



Für eine moderne Medienordnung

Rede von Lothar Bisky, 14. Mai 2009

Sehr geehrter Herr/Frau Präsident(in), liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Welt der Medien befindet sich in einem rasanten Wandlungsprozess. Die Bedingungen der digitalen Kommunikation und ihrer Netzwerke sind allgegenwärtig. Das gilt für die Presse, die Buchverlage, die Film- und die Musikindustrie schon jetzt. Deren Zukünfte liegen jenseits von Druckerpresse, CD und DVD. Das sagen uns jedenfalls die handelnden Akteure und Akteurinnen des Internetzeitalters. Damit werden tief greifende Umbrüche in den Geschäftsmodellen und der Beschäftigungssituation dieser Branchen verbunden sein. Schon jetzt ist ein Kulturkampf darüber entbrannt, wie das neue Zeitalter zu regulieren ist. Er verläuft zwischen jung und alt - zwischen digital und analog. Die schnelle technologische Entwicklung zeigt allerdings, dass wir das Neue nicht nach den Maßstäben des Alten steuern können.

Auch der klassische Rundfunk und das Fernsehen werden zunehmend vom Sog der Digitalisierung und der damit einhergehenden Revolutionierung althergebrachter kultureller Grundlagen erfasst.

Während die Sendemöglichkeiten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet mühselig erkämpft werden müssen, entwickeln private Internet- und Telekommunikations-Unternehmen weltweit Programmangebote jenseits einer demokratischen Medienordnung. Sie mausern sich ohne kulturellen Auftrag, ohne öffentliche Kontrolle und Transparenz zu Sendeanstalten von morgen. Öffentliche Berichterstattung wird unter diesen Bedingungen zum Spielball rein finanzieller Interessen. Das, liebe Kolleginnen und Kollegen, lehnen wir LINKE im Interesse einer an Transparenz und Objektivität orientierten Berichterstattung ab.

Meine Damen und Herren, wenn wir keine moderne Medienordnung schaffen, werden Radio und Fernsehen vom Internet verdrängt werden. Dann werden allein private Unternehmen wie Google und andere zum Rundfunk der Zukunft. Ohne moderne medienrechtliche Rahmenbedingungen werden die Bedingungen des Marktes und des Wettbewerbs zum bestimmenden Beweggrund digitaler Kommunikation. Einflussnahmen auf die öffentliche Meinung werden dann in naher Zukunft

- durch die Aufzeichnung des Nutzungsverhaltens,
- durch individuell zugeschnittene Werbung,
- durch die Bündelung und Verwertung von Inhalten in vordefinierten Programmpaketen,
- durch elektronische Programmführer und
- durch einseitig dominierte Empfangsgeräte und Set-Top-Boxen erfolgen.

Gegenüber einer vollständigen Kommerzialisierung von Kultur und Information kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk ein notwendiges Korrektiv sein. Auch im Digitalzeitalter bleibt sein Funktionsauftrag bestehen. Dazu müssen die Öffentlich-Rechtlichen die mit der Digitalisierung verbundenen neuen

Entwicklungsmöglichkeiten frei und ohne Beschränkungen nutzen können. Das jetzige Verfahren - gefunden im Kompromiss zwischen der Europäischen Kommission und der Bundesregierung - ist für einen zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk ungeeignet. Es hat sich zu einem bürokratischen und Kosten fressenden Monstrum entwickelt. Der sogenannte Drei-Stufen-Test schafft keine Minute neues Programm. Stattdessen verschlingt er unnötige Summen an Gebührengeldern. Gelder, die in die Entwicklung eines zukunftsfähigen Programmangebotes, in dem die Kreativen mehr und die Verwaltungen weniger zu sagen haben, aus Sicht der LINKEN besser angelegt wären.

Meine Damen und Herren, das Fundament für einen öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Digitalzeitalter ist seine konsequent werbefreie und nicht-kommerzielle Ausrichtung. Nur so lässt sich seine Akzeptanz und seine Finanzierung durch Gebühren bei den Bürgerinnen und Bürgern langfristig sicherstellen und die zunehmende Konkurrenzsituation zu den privaten Rundfunkanbietern aufheben. Zugleich ist das die wesentliche Voraussetzung, um sich dem Druck des europäischen Wettbewerbsrechts und dem Primat der Kommission zu entziehen. Ein Werbe- und Sponsoringverbot (mit Ausnahme des Sports) wäre dazu ein erster wichtiger Schritt. Entgegen anderslautender Behauptungen sind Werbe- und Sponsoringfreiheit durchaus finanzierbar - entweder über das Einspar- und Umschichtungspotential in den bestehenden Haushalten der öffentlich-rechtlichen Anstalten oder aber durch die Kompensation des Ausfalls von Gebührenbefreiungen durch die Träger sozialer Leistungen. Wir plädieren für Letzteres.

Herzlichen Dank.

