

# „Hohe deutsche Standards nicht senken“

Von Grace Pönitz

Nicht nur die Medien und Länder haben eine umfängliche medienpolitische Agenda, auch der Bund steht in der Pflicht. Kulturstaatsministerin Monika Grütters ist im Gespräch mit der Branche. Von Seiten des Bundes hat sie die Koordinierung für die Bund-Länder-Kommission für eine neue Medienordnung übernommen. Zentrale Herausforderung bleibt für sie die Anpassung des Urheberrechts an das digitale Zeitalter. Beim Presse-Grosso will sie die Tragweite der Regelung höchststrichterlich feststellen lassen. Und die Nationale Initiative Printmedien müsse neu konzipiert werden.

*Wäre es nicht an der Zeit, medienpolitische Kompetenzen aus den anderen Ministerien unter Ihrer Federführung zu bündeln — vielleicht unter dem Motto einer kulturpolitischen Agenda?*

**Monika Grütters:** Schon jetzt werden in meinem Haus BKM medienpolitische Kompetenzen des Bundes zusammengeführt. Ein besonders greifbares Beispiel hierfür ist die vor kurzem beschlossene Bund-Länder-Kommission zur Schaffung einer kompatiblen Medienordnung. Für den Bund habe ich hier die Koordinierung übernommen. Natürlich ließe sich darüber diskutieren, ob nicht das eine oder andere Medienthema besser in meinem Hause aufgehoben wäre. Doch z.B bei der Frage nach den netzpolitischen Kompetenzen im Rahmen der Digitalen Agenda hat sich die Bundesregierung bewusst für eine stärker ressortübergreifende Zusammenarbeit und Koordinierung entschieden. Gerade im Medienbereich, in dem die vorrangige Zuständigkeit ohnehin bei den Ländern liegt, ist ein solcher koordinierender Ansatz richtig.

*Verleger wie auch Sender haben für dieses Jahr wieder eine überbordende Agenda mit Urheberrecht, Datenschutzregelungen, Netz- und Suchmaschinenneutralität oder Werbebeschränkungen aufgestellt. Sehen Sie Möglichkeiten, sie zu unterstützen?*

**Grütters:** Die Anpassung des Urheberrechts an das digitale Zeitalter bleibt eine ganz zentrale Herausforderung. Auch im digitalen Zeitalter muss es möglich sein, müssen Kreative von ihrer Arbeit leben können. Das ist für den Erhalt und die Förderung der kulturellen Vielfalt unerlässlich. Bei der Anpassung des Urheberrechts an das digitale Umfeld auf nationaler und europäischer Ebene dürfen wir unsere hohen Standards in Deutschland nicht senken. Vielmehr müssen wir dafür Sorge tragen, dass die Balance zwischen Urhebern Nutzern und Verwertern gewahrt bleibt und dass auch neue Akteure, wie die Diensteanbieter, im System ihren Platz finden. Mit Verlegern und Produzenten bin ich mir einig, dass die Rechtsdurchsetzung insbesondere gegenüber Plattformen verbessert werden muss, deren Geschäftsmodell im Wesentlichen auf der Verletzung von Urheberrechten aufbaut. Erste Vorschläge des Wirtschaftsressorts liegen bereits auf dem Tisch, mein Haus prüft sie derzeit. Es ist allerdings nicht nur der Gesetzgeber in der Pflicht, unlauteren Geschäftsmodellen etwas entgegenzusetzen, sondern auch die Branche selbst. Beim Datenschutz unterstützt Deutschland das vom Europäischen Rat erklärte Ziel, die Arbeit an der EU-Datenschutz-Grundverordnung noch in diesem Jahr abzuschließen. Damit bekämen wir einen EU-weit einheitlichen Rechtsrahmen für den Datenschutz, der den Anforderungen des digitalen Zeitalters angepasst wird. Besonders wichtig ist mir in diesem Zusammenhang, dass das Medienprivileg für

Datenverarbeitungen zu journalistischen Zwecken erhalten bleibt und nicht hinter den Standard der geltenden Datenschutz-Richtlinie zurückgegangen wird.

Auch die Netzneutralität ist für uns ein zentrales medienpolitisches Anliegen, da sie der Garant für Meinungs- und Medienvielfalt im Netz ist. Dass der Grundsatz der Netzneutralität in Form der Digital Single Market-Verordnung nunmehr in einen europäischen Rechtsakt gegossen wird, ist überfällig. Langfristig gesehen wird man aber für das weltweite Netz nicht nur europäische, sondern auch internationale Lösungen finden müssen. Auch Suchmaschinen nehmen als „Gatekeeper“ eine Schlüsselstellung in der digitalen Welt ein. Wer nicht auf den ersten Trefferseiten der Suchergebnisse erscheint, ist im Internet praktisch nicht existent. Völlige Neutralität wird man von Suchmaschinen allerdings nicht verlangen können.

Eine rote Linie sehe ich jedoch dort überschritten, wo Anbieter ihre Marktmacht durch Bevorzugung eigener Angebote missbrauchen. Da Suchmaschinen den Zugang zu medialen und kulturellen Inhalten kontrollieren, haben wir im Koalitionsvertrag eine Stärkung der Position von Verlegern und Sendeunternehmen vereinbart. Audiovisuelle Medienangebote und journalistisch-redaktionelle Inhalte, die einen Beitrag im Sinne eines „Public Value“ leisten, sollen danach eine herausgehobene Auffindbarkeit erhalten. Ich lasse derzeit von meinem Haus prüfen, wie dieser Auftrag am besten umgesetzt werden kann.

*Zu den Forderungen der Verlegerverbände zählt auch der reduzierte Mehrwertsteuersatz auf digitale Presseprodukte. Könnten Sie sich dafür erwärmen?*

**Grütters:** Ich setze mich schon seit langem intensiv dafür ein, dass der ermäßigte Mehrwertsteuersatz auch auf digitale Bücher und Presseerzeugnisse angewandt wird. Die Bundesregierung wirbt ja bereits auf europäischer Ebene für das Vorhaben, denn es bedarf zur Realisierung zunächst einer Änderung des europäischen Rechts. Leider beobachte ich in vielen EU-Mitgliedstaaten Widerstände gegen eine solche Rechtsänderung, der sie aber allesamt zustimmen müssten.

*Viele Pressefragen sind heute offenbar nur vor Gericht oder Kartellbehörden zu lösen. Auch der Rechtsstreit zum Presse-Grosso geht weiter. Sehen Sie eine Lösung?*

**Grütters:** Das Presse-Grosso ist notwendig für den Erhalt der publizistischen Vielfalt in der deutschen Presselandschaft. Mit der kartellrechtlichen Ausnahmeregelung für Branchenvereinbarungen beim Pressevertrieb hat der Gesetzgeber 2012 ausdrücklich festgelegt, dass dieses unabhängige Vertriebssystem erhalten bleibt. Mit dem Grosso wird ja dafür gesorgt, dass seine Mitgliedsunternehmen branchenweit einheitliche Vertriebskonditionen erhalten. Ich halte es für wichtig, dass die Tragweite dieser Regelung noch einmal höchstrichterlich festgestellt wird.

*Die Bund-Länder-Kommission für eine konvergente Medienordnung wird ihre Arbeit aufnehmen. Wie sind Sie beteiligt und wann hat die Kommission aus Ihrer Sicht Erfolg?*

**Grütters:** Seit Dezember 2014 haben ich als Staatsministerin für Kultur und Medien für den Bund und das Vorsitzland der Rundfunkkommission, Rheinland-Pfalz für die Länder, den Vorsitz in der Bund-Länder-Kommission inne. Ein erstes Spitzentreffen wird gemeinsam mit den relevanten Bundesressorts und den Ländern voraussichtlich Ende März stattfinden.

Es geht mir darum, bei drängenden Themen wie zum Beispiel der Plattformregulierung, Markt- und Meinungsmachtrelevanz von Suchmaschinen und dem Kartellrecht Lösungen

entlang der Bund-Länder-Zuständigkeit zu finden. Medienunternehmen in Deutschland müssen eine Chance haben, den Wettbewerb mit den Internetgiganten aufzunehmen, die auf den Fernseh-, Radio-, Buch- und Musikmarkt drängen. Klar ist dabei für mich: Auf ein und demselben Spielfeld müssen auch die gleichen Spielregeln gelten.

Erfolg hat die Kommission dann, wenn Bund und Länder sich auf Regulierungsmodelle und Abstimmungsprozesse einigen, mit denen die benannten Punkte gelöst und zugleich die Grundwerte unserer Medienordnung gewährleistet werden — dazu zählen Vielfaltssicherung, Jugendschutz usw. Das ist nicht nur inhaltlich ehrgeizig, sondern wir müssen dabei auch auf die verschiedenen Zuständigkeiten von Bund und Ländern für Rundfunk-, Telemedien-, Telekommunikations- und Wettbewerbsrecht Rücksicht nehmen - und, am Ende ja auch noch die EU einbeziehen.

Der Erfolg ist erreicht, wenn Medienrecht, Meinungsmacht- und Marktmachtkontrolle den crossmedialen Gegebenheiten besser angepasst sind. Und noch mehr: wenn diese Instrumente so flexibel ausgestaltet sind, dass sie auch mit derzeit noch nicht absehbaren technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen mithalten können!

Die Deutsche Welle bekommt von Ihnen dieses Jahr mehr Geld, der Sender benötigt zur Absicherung für seine Programme in den kommenden Jahren noch mehr. Welche Rolle kann und soll die Deutsche Welle künftig in der Welt mit ihren im Vergleich zu Konkurrenten begrenzten Mitteln spielen?

Grütters: Die Deutsche Welle ist eine bedeutende Politik- und Kulturbotschafterin Deutschlands in der Welt. Sie steht für Meinungsfreiheit, Pressefreiheit, Menschenrechte, für Demokratie und soziale Marktwirtschaft. Gerade in Krisenregionen ist sie für viele Menschen eine wichtige Verbindung in die freie Welt. Um die Deutsche Welle spürbar zu unterstützen und stärken, hat die Bundesregierung den Bundeszuschuss erstmals seit Jahren wieder substantiell erhöht: Gegenüber 2013 stehen der Deutschen Welle 2014 rund 10 Millionen Euro mehr zu, in 2015 sogar rund 13,5 Millionen Euro. Ab 2016 wird der Zuschuss erneut aufwachsen.

Wegen der international veränderten Mediensituation und zahlreicher politischer Krisen auf der Welt passt die Deutsche Welle ihre Angebote nun noch stärker an, um ihren Programmauftrag auch künftig erfüllen zu können. Mit Blick auf die wachsende Konkurrenz wird die Deutsche Welle ihre Angebote aktueller gestalten, noch besser miteinander vernetzen und in englischer und deutscher sowie in Regionalsprachen berichten. Wichtig ist mir auch, dass die Deutsche Welle die mit den Ministerpräsidenten der Länder vereinbarte Kooperation mit ARD, ZDF und Deutschlandradio verbessern und ausbauen will.

Hat die Nationale Initiative Printmedien den ihr gebührenden Stellenwert oder könnten nicht mehrere Initiativen gebündelt werden, um das Interesse von Schülern an Zeitungen und Zeitschriften zu fördern?

Grütters: Zunächst einmal: Alle in der NIP engagierten Initiativpartner wollen die Initiative fortführen. Wir sind uns jedoch auch darüber einig, dass eine Neukonzeption der Initiative, von der Konzentration auf Printprodukte hin zu Online-Angeboten, notwendig ist - woran alle NIP-Partner arbeiten.

Denn die thematische Ausrichtung der NIP muss erweitert, und die Vermittlung der Medienkompetenz an Kinder und Jugendliche muss verstärkt werden. Printmedien sind nach wie vor unverzichtbar, doch muss auch berücksichtigt werden, dass junge Leserinnen und Leser Presseprodukte zunehmend via Internet nutzen. Die NIP muss es daher schaffen, junge Leserinnen und Leser weiterhin für die politischen, gesellschaftlichen und kulturellen Themen zu sensibilisieren und sie zu einem kritischen Umgang mit dem Medium Presse anzuleiten – und zwar unabhängig vom Übertragungsweg. Der Schülerwettbewerb der NIP soll so im Sinne der erweiterten Perspektive als eigenständiger Wettbewerb fortgeführt werden. Wichtig ist: die Notwendigkeit, Medienkompetenz zu vermitteln, stellt keiner in Frage, sondern die Anstrengungen werden noch verstärkt.

*Erschienen: textintern, 12. März 2015*