

Dokumentation der Veranstaltungsreihe „Digitale Gesellschaft NRW.EU“

Vertretung des Landes Nordrhein-Westfalen
bei der Europäischen Union, Brüssel
2015 – 2016



Inhaltsverzeichnis

Vorwort Dr. Marc Jan Eumann.....	3
Vorwort Dr. Frauke Gerlach	5
Über die Veranstaltungsreihe.....	7
Auftaktveranstaltung „DIGITALER BINNENMARKT – Perspektiven für den Medien- und IT-Standort Europa“, 26. Oktober 2015.....	8
Erste Werkstatt „DIGITALE WERTSCHÖPFUNG – Kreativität, Werte und mediale Innovation“, 26. Oktober 2015	12
Zweite Werkstatt „DIGITALE PARTIZIPATION – Europa der Bürgerinnen und Bürger“, 18. November 2015.....	21
Dritte Werkstatt „DIGITALE KREATIVITÄT – Kontexte, Prozesse und Strategien“, 27. April 2016	30
Vierte Werkstatt „DIGITALER HASS – Maßnahmen gegen Hetze im Netz“	38
Abschlussveranstaltung „DIGITALER WANDEL – Fazit und Impulse der Veranstaltungsreihe DIGITALE GESELLSCHAFT NRW.EU“, 28. September 2016	47

Vorwort

von Dr. Marc Jan Eumann

NRW muss Digitalisierung können. NRW ist Industriestandort und Mitbestimmungsland. Deshalb kann NRW auch Industrie 4.0 und Arbeit 4.0. Denn wir in NRW haben die Infrastruktur, die Akteure, die Expertise und vor allem den politischen Gestaltungswillen, um diesen komplexen Veränderungsprozess anzunehmen. Wir sind ein starkes Medienland und erleben daher am Beispiel dieser Branche, wie umfassend der Digitalisierungsprozess ist. Er schließt Prozesse aller Branchen ein. Das mit der Digitalisierung verbundene Wertschöpfungspotenzial ist immens: Prognosen zufolge könnte sie bis 2025 allein in den Kernbranchen des Landes NRW eine zusätzliche Wertschöpfung von 15,6 Milliarden Euro auslösen.¹ NRW unterstützt deshalb nachdrücklich die besondere Priorität, die die EU-Kommission auf die Schaffung des digitalen europäischen Binnenmarkts legt. Die Landesregierung engagiert sich dafür aktiv in verschiedenen Handlungsfeldern. Dazu gehört eine Medienregulierung auf Europa-, Bundes- und Landesebene, die der Medienkonvergenz Rechnung trägt. Umfasst sind weiter Initiativen zur Durchsetzung der Grundsätze der Netzneutralität, die Förderung von Medienkompetenz über alle Altersgruppen hinweg sowie die Entwicklung und Stärkung von digitaler Zivilcourage.

Mit der Veranstaltungsreihe „DIGITALE GESELLSCHAFT NRW.EU“, die wir 2015 und 2016 gemeinsam mit dem Grimme Institut ausgerichtet haben, haben wir ein Forum etabliert, in dem wir digitale Themen diskutieren, die uns in NRW, in Deutschland und in Europa beschäftigen. Dazu sind im Vorfeld fünf wesentliche Dimensionen der Digitalisierung identifiziert und in jeweils einer Werkstatt in den Fokus gestellt worden. Unser Ziel war es, den Chancen und Risiken der Digitalisierung mit Hilfe der beteiligten Expertinnen und Experten sowie mit den Gästen interessenübergreifend auf den Grund zu gehen. Wie ist der Status Quo? Wo liegen unsere Ziele? Mit welchen Stolpersteinen werden wir jetzt und in Zukunft konfrontiert sein? Wie gehen wir damit um? Aus den Impulsen und Diskussionen lassen sich wichtige Erkenntnisse zu den Sektoren digitaler Binnenmarkt, Wertschöpfung, Partizipation, Kreativität und Netz-Kommunikation ableiten.

All das haben wir nur durchführen können, weil wir einen starken Partner an unserer Seite wissen. Mein herzlicher Dank gilt dem Grimme-Institut und insbesondere seiner Direktorin Dr. Frauke Gerlach für die fruchtbare und unkomplizierte Kooperation. Ich bin sicher, dies ist nicht die letzte Veranstaltung, die wir gemeinsam in Brüssel durchführen werden.

Ebenfalls herzlich danken möchte ich den Expertinnen und Experten, deren vielfältige Perspektiven auf die digitale Gesellschaft die Veranstaltungsreihe überhaupt erst so erkenntnis- und ertragreich gemacht haben.

¹ Schätzung der Prognos AG auf Basis von BITKOM, Fraunhofer IAO (2014): Industrie 4.0 – Volkswirtschaftliches Potenzial für Deutschland. Prognos AG: Wirtschaftsstandort NRW 2030. Aktivieren – Stärken – Ausbauen. Duisburg 2014.

Ich freue mich, dass wir mit der vorliegenden Dokumentation ein Format gefunden haben, das bestehende Fragen beantwortet, indem es die gewonnenen Erkenntnisse bündelt, konzentriert und politische Handlungsempfehlungen für eine starke digitale Zukunft gibt.

Denn nur, wenn unsere Gesellschaft mit den Errungenschaften der Digitalisierung richtig umzugehen weiß, können die großen Vorteile der digitalen Transformation für Information, Meinungsbildung, gesellschaftlichen Zusammenhalt und Innovation maximiert werden. Und nur so bieten wir extremen Positionen, die unsere demokratische und soziale Gemeinschaft gefährden, die Stirn.

Brüssel / Düsseldorf, im März 2017

Dr. Marc Jan Eumann

Staatssekretär für Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen

Vorwort

von Dr. Frauke Gerlach

Direkt oder indirekt ist jede Bürgerin und jeder Bürger in Europa und Nordrhein-Westfalen in die Digitalisierung eingebunden. Deshalb haben wir auf dem Weg zu einer emanzipierten digitalen Gesellschaft verschiedenste Herausforderungen wie etwa die digitale Partizipation und den digitalen Binnenmarkt, aber auch den Umgang mit unseren Daten und extremen Kommunikationsformen im Netz zu meistern. Die digitale Gesellschaft wird sich neben rein ökonomischen auch den gesellschaftlichen Fragen und normativen Folgen widmen müssen.

Diesen Prozess unterstützt das Grimme-Institut, indem es kritisch und unabhängig Entwicklungen im medialen, digitalen und kulturellen Kontext reflektiert und auf einen freien und selbstbestimmten Umgang mit Medien hinwirkt. Dies geschieht nicht nur durch Veranstaltungen wie dem Grimme-Preis, der seit 1964 vorbildliche und modellhafte Fernsehsendungen und -leistungen auszeichnet, sondern auch durch Formate zur Information und zum Austausch zwischen Politik, Wissenschaft, Wirtschaft, Praxis und Gesellschaft. Beispielhaft dafür ist die Reihe „DIGITALE GESELLSCHAFT NRW.EU“, die das Land Nordrhein-Westfalen in ihrer Landesvertretung in Brüssel und in Kooperation mit dem Grimme-Institut organisiert hat. In sechs Veranstaltungen im Zeitraum von Oktober 2015 bis September 2016 widmeten wir uns aktuellen Fragen der Netzpolitik und Digitalkultur. Um neben den eingeladenen Expertinnen und Experten auch interessierten Gästen die Möglichkeit zum Mitdiskutieren zu geben, haben wir uns mit dem Fishbowl-Format bewusst für eine lebendige Diskussionsmethode entschieden. Somit erhielten wir eine Perspektive direkt aus der digitalen Gesellschaft, welche der EU-Kommission bei weiteren Entscheidungen zur Verfügung stand.

Ohne Zweifel trägt die Politik eine große Verantwortung hinsichtlich einer sicheren digitalen Welt. Doch auch jeder Nutzer und jede Nutzerin gestaltet durch eigenes Verhalten im Netz die digitale Welt mit. Hier wünschte ich mir, was ich auch in meinem Impuls zur Auftaktveranstaltung dieser Veranstaltungsreihe ausführe, gerade von den Konsumentinnen und Konsumenten mehr „Punk“: Schon in den 1970ern lautete die Kulturkritik von Johnny Rotten von den Sex Pistols: „No future. Your future dream is a shopping scheme.“ Nichts ist im Netz kostenlos und anonym und auch wenn das Netz scheinbar den Traum grenzenloser Freiheit erfüllt, existieren gleichzeitig Überwachung und Kontrolle. Die Entscheidung, welche Daten ich offenbare – und zu welchem Preis – sollte bewusst getroffen werden. Schließlich sollte auch die Wirtschaft trotz ihrer wirtschaftlichen Interessen und Möglichkeiten zum Datensammeln verantwortungsbewusst handeln.

Auch in weiteren Bereichen ist Aufklären und das Vermitteln von Medienkompetenz wichtiger denn je: Manche Mediennutzer können in der – zum Glück reichhaltigen Informationsfülle – sogenannte Fake News nicht mehr von seriösen Meldungen unterscheiden. Wie sollte die EU-Politik hier sinnvoll eingreifen? Wie gelangt die digitale Gesellschaft zu einer Informationskompetenz im Netz? Wie können wir dem entgegenwirken, dass extremistische Gruppen ihre Anhänger im Netz rekrutieren? Wie begegnen wir Cybercrime und Cybermobbing? Diese und andere Fragen werden uns weiterhin begleiten und bieten Anlass

für künftige Werkstätten – im Dialog und im Austausch für eine freie und selbstbestimmte digitale Gesellschaft.

Mein besonderer Dank gilt den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Werkstattgespräche, die uns ihre Expertise zur Verfügung gestellt und sich auf unser Diskursformat eingelassen haben. Ganz herzlich bedanken möchte ich mich für die Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und die konstruktive Zusammenarbeit mit Staatssekretär Dr. Marc Jan Eumann und dem Stellvertretenden Leiter der Landesvertretung in Brüssel, Jörg Singelstein.

Marl, im März 2017

Dr. Frauke Gerlach

Direktorin des Grimme-Instituts

Über die Veranstaltungsreihe

Die aktuelle EU-Politik zur Digitalen Gesellschaft in Europa war Ausgangspunkt für die Veranstaltungsreihe DIGITALE GESELLSCHAFT NRW.EU, die das Land Nordrhein-Westfalen in ihrer Landesvertretung in Brüssel (vgl. Foto rechts) in Kooperation mit dem Grimme-Institut organisierte. Die Reihe bestand aus einer Auftaktveranstaltung und vier Werkstätten, in denen konkrete Aspekte der digitalen europäischen Agenda interdisziplinär und multiperspektivisch diskutiert wurden. Günther Oettinger (EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft) und Anke Schäferkordt (Co-Chief Executive Officer RTL Group) eröffneten im Rahmen der Auftaktveranstaltung „DIGITALER BINNENMARKT – Perspektiven für den Medien- und IT-Standort Europa“ am 26. Oktober 2015 die Diskussion. Im Anschluss folgten die vier Werkstätten:



- Die erste Werkstatt „DIGITALE WERTSCHÖPFUNG – Kreativität, Werte und mediale Innovation“ fand unmittelbar nach der Auftaktveranstaltung am 26. Oktober 2015 statt.
- Die zweite Werkstatt „DIGITALE PARTIZIPATION – Europa der Bürgerinnen und Bürger“ fand statt am 18. November 2015.
- Die dritte Werkstatt „DIGITALE KREATIVITÄT – Kontexte, Prozesse und Strategien“ fand statt am 27. April 2016.
- Die vierte Werkstatt „DIGITALER HASS – Maßnahmen gegen Hetze im Netz“ fand statt am 25. Mai 2016.

Die Werkstätten waren thematisch fokussierte und mit Expert(inn)en, Akteuren und Stakeholdern besetzte, teilöffentliche Veranstaltungen. Als einfache, aber dynamische Alternative zur Podiumsdiskussion wurde für die Werkstätten die Diskussionsmethode Fishbowl gewählt, bei der eingeladene Expert(inn)en und die Moderation einen Innenkreis bilden. Das Publikum saß im Außenkreis und konnte im Verlauf der Veranstaltung direkt in die Diskussionsrunde einsteigen. Für die inhaltliche Strukturierung sorgte der Moderator bzw. die Moderatorin. Die begrenzte Anzahl ausgewählter Expert(inn)en aus verschiedenen



gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereichen verdichtete die Diskussion und berücksichtigte unterschiedliche Blickwinkel sowie verschiedene Facetten und Interessen. Die laufenden Diskussionen wurden unter dem Hashtag #digital_NRW auf Twitter begleitet. Auf der Website www.digital-nrw.eu wurden alle Veranstaltungen angekündigt.

Auf der Abschlussveranstaltung am 28. September 2016 kommentierten Impulsgeber die hier dokumentierten Ergebnisse. Angestrebt wurde eine Verdichtung der vorliegenden Ergebnisse im Hinblick auf konkrete Handlungsempfehlungen.

26. OKTOBER 2015 - LANDESVERTRETUNG NRW | BRÜSSEL

DIGITALER BINNENMARKT

Perspektiven für den Medien- und IT-Standort Europa

Hintergrund

Die Digitalisierung aller gesellschaftlichen Bereiche schreitet in Europa weiter voran. Politische Rahmenbedingungen, technologische Potenziale und gesellschaftliche Zielvorstellungen sind Gegenstand eines Diskurses unterschiedlicher Akteure auf mehreren Ebenen.

Am 6. Mai 2015 hat die Kommission der EU ihre Strategie für den europäischen digitalen Binnenmarkt veröffentlicht. Die Strategie beruht auf drei Säulen:

1. einem besseren Zugang für Verbraucher und Unternehmen zu digitalen Waren und Dienstleistungen in ganz Europa,
2. der Schaffung der richtigen Bedingungen und gleicher Voraussetzungen für florierende digitale Netze und innovative Dienste und
3. der bestmöglichen Ausschöpfung des Wachstumspotenzials der digitalen Wirtschaft.²

In diesen drei Säulen definierte die EU-Kommission Ziele und Maßnahmen zur Umsetzung, die gegenwärtig diskutiert und ausgearbeitet werden. Derzeit laufen die für den Willensbildungsprozess der Kommission entscheidenden öffentlichen Konsultation zur AVMD-Richtlinie, zum TK-Rechtsrahmen, zum Geoblocking, zu Online-Plattformen u. a. m.

Politik, Unternehmen und Stakeholder müssen sich nun positionieren, denn der Digital Single Market lässt kein digitales Subthema unberührt: Wie wirkt sich die EU-Strategie auf den Medien- und IT-Wirtschaftsraum Europa als „Level Playing Field“ aus? Welchen wirtschafts- und ordnungspolitischen Rahmen muss die EU bereitstellen, damit Unternehmens- und Verbraucherinteressen gleichermaßen berücksichtigt werden? Welche Impulse können und müssen Bund und Länder setzen? Wo könnten Meinungsvielfalt und Partizipationsmöglichkeiten den Marktgesetzen zum Opfer fallen? Was bedeutet das in der Folge für das Leben und Arbeiten in der digitalen Gesellschaft – in Nordrhein-Westfalen, in Deutschland, in Europa?

Ziel der Auftaktveranstaltung am 26. Oktober 2015 war es, am Wirtschaftsstandort NRW ansässige, bedeutende Unternehmen und Motoren für die Entwicklung deutscher Telekommunikationsindustrie und der Kreativwirtschaft in den politischen Dialog miteinzubinden, Abgeordnete und Kommissionsmitarbeiter für die zukünftigen wirtschaftlichen Herausforderungen entlang der

² http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4919_de.htm

Wertschöpfungskette zu sensibilisieren und den entsprechenden Reformbedarf in unterschiedlichen Richtlinien und Gesetzen herauszuarbeiten.

Diskussionsergebnisse

Günther Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft, mahnte zum Auftakt der Veranstaltungsreihe „Digitale Gesellschaft NRW.EU“ ein schnelleres Tempo bei der Entwicklung und Umsetzung der künftigen Spielregeln für die digitale Welt an: „Wir müssen bei der digitalen Regulierung deutlich schneller werden“.



Ralph Sinai moderierte die Auftaktveranstaltung mit Anke Schäferkordt, Co-CEO der RTL Group und Geschäftsführerin der Mediengruppe RTL Deutschland, und Günther H. Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft (phoenix-Mitschnitt, vgl. www.youtube.com/watch?v=xmU6t_fycrw)

Die EU-Kommission hat im Jahr 2016 einen Entwurf für eine neue Audiovisuelle Mediendienste (AVMD)-Richtlinie vorgelegt³, die Teil der Strategie für den digitalen EU-Binnenmarkt ist. NRW-Medienstaatssekretär Marc-Jan Eumann begrüßte wie RTL-Chefin Anke Schäferkordt den engen Zeitplan der EU-Kommission, die eine Umsetzung der Richtlinie auf nationaler Ebene schon für 2017 / 2018 vorsieht. „Ich hoffe, dass dieser ambitionierte Zeitplan gehalten werden kann“, sagte Eumann.

Anke Schäferkordt plädierte dafür, grundsätzlich neu zu überlegen, was man künftig im Medienbereich regulieren wolle. „Jugendschutz und der Schutz der Menschenwürde stehen außer Frage. Dazu bekennen sich alle Medien“, sagte Schäferkordt. Mit Blick auf den Verbraucherschutz und die heutigen Werbebeschränkungen forderte die Ko-Chefin der europaweit aktiven RTL Group aber eine deutliche Liberalisierung: „Der mündige Zuschauer straft zu viel Werbung von ganz alleine ab“, sagte Schäferkordt. Man werde dem Zuschauer aber kaum erklären können, warum man bei einem Online-Dienst wie der Huffington Post ganz einfach Werbung schalten dürfe und bei n-tv alles ganz streng beschränkt sei: „Das kann man weder Werbewirtschaft noch Verbrauchern verständlich machen.“

³ Vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0287&from=EN>

Oettinger sagte, die von den Privatsendern beklagte Überregulierung des Werbemarkts „ist ein Punkt, den wir prüfen und wo wir fragen: Was hat sich bewährt, wo sind neue Regulierungen innerhalb der AVMD, aber auch daneben beispielsweise bei Plattformen nötig?“ Aus seiner Sicht spreche „einiges dafür, Werbebeschränkungen aufzuheben“, es gäbe aber auch weitere Stimmen, die auf detaillierte Werbebeschränkungen plädierten. Ein Ergebnis der laufenden Konsultationen zu diesem Thema soll Anfang 2016 präsentiert werden. Hierbei solle dann auch die Entscheidung fallen, ob der Geltungsbereich der AVMD-Richtlinie auf weitere Player wie Plattformen ausgeweitet wird, oder ob diese in einer eigenen Richtlinie reguliert werden. „Ich lege auf wasserdichte Regelungen wert, die innerhalb und außerhalb Europas gelten“, sagte Oettinger.



Grimme Direktorin Dr. Frauke Gerlach und EU-Digitalkommissar Günther Oettinger Foto: NRW by Alexander Louvet



Dr. Tobias Schmid und Anke Schäferkordt (beide RTL) Foto: NRW by Alexander Louvet

Neben der Frage zur Werberegulierung stehen auch Themen wie Urheberrecht und der Schutz vor Copyright-Piraterie im Zentrum der Debatte. Schäferkordt forderte, hier auch über Aspekte und Details der Providerhaftung zu diskutieren. „Das Urheberrecht muss geistiges Eigentum schützen, da sind sich alle einig – aber bei der Umsetzung dieses Schutzes hapert es“, so Schäferkordt. Auch Video Sharing Plattformen müssten mitwirken, einen entsprechenden Schutz von Urheberrechten zu gewährleisten. Zudem müsste das Copyright von Aggregatoren wie TV-Sendern stärker in den Blick gerückt werden: „Es sind die Sender, die die meisten Produktionen vorfinanzieren und so die ganze Wertschöpfungskette erst möglich machen“, sagte Schäferkordt.

Für Oettinger ergibt der Kampf gegen Copyright-Piraterie ohnehin nur auf europäischer Ebene einen Sinn: „Ein Mitgliedsstaat allein ist zu schwach – Spanien hat es versucht, da hat Google gesagt: Dann blenden wir euch aus“, so Oettinger. Die EU habe mit ihren Möglichkeiten, wie beispielsweise Abmahnungen, hier „gute Instrumente“, so der EU-Kommissar: „Microsoft hat’s erfahren, und Google ist relativ nervös in diesen Tagen.“

Für Sender wie n-tv ist außerdem die Auffindbarkeit in der digitalen Welt entscheidend: „Zugang zu den modernen Plattformen und die Auffindbarkeit unserer Inhalte auf diesen ist für uns extrem wichtig, vor allem für kleinere Angebote, damit diese in der digitalen Welt nicht verschwinden“ sagte Schäferkordt. Plattformen, auch die der Geräteindustrie könnten bereits heute de facto bestimmen, was gefunden und gesehen werde. Hier habe der „regulatorische Rahmen nicht Schritt gehalten“ – was Oettinger indirekt bestätigte: „Wir überlegen, ob der Begriff des ‚must be found‘ ausgedehnt werden muss“, so Oettinger. Plattformbetreiber sollten in jedem Fall diskriminierungsfrei agieren, aber auch den Zuschauern die eigene Wahl lassen.

In jedem Fall aber will der EU-Kommissar aufs Tempo drücken: Er wolle die neue AVMD-Richtlinie zu einem „Pionierfall“ machen, sagte Oettinger: „Ich werde nicht den üblichen Durchlauf im Schlafwagen akzeptieren. Wenn wir nächstes Jahr vorlegen und die Umsetzung dauert bis 2019, beschädigt das den gesamten Prozess.“ Man wisse in Berlin mittlerweile, dass die Musik in Brüssel spielt. „Das gefällt nicht allen, deshalb bin ich dankbar, dass Bundeswirtschaftsminister Gabriel und die Kanzlerin das erkannt haben und unterstützen“, so Oettinger.

Die EU-Kommission erwägt, zur Beschleunigung des Verfahrens gleich mit Vertretern des EU-Parlaments und des Europäischen Rats in Klausur zu gehen: „Es geht um fünf oder sechs Fragen, die man eigentlich unter Fachleuten an einem Wochenende bei ein bis zwei Gläsern Wein lösen könnte“, gab sich Oettinger optimistisch.



Grimme-Direktorin Dr. Frauke Gerlach
Foto: NRW by Alexander Louvet

Grimme-Direktorin Dr. Frauke Gerlach verdeutlichte vor allem die große Ambivalenz des Internets: „Das Netz ist Instrument der Freiheit und zugleich Instrument der Kontrolle“, wobei sie einen gestärkten Datenschutz als „eine Chance für Europa“ betrachte, so der Titel ihres Impulses⁴. Hier positioniere sie die EU als eine Art ‚digitalen Landschaftsgärtner‘. Mit dem Europäischen Parlament und dem Europäischen Gerichtshof gäbe es zwei Institutionen, „die sich für die Realisierung des Datenschutzes einsetzen. Damit gibt es zwei Ranger, um im Bild zu bleiben, die bei der Gestaltung eine zentrale Rolle spielen.“ Optimistisch ist sie mit Blick auf die Wirtschaft, denn ihr Eindruck sei, dass „die Haltung der deutschen Wirtschaft zum Datenschutz eine grundsätzlich positive ist. Außerdem messe ich dem 'Safe Harbor'-Urteil im Hinblick auf die Wettbewerbsverzerrungen durch die globalen Player wie Google und Amazon eine wesentliche Bedeutung zu.“ Und die Nutzerinnen und Nutzern? Sie werden durch einen gestärkten Datenschutz in ihrer Eigenverantwortlichkeit gestärkt, müssen aber vielleicht auch Datensparsamkeit lernen – vor dem Hintergrund „datengefräßiger“ Konsumangebote. Hier setzte sie große Hoffnung in die kommende Netzgeneration.

⁴ Vgl. <http://www.digital-nrw.eu/wp-content/uploads/2015/10/Impuls-Gerlach-DigitalNRW-EU-261015.pdf>

Erste Werkstatt „DIGITALE WERTSCHÖPFUNG – Kreativität, Werte und mediale Innovation“, 26. Oktober 2015

26. Oktober 2015 - LANDESVERTRETUNG NRW | BRÜSSEL

DIGITALE WERTSCHÖPFUNG

Werte, Kreativität und mediale Innovation

Worum ging es?

Am Nachmittag des 26. Oktober 2015 fokussierte die erste Werkstatt auf das Thema „DIGITALE WERTSCHÖPFUNG – Kreativität, Werte und mediale Innovation“. Dieses Format auf Arbeitsebene brachte themenzentriert Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Bereichen zusammen und sollte konkrete Herausforderungen sowie Handlungsempfehlungen benennen. Welches sind die wichtigsten „Enabler“ für die Kreativitätsförderung bzw. der digitalen Wertschöpfung? Welches die „Disabler“? Welche politischen Gestaltungsoptionen gibt es? Im Hinblick u. a. auf die AVMD-Richtlinie standen zur Diskussion:

- Was sind die größten Chancen?
- Was sind die größten Risiken bzw. Widerstände, die es noch gibt?
- Wie müssten die nächsten konkreten Schritte aussehen?

Wer diskutierte?



Dr. Olaf Arndt,
stellvertretender Direktor der
Prognos AG, leitet den Bereich
Wirtschaft, Innovation und Region



Dr. Marc Jan Eumann,
Staatssekretär für Europa und
Medien NRW.



Dr. Frauke Gerlach,
Direktorin des Grimme-Instituts,
Geschäftsführerin des Grimme-
Forschungskollegs an der
Universität zu Köln
Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Matthias Kremin,
Autor und Moderator, Leiter
des Programmbereichs „Kultur
und Wissenschaft“ beim WDR
Fernsehen



Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer,
Direktor des Instituts für Medienrecht und Kommunikationsrecht und des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln



Alexander Scheuer,
Leiter Medienpolitik und Medienregulierung im Zentralbereich Politische Interessenvertretung und Regulierung der Deutschen Telekom AG in Bonn, Mitglied im Forschungsbeirat des Instituts für Europäisches Medienrecht (EMR). Foto: Max Threlfall



Dr. Tobias Schmid,
Bereichsleiter Medienpolitik der Mediengruppe RTL Deutschland, Vorstandsvorsitzender des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT)



Dr. Wolf Siegert,
Journalist, Dozent, „Changineer“: Direktor der IRIS®Media, Gesellschafter der IRIS® Technologies GmbH. Experte für digitale Mehrwert-Strategien mittels Multimedia-Anwendungen in Rundfunk und Telekommunikation



Nadia Zaboura,
Inhaberin Zaboura Consulting - Politik- und Kommunikationsberatung für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft, u. a. für das Wirtschaftsministerium NRW, die Fraunhofer-Gesellschaft und die Europäische Kommission
Foto: Lars Weber



Moderation: **Steffen Grimberg**
Grimme-Institut
Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut

Welche Ergebnisse gab es?

Dr. Frauke Gerlach begrüßte die Teilnehmer der ersten Werkstatt, welche die Aspekte des Auftakts – digitale Kreativität, Werte, Wertschöpfung sowie mediale Innovation – vertiefen und weiterführen sollte, wobei die AVMD-Richtlinie sicher eine Rolle spielen werde. Sie verweist auf das Ziel der Reihe „Digitale Gesellschaft NRW.EU“, und zwar „den Rechtssetzungsprozess der Kommission für einen digitalen Binnenmarkt im Diskurs mit unterschiedlichen Akteuren zu begleiten und zu kommentieren“. In ihrem Impuls unterstrich Gerlach: „Es ist unbedingt notwendig, die Regierungsziele zu formulieren und zurückzukommen auf unsere Grundwerte, die im Analogen genauso wie im Digitalen gelten“. Unsere Werte würden nicht obsolet durch neue unbegrenzte Verbreitungswege. Es sei wichtig die gesellschaftliche Grundwertebotschaft zu vertreten, dass bestimmte Inhalte im Netz nicht erwünscht sind. Kulturelle Unterschiede existierten zwar beispielsweise bei Pornographie, doch die europäische und deutsche Identität sollten sich in der Regulierung wiederfinden, etwa bezüglich Jugendschutz, Menschenwürde, Ächtung von bestimmten pornographischen Inhalten, Volksverhetzung und Gewalt. Außerdem plädierte Gerlach für eine größere Abstraktheit der Gesetze, eine nicht zu detaillierte Regulierung und ein ausgeprägtes Richterrecht, um flexibler auf Entwicklungen reagieren zu können. Die Problematik der Mehrebenen und Globalisierung können gesellschaftliche und politische Systeme destabilisieren, der Medien- und Datenschutzbereich berührt Grundfeste der Demokratie, daher sei eine werteorientierte Regulierung sehr wichtig. Gerlach sprach sich zudem für eine Deregulierung in den Bereichen der AVMD und Werbung aus. Redaktioneller Inhalt soll von Werbung getrennt werden, Konsumenten von Bewegtbildinhalten z. B. sollen wissen, ob sie Werbung sehen. Technische

„Feinschmeckerdebatten“ wie über linear/nichtlinear sollten inhaltlichen Regelungen weichen und verwendete Begrifflichkeiten sollten für alle klar und verständlich sein. Die Orientierung der Gesetzgebung in Bezug auf lineare und nicht-lineare Verbreitung von Inhalten hat sich längst überholt.

Matthias Kremin erklärte die Sicht der öffentlich-rechtlichen Sender und konstatierte aus seiner praktischen Arbeit, dass diese sich von der klassischen Senderrolle hin zu einer Kommunikationsrolle verändern und nicht mehr als klassisches Medium fungieren. Kremin verdeutlicht: Das Modell „Sender spricht – Zuhörer hört zu“, funktioniere heute nicht mehr, sondern Plattformen wie Facebook und Instagram generierten sehr schnell den Dialog mit dem Zuschauer. Die digitale Wertschöpfung und der Mehrwert umfasse nicht nur wirtschaftliche Interessen, sondern sei auch im Austausch mit den Zuschauern bis hin zu Crowdsourcing zu sehen. Die Zeiten der Rückkanäle wie Postkartenschreiben seien vorbei, heute werde „gepostet, gehackt und auf YouTube gestellt“. Doch den Sendern fehle es konkret an Regulierungen bzw. der Regulierungsrahmen auf Drittplattformen, Richtlinien zur Kommunikationsweise, Zuständigkeiten, Regelungen zu thematisierbaren Inhalten auf den Plattformen. Die Programmierer vermissten einen konkreten Auftrag in diesem Bereich. Mangelnde Regelungen und Überlastung führten wiederum zu Lücken im Dialog im Netz, was in Unverständnis der Zuschauer und Fragen wie „Warum antwortet Ihr nicht? Traut Ihr euch nicht?!“ münde. Kremin fragte: „Wo definiert sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk als unidirektionales Konstrukt oder sind wir nicht längst in einem gesellschaftlichen Diskurs in allen möglichen Medien und brauchen dafür eigentlich z. B. den Drei-Stufen-Test, Telemedien und Verweildauer? Die Zuschauer verstehen zudem nicht, warum sie als bezahlende Konsumenten keinen unbegrenzten und schnellen Zugriff auf das Programm in der Mediathek haben. Kremin fordert einen neuen rundfunk- bzw. netzpolitischen Ordnungsrahmen für das digitale Zeitalter und befürchtet: Wenn die Öffentlich-Rechtlichen den gesellschaftlichen Diskurs nicht auf öffentliche Plattformen wie Twitter und Facebook überführen, dann wird es mit dem gesellschaftlichen Auftrag sehr eng.

Kremin war skeptisch angesichts der Vorschläge zur Deregulierung aufgrund der alltagspraktischen Umsetzung. Zudem verblüffte ihn die hohe Anzahl von Produktplatzierungen und Schleichwerbung bei Inhalten auf Youtube. Es sei zu bezweifeln, ob Konsumenten von z. B. Schmink-Tutorials über ausreichend Medienkompetenz verfügen, um die mehr oder weniger versteckte Werbung zu erkennen. Auch das Umsetzen von Auffindbarkeit auf VoD-Plattformen in der Praxis sei unklar, denn selbst für etablierte Formate wie die „Sendung mit der Maus“ sei keine Auffindbarkeit garantiert, die Sendung könnte nur in Verbindung mit etwa fünfzehn Anime-Videos auf den Plattformen sichtbar werden.

TV-Anstalten seien der größte Bereich an kreativem Content, doch sie würden zu sehr begrenzt durch Restriktionen. So wurde etwa für Flüchtlinge das Refugee-Radio entwickelt, das bei der Zielgruppe allerdings nur bedingt ankomme, da diese eher über Smartphones Angebote nutzt. Eine entsprechende App konnte nicht produziert werden aufgrund der Vorgaben.

Dr. Tobias Schmid als Vertreter eines privaten Rundfunkanbieters unterstrich eine Gemeinsamkeit zu den Öffentlich-Rechtlichen Anbietern: Die Definition der Tätigkeit als linearer Rundfunk erledige sich und sei keine relative Größe mehr für die Zukunft der Regulierung. Die Unterscheidung auf EU Ebene in der AVMD RL zwischen linear und non-linear sei obsolet. Audiovisuelle Inhalte funktionierten beim Nutzer generell gut, gleich ob werbefinanziert oder bezahlt und auf Abruf, insofern müssten sie auch gleichermaßen reguliert werden. Die jüngste VPRT-Prognose zum Jahresergebnis im Medienmarkt ergibt: Der kommerzielle Sektor durchbrach zum ersten Mal die 10 Milliarden-Euro-Grenze beim Umsatz. Dies zeige, dass professionell erzeugter Content weiterhin gefragt sei und einige Nutzer auch bereit sind, Inhalte zu bezahlen. Dies sei eine gute Basis, doch die Medienunternehmen sind in ihrer

Leistungsfähigkeit vom regulatorischen Rahmen abhängig. Dabei sind aus medienunternehmerischer Sicht drei Faktoren wichtig:

1. Wie erhalten wir den Wert unserer Inhalte? (Urheberrecht, geistiges Eigentum, Immaterialgüter-schutz)
2. Wie kommen diese Inhalte weiterhin zu den Zuschauern/Hörern? (Plattform-/ Intermediär-Regulierung)
3. Wie lässt sich all das refinanzieren? (Geschäftsmodell)

Schmid führte aus: „Problempunkt ist, dass bisher Regulierungssysteme aus den jeweiligen Mediengattungen entstanden und divergiert sind. Die Gattungen sind aber inzwischen nicht mehr klar zu trennen“, daher müsste das Regulierungsset insgesamt überdacht werden. Einen interessanten Ansatz hierzu liefert eine Studie⁵ des Hans-Bredow-Instituts. Durch eine Umkehr der Parameter und Kriterien richtete sich die Regulierung darin am Schutzgut aus. Es gibt festgelegte Regeln in Bezug auf die zu schützenden Werte und diese sind für alle Medienanbieter gleichermaßen umzusetzen. Dies führe zu einem echten Level Playing Field im Markt. Der Gesetzgeber sollte nicht vor der Komplexität einer konvergenten Medienlandschaft kapitulieren, denn es gäbe Lösungen für die meisten der aufgeführten, heutigen Probleme. Das in der Werkstatt angesprochene Problem der Schleichwerbung in YouTube-Videos (wie z.B. Schmink-Tutorials) sei auf ein Vollzugsdefizit der Medienaufsicht zurückzuführen und kein Problem mangelnder Gesetzgebung. Auf eine Frage aus dem Publikum, „wie man sich z. B. von Netflix abgrenzen könne“, antwortete Schmid, dass man den Zuschauern und Nutzern immer wieder neue „Events“ bieten müsse. Im Bereich des Sports bspw., aber auch bei Live-Shows, Nachrichten bzw. Informationsformaten. Überhaupt sei die Live-Komponente im Vergleich zu VOD-Anbietern ein wichtiger Wettbewerbsvorteil des linearen TVs. Die Finanzierung solch attraktiver Inhalte werde aber nur funktionieren, wenn Unternehmen die Produktionen wieder rekapitalisieren können. Die große Nachfrage nach Bewegtbild mache es zurzeit für Kreative sehr einfach, Inhalte zu verkaufen oder diese selbst zu vermarkten. Die Zeit für kreative Ideen im audiovisuellen Bereich war noch nie besser. Die Kreativen könnten mit selbstbewusster Gelassenheit agieren. Aber die Rechte an diesen kreativen Werken gilt es weiterhin zu schützen. Egal, über welchen Weg diese Inhalte vom Nutzer konsumiert werden und sowohl territorial als auch im Hinblick auf Piraterie. Nur so können wir die kulturelle Vielfalt Europas und die Wettbewerbsfähigkeit seiner Unternehmen erhalten. Als einen wichtigen und sinnvollen Grundsatz im Rahmen der Plattformregulierung sieht Schmid die diskriminierungsfreie Auffindbarkeit von Inhalten. Das Thema Zugang trete mehr und mehr in den Hintergrund, aber die Auffindbarkeit von gesellschaftspolitisch gewünschten Inhalten und die Signalintegrität müssen sichergestellt sein.

Mit Bezug zur heutigen Plattformregulierung im RStV könne man sich auf bestimmte, kleinere Änderungen verständigen, wobei man nicht alles im Detail festschreiben müsse. Natürlich soll die Nutzerautonomie gewahrt bleiben und ein Plattformbetreiber selbst darüber entscheiden können, wie er seine Benutzeroberfläche optisch ausgestalten möchte. Es ginge vielmehr darum, zeitnah bestimmte Prinzipien gesetzgeberisch zu verankern und ggf. eine Regelbeispielliste beizufügen, um nicht von der technischen Entwicklung überholt zu werden, bevor die neue Gesetzgebung in Kraft getreten sei.

Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer sah im Regulierungskontext die unterschiedlichen Interessen der verschiedenen Player als problematisch an. Als Chancen der Neuen Zeit begreift Peifer die Freiheit und fehlenden Regularien in dem neuen Raum, was einige große Unternehmen für sich zu nutzen wussten.

⁵ Vgl. <https://www.hans-bredow-institut.de/de/pressemitteilung/studie-ueber-zukunft-audiovisueller-regulierung-europa>

Risiken liegen in dem Missbrauch dieser Freiheit und in ungleichen Bedingungen für Unternehmen, wodurch die neuen Player erfolgreicher sein konnten. Daher seien Reregulierung und Deregulierung die großen Themen sowie die Frage nach Bereichen für Werte und Wettbewerb der Mitgliedsstaaten. Ein Beispiel wäre das Urheberrecht: „Soll die Wissenschaft freien Zugang zu bestimmten Inhalten haben, was eine Deregulierung beim Urheberrecht erzeugt? Oder sollen Verlage die Möglichkeit haben, Eigentumsinteressen und -modelle auch bei wissenschaftlichen Inhalten zu betreiben, was eine Reregulierung des Urheberrechts bedeutet, etwa auch im Bereich der Privatkopie?“ Fraglich sei, bis zu welchem Punkt Eigentum und Zugangsfreiheit schützenswert seien und welcher Wert wo die Oberhand gewinnt. Für Peifer sind „die Internationalisierung, Globalisierung ein enormes Risiko, vor allem für die Medien“. Denn: „Wie effektiv sind unsere nationalen Regulierungen noch in offenen Systemen der interaktiven Nutzung? Zum Beispiel beim Jugendschutz?“ Fazit: Es gibt enorme Chancen und enorme Risiken.

Auch Peifer unterstützt wie Gerlach eine wertorientierte Regulierung, wobei Werte wie Kreativität schwierig zu erreichen seien: Im Urheberrecht werden finanzielle Anreize durch Ausschließlichkeitsrechte geschaffen, die zunächst an die Urheber und dann an die Aggregatoren gehen. Je stärker das Ausschließlichkeitsrecht ist, desto mehr Anreiz, Wertschöpfung und Kreativität entstünden. Das in der Runde von Nadia Zaboura geforderte „Recht auf Remix“ zeige, dass auch eine andere Sichtweise möglich sei. Als erfolgreiches Beispiel nennt Kremin den Roman „Fifty Shades of Grey“, der durch usergenerated Content entstand. Das Ausschließlichkeitsrecht etwa kann Innovationen einschränken. Ein weiterer überdenkenswerter Punkt sei Diskriminierung, der als „Ungleichbehandlung ohne Rechtfertigung“ ausgelegt werde. Von Suchmaschinen aber sei Ungleichbehandlung gewünscht, denn der meist gesuchte Inhalt sollte erkennbar sein. Oettingers geforderte „objektive Suchmaschine“ sei daher vermutlich unbrauchbar. Suchmaschinenbetreiber sollten das Recht haben, selbst das Relevanzkriterium zu bestimmen. In den USA besitzt Google etwa stellenweise das Recht auf Meinungsäußerung für das Suchkriterium. Bei Suchmaschinenregulierung müssen die Relevanzkriterien bekannt sein. Gesellschaftlich wertvolle Angebote sind klar im Rundfunkstaatsvertrag definiert, welche noch europäisch übersetzt und international durchgesetzt werden müsse. Peifer erklärte: „Daher können Werte eindeutig, die Definition heterogen und die Umsetzung in der Ebene durchaus schwierig sein“. Bei den Intermediären müsste rechtlich zu klären sein, inwieweit diese auch Contentanbieter sind.

Alexander Scheuer stimmte seinen Vorrednern hinsichtlich der Wahrnehmung von Konvergenz zu, auch für die Telekom sei das Schaffen fairer Wettbewerbsbedingungen ein wichtiges Thema, etwa im Hinblick auf Skype und WhatsApp oder Onlineplattformen. Daher unterscheiden sich die Ausgangspositionen nicht. Die französische Telekommunikations-Regulierungsbehörde etwa habe versucht, die OTT-Dienste zu einer Anzeige ihrer Tätigkeit als TK-Diensteanbieter zu bewegen. Scheuer fordert eine effektive Durchsetzung des schon bestehenden Rechtsrahmens und erklärte: „Es muss etwas passieren, an der ganzen Wertschöpfungskette entlang, angefangen von den Endgeräte- und Softwareherstellern, über die Betriebssystemanbieter bis zu denjenigen, die Inhalte produzieren und Refinanzierung organisieren.“ Scheuer greift Oettingers Ankündigung der Änderung der AVMD-Richtlinie auf. Unklar ist, an welche Dienste angeknüpft werden und für welche Richtlinie die AVMD-Richtlinie gelten sollte; eine einfachere Regulierung sei wichtig. Horizontale Regulierungen, etwa bei der Antidiskriminierungsrichtlinie, könnten über alle Bereiche hinweg gelten, dies sei ein Ansatz für Deregulierung auch bei den Medien.

Scheuer ruft dazu auf, vor der Entwicklung von neuen Regulierungsinstrumenten zu hinterfragen, inwieweit zum Schutz der Nutzer überhaupt bestimmte Regelungen benötigt werden oder ob Nutzer selbst mit neuen Angebotsformen und Funktionalitäten umzugehen wissen. Zum Thema Auffindbarkeit

sagte Scheuer: „Wir brauchen heute keine Plattformregulierung mehr, denn es gibt kein Risiko einer Vielfaltsverengung durch Plattformbetreiber“. Stattdessen gibt es vielfältige Kanäle, in den meisten Haushalten meist mindestens zwei verschiedene Zugangswege. Daher ist Regulierungsbedarf sehr genau zu prüfen, die „Sendung mit der Maus“ etwa sei über diverse Suchmöglichkeiten zu finden und der Bedarf an zusätzlichen Regelungen – anders als zuvor von Kremin erläutert – nicht ersichtlich. Scheuer stellt als wichtigen Topos heraus, einen Rahmen zu schaffen, der „Investitionen ermöglicht, weiterhin schützt und Innovationen hervorbringt“. Das Schwierige sei, Konsistenz und Konkordanz in die verschiedenen Regulierungsziele wie Vielfalt, Schutz des Urheberrechts, Exklusivitätseinschränkungen bis hin zu verbotenen Inhalten und Maßnahmen zur Verhinderung deren Verbreitung, zu bringen. Überlegenswert sei auch, die beschränkte Übertragbarkeit von Inhalten aufzulösen – etwa durch Interoperabilitätsvorgaben bei Endgeräten zur Nutzung von Medieninhalten.

Nadia Zaboura rückte die Content-Kreatoren stärker in den Fokus, da zuvor überwiegend Aggregatoren Thema waren. Gerade die Ersten der Wertschöpfungskette benötigten faire Verwertungschancen. Notwendig seien dafür rechtsverbindliche regulatorische Rahmenbedingungen u. a. für neue Formen der Content-Finanzierung, etwa Crowdfunding oder -investing, bei denen innerhalb der EU-Gesetzgebung noch rechtliche Unklarheiten existieren. Die Politik- und Kommunikationsberaterin spricht sich für eine höhere Kapitaldecke und Investitionsfreude für neue Geschäftsmodelle aus, etwa für Start-Ups wie Verlage, die rein digital agieren oder neue Recherche-Portale wie CORRECTIV, deren kreative Arbeit und investigative journalistische Dienstleistungen von öffentlicher und privater Hand co-finanziert werden. Zaboura fordert im Namen „neuer kreativer Köpfe“ im Rahmen des Urheberrechts „das Recht auf Remix“ an, wofür eine Balance zwischen einem schnellen und agil durchsetzbarem Urheberrecht für die Content-Kreatoren und -Aggregatoren einerseits und andererseits dem Recht, fluide und spielerisch mit Inhalten umzugehen und dadurch neue Produkte für den Markt zu entwickeln, Bedingung sei. Aus Sicht des Nutzers sei eine plattformunabhängige Regulierung begrüßenswert und Datenschutz sollte jederzeit durchweg transparent dargestellt werden gegenüber dem Nutzer und den erhobenen Nutzerdaten.

Zaboura betonte auch im Verlauf der Werkstatt die wichtige Rolle neuer disruptiver Geschäftsmodelle passend zum digitalen Zeitalter und bemerkte zur Regulierung im Bereich Spezialservices und zur Netzneutralität: „Wir benötigen zwingend auch ein Level Playing Field für neue, inhaltsstarke, technologie-basierte und zukunftsgerichtete Vorhaben – für Start-Ups, die sich an etwas vollkommen Neues heranwagen“. Dies sei schwer umsetzbar, wenn etablierte Anbieter und Aggregatoren Spezialservices einsetzen und damit große / eigene Dienste bevorzugen. Sie fordert deshalb eine faire, zeitgemäße Regulierung, die einen vollkommen diskriminierungsfreien Zugang zu einem neutralen, offenen Internet herstellt – und damit ein echtes Level Playing Field für alle Marktakteure und damit sämtliche Teilnehmer der Wertschöpfungskette garantiert, auf Länder- und EU-Ebene.

Dr. Olaf Arndt erklärte vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus: „Klassische Medien gewinnen derzeit.“ Rundfunk und Musik seien die beiden dynamischsten und wachstumsstärksten Bereiche in der Kreativindustrie, obwohl beide Medien schon totgesagt wurden. Diese Analyse zog Arndt aus der Umsatzentwicklung im Zeitraum 2009 bis 2012⁶. Dennoch dominierten IT-gestützten Dienstleistungen den gesamten Kreativwirtschaftsbereich. Dies sei der einzige Bereich der schneller wachse als die Gesamtwirtschaft, die insgesamt um 17 Prozent in dem untersuchten Zeitraum gestiegen sei. Währenddessen ist der Kreativbereich insgesamt rückläufig, positive Beispiele liegen bei 12 bis 14 Prozent, der IT-Bereich bei 22 Prozent. Im IT-Bereich gibt es eine problematische Anbieterkonzentration, die kartellwettbewerbsrechtlich zu untersuchen ist: Als Vertriebswege

⁶ Vgl. Prognos AG, Florian Knetsch 2016 - Abbildung aus: Cultural Entrepreneurship – Gründen in der Kultur- und Kreativwirtschaft, herausgegeben von Andrea Hausmann, Anne Heinze.

dominieren die 5 großen Player enorm, digitale Suchmaschinen und Portale verbuchen etwa 65 Prozent des Umsatzes. Im Detailbereich „Suche“ etwa liegt Google allein bei 92 Prozent. Der Anteil von qualitativ hochwertigem Content liege nur bei etwa 11 Prozent. Zwar wachse dieser auch, doch werde er „immer stärker in die Zange genommen“.

Arndt fordert ein Contentmodell, das den User stärker in den Mittelpunkt stellt, was für Geschäftsmodelle eine Herausforderung sei, da der User sich in unterschiedlichen Bereichen bewegt und diverse Qualitäten, auf die er zugreifen möchte – ebenso wie die Vertriebswege – unterschiedlich sind. Daher müsse Regulierung vom User und nicht vom Vertriebsweg ausgehen. Arndt prognostiziert: Künftige Chancen biete eine datenbankbasierte Web- und Mediensteuerlogistik. Das eindimensionale Angebot Sender – Empfänger werde verschwinden. Andere mehrdimensionale Kommunikationsräume entstehen, angereichert durch soziale Netzwerke, in denen der Dialog und Mediendiskurs stattfinden werden. Arndt stellt bedenkenswerte Aspekte vor: Auch Anbieter müssten sich diskriminierungsfrei im Netz bewegen können. Zur Infrastruktur: Bei den für das notwendige Nutzerverhalten entsprechenden Datenmengen stellt sich die Frage nach Engpässen und wie mit einer weiteren Enträumlichung umzugehen ist, wenn Google WLAN-Satelliten einbindet und sich der nationalen Infrastruktur entzieht. Zudem müsse Europa bessere Kompetenzen und Verfahrensweisen im Big Data-Bereich entwickeln, um den Rückstand im internationalen Bereich aufzuholen, sowie eine Digitalisierungsfolgenabschätzung nach dem Modell der Umweltfolgeabschätzung einrichten.

Dr. Wolf Siegert sieht als Aufgabe, die ehemals in der Medienwissenschaft entwickelte Dialektik eines Diskurses wieder entstehen zu lassen. Aus dem Adjektiv in der „digitalen Wirtschaft“ müsse ein Subjektiv werden, doch bis dahin sei es noch ein langer Weg. In Fragen der Regulierung sei der verwaltete Tatbestand häufig schon Vergangenheit anstatt Zukunft. Der Mediendiskurs rede – analog zu Henry Ford – noch über Droschken, obwohl inzwischen Bauteile für Autos schon aus 3D-Druckern kommen können. Er, als Experte für digitale Mehrwert-Strategien mittels Multimedia-Anwendungen in Rundfunk und Telekommunikation, unterstrich, dass auch im Hinblick auf das Thema der sogenannten

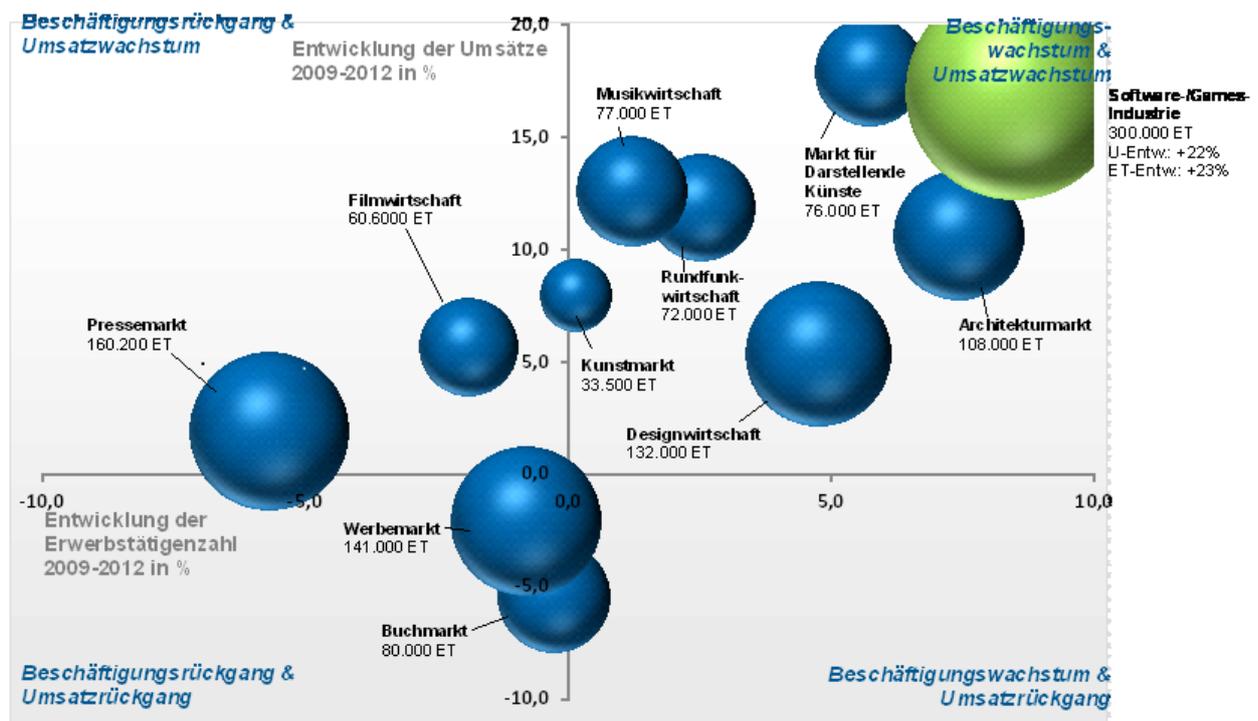


Abbildung: Umsatzentwicklung der elf Teilmärkte der Kultur- und Kreativwirtschaft ©Prognos AG, Florian Knetsch 2016

digitalen Werte die damit einhergehende Diskussion immer noch vor dem Hintergrund der „alten“ Industriegeschichte und –gesellschaft, deren Prämissen und Anforderungen erfolge. Als provokative These für den weiteren Diskurs stellt er den Satz in den Raum: „Der Algorithmus ist stärker als der Mensch“.

Siegert erklärte, den unter 25-Jährigen sei die Digitale Agenda der Runde gleichgültig, sie lebten in einer anderen Referenz und mit einer anderen Wertbestimmung. Dennoch entwickelten sich auch aus ihrem eigenen Erleben in der digitalen Welt die Kriterien wie Vertrauen, Handhabbarkeit und Datenschutz wieder neu. Der Mitbegründer und Gesellschafter der IRIS® Technologies GmbH forderte: „Nicht mehr nur Festhalten, sondern Zerstören dessen, worin wir gelebt haben und es wieder neu entdecken in einem neuen digitalen Referenznahmen“. Siegert unterstützte (im Gegensatz zu Peifer) Oettingers Idee einer objektiven Suchmaschine und verweist zugleich auf das von Jacques Chirac und Gerhard Schröder 2005 gegründete und gescheiterte Projekt: „Quaero“.

Dr. Marc Jan Eumann zeigte sich zuversichtlich, dass bei dem Thema Plattformregulierung die Grundsätze Diskriminierungsverbot und Auffindbarkeit implementiert werden können. Bei der Auffindbarkeit sei die Transparenz der Kriterien in Hinsicht von Auswahl und Listung noch zu diskutieren, wobei regulatorisch nicht in das Geschäftsmodell der Plattformbetreiber eingegriffen werden sollte, sondern Transparenz der Vorgehensweise zur Listung vorhanden sein müsste. Die Mediendiskussion müsse die „alte Welt“ verlassen, es geht neben Plattformregulierung auch um das Anerkennen von Nutzerautonomie. Der Staatssekretär für Europa und Medien NRW verdeutlichte: „Der Nutzer entscheidet sich möglicherweise für eine Plattform, weil er deren Form der Aufbereitung attraktiv findet. Aber zur Nutzerautonomie gehört auch, dass man Angebote und Angebotslisten verändern und auch die Welt verlassen kann.“ Erfahrungen zeigten zwar, dass diese Option kaum genutzt werde, dennoch sollte sie vorhanden sein und sich auch auf selbständige Erweiterbarkeit von Angeboten und Listen beziehen. Algorithmen im Sinne von Recommendation engines seien dabei ein anderes Prinzip. Schwierig sei zu entscheiden, wer unter die Plattformregulierung fällt, etwa auch Intermediäre. Dies zeigte auch im Juli 2015 die Anhörung von potentiell Betroffenen unter dem Vorsitz von Nordrhein-Westfalen und BMWi zum Thema Plattformregulierung⁷. Dabei gab es eine große Übereinstimmung von ARD, ZDF und dem VPRT für vorzugsweise weniger Regulierung und weitere andere Subjekte der Regulierung auf dem Level Playing Field. Zu den anderen Subjekten, die bisher jenseits der Regulierung stehen, gehörten auch Tablets und internetfähige Fernseher, wenn linear und nonlinear obsolet seien. Unter dem Stichwort Disponierungsfreiheit und Transparenz erziele man sicher schnell Einigkeit. Große Unstimmigkeiten herrschen noch bei den regulierten klassischen Fernsehanbietern im Verhältnis zu den nicht regulierten Bereichen, etwa (ehemalige) Zeitungs- und Verlagshäuser. Letzt genannte sollten im ersten Schritt außen vor bleiben, da diese Debatte das weitere Vorgehen verkompliziere. Eumann möchte für gesellschaftlich relevante Inhalteanbieter Anreizbelohnungen durch verbesserte Auffindbarkeit schaffen. In der analogen Kabelregulierung wurden Inhalte vom Nachrichtenangebot bis hin zum Teleshopper gleichwertig in unterschiedliche Kategorien sortiert – dies sei so nicht umzusetzen in einem Anreizsystem dieser Bandbreite.

Zu Kremins Beispiel der Refugee-App erklärte Eumann, dass diese bereits durch staatliche Regelungen abgedeckt sei. Die 7-Tage-Regelung sollte aufgehoben werden und von der Kommunikation im eigenen Haus hänge die Frage ab, wie man mit kostspieligem und wertvollen Inhalten umgehe. Es gebe auch

⁷ Vgl. Zwischenbericht: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Anlagen/BKM/2015/2015-12-03-zwischenbericht-bund-laender-kommission-zur-medienkonvergenz.pdf?blob=publicationFile&v=4>, Bericht der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz, Juni 2016: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Anlagen/BKM/2016/2016-06-14-medienkonvergenz-bericht-blk.pdf?blob=publicationFile&v=3>

noch andere Ansichten, dass Lineares wichtiger als Non-lineares sei, etwa im Vertrieb. Daher sei dies kein Problem des Rechtsrahmens.

In ihrem Schlusswort erklärte Dr. Frauke Gerlach, dass in dieser Werkstatt das Thema Kreativität zu kurz kam und daher neu in einer weiteren Werkstatt aufgegriffen werde. Dem Ansatz, dass nur aus dem Zerstören etwas Neues entstehen kann, wie Siegert ausführte, kann Gerlach so nicht folgen; sie verweist auf die Kraft der Irritation, Kreativität und Chaos und nicht zuletzt Machtfaktoren wie Geld und Wirtschaft.

18. November 2015

DIGITALE PARTIZIPATION

Europa der Bürgerinnen und Bürger

Worum ging es?

Spätestens mit dem Social Web befinden sich Potenziale der Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen auf allen Ebenen in der Diskussion. In den vergangenen Jahren gab es zahlreiche, öffentlich diskutierte Fallbeispiele auf lokaler, nationaler und inter- oder supranationaler Ebene, in denen politische Kommunikationsprozesse und digitale Netzmedien miteinander in Wechselwirkung traten. Transparenzinitiativen und Partizipationsplattformen greifen von unten, E-Government Aktivitäten von oben in politische Geschehen ein. Grund genug, sich in der zweiten Werkstatt der Veranstaltungsreihe „Digitale Gesellschaft NRW.EU“ am 18. November 2015 mit Fragen der „Digitalen Partizipation – Europa der Bürgerinnen und Bürger“ auseinanderzusetzen.

Zwischen Clicktivism und Slacktivism, politischer Teilhabe und Open Government:

- In welchen Anwendungsfeldern zeigt digitale Partizipation besondere Wirkungen?
- Wie tief und wie nachhaltig greifen digital unterstützte Formen der Partizipation in politische Prozesse ein? Welchen Grad an Teilhabe erzielen sie tatsächlich?
- Inwieweit haben neue innovative, digitale Partizipationsformen das Potenzial eine neue politische Beteiligungskultur aufzubauen?
- Wie beeinflussen Filterblasen und fragmentierte Teilöffentlichkeiten im Netz politische Meinungsbildungsprozesse?
- Welchen Beitrag leisten Bürger- und Alternativmedien, um mit den Bürgerinnen und Bürgern in einen unmittelbareren Dialog zu treten und die Medien- und Meinungsvielfalt in der gesellschaftlichen Diskussion zu bereichern?
- Und wie können auf europäischer, nationaler und lokaler Ebene politische Prozesse mithilfe der E-Partizipation verschränkt werden?

Wer diskutierte?



Mechthild Appelhoff,
Leiterin der Abteilung Förderung
der Landesanstalt für Medien NRW,
Vorsitzende des Vorstands des
Vereins Internet-ABC e. V. und
Projektleiterin von klicksafe



Jürgen Behrendt,
Projektleiter für E-Partizipation
im Amt für E-Government
und Online-Dienste der Stadt
Köln. Schwerpunkt: u. a.
Weiterentwicklung von E-
Partizipation



Dr. Stephan Eisel,
Projektleiter in der Konrad-
Adenauer-Stiftung für die
Themenfelder „Internet und
Demokratie“ und
„Bürgerbeteiligung“



Julian Ermert,
Projektmanager bei ZebraLog –
Agentur für crossmediale
Bürgerbeteiligung



Dr. Marc Jan Eumann,
Staatssekretär für Europa und
Medien NRW



Dr. Götz Harald Frommholz,
Geschäftsführender
Gesellschafter d|part - Think
Tank für politische
Partizipation sowie Dozent und
Autor zum Thema digitale
Demokratie



Dr. Frauke Gerlach,
Direktorin des Grimme-Instituts,
Geschäftsführerin des Grimme-
Forschungskollegs an der
Universität zu Köln
Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Professor Dr. Karl-E. Hain,
Direktor des Instituts für
Medienrecht und Kommuni-
kationsrecht der Universi-
tät zu Köln, Lehrstuhl für Öffent-
liches Recht und Medienrecht



Sophie von Hatzfeldt,
EU-Programmleiterin bei
Democracy International



Professor Dr. Otfried Jarren,
Institut für
Publizistikwissenschaft und
Medienforschung,
Abteilungsleiter „Medien &
Politik“ an der Universität
Zürich



Bruno Kaufmann,
Chefredakteur von people2-
power.info, Direktor für Inter-
nationale Zusammenarbeit der
Swiss Democracy Foundation,
swissdemocracy.foundation und
Ko-Präsident des Global Forum on
Modern Direct Democracy,
2016globalforum.com



Achim Ladwig,
Abteilungsleiter für Soziale und
digitale Medien beim Ausschuss
der Regionen in Brüssel, Senior
Fellow an der Fletcher School of
Law and Diplomacy, Tufts
University, in Boston



Moderation: **Anja Würzburg,**
NDR-Redaktionsleiterin
Foto: NDR

Welche Ergebnisse gab es?

Dr. Frauke Gerlach schlug in ihrer Begrüßung einen historischen Bogen zu den 80er Jahren, als Partizipation, Transparenz und direkte Demokratie insbesondere von der sozialen Bewegung gefordert wurden, etwa bei dem NATO-Doppelbeschluss, der Atomkraft oder der Volkszählung. Die politische Debatte handelte in den Folgejahren davon, die direkte Demokratie und Bürgerbeteiligung in der BRD zu verankern. Auf Bundesebene gibt es keine Instrumente direkter Demokratie, anders auf Landes- und kommunaler Ebene, denn dort kann über Sachfragen abgestimmt werden. Zudem wurden Transparenzgesetze geschaffen. Auf EU-Ebene wurden im Vertrag von Lissabon vom 13. Dezember 2007 Transparenzregularien eingeführt (Artikel 10 Abs. 3 und Artikel 11, Abs. 11), um Entscheidungsprozesse nachvollziehbar zu machen und Betroffene zu beteiligen in Form von Anhörungen. Auch EU-Bürgerinitiativen wurden somit ermöglicht. Heute beschleunigt das Internet Prozesse zur Herstellung von Transparenz, nicht immer staatlich gewollt – wie Edward Snowden zeigte. Deshalb müssen organisierte Strukturen vom Staat geschaffen werden, um Transparenz zu schaffen. Zu diskutieren seien nun die verschiedenen Möglichkeiten digitaler Partizipation als Motor digitaler Transparenz und Teilhabe, welchen Grad der Teilhabe wir haben, welche politischen Wechselwirkungen, Verbesserungen und Grenzen von Entscheidungsprozessen existieren und ob diese die Demokratie beeinflussen oder gar gefährden.

In ihrem Statement verdeutlichte die Direktorin des Grimme-Instituts: „Wir kennen das Prinzip der Öffentlichkeit für parlamentarische Sitzungen, da fragt auch niemand: Wie viele sitzen auf den Rängen?“ An Wahlen können wir teilnehmen – müssen aber nicht, durch zu geringe Teilnahme werden Wahlen nicht ungültig. Dafür gebe es kein Quorum, jedoch bei Abstimmungen über Sachfragen. Das nächste Prinzip für eine moderne Staatlichkeit seien Partizipation und die Konsultationsprozesse, die auch schon im Lissabon-Vertrag verankert sind, den Gerlach als Vorbild für Staaten wie die Bundesrepublik sieht. Transparenz messe niemand an Zahlen und das muss vielleicht auch für digitale Partizipationsformen gelten – hier müssen Erwartungshaltungen möglicherweise auch mal überdacht und evtl. forschend begleitet werden. Und zum Glück kennen wir nicht nur die Freiheit der Demokratie, sondern auch das Prinzip der Freiheit ‚von‘ der Demokratie: „Es gibt nach unserem Verständnis keinen Zwang zur Teilhabe“, so Gerlach. Als nächste Stufe sieht Gerlach zunächst einmal die Verankerung des Prinzips der digitalen Teilhabe.

Prof. Dr. Otfried Jarren vom Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung an der Universität Zürich gibt einen inhaltlichen Impuls, basierend auf der verblüffenden Frage: „Was hat digitale Partizipation mit Kinderfernsehen zu tun?“ Die Wirklichkeit konfliktiere häufig mit den Vorstellungen: „Kinderfernsehen ist, wenn Kinder fernsehen – und das ist nicht zwangsläufig das, was sich Programmierer für Kinder ausgedacht haben.“ Ähnlich sei es mit der digitalen (politischen) Partizipation, so Jarren. Die Partizipation vollziehe sich nicht notwendigerweise an den Stellen, die sich Politik und politische Verwaltung vorher überlegt haben oder an die sie gewöhnt sind, sie ist ein Stück weit unkontrollierbar(er) geworden in Zeiten der Digitalisierung.

Er widerspreche der Idee der Mediatisierung, wirklichkeitsnäher sei für ihn die Kommunifizierung. Der zu Folge sind wir alle heutzutage in der Lage, auch öffentlich zu kommunizieren. Diese Kompetenz liege eben nicht mehr nur bei professionellen Kommunikatoren und diese neue Qualität öffentlicher (politischer) Kommunikation sei durchaus „disruptiv“ zu nennen, führte Jarren aus. Das solle nicht negativ klingen: „Das Potenzial der Digitalisierung ist gigantisch, aber wir brauchen Regeln und Normen“, verdeutlichte Jarren. Aktuell sei sie marktlich organisiert, mit Blick auf die Bürgerinnen und Bürger: „aufmerksamkeitsökonomisch“. Sie laufe auf einen Transformationsprozess hinaus, der sich

erst bei genauerem Hinsehe erschließe: Aus der Makroperspektive zeige sich zwar nach wie vor eine stabile Ordnung, aber auf der Mikroebene sind doch erhebliche Veränderungen zu verzeichnen. Und das werde in seinen Konsequenzen noch zu wenig realisiert: „Wir haben die Vorstellung, wir können von oben herab bestimmte Formen oder Vorgaben machen, daran habe ich einmal geglaubt – inzwischen nicht mehr – da ich glaube, dass diese Veränderungen, die jetzt kommen, nicht nur negative, sondern viele positive Effekte haben“. Diese Entwicklungen vollziehen sich allerdings weder geordnet noch nach einem Leitbild konzipiert und durchsetzbar und es gibt Risiken: Im gesamten Social Media Bereich seien Datenschutz, Kommunikationsrichtlinien und AGBs nicht staatlich geregelt und verbandsfrei, dies müsste geprüft werden. Zudem gebe es inzwischen stärkere Nutzer mit diffundierten Normen und Regeln. Wir seien in einen historischen Prozess eingebunden mit der Folge einer grundveränderten Kommunikation: Die erste Form der Kommunikation in der modernen Gesellschaft war regional und unvermittelt, nicht mediengetrieben. Mit Herausbildung der Nationalstaaten und dem Aufkommen der medialen Vermittlung und Werbung entwickelte sich ein nationales Mediensystem und ein klares Regelwerk. Seit den 1960er und 70er Jahren hat sich das Mediensystem differenziert und haben sich die Medien stärker autonom entwickelt, sodass der Bezug zu den gesellschaftlichen Gruppen geringer wurde, was zu dem heute sogenannten Medialisierungseffekt führte: Die Medien bestimmten stärker die Kommunikationsinhalte, was wir als kritisch empfinden. Dieser gesamte Prozess war jedoch nationalstaatlich und auch gestaltbar. Durch die jetzige Kommunifizierung sei dies anders: „Irgendwelche Firmen und Institutionen“ bestimmen. Eine Melange neuer Möglichkeiten entsteht, für welche wir weder einen Ordnungsrahmen noch eine Vorstellung haben. Die Kommunifizierung störe immer wieder die politischen Prozesse, Sorge für eine Aufweichung der Institutionen und Abläufe. Es werde weiter kommuniziert, selbst wenn die Auseinandersetzungen längst abgeschlossen scheinen – für die politischen Entscheider.

Schon jetzt sei die Kommunifizierung für einen erheblichen Anstieg des weltweiten Datenaustauschs verantwortlich, wofür ein neuer Ordnungsrahmen zu etablieren sei. Wichtig für die Zukunft seien:

- Umsteuerung von Hierarchie auf Heterarchie,
- „Störungen“ einplanen, denn nicht verfasste Formen der politischen Partizipation werden sich zum Normalfall entwickeln und etablierte Prozesse mit zunehmender Kontinuität irritieren,
- Prozesse bestimmen zunehmend den politischen Alltag, nicht Institutionen, wodurch sich neue Herausforderungen für politische Akteure und Institutionen ergeben.

Jarren befand schließlich: „Wir werden lernen müssen, dass Partizipation das ist, was gerade stattfindet. Wir werden neue Formen finden“.

Dr. Marc Jan Eumann verdeutlichte: „Es ist allen klar, dass das Thema Digitalisierung wichtig ist und sich in diesem Prozess unsere politischen Strukturen und die politische Kommunikation verändern“. Daher bewegen sich Politiker anders zu Bürgern und Bürgerinnen, zum Parlament und Stakeholdern. Er führte dies beispielhaft am zu überarbeitenden WDR-Gesetz aus, bei dem zwei Verfahren mit der Agentur ZebraLog in einer 4-wöchigen Onlinekonsultation durchgeführt wurden. Die Beteiligung habe sich im Vergleich zur Konsultation für das Landesmediengesetz mehr als verdoppelt. Den niedrigschwelligen Angang sieht Eumann als Erfolg. Die Schwierigkeit lag in der Auswertung der Ergebnisse hinsichtlich der Anregungen. Die Ergebnisse bleiben für alle sichtbar bis zum Anschluss des Gesetzgebungsverfahrens. Daher muss die Regierung begründen, warum sie bestimmte Elemente für die Aufnahme in die Online-Konsultation auswählte. Somit ergab sich neuer Erklärungsbedarf, was zu einer neuen Qualität in der Zusammenarbeit von Regierung und Parlament führte. Auch die Beteiligten müssen nun anders begründen, was das Verfahren spannender mache, aber erheblich aufwändiger.

Inzwischen lägen bereits einige Erfahrungen vor, immerhin seien in NRW bereits fünf Online-Konsultation in seinem Verantwortungsbereich realisiert worden. Der Staatssekretär für Europa und Medien NRW berichtete: „Natürlich wird alles dadurch komplexer, der Rechtfertigungsdruck steigt, wenn jemand fragt: Und wie viel haben sich beteiligt?“ Auch wenn die Online-Konsultation für bestimmte politische Prozesse nichts ersetzen, sondern als bereichernder Zusatz mit zunehmend „unverzichtbarem Charakter“ eingesetzt werden könnte, seien die Erfahrungen Teil einer Lernkurve. Man befinde man sich noch in einer „trial and error“-Phase, weshalb man sich nicht vorschnell auf Regeln der Beteiligung festlegen solle. Für die politische und die Dialogkultur empfindet Eumann die politische Online-Partizipation als bereichernd und: „Sie macht Spaß“. Im Vergleich zu den analogen Verfahren beteiligten sich online immer mehr Bürger und Bürgerinnen und jede Stimme mehr sei in einem demokratischen Kurs ein Gewinn. Darin sieht er auch den Grund den Weg der digitalen Partizipation in NRW und Europa weiter zu beschreiten.

Julian Ermert von der Agentur ZebraLog ist in der Online-Partizipation aktiv und entwickelt mit seinen Kollegen crossmediale Bürgerbeteiligungsformen vor allem für Städte, Kommunen, Ministerien, Verbände und Vereine. Neben der Wichtigkeit von Standards und der Eignung einzelner Themen für die Beteiligung wies er daraufhin, dass der Erfolg von Beteiligungsverfahren auch in deren Anpassungsfähigkeit liege. Ohne dabei jedoch eine robuste konzeptionelle Struktur zu verlieren: „Beteiligungsverfahren müssen reflexiv sein, um lernen zu können“, unterstrich Ermert. Dabei gelte es, realistische Ziele zu entwickeln: „Beteiligungsverfahren sind kein Selbstzweck. Sie brauchen eindeutige Beteiligungsspielräume und eine klare Anbindung an das politisch-administrative System. Übertragen auf die EU-Ebene stellen sich allerdings besondere Herausforderungen, wie unterschiedliche politische Kulturen in den Mitgliedsstaaten sowie unterschiedliche Verwaltungsstrukturen. Eine weitere Herausforderung: Es fehlen übergreifende Medien“. Ermert sieht auch Chancen für mehr Beteiligung auf EU-Ebene, etwa in der Ausweitung von Diskursen, in einer höheren Verwaltungstransparenz und in der Ergänzung nationaler Prozesse. Es sei zu diskutieren, ob die Online-Beteiligung auf EU-Ebene als flankierende Maßnahme ergriffen werden sollte. Eine Rolle als Verbindungselement und Katalysator könne hier sicherlich die Online-Beteiligung spielen. Mit Blick auf die Herausforderungen der Online-Kommunikation (z. B. Trolle oder Störer) zu den bestehenden politisch-repräsentativen Strukturen erklärte Ermert, dass Online-Diskussionen, wie auch Diskussionen vor Ort, klare Gesprächsregeln und eine Moderation benötigen. Moderierte Online-Dialoge können die Problematiken der Online-Kommunikation auffangen und einen sachlichen Dialog gewährleisten. Es zeige sich, dass die Online-Communities doch erhebliche Disziplinierungskräfte entfalten. „Sie wirken selbstregulierend“, berichtete Ermert. Mit Blick auf den Beteiligtenkreis bei Online-Beteiligung hob er hervor, dass weniger auf Beteiligungszahlen, sondern vielmehr auf die Inhalte und Ergebnisse geschaut werden sollte.

Sophie von Hatzfeldt von der europaweit-tätigen Organisation Democracy International ordnete den erforderlichen Transformationsprozess weniger disruptiv ein, für sie sei die „digitale Welt“ längst zur „zweiten Heimat“ geworden. Allerdings gelte es, diese stärker zu bespielen: „Es muss viel mehr europäische Bürgerinitiativen geben“, forderte sie – damit das Online-Instrument stärker wahrgenommen wird und mehr Auswirkungen auf die politischen Prozesse hat. Es gelte hierbei, Partizipation für die Bürgerinnen und Bürger auch attraktiver und einfacher zu gestalten. Eine Aufgabe für die Zivilgesellschaft oder für die EU? „Für die Zivilgesellschaft“, so von Hatzfeldt, „auf die EU können wir nicht warten, die Zivilgesellschaft ist gefragt eine unterstützende Infrastruktur für Online-Beteiligung zu schaffen!“ Zudem sei es nicht nur wichtig, das Instrument der Online-Partizipation bekannt zu machen, sondern die Politik müsse dies stärker fördern und finanziell unterstützen, damit es auch von einzelnen Bürgern genutzt werden kann. Angesichts statistischer Auswertungen von

Online-Befragungen könnten sonst auch einflussreiche Interessengruppen dahinterstecken, welche die Beteiligung finanzieren können.

Achim Ladwig, Abteilungsleiter beim Europäischen Ausschuss der Regionen, verwies auf die Verantwortung des Einzelnen und Limitierungen in der Personalausstattung – immer ein heikles Thema mit Blick auf die EU – gab aber vor allem Fragen der Repräsentativität zu bedenken: „Werden hier Interessen der Bürgerinnen und Bürger vertreten oder Individualinteressen? Ist mehr Partizipation auf EU-Ebene von den Bürgerinnen und Bürgern überhaupt gewollt oder muss man hier nicht auch andere Rahmen diskutieren, etwa kommunale oder lokale?“

Jürgen Behrendt berichtete aus den Erfahrungen im „lokalen Bereich“ einer NRW-Großstadt, verantwortlich für E-Partizipation im Amt für E-Government und Online-Dienste der Stadt Köln: „Eine Kultur der Partizipation muss sich erst einspielen“, aber da habe man viel gelernt. Es gehe darum, eine Art von digitaler Beteiligungskultur weiterzuentwickeln. Überhaupt sei die Frage nicht: „Brauchen wir überhaupt eine digitale Beteiligung, sondern eher wie?“ Behrendt exemplifizierte dies am Kölner Bürgerhaushalt, 2007 erfolgreich gestartet – leider in der Folge mit abnehmender Beteiligung. Dort können Bürger und Bürgerinnen Vorschläge zum Haushalt abgeben und darüber diskutieren und abstimmen. Der Rat verspricht vorher, dass eine bestimmte Anzahl von Vorschlägen (Bestenlisten) in die politische Haushaltsberatung aufgenommen werde. Teilweise ist zwar damit die Politikverdrossenheit verringert worden. Teilgenommen haben aber insgesamt die üblichen beteiligungsaffinen Bevölkerungsgruppen, die sich auch analog beteiligten. Dass die Politik sich infolge der wachsenden Haushaltskrise zunehmend verweigerte, über die Vorschläge zu entscheiden und diese umzusetzen, führte insgesamt zu einem Akzeptanzverlust. Daher müssen Online-Beteiligungsverfahren eine stärkere politische Anschlussfähigkeit aufweisen. In Köln etwa fehlen Leitlinien und Qualitätskriterien der Bürgerbeteiligung. Von der eingeleiteten Entwicklung dieser verspricht sich Behrendt „einen Schub“ von Online-Debatten, die zusammen mit Verwaltung, Politik und Bürgerschaft ausgearbeitet werden. Und schließlich müsse Online-Beteiligung auch Spaß machen, so Behrendt.

Prof. Dr. Karl-Eberhard Hain, Inhaber des Lehrstuhl für Öffentliches Recht und Medienrecht an der Universität zu Köln, setzte ganz grundsätzlich an und plädierte letztlich aber für ein reformorientiertes Repräsentativsystem: „Nur die repräsentative Demokratie kann letztlich die Gewaltenteilung adäquat umsetzen und direkte Demokratien lassen sich in modernen Flächenstaaten auch schlichtweg nicht umsetzen, aber das bedeutet noch lange nicht, dass direkt-demokratische Elemente in überschaubaren Rahmen nicht funktionieren können“, was Hain auch an der Abstimmung über ein schweizerisches Kantonalkrankenhaus illustrierte. Zudem sei zu gewährleisten, dass der Mehrheitswille niemals unumschränkt gelte, Gewaltenteilung und Minderheitenschutz sind gerade für ihn unhintergehbare Grundfesten jeder Demokratieformen – auch für zunehmend digitale oder gerne auch kommunifizierte Repräsentativdemokratien.

Jurist Hain pflichtete Eumann bei: „Briefe sterben aus, wir müssen mit der medialen Entwicklung Schritt halten“ und schob nach: „Mir wäre es lieber, auch Stakeholder würden sich nicht per Brief an die Administration wenden, sondern im Rahmen einer Online-Konsultation“. Dann könne es endlich jeder sehen, Kommentare hier wären dann transparent und einsehbar. Oft sind „Absender doch recht leicht identifizierbar in Hinblick auf ihre Motivation“ und wenn nicht, ist für eine Klärung auch manchmal eine Argumentation hilfreich, wenn der Hintergrund nicht bekannt ist. Die Online-Konsultation zum WDR-

Gesetz sieht Hain als ein gelungenes Projekt. Er halte dieses Verfahren im Sinne der Transparenz und der Partizipation der Bürgerinnen und Bürger, die auf diesem Wege auch ihre Interessen einbringen können, für sehr wichtig, auch im Prozess der politischen verantworteten Entscheidungsbildung als Vorfeld der argumentativen Klärung und Anregung im hoheitlichen Bereich und kann Bürger und Bürgerinnen animieren. Transparenz habe im besten Falle einen emanzipativen Effekt. Zu beachten sei, dass wir bei diesen Prozessen einen mündigen Bürger voraussetzen, aber bei Äußerungen online höchste Fragmentierungen erkennbar seien, sodass Defizite vorhanden sind, Vorentscheidungen zu verarbeiten. „Höchst wünschenswert“ sei es, Institutionen zu schaffen, die einen europäischen Meinungsbildungsprozess initiieren, etwa multilinguale Medien, die aus europäischer Perspektive arbeiten und Bürgern und Bürgerinnen diese Sicht- und Denkweise nahebringen.

Bruno Kaufmann wies darauf hin, dass in der Schweiz rund „95 Prozent der parlamentarischen Gesetzesvorlagen gar nicht zur Abstimmung gebracht werden“, obwohl es dazu in Form des fakultativen Referendums (50.000 Unterschriften innerhalb von 100 Tagen nach Annahme durch das Parlament) die Möglichkeit gebe. Die „wichtigste Funktion der direkten Demokratie ist ihre indirekte Bedeutung“, sagte der Schweizer Journalist und Politikwissenschaftler und betonte, dass Volksinitiativen und Gesetzesreferenden dazu beitragen, die repräsentative Demokratie repräsentativer zu machen – und nicht umgekehrt. Die Medien spielen in diesem Kontext der modernen repräsentativen Demokratie, in der die Bürgerinnen und Bürger nicht auf die Stimmabgabe jedes vierte Jahr reduziert sind, eine zentrale Rolle: als Teil einer öffentlichen demokratischen Infrastruktur. Probleme bereitet der Demokratie in der Schweiz weniger das zwar auch vorhandene post-demokratische Verständnis mancher Eliten („dummes Volk“), als das ausgeprägte „vordemokratische Verständnis“ (rechts-) populistischer Kreise, welche die Bürgerrechte nicht als Naturrechte der im Land lebenden Einwohner verstehen, sondern als eine Art Privileg einiger Ur-Schweizer. Das schafft Spannungen zum internationalen Völkerrecht und erschwert die Integration gegen innen und außen. Insgesamt tragen die starken direktdemokratischen Elemente in der Schweizer Repräsentativ-Demokratie jedoch dazu bei, dass sich große Teile der Bevölkerung (laut jüngsten Forschungsergebnissen fast neun von zehn Stimmberechtigten) am öffentlichen Diskurs beteiligen und mindestens einmal pro Jahr an die Urne gehen – bzw. wie es in der Schweiz üblich ist – per Brief oder Internet abstimmen.

Dr. Stephan Eisel verwies in seinem Statement⁸ auf das Verhältnis von Internet und Demokratie: Um Online-Verfahren sinnvoll zu nutzen, müsse man die Grenzen kennen und benennen. Dafür seien drei Kriterien wichtig:

- beschränkter Zugang: Die deutschsprachige Bevölkerung über 14 Jahren hat nur zu 80 Prozent einen Zugang zum Internet (Maßstab: ein Mal im Monat online), in den USA seien die Zahlen ähnlich. Von den Nutzern sind nur 30 Prozent kompetent und sicher im Netz unterwegs. Bei der Online-Partizipation gebe es eine Dominanz der „Zeitreichen“; zum Teil Bildungsbürger, zum Teil organisierte Lobbygruppen. Die „ungleiche Teilhabe“ werde verschärft durch digitale Formen.
- Geschwindigkeit: Im Online-Bereich, sei „Geschwindigkeit die gültige Währung“ und das stehe häufig im Spannungsverhältnis zu diskursiven Prozessen, bei denen es ja um den Austausch von Argumente gehe, verdeutlichte Eisel.
- Abstimmungstools: Überhaupt müsse er in Frage stellen, ob das Internet als allgemeine Öffentlichkeit gelten könne, schwierig wird es vor allem, wenn dann auch noch über Abstimmungstools diskutiert werde. Er denke an Adhocracy, digitale Bürgerhaushalte oder

⁸ Dr. Eisel hat darüber hinaus ein schriftliches Statement eingereicht, vgl.

<https://internetunddemokratie.wordpress.com/2015/11/23/digitale-partizipation/>

auch an solch etablierte Wissensspeicher wie die deutschsprachige Wikipedia: „Wer weiß schon, dass sie von gut 200 Menschen kontrolliert wird?“ fragte Eisel. Kritik werde hier überhaupt wenig zur Kenntnis genommen, weil politische Akteure danach eine „sinkende Beteiligung befürchten“.

Eisel warf ein, dass im Sinne der Transparenz die Zahlen von Teilnehmern an Online-Konsultationen in Relation gesetzt werden müssten zu anderen Anfragen, etwa Ansprachen von Landtagsabgeordneten. Ansonsten wäre die Einschätzung ohne Miteinbeziehung der absoluten Zahlen verzerrt. Zudem warnte Eisel, dass über Teilnehmer von Online-Konsultationen ebenso wie bei analogen Abfragen Wissenslücken herrschten: Es sei nicht bekannt, ob sie Stakeholder seien, eigene Interessen verfolgten oder die Person einen anderen Namen angegeben habe. Die These, dass das Internet neues Politikinteresse mobilisiere, ist für Eisel widerlegt, das Internet könne allerdings Beteiligung bestärken.

Mechthild Appelhoff, Landesanstalt für Medien NRW, erklärte, Meinungs- und Willensbildung fände nach wie vor noch entscheidend über den medienöffentlichen Diskurs statt. Insbesondere deshalb seien Bürgermedien „keineswegs verstaubt“. Sie böten das Pendant zu „slow journalism“, verdeutlichte Appelhoff. Bürger setzten entsprechend ihrer eigenen Relevanzkriterien ihre Themen, nähmen sich Zeit für Recherche und Einordnung. Dies stelle einen unterscheidenden und wichtigen Wert dar, in einer medialen Öffentlichkeit, die sich zunehmend an Schnelligkeit und Massenattraktivität der Themen orientierte. Auch insofern übernahmen Bürgermedien eine wesentliche Ergänzungsfunktion zu den professionell journalistisch ausgerichteten Medien ein. In der digitalen Welt könne heute jeder seine Meinung weltweit publizieren und zur Diskussion stellen. Die wesentliche Hürde sei damit nicht mehr der Zugang des Bürgers zur breiten Öffentlichkeit. Es gehe vielmehr darum, in der unendlichen Menge an Informationen im Netz mit dem eigenen Beitrag aufgefunden werden zu können. Hier hätten die klassischen Bürgermedien, beispielsweise der Bürgerfunk in NRW, der über UKW im Rahmen des Lokalradios verbreitet werde, einen großen Vorteil. Mit Blick auf den Meinungsbildungsprozess im lokalen Raum sei es nun die große Herausforderung, die Vorteile beider Welten, der analogen und der digitalen, zu verknüpfen. Dies sei zu erreichen etwa durch eine Bürgermedienplattform, welche die LfM aufbauen möchte. Diese solle unter anderem im Rahmen einer Mediathek alle Radio- und TV-Beiträge der Bürgermedien im Internet nachhaltig und dauerhaft auffindbar machen. Auch solle die Plattform die Interaktivität zwischen Produzierenden und Rezipienten erhöhen, die Themen der Bürger im Netz wahrnehmbarer machen und neue Wege bürgermedialer Beteiligung eröffnen.

Dr. Götz Harald Frommholz, Gesellschafter und Geschäftsführer für den Bereich Unternehmensmanagement bei d|part part – Think Tank für politische Entscheidungsprozesse und Partizipation begrüße zwar „jede Form der Beteiligung, aber im Bereich von Online-Diskussionen hat das Bundesverfassungsgericht zu Recht einen Riegel vorgeschoben, indem in Deutschland onlinebasierte bindende Abstimmungen nicht zugelassen wurden“. Denn dies betreffe schließlich genau das Problem, dass man nicht genau Online-Identitäten überprüfen kann und sicherstellen kann, wer sich online organisiert. Anders als Eumann sieht er nicht „jede Stimme als Gewinn“. Denn unabhängig von der Methode und dem Instrument: Wenn sich in der digitalen Welt dieselben Menschen wie in der analogen engagieren, ist dies kein Mehrwert. Die politische Ungleichheit bleibe bestehen. Daher sei es wichtig zu analysieren, wer sich an Online-Konsultationen beteiligt, um zu erkennen, ob auch Menschen angesprochen wurden, die sich bisher nicht beteiligten. Auch sei zu prüfen, ob die Online-Konsultation ein geeignetes Instrument zum Erreichen einer größeren und anderen Beteiligung sei. Bisher wurde nicht erreicht, dass sich die Bürger und Bürgerinnen, die sich online beteiligen, auch in der analogen Realität engagieren. Frommholz fordert Kompetenzen anstatt Tools, gerade Parteien und politische Organisationen fehlten diese, insbesondere bei den sozialen Medien: Laut seiner Studien

werde Twitter etwa unzureichend genutzt und zum Beispiel vier Wochen vor der Wahl aufgehört zu twittern, weil die Politiker offline unterwegs waren. Facebook diene häufig als digitale Litfaßsäule, dabei seien doch gerade diese Formen bestens dazu geeignet, um insbesondere mit Jugendlichen in den Dialog und Austausch zu treten. Die Pegida-Bewegung habe dieses Format leider bedienen können und sei so von einer Online-Bewegung zu einer analogen Bewegung geworden. Medienkompetenz fehle auch jungen Menschen: Häufig könnten diese seriöse Quellen nicht von anderen unterscheiden und einschätzen, was qualitativ hochwertige Information seien.



27. April 2016 - LANDESVERTRETUNG NRW | BRÜSSEL

DIGITALE KREATIVITÄT

Kontexte, Prozesse und Strategien

Worum ging es?

Die Digitalisierung aller gesellschaftlichen Bereiche schreitet in Europa weiter voran. Politische Rahmenbedingungen, technologische Potenziale und gesellschaftliche Zielvorstellungen sind Gegenstand eines Diskurses unterschiedlicher Akteure auf mehreren Ebenen.

Der Aufbau eines Digitalen Binnenmarkts in Europa zählt zu den zehn politischen Prioritäten der Europäischen Kommission. In ihrer „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt“ benennt die EU-Kommission dazu drei „vorrangige Politikbereiche“:

1. „Besserer Zugang zu digitalen Waren und Dienstleistungen – Unsere digitale Welt muss ein fugenloser und homogener Wirtschaftsraum werden.
2. Optimale Rahmenbedingungen für digitale Netze und Dienstleistungen – Unsere Vorschriften müssen mit der technologischen Entwicklung Schritt halten und den Ausbau der Infrastruktur begleiten.
3. Digitale Wirtschaft als Wachstumsmotor – Europas Wirtschaft, Industrie und Arbeitsmarkt müssen die Vorteile der digitalen Revolution voll ausschöpfen.“⁹

Innerhalb dieser Säulen geben „Actions“ konkretere politische Handlungsziele vor. So soll innerhalb der ersten Säule die „Modernisierung des Urheberrechts“ vorangetrieben werden:

„Anpassung des Urheberrechts an aktuelle Gegebenheiten und Schaffung eines ausgewogenen Verhältnisses zwischen Urheber- und Verbraucherinteressen. Dies erleichtert den Zugang zu Kultur, fördert die kulturelle Vielfalt und schafft neue Möglichkeiten für Künstler und Urheber. Die Kommission wird darüber hinaus schärfer gegen gewerbsmäßige Schutzrechtsverletzungen vorgehen.“

Am 9. Dezember 2015 veröffentlichte die EU-Kommission die Mitteilung „Schritte zu einem modernen, europäischeren Urheberrecht“¹⁰ : Ein angemessen gestaltetes Urheberrecht belohne „die schöpferische Tätigkeit und Investitionen in schöpferische Inhalte“ und bilde „die Grundlage für die weltweite Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Kreativwirtschaft.“ Neben urheberrechtlichen

⁹https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market_de

¹⁰<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2015/DE/1-2015-626-DE-F1-1.PDF> (alle folgenden Zitate)

Fragen will die EU-Kommission prüfen, ob „Lösungen auf EU-Ebene zur Stärkung der Rechtssicherheit, Transparenz und Ausgewogenheit des Systems zur Vergütung von Autoren und Künstlern in der EU geboten sind, und dabei die Kompetenzverteilung zwischen EU-Ebene und nationaler Ebene berücksichtigen.“ Die Einhaltung der Rechtsvorschriften stellt aus Sicht der EU-Kommission „eine wesentliche Grundlage für die Förderung von Kreativität und Innovation und die Bildung von Vertrauen auf den Märkten dar.“

Im Kontext des Zusammenwachsens der Inholdemärkte, der medientechnischen Innovationen und den sich verändernden Nutzungspraktiken gilt es, geeignete Rahmenbedingungen zu gestalten, in denen sich digitale Kreativität im Medienkulturbereich besonders gut entfalten kann. Langfristig ist zu fragen, wie „das vielfältige kulturelle, geistige und wissenschaftliche Schaffen Europas möglichst ungehindert in ganz Europa Verbreitung finden kann“.

Ziel der dritten Werkstatt war es, die aktuelle Politik der EU-Kommission zum Aufbau eines digitalen Binnenmarkts im Hinblick auf den Faktor „Digitale Kreativität“ zu befragen und über den oben genannten urheberrechtlichen Kontext hinaus auch andere förderliche Faktoren und Treiber für eine digitale Kreativwirtschaft und Wertschöpfung anzusprechen. Insbesondere aus der Perspektive der Kreativen und Entscheidungsträger, die in der Medien- und Digitalbranche tätig sind, sollten geeignete Rahmenbedingungen und Förderinstrumente erörtert werden:

- Welche Sensibilisierungs-, Qualifizierungs- und Kompetenzfördermaßnahmen sind sinnvoll?
- Wirken sich bestimmte institutionelle Formate (Labs, Netzwerke, Plattformen) besonders förderlich aus?
- Welche Kontextfaktoren (z.B. räumliche Nähe zu anderen Kreativ-Clustern) sind von Bedeutung?
- Welche Vergütungsformen und Anreizmodelle zur Förderung digitaler Kreativität sind realistisch und wünschenswert?

Wer diskutierte?



Dr. Frauke Gerlach,
Direktorin des Grimme-Instituts,
Geschäftsführerin des Grimme-
Forschungskollegs an der
Universität zu Köln
Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Matthias Hornschuh,
freischaffender Komponist für
Film, Hörspiel, Theater und
Akustische Kunst, Gründer und
Vorsitzender von „mediamusic
e.V.“



Andreas Lautz,
Staatskanzlei NRW, Leiter der
Gruppe Medien- und Netzpolitik,
Minister für
Bundesangelegenheiten, Europa
und Medien NRW



Prof. Odile Limpach,
Institut Cologne Game Lab der
TH Köln, Lehr-/
Forschungsgebiet: Game
Economics, Strategic
Consultant für Serious Games
und Cross-Media Projekte



Niombo Lomba,
Europäische Kommission, Media
Support Programm, General-
direktion Kommunikationsnetze,
Inhalte und Technologien



Janna Maria Nandzik,
freie Autorin, Regisseurin und
Producerin

Schiwa Schlei,
Funkhaus Europa, stellvertretende
Programmchefin



Katharina Uppenbrink,
Initiative Urheberrecht,
Geschäftsführerin



Moderation: **Anja Würzberg,**
NDR-Redaktionsleiterin
Foto: NDR

Welche Ergebnisse gab es?

Dr. Frauke Gerlach skizziert als Impuls den Einfluss des digitalen Fortschritts auf menschliche Kreativität und das Schaffen von Kreativen. Kreativität, schöpferisch sein und Neues schaffen sind zentrale Elemente zur Bewusstseinsbildung. Kreativität als Prozess entstehe aus dem Chaos, stelle eine gewisse Ordnung her und inspiriere alle menschlichen Bereiche, über Musik bis hin zum politischen gesellschaftlichen Miteinander. Noch immer könne Kreativität weder empirisch noch psychologisch erfasst werden. Hinzu komme die Kreativität als Wirtschaftsgut, die eine gehobene Rolle inzwischen auch im politischen Bereich spiele, denn sie bringe nicht nur wirtschaftliche Ressourcen hervor, sondern sei auch eine Wirtschaftstätigkeit. Den Ansatz, die Potentiale dieses Wirtschaftszweiges, Kreativität und Wertschöpfung zu heben, verfolge u. a. die europäische Kommission. Auch das Urheberrecht existiere, um kreative Leistung zu schützen und zu exponieren, wobei die Politik inzwischen stärker in diesen Bereich eingreife, auch in den digitalen. Gerlach verdeutlicht: „Inzwischen ist die Euphorie über die Digitale Welt mitsamt neuer Verbreitungswege, neuer Möglichkeiten, neuer Formen von Kreativität zu schaffen, z. B. im Film, Fernsehen und in der Bildenden Kunst, an Grenzen gestoßen.“ Nicht nur an die Grenzen des Urheberrechts, wenn Inhalte weiterverbreitet werden, sondern auch an die der Existenz. Kreative stehen unter massivem Druck: Nur wenige „Youtube-Phänomene“ und Stars können sich im Netz etablieren und unabhängig von „den großen Playern“ halten. Sich abzuheben von der Masse wird schwieriger, die Konkurrenz stärker und der Anpassungsdruck ist enorm. Vermarktung in der digitalen Welt ist noch härter als in der analogen. Mit der künstlichen Intelligenz hat ein weiterer Konkurrent den umkämpften Wirtschaftsraum im Netz betreten. Jetzt ist es an der Zeit zu klären, wie man sich produziert und positioniert. Ansonsten stelle sich die Frage, ob die künstliche Intelligenz nur die eigene kreative Leistung erweitert oder ob man sagt: „Irgendwann braucht man weder Musiker, Maler, noch sonst was – alles ist schon dagewesen“. Und die künstliche Intelligenz komponiert und kombiniert einfach alles neu zusammen. Im Schlusswort sagte die Direktorin des Grimme-Instituts: „In der Diskussion waren wir uns einig, dass Urheber für ihr



Schiwa Schlei (rechts im Bild) erklärte, wie der WDR Digitale Kreativität fördert.

Foto: Monika Elias / Grimme-Institut

Schaffen angemessen vergütet und die europäischen Kulturgüter auch international geschützt werden müssen. Dazu gilt es die Verwertungsgesellschaften im digitalen Zeitalter weiterzuentwickeln. Gleichzeitig ist die Konzentration auf wenige große Player im europäischen Markt ein Problem. Was die Urheberrechte anbelangt, ist hier Mut zum Konflikt gegenüber den Marktführern gefragt“. Eine Plattform wie „Germany’s Gold“ wäre der richtige Weg gewesen, auch auf europäischer Ebene, Inhalte zu nutzen und zu verbreiten. Politik und gesellschaftliche

Selbstorganisation wären ohne Kreativität und Kultur nie entstanden.

Janna Maria Nandzik kritisiert das Auseinanderklaffen von Ansprüchen seitens der alten Institutionen als Förderer gegenüber den Produktionsbedingungen neuer Formen von transmedialen Großprojekten. So erwarten finanzielle Unterstützer einerseits prestigereiche und herausragende Projekte, andererseits sehen sie das Internet nicht als hochqualifiziertes Medium an und assoziieren „Internetfilmchen mit irgendwelchen Katzenfilmen – und da kann man ja mit seinem Handy draufhalten und das dann hochladen.“ Die „Transmedia-Storytellerin“ und Mitgründerin von „Ulmen Television und Film“ erklärte, es sei frustrierend, wenn Geldgeber die neuen Erzählformen als förderungswürdiges Kulturgut verkennen und die aufwendigen und rasanten Produktionsbedingungen von Transmedia-Projekten unterschätzen. Hinter erfolgreichen Formaten wie das von Nandzik produzierte „About Kate“¹¹ stecken jahrelange frustrierende Arbeit unter physischer und psychischer Überforderung. Fernsehsender schreiben inzwischen Pitches für Kreative aus und kokettieren mit hohem Konkurrenzdruck. Nandzik will sensibilisieren und Transparenz schaffen für die neue Produktionsweise von Transmedia-Projekten und darüber, welche Berufsbilder gefördert werden müssen, um Geschichten in der neuen Welt für die neue Rezeptionsweise zu erzählen. So benötigten Fernsehsender Workshops, um Crossmedia sichtbar zu machen und zu verstehen. Nandzik bezeichnet es als unangemessen, Crossmedia Storytelling weiterhin als neu zu benennen, da in diesem Bereich international bereits seit Jahren gearbeitet wird. Der Bereich Transmedia und Crossmedia werde bisher in Deutschland nicht ausreichend gefördert und benötigt Netzwerkplattformen und Talentförderung. Anders sei dies bei YouTube-Stars: Bei ihnen zähle Authentizität als Image mehr als ein hoher Produktionswert. Ihr Arbeitsaufwand sei dennoch enorm. Schätze man YouTuber gering, verpasse man den Anschluss.

Prof. Odile Limpach zog Parallelen zu umzusetzenden Maßnahmen aus dem Gaming-Bereich für einen qualifizierten Wirtschaftsstandort Deutschland und Europa der digitalen Kreativität. Die Basis für Wachstum und Innovation in der Spielebranche bilden Internationalität und Vielfalt. Für mehr Internationalität und Kreativität sind flexible Arbeitszeiten und -modelle gefragt, Vielfalt garantieren mehr weibliche Kräfte in technischen Berufen. Ein weiteres Thema sei Big Data: Für Kundenanbindung

¹¹ Grimme-Preis-Nominierung 2014 für Janna Nandzik für Konzept und Umsetzung des interaktiven, multimedialen Projekts in der Kategorie Wettbewerb Fiktion/Spezial.

sei Kommunikation mit Kunden bzw. Gamern unerlässlich, ohne deren persönlichen Rechte zu verletzen. Im wirtschaftlichen Wettbewerb ist sich zu vergegenwärtigen, dass im digitalen Bereich die Konkurrenz aus aller Welt stammt und der Druck sehr hoch ist. Limpach, Mitbegründerin der Gamescom, erklärte: „In Deutschland und Europa fehlt der Nährboden für Start-Ups und große Unternehmen, die zum Beispiel nach Deutschland kommen und dort investieren wollen.“ Diesen müsste der wirtschaftliche Druck genommen werden, in Europa gibt es nur etwa vier große Publisher. Infrastrukturelle Förder- und Qualifizierungsmaßnahmen müssen geschaffen und der Zugang zu internationalen Medien sollte erleichtert werden. Die Arbeit und Kosten von Spieleherstellern werde unterschätzt. Für junge Leute im Spielebereich seien Fördermöglichkeiten wichtig und das Beantragen von Fördergeldern sehr mühsam. Die Talente gehen aber dorthin, wo die Jobs sind. Hier müssten Abläufe vereinfacht werden. Im Bereich Games gründet die Universität Köln 2016 ein „Accelerator“ für Studierende, um sie nach dem Studium für 6 bis 8 Monate bis zur Marktfähigkeit zu fördern. Die öffentlichen Förderungen hinken 10 – 15 Jahre hinter dem Markt her, sodass es zwei Zeitachsen gebe. Es könnte sehr viel beschleunigt werden, wenn die Instrumente auf europäischer und nationaler Ebene schneller und an den tatsächlichen Markt angepasst werden könnten. Ein intensiverer Dialog könnte nützlich sein. Auch die Bildung müsste endlich im digitalen Zeitalter ankommen und Schülern den Umgang mit Medien wie Apps und Spielen beibringen.

Andreas Lautz befasst sich u. a. mit der Unterstützung der Filmwirtschaft und Gamesbranche in Nordrhein-Westfalen, mit der Förderung von Medienkompetenz und nicht zuletzt auch mit Fragen medienpolitisch relevanter Rechtssetzung, etwa im Zusammenhang mit der Entwicklung des digitalen Binnenmarkts in Europa. So sucht Lautz z. B. beim Thema Urheberrecht den Ausgleich zwischen den Interessen von drei Gruppen: den Verbrauchern, die den grenzüberschreitenden Zugang zu digitalen Inhalten wie Filmen erwarten, den Urhebern, deren Rechte gewahrt werden sollen, und den Verwertern von digitalen Inhalten wie beispielsweise Fernsehanstalten. Insofern sei es notwendig, dass die Europäische Union bei den komplizierten Themen Geoblocking und Portabilität von Online-Inhalten Schritt für Schritt vorgehe und beispielsweise der Tatsache Rechnung trage, dass die territorialen Lizenzierungssysteme im Filmbereich bislang national und nicht europäisch aufgestellt sind. Zur Filmförderung in Nordrhein-Westfalen berichtete Lautz, dass alle Stufen der Filmproduktion gefördert würden, von der Stoffentwicklung über Drehbücher und die eigentliche Produktion bis hin zum Verleih. Das biete vielen Kreativen große Chancen, beispielsweise auch jungen Drehbuchautoren. Diese Förderung sei für den Filmstandort auch unverzichtbar. Kaum ein Filmprojekt in Deutschland komme ohne Förderung aus, etwa weil der deutschsprachige Markt vielfach zu klein sei. Tendenziell würden insgesamt zu viele Filme produziert, teilweise auch am Markt und den Interessen der Zuschauer vorbei. Umso wichtiger sei es, dass die Filmförderung die eingereichten Projekte intensiv prüfe. Gerade kommerziell aussichtsreiche Projekte müsse auch der Markt selber angemessen finanzieren. Mit Blick auf die Unterstützung für die Gamesbranche führte Lautz aus, dass es für die gute Entwicklung der Branche am Standort NRW auf die richtige Balance zwischen kleinen und großen Playern ankomme. Deshalb würden nicht nur innovative kleine Unternehmen und Start-Ups gefördert, sondern auch große Akteure wie zuletzt beispielsweise Ubisoft.

Niombo Lomba berichtet über Neuerungen in der EU für digitale Kreativität: Im Arbeitsprogramm Creative Europe 2017 soll das neue Mastermodul „Arts and Science“ umgesetzt werden. Eine interdisziplinäre Zusammenarbeit soll „Silos“ durchbrechen und Europa wettbewerbsfähig für den digitalen Bereich machen. Inzwischen gebe es eine klare Positionierung bei EU-Kommissar Günther Oettinger: „Nicht alle Inhalte sollen jederzeit und überall gleichermaßen frei zugänglich sein, um Geschäftsmodelle der TV- und Filmindustrie nicht zu zerstören. Stattdessen liegen bspw. Vorschläge

zur Förderung einer Einigung zwischen Rechteinhabern und Vertriebsunternehmen über Lizenzen, die einen grenzübergreifenden Zugriff auf Inhalte erlauben auf dem Tisch“, was derzeit diskutiert werde. Dafür setzen Begleitmaßnahmen (accompanying measures) als Modellprojekte Anreize für ein zeitgemäßes europäisches Urheberrecht im Digitalzeitalter. Diese beinhalten u. a. die weitere Förderung von Lizenzzentralen (um die Lizenzvergabe für Werke zu erleichtern, die in einem bestimmten Mitgliedstaat noch nicht erhältlich sind) und eine breitere Verwendung genormter bibliografischer Kennungen und auch gebrauchsfertige Kataloge europäischer Filme (damit die Online-Anbieter besser erreicht werden). Durch die Verwendung gemeinsamer Kennungen können Rechteinhaber leichter auffindig gemacht werden und die Lizenzvergabe wird vereinfacht. Die Europäische Kommission fördert bereits Kreative mit dem Programm „Creative Europe“ die Bereiche Kultur, Medien und „Cross-Sectorial“. Im „Cross-Sectorial“-Bereich soll die Ausschreibung sogenannter „Bürgerschaftsfazilitäten“ die Kreditvergabe für den Kreativsektor vereinfachen. Dafür will die EU 120 Millionen Euro für den Zeitraum von 2014 bis 2020 investieren und erhofft sich Investitionen von 600 Millionen Euro. 2017 sollen mehr neue Talente gefördert werden, z. B. bei Kurzfilmen und für Nachwuchskräfte in Unternehmen. Die Europäische Kommission diskutiere das Vereinfachen von Förderanträgen und habe online erste Prozesse angestoßen. Zugleich müsste sie als Behörde die rechtskräftige Nachvollziehbarkeit beachten und habe Zuspruch einiger Projekte durch die stärkere Auseinandersetzung im Antragsprozess erhalten. Für die Entwicklung zum Digitalen Binnenmarkt im Filmbereich sei auch die Filmbranche gefragt. Zugleich ist eine Erhöhung des Marketingetats für geförderte Filme Teil der Debatte, wobei die tatsächliche Nachfrage und die Überproduktion zu berücksichtigen seien. Vorstellbar sei auch ein Portal oder ein Katalog aller europäischen Werke, um sie Interessierten zugänglich zu machen. Im Zuge der Digitalen Binnenmarkt-Strategie gebe es Diskussionen über die Bewegung von der Kulturförderung hin zur klassischen Wirtschaftsförderung. Generell sei zu beachten, dass das Förderprogramm im gesamten Kulturbereich für den Bereich 2014 bis 2020 einen Etat von 1,46 Milliarden Euro hat, was in Relation zu sehen sei.

Katharina Uppenbrink erklärte inwieweit die Koalitionsvereinbarung¹² zur Reformierung des Urheberrechts umgesetzt wurde. Uppenbrink, die mit der Initiative Urheberrecht als Geschäftsführerin die über die mehr als 35 Mitgliedsorganisationen der Dachorganisation rund 140.000 professionell arbeitende Urheber und ausübende Künstler vertritt, berichtete von „entsetzten Reaktionen“ auf den Regierungsentwurf¹³ zur Verbesserung des Urhebervertragsrechts, der eine Verschlechterung der Lage der Urheber darstelle und den Referentenentwurf¹⁴ teilweise ins Gegenteil verkehrte.¹⁵ Uppenbrink stellte klar: „So kann das Gesetz nicht umgesetzt werden“. Die Industrie habe sehr stark ihre Belange durchsetzen können. Auch in der Diskussion sei das Verwertungsgesellschaftengesetz¹⁶, das einer Richtlinie der Kommission folgt. Im Übrigen habe die Europäische Kommission inzwischen erkannt, dass Online-Nutzung angemessen lizenziert und vergütet werden müsse. Von der EU-Urheberrechtsreform erwarte Uppenbrink eine Stärkung der Urheber und Künstler, um auch im digitalen Zeitalter eine faire Entlohnung für professionelle Kreative zu schaffen. Unbedingt überprüft werden müssten Plattformen

¹² Zum Koalitionsvertrag geht es hier:

<https://www.cdu.de/sites/default/files/media/dokumente/koalitionsvertrag.pdf> (Urheberrecht ab S. 93 f.)

¹³https://www.bmju.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_Urhebervertragsrecht.pdf?__blob=publicationFile&v=2

¹⁴https://www.bmju.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RefE_Urhebervertragsrecht.pdf?__blob=publicationFile&v=2

¹⁵ Die Stellungnahme der Initiative Urheberrecht:

http://www.urheberrecht.org/topic/Urhebervertragsrecht/Ini_Urheberrecht_zum%20RegE.pdf

¹⁶ Am 28. April 2016 verabschiedete der Deutsche Bundestag einen Entwurf zum neuen

Verwertungsgesellschaftengesetz, hier einzusehen:

<https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2016/kw17-ak-verwertungsgesellschaft/420436>

wie YouTube im Hinblick auf Piraterie sowie aber auch auf Höhe und Verteilung der erwirtschafteten Gelder. Darüber hinaus ließen Streamingdienste wie Spotify Einnahmequellen von Musikern und Künstlern wegbrechen, diese – legalen Plattformen – beteiligten viele Urheber und Künstler nur mit geringem Anteil, das Einkommen sei insgesamt geringer geworden. Laut einer Studiauswertung der GESAC¹⁷ zur Wertschöpfung von kulturellen Inhalten beläuft sich der Gesamtanteil des direkten und indirekten Werts von kulturellen Inhalten an den Einnahmen der Plattformdienste auf 62 Prozent. Verbessert werden müsste auch die Förderungshöhe – punktuell – von Künstlern, da diese meist auf eigenes Risiko in großer Unsicherheit arbeiteten und eine zu niedrige Förderungssumme es nicht ermögliche, dass sich die Künstler auf ein Projekt konzentrieren. Im Fokus sollte bei der Förderung das Ermögliche für Kreative auf Konzentration und Freiraum etwas Neues zu entwickeln stehen, um die Qualität zu fördern. Mit den vorhandenen Fördergeldern sollten weniger Projekte mit mehr Geld finanziert werden.

Matthias Hornschuh schätzt als Komponist das Urheberrecht nicht nur als Vergütungsrecht, sondern auch als Urheberpersönlichkeitsrecht („moral right“), welches auch inhaltliche und ethische Aspekte berücksichtigt. Als kontinentaleuropäisches Recht basiere es auf dem Prinzip der Menschenwürde (im Gegensatz zum US-amerikanischen Dogma der „Freiheit“), und habe damit eine untrennbare Beziehung zum Recht auf informationelle Selbstbestimmung, aber auch zu anderen Anliegen der Regulierung im Digitalen, wie Vielfalt, Zugang, Auffindbarkeit - und mithin zu Politikfeldern wie Medien, Kultur, Daten-, Jugend- und Verbraucherschutz. Es sei an der Zeit, das Digitale holistisch zu denken, so Hornschuh, der u. a. eine Studie für das Kulturministerium NRW verfasste über die Auswirkung der Digitalisierung auf das Kulturschaffen in NRW. Monopolistische Konzernstrukturen bestimmten auf Grundlage disruptiver Technologien zusehends ohne demokratischen Kontrolle die Regeln für digitale Märkte. Plattformen und Intermediäre verdienten erheblich an den Inhalten – jedoch oft unlizenziiert und unvergütet, sodass der geschöpfte Wert nicht am Ausgangspunkt der Erlöskette ankomme. Dies gelte in Deutschland unter anderem für YouTube, das kaum Nutzungsrechte der Urheber und Interpreten erworben habe. Die Politik habe lange nicht eingegriffen, um keine Wählerstimmen zu verlieren.



Matthias Hornschuh verwies auf wirtschaftsrechtliche Zusammenhänge. Foto: Monika Elias / Grimme-Institut
Medienordnung“. Nur diese könne die Regulierung marktbestimmender „neuer Player“ ermöglichen. Den Intermediären sei letztlich nationalstaatlich nicht beizukommen, daher sei es ein Lichtblick, dass die im April verabschiedete EU Datenschutz-Grundverordnung aufzeige, welche Handlungsspielräume

Mit den Mitteln des Urheberrechts allein ließen sich die Probleme der digitalen Sphäre nicht lösen, und auch andere Rechtsgebiete wie das Medien- oder Kartellrecht könnten nur innerhalb enger Grenzen agieren. Wollte etwa Google die RTL Group übernehmen, so dürften die deutschen Kartellbehörden diese Übernahme nicht einmal prüfen – da die Unternehmen in kategoriell getrennten Märkten agierten! Aufgrund übergreifender und umfassender Problemlagen bedürfe es dringend einer „konvergenten

¹⁷ Broschüre der GESAC (=European Grouping of Societies of Authors and Composers) zur Studie „Online-Nutzung kultureller Inhalte: Vom Wertetransfer zum fairen Wirtschaftssystem“:
<http://www.authorsocieties.eu/uploads/German%20-%20Use%20of%20cultural%20content%20online%20-%20transfer%20of%20value.pdf>

es für die Gestaltung digitaler Räume gebe. Komponisten gehen ins wirtschaftliche Risiko, „neue Geschäftsmodelle“ gibt es für sie nicht, da sie B2B vermarkten und erst durch eine Interpretation oder eine Aufführung ihrer Werke B2C-Produkte entstehen. Auf YouTube erringen Interpreten Bekanntheit, nicht aber Komponisten. Auch andere Plattformen bieten Künstlern aller Art keine angemessene Vergütung; Amazon behält sich vor Ausschüttungen per AGB um 70 Prozent zu kürzen, Netflix zahlt bislang nicht für gespielte Musik. Hier sei neben dem Recht die Förderung gefragt. Hornschuh schlägt Treatment- Förderung, die Förderung von Kollegenlektoren und Writers-Rooms vor und verweist auf einen „fundamentalen Paradigmenwechsel in der Begründung des Kulturförderungsgesetzes NRW von Peter Landmann“¹⁸, nach der das Kulturministerium des Landes eine Verantwortung dafür habe, die Kulturschaffenden zu beschäftigen und demnach auch deren Vergütung zu gewährleisten. Es herrsche dringender Bedarf an einem tiefgreifenden gesellschaftlichen Diskurs. Der Begriff „digitale Kreativität“ sei verfälscht, da die Menschen kreativ seien, nicht die Technik. Von Künstlern werde zu viel verlangt: ständige Erreichbarkeit, Management, Social Media Management etc., was Kreativität einschränke: mehr Freiheit und Vertrauen wären notwendig.

Schiwa Schlei sieht digitale Kreativität mit einer hohen Qualifikation als unverzichtbar an und erläutert: „Digital ist nur der erfolgreich, der digital lebt.“ Dazu gehöre auch der „Mut zum kontrollierten Kontrollverlust“, wenn man in sozialen Netzwerken authentisch und erfolgreich agieren wolle. Weitere Kriterien für den Erfolg als Medienmacher und Contenthersteller seien das Aufstellen als kleine dynamische Unit mit finanziellem Spielraum und ausreichend Personal. Schlei hat beim WDR-Hörfunksender 1LIVE den digitalen Bereich aufgebaut und hätte „Anfang 2005 nicht gedacht, dass ich 2016 noch dafür eintreten muss, wie wichtig dieses Medium ist“, dass es ein eigener Aufspielkanal ist und Ziele sowie (in sich geschlossene) Strategien für unterschiedliche Kanäle benötige. Gleichzeitig werde verkannt, dass es sich nicht nur um ein Medium für junge Leute handele, sondern die Transformation längst vollzogen sei und alle im digitalen Zeitalter angekommen sind. Heute hat die stellvertretende Programm- und Wortchefin beim WDR mit sozialen Netzwerken wie Facebook und Portalen wie YouTube zu konkurrieren, die Urheberrechte ignorieren. Umgekehrt wird beim WDR noch ein crossmedialer Tarifvertrag verhandelt; zurzeit gäbe es beispielsweise keine einheitliche Regelung, wie für das Online-Angebot produzierte Inhalte, die anschließend im Fernsehen laufen, honoriert werden.¹⁹ Um als Unternehmen handlungsfähig zu bleiben, sei es unerlässlich Neuerungen – und damit einhergehende Mechanismen – nicht auszublenden. Diese zu berücksichtigen sei beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk schwierig, da die Flexibilität fehle und bestehende Strukturen kurzfristig erforderliche Umschichtungen verhinderten; auch seien die Zeiten vorbei, wo mit neuen Aufgaben auch zusätzliche Gelder zur Verfügung standen. Schlei regt konkrete Starthilfe für Kreative an, die am Anfang stehen, z. B. mit Räumen und Infrastruktur, denn Förderung erhielten meist erfahrenere Talente. Auch das Entdecken von Talenten sei eine schwierige Aufgabe, da wenig Strukturen vorhanden seien und im hektischen Redaktionsalltag auf bewährte Leute gesetzt werde. Plattformen für Talente wären hilfreich. Ebenso wären Plattformen für Filme denkbar. Ein Katalog reiche nicht, sondern Filme sollten online gestreamt werden können. Mit entsprechenden Bezahlmodellen könnten Forderungen von Produzenten umgesetzt werden. Schlei fragt: „Warum werden neue Vertriebskanäle nicht genutzt?“ Der digitale Rahmen bietet neue Verwertungsmöglichkeiten und kann das Werk mehr Leuten zugänglich machen. Das Digitale habe Probleme vergrößert, doch es gibt auch positive Herausforderungen und Lösungen wie das Generieren von neuen Einnahmequellen.

¹⁸Kulturförderungsgesetz: https://www.mfkjks.nrw/sites/default/files/asset/document/kulturfoerderungsgesetz_kfg_web.pdf

¹⁹ Zum Beispiel für das crossmediale Projekt „Mr. Dicks – Das erste wirklich subjektive Gesellschaftsmagazin, das 2015 den Grimme-Preis in der Kategorie Unterhaltung/Spezial erhielt.

Vierte Werkstatt

„DIGITALER HASS – Maßnahmen gegen Hetze im Netz“



25. Mai 2016 - LANDESVERTRETUNG NRW | BRÜSSEL
DIGITALER HASS
Maßnahmen gegen Hetze im Netz

Worum ging es?

Die vierte Werkstatt im Rahmen der Reihe „Digitale Gesellschaft NRW.EU“ trägt den Titel „DIGITALER HASS – Maßnahmen gegen Hetze im Netz“ und fand statt am 25. Mai 2016 in der Vertretung des Landes NRW in Brüssel.

Falsche Identitäten, mangelnde Empathie, Anonymisierung, Pseudonymisierung, gruppenspezifische Prozesse und ein wachsendes Angebot an Plattformen beschleunigen den Zuwachs an Hate Speech, die sich unter dem Schutz der Meinungsäußerungsfreiheit und dem Recht auf Anonymität bewegt und in Deutschland wegen Volksverhetzung verurteilt werden kann. Laut dem Ende Juni 2016 veröffentlichten Monitoringbericht der Amadeu Antonio Stiftung führen insbesondere Schnelligkeit und Breitenwirkung dazu, dass immer schärfere Ausdrucksweisen entwickelt und verbreitet werden; in der digitalen Kommunikation werden Beleidigungen zur stolzen Selbstbeschreibung²⁰. Im Jahr 2015 sei es Rechten und Rechtsextremisten in zuvor nicht gekannter Weise gelungen, das Netz und dessen Teilhabemöglichkeiten zu nutzen, um ihre Ansichten effektiv in der Masse zu etablieren. Auch 2016 setzte sich diese Entwicklung fort²¹. Dem zu begegnen erfordere eine starke und vor allem digital breit aufgestellte Zivilgesellschaft. Bislang existieren weder eine einheitliche rechtliche Definition noch einheitliche regulierende und sanktionierende Maßnahmen gegen Hate Speech in Europa. Laut einer repräsentativen Umfrage²² des Verbandes eco e. V. von Januar 2016 ist bereits über ein Drittel der deutschen Befragten über 18 Jahre rassistischer Hetze im Internet begegnet, aber rund 67 Prozent ist nicht eine Initiative im Kampf gegen fremdenfeindliche Inhalte im Internet bekannt. Laut einer im Juni 2016 veröffentlichten forsa-Studie²³ der Landesanstalt für Medien (LFM) haben zwei Drittel der Befragten schon einmal Hate Speech bzw. Hasskommentare im Internet gesehen, jeder Vierte (sehr) häufig.

Seit Jahren wird der angemessene Umgang mit dem Thema Hate Speech im Internet kontrovers diskutiert. In einer kleinen Anfrage²⁴ (März 2016) forderten Abgeordnete und die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN konsequente Maßnahmen von der Bundesregierung und den Unternehmen gegen Hate Speech wie das Löschen entsprechender Inhalte, eine effektive Strafverfolgung und Sensibilisierung. Besondere Verantwortung bei der Abwehr von Hate Speech komme den Anbietern von Plattformen, Unternehmen und Internetnutzer(inne)n zu: Anbieter seien in der Pflicht, den

²⁰ Vgl. <https://www.amadeu-antonio-stiftung.de/w/files/pdfs/monitoringbericht-2015.pdf>

²¹ Vgl. [ebenda](#)

²² Vgl. https://www.eco.de/wp-content/blogs.dir/20160210_pm_-umfrage-hate-speech.pdf

²³ Vgl. http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-

[nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medierversammlung/2016/EthikimNetz_Hate_Speech-PP.pdf](http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Medierversammlung/2016/EthikimNetz_Hate_Speech-PP.pdf)

²⁴ Vgl. <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/18/079/1807941.pdf>

Nutzern und Nutzerinnen das Melden von Hate Speech auf einfache Art zu ermöglichen, strafbare Inhalte nach Prüfung schnell und konsequent zu löschen und entsprechende Inhalte an die Strafverfolgungsbehörden weiterzuleiten. Unternehmen müssten sich an gesetzliche Regelungen halten und dürften sich nicht hinter AGBs und „Gemeinschaftsstandards“ verstecken. Expertinnen und Experten aus den Bereichen Wissenschaft, Verwaltung und Politik sowie Akteure von Initiativen und Projekten, die Hate Speech thematisieren, diskutierten in diesem Werkstattgespräch über Maßnahmen zur Sensibilisierung, Bekämpfung und Prävention von Hate Speech:

Welche Aufklärungs- und Meldestrategien sind wirkungsvoll? Wie können diese bekannt gemacht werden? Welches redaktionelle Vorgehen ist angemessen? Welche Qualifizierungsmaßnahmen zum Erkennen und Abwehren von Hate Speech sollten umgesetzt werden? Sollten Strafverfahren und Verurteilungen verstärkt kommuniziert werden? Wie kann eine offene und demokratische Kommunikationskultur gestärkt werden?

Wer diskutierte?



Mechthild Appelhoff,
Leiterin der Abteilung Förderung
der Landesanstalt für Medien NRW,
Vorsitzende des Vorstands des
Vereins Internet-ABC e. V. und
Projektleiterin von Klicksafe



Johannes Baldauf,
Experte für Rechtsex-
tremismus, Antisemitismus
und Verschwörungstheorien
im Internet, koordiniert das
Projekt no-nazi.net bei der
Amadeu Antonio Stiftung



Dr. Steffen Eisentraut,
Referent für Internationales / Senior
Researcher bei jugendschutz.net



Dr. Marc Jan Eumann,
Staatssekretär für Europa und
Medien in Nordrhein-
Westfalen



Dr. Lena Frischlich,
Wissenschaftliche Mitarbeiterin am
Lehrstuhl für Medien- und
Kommunikationspsychologie und
Sozial- und Medienpsychologin an
der Universität zu Köln



Dr. Frauke Gerlach,
Direktorin des Grimme-
Instituts, Geschäftsführerin des
Grimme-Forschungskollegs an
der Universität zu Köln
Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Daniela Hansjosten,
Jugendschutzbeauftragte RTL
online, RTL Nitro in der
Mediengruppe RTL Deutschland,
stellvertretende
Vorstandsvorsitzende von JusProg
e. V., Vorstandsmitglied der
Freiwilligen Selbstkontrolle
Multimedia e. V.



Paul F. Nemitz,
Direktor für Grundrechte und
Unionsbürgerschaft in der
Generaldirektion Justiz und
Verbraucher der Europäischen
Kommission



Sami David Rauscher,
Projektmanager des No Hate
Speech Movements Deutschland
bei den Neuen deutschen
Medienmachern, entwickelt die
Social Media Aktivitäten der
Kampagne.



Aycha Riffi,
Leiterin des EU-Projekts
BRICKs (Building Respect on
the Internet by Combating
Hate Speech) und des Referats
Grimme-Akademie.
Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Moderation: **Anja Würzburg,**
NDR-Redaktionsleiterin
Foto: NDR

Welche Ergebnisse gab es?

Dr. Marc Jan Eumann unterstreicht in seiner Begrüßung die Aktualität und Brisanz des Themas Hate Speech und Ethik im Netz: Noch am selben Tag (25.5.) fanden in Brüssel Gespräche zum Digitalen Binnenmarkt statt, zu denen die Gruppe Medienkompetenz zwei Vorschläge präsentierte, sodass dies ein wichtiger und spannender Tag sei. Druckfrisch liefere die EU den Entwurf zum europäischen Code of Conduct. Zudem widme sich ein Parlamentarisches Frühstück der Amadeu Antonio Stiftung dem Thema „Löschen, Anzeigen oder Kommentieren? Umgang mit digitaler Hate Speech gegen Abgeordnete?“ (Juni 2016). Eumann verweist auf gut aufgestellte Projekte und Aktionen zum Eindämmen von Hassreden. Dazu gehört auch das Informieren über das Strafmaß für Hassreden und der Verweis auf Handlungsmöglichkeiten von der Stiftung Warentest.²⁵ Demnach liegt die Geldstrafe für einen Hasskommentar wie „Merkel muss öffentlich gesteinigt werden“ bei 2.000 Euro und ein Satz wie „So gesehen haben die Juden am Holocaust des 2. Weltkrieges auch selber schuld. Vor allem die im Warschauer Ghetto...“ bei 5.000 Euro. In NRW bietet die Polizei die Möglichkeit, gegen solche Inhalte online Strafanzeige zu stellen. Der Staatssekretär für Europa und Medien in Nordrhein-Westfalen bekräftigte: „Jede Spielregel in der analogen Welt muss auch in der Digitalen Welt gelten“. Bislang gebe es Unterschiede zwischen Recht haben und Recht bekommen. Eumann warb um Verständnis für die Politik in der digitalen öffentlichen Onlinekommunikation, die „im Vorwärtsgen lernen“. Der Versuch von Onlinekonsultationen erzielte nicht das gewünschte Ergebnis, doch das jüngste NRW-Barcamp²⁶ erhielt vielversprechende Resonanz. Daher solle von einem „Bashing“ gegen Politiker abgesehen werden.

Paul F. Nemitz berichtete, dass laut Studien der Agentur der Europäischen Union für Grundrechte Antisemitismus und Hass auf Islam zunehmen²⁷. Dieser Trend habe schon „deutlich vor der Flüchtlingskrise“ eingesetzt. Aus einem EU-Grundrechtokolloquium im Oktober 2015 zum Thema Antisemitismus und Islamophobie²⁸ ist ein Dialog mit den großen Internetplattformanbietern Google,

²⁵ Vgl.

<https://www.facebook.com/stiftungwarentest/photos/a.10150147181713332.346613.128592903331/10154838513143332/?type=3&theater>

²⁶ BarCamp zum Thema „Netzpolitik“, vgl. <http://www.netzpolitikcamp.de/>

²⁷ Vgl. http://fra.europa.eu/sites/default/files/fra-2013-discrimination-hate-crime-against-jews-eu-member-states_de.pdf

²⁸ Vgl. <http://ec.europa.eu/justice/events/colloquium-fundamental-rights-2015/>

Facebook, Twitter und Microsoft hervorgegangen mit dem Ziel, dass diese Verantwortung wahrnehmen und Hasskommentare bzw. rechtswidrige Inhalte, wie Aufrufe zur Gewalt oder Volksverhetzung, löschen. Nemitz berichtete, dass der Dialog teilweise parallel zu dem Dialog des Bundesjustizministers Heiko Maas lief (der Task Force „Umgang mit rechtswidrigen Hassbotschaften im Internet“²⁹) und durch die mangelnde Transparenz der Firmen schwierig war. Ergebnis war eine Übereinkunft zu einem freiwilligen europäischen Code of Conduct³⁰ (Verhaltenskodex). Parallel dazu entwickelt sich die Gesetzeslage: Die EU-Kommission weitet die Richtlinien für audiovisuelle Medien auf Internetdienstleistungen aus und diskutiert, ob die Haftungsprivilegierung in der E-Commerce-Richtlinie für Internetfirmen bestehen bleibt. Nemitz betonte: „Es geht hier am Ende nicht nur um Wettbewerb, den Binnenmarkt und wirtschaftliche Gesichtspunkte im Werbemarkt. Es geht hier auch um die Funktionsfähigkeit von Demokratie und die private Finanzierung von Pluralität in der Presse“. Um Hass im Internet zu bekämpfen, müsse man der Motivation von Menschen, die etwas ausdrücken und ändern wollen, Wege zeigen, wie sie sich in der Demokratie für Änderung engagieren können. Denn für Nemitz ist „dieser Hass eine Manifestation von Frustration in Bezug auf Änderungsmöglichkeiten“. Es sei zu klären: „Wie kriegen wir Menschen dazu, sich wieder konstruktiv in die Demokratie einzubringen und zu engagieren und was trägt das Internet dazu bei? Was sind die Potentiale, die noch nicht gehoben sind oder gibt es auch neue durch das Internet hervorgerufene Probleme?“ Gegen Fremdenfeindlichkeit und Rassismus habe die EU 2008 mit dem Rahmenbeschluss³¹ eine verbindliche Rechtsgrundlage für alle EU-Länder geschaffen. Gegen die Länder, die diesen noch nicht umgesetzt haben, werden Vertragsverletzungsverfahren begonnen, damit diese die Gesetze verankern und anwenden.

Auch die großen Internetfirmen sind an das Recht gebunden und müssten stärker in die Verantwortung genommen werden. Diese seien extrem profitabel (mit Ausnahme von Twitter), externalisierten die Kosten für die Gesellschaft, internalisierten die Profite und verlangen, dass die Gesellschaft sie durch Notice and Take-Down-Verfahren auf Probleme aufmerksam macht. Durch von den Firmen mitverursachten Kosten müsste die Europäische Kommission und Bundesregierung Subventionen an Zivilgesellschaften für Notice-Verfahren zahlen. Nemitz vermutet, dass die großen Unternehmen zum Zweck der eigenen Profitabilität, etwa im Rahmen der kontextbezogenen Werbung, Programme einsetzen, die bereits Ironie von Hassreden trennen können und die Firmen sollten anhand der automatisierten Kontexterkenkung Hate Speech selbständig löschen. Die Firmen übernehmen jedoch keine Verantwortung, veröffentlichen keine Zahlen über Hassreden, nennen keine Kriterien, warum sie manche Inhalte löschen und andere nicht. Im Code of Conduct, den Nemitz vorstellt, ist dies nicht verzeichnet. Dieser beruht auf Freiwilligkeit. Nemitz fordert auf, zu beobachten, ob sich nach Veröffentlichung das Verhalten der Firmen ändert. Geschieht dies nicht, kann es passieren, dass eine Diskussion über eine Änderung des Haftungsprivilegs erneut geführt werde.

²⁹ Vgl. Ergebnispapier:

http://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/Artikel/12152015_TaskForceErgebnispapier.pdf?__blob=publicationFile&v=1

³⁰ veröffentlicht am 31. Mai 2016, vgl. http://ec.europa.eu/justice/fundamental-rights/files/hate_speech_code_of_conduct_en.pdf

³¹ Rahmenbeschluss zur strafrechtlichen Bekämpfung bestimmter Formen und Ausdrucksweisen von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=celex:32008F0913>, Zusammenfassung mit letzter Änderung 2014 zur Nichtumsetzung <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=LEGISSUM:I33178>, zur Umsetzung in Deutschland, wo mit einem Zusatz auch Hassreden gegen Einzelne berücksichtigt werden vgl. <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/031/1703124.pdf>

Daniela Hansjosten von der Mediengruppe RTL erklärte, dass dort Hate Speech sehr punktuell stattfände. Bestimmte Formate förderten extreme Positionen in Form von Hassreden, etwa „Deutschland sucht den Superstar“ oder „Schwiegertochter gesucht“. Nachrichtenseiten seien ebenfalls von Hate Speech betroffen, insbesondere die Themen Politik und Ausländerfeindlichkeit. Die Jugendschutzbeauftragte bei RTL online und RTL Nitro in der Mediengruppe RTL Deutschland erklärte, das Unternehmen steuere mit „vielen und gut greifenden Maßnahmen“ gegen Hate Speech an, strafrechtlich relevante Inhalte etwa würden innerhalb von 24 Stunden gelöscht.



Die Unkenntnis des Unterschieds zwischen Meinungsfreiheit und Hate Speech sei eines der größten Problemfelder, daher unterstütze RTL über die Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter Maßnahmen und Initiativen gegen Hate Speech im Bildungsbereich mit Medialeistung.

Bedrohlich für die Gesellschaft sei der Einsatz von hasserzeugenden Social Bots. Laut eines FAS-Artikels³² gibt es weltweit allein bei Facebook geschätzt 15 Millionen Bot-Accounts, welche die politische Meinung formen und extrem gefährlich werden können. Während der Krimikrise und danach posteten Twitter-Bots täglich durchschnittlich 60.000 Tweets mit rechtsextremer Propaganda. Hansjosten meint, Maßnahmen wie Counter Speech funktionierten nur bei moderierten Seiten, nicht, wenn nur ein Monitoring stattfindet. Sie fordert u. a. von Politikern Anreize für Unternehmen für den Einsatz und die Entwicklung automatisierter Programme zum Entdecken und Löschen von Social Bots.

Dr. Lena Frischlich untersucht derzeit in Zusammenarbeit mit der Forschungsstelle Terrorismus / Extremismus des Bundeskriminalamtes in einem vom Bundesinnenministerium finanzierten Projekt Counter Speech. Frischlich führte aus, dass wissenschaftliche Erforschung von Hate Speech wichtig sei, da gewisse Wahrscheinlichkeit für menschliches Verhalten vorhergesagt werden könne. Die Prognosen seien zwar zeitverzögert zur Praxis und wirkten manchmal zu langsam für die Politik, aber es könnten Entwicklungen vorhergesehen werden, wenn sie noch nicht akut gefährlich sind. So geschehen 2011, als Frischlich mit einem Team begann, zu extremistischer und religiöser Propaganda zu forschen als es in den Medien hieß, dass rechtsextreme Gewalt in Deutschland nicht mehr existiere und radikaler Islamismus nur mit Al Kaida verknüpft sei. Damals erklärte das Forschungsteam, dass eine spezifische Form von Extremismus in nur einer Kultur oder einer Gruppe hochgradig unwahrscheinlich sei. Für einen gesellschaftlichen Diskurs sind Partner aus Politik und der Implementierungspraxis gefragt, um Ergebnisse „aus dem Elfenbeinturm herauszuholen und einen Austausch auf allen Ebenen“ zu erreichen. Bei Gruppendynamischen Prozessen sei eine Abgrenzung im Sinne von „wir gegen die“ schwierig und verhindere eine Lösung. Dies geschehe nicht nur bei Hate Speech-Absendern, sondern kann auch auf der Gegenseite passieren. Je stärker die Fronten aufgebaut werden, desto eher findet moralische Abwertung des anderen statt und desto schwieriger wird Toleranz. Manche Aussagen

³² Vgl.: <http://www.faz.net/aktuell/politik/automatisierter-hass-im-netz-dank-software-robotern-14245829.html> [letzter Abruf am 20.7.2016]

müssten klar von dem Tolerierbaren abgegrenzt werden, doch insgesamt sei eine dialogorientierte Kultur vielversprechender.

Mechthild Appelhoff von der Landesanstalt für Medien (LfM) hob hervor, dass, das Thema Hate Speech in all seinen inhaltlichen Facetten so umfassend sei, dass es sich anböte, dass Institutionen die zu diesem Thema sensibilisieren und qualifizieren möchten, miteinander kooperieren und sich in ihrem Handeln vernetzen. Die LfM setze auf den Schwerpunkt: „Courage zeigen – aber sicher“. So hat die LfM Ende 2015 unter dem Hashtag #nohatespeech den Appell „Für Meinungsfreiheit – gegen Hetze im Internet“ ins Leben gerufen. Die LfM und die in ihre Medienkommission entsandten Mitglieder versammelten dabei viele Hundert Vertreter gesellschaftlicher Gruppen und Institutionen, Politiker und Bürger aus NRW als Unterzeichner. Ihre gemeinsame Forderung: „Diskriminierende, hetzerische, rassistische und hasserfüllte Kommentare dürfen nicht als Teil des legitimen Meinungsspektrums bagatellisiert werden.“ Aufgegriffen wurde #nohatespeech auch vom TV-Lernsender nrwision. Dort sei eine ganze Sammlung von Videostatements entstanden, in denen Medienmacher und Prominente, von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft bis Fußballer Gerald Asamoah, ihr persönliches Zeichen gegen Hetze im Internet setzen. An dieser Aktion könnten sich auch weiterhin alle Bürger beteiligen, indem sie den Appell online unterzeichnen – oder ein eigenes Video erstellen. Darüber hinaus würden zur Zeit alle medienpädagogischen Projekte und Initiativen der LfM, wie „Medienscouts NRW“, „klicksafe“ und „handysektor“ und Tagungen wie die Medienversammlung quasi in die Pflicht genommen, zur Aufklärung in Sachen Hate Speech beizutragen. Sie richteten sich an Fachkräfte, Eltern und Jugendliche, geben Empfehlungen für die medienpädagogische Arbeit mit Jugendlichen, stellen Gegenstrategien vor und informieren über Aufklärungsmaterialien und Initiativen. Darüber hinaus flößen die Ergebnisse der von der LfM geförderten Forschungsprojekte zu diesem Thema direkt in die pädagogische Arbeit der Projekte ein. Mechthild Appelhoff: „Wir möchten, dass Hate Speech erkennbar wird – und zwar nicht nur die klaren offensichtlich rassistischen Kommentare, sondern auch in ihren subtilen Spielarten.“

Johannes Baldauf von der Amadeu Antonio Stiftung berichtete, dass Hate Speech schon länger existiere, aber erst letztes Jahr von der Öffentlichkeit richtig wahrgenommen wurde. So seien viele neue Aktionen gegen Hassreden wie die von Facebook initiierte OCCI (Online Civil Courage Initiative, Initiative für Zivilcourage online), bei der u. a. die Amadeu Antonio Stiftung Mitglied ist, eine Antwort auf den öffentlichen Diskurs. Die Initiative soll auf einer europäischen Ebene funktionieren und startete mit einer CounterSpeech-Tour als PR-Maßnahme und Workshops in Deutschland. Baldauf differenziert zwischen Gegenrede (Counter Speech) und Gegen-Narrativ. Die Gegenrede argumentiere „mit Fakten gegen Vorurteile“, Gegen-Narrative stützen sich bisher auf „leere Begriffe wie Demokratie, Vielfalt, Toleranz“ oder „wir sind bunt statt braun“. Gegenrede sei „in ihrer Wirkmacht sehr begrenzt“, da „Leute mit einem geschlossenen ideologischen Weltbild mit solchen Maßnahmen nicht mehr erreichbar sind“. Auch Gegen-Narrative „sind richtig und schön, aber haben überhaupt keinen Wert“, da sie in der bisher angewandten Form niemanden überzeugen. Rechtsextreme Narrative funktionieren emotional und seien rational nicht zugänglich. Daher seien neue positive Gegen-Narrative nötig, die besser funktionieren als emotional leere Worthülsen wie Demokratie und Toleranz. Gefragt sei Expertise, denn Rechtsextremismus ziele auf die Mitte der Gesellschaft und werde immer subtiler, um sich weiterhin auch in großen sozialen Netzwerken bewegen und dort die breite Masse ansprechen zu können. Die Grenze zu ziehen und das Erkennen werde immer schwieriger. Rechte Hetze im Netz ist Ausdruck eines gesellschaftlichen Problems. Im Zuge der Task Force sei diese Dimension leider wenig bis gar nicht berücksichtigt worden. Das Netz ist das wichtigste Propaganda-Medium für den Rechtsextremismus. Große Unternehmen wie Facebook verdienen durch jeden Nutzer, auch durch rechtsextreme. Ihnen sei aufzuzeigen, dass sie vom Ausschluss rechtsextremer Gruppen langfristig profitieren durch einen anderen Mehrwert. Die Unternehmen müssten auch eine größere Expertise aufweisen. Die Regelwerke

zum Löschen entsprechende Inhalte sind in großen Unternehmen wie Google und Facebook vorhanden, nur umgesetzt werden müssen sie – im Einklang mit deren wirtschaftlichem Interesse. Zum öffentlichen Umgang erklärte Baldauf, es sei positiv, Hass zu exponieren, etwa in Form von Hate Poetry, doch das Herausstellen Einzelner mit Verweis auf den Arbeitgeber und ihnen die Existenzgrundlage zu rauben, wie etwa durch „Perlen aus Freital“, bewege niemanden zum Umdenken. Begrüßenswert seien zwar Algorithmen zum Erkennen von Hate Speech, letztlich müsste jedoch ein Mensch entscheiden, was gesellschaftlich erwünscht ist, um die Definitionsmacht nicht aus der Hand zu geben. Gefragt ist laut Baldauf wesentlich mehr Expertise.

Dr. Steffen Eisentraut setzt bei jugendschutz.net auf einen mehrdimensionalen Ansatz gegen Cyber Hate: erstens mittels Grenzen setzen bei Verstößen durch Maßnahmen wie z. B. das Kontaktieren von Providern, die zur Löschung von Inhalten aufgefordert werden, zweitens Aufklärungsarbeit und Sensibilisierung in Form von Handreichungen und Workshops und drittens Kooperation mit Anbietern, staatlichen Stellen, Selbstkontrolle-Einrichtungen und internationalen Netzwerken. Strafrechtliche Inhalte werden zunächst an die Provider gemeldet und so auf eine zeitnahe Löschung hingewirkt. Das durch tägliches Monitoring erworbene Wissen stellt jugendschutz.net dem Support der Unternehmen zur Verfügung und bietet Unterstützung für das Optimieren von Meldeverfahren und Content Guidelines an. Eisentraut berichtete, dass 2002 jugendschutz.net mit der niederländischen Magenta-Stiftung das „International Network Against CyberHate“ (INACH) gründete, um Hassreden im Internet transnational anzugehen. Inzwischen gehören dem Netzwerk Partner u. a. aus Israel oder aus den USA an. Seit Januar 2016 analysieren sechs INACH-Mitglieder – neben jugendschutz.net sind das Organisationen aus Belgien, Frankreich, Holland, Österreich und Spanien – im Rahmen des EU-Projekts „Research – Report – Remove: Countering Cyber Hate Phenomena“ verschiedene Formen von Hate Speech im Internet und entwickeln ein systematisches Melde- und Monitoringverfahren, um Hass-Botschaften effektiver zu bekämpfen. Dies sei eine komplexe Aufgabe, da die rechtliche Situation in den Ländern unterschiedlich ist. So haben bspw. erst 13 der 28 EU-Staaten die im EU-Rahmenbeschluss vereinbarte strafrechtliche Verfolgung von Holocaustleugnung umgesetzt.³³ INACH möchte die Erkenntnisse aus dem Projekt der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen und Handlungsempfehlungen entwickeln. Eine zentrale Online-Beschwerdestelle soll es Usern ermöglichen, diskriminierende Inhalte länderübergreifend und auch mobil zu melden. Kontinuierliches Monitoring und Analyse von Phänomenen sollen dazu beitragen, eine Art europäisches „Frühwarnsystem“ für Cyber Hate zu entwickeln.

Sami David Rauscher stellt die Jugendkampagne des Europarats No Hate Speech Movement vor, welche die Neuen deutschen Medienmacher, gefördert vom Bundesfamilienministerium, in Deutschland ab Mitte 2016 koordinieren. Die Bewegung, bei der sich Jugendliche europaweit gegen Hassreden einsetzen, richtet sich nicht an ein Fachpublikum, sondern soll eine „Brücke bauen zum einfachen Internetnutzer, der sich mit einzelnen Problemen nicht umfassend auskennt oder weniger Zeit hat“. Ihm soll die Möglichkeit gegeben werden, schnell und einfach Inhalte zu teilen, mitzudiskutieren und mitzuteilen, dass er gegen Hass im Netz ist. Rauscher führt aus: „Es soll am Ende stehen, dass wir viele sind. Wir sind laut und freundlich und wollen das Netz zurückerobern“. Auf der

³³ Vgl. Factsheet zum ersten jährlichen EU-Grundrechtokolloquium [http://europa.eu/rapid/press-release MEMO-15-5739_de.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-15-5739_de.htm). (Auch laut Pressemitteilung der Europäischen Kommission, Januar 2014: „In 20 Mitgliedstaaten sind insbesondere die nationalen Vorschriften gegen die Leugnung, Billigung oder gröbliche Verharmlosung bestimmter Verbrechen - wie z. B. von Verbrechen gegen die Menschlichkeit - nicht ausreichend.“ [http://europa.eu/rapid/press-release IP-14-75_de.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-75_de.htm) – was ergeben Gespräche mit den Ländern, die dies nicht umsetzen?)

deutschen Website wird es „Erste-Hilfe-Tools“ im Bereich „Kontern“ geben mit Bildern, Sprüchen und Videos, aufgeteilt in Antidiskriminierungssparten von Antiziganismus bis Homophobie, einen Aktionskalender mit Veranstaltungen gegen Hate Speech in Deutschland und einen Informationsbereich mit Grundlagenwissen. Ein Komitee aus Experten, Akteuren und Vertretern aus der Zivilgesellschaft unterstützt die Kampagne und soll eine zentrale Anlaufstelle bieten. Die Neuen deutschen Medienmacher wollen dabei weniger auf das Strafrecht pochen, sondern sich für Menschenwürde, Ethik und Moral einsetzen. Am EU-weiten Aktionstag gegen Hate Crime am 22. Juli wird die Website online gehen. Im Verlauf der Diskussion erklärte Rauscher: „Um Hasskriminalität zu bekämpfen, ist es wichtig, nicht der Taktik des „Whataboutism“ zu verfallen. Natürlich gibt es sowohl rechts- als auch linksextreme Gewalt, doch das eine rechtfertigt nicht das andere“.

Aycha Riffi präsentierte das EU-Projekt BRICKS (Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech)³⁴. Beteiligt sind neben dem Grimme-Institut fünf Partner aus Italien, Spanien, Tschechien und Belgien, die Laufzeit ist von 2014 bis November 2016. Riffi berichtet, dass sie im ersten Projektteil mit ihrem Team auf professionellen Medienseiten wie „Zeit online“ oder „tagesschau.de“ nach Hate Speech und Themen, bei denen sich Leute dazu aufgerufen fühlten, Hasskommentare zu produzieren, recherchierte. Zugleich untersuchten sie, wie Medienprofis, z. B. Social Media Manager, mit Hasskommentaren umgehen und führten Interviews über Reaktionsmöglichkeiten. Der zweite Teil umfasste das Entwickeln von Workshops für Schulen und Jugendzentren, um über Hate Speech zu informieren, zu sensibilisieren und sich über Strategien auszutauschen. 150 Stunden an Workshops sollten angeboten werden, um schließlich ein Online-Toolkit mit einem Programm und Informationen als Arbeitsinstrument zu veröffentlichen für Interessierte, die mit Jugendlichen arbeiten. Die Leiterin des Referats Grimme-Akademie verwies darauf, dass es sich nicht um ein wissenschaftliches Forschungsprojekt handelt, den Schwerpunkt Hate Speech und nicht Cybermobbing hat. Die Übergänge seien fließend, meistens fände Cybermobbing lokal begrenzt statt, Mobber und Gemobbter kennen sich. Bei Hate Speech kann der Adressat fremd sein. Ziel von BRICKS war es zudem, die positiven Aspekte von Social Media-Angeboten hervorzuheben. Riffi berichtete: „Unsere Erfahrungen aus dem ersten Teil des Projekts sind, dass es mehr Hassreden gibt und sich der Grad des Hasses verändert hat. Vor dem Sommer 2015 richteten sich Hassreden überwiegend gegen Muslime, Ausländer, ethnische und religiöse Minderheiten und Frauen. Seit dem Frühsommer 2015 galt Hate Speech insbesondere Flüchtlingen, Journalist(inn)en und Menschen, die sich für Flüchtlinge engagieren. Auch in Europa wurde der quantitative und qualitative Zuwachs beobachtet“. Die Hassreden richteten sich an die jeweiligen Minderheiten des Landes, sodass etwa in Tschechien häufiger als in Deutschland Sinti und Roma attackiert wurden. Medienprofis empfehlen strafrechtlich Relevanten zu melden und zu löschen. Hetzende Kommentatoren, die nicht strafrechtlich belangt werden können, sollten nur in letzter Konsequenz gesperrt und gelöscht werden. Stattdessen empfehlen die Experten striktes Moderieren in einem einheitlichen Stil, was entsprechendes Personal erfordere. Darüber hinaus seien wichtig: Netiquette, Regeln und insbesondere ein gutes Verhältnis zur eigenen Online-Community, da diese sehr viel übernehmen kann. Damit Einzelne Courage zeigen und widerreden können, muss ein unterstützendes Umfeld vorausgesetzt werden. Beim Aufstellen von Richtlinien ist das jeweilige Social Media-Format zu berücksichtigen. Hate Speech sei nicht immer eine klare strafbare Äußerung. Riffi stieß an, darüber nachzudenken, welche Strategien wirklich sinnvoll und wirksam sind, zum Beispiel: „Darf man Hater hatern? Wo fangen Strategien an, problematisch zu werden?“

³⁴ Vgl. <http://www.bricks-project.eu/wp/about-the-project/>, Ergebnisse aus den jeweiligen Ländern: <http://www.bricks-project.eu/wp/national-studies/>

Dr. Frauke Gerlach verwies auf die Eigenverantwortung der Medien: Das Grimme-Institut und der Grimme-Preis z. B. wurden in den sechziger Jahren durch die Erfahrungen im Dritten Reich auch als gesellschaftliche Gegenmittel der Medienbildung ins Leben gerufen, um darauf aufmerksam zu machen, was Massenkommunikation bewirken kann und wie deren Mechanismen funktionieren. Gerlach zitierte „frei nach Habermas: Medien sind Mittel zur Desinformation, nicht zur Information“ und daher sei es auch wichtig, zu bilden und aufzuklären. Neben der Verantwortung, die auch der zivilen Gesellschaft mit unterschiedlichen Möglichkeiten gegen Hate Speech zukomme, sei in der politischen Dimension zu beobachten, dass Hate Speech dort bei einigen Gruppen auf fruchtbaren politischen Boden falle und „die Wirkmechanismen wirklich beunruhigend sind“. Die neue Rechte in



Paul Nemitz (l.) mit Dr. Marc Jan Eumann (r.) in der 4. Werkstatt. Foto: Monika Elias / Grimme-Institut

Europa habe eine besorgniserregende Dimension erreicht. Hinzu komme die große Verantwortung der Medien. Gerlach stellte fest, dass diese „horizontal und vertikal immer über dieselben Themen berichten“. Dadurch entstehe im Moment der Eindruck, dass die Meinungsbildner oder -führer aus dem rechten Milieu stammen und die Demokratie in einer tiefen Krise mit einer unwirksamen großen Koalition sei. Die Direktorin des Grimme-Instituts plädierte für eine größere Vielfalt in den Medien. Sie plädiert für sprachliche Genauigkeit, beispielsweise bei der überstrapazierten Debatte über Zensur: Wenn Inhalte von zivilen Personen oder Firmen gelöscht werden, ist dies keine Zensur und deshalb darf

z. B. Hate Speech selbstverständlich gelöscht werden. Zensur ist, wenn der Staat eingreift und die Meinungsfreiheit der Bürger und Bürgerinnen beschneidet. Politisch fordert Gerlach mehr Restriktionen, um zu zeigen, wie wehrhaft auch eine Demokratie ist. Mehr Klagemöglichkeiten für Verbraucher seien manchmal wünschenswert, da dies schmerzhaft für Akteure wäre. Verbraucher könnten bestimmte Firmen boykottieren, auch wenn sie nicht die Illusion habe, dass z. B. Facebook darauf reagieren würde. Sie fordere kein „Digitales Vermummungsverbot“, doch viele Probleme gebe es nicht, wenn Täter mit ihrem Klarnamen erkennbar wären.

In ihrem Schlusswort resümierte Gerlach: „Im Netz spiegelt sich die gesellschaftliche Situation: Europa ist sehr schnell gewachsen und wir brauchen nun eine integrierende Zivilgesellschaft. Genauso wie das Internet kein rechtsfreier Raum ist, gibt es in unserer Gesellschaft Werte und Spielregeln, an die es sich zu halten gilt. Dadurch wird die Gesellschaft nicht gewaltfrei, aber das Bewusstsein wird geschaffen, auch durch Präzedenzfälle“. Zudem lobte Gerlach die unterschiedlichen Akteure und Maßnahmen gegen Hate Speech. Ferner appellierte sie an die großen Internetunternehmen, nicht für einen digitalen, radikalen Kapitalismus, der sich im Social Community Gewand tarne, gesellschaftliche Werte zu untergraben. Zum Schluss rief sie die Medien dazu auf, vielfältiger zu berichten und auch gesellschaftlichen Kräften für ihr Engagement eine Bühne zu bieten.

Abschlussveranstaltung „DIGITALER WANDEL – Fazit und Impulse der Veranstaltungsreihe DIGITALE GESELLSCHAFT NRW.EU“,
28. September 2016



28. September 2016 - LANDESVERTRETUNG NRW | BRÜSSEL

DIGITALER WANDEL

Fazit und Impulse

Hintergrund

Am 28. September 2016 fand die Abschlussveranstaltung zur Veranstaltungsreihe DIGITALE GESELLSCHAFT NRW.EU in der Landesvertretung in Brüssel statt. Ziel dieser Abschlussveranstaltung war es,

- die Ergebnisse der vier Werkstätten zu bündeln,
- jüngste Entwicklungen in die Diskussion einzubeziehen,
- Bewertungen und Ausblicke auf zukünftige Entwicklungen zu geben.

Im Zentrum der Diskussion standen die in den vier Werkstätten behandelten Themenfelder (Wertschöpfung, Kreativität, Partizipation und problematisch-kritische Kommunikationsformen in der digitalen Gesellschaft) sowie ihre politische Gestaltbarkeit. Auch in den Impulsen sollte auf die Werkstattthemen Bezug genommen werden (Leitfrage „Welches sind aus Ihrer Sicht die politisch wichtigsten dokumentierten Ergebnisse der Werkstätten?“). Durch die Einbeziehung von weiteren externen Impulsgebern und durch Bezugnahme auf die dokumentierten Aussagen aus den vier Werkstätten sollten Kernaussagen verdichtet werden. Die Abschlussveranstaltung verband Impulse und Diskussionen mit anwesenden Expert(inn)en und Stakeholdern sowie Vertreter(inne)n aus der EU und Landespolitik.

Wer diskutierte?



Dr. Marc Jan Eumann,
Staatssekretär für Europa und
Medien in Nordrhein-Westfalen



Dr. Frauke Gerlach,
Direktorin des Grimme-Instituts,
Geschäftsführerin des Grimme-
Forschungskollegs an der
Universität zu Köln
Foto: Georg Jorczyk / Grimme-Institut



Ruth Hieronymi,
CDU-Politikerin, bis 2009 Mitglied
des Europäischen Parlaments, seit
2009 Vorsitzende des WDR-
Rundfunkrats
Foto: WDR-Pressestelle / Fotoredaktion_JD



Petra Kammerevert,
SPD-Politikerin, seit 2009
Mitglied des Europäischen
Parlaments
Foto: FKPH



Alexander Graf Lambsdorff,
FDP-Politiker, Mitglied des
Europäischen Parlaments, seit
2014 stellvertretender Präsident
des Europäischen Parlaments
Foto: <http://www.europarl.europa.eu>



Paul F. Nemitz,
Direktor für Grundrechte und
Unionsbürgerschaft in der
Generaldirektion Justiz und
Verbraucher der Europäischen
Kommission



Moderation: **Anja Würzburg,**
NDR-Redaktionsleiterin
Foto: NDR

Welche Ergebnisse gab es?

Nach der Begrüßung durch Staatssekretär Dr. Marc Jan Eumann nahmen die Expertinnen und Experten in vier Impulsvorträgen mit anschließender moderierter Diskussion auf die vier Werkstätten Bezug und stellten Handlungsbedarfe und Herausforderungen heraus.

Alexander Graf Lambsdorff veranschaulichte in seinem Impuls, wie sich derzeit Demokratie in Europa verändere, wie die Digitalisierung die Gesellschaft beeinflusse und welche Aufgaben die Digitalisierung zu bewältigen habe. Die Digitalisierung werde das „Rückgrat künftigen Wirtschaftswachstums“ bilden und es sei zu klären, wie sie für das Wachstum, insbesondere in Industrie und Handwerk, nutzbar gemacht werden könne. Insgesamt schreite die Anpassung auf Entwicklungen und Bedarfe durch die Digitalisierung zu langsam in der Politik voran, etwa in den Bereichen disruptiver Geschäftsmodelle, Geoblocking, Netzausbau und Urheberrecht.

Petra Kammerevert gab in ihrem Impuls „Gute Medienregulierung in der EU“ einen Überblick über den Berichtsentwurf zur EU-Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste (AVMD), den der im Europäischen Parlament federführende Kulturausschuss im September veröffentlicht hat, und zog Bilanz über das vergangene Jahr. Die Digitalisierung sei aus dem „politischen Dornröschenschlaf“ erwacht und der politische Diskurs endlich auf dem richtigen Weg. Kammerevert hob hervor, dass die Vorschriften „keine flächendeckende Kontrolle des Internets“ etablieren und auch Netzneutralität nicht beschränken solle.

Ruth Hieronymi thematisierte die spezifischen Bedarfe der digitalen Gesellschaft im Unterschied zum digitalen Binnenmarkt. Während der Binnenmarkt an Marktrelevanz orientiert sei, komme bei der digitalen Gesellschaft der kulturelle Aspekt hinzu, was für diese die Balance zwischen wirtschaftlichen und kulturellen Interessen erfordere. Fraglich sei die Verantwortlichkeit. Die EU – zuständig für den Binnenmarkt – besitze nur geringfügige Kompetenzen für den kulturellen Bereich. In Deutschland wiederum ist die Zuständigkeit noch einmal geteilt zwischen Bund und Länder. Jetzige Aufgabe der für die Kultur in Deutschland und Europa Verantwortlichen sei es zudem, intensiv zu überprüfen, welche Folgen die Umsetzung von CETA für die europäische Kulturwirtschaft haben werde. Hieronymi ermutigte „nachdrücklich zur Fortsetzung“ der Veranstaltungsreihe.

Paul F. Nemitz ging auf die Dualität der Digitalisierung und des Internets ein: Medienpluralität existiere ebenso wie der Zugriff des Staats auf Medien, der theoretische Vielfaltsgewinn untergrabe derzeit den Qualitätsjournalismus. Neben Vorteilen des Informationszugangs gebe es Risiken für die Demokratie, Grundrechte und Rechtstaatlichkeit. Gründe für Populismus seien evtl. auch durch Medien bedingt und die Tendenzen setzten sich fort. Zu diskutieren seien daher große Fragen der Zukunft, mit deren Umsetzung sich der Code of Conduct befasse. Neben Regulierungsfragen müssten u. a. auch Zuständigkeitsfragen, Inhaltsverantwortung, Umgang mit Hass und steigender Gewalt geklärt werden.

Audiobeiträge der Abschlussveranstaltung und schriftliche Impulse von Ruth Hieronymi und Petra Kammerevert sind abrufbar unter <http://www.digital-nrw.eu>