kaffee zusammensitzen würde.

6829 Also: Anonymität abschaffen. Fertig. ... Oder? Oder nicht? Oder ist es nicht vielmehr so, dass
6830 man das alles wieder ein bisschen differenzierter sehen muss.

6831 Es ist schlimm, wenn man sich sozusagen vor versammelter "Userschaft" beschimpfen und
6832 beleidigen lassen muss. Aber schlimmer - viel schlimmer - ist es, wenn Menschen Angst
6833 davor haben müssen, aufgrund ihres Namens identifiziert und politisch verfolgt zu werden.

6834 Es ist schlimm, sich gegen eindeutige falsche Behauptungen wehren zu müssen. Aber
6835 schlimmer - viel schlimmer - ist es, wenn Menschen, denen ein furchtbares Schicksal
6836 widerfahren ist, sich aus Angst davor, erkannt zu werden, nicht mit anderen Menschen online
6837 austauschen können, denen Ähnliches passiert ist.

6838 Anonymität mag die Hürden für aggressives Kommunikationsverhalten herabsetzen. Das
6839 muss man gut finden. Nur: In mindestens gleichem Maße setzt sie die Hürden für die
6840 Überwindung von Angst und politischer wie gesellschaftlicher Beschränkung herab. Letzteres
6841 finde ich in der finalen Abwägung wichtiger und entscheidend.

6842 Die Welt ist mit der digitalen Revolution in vielen alltäglichen Dingen einfacher geworden.
6843 Gleichzeitig, auf einer nicht pragmatischen, sondern einer theoretischeren Ebene ist sie
6844 komplizierter geworden, weil viele vermeintlich einfachen Gesetze, Werte und Regelungen
6845 heute nicht mehr ohne Weiteres bestehen können – alleine die nicht enden wollende
6846 Urheberrechtsdebatte zeigt dies täglich.

6847 Wir müssen vieles differenzierter sehen als früher. Und wenn ich die Argumente für und
6848 wider die Anonymität als wesentlichen Wesenszug der digitalen Kommunikation abwäge,
6849 dann komme ich zu dem Schluss, dass die PROs letztendlich deutlich überwiegen.

6850 Das Gut der freien Meinungsäußerung halte ich für so wichtig, dass ich glaube, unerfreuliche
6851 Nebenwirkungen, wie einen rauen Ton oder die Gefahr einer vermehrten Anzahl von
6852 Äußerungen, die sehr persönlich werden können, bis zu einem gewissen Grad aushalten zu
6853 müssen.

6854 Vielleicht hinkt der Vergleich ein bisschen, aber wenn in einem Fußballstadion Tausende von
6855 Fans einen einzelnen Spieler wüst beschimpfen, dann würde ja auch niemand auf die Idee
6856 kommen, die Namen der Zuschauer abzufragen.

6857 Und ganz abgesehen davon, halte ich es eher für ein Märchen, dass Menschen nicht ebenso
6858 aggressiv werden, wenn sie dabei sagen müssen, wie sie heißen.

6859 Ein Mittel, dem Netzhass zu begegnen, das ich besser finde, als die Freiheit gesetzlich
6860 einzuschränken, ist der Fokus auf die Medienkompetenz. Das Erlernen der sogenannten neuen
6861 Medien beinhaltet dabei auch das Erlernen des fairen Umgangs mit den neuen
6862 Kommunikationsformen. So, wie ich früher in der Schule gelernt habe, wie man einen Brief
6863 schreibt, was in die Anrede muss, und wie man ein Schreiben adäquat abschließt, so muss
6864 man heute vermittelt bekommen, was eine Netiquette ist und warum sie nicht den Status von
6865 schnell wegklickbaren AGB haben, sondern tatsächlich elementar sind, wenn man beim
6866 Meinungs austausch im Netz mitmachen und von den anderen ernst genommen werden
6867 möchte.

6868 Und zu Medienkompetenz im digitalen Zeitalter gehört auch der richtige Umgang mit 140-
6869 Zeichen-langen Anfeindungen oder bösen Kommentaren auf Facebook. Zu diesem Wissen
6870 zähle ich das kommunikative Reaktionsverhalten, das nötige Selbstbewusstsein, sich zu

6871 wehren, oder die Fähigkeit zur Einschätzung, wann es besser ist, dem betreffenden Troll kein
6872 neues Futter zu geben. Zu diesem Wissen zähle ich aber natürlich auch das Wissen um die
6873 richtigen Ansprechpartner, wenn ich der Heftigkeit eines Sturms nicht mehr standhalten kann.

6874 Die Sicherstellung der Vermittlung eben dieser Kompetenz und die Garantie, dass genannte
6875 Ansprechpartner zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle sind, genau das ist die Aufgabe der
6876 Politik.

6877 Für ein digitales Zeitalter in Freiheit und Fairness.“

6878 **5.1.14 Weitere Beiträge**

6879 Neben diesen Textbeiträgen gab es noch andere Formen der Beteiligung an der Blogparade.

6880 So kommentierte *Achim Hohlfeld* beispielsweise den Aufruf auf blogfraktion.de:

6881 <http://blogfraktion.de/2012/11/12/die-internet-enquete-fragt-nach-ihrer-meinung/#comments>

6882 *Malte Steckmeister* wies auf ältere Beiträge auf seinem Weblog hin, in denen er sich mit dem

6883 Thema bereits auseinandergesetzt hat: [http://blog.stecki.de/archives/275-Gebt-uns-digitale-](http://blog.stecki.de/archives/275-Gebt-uns-digitale-Grundrechte-Gesetze-gegen-Gatekeeper.html)

6884 [http://blog.stecki.de/archives/273-Wo-stehen-](http://blog.stecki.de/archives/273-Wo-stehen-wir.html)

6885 <http://blog.stecki.de/archives/268-Friedrich-im-netzpolitischen-Tiefflug.html>

6886

6887 **5.2 Beiträge auf <http://enquetebeteiligung.de>**

6888 [Dokumentation der Vorschläge sowie der Beiträge zur Textwerkstatt]

6889

6890 **6 Anlagen**

6891 1. Literatur- und Quellenverzeichnis

6892 2. Expertengespräche: Dokumentation der Stellungnahmen

6893 3. Mitglieder der Projektgruppe