

Begrüßung Thomas Fuchs, Direktor der Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein (MA HSH), anlässlich des Sommerlichen Empfangs der MA HSH am 4. Juli 2018 im Landeshaus in Kiel

- *Es gilt das gesprochene Wort!* -

Sehr geehrter Herr Ministerpräsident,
sehr geehrter Herr Minister Buchholz,
sehr geehrter Herr Senator Brosda,
sehr geehrte Abgeordnete des Schleswig-Holsteinischen Landtags und der Hamburgischen Bürgerschaft,

meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich freue mich, dass Sie so zahlreich zu uns gekommen sind, und begrüße Sie alle herzlich zur

Medienpolitischen Stunde im Rahmen des diesjährigen Sommerlichen Empfangs der MA HSH.

Das Timing dieser medienpolitischen Stunde könnte besser nicht sein:

Wie Sie alle wissen, hat die Rundfunkkommission nun einen Vorschlag für einen Modernisierungsstaatsvertrag oder Medienstaatsvertrag auf den Weg gebracht, der unsere Branche in den nächsten Wochen intensiv beschäftigen wird. Ich freue mich sehr darauf, gleich vom Ministerpräsidenten dazu einige Impulse zu hören.

Ein wesentliches Element dieser neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen für das deutsche Mediensystem ist - neben Regelungen zur Plattformregulierung oder zum Rundfunkbegriff -, dass erstmals sogenannte Informationsintermediäre Gegenstand der

Medienregulierung werden. Dies ist Ausdruck der Erkenntnis, dass diese Intermediäre, wie zum Beispiel große Soziale Netzwerke wie Facebook, erheblichen Einfluss auf die öffentliche Kommunikation und auf die Meinungsbildung haben.

Ich möchte, zumal an einem Ort wie dem Landtag Schleswig-Holstein, zwei Aspekte der Veränderung der politischen Kommunikation in diesem Zusammenhang ansprechen, die über den Staatsvertrag hinausgehen:

1. Wahlen bzw. Wahlkämpfe finden immer stärker im Internet statt, insbesondere in den Sozialen Netzwerken. Diese Erkenntnis ist nicht neu, über Konsequenzen wird aber aus meiner Sicht noch zu wenig nachgedacht. Ein Beispiel aus jüngerer Zeit: Die London School of Economics hat die (britische) Kampagne vor dem Brexit-Referendum in

Großbritannien analysiert und festgestellt, dass in den letzten Wochen fast sämtliche finanzielle Mittel der Leave-Campaigne für politische Werbung auf Facebook eingesetzt wurden. Hinzu kam der, auch im Zusammenhang mit dem US-Wahlkampf 2016 diskutierte, Einsatz der Datenanalyse von Cambridge Analytica.

Das Interessante ist: Es gibt in England wie in Deutschland sowie in eigentlich allen entwickelten Demokratien sehr genaue Regeln für den Einsatz politischer Werbung im Rundfunk. Wir haben genaueste Berechnungen, wie viele Minuten welche Partei wieviel Wochen vor einer Wahl werben darf. Es gibt Transparenzregeln über Wahlkampfspenden und Ähnliches. Aber der Wahlkampf im Internet ist komplett unreguliert.

Sie haben vielleicht verfolgt, dass die Parteien vor wenigen Wochen ihre Finanzierungsgrundlagen verbessert haben, unter anderem mit dem Argument, sie bräuchten mehr Geld für ihre digitalen Auftritte. Ich finde das Argument richtig, aber der nächste Schritt muss sein, Transparenz zu schaffen und Regeln für Wahlkämpfe im Netz aufzustellen. So stellt sich beispielsweise die Frage, ob die für Wahlkämpfe genutzten Daten nicht allen Parteien zur Verfügung stehen müssten, oder wie man kontrolliert, dass Social-Media-Kampagnen Dritter nicht Wahlwerbebudgets unbemerkt ausweiten.

2. In der letzten Woche konnten Sie lesen, dass die Medienanstalten das Format „Live aus dem Kanzleramt“ der Bundeskanzlerin unter rundfunkrechtlichen Gesichtspunkten prüfen. Wie Sie wissen, ist staatlicher Rundfunk in Deutschland nicht

erlaubt, und der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung und aller anderen staatlichen Institutionen ist hier eine rechtliche Grenze gesetzt. Viel interessanter ist aber die Frage, ob die digitale Öffentlichkeitsarbeit staatlicher Institutionen dann, wenn sie nicht Rundfunk ist, wirklich unbegrenzt sein kann. Denn der Auftritt im Netz ist zurzeit ebenfalls völlig unreguliert. Natürlich ist es richtig, dass Bundesminister, Parteien oder Parlamente die modernsten Kommunikationsmittel nutzen, um über ihre Arbeit zu informieren und mit den Bürgerinnen und Bürgern zu kommunizieren. Aber: Staatliche Stellen dürfen nicht selber zum Medium werden. Insofern sind Grenzen möglicherweise überschritten, wenn die Bundeswehr kleine Fernsehserien über den Einsatz in Mali produziert, die sie auf YouTube anbietet, oder wenn die Bundeszentrale für politische Bildung einen Fake-TV-Sender im Netz installiert.

Beide Beispiele zeigen: Prinzipien des Rundfunkrechts müssen wir auch auf die politische Kommunikation im Netz übertragen. Der neue Medienstaatsvertrag ist da nur ein erster Schritt.

Meine Damen und Herren,

Prinzipien des Rundfunkrechts auf das Netz zu übertragen, dazu passt auch die Arbeit der Medienanstalten beim Verbraucher- und Jugendschutz in den letzten Jahren. Auch dazu zwei Beispiele:

1. Neben der Aufsicht der Werbung im privaten Rundfunk haben wir das Thema Werbung auf Social-Media- und Video-Streaming-Plattformen im Netz aufgegriffen.

Die Medienanstalten haben das Phänomen Influencer-Marketing analysiert, konstruktiv Vorschläge und

Empfehlungen für richtige Werbekennzeichnung im Netz entwickelt und in einer, wie ich glaube, klugen Mischung aus Information und Verwaltungshandeln hier Regeln gesetzt. Diese Arbeit ist natürlich nicht zu Ende, sondern wird sich weiterentwickeln, so wie sich auch die Werbeformen fortentwickeln werden.

2. Verstöße gegen die Menschenwürde und den Jugendmedienschutz verfolgen wir nicht nur im privaten Rundfunk, sondern auch bei Verstößen im Netz - mit allen damit verbundenen Schwierigkeiten. So hat gerade die MA HSH in den letzten Monaten mehrere hundert rechtsradikale Musikvideos auf Video- und Social-Media-Plattformen recherchiert und in enger Zusammenarbeit mit YouTube zur Löschung gebracht.

Die MA HSH ist seit Mai dieses Jahres auch Teilnehmerin am Trusted Flagger Programm von YouTube sowie seit Juni dieses Jahres am Government Reporting Channel von Facebook beteiligt. Damit können wir rechtswidrige und strafrechtlich relevante Inhalte effektiv und schnell aus dem Netz bekommen.

Die beiden Beispiele zeigen: Regeln setzen und Regeln durchsetzen im Internet sind die Werkzeuge einer modernen Medienaufsicht. Es geht um eine gute Mischung aus Dialog und Hartnäckigkeit und gegebenenfalls auch um aufsichtliche Rechtsdurchsetzung.

Zum Schluss noch eine Anmerkung zum privaten Rundfunk: Natürlich lizenzieren wir nach wie vor Rundfunkprogramme, stellen Werbeverstöße fest oder leiten KJM-Verfahren ein, wenn zum Beispiel

entwicklungsbeeinträchtigende Filme im Tagesprogramm gesendet werden.

Viel wichtiger sind aber - wieder - die Infrastrukturthemen geworden.

Ich glaube, dass durch den Blick auf das Internet, auch als Übertragungsmedium, die Bedeutung der klassischen Rundfunkinfrastruktur in den letzten Jahren aus den Augen verloren wurde. Der jüngste Streit um den Zugang zu UKW-Antennen nach dem Verkauf dieser durch die Media Broadcast hat aber gezeigt, wie elementar Rundfunkinfrastruktur für die Branche, und damit auch für die Meinungsvielfalt, nach wie vor ist. Deswegen war es richtig, dass sich die Medienanstalten für die Beibehaltung der Terrestrik im Fernsehen eingesetzt haben, Stichwort DVB-T2, deswegen war es wichtig, dass die

Medienanstalten zur Einigung bei der UKW-Antenneninfrastruktur beigetragen haben. Deswegen ist es dringend erforderlich, dass jetzt eine moderne Plattformregulierung kommt, die chancengleiche und diskriminierungsfreie Zugangsbedingungen für die Rundfunkunternehmen sichert. Gerade jetzt, wo durch Fusionen die Marktmacht der Netzbetreiber wieder wächst.

Und deswegen wird es zukünftig wichtig bleiben, neue Plattformen wie Amazon Alexa oder Google Assistant regulativ mitzudenken. Weswegen wir beispielsweise nächsten Montag eine Anhörung mit Vertretern von Amazon und Google zur Frage der Auswahlmechanismen von Sprachassistenten durchführen werden.

Wie schon gesagt ein guter Zeitpunkt für eine medienpolitische Stunde, es ist viel los und es liegt viel auf dem Tisch. Darüber wollen wir gleich auch noch kurz diskutieren, aber jetzt hat erst einmal Daniel Günther, der Ministerpräsident des Landes Schleswig-Holstein, das Wort. Ich freue mich sehr, dass Sie heute da sind, und bin gespannt auf Ihren Impuls.

Vielen Dank!