

Service Public in einer digitalen vernetzten Umgebung

EMEK Anhörung vom 30. Jan. 2015

Mira Burri
Universität Bern

Ziel der Präsentation

- > Die Definition des Service Public im Bereich der audiovisuellen Medien in einer digitalen vernetzten Umgebung zu erläutern
- > Umsetzung v.a. in der Funktion und der Gestaltung der SRG

Struktur der Präsentation

- > Überlegungen zu verfassungsrechtlicher Basis des Service Public in den Medien
- > Szenarien zur Reform des öffentlichen Rundfunks
- > der digitale Wandel als Grund für Reform
- > essentielle Funktionen der (neuen) öffentlichen Medien
- > Anknüpfung dieser Reform an der crossmedialen Politik

Service Public in den Medien

- > „ein Optimum an Meinungsfreiheit und –vielfalt zu sichern“ (Müller/Grob, Kommentar zu Art. 55 bis BV)
- > Service Public als institutionelle Unterstützung des öffentlichen Diskurses und der gesellschaftlichen Diversität
- > Art. 93, Abs. 2 BV als genügende Basis

Szenarien über die Zukunft des öffentlichen Rundfunks

- > **SP „pur“**: enge Auslegung des SP-Mandats; die neuen Medien sind nicht Teil des Mandats
- > **öffentliche Medien „light“**: Abschaffung oder grundlegende Reform des öffentlichen Rundfunks; technologisch-neutrale Medienförderung durch Ausschreibungen
- > **PSM+**: „Neuerfindung“ des öffentlichen Rundfunks: umfassende Definition des Service Public; neue Funktionen in der digitalen Umgebung

Digitaler Wandel als Grund für Reform des öffentlichen Rundfunks

- > **Eckdaten des Wandels:** sinkende Kosten der Medienproduktion und der Verbreitung; intensive Konkurrenz um die „Eyeballs“; Konsumenten als Produzenten; Medienkonvergenz
- > **Entzaubern der Mythen des digitalen Wandels:**
 - kommunikative Prozesse ohne Vermittler
 - Vielfalt
- > **Besorgnis um „the rise of the new editors“** (Suchmaschinen, Aggregators, soziale Netzwerken)

Personalisierter Konsum

„Solche Entwicklungen bergen zweifelsohne ein demokratischeschädigendes Potenzial. Sie könnten dazu führen, dass wir nur noch das lesen und hören, was wir lesen und hören wollen, und alles andere ausblenden. Selbstverständlich kann niemand gezwungen werden, Medien zu konsumieren, die er nicht konsumieren will: Das wäre gleichbedeutend mit Propaganda, Gehirnwäsche oder Neuroprogrammierung. Problematisch ist dabei, dass Menschen vergessen, dass es Alternativen gibt, so dass sie sich schliesslich abkapseln und in rigiden Standpunkten verharren, was die Konsensbildung in der Gesellschaft behindern könnte.“

(EU Hochrangige Gruppe zur Freiheit und Vielfalt der Medien, 2013)

Funktionen der öffentlichen Medien

- > **Produktion meritorischer Inhalte und Formate, insb. hochqualitative Berichterstattung**
- > **Medienverbreitung:** Medienorganisation mit Reichweite und Wirkung; eine lineare und mindestens eine non-lineare Plattform; werbungsfrei
- > **Hub-Institution** für öffentliche und öffentlich-private Partnerschaften
- > **Moderator und Kurator** des Medienkonsums

Prozedurale Rahmen der Reform der Medienförderung

- > **Evaluation der crossmedialen Plurarität**
(UK House of Commons, *Media Plurality Report*)
- > **technologie-neutral**
- > **untersucht das Angebot, aber auch Konsum und Wirkung der Medien**
- > **regelmässige Anpassung** der Rolle des Staats für den Schutz des öffentlichen Interesses in den Medien: wettbewerbsrechtliche Anpassungen sowie auch Anpassungen des Auftrages des öffentlichen Rundfunks und gattungsunabhängige Medienförderung.

- > **Besten Dank für die Aufmerksamkeit !**
- > **Kontakt: mira.burri@wti.org**