

Hybridfernsehen

Die neue Dimension der Medienkonvergenz



UVK

UVK-Verlagsgesellschaft mbH

Alles wird schlimmer

Medien profitieren von Tabubrüchen und Skandalisierung – die Aufsicht aber auch

Dass Fernsehsender im Konkurrenzkampf Aufmerksamkeit erzeugen müssen und dafür die Skandalisierung nicht selten als geeignetes Mittel dient, ist eine Binsenweisheit, die wohl niemand ernsthaft anzweifeln würde, nicht einmal die Programmverantwortlichen selbst. Trotzdem ist es immer wieder sinnvoll, Vorurteile wie diese wissenschaftlich zu überprüfen, da sie nämlich erstaunlich oft nicht bestätigt werden. Somit war das Grundanliegen einer von der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) in Auftrag gegebenen Studie durchaus nachvollziehbar, wenn auch die konkrete Fragestellung einen sehr moralischen Anstrich hatte: Ist es so, dass Fernsehsender gerade in wirtschaftlich schlechten Zeiten im Reality-TV besonders auf Skandalisierung setzen, um Quote zu erzeugen?

Gemessen an dieser suggestiven Frage kommt die Studie eher zu einem sehr differenzierten Ergebnis: Insgesamt sei die Zunahme uneinheitlich, vor allem in einigen Castingshows würden schwache Kandidaten ausschließlich auftreten, um sie mit beleidigenden und grenzüberschreitenden Kritiken der Jury zu konfrontieren. Allerdings wurde ein anderes Vorurteil nicht bestätigt – und zwar das, dass die vermeintlichen Grenzüberschreitungen bei jungen Zuschauern zu einem Lerneffekt führen, dass sie also meinen, das grobe Verhalten der Jury sei in Ordnung und man könne es selbst in vergleichbaren Fällen übernehmen. In diesem Zusammenhang wurden auch Ergebnisse einer von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) in Auftrag gegebenen Studie (siehe *tv diskurs*, Ausgabe 55, 1/2011, S. 65 ff.) im Wesentlichen bestätigt, nämlich dass Kinder und Jugendliche die Sendungen eher aus der Perspektive der Kandidaten erleben und daher sehr verschiedene Emotionen von Schadenfreude bis Empathie gleichzeitig erleben. Dies berichtete auch Dr. Margreth Lünenborg, Professorin für Journalistik an der FU Berlin und Leiterin der LfM-Studie (vgl. S. 76 ff. der hier vorliegenden Ausgabe).

Interessanterweise ist von diesem Teilergebnis in der Pressemeldung der LfM zur Vorstellung der Studie am 23. März 2011 nichts zu lesen. Die Ankündigung liest sich vielmehr so, als würden die Vorurteile der Auftraggeber durch die Untersuchung voll bestätigt. Kein Wort über die

gerade für den Bereich des Jugendschutzes wichtige Feststellung, dass nur wenige Jugendliche bei der voyeuristischen Perspektive bleiben, sondern dass die Grenzüberschreitungen erkannt und mit Gleichaltrigen sowie Erziehenden diskutiert werden. „[...] die Sorge um den moralischen Verfall der Jugendlichen durch Reality-TV kann man, jedenfalls in dieser so schlichten Form, aus der Welt schaffen“, so lautet das Fazit von Margreth Lünenborg im Interview mit *tv diskurs*. Darüber allerdings findet sich in der Pressemitteilung nichts, ebenso wenig etwas darüber, dass die öffentliche Kritik an *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)*, die im Jahr 2008 ihren Höhepunkt erreichte, dazu geführt hat, dass der Sender mittlerweile die Castings (nicht die live ausgestrahlten Mottoshows) vor Ausstrahlung durch die FSF prüfen lässt. Seitdem wurde nur noch ein Pinkelfleck auf der Hose eines Teilnehmers samt Jurykommentar (2010) von der Aufsicht kritisch diskutiert, was allerdings keine Konsequenzen nach sich zog.

Die LfM skandalisiert auf ihre Weise also auch, indem sie nur den Teil der Studienergebnisse publik macht, der den ständig steigenden Tabubruch nachzuweisen scheint. Denn auch sie braucht, wie jeder andere, der in der Mediengesellschaft wahrgenommen werden will, Aufmerksamkeit. Und die erreicht man, wenn man auf vermeintliche Fehler und Grenzüberschreitungen hinweist und diese anprangert. Das, was schiefläuft, zieht unsere Aufmerksamkeit stärker auf sich als beispielsweise die Mitteilung, der Umgang Jugendlicher mit medialen Grenzüberschreitungen sei im Großen und Ganzen verantwortlich und kompetent. Wenn wir uns also über mediale Tabubrüche und deren Skandalisierung empören, sollten wir akzeptieren, dass wir alle im Glashaus sitzen und mit Steinen werfen.

Ihr Joachim von Gottberg



EDITORIAL

INTERNATIONAL

„Wir kommen als Fürsten wieder!“ 4

Filme für Kinder und Jugendliche in der Sektion „Generation“
bei den 61. Internationalen Filmfestspielen in Berlin
Klaus-Dieter Felsmann

Internationales Kinderfernsehen 10

Japanische Animes
Lothar Mikos und Claudia Töpfer

Jugendmedienschutz in Europa 16

Filmfreigaben im Vergleich

PÄDAGOGIK

„Auf keinen Fall belehren!“ 18

Mediennutzung und Medienpädagogik in Migrantenfamilien
Ulrike Beckmann

„Was du nicht willst, dass man dir tu...“ 24

Ein Schulprojekt der FSF zum Thema „Sozialer Umgang in den Medien“
Mareike Müller

Mehr als eine große Klappe 28

Die Duisburger Initiative doxs! zeigt und fördert Kinder-
und Jugendliteraturfilme der etwas anderen Art
Mark Stöhr

TITEL

Das Fernsehen wächst über sich hinaus 32

Eine Einführung in die Technik des Hybrid-TV
Jürgen Sewczyk

Wie TV und Internet zusammenwachsen 38

Mit Hybridfernsehen in die mediale Konvergenz
Gespräch mit Robert Strzebkowski

Unterschiedliche Regulierung für Inhalte aus demselben Gerät 43

VPRT fordert Level Playing Field in der Regulierung
Gespräch mit Claus Grewenig

Neue Technik, alte Rechtsfragen 48

Jugendschutz bei Hybrid-TV
Stephan Dreyer

Konvergenz zweier Welten im Hybrid-TV 54

Konsequenzen für Finanzierung und Regulierung
Gespräch mit Carine Lea Chardon

Was steckt drin, wenn TV draufsteht? 61

Fernsehen im Internet
Tobias Rösch

Hybris ante Portas	64
Klaus-Dieter Felsmann	
PANORAMA	66
WISSENSCHAFT	
Reflektiertes Verhältnis	68
Ein europaweites Forschungsprojekt untersucht die Internetnutzung von Kindern Gespräch mit Uwe Hasebrink	
Denn sie wissen, was sie tun...	72
Eine Studie über moralisches Wissen, Fühlen und Handeln bei Kindern Alexander Grau	
Skandalisierung als Geschäftsmodell	76
Tabubrüche im Reality-TV Gespräch mit Margreth Lünenborg	
MEDIENLEXIKON	
Genrekompetenz	82
Gerd Hallenberger	
DISKURS	
Todschick	84
Darstellungscodes von Toten in TV-Serien des 21. Jahrhunderts Tina Weber	
Quality through Death	88
Eine absurde Lesart von <i>Six Feet Under</i> Peter Kleinrath	
LITERATUR*	92
RECHT*	102
SERVICE	
Ins Netz gegangen:	
Mehr als nur eine Altersempfehlung	112
www.kinderfilmwelt.de Mareike Müller	
Regulierung mit begrenzter Wirkung	114
Jugendschutz in der modernen Mediengesellschaft <i>medien-impuls</i> -Tagung am 15. Februar 2011 in Berlin Vera Linß	
Warten auf ein Zeichen	116
Welche Chancen haben Jugendschutzprogramme nach dem Scheitern des JMStV? Fachgespräch am 28. Januar 2011 in München Claudia Mikat	
Materialien und Termine	118
Das letzte Wort	120
Impressum, Abbildungsnachweis	

*

Die detaillierten Inhaltsverzeichnisse für Literatur und Recht befinden sich auf den oben genannten Seiten.

„Wir kommen als Fürsten wieder!“

Filme für Kinder und Jugendliche in der Sektion „Generation“ bei den 61. Internationalen Filmfestspielen in Berlin

Klaus-Dieter Felsmann

Insgesamt 59 Filme aus 32 Ländern wurden in diesem Jahr unter 1.200 Einreichungen für die Sektion „Generation“ mit ihren Reihen „Kplus“ und „14plus“ ausgewählt. Damit wurde für das Publikum eine spannende cineastische Weltreise möglich, die sowohl anspruchsvolle Unterhaltung als auch viel Stoff zum Nachdenken und Diskutieren bot.

Wenn eine außerirdische Spezies erkunden wollte, wo in Deutschland die wichtigsten Orte politischer Entscheidungen zu finden sind, dann müsste deren Raumschiff wohl auf der Wiese vor dem Reichstag in Berlin landen. Schnell hätten dann die Erkundungsroboter das Dreieck „Bundestag – Kanzleramt – Schloss Bellevue“ abgeschnitten und dabei die gesuchten Entdeckungen gemacht. Wäre eine solche Expedition im Februar 2011 gelandet, dann stünde in den Protokollen auch ein die Auftraggeber gewiss irritierender Eintrag. Genau in der Mitte des Machtdreiecks gab man sich nämlich zu dieser Zeit in einem futuristisch anmutenden Bauwerk – dem Haus der Kulturen der Welt – ausschließlich einer so angenehmen Sache wie dem Film-Sehen hin. Die Sektion „Generation“ der Internationalen Berliner Filmfestspiele hatte hier ihr neues Zentrum gefunden. An zwölf Tagen waren in der „Schwangeren Auster“ – wie die kleine Kongresshalle in Berlin auch genannt wird – und in den Spielstätten der Wiederholungsvorführungen 53.000 Kinder und Jugendliche, aber auch viele erwachsene Filmexperten zu beobachten, die wissen wollten, was es weltweit für die jüngere Zielgruppe an cineastischen Angeboten gibt. Bekäme allerdings das deutsche Machtzentrum aus dem temporären Zufall heraus eine solche Bedeutungszuweisung in den galaktischen Tagebüchern, wäre der Blick auf unsere gegenwärtige Gesellschaft dann doch ein bisschen verklärt. Es sei denn, die Cyberagenten hätten sich auch die Filme angesehen.

27 Spielfilme und 32 Kurzfilme waren für die beiden Reihen der Sektion, „Kplus“ und „14plus“, ausgewählt worden und sie transportierten ein deutlich differenziertes Bild unseres menschlichen Daseins. Es wurde in den Filmen geliebt und gelacht, doch es wurde auch heftig gelitten und geweint. „Viele Filme zeigen die Innenperspektive der Heranwachsenden. In der Außenwelt begegnen sie Schutzengeln und Antihelden, aber vor allem kommen sie sich selbst oft schmerzhaft nahe“, so charakterisierte Sektionsleiterin Maryanne Redpath vorab das Programm. Die Filmhelden verlassen die Leinwand nach oftmals konfliktreichen Auseinandersetzungen längst nicht immer als deutliche Sieger. Selbst wenn sie sich sehr bewusst vorgenommen haben, irgendwann einmal als Fürsten heimzukehren – wie die kleinen russischen Flüchtlingskinder auf ihrem Weg in die Wohlstand verheißende Mitte Europas in Dorota Kędzierzawskas *Morgen wird alles besser (Jutro będzie lepiej)* –, findet das im wörtlichen Sinne keine Erfüllung. Im übertragenen Sinne allerdings schon. Die drei obdachlosen Jungen aus der russischen Enklave Kaliningrad haben sich auf den Weg gemacht, um ihr Schicksal in die eigenen Hände zu nehmen. Das ist eine Botschaft, die aus vielen Filmen abzuleiten ist und die sich auf die Zuschauer überträgt, ohne dass die erfolgreiche Konfliktlösung ersatzweise gleich im Film selbst zu finden ist. Dorota Kędzierzawskas hat für ihr Roadmovie mit drei bezaubernden kleinen Darstellern und äu-

Der Liverpool-Torwart (Keeper'n til Liverpool)



Sintflut (Mabul)

berst stimmungsvollen Landschaftsbildern ihres künstlerischen Partners und Kameramannes Arthur Reinhart nicht nur den Preis des Kinderhilfswerks in der Reihe „Kplus“ bekommen, sondern auch den Friedensfilmpreis der Berlinale. Indirekt kamen in ihrer Geschichte die drei Flüchtlinge durchaus als Fürsten nach Kaliningrad zurück. Nur: Sind indirekte metaphorische Botschaften auch etwas für Filme, die sich an Kinder wenden? Darüber wurde in diesem Jahr mit Blick auf das Festivalprogramm sehr viel diskutiert.

„Kinder schützen – was man ihnen nicht zumuten darf“ oder: „Kinder stützen – was man ihnen zutrauen kann“

Der Berliner „Tagesspiegel“ hatte die publikumsinternen Debatten in einigen prononcierten Beiträgen auch in die Öffentlichkeit getragen. Unter dem Motto: „Was darf man Kindern zumuten, was kann man ihnen zutrauen?“ entzündete sich der Streit insbesondere an dem philippinischen Dokumentarfilm *Sampaguita* (*Sampaguita, National Flower*) von Francis Xavier E. Pasion. Hier begleitet die Kamera auf Augenhöhe der Protagonisten Straßenkinder bei deren Überlebenskampf im Großstadtdschungel. Gezeigt wird, wie die Kinder Blütenkränze der mythenumwobenen *Sampaguita* verkaufen, wie sie versuchen, durch Kleinkriminalität zu überleben, aber

auch, wie sie als unfreiwillige Organspender und Prostituierte missbraucht werden. Letzteres wird zwar auf der einen Seite durch zwischenmontierte Interviews deutlich aufgefangen. Auf der anderen Seite werden die Handlungen nur angedeutet, wie in jener Sequenz, wo zwei Jungen unter eindeutigen Anweisungen in einen schwarzen Van steigen, was man durchaus als den alten Erziehungshinweis auf den „schwarzen Mann“ in modernem Gewand verstehen kann. Trotzdem führten solche Darstellungen in einem Filmprogramm für Kinder zu erheblichen Irritationen. Was wäre aber, wenn man diese Filme aus einem Wettbewerb, der den Anspruch hat, filmische Reflexionen von Kinderleben weltweit zu repräsentieren, ausblenden würde? Dann könnte sich jeder, der wollte, weiter ungebrochen dem Glauben an den Mythos vom wohlbehüteten Kind als solchem hingeben, doch der explizite Anspruch und der besondere Charakter des Berliner Festivals gingen genauso verloren wie ein aufrichtiger Umgang mit unseren Kindern. Diese gehen im Übrigen mit der Problematik wesentlich souveräner um als manch erwachsener Betreuungsbevollmächtigter. Also sollte man ihnen auch etwas zutrauen.

Das heißt aber im Umkehrschluss nicht, dass ein internationales Filmprogramm für Kinder nur dann gut wäre, wenn es allein um primär existenzielle Lebensprobleme ginge. Dem trug das diesjährige „Kplus“-Programm auch in einer wohlthuenden Balance Rechnung.

Lily (Lily)

Minnie liebt Junior (Minnie Loves Junior),
Apflickorna (She Monkeys), Get Real! (Get Real!)

Das Animationsfilm-Genre war mit *Die Katze von Paris* (*Une vie de chat*) von Alain Gagnol und Jean-Loup Felicioli aus dem renommierten französischen Studio „Folimage“ und der dänischen Produktion *Der riesige Bär* (*Den kæmpestore bjørn*) von Esben Toft Jacobsen vertreten. Für die jüngsten Zuschauer gab es mit *Knerten traut sich* (*Knerten gifter seg*) des Norwegers Martin Lund eine – wenn auch weniger gelungene – Fortsetzung vom letztjährigen Wettbewerbsbeitrag *Mein Freund Knerten*.

Den deutlichen Programmschwerpunkt bildeten klassische Kinderfilme, die sich universalen Alltagsnöten der Protagonisten zuwandten. Da ging es um die erste Liebe – wie im Eröffnungsfilm *Jørgen + Anne = Für immer* (*Jørgen + Anne = Sant*) von Anne Sewitsky aus Norwegen – oder um einen etwas zu klein geratenen Jungen, der mit seiner Mutter allein lebt und der sich nach einem möglichst starken Vater als Identifikationsfigur sehnt, wie in der heiteren niederländischen Produktion *Der stärkste Mann von Holland* (*De Sterkste Man van Nederland*) von Mark de Cloe. Gut nachvollziehbar ging auch der „Gläserne Bär“ der Kinderjury mit *Der Liverpool-Torwart* (*Keeper'n til Liverpool*) von Arild Andresen aus Norwegen an einen Film in dieser Kategorie. „Eine lustige Geschichte von jungen Schauspielern, packend umgesetzt, hat uns zum Lachen gebracht. Durch eine große Liebe wurde ein Außenseiter zum Helden“, so formulierten die Kinder in ihrer Preisbegründung. Nicht anders als Erwach-

sene lieben Kinder im Kino zuerst Geschichten, die etwas mit ihren Problemen zu tun haben und die unterhaltsam umgesetzt sind. Doch sie schätzen es auch, wenn es um schwierige Konstellationen geht, die Kinder in einer realistischen Alltagssituation zeigen, wie die lobende Erwähnung an *Sintflut* (*Mabul*) von Guy Nattiv, einer Koproduktion zwischen Israel, Deutschland, Kanada und Frankreich, deutlich macht. „Die gefühlvoll entwickelte Geschichte hat uns auf realistische Art und Weise das Leben einer Familie in einer sehr schwierigen Phase gezeigt“, so die Jurykinder.

Gefühle zeigen macht verletzlich

Junge Leute haben heute auf dem Weg zum Erwachsenwerden mehr Freiheiten als je zuvor. Doch wie gehen sie damit um, wo finden sie Orientierung und wie halten sie die Balance zwischen materiellen Möglichkeiten und Ansprüchen sowie einer inneren Verortung, die ihnen Halt geben kann? Dieses Thema durchzog fast alle Spielfilme, die in der Reihe „14plus“ zu sehen waren.

„Gefühle zeigen macht verletzlich“, hält die Jugendjury in ihrer Begründung für eine lobende Erwähnung an den schwedischen Film *Apflickorna* (*She Monkeys*) von Lisa Aschan fest. Emma und Cassandra treffen sich in einer Voltigiergruppe. Die beiden pubertierenden Mädchen nähern sich an und changieren dabei zunehmend zwi-



On the Ice (On the Ice)

schen latentem erotischen Gefühlen und gegenseitigen Machtansprüchen. Lisa Aschan löst den Konflikt in ihrem Film nicht eindeutig auf. Das verwirrt einerseits die Jury, wie sie gesteht, doch gleichzeitig heben die Juroren hervor, dass geradezu eine Lawine von Fragen und Gedanken bei ihnen ausgelöst worden sei. In *Skyskraber* (*Skyscraper*) von Rune Schjøtt aus Dänemark leidet der 17 Jahre alte Jon unter der autokratischen Dominanz seines Vaters. Er ist völlig eingeschüchtert, doch als die blinde Edith ausgerechnet ihn erwählt, sie zur Frau zu machen, findet er die Kraft, sich gegen seine bedrückenden Lebensumstände zu wehren.

Ebenfalls aus Dänemark war der Film *Frit Fald* (*Rebound*) von Heidi Maria Faisst im Programm. Teenager Louise wächst behütet bei ihren Großeltern auf. Doch als sie eines Tages ihre Mutter trifft, ist sie von deren Welt, die sich nahezu ausschließlich um Partys, Drogen und Sex dreht, fasziniert. Das Mädchen bricht aus, um es der Mutter gleichzutun. Schmerzhaft wird Louise bewusst, dass sie so ihre ganze Zukunft in Frage stellt. Um sich wirklich zu befreien, muss sie ihre eigenen Maßstäbe finden und sich an diesen zu orientieren lernen.

Auf eine ganz andere Weise steht auch der 14-jährige Robbie im amerikanischen Film *The Dynamiter* von Matthew Gordon vor einer ähnlichen Frage. Dessen Mutter hat die Familie im Stich gelassen und Robbie versucht, sich, seinen kleinen Bruder Fess und die gebrechliche

Großmutter allein über die Runden zu bringen. Als dann auch noch der ältere Bruder Lucas nach Hause kommt und sich ebenfalls auf Robbies Unterstützung verlassen will, überfordert das die Kräfte des Jungen. Er begreift, dass er vor einer Katastrophe steht. Zwar unter Schmerzen, aber verantwortungsvoll befreit er sich von seinen belastenden Verpflichtungen, um sich auf das konzentrieren zu können, was er schaffen kann, nämlich seine eigene Entwicklung voranzubringen.

Immer wieder geht es den jungen Leuten darum, ihren Weg zu finden. Niemand verspricht ihnen, dass das einfach sein wird. Und aufbrechen, das heißt auch loslassen von den Sicherheiten und der Geborgenheit der Kindheit. Ein Junge wandert an der Küste Venezuelas entlang. Er sucht seine Mutter, die vor Jahren bei einer Naturkatastrophe ums Leben gekommen war. Indem er begreift, dass seine Kindheit frühzeitig zerstört worden ist, findet er die Kraft, in die Zukunft zu blicken. In Marité Ugás *El chico que miente* (*The Kid Who Lies*) aus Venezuela und Peru symbolisiert die märchenhafte Küstenlandschaft den Traum von Geborgenheit, die es als solche für den Protagonisten nicht mehr gibt. Auch *Jess + Moss* des Amerikaners Clay Jeter ist eine Hymne an eine vergangene Zeit. Ein Junge und ein Mädchen leben zwischen Tabakfeldern und verfallenen Häusern in West Kentucky mehr oder weniger in den Tag hinein. Jede der schönen Einstellungen des Films erscheint wie ein melancholischer

Morgen wird alles besser (Jutro będzie lepiej)



lischer Abschied von einer Lebensphase, die so nicht wiederkommen wird, die aber als Sehnsucht nicht vergehen kann.

Besonders beeindruckend unter den Coming-of-Age-Geschichten war der diesjährige Gewinner des „Gläsernen Bären“, *On the Ice*. Regisseur Andrew Okpeaha MacLean führt die Zuschauer an das Ende der Welt, in die Stadt Barrow in Alaska, der nördlichsten Gemeinde der USA. Hier leben die Freunde Qalli und Aivaaq zwischen den Traditionen des indigenen Volkes der Inupiat sowie extremen Naturherausforderungen und den ambivalenten Angeboten der modernen Zivilisation, die auch diesen fernen Winkel der Erde erreicht haben. Zu ihrer Lebenswelt gehören Schneemobile und Hip-Hop-Musik genauso wie Kiffen und übermäßiges Saufen. Nach einer Partynacht wollen die Freunde zur Robbenjagd aufs Eis. Hier kommt es zum Streit mit ihrem Begleiter James, der in der folgenden Rangelei versehentlich getötet wird. Verunsichert und voller Angst versuchen Qalli und Aivaaq, die Leiche in einem Eisloch verschwinden zu lassen und alles als einen Unfall darzustellen. Scheinbar haben sie mit ihrer Lüge auch Erfolg, doch dann erfasst sie zunehmend ein tiefer innerer Konflikt um Schuld und Sühne, um Lüge und Vertrauen. Der Thriller wird mehr und mehr zu einem Seelendrama, in dem es um charakterliche und moralische Wertvorstellungen als solche geht. Das reine Weiß der arktischen Landschaft, in opulenten Bildern

durch Kameramann Lol Crawley eingefangen, ist durch eine Blutlache an der Unfallstelle gebrochen. Das ist ein starkes Symbol, welches sich hier in die Gedankenwelt des Kinopublikums überträgt. MacLean bekam für seine Arbeit auch den hoch dotierten Preis für den besten Erstlingsfilm der Berlinale.

Die Grenzen werden fließend

Die Reihe „14plus“ ging auch 2011 – wie schon in den vergangenen Jahren – weit über Filme, die das Thema unmittelbarer Emanzipationsbemühungen auf dem Weg zum Erwachsenwerden aufgreifen, hinaus und öffnete den Blick in eine weiter reichende cineastische Welt. Da fand sich *Shanzha shu zhi lian (Under the Hawthorn Tree)* des Chinesen Zhang Yimou, der 1987 mit *Rotes Kornfeld* den „Goldenen Bären“ gewonnen hatte, genauso wie *Red Dog* des Australiers Kriv Stenders mit einer bildmächtigen Geschichte um einen Hund und archaische Arbeitergestalten in den 1970er-Jahren oder die englische Komödie *West Is West* von Andy De Emmony. Andererseits setzen aber auch die anderen Sektionen der Berlinale zunehmend auf Filme, die auch gut unter dem Label „Generation“ platziert gewesen wären. *Tomboy* der Französin Céline Sciamma in der Sektion „Panorama“, die internationale Koproduktion *El Premio* von Paula Markovitch und der 3-D-Animationsfilm *Les contes de la nuit* von



Manurewa (Manurewa), Land der Helden (Land of the Heroes), Sonntag (Dimanche)

Michel Ocelot, beide im „Wettbewerb“, oder *Lollipop Monster* von Ziska Riemann in der „Perspektive Deutsches Kino“ sind nur einige diesbezüglich herausragende Beispiele.

Offenbar gibt es angesichts eines sich immer mehr differenzierenden Alltags mit seinen globalen Vernetzungen generell ein starkes Bedürfnis, sich seiner individuellen Wurzeln zu vergewissern. Andererseits lösen sich – nicht zuletzt durch zunehmend offene mediale Vernetzungen – eindeutig zuzuordnende Grenzen zwischen einzelnen Lebensphasen vielfach auf.

PREISE DER JURYS „GENERATION“

Kinderjury, Generation „Kplus“

GLÄSERNER BÄR FÜR DEN BESTEN FILM
Keeper'n til Liverpool (Der Liverpool-Torwart)
von Arild Andresen, Norwegen

LOBENDE ERWÄHNUNG

Mabul (Sintflut) von Guy Nattiv,
Israel/Deutschland/Kanada/Frankreich

GLÄSERNER BÄR FÜR DEN BESTEN KURZFILM

Lily (Lily) von Kasimir Burgess, Australien

LOBENDE ERWÄHNUNG

Minnie Loves Junior (Minnie liebt Junior)
von Andy Mullins und Matthew Mullins, Australien

Jugendjury, Generation „14plus“

GLÄSERNER BÄR FÜR DEN BESTEN FILM
On the Ice (On the Ice) von Andrew Okpeaha
MacLean, USA

LOBENDE ERWÄHNUNG

Apflickorna (She Monkeys) von Lisa Aschan,
Schweden

GLÄSERNER BÄR FÜR DEN BESTEN KURZFILM

Manurewa (Manurewa) von Sam Peacocke,
Neuseeland

LOBENDE ERWÄHNUNG

Get Real! (Get Real!) von Evert de Beijer,
Niederlande

Internationale Jury, Generation „Kplus“

GROSSER PREIS DES DEUTSCHEN KINDER-
HILFSWERKS FÜR DEN BESTEN FILM
Jutro będzie lepiej (Morgen wird alles besser)
von Dorota Kędzierzawska, Polen/Japan

LOBENDE ERWÄHNUNG

Keeper'n til Liverpool (Der Liverpool-Torwart)
von Arild Andresen, Norwegen

SPEZIALPREIS DES DEUTSCHEN KINDER- HILFSWERKS FÜR DEN BESTEN KURZFILM

Land of the Heroes (Land der Helden)
von Sahim Omar Kalifa, Belgien

LOBENDE ERWÄHNUNG

Dimanche (Sonntag) von Patrick Doyon, Kanada

Klaus-Dieter Felsmann
ist freier Publizist, Medien-
berater und Moderator
sowie Vorsitzender in den
Prüfausschüssen der
Freiwilligen Selbstkontrolle
Fernsehen (FSF).



Internationales Kinderfernsehen

Japanische Animes

Lothar Mikos und Claudia Töpfer

Für das Kinderfernsehen wird häufig eine zunehmende Internationalisierung und Amerikanisierung konstatiert. Dass sich Produktionen des gegenwärtigen weltweiten Kinderfernsehens jedoch eher zwischen den Polen „global“ und „glocal“ bewegen, belegen einige Beispiele des internationalen Kinderfernsehens. In der letzten Ausgabe von *tv diskurs* ging es um das japanische Kinderfernsehen, nun stehen die besonderen Merkmale von Animes im Mittelpunkt. Der umfassende Erfolg japanischer Animeproduktionen in den USA und Europa zeigt, dass sich in Japan eine eigene Kultur des Erzählens im Kinderfernsehen entwickelt hat, die auch international erfolgreich ist.

Merkmale von Animes

Unter Anime (japanische Abkürzung des englischen Begriffs „animation“) werden ausschließlich japanische Animationsfilme und -serien gefasst. Sie sind in der Regel auf den ersten Blick zu erkennen. Große Kulleraugen, bis zum Äußersten vereinfachte Animationen und extrem idealisierte Körperproportionen der Charaktere sind Merkmale, die sofort auf eine japanische Produktion schließen lassen. Grundsätzlich orientieren sich Animes technisch am Realfilm. Das beginnt bei festen Kameraperspektiven, verschiedenen Einstellungsgrößen wie Totalen und Nahaufnahmen und außerdem Zooms, Kamerafahrten und -schwenks. Darüber hinaus ermöglicht es die digitale Animationstechnik, auch Effekte wie Fokussierung, Lens-Flare (das „Blenden“ der Linse) sowie Crossfadings (Überblendungen) und bewegte Hintergründe einzubinden (vgl. Bichler 2004, S. 78). Abgesehen von diesen raffinierten Effekten, von denen einige auch mehr in großen Kino- oder DVD-Produktionen Verwendung finden als in Fernsehserien, zeichnen sich Animes eher durch die Schlichtheit ihrer Animationen aus. Das Verfahren der Limited Animation findet vor allem in Fernsehserien Anwendung. Es hat sich sogar mittlerweile eine Abgrenzung der Full-Animation-Spielfilme von den Limited-Animation-Fernsehserien entwickelt (vgl. Lamarre 2008, S. 106). Die Norm für einen Full-Animated-Film sind mindestens 18 Bilder pro Sekunde. Demgegenüber verwendete Tetsuka Osamu bei seiner ersten Animeserie *Astro Boy* nur acht Bilder pro Sekunde (vgl. ebd., S. 108f.). Diese Reduktion der Bilderanzahl führt dazu, dass bei Limited Animations „die Bewegungen ruckartiger und weniger flüssig erscheinen“ (Bichler 2004, S. 78). Diese Produktionsweise wird u. a. auf ökonomische Zwänge zurückgeführt. Neben der Limitierung der Bildfrequenz kommt noch ein weiteres Merkmal hinzu, das die Wirtschaftlichkeit der Limited Animation herausstellt. Einmal animierte Figuren werden in einer Folienbibliothek abgelegt und so oft es geht wieder verwendet. Die Arbeit mit Folien ist eine grundlegende Eigenschaft der Limited Animation. Auf Hintergründe, die innerhalb der Einstellung nicht variieren, werden Folien mit den Figuren aufgelegt, die sich von Bild zu Bild verändern. Zudem werden Figuren oder Körperteile, die stillstehen, auch nicht animiert. Nicht selten ist der Mund einer Figur das Einzige, was sich im Bild bewegt. Bewegung wird bei der Limited Animation stattdessen durch filmische Mittel erzeugt. Mit Kameraschwenks und -fahrten, Zooms sowie verschiedenen Einstellungsgrößen und klassischen Montagemustern (vgl. ebd., S. 78) wird der Eindruck von Bewegung erzeugt. Oft wird mit parallelen Montagen gearbeitet, um Passagen zu illustrieren, in denen die Handlung gerafft im Off erzählt wird.



Chihiros Reise ins Zauberland

Die auffälligsten Merkmale der Figuren in Animes sind „große, runde, ausdrucksstarke Augen, kleine Mäuler, kaum sichtbare Nasen, blasse Haut, eine oftmals stark idealisierte Anatomie und Haare in allen erdenklichen Farben“ (ebd., S. 80). All diese Merkmale sind meist nur Mittel zum Zweck. Vor allem in Verbindung mit der Limited Animation werden gerade die großen Augen zum Ausdruck von Emotionen genutzt. Negative Figuren haben zur Unterstützung ihres Charakters meist eher kleinere, schlitzförmige Augen (vgl. ebd., S. 81). Farbenfrohe Frisuren unterstützen ebenfalls die Eigenschaften der Figuren. Die Farbe der Haare hat oft symbolische Funktion. Zur unterstützenden Beschreibung von Gefühlen werden oft auch aus den Mangas (japanische Bezeichnung für „Comic“) entlehnte kleine Bildchen in die Szenen eingebaut. So bedeutet ein plötzlich neben dem Gesicht einer Figur auftauchender Tropfen Peinlichkeit, Blumen oder Sterne lassen auf Glück schließen (vgl. ebd., S. 82).

Animegeschichten und ihre Figuren

Die meisten actiongeladenen Animes basieren auf Jungen-Mangas (Shonen). Aber auch Mangas, die sich an Mädchen richten (Shojo), wurden für das Kino und das Fernsehen zu Animes verarbeitet. In ihnen geht es mehr um Romantik und Liebe als um actiongeladene Kämpfe. Im Mittelpunkt stehen eher innere Kämpfe, die die Mädchen mit sich selbst ausmachen. „Sind Samurai-Geschichten kennzeichnend für den Jungen-Manga, so ist das entsprechende Gegenstück die *Magical-Girl*-Story: Der Reifeprozess eines Mädchens zum Teenager bzw. zur jungen Frau wird hier auf fantastische Weise dargestellt durch die Verwandlung mithilfe eines magischen Gegenstandes in eine Person mit Zauberkräften, die im Kampf gegen äußere Gegner langsam auch innerlich reift“ (Treese 2006, S. 43).

In den 1990er-Jahren kam es zu einer Verbindung der Charakteristika von Jungen- und Mädchen-Animes. Damit ging ein zunehmender internationaler Erfolg einher. Das zeigte sich zuerst bei der Serie *Bishôjo Senshi Sêrâ Mûn* (*Sailor Moon*), in der ein Mädchen mithilfe einer magischen Katze zu besonderen Kräften und Fähigkeiten kommt, zugleich aber eine Gruppe von harten, zähen Mädchen anführt, die als „Sailor Warriors“ bekannt sind (vgl. Clements/McCarthy 2006, S. 552). „Die Geschichte vereint Liebeskomödie und Actionserie, wobei beide Genreformen in gleichem Maße, sei es zeitlich oder inhaltlich, auftreten“ (Bichler 2004, S. 110).

Seit den 1980er-Jahren wurden diese neuen Mädchenfiguren, die „Hyper-Girls“ entwickelt. Sie haben nicht nur magische Kräfte, sondern können auch kämpfen. Der überwältigende Erfolg des Films *Mononoke Hime* (*Prinzessin Mononoke*) belegt dies. Dabei waren auch explizi-

te Gewaltszenen Teil der Inszenierung. Gerade mit Blick auf die Vermarktung in den USA und westlichen Ländern wurden solche Szenen im nächsten Film *Sen to Chihirô no Kamikakushi* (*Chihirô's Reise ins Zauberland*) wieder etwas zurückgenommen. Als Meilenstein der Entwicklung neuer Mädchenfiguren gilt *Shôjo Kakumei Utena* (*Revolutionary Girl Utena*). Utena war eine „kämpfende Schönheit“ („Battling Beauty“) mit pinkfarbenen Haaren, die sich mit männlicher Kleidung und Accessoires umgab (vgl. Kotani 2006, S. 162 ff.). Im Laufe der Handlung gewinnt Utena die „Rosenbraut“ Anthy und kann in ihr die Kraft der Mädchen erwecken und sie zum „Hyper-Girl“ machen. Der „kämpfenden Schönheit“ kommt so die Rolle eines Mediators zu, der die Transformation der Mädchen zu „Hyper-Girls“ vorantreibt. Während die „kämpfende Schönheit“ mit Transgender-Merkmalen ausgestattet ist, bleibt das „Hyper-Girl“ immer noch in klassischen Genderstrukturen verhaftet.

Typisch für japanische Geschichten und begründet in ihrer Tradition ist, dass der Gruppe Vorrang vor dem Einzelnen gegeben wird. Individuelle Wünsche treten meist hinter gemeinschaftlichen Interessen zurück. Der Erfolg des Helden ist nur mithilfe der Freunde möglich (vgl. Bichler 2004, S. 83). Es gibt keine einsamen Helden im Anime. Eine weitere Besonderheit sind die oft sehr feminin wirkenden männlichen Hauptfiguren. Vor allem charakteristisch für den Bereich der Mädchen-Animes und -Mangas „ist die Fantasiefigur des ethnisch undefinierten, homophilen ‚schönen Jünglings‘ (bishonen), der – halb Mädchen, halb Knabe – das ambivalente Geschlecht männlicher, aber seit den 1980ern auch weiblicher Charaktere prägte“ (Croissant 2008, S. 159). Oft geht es gerade im Mädchen-Manga und -Anime um homosexuelle Beziehungen oder Gender Bending – das Verstecken des eigenen, meist weiblichen Geschlechts, „um sich als Knabe in der Welt durchzusetzen“ (ebd., S. 161). In der Animeserie *El Hazard* wird dieses Prinzip ironisch gebrochen und umgekehrt. Der Highschool-Schüler Makoto wird durch einen Zauber in die Parallelwelt *El Hazard* befördert und muss dort wegen der verblüffenden Ähnlichkeit die entführte Prinzessin vertreten – inklusive homosexueller Konkubine.

In Animes wird außerdem selten ein „starres Schwarz-Weiß-Bild von gut und böse“ (Bichler 2004, S. 82) gezeichnet. Die Figuren sind vielschichtig und ihre individuellen Beweggründe werden dem Zuschauer transparent präsentiert. So wird ein auf den ersten Blick klassischer Bösewicht dem Zuschauer schon im nächsten Moment in den Ursachen seiner Bosheit nahegebracht. Die Gegenspieler der Hauptfiguren zeichnen sich meist auch nicht durch auffallende Hässlichkeit aus, sondern sind im Gegensatz oft besonders gut aussehend (vgl. Deutsches Filminstitut 2008, S. 156).



Die beliebtesten Themen, die in Animes verarbeitet werden, sind Science-Fiction, Fantasy, Comedy, Sport und Romantik (vgl. Bichler 2004, S. 85). Im Westen werden Animes meist auf diese Kernthemen reduziert. Die thematische Vielfalt wird zwar immer wieder betont, im Markt aber nicht beachtet. Oft werden aus dem Rahmen fallende Produktionen nicht oder weniger intensiv vermarktet (vgl. Kothenschulte 2008, S. 52). In diesen meist fantastischen Szenarien handeln Animes „in großen Teilen von den Möglichkeiten und Imponderabilien der Begegnung mit den Grenzen der Identität“ (Zahlten 2008, S. 85). In märchenhaften Umgebungen und fantastischen Welten finden die Helden der Geschichten zu sich selbst. Die Welt, in der sich die Figuren bewegen, ist zwar fantastisch, „aber die Transformation und die Begegnung mit dem anderen echt, mit all ihren Schmerzen, Chancen und Risiken“ (ebd.).

Das Themenspektrum in Animes reicht von Liebe, Freundschaft und den meist sehr komplizierten Beziehungen der Personen untereinander bis hin zu heiklen Inhalten wie Vergewaltigung, Inzest, Krankheit oder Tod. Es kommt nicht selten vor, dass am Ende einer Geschichte auch der Held stirbt. Tragische Helden, die für eine aussichtslose Sache kämpfen und sterben, sind oft Hauptfiguren in Animes. Dabei ist es gar nicht von Bedeutung, welche Tragweite die Sache hat, für die der Betreffende stirbt. Es geht allein um die Tatsache, dass jemand selbstlos sein Leben gegeben hat. Es gibt drei grundsätzliche Möglichkeiten eines Endes von Animes: „Der Held gewinnt den finalen Kampf oder die Liebe des oder der Angebeteten, der Held gewinnt, muss dafür jedoch einen größeren Verlust hinnehmen, oder der Held stirbt“ (Bichler 2004, S. 85). Alle drei Versionen des Endes einer Geschichte werden in Japan als Happy End angesehen. Wenn die Hauptfigur für die gute Sache in den Tod geht, erfüllt sich die Aufgabe des Helden – er hat ein gutes Ende gefunden.

Nicht nur in den ausschließlich auf DVD erschienenen Animeserien, sondern auch in Fernsehserien wird über die gesamte Dauer eine große zusammenhängende Geschichte erzählt (vgl. ebd., S. 84). Anders als in westlichen Animationsserien, in denen am Ende jeder Episode der Status quo wieder erreicht und der Aufbau sowie die Auflösung der Spannung immer innerhalb der Folgen abgeschlossen wird, erzählen Animeserien über die gesamte Dauer einer Serienstaffel eine Geschichte. Der Spannungsbogen erstreckt sich so über alle Folgen, da die Auflösung erst am Ende einer Staffel erfolgt. Dies zieht, insbesondere zu Beginn der Serien, eine sehr hohe Erzähldichte nach sich (vgl. ebd., S. 85).

Die Darstellung von Nacktheit in Mangas und Animes ist, anders als in westlichen Medienprodukten, in Japan weniger der Zensur unterworfen (vgl. ebd., S. 87). Das hat historische Gründe, denn anders als im Westen „hat-

ten die Religionen Japans niemals starken Einfluss auf Erotik und Sexualität“ (Briel 2008, S. 171). Der unterschiedliche Umgang mit diesem Element der japanischen Trickfilmkultur zeigt sich exemplarisch an den Schnitten, die bei der Veröffentlichung in den USA an der Serie *Sailor Moon* vorgenommen wurden. Bei ihren Verwandlungen in Superheldinnen waren im japanischen Original die Mädchen kurz nackt zu sehen. Diese Bilder wurden in der amerikanischen und später auch der europäischen Version ersatzlos gestrichen (vgl. ebd., S. 172). Neben der Darstellung von Nacktheit wird auch gleichgeschlechtlichen Liebesbeziehungen sowie Transvestismus im Anime meist viel offener begegnet als in europäischen oder amerikanischen Animationsfilmen (vgl. Bichler 2004, S. 87). In der schon erwähnten Animeserie *El Hazard* beispielsweise tritt ein Mädchen auf, das sich als Konkubine der verschwundenen Prinzessin zu erkennen gibt und im Laufe der Geschichte sexuelle Kontakte zu fast allen weiblichen Figuren der Geschichte sucht.

Vermarktung im Medienverbund

In Animes werden vielfältige Genres und Themen verhandelt. Ebenso vielfältig sind die Möglichkeiten, nach der Kino- und Fernsehauswertung weiterhin finanzielle Gewinne mit den Sendungen zu erzielen. Seit dem Erfolg von *Tetsuka Osamu* und *Astro Boy* sind Animes ein „komplexes Organisationsprinzip von verschiedenen Waren und Aktivitäten“ (Zahlten 2008, S. 82). Ein ganzes Heer von Actionfiguren, Videospiele, Trading Cards sowie Poster, Taschen etc. begleiten jede Veröffentlichung eines neuen Animes oder Mangas. Schon in den 1960er-Jahren schaffte es *Astro Boy*, „die kleine lebenswürdige Roboter-Figur, in Form von verschiedenen Konsumgütern vermarktet zu werden und Anzeigen zu bevölkern“ (Lamarre 2008, S. 116). Gerade die Form der Limited Animation kann als ideale Voraussetzung für eine solche Merchandisingauswertung gelten, „weil die Figur aus dem Aktionsfeld herauslösbar und anderweitig einsetzbar ist“ (ebd.). Die Figur steht gewissermaßen für sich und ihre Entwicklung.

Zentral für den Erfolg japanischer Animes ist demnach vor allem die Vermarktung im Medienverbund, die seit den 1950er-Jahren betrieben wird. Viele Animes basieren auf Mangas oder auf Video- bzw. Computerspielen. Die wohl bekannteste und auch erfolgreichste Animeserie, die auf einem Computerspiel basiert, ist *Pokémon*, von der ab 1997 insgesamt 279 Episoden mit einer Länge von je 25 Minuten produziert worden sind. Die Serie richtete sich explizit an Kinder, während vor allem die für das Kino produzierten „neuen“ Animes sich auch an Erwachsene richteten.

Manga-Motive finden sich überall in der japanischen Produktkultur. „Dazu zählen einerseits ordnungsstrate-

gische Hinweise, die in ihren grafischen Botschaften mit Manga-Motiven argumentieren, andererseits dreidimensionale Werbefiguren oder Maskottchen für Entertainment-Etablissements und Werbeartikel, Roboter, Transformer, interaktive Spielzeuge sowie ‚Manga-basierte‘ Süßwaren“ (Fischer 2008, S. 64). Schon zu Beginn der Animekultur in den 1960er-Jahren wurden die Hauptfiguren von Fernsehserien als Sympathieträger für Produkte nahezu aller japanischen Lebensbereiche genutzt. Heutige Konzepte gehen aber weit darüber hinaus. Meist werden zur Veröffentlichung der Serie gleichzeitig Comics, Videospiele, Zeitschriften, Actionfiguren und sonstige Merchandisingartikel herausgebracht.

Abschließende Bemerkungen

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich japanische Animes von Zeichentrickfilmen und -serien amerikanischer und europäischer Herkunft stark unterscheiden. Aufgrund technischer (Limited Animation), ästhetischer (einfacher Stil, Kulleraugen der Figuren) und erzählerischer Merkmale (Reise des Helden, keine episodale Erzählstruktur) sind sie eindeutig zu erkennen. Sie sind tief in der japanischen Kultur verankert. Mit den Animes wurde bereits früh eine Vermarktung im Produktverbund realisiert. Die meisten Serien basieren auf gezeichneten Bildergeschichten, den sogenannten Mangas. Die unterschiedlichen Animes für Jungen und Mädchen, die auf der entsprechenden Mangatradition (Shonen und Shojo) beruhen, wurden erst in den 1990er-Jahren zunehmend aufgehoben; auf diese Weise entstanden neue, starke Mädchentypen (das „Hyper-Girl“ und die „kämpfende Schönheit“). Im Gegensatz zu westlichen Zeichentrickfilmen und -serien verweisen die „Kulleraugen“ nicht auf ein Kindchenschema, sondern sind in den japanischen „Trend zum Niedlichen“ (Treese 2006, S. 51) eingebunden und werden zur Emotionalisierung der Figuren eingesetzt. Der internationale Erfolg der japanischen Animes fällt mit der wachsenden Bedeutung von Video- und Computerspielen für Kinder zusammen und ist durch Aktivitäten der japanischen Außenhandelsorganisation stark gefördert worden. Gerade aufgrund der Verankerung in der Kultur Japans, die sich in der Orientierung an lokalen Traditionen in den Heldenfiguren und den Geschichten zeigt, haben sich die Animes auch international erfolgreich behaupten können.

Literatur:

Bichler, M.:

Anime sind anders. Produktanalytischer Vergleich amerikanischer und japanischer Zeichentrickserien. Marburg 2004

Briel, H.:

Hentai. Erotik in Manga und Anime. In: Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.): *ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom.* Frankfurt am Main 2008, S. 166–175

Clements, J./McCarthy, H.:

The Anime Encyclopedia. A Guide to Japanese Animation since 1917. Berkeley 2006

Croissant, D.:

Prinz Genji im Manga – Gender, Pop und Parodie. In: Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.): *ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom.* Frankfurt am Main 2008, S. 158–165

Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.):

ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom. Frankfurt am Main 2008

Fischer, V.:

Urbane Ikonophilie. Manga und Produktkultur. In: Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.): *ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom.* Frankfurt am Main 2008, S. 64–71

Kotani, M.:

Metamorphosis of the Japanese Girl: The Girl, the Hyper-Girl, and the Battling Beauty. In: L. Frenchy (Hrsg.): *Mechademia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga.* Minneapolis 2006, S. 162–169

Kothenschulte, D.:

Opulenz und Beschränkung – Stile des frühen Anime. In: Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.): *ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom.* Frankfurt am Main 2008, S. 50–63

Lamarre, T.:

Full Limited Animation. In: Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.): *ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom.* Frankfurt am Main 2008, S. 106–119

Treese, L.:

Go East! Zum Boom japanischer Mangas und Animes in Deutschland. Eine Diskursanalyse. Münster 2006

Zahnten, A.:

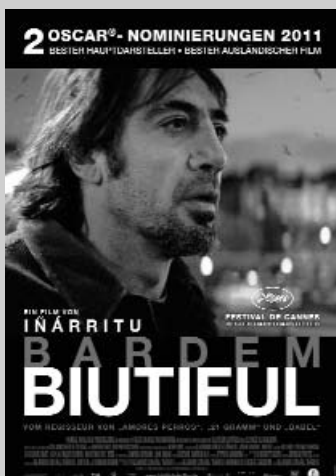
Something for everyone – Anime und Politik. In: Deutsches Filminstitut – DIF/Deutsches Filmmuseum & Museum für angewandte Kunst (Hrsg.): *ga-netchû! Das Manga Anime Syndrom.* Frankfurt am Main 2008, S. 76–85

Dr. Lothar Mikos ist Professor für Fernsehwissenschaft an der Hochschule für Film und Fernsehen (HFF) „Konrad Wolf“ in Potsdam-Babelsberg und geschäftsführender Direktor des Erich Pommer Instituts.



Claudia Töpfer ist freiberufliche Medienwissenschaftlerin.





Jugendmedienschutz in Europa

Filmfreigaben im Vergleich

In den europäischen Ländern sind die Kriterien für die Altersfreigaben von Kinofilmen unterschiedlich. *tv diskurs* informiert deshalb regelmäßig über die Freigaben aktueller Spielfilme.

Titel	D	NL	A	GB	F	DK	S
1. True Grit							
OT: True Grit	12	12	16	15	o.A.	15	15
2. Black Swan							
OT: Black Swan	16	16	16	15	o.A.!	15	15
3. Tron: Legacy							
OT: Tron: Legacy	12	12	10	P.G.	o.A.	11	11
4. The Green Hornet							
OT: The Green Hornet	12	12	14	12A	o.A.	11	15
5. 72 Stunden – The Next Three Days							
OT: The Next Three Days	12	12	14	12	o.A.	11	11
6. Devil							
OT: Devil	16	16	14	15	o.A.	15	15
7. Love and other Drugs – Nebenwirkung inklusive							
OT: Love and Other Drugs	12	12	14	15	o.A.	11	7
8. 127 Hours							
OT: 127 Hours	12	12	16	15	o.A.!	15	15
9. Biutiful							
OT: Biutiful	16	12	—	15	o.A.!	15	15
10. Freundschaft Plus							
OT: No Strings Attached	12	12	12	15	o.A.	o.A.	o.A.
11. The King's Speech							
OT: The King's Speech	o.A.	o.A.	o.A.	12A	o.A.	o.A.	o.A.
12. Rango							
OT: Rango	6	6	10	P.G.	o.A.	7	7

o.A. = ohne Altersbeschränkung
 — = ungeprüft bzw. Daten lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor
 A = Accompanied/mit erwachsener Begleitung
 ! = Kino muss im Aushang auf Gewalt- oder Sexszenen hinweisen
 P.G. = Parental Guidance/in Begleitung der Eltern

„Auf keinen Fall belehren!“

Mediennutzung und Medienpädagogik in Migrantenfamilien

Ulrike Beckmann

Heimatsprachliche Soaps wie *Yaprak Dökümü* sorgen für emotionalen Rückhalt in der Herkunftskultur, deutsche Informationsprogramme gelten als besonders glaubwürdig: Familien mit Migrationsgeschichte leben in unterschiedlichen Medienwelten. Wie virtuos sie sich darin bewegen und wie viel kritische Distanz sie zu Medieninhalten entwickeln, wird durch die lebensweltliche Einbindung und den Bildungshintergrund geprägt.

Für viele Migrantenfamilien aus bildungsfernen Schichten wird ein erhöhter Handlungsbedarf durch Medienpädagogen konstatiert. Doch die medienpädagogische Arbeit mit Migranten gelingt nur mit den richtigen „Türöffnern“.

Anmerkungen:

1 ARD/ZDF-Medienkommission:

Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. 2007, S. 4: Während die deutliche Mehrheit von 47,4 % nur deutschsprachiges Fernsehen sieht, wendet sich eine klare Minderheit von 14 % der Migranten ausschließlich heimatsprachlichem Fernsehen zu.

Geht es um die gesellschaftliche Integration von Migranten, steht er unweigerlich im Raum: der Begriff der „Parallelgesellschaft“. Der folgenden Beleuchtung des Medienverhaltens von Jugendlichen und Familien mit Migrationshintergrund sei deshalb eines vorangestellt: Eine „mediale Parallelgesellschaft“ gibt es nicht. Wie Menschen mit Migrationsgeschichte Medien nutzen, wird nicht durch die Herkunft, sondern durch den Bildungsgrad, die gesellschaftliche und die soziokulturelle Einbindung bestimmt. So konstatiert auch die ARD/ZDF-Medienkommission im Rahmen ihrer ersten repräsentativen Studie zur Mediennutzung bei Migranten 2007: „Alle Migran-

tengruppen werden von deutschen Medien gut erreicht“¹. Allerdings seien die Sprachkenntnisse entscheidend für das Ausmaß der Nutzung.

Wie eine Studie der Stiftung Zentrum für Türkeistudien (Sauer 2009) festhält, nutzt mit 88 % die deutliche Mehrheit der türkischstämmigen Migranten sowohl türkische als auch deutsche Medien.

Als problematisch identifizierte Mediennutzungsmuster wie etwa ausgedehnter Fernsehkonsum oder der Einsatz von Medien für die Ruhigstellung des Nachwuchses finden sich – unabhängig von der Herkunft – überwiegend in den bildungsferneren Schichten.

Wenn es unüberbrückbare Barrieren zu deutschsprachigen Medien gibt, stehen diese immer in Verbindung mit mangelhaften Deutschkenntnissen in der ersten Einwanderergeneration. Kinder und Jugendliche aus Migrantenfamilien nutzen die Medien aber in ähnlichem Umfang und mit ähnlichen Schwerpunkten wie deutschstämmige Rezipienten. Mit der flexiblen Nutzung von Handys, Internet und Fernsehen bewegen sie sich in „globalen Medienräumen mit internationalen Trends“ (Roth/Terhart 2008, S. 8).

Gleichwohl haben die Lebenswelt und die Migrationsgeschichte von Zuwanderern, wie sich im Folgenden zeigen wird, durchaus einen Einfluss darauf, welche Medien mit welchem Hintergrund und in welchem Ausmaß genutzt werden. Und nicht zuletzt sollten Medienpädagogen bei Zuwandererfamilien umsichtig vorgehen, um akzeptiert zu werden. Grund genug also für eine Bestandsaufnahme der aktuellen Erkenntnisse zum Medienumgang von Deutschen mit Migrationsgeschichte.

Medienausstattung und Reglementierung

In einer Untersuchung zur Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund erkennen die Medienforscher Anett Heft, Joachim Trebbe und Hans-Jürgen Weiß deutliche strukturelle Gemeinsamkeiten bei Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund². So gibt es einer Umfrage in Nordrhein-Westfalen von 2007 zufolge, deren Daten mit den Erkenntnissen der JIM-Studie abgeglichen wurden, nur geringe Unterschiede in der Ausstattung mit Handys, Computern und TV-Geräten bei türkischstämmigen, russischstämmigen und deutschstämmigen Jugendlichen. Die größte Differenz: Radio und Tageszeitungen werden in Familien deutscher Herkunft deutlich stärker genutzt. Die Wissenschaftler führen dies auf die unterschiedlichen Bildungsniveaus der befragten Gruppen zurück; insbesondere Familien mit Migrationshintergrund kommen überwiegend aus eher ländlichen, bildungsfernen Schichten. In diesen Familien wird weniger Zeitung gelesen und Radio gehört, überdies wird der Medienkonsum der Kinder selten begleitet und noch seltener kritisch kommentiert.

In bildungsfernen Migrantenfamilien wird eine hohe Ausstattung mit TV-Geräten und Computern festgestellt, die als status- und bildungsfördernd angesehen werden. PC und Internet werden von Jugendlichen mit Migrationshintergrund zwar seltener als von deutschstämmigen Jugendlichen zur Recherche für Schule und Beruf genutzt, doch allen gemeinsam ist ein „jugendkulturell geprägter Mediennutzungsstil“. Gerade hinsichtlich des Umgangs mit den neuen digitalen Medien sei es, so konstatiert die Landesanstalt für Medien NRW entsprechend, „vollkommen falsch“, „von einer ‚digitalen Kluft‘ zwischen der Mediennutzung von Jugendlichen mit und ohne Migrationshintergrund zu sprechen“³.

Allerdings gibt es leichte Unterschiede in der Nutzungsintensität einiger Medien. So ist insbesondere bei türkischstämmigen Jugendlichen die Handynutzung überdurchschnittlich hoch. Die Ausstattung mit Handys und MP3-Playern (die häufig als Ersatz für das Radio gelten) liegt in den Migrantengruppen bei 100 %. Wie Heft, Trebbe und Weiß weiter festhalten, findet eine inhaltliche Reglementierung der Mediennutzung durch die Eltern innerhalb der bildungsfernen Schichten kaum statt. Die Ausnahme bildet hier eine kritische Distanz türkischer Mütter zur Internetnutzung – insbesondere dem Social Networking ihrer Töchter –, in deren Rahmen der Computer als unbekannt und unheilvoll „Black Box“ von den Müttern abgelehnt und entsprechend reglementiert wird.

Insgesamt lassen sich hinsichtlich der Defizite im Umgang mit Medien bei Jugendlichen mit Migrationshintergrund, die auf einer negativen Vorbildwirkung des elterlichen Medienhandelns beruhen, deutliche Gemeinsamkeiten mit bildungsfernen Familien deutscher Herkunft feststellen. Die fehlende Begleitung oder Reglementierung des Medienhandelns von Kindern und Jugendlichen durch ihre Eltern, wie sie für bestimmte Gruppen von Migrantenfamilien festgestellt werden kann, ist somit nicht an die ethnokulturelle Herkunft gebunden, sondern im jeweiligen soziokulturellen Milieu verankert (Walberg 2008, S. 2)⁴. Diese Erkenntnisse werden auch von einer Studie der Sinus Sociovision gedeckt, die hinsichtlich der Lebenswelten von Migranten zu dem Schluss kommt: „Menschen des gleichen Milieus mit unterschiedlichem Migrationshintergrund verbindet mehr miteinander als mit dem Rest ihrer Landsleute aus anderen Milieus.“⁵

2
Mediennutzung junger Menschen mit Migrationshintergrund. Umfragen und Gruppendiskussionen mit Personen türkischer Herkunft und russischen Aussiedlern zwischen 12 und 29 Jahren in NRW

3
Pressemitteilung der LfM zur Veröffentlichung der Studie vom 07.06.2010

4
Wie Hanne Walberg darstellt, wird die Form des Medienumgangs vor allem durch familiäre Sozialisation geprägt.

5
Vgl. Sinus Sociovision: *Zentrale Ergebnisse der Sinus-Studie über Migranten-Milieus in Deutschland* (S. 2). Entsprechend seien Faktoren wie ethnische Zugehörigkeit, Religion oder Zuwanderergeschichte „nicht milieuprägend und auf Dauer nicht identitätsstiftend“ (ebd., S. 2).

6

Die tägliche Reichweite von Fernsehen liegt bei 83 % (Migranten) bzw. 89 % (Deutsche), die des Internets bei 22 % (Migranten) bzw. 28 % (Deutsche).

7

Trotzdem liegt die prozentuale Reichweite des Internets noch unter der bei Nutzern deutscher Herkunft: Sie beträgt bei den 14- bis 29-jährigen Migranten 38 %, bei den Deutschen 46 %.

8

So wird z. B. als Musikvorliebe rein türkische Musik angegeben, gleichzeitig aber bekannt, kein Türkisch zu sprechen.

9

Vgl. *Live aus der Parallelgesellschaft*. In: taz.de vom 10.09.2010. Abrufbar unter: <http://www.taz.de/1/netz/netzkultur/artikel/1/live-aus-der-parallelgesellschaft/>

10

„Weil wir da alle zusammen sind“. *Gemeinsames Fernsehen in türkischstämmigen Familien*. In: *Television*, 22/2009/1, S. 50–53

11

Wie die Studie *Migranten und Medien* feststellt, werden bei den deutschen Sendern überwiegend die Privatsender gesehen: 13,4 % ProSieben, 11,7 % RTL, ZDF/ARD liegen bei 5,4 %.

Das Social Web als Ort sozialer Anerkennung

Ogleich sowohl Heft, Trebbe und Weiß als auch die Studie *Migranten und Medien 2007* das Fernsehen eindeutig als Leitmedium bei Migranten ausmachen und einen mit deutschstämmigen Familien vergleichbaren Nutzungsumfang konstatieren⁶, kommt dem Social Web eine besondere Rolle bei jungen Nutzern mit Migrationshintergrund zu.⁷ Insbesondere gut integrierte türkischstämmige Jugendliche der zweiten und dritten Generation sind im Netz aktiv und verfügen über vielfältige interkulturelle Netzwerke. Portale wie vaybee.de, bizimalem.com, kesmeseke.de oder myumma.de sind zweisprachig (deutsch/türkisch) bzw. überwiegend deutsch und bieten den meist jungen Nutzern ein Forum für die Darstellung ihrer multiethnischen Identität und die Erfahrung sozialer Anerkennung. In den Selbstdarstellungen spiegelt sich die Zugehörigkeit zu verschiedenen Kulturen durch z. T. virtuose Sprachwechsel und Bezugnahmen auf Musik, Bücher und Filme, die auf eine Verbindung sowohl zur türkischen Herkunftskultur als auch zur deutschen Alltagskultur schließen lassen.

Betrachtet man die Nutzerprofile auf kesmeseke.de, ist die Unbefangenheit von Sprachwechseln und der Bezugnahme auf türkische und deutsche Zugehörigkeitsmerkmale beeindruckend.⁸ In vielen Einträgen zu den Profilen stehen türkische und deutsche Sprache gleichberechtigt nebeneinander und werden Übergangslos im gleichen Satz verwendet („Negatives – hmm da müsst ich mal überlegen: D her nefesi son nefesim gibi yasa [...]“). Bei den Hobbys wird „türk filmleri“ oder „galatasaray“ neben Büchern von Wolfgang Hohlbein genannt.

Das Social Web ist der ideale Ort, um die multiethnische Identität darzustellen, mit anderen zu teilen und so das Bedürfnis nach sozialer Anerkennung zu befriedigen. In den oben genannten deutsch-türkischen Foren bildet sich so eine „natio-ethno-kulturelle Hybridumgebung“ heraus, wie Prof. Kai-Uwe Hugger in seinen Untersuchungen zur Nutzung des Social Web durch junge Migranten ausführt. Seit einigen Jahren entstehen überdies vermehrt Blogs, in denen junge, gut ausgebildete deutsche Muslime sich mit der Mehrheitsgesellschaft auseinandersetzen und untereinander vernetzen.⁹

Die erwähnten häufigen Sprachwechsel und die redaktionelle Gestaltung auf Deutsch und

Türkisch sind in diesem Rahmen als Versuche, die eigene ethnokulturelle Zugehörigkeit zu verorten, zu verstehen: Das Internet wird zu einem essenziellen Forum für die Herstellung sozialer Anerkennung und die Erfahrung von Zugehörigkeit. So zeigt sich, dass auch hinsichtlich der Onlineaktivitäten türkischstämmiger Jugendlicher der Begriff der „Parallelgesellschaft“ in keiner Hinsicht greift.

Vielzahl von Fernsehwelten

Elke Schlote und Nurgül Dogan haben 2008 für das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen München (IZI) Interviews mit 50 türkischstämmigen Personen geführt.¹⁰ In den befragten Familien spielt das Fernsehen als Familienritual eine wichtige Rolle. Das gemeinsame Ansehen von türkischen Erfolgsprogrammen wie der Familienserie *Yaprak Dökümü* – einer erfolgreichen Familienserie, die inzwischen in der 5. Staffel auf dem türkischen Privatsender Kanal D ausgestrahlt wird – dient dabei dem familiären Miteinander genauso wie als Brücke zur Heimatkultur. Auch die Studie *Migranten und Medien* konstatiert eine regelmäßige Nutzung türkischer Programme. Deutsche Produktionen wie etwa die ARD-Serie *Türkisch für Anfänger*, in denen Migranten thematisiert werden, waren durchaus beliebt bei Familien mit Migrationshintergrund. Allerdings wird insgesamt eine Unterrepräsentanz von Migranten und ihrer Lebenssituation in der Berichterstattung des deutschen Fernsehens kritisiert (Sauer 2009, S. 16).

Mehrheitlich werden sowohl deutsche als auch türkische Sender gesehen. Während die von Schlote und Dogan Befragten mithilfe von türkischen Familienserien, Sport- und Kulturprogrammen den Kontakt zur alten Heimat halten wollen, erhoffen sie sich von deutschsprachigen Programmen Informationen über die neue Heimat – und Hilfe beim Spracherwerb. Nachvollziehbar in diesem Zusammenhang ist die Beliebtheit von Auswanderer-Dokus, die in Beziehung zu der eigenen Migrationsgeschichte gesetzt werden (Schlote/Dogan 2009, S. 53).¹¹ Auch Sendungen wie die *Super Nanny* und Kochshows sind durchaus beliebt bei türkischstämmigen Migranten, die die deutsche Sprache gut beherrschen. Wie Schlote und Dogan anmerken, sind die jeweiligen Sprachkenntnisse bzw. die hiermit verbundenen Erwartungen an Fernsehen entscheidend für die Wahl der Program-



Yaprak Dökümü

me: „Viele der befragten Eltern, die nicht in Deutschland aufgewachsen sind, geben zu, nicht genug Deutsch zu verstehen, um das deutsche Fernsehangebot nutzen zu können“ (ebd., S. 51).

Türkische Programme werden hier von erwachsenen Zuwanderern gleichermaßen als entspannend wie auch als emotional wichtig empfunden, da sie der Herkunftskultur und -sprache näher sind.

Gleichzeitig wird deutschen Medien eine höhere Glaubwürdigkeit zugeschrieben – auch von türkischstämmigen Migranten, die überwiegend türkische Medien nutzen (Sauer 2009, S. 17).

Unter den von Schlote und Dogan befragten jungen Frauen wird eine deutliche Abgrenzung zu deutschen Privatsendern und insbesondere den hier gezeigten Serien formuliert: Hier würden zu viele freizügige Szenen gezeigt, die in scharfem Kontrast zur eigenen Kultur stünden.

Die Nähe zu den türkischen kulturellen Wurzeln und der Herkunftssprache ist ein zusätzlicher Grund für Jugendliche, sich türkische Programme anzusehen. So sieht der 17-jährige Berkay manchmal mit seiner Mutter die türkischen Serien *Annem* (Mutter) oder *Yaprak Dökümü* (Laubfall), um seine türkischen Sprachkenntnisse zu verbessern (Schlote/Dogan 2009, S. 51).

12

„Was guckst Du? Medienarbeit mit Migranteneltern“. Tagung am 23.11.2010 von der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen, Hannover

13

Insgesamt sind seit 2006 95 Eltern-Medien-Trainer im Auftrag der LJS ausgebildet worden und im Land Niedersachsen aktiv. Abrufbar unter: <http://www.eltern-medien-trainer.de/Infos.html>

Bei den befragten türkischstämmigen Kindern stehen die klassischen Sendungen aus den Kinderprogrammen ebenso hoch im Kurs wie bei deutschen Kindern – wobei Sendungen wie *SpongeBob* oder *Au Schwarte* oft schon aus sprachlichen Gründen ohne die Eltern gesehen werden.

Medienpädagogische Türöffner

Wie Elke Schlote vom IZI auf einer Fachtagung der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen (LJS)¹² im November 2010 betonte, findet eine Regulierung des kindlichen Medienkonsums in bildungsfernen Migrantenfamilien kaum statt. Der Fernseher im Kinderzimmer soll häufig für Ruhe und Kontrolle sorgen; insbesondere in den Nachmittagsstunden sei ein nahezu grenzenloser TV-Konsum üblich. Diesbezüglich formulierte Schlote einen deutlichen Handlungsbedarf für die medienpädagogische Arbeit. Dies muss, wie oben gezeigt, auch für die bildungsfernen deutschstämmigen Familien gelten – allerdings, so führte Prof. Ahmet Toprak von der FH Dortmund auf der Tagung aus, gelten für die Ansprache und medienpädagogische Begleitung insbesondere türkischstämmiger Zuwandererfamilien besondere Bedingungen: eine freundliche Begrüßung, ausreichend Zeit, um sich auch privaten Fragen zu stellen, und der Verzicht auf jegliche Schuldzuweisungen. Wer ein medienpädagogisches Gespräch mit Eltern aus türkischstämmigen Migrantenfamilien führen möchte, sollte nicht gleich mit der Tür ins Haus fallen, sondern sich erst einmal den Fragen des Gegenübers stellen – und wenn es die nach der eigenen Familie sind. Toprak betont, dass derartige „Türöffner“ bei der Gesprächseröffnung mit Migranten außerordentlich hilfreich sein können.

Vor dem Gespräch über Mediengewohnheiten und familiäre Rituale sollte ein grundsätzliches Verständnis der anderen Kultur und der damit verbundenen Erziehung stehen. So dominieren Werte wie Autorität, Respekt und Ehrenhaftigkeit die Erziehungsziele türkischstämmiger Familien.

Entsprechend werde, so Toprak, auch von der Schule erwartet, den Kindern Grenzen zu setzen und Respekt beizubringen. Deshalb stießen Schule und Jugendamt erst einmal auf Unverständnis, wenn sie sich – ihrerseits mit der Disziplinierung ihrer Schüler häufig überfordert – bei Problemen mit den Schülern an die Eltern wendeten. Wer dieses „interkulturelle Missver-

ständnis“ umgehen möchte, sollte nach Toprak das eigene Arbeitsgebiet im Gespräch mit den Eltern genau beschreiben – und so auch um Verständnis für die Grenzen des pädagogischen Einflusses werben.

Eltern-Medien-Trainer: gezielte Elternarbeit

Um auch Familien mit Migrationshintergrund in die medienpädagogische Arbeit einzubeziehen, ist eine gezielte Ansprache nötig – und ausreichend Personal. Das Land Niedersachsen, in dem fast jedes dritte Kind einen Migrationshintergrund hat, stellt seit 2006 die Projektmittel für die Ausbildung von Eltern-Medien-Trainer zur Verfügung, die Beratungen für Migranteneltern anbieten. In Zusammenarbeit mit der LJS ist es bisher gelungen, 50 Trainer in ganz Niedersachsen auszubilden, die mit dem Schwerpunkt Migration arbeiten.¹³ Ziel des Projekts ist die Förderung der Elternarbeit mit türkischstämmigen Eltern zum Thema „Medienerziehung“. „Dabei geht es um einen vernünftigen Fernsehkonsum, um die Sensibilisierung gegenüber jugendgefährdenden Inhalten, aber auch um Unterstützung bei der kreativen Nutzung des Internets“, so Andrea Urban, Leiterin der Landesstelle Jugendschutz. Die Eltern-Medien-Trainer können über die LJS angefragt werden und stehen dank der Unterstützung durch das Niedersächsische Sozialministerium kostenlos für die medienpädagogische Arbeit zur Verfügung.

Die Grundschullehrerin Anne Walsemann ist seit einem Jahr als Eltern-Medien-Trainerin an Schulen in sozialen Brennpunkten in Niedersachsen tätig. Auf ihre Angebote von Gesprächskreisen zu Medienthemen reagieren vor allem die Mütter, bei denen sie ein großes Bedürfnis nach Gesprächen über den Medienkonsum ihrer Kinder beobachtet: „Über Medien ins Gespräch zu kommen, geht rasch. Die Mütter haben schon ein komisches Gefühl bei den Dingen, die der Nachwuchs so treibt.“ Allerdings dürfe man „auf keinen Fall belehren“, sondern müsse sich viel Zeit nehmen, auch andere Sichtweisen zu akzeptieren, betont Walsemann. Auch ihre Kollegin Forouzan Rajabi konstatiert einen „großen Informationsbedarf“. Die Bereitschaft, sich mit dem Medienhandeln der Kinder auseinanderzusetzen, ist – je nach sozialer Schicht – unterschiedlich stark ausgeprägt: „Es hängt wie immer davon ab, wie die Struktur und der Status der Familie sind. Gebildete Mütter mit we-

nigen Kindern sind aufmerksamer und machen sich schon Gedanken über den TV-Konsum oder die Internetnutzung. Sie fördern andere Beschäftigungen, es wird auch zusammen ferngesehen und es gibt Regeln für den Medienkonsum.“ Gleichzeitig hätten Familien aus bildungsfernen Schichten ein geringes Interesse an einer Einflussnahme auf den TV-Konsum: „Hauptsache, die Kinder stören nicht.“ Um die Migranteneltern – und in türkischstämmigen Familien in erster Linie die mit der Erziehung beauftragten Mütter – zu erreichen, suchen die Trainerinnen Orte auf, an denen diese sich ohnehin aufhalten. Nachbarschaftszentren, interkulturelle Treffpunkte oder Elternabende an Schulen sind ideal für den Aufbau einer Vertrauensbeziehung.

Wie wichtig ein grundsätzliches Vertrauen und die Wahl der richtigen Umgebung für die Gespräche über Medieninhalte und Reglementierungsmöglichkeiten mit Migranteneltern sind, betont auch Eva Hanel, bei der LJS zuständig für das Projekt „Eltern-Medien-Trainer“. „Wir legen Wert auf eine nette Umgebung und wertfreie Gespräche über Erziehung und Medienkonsum. Oft ist es schon ein Schritt, wenn die Eltern in einem zweiten Gespräch lernen, dass man Fernsehen reglementieren kann!“, so Hanel.

Im Gespräch mit den Trainerinnen und Trainern wird anschaulich, wie bedeutsam die niedrigschwiligen Tipps zur Begrenzung des Medienkonsums der Kinder sein können – so der im Rahmen der Tagung von einer Eltern-Medien-Trainerin formulierte Rat an eine türkischstämmige Mutter, das TV-Kabel in die Handtasche zu stecken und mit zur Arbeit zu nehmen. Dass angewandte Medienpädagogik zuweilen einfach sein kann, gilt wohl kulturübergreifend.

Literatur:

ARD/ZDF-Medienkommission:

Migranten und Medien 2007. Ergebnisse einer repräsentativen Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. 2007

Hugger, K.-U.:

Anerkennung und Zugehörigkeit im Social Web. In: P. Grell/W. Marotzki/H. Schellhowe (Hrsg.): Neue digitale Kultur- und Bildungsräume. Wiesbaden 2010, S. 77–98

Roth, H.-J./Terhart, H.:

Kinder und Jugendliche mit Migrationshintergrund. In: Televizion, 21/2008/1, S. 4–9

Sauer, M.:

Türkischstämmige Migranten in Nordrhein-Westfalen und in Deutschland: Lebenssituation und Integrationsstand. Stiftung Zentrum für Türkeistudien. Essen 2009

Schlote, E./Dogan, N.:

Weil wir da alle zusammen sind. Gemeinsames Fernsehen in türkischstämmigen Familien. In: Televizion, 22/2009/1, S. 50–53

Sinus Sociovision:

Zentrale Ergebnisse der Sinus-Studie über Migranten-Milieus in Deutschland. Abrufbar unter: http://www.sinus-institut.de/uploads/tx_mpdownload-center/Aktuell_30012009_Deutschtuerken_Hauptdokument.pdf

Toprak, A.:

Erziehungsstile und Erziehungsziele türkischer Migrantenfamilien in Deutschland. In: Aktion Jugendschutz (Hrsg.): Türöffner und Stolpersteine. Elternarbeit mit türkischen Familien als Beitrag zur Gewaltprävention. Aktion Jugendschutz, Landesarbeitsstelle Bayern e.V. 2004/2007, S. 20–32

Urban, A.:

Medienkompetenz in Familien. Eine Fortbildung zum Eltern-Medien-Trainer. Abrufbar unter: <http://www.eltern-medien-trainer.de/Importe/Artikel-BAJ.pdf>

Walberg, H.:

Wie erreichen wir die Eltern? Medienkompetenzvermittlung in „Problemfamilien“. In: T. Dörken-Kucharz (Hrsg.): Medienkompetenz. Zauberwort oder Leerformel des Jugendmedienschutzes? Baden-Baden 2008, S. 97–107

Ulrike Beckmann begleitet als Beraterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und freie Redakteurin auch die Arbeit der Landesstelle Jugendschutz Niedersachsen. Sie ist seit 1996 im Jugendmedienschutz aktiv, u. a. als vorsitzende Prüferin für die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und als Prüferin für die Filmwirtschaft bei der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK).



„Was du nicht willst, dass man dir tu...“

Ein Schulprojekt der FSF zum Thema „Sozialer Umgang in den Medien“

Mareike Müller

Medien besitzen eine enorme jugendkulturelle Attraktivität. Warum sie also nicht als Mittel nutzen, um einmal über soziale Umgangsweisen zu reflektieren? Das dachten sich auch die Medienpädagogen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und führten Anfang des Jahres

ein Schulprojekt zum Thema „Sozialer Umgang in den Medien“ durch. Hier verhandelten die Kinder nicht nur ihre persönlichen Wertmaßstäbe, sondern wurden zugleich dazu angehalten, ihr eigenes Mediennutzungsverhalten zu überdenken.

Lachend sitzt eine Gruppe von Drittklässlern vor einem Bildschirm. Gezeigt wird *Deutschland sucht den Superstar (DSDS)*. Ein interessanter Kontrast zum üblichen Schulunterricht. Alle Schüler kennen die Sendung mit Poptitan Dieter Bohlen. Alle – bis auf einen. Und auch der scheint sich über die Kommentare der Juroren zu amüsieren. Plötzlich erlischt das Bild. Ein lautes Raunen geht durch den Klassenraum. Zu gern hätten die Schüler gewusst, wie es weitergeht. „Menno!“, schimpft Linus. „Können wir das nicht bitte zu Ende gucken?“

DSDS – ein Format, das nicht zuletzt durch die drastischen Sprüche und Wortneuschöpfungen des Jurykopfes Dieter Bohlen immer wieder für Schlagzeilen sorgt und wohl auch deshalb sehr erfolgreich ist. Neben den Bemerkungen der Jury werden die Auftritte der Castingteilnehmer durch redaktionelle Nachbearbeitungen untermalt. Nicht selten, so befand die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) in einer Pressemitteilung vom Januar 2010, wird der Kandidat dadurch „gezielt lächerlich“ gemacht und „dem Spott eines Millionenpublikums“ ausgesetzt.

Inszenierungen, wie sie bei *DSDS* zu finden sind, wirken, so Kritiker, negativ auf die Realitätskonstruktionen der Rezipienten ein. Um zu erkennen, dass der zwischenmenschliche Umgang zwischen Bohlen und den Kandidaten Teil einer Inszenierung ist, bedarf es eines gewissen Maßes an Medien- und Sozialkompetenz. Die Vermittlung von beidem wird in den Schulen aufgrund mangelnder Kapazitäten häufig vernachlässigt, die Mediennutzung leider viel zu oft den Kindern selbst überlassen. Dabei können Medien, denen häufig nur ein entwicklungsbeeinträchtigendes Potenzial nachgesagt wird, durchaus positiv genutzt werden.

Warum also nicht soziale Kompetenzen durch die thematische Auseinandersetzung mit medialen Inhalten fördern, sodass Lernziele in beiden Richtungen erreicht werden?

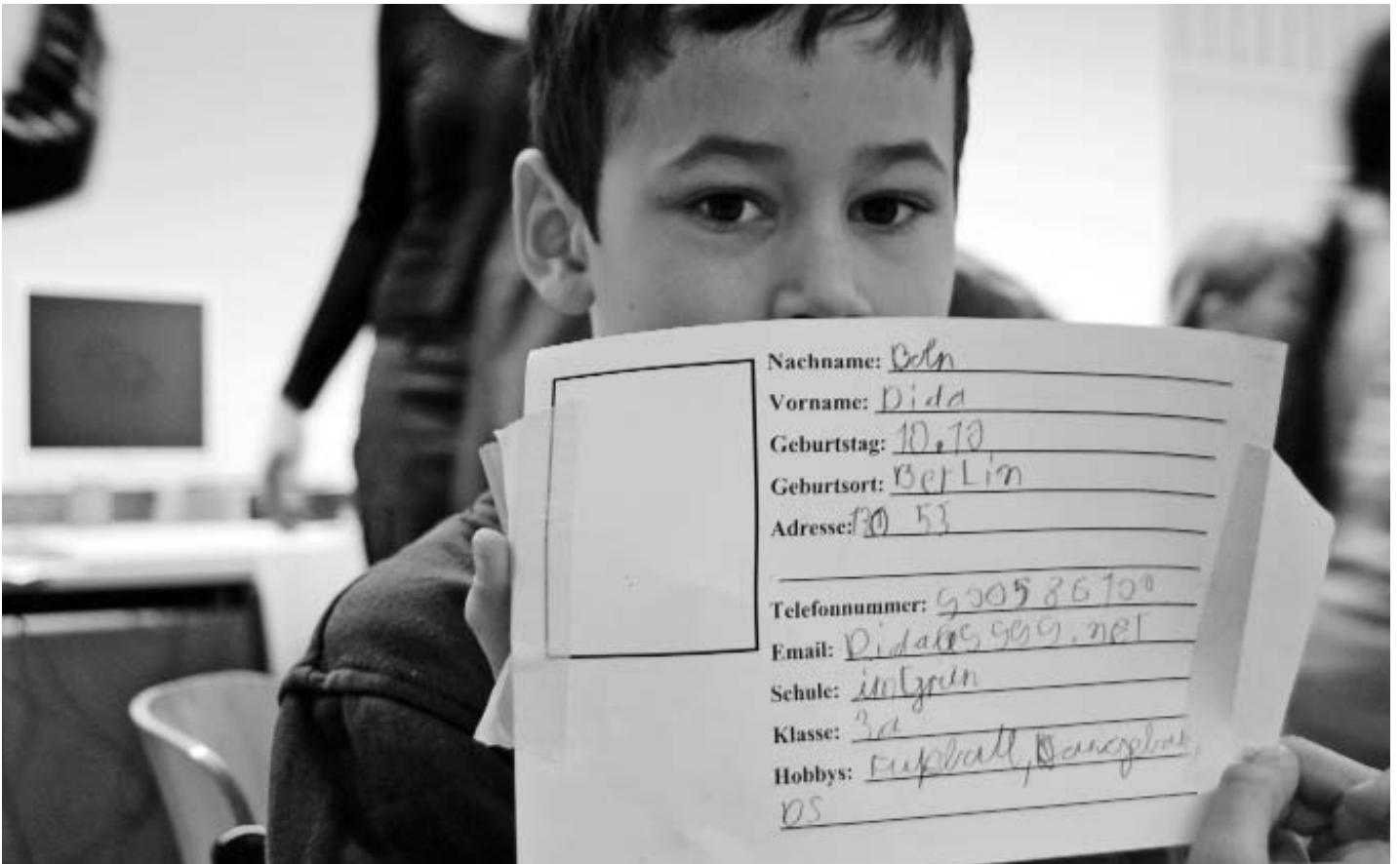
So organisierten die Medienpädagogen der FSF auf Anfrage eines Sozialpädagogen einen Projekttag in der Grundschule Ostseekarree in Berlin-Hohenschönhausen mit dem Thema: „Sozialer Umgang in den Medien“. Für einen Projekttag konzipierten Claudia Mikat, Brigitte Zeitlmann, Leopold Grün und Christian Kitter für etwa 50 Schüler der 3. Klasse ein

ehrgeiziges Programm. In Kleingruppen von ca. 17 Teilnehmern durchliefen die Schüler drei Workshops, die sich mit sozialem Umgang in Film, Fernsehen und Internet beschäftigten. Im Anschluss daran sollten die Kinder selbst aktiv werden und eine Fotoreihe oder ein Interview zum Thema „Freundschaft“ erstellen.

In jedem Workshop wurde mindestens ein mediales Beispiel gezeigt, das in vor- und nachbereitenden Gesprächen sowie unter Einsatz interaktiver Methoden reflektiert wurde. Dies ermöglichte den Kindern, an einem konkreten Sachverhalt selbst zu verhandeln, was für sie fairer Umgang mit anderen bedeutet.

Wertmaßstäbe auf dem Prüfstand

Im Rahmen des Workshops „Fernsehen“ sollten die Kinder sich ihrer Wertmaßstäbe bewusst werden, um Medieninhalte im Hinblick auf soziale Umgangsweisen kritisch reflektieren zu können. Anhand eines Spiels, bei dem die Schüler mit Charaktereigenschaften beschriftete Karten den Kriterien „wünschenswert“ und „nicht wünschenswert“ zuordnen mussten, wurden zunächst die eigenen Wertvorstellungen definiert



und bewusst gemacht. Überdacht wurden bei diesem Spiel nicht nur Verhaltensalternativen, sondern auch Wortbedeutungen. So stellte sich beispielsweise heraus, dass der Begriff „Ehrgeiz“ – wie der Wortlaut die Schüler vermuten ließ – nicht gleichbedeutend ist mit Geiz und somit auch nicht zwangsläufig als negative Charaktereigenschaft zu werten ist. Auf den Prüfstand gestellt wurden die Bewertungsmaßstäbe, als die Kinder auf den Satz „Was du nicht willst, dass man dir...“ darüber zu entscheiden hatten, ob sie selbst so behandelt werden wollen, wie es einigen Kandidaten bei *DSDS*

widerfahren ist. Durch das Hineinversetzen in die Gefühlslage des Kandidaten kamen alle zu dem Entschluss: „Nein, selbst wollen wir nicht so behandelt werden.“

Abschließend ging es um die Reflexion des Mediensystems. Im Rahmen eines interaktiven Spiels überlegten die 10-Jährigen, welche Interessengruppen sich eigentlich hinter dieser Sendung verbergen. Aufgetan wurden hierbei nicht nur die crossmediale Vermarktung der Sendung *DSDS*, sondern auch der Zusammenhang zwischen Einschaltquote und Werbeeinnahmen.

Filme im Vergleich

Im Rahmen des Workshops „Film“ verfolgten die Schüler gespannt den Kinderfilm *Emil und die Detektive* in den Fassungen von 1931 und 2001. Dem knappen Zeitplan geschuldet, konnten auch hier nur Ausschnitte aus den beiden Filmen gezeigt werden. Ziel des Workshops war es, anhand des Kinderfilms möglichst viele prosoziale Botschaften an die Schüler weiterzugeben sowie zum Nachdenken über Freundschaft anzuregen. Darüber hinaus sollten die Kinder durch die Gegenüberstel-



lung der beiden Filme sowohl inhaltliche als auch gestalterische Unterschiede ausfindig machen. Und siehe da: Die Drittklässler wurden sich nicht nur der Entwicklung filmtechnischer Möglichkeiten bewusst, sondern auch des Wandels gesellschaftlicher Wertvorstellungen und Sozialstrukturen.

Es wurden nicht nur die beiden Filmausschnitte verglichen, sondern auch die eigenen Erfahrungen in Verbindung zu dem medial Gezeigten gesetzt. Da der Film viele Anknüpfungspunkte zum Leben der Grundschüler bot, konnten persönliche Gefühle und Wünsche,

die sonst für Kinder oft abstrakt und schwer artikulierbar erscheinen, bewusst gemacht und kommuniziert werden.

Schon „genetzwerkt“?

Das Internet ist für Kinder wie für Erwachsene zu einem Ort der Freundschaftspflege geworden. Hier werden Kontakte geknüpft, aufrechterhalten und Nachrichten kommuniziert. Die Dichotomie von virtueller und realer Welt gilt somit heute nicht mehr. Zu sehr tangiert die Nutzung des Internets immer mehr den Alltag

sowie die öffentliche Wahrnehmung der eigenen Person.

Welche Möglichkeiten und Gefahren diese Art von Kommunikation und Vernetzung bereithält, wurde mit den Grundschülern im Rahmen des Workshops „Internet“ erprobt. Anhand einer Dokumentation erfuhren die Kinder von anderen Kindern, welche Erfahrungen diese bislang mit schülerVZ sammeln konnten. Anschließend erörterten die Schüler, was sie selbst in derartigen Netzwerken erlebt haben. Es stellte sich heraus, dass nur wenige der anwesenden Schüler Mitglied in einem der be-

liebten Netzwerke waren. Grund genug, um sie im Vorfeld darauf vorzubereiten. Wie viele Informationen ins Netz gehören und wie es sich anfühlt, wenn die eigenen Daten frei zugänglich sind, erprobten die Drittklässler, indem sie ein eigenes Profil erstellten, das anschließend im Schulflur aufgehängt wurde. Gewieft brachten vier Schüler ihre Profile auf Fußhöhe in einer unauffälligen Ecke an, während sich ein anderer Junge, inspiriert vom Workshop „Fernsehen“, als „Dida Bolen“ ausgab. Fast alle Kinder verzichteten darauf, ihre wahre Adresse oder ihren richtigen Namen anzugeben, sondern verwendeten stattdessen kreative Pseudonyme.

Abschließend wurde „genetzwerkt“. Ein großes Wollknäuel wurde im Stuhlkreis hin und her geworfen, doch nicht wahllos. Nein, Ziel der Aufgabe war es, die erlernten Kommunikationswege von schülerVZ anzuwenden. So hieß es beispielsweise: „Ich mache dir eine Freundschaftsanfrage, weil du in meiner Parallelklasse bist. Nimmst du sie an?“ Noch nicht ganz fit im Umgang mit derartigen Seiten, klappte dieses Spiel mäßig gut. Doch am Ende der Aufgabe war man sich einig, dass das Netzwerk – sei es das digitale oder das reale – ineinanderfällt, wenn man es nicht pflegt, andere mobbt oder bloßstellt.

„Was hast Du heute bei dem Projekt gelernt?“

Um einige Erfahrungen reicher wurden die Kinder zuletzt noch selbst medial aktiv. In Achtergruppen, begleitet von jeweils einem pädagogisch ausgebildeten Erwachsenen, sollte eine Fotoreihe oder ein Interview zum Thema „Freundschaft“ erstellt werden. Hier hieß es nun, sich in der Gruppe über eine Geschichte und deren Umsetzung zu einigen sowie etwaige Diskrepanzen in der Gruppe wahrzunehmen und zu formulieren. Zu hohe Anforderungen an 10-Jährige? – Ein erster Blick in die Gruppen ließ den Eindruck aufkommen: Ja. Konnte sich die eine Gruppe partout nicht darauf einigen, welche der beiden Optionen sie in Angriff nehmen sollte, wollten sich die Kinder einer anderen Gruppe nicht einmal gemeinsam an einen Tisch setzen.

Die Pädagogen thematisierten daraufhin die in der Gruppe aufgekommenen Konflikte, führten die gestalterischen und inhaltlichen Unterschiede der beiden Darstellungsformen an,

gaben zu bedenken, welche Inhalte besser mittels einer Fotogeschichte zu transportieren seien und bei welchen sich ein Interview anböte, verriet, was für Kniffe und Tricks mit der Kamera angestellt werden können und stellten zuletzt noch in Aussicht, dass jedes Kind einmal fotografieren oder filmen dürfe. Mag es der Anreiz gewesen sein, selbst das Geschehen mit der Kamera festhalten zu dürfen oder die theoretischen Ausführungen rund um die Darstellungsformen und -möglichkeiten, die die Kinder neugierig machten und zur Tat drängten – letztlich einigten sich die Kinder doch alle auf ein Thema und kommunizierten ihre Ideen und Wünsche.

So traten alle Gruppen geschlossen, freiwillig und stolz vors Publikum, als es galt, die eigene Produktion vorzustellen. Überspitzt setzten die Kinder in den Fotoreihen ihre Gefühle in Szene und bewiesen damit nicht nur filmästhetisches Geschick, sondern auch, dass sie Gefühle differenziert zum Ausdruck bringen können. Konflikte wurden logisch hergeleitet, wenn auch sehr einfach, jedoch dem Alter entsprechend aufgelöst. Das Führen von Interviews schien den Mädchen und Jungen etwas schwerer zu fallen und führte nicht ganz zu den Lerneffekten, die sich die Pädagogen bei dieser Aufgabe erhofft hatten. Ziel der Aufgabe war es, Gefühle, Wünsche und Erfahrungen auf das Wesentliche zu reduzieren. Konnte das Wesentliche bei der Fotoreihe nonverbal anhand von szenischen Darstellungen gezeigt werden, musste es bei den Interviews verbalisiert werden. Dies fiel vielen Kindern bei einem derart komplizierten und emotionsgeladenen Thema verständlicherweise nicht leicht. Die Fragen blieben zumeist oberflächlich und thematisierten nicht allzu viele Umgangsweisen und Konflikte, wie es die Fotogeschichten vermochten.

In dem letzten Interview jedoch, das an diesem Tag gezeigt wird, fragt Anton aus der Klasse 3a seine Interviewpartnerin: „Was hast Du heute bei dem Projekt gelernt?“ Die Antwort von Michaela lautet: „Ich habe heute gelernt, dass auch, wenn man sich am Anfang nicht kennt oder nicht mag, man sich zusammenreißen kann und auch schöne Sachen zusammen machen kann.“ Doch das bekommt die Hälfte der Klasse 3 schon nicht mehr richtig mit. So eben hat es zum Unterrichtsende geklingelt und die Kinder rennen aus dem Klassenzimmer.

Mareike Müller hat 2010 ihren Bachelor in Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie und Rechtswissenschaften an der Georg-August-Universität Göttingen gemacht und war Praktikantin bei der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Mehr als eine große Klappe

Die Duisburger Initiative doxs! zeigt und fördert Kinder- und Jugenddokumentarfilme der etwas anderen Art

Mark Stöhr

Seit bald zehn Jahren widmet sich doxs! mit viel Energie und Fantasie dem Kinder- und Jugenddokumentarfilm. Die Agenda der Ruhrgebietsinitiative, ursprünglich lediglich ein Seitenprojekt der renommierten Duisburger Filmwoche, ist inzwischen vielfältig: Sie reicht von einem jährlich stattfindenden Filmfestival über medienpädagogische

Angebote an Schulen bis zur Produktion von Dokumentarfilmen. Die Bemühungen von doxs! zielen auf Filme, die unkonventionellere Inhalte und Erzählformen als etwa das Kinder- und Jugendfernsehen wagen. Besonders gelungene Beispiele werden in Zukunft mit einem neu geschaffenen Preis ausgezeichnet, der „Großen Klappe“.

Man braucht zum Kräfteressen nicht unbedingt Fäuste. Es tun auch vier Augen. Und so schauen sich Filip und Serge gebannt an. Wer zuerst blinzelt, hat verloren. Immer wieder fordern sich die beiden 11-jährigen Jungen in dem Film *2 x klüger* heraus und lachen sich dabei halb kaputt. Was die Freunde verbindet: Sie sind nicht aus Deutschland. Filip kommt aus Polen, Serge aus Ruanda. Ihre zweite Heimat macht es ihnen nicht immer leicht. Anfeindungen und Beleidigungen stellen ihren Mut und ihre Selbstkontrolle häufig auf eine harte Probe. Regisseur Piet Eekman konfrontiert seine Protagonisten mit Situationen, in denen sie zeigen können, wie sie ihren Frust und Ärger anders kanalisieren als in Gewalt. Es ist ein Spiel mit dem Ernst. Prusten und Posen eingeschlossen.

Die Filme sind lehrreich, aber nicht didaktisch

2 x klüger feierte vergangenen Herbst beim doxs!-Festival Premiere. Seit über neun Jahren beschäftigen sich die Filmwissenschaftlerin Gudrun Sommer und ihr doxs!-Team mit Kinder- und Jugenddokumentarfilmen. Und das gleich auf mehreren Ebenen: Sie organisieren ein Filmfestival, das einmal jährlich im November als eigenständige Sektion der renommierten Duisburger Filmwoche stattfindet. Sie bieten an mehreren Schulen im Ruhrgebiet me-

dienpädagogische Kurse an und realisieren gemeinsam mit Schülern eigene kleine Dokumentarfilm-Projekte. Sie touren mit wechselnden Filmprogrammen durch ganz Deutschland und durch das benachbarte Ausland. Und sie initiieren und begleiten die professionelle Produktion von Kinderdokumentarfilmen. Im Zuge der bislang umfangreichsten dieser Initiativen, des Wettbewerbs „dok you“, der 2008 u. a. gemeinsam mit dem WDR auf die Beine gestellt wurde, entstanden sechs Filme. Darunter Piet Eekmans *2 x klüger*. Diese knapp 20-minütige Arbeit könnte als Prototyp für die dokumentarische Vision von doxs! stehen: Filme, die lehrreich sind, aber nicht didaktisch, verspielt, aber nicht versponnen, immer nah dran an der Erlebniswelt der Protagonisten und des Publikums.

In den doxs!-Programmen darf geforscht und ausprobiert werden. Sie sind ein Gegenentwurf zu den oft stereotypen Inhalten und Erzählformen des Kinder- und Jugendfernsehens. Davon konnten sich die jungen Zuschauer, die in unterschiedliche Altersklassen vom Grundschulalter bis zur Oberstufe eingeteilt werden, beim letzten Festival schon zum neunten Mal überzeugen.

Keine der Geschichten, die in den Filmen erzählt wurde, schmeckte nach Popcorn. Im Gegenteil. Manche handelten von unbequemen Themen wie dem Klimawandel (*Stromsparen* von Kyne Uhlig und Nikolaus Hillebrand)

oder von den Verlustängsten, die eine neu gegründete Patchworkfamilie bei einem Mädchen auslöst (*Stark! Kinder erzählen ihre Geschichte: Jasmine – Familie auf einen Streich* von Anabel Münstermann). *TOTH – Top Of The Hill* von Dylan Drummond und Blair Scott, ein Film aus dem letztjährigen Länderschwerpunkt Großbritannien, führte das Publikum in die Hilltown Area, einen Problembezirk von Dundee, wo Drogen und Alkohol dominieren und Gangs ihr Unwesen treiben.

Aber es geht bei doxs! nicht immer notwendigerweise ans ganz Eingemachte. Die Regisseurin Ulrike Vahl etwa hat in *Von Mädchen und Pferden* zwei Jungen bei ihrem Lieblingssport begleitet: dem Turnen. Und die britische Produktion *Pockets* von James Lee schaute seinen Protagonisten in die Hosentaschen und untersuchte, was die einzelnen Gegenstände für die jeweilige Person für eine Bedeutung haben.

Die Wahrnehmung des jungen Publikums wird herausgefordert

Das Programm der Duisburger Kinderdokumentarfilm-Experten forderte seine Besucher jedoch nicht nur inhaltlich, in der Sparte „Paradoxs!“ stellte es antrainierte Wahrnehmungsmuster auf die Probe – mit vier Experimentalfilmen, die es in sich hatten: Bilder, die auf dem Kopf stehen, oder Filmschnipsel, die in einem



2 x klüger
Von Mädchen und Pferden
Stromsparen (v. l. n. r.)

Vorführraum gefunden und ohne zunächst ersichtlichen Zusammenhang aneinandermontiert wurden. In *Zwischen vier und sechs* porträtiert Corinna Schnitt eine auf den ersten Blick ganz normale Mittelstandsfamilie, die ihre Sonntage allerdings mit einer recht eigenwilligen Beschäftigung verbringt: Sie putzt Verkehrsschilder. Ob es sich dabei um Fake oder um eine wahre Geschichte handelt, bleibt bis zum Ende offen.

Die Zuschauer reagierten auf solch ungewöhnliche Kost zunächst irritiert, begannen dann aber im anschließenden Gespräch, ihre gewohnten Rezeptionen und Vorstellungen von Film nach und nach zu überprüfen. Diese moderierten Gespräche waren von Anfang an ein zentraler Bestandteil des Gesamtkonzepts von doxs!. Wer über das Gesehene spricht und sich mit anderen darüber austauscht, schaut genauer hin und macht sich Gedanken über das „Gemachte“ eines Films. Auch ein Dokumentarfilm ist ein Artefakt und weit weniger ein Streifen abgefilmter Wirklichkeit, als die Kinder und Jugendlichen es vielleicht zunächst annehmen.

doxs! hat seinen Ursprung in Duisburg, erweiterte seinen Wirkungsbereich aber bald über das Ruhrgebiet hinaus. Zu der langjährigen Zusammenarbeit mit Festivals und Institutionen kamen mit der Zeit regelmäßige Gastspiele in Kinos und Ausstellungsräumen, von der Tate Britain in London und dem Wiener Kinder-

museum Zoom über das Kino Arsenal in Berlin bis zu deutschen Kinderfilmfestivals in Frankfurt, Kassel, Köln und Hamburg. Im vergangenen Oktober kooperierte doxs! erstmals mit dem Dokumentarfilmfestival dokumentART in Neubrandenburg.

Zum zehnjährigen Jubiläum in diesem Jahr kommt noch eine Masche im immer dichteren Gewebe von doxs! hinzu: ein Preis, der an Produktionen vergeben wird, die „in besonderem Maße die ästhetische und politische Auseinandersetzung mit Dokumentarfilm fördern“. Er heißt „Große Klappe“, wird von der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) mit 3.500 Euro für die Regieleistung ausgestattet und ist in dieser Form einzigartig in Europa. Gefragt sind bei den eingereichten Wettbewerbsfilmen, die ihren Ursprungsort in Europa haben müssen, typische doxs!-Attribute: Fantasie, Intelligenz und eine besondere Affinität zur Lebenswirklichkeit junger Menschen. Und die wachen höchstpersönlich darüber, ob sie sich auch ausreichend in den Filmen wiederfinden. Über den Sieger der „Großen Klappe“, die erstmals im November 2011 im Rahmen der 35. Duisburger Filmwoche vergeben wird, entscheidet nämlich eine bestens vorbereitete Dokumentarfilm-Jury aus Schülerinnen und Schülern.

Mark Stöhr arbeitet als freier Autor mit dem Schwerpunkt Film und Fernsehen u. a. für die Wochenzeitung „der Freitag“ und das Onlineportal des „stern“. Zudem ist er als freier Filmkurator tätig und konzipierte zuletzt für das Filmfest Hamburg die Umweltsektion „Drei Farben Grün“.



Hybridfernsehen

Die neue Dimension der Medienkonvergenz





Dass es sie gibt, pfeifen die Spatzen schon seit einiger Zeit von den Dächern. Mediale Angebote, früher in Inhalt, Form und Qualität fein säuberlich nach Vertriebswegen getrennt, sind nun im Kino, auf DVD oder im Fernsehen zu konsumieren. Im Internet bekommt man, wenn auch zuweilen illegal, ohnehin alles, was einen interessiert. Bezüglich der Nutzung sprechen alle Untersuchungen dafür, dass das Internet – als das konvergenteste Medium – gerade bei Jugendlichen immer beliebter wird. Es dient der Unterhaltung, die nicht an Sendezeiten gebunden ist, der Information über Politik, neue Produkte oder Trends genauso wie der Kommunikation in sozialen Netzwerken.

Bisher findet die Mediennutzung aber noch mit unterschiedlichen Geräten statt. Genau das soll sich nun durch den Hybridfernseher ändern. Schließlich bietet er nicht nur den Zugang zu Fernsehsendern und Internetangeboten in einem Gerät, sondern dank ihm wird es möglich, dass beides ineinandergreift und sich gegenseitig optimal ergänzt. Der bisher etwas abstrakt anmutende Begriff der Medienkonvergenz wird nun konkret und mit diesem Gerät erlebbare Wirklichkeit.

Für die Medienregulierung könnte dies allerdings zum Problem werden, variieren bei Fernsehen und Internet die Bestimmungen zu Jugendschutz oder Werbung doch immanent. Im Bereich des Urheberrechtes könnte der Zugang zu illegalen Inhalten aus diversen Portalen, die rechtswidrig, aber bisher nicht zu verhindern sind, die Refinanzierung kostspieliger Medieninhalte im schlimmsten Fall so stark reduzieren, dass sie sich nicht mehr lohnen. Im Bereich des Jugendschutzes ist der Versuch der Länder, durch Filtersysteme und Selbstklassifizierung wenigstens die Chance zu einem verträglichen Jugendschutz im Internet zu schaffen, im Dezember 2010 am Votum des Landtags von Nordrhein-Westfalen gescheitert. Das Argument, abgesehen von taktischen Manövern: Wenn Eltern die strengste Version des Filters wählen, kommen beim Kind nur noch gekennzeichnete Programme an. Dadurch würden andere Inhalte herausgefiltert, z. B. Blogs, die zwar nicht jugendschutzrelevant, aber eben nicht entsprechend gekennzeichnet sind. Besonders absurd ist diese Argumentation, wenn man den vergleichsweise geringen Eingriff in die Freiheit des Netzes mit den erheblichen Restriktionen vergleicht, die für Kino, DVD und Fernsehen gelten. Das zeigt: Von der strengen Regulierung bei den klassischen Vertriebswegen scheint man sich ebenso wenig verabschieden zu wollen, wie man bereit ist, für das Internet mit Blick auf die Freiheit eine sehr sanfte Selbstklassifizierung zu etablieren.

Der Hybridfernseher macht diese Regelungswidersprüche nun überdeutlich. Betätigt man den Fernsheknopf, darf man beispielsweise den vierten Teil der Harry-Potter-Filme im Tagesprogramm nicht ungeschnitten sehen, weil dadurch das Wohl jüngerer Kinder tangiert wäre. Drückt man den Knopf „Internet“, darf der Film jederzeit geladen und angesehen werden, solange er nicht im Umfeld von Kinderprogrammen angeboten wird. Pornografie ist über den Fernsehzugang rechtlich tabu, über den Internetzugang dagegen immerhin in geschlossenen Benutzergruppen legal erhältlich – abgesehen davon, dass sich Angebote aus dem Ausland oder illegale Portale ohnehin nicht um deutsche Gesetze scheren. Es wird, so scheint es, Zeit, dass die Konvergenz nicht nur von den Anbietern, sondern auch von der Medienregulierung wahrgenommen wird.

Das Fernsehen wächst über sich hinaus

Eine Einführung in die Technik des Hybrid-TV

Jürgen Sewczyk

Fernsehen und Internet wachsen immer mehr zusammen. Dies zeigt auch die Entwicklung hybrider TV-Empfangsgeräte, die Angebote aus den Welten von TV und Internet verknüpfen können. Der vorliegende Text bietet einen Einstieg in die neue Technik und zeigt Entwicklungsmöglichkeiten auf.¹

Was leisten hybride Empfangsgeräte?

Bei hybriden TV-Empfangsgeräten handelt es sich um TV-Geräte mit integriertem Onlineanschluss, die Angebote aus den Welten von TV und Internet verknüpfen können. Möglich wird dieses sogenannte Hybrid-TV, also die Kombination der Welten von Digital Video Broadcasting (DVB) und Internetprotokoll (IP), weil in vielen modernen Geräten bereits entsprechende Computer-Chipsets integriert sind. Die Zeiten, in denen ein Fernsehgerät jenseits der Programme nur den Teletext bieten kann, sind 30 Jahre nach Einführung des Videotextes endlich vorbei.

Das Besondere bei der aktuellen Entwicklung ist, dass es nicht mehr um den Wettkampf PC kontra TV-Gerät oder umgekehrt geht, sondern dass die Internet- und die Fernsehwelt parallel oder sogar synchron auf dem Bildschirm im Wohnzimmer abgebildet werden können. Die neue Technologie zur Darstellung von Onlineinhalten auf dem Fernseh Bildschirm ist in vielen neuen TV-Geräten der gehobenen Preisklasse, Blue-ray-Playern sowie in speziellen HDTV-Satelliten-Receivern bereits eingebaut. Möglich wird das durch Chip-Sätze aus der Computerwelt. Für die Industrie entstehen dadurch kaum Mehrkosten, und die Verbraucher finden die für Hybrid-TV erforderliche Hardware in den meisten Oberklassegeräten gleich eingebaut, ohne dass dafür ein spürbarer Aufpreis verlangt wird.

»Das Besondere bei der aktuellen Entwicklung ist, dass es nicht mehr um den Wettkampf PC kontra TV-Gerät oder umgekehrt geht, sondern dass die Internet- und die Fernsehwelt parallel oder sogar synchron auf dem Bildschirm im Wohnzimmer abgebildet werden können.«

Anmerkung:

¹ Dieser Artikel ist 2010 für die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) verfasst und von der LfM veröffentlicht worden. Er wurde um einige aktuelle Entwicklungen und Marktzahlen ergänzt.

Für die Anbieter von Onlineinhalten bietet Hybrid-TV die Chance, sich ohne großen Aufwand einen neuen Verbreitungskanal zu erschließen. Bereits vorhandene Angebote können quasi automatisch zusätzlich für den Fernseher aufbereitet und über Apps aufgerufen werden. Wichtig ist dabei, die Seiten so anzupassen, dass sie auch noch aus drei Metern Entfernung im Wohnzimmer gut lesbar bleiben. Dabei müssen die Bilder und Schriften vergrößert und die Vielfalt der Inhalte auf einzelnen Seiten reduziert werden, um eine optimale Übersichtlichkeit zu bieten.

Einschränkungen existieren auch bei einigen Onlinewerbeformen. Grund dafür ist, dass die im Internet beliebte Flash-Technologie in den Fernsehgeräten (noch) nicht integriert ist. Darüber hinaus dürfen Anbieter von WWW-Inhalten nicht vergessen, dass TV-Zuschauer zum Navigieren weder über eine Tastatur noch über eine Maus verfügen. Alle Inhalte müssen also mit der Fernbedienung abrufbar sein. Es zeichnet sich ab, dass dabei die auf herkömmlichen Fernbedienungen im Kreis angeordneten Tasten „rauf, runter, rechts, links“ mit dem OK-Button in der Mitte, die Taste für die Zurück-Funktion (Back) und die vier Farbtasten (rot, grün, blau, gelb), die auch für die Teletext-Bedienung Anwendung finden, genutzt werden.

Zum Anschluss an das Internet wird entweder ein Local Area Network (LAN) oder ein Wireless Local Area Network (WLAN) mit ausreichender Bandbreite benötigt. Für einen LAN-Anschluss genügt es, ein LAN-Kabel in die Buchse des Fernsehers einzustecken. Bei WLAN muss noch der sogenannte „WEP/WAP-Code“, also das Passwort für die Verschlüsselung des drahtlosen Internetzugangs, eingegeben werden, bevor Onlineinhalte auf dem TV-Bildschirm erscheinen.

Alle hybriden Plattformen bieten auch Streaming Content an, z. B. die *Tagesschau* mit den 100-Sekunden-Nachrichten. Aber es existieren auch komplette Onlinevideotheken, über die Serien oder Filme angeboten werden. Für eine ruckel- und „klötzchenfreie“ Darstellung sollte eine Bandbreite von mindestens 2 Mbit/s zur Verfügung stehen, besser sind aber 4 Mbit/s. Werden HDTV-Dateien aus den Videotheken abgerufen, ist der Bandbreitenbedarf noch höher und sollte mindestens 8 Mbit/s betragen, wenngleich es schon Anbieter gibt, die mit 3 Mbit/s Filme in HDTV-Qualität übertragen.

Fazit: Dank der modernen Empfangsgeräte und Hybrid-TV können schon heute Anbieter von Fernseh- oder Hörfunkprogrammen sowie zahlreiche weitere kommerzielle und nicht kommerzielle Inhalteanbieter Internetangebote mit geringem Aufwand für den Fernsehbildschirm aufbereiten und über eine Breitbandverbindung online zur Verfügung stellen.

Entwicklungen und Trends im Web-TV-Markt

Teletext-Tafeln mit „Klötzchengrafik“ gehören beim Hybrid-TV der Vergangenheit an. Vielmehr kann endlich ein moderner Videotext mit Text, Grafiken, Videos und Bildern so wie im Internet angeboten werden. Zusätzlich erlaubt die hybride Technologie auch noch echte Interaktivität, weil der Rückkanal zur Onlineverbindung automatisch dazugehört.

Ende 2009 standen in deutschen TV-Haushalten etwa 600.000 hybride Endgeräte, schon 2010 waren es 3,5 Mio. und die GfK Retail and Technology GmbH rechnet bis Ende des Jahres 2011 mit mehr als 7 Mio. solcher Geräte. Dann soll bereits jeder zweite verkaufte TV-Empfänger hybrid sein.

Es gibt Hersteller, die Portale für jedes europäische Land erstellt haben. Dabei fällt auf, dass bestimmte Inhalteanbieter immer wieder auftauchen. Dazu gehören vor allem Foto- und Videoportale, Wetterdienste, Internetauktionshäuser, große Automobilkonzerne und Infoportale für Skifahrer.

Der Begriff „hybrid“ beschreibt etwas Gebündeltes, Gekreuztes oder Gemischtes. Deshalb bedeutet Hybrid-TV, dass der Fernseher oder die Set-Top-Box zusätzlich zu TV-Programmen über einen Internetanschluss auch digitale Angebote oder WWW-Seiten abbilden kann. Da der Fernseher aber kein PC ist und es in absehbarer Zeit auch nicht werden wird, können nicht alle Internetinhalte unverändert über hybride Endgeräte abgerufen werden. Ohne Maus und Tastatur sind auch die Möglichkeiten der Navigation eingeschränkt.

Es gibt noch eine Reihe von Aufgaben, um Hybrid-TV im Medienalltag fest zu etablieren. Das fängt an mit einer einheitlichen Taste auf der Fernbedienung zum Einstieg in die Onlinewelt und einem einheitlichen Konzept für den Aufruf von Applikationen (vergleichbar mit den Teletext-Tasten) und endet bei der Reduktion auf wenige Basistechnologien für hybride Endgeräte, die zugleich eine möglichst breite Auswahl von Standardlösungen erlauben, die in allen Geräten funktionieren.

Eines ist klar: Bewegtbildinhalte werden im Internet immer attraktiver und dürften künftig auch über den Onlinekanal auf heimische TV-Bildschirme gelangen. Seit 2008 wurden in Deutschland jedes Jahr etwa doppelt so viele Onlinevideos abgerufen wie im Jahr davor. Derzeit sind es 12 Mrd. pro Monat. Mit den hybriden Endgeräten – entweder Flachbildschirmen, Satelliten-Empfängern oder DVD-Playern – ist dies nun problemlos auch für den TV-Bildschirm im Wohnzimmer möglich.

Welche Technologien werden genutzt?

Welche Technologie in hybride Endgeräte eingebaut wird, entscheidet jeweils der Hersteller. Grundsätzlich existieren Lösungen, die entweder auf dem WWW-Standard Hypertext Markup Language (HTML) oder auf der Programmiersprache Java/Javascript basieren.

HTML wurde ursprünglich für den PC entwickelt und von einigen Herstellern der Unterhaltungselektronikbranche (Consumer Electronics) für die Nutzung auf TV-Flachbildschirmen weiterentwickelt zum sogenannten CE-HTML. Ähnlich wie beim PC oder Laptop ist auch beim Fernsehgerät Voraussetzung für CE-HTML-Inhalte, dass ein Browser installiert wurde. Dafür nutzt etwa das Net-TV-Portal den Browser Opera.

Seit Anfang 2009 wurde an einem Standard gearbeitet, der auf CE-HTML basiert und die Bezeichnung Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV) trägt. Im Juni 2010 schließlich ist die neue Norm vom Europäischen Institut für Telekommunikationsnormen (ETSI) anerkannt worden. Dadurch wurden die Definitionen von Signalisation, Transport und Präsentation von erweiterten und interaktiven Inhalten auf hybriden Empfangsgeräten festgelegt. Bereits bei Ende 2010 unterstützten ca. 30 Hersteller HbbTV.

CE-HTML reicht als Standard alleine nicht aus, weil für den Abruf von Inhalten und die Darstellung multimedialer Angebote noch weitere Vereinheitlichungen und Technologievereinbarungen notwendig sind. HbbTV regelt deshalb die folgenden Funktionen und Prozesse:

- Mindestanforderungen für Endgeräte,
- Open-IPTV-Forum und DVB-Profiles,
- Synchronisation von Applikationen mit TV/Hörfunk und Daten-Services,
- Präsentation von Inhalten (Red Button),
- Nutzung eines HTML-/Java-Skript-Browsers,
- Definition von Karussell-Diensten über den Broadcast-Weg,
- Definition von Media-Formaten,
- Application Lifecycle (zur Software-Optimierung),
- Streaming,
- Implementierung von CI+.

Für die Präsentation von Inhalten kann der sogenannte Red Button genutzt werden. Wenn er im laufenden Programm auf dem Bildschirm erscheint, wird im Broadcast-Sendesignal eine URL (Uniform Resource Locator) mitgeschickt, die über den roten Knopf auf der Fernbedienung aufgerufen werden kann. Natürlich lässt sich der rote Knopf auf der Fernbedienung auch sonst jederzeit während des laufenden Programms betätigen, um nach Onlinezusatzinformationen zu suchen.

Wie kommen die Inhalte auf den Web-Fernseher?

Wer bereits über Onlineinhalte verfügt, dem steht mit Hybrid-TV ohne großen Aufwand ein zusätzlicher Verbreitungskanal zur Verfügung. WWW-Content, der bereits mit der Programmiersprache HTML aufbereitet wurde, lässt sich mithilfe der für hybride Endgeräte konzipierten HTML-Weiterentwicklung namens CE-HTML leicht für den TV-Bildschirm optimieren.

Grundsätzlich gilt es zu beachten, dass alle hybriden Inhalte jeweils für verschiedene Display-Größen und Betrachtungsabstände aufbereitet werden müssen. Schließlich muss eine Nachricht mit Bild für ein Smartphone ein anderes Layout erhalten als für den PC-Monitor oder Fernseher. Vor dem TV-Bildschirm sitzt der Zuschauer in der Regel mit einem Abstand von etwa drei Metern, sodass klein abgebildete Onlinetexte kaum lesbar sind.

»Für die Präsentation von Inhalten kann der sogenannte Red Button genutzt werden. Wenn er im laufenden Programm auf dem Bildschirm erscheint, wird im Broadcast-Sendesignal eine URL mitgeschickt, die über den roten Knopf auf der Fernbedienung aufgerufen werden kann.«

Die Aufbereitung muss also jeweils dem Endgerät angepasst werden. Die Texte aber können identisch bleiben oder müssen nur geringfügig variiert, modifiziert oder gegebenenfalls gekürzt werden. Wir kennen das von der Zeitung oder den Onlineportalen, wo auf der ersten Seite eine kurze Zusammenfassung einer Nachricht und einige Seiten weiter der gleiche Text wiederholt und ausführlich ergänzt zu lesen ist. Alle Onlineseiten müssen also von ihrer Grundstruktur her einmal inhaltlich für die Darstellung via TV-Gerät optimiert werden. Vor allem geht es darum, Bilder und Texte größer darzustellen und die aus dem Internet gewohnte Informationstiefe auf das Wesentliche zu reduzieren.

Ist der Layoutentwurf erstellt, können entsprechende Vorlagen (Templates) an spezielle Agenturen gegeben werden, die sich auf hybride Endgeräte spezialisiert haben. Das Dienstleistungsspektrum solcher Agenturen reicht von der Programmierung über das Hosting, also das Betreiben des Internetservers, bis hin zur Organisation der Werbung inklusive Monitoring.

Ist das Onlinelayout für hybride Endgeräte optimiert, werden alle Inhalte über eine spezielle technische Schnittstelle (RSS Feed/XML) aus dem Online Content Management System automatisch für den Fernseher „abgeholt“, ohne dass sie von der Redaktion nochmals bearbeitet werden müssen. Auf diese Weise können alle Online- und TV-Inhalte synchron zur Verfügung gestellt werden. Insgesamt wird trotz der zusätzlichen Verbreitungsplattform also der Aufwand für Inhalteanbieter kaum vergrößert, weil sie sich jeweils nur einmal Gedanken über die Gestaltung der optimalen TV-Templates machen müssen. Sogar Werbung kann aus den gleichen technischen Onlinesystemen für den Fernseher bereitgestellt werden.

Es lassen sich (noch) nicht alle Onlineinhalte beim Hybrid-TV darstellen, was sowohl für publizistische Inhalte gilt als auch für die Werbung. Im Internet werden Bewegtbilder beispielsweise häufig auf der Basis der Software Flash gezeigt, die für Fernsehgeräte nicht genutzt wird. Gründe dafür sind einerseits die relativ hohen Lizenzkosten und andererseits die Tatsache, dass Flash-Darstellungen eine große Rechenleistung voraussetzen. Entsprechende Kapazitäten stellen für einen PC kein Problem dar, würden beim Fernsehgerät aber eine unverhältnismäßig teure Hardware-Ausstattung erforderlich machen.

In der Regel erfolgt der Wechsel vom TV-Programm zur Onlinewelt entweder mit dem Red Button, über spezielle Portalseiten oder auch durch die Eingabe einer einzelnen Internetadresse (URL), was allerdings mangels einer echten Tastatur für den Nutzer eher umständlich ist.

Hybrid-TV bietet im Vergleich zum klassischen Fernsehen einen entscheidenden Vorteil: Dank des Internetprotokolls erhält das Fernsehen einen Rückkanal, der

auch personalisierte Inhalte ermöglicht. Durch den Anschluss an das Internet ist der TV-Rückkanal nun endlich Realität geworden. Dadurch werden auch personalisierte Inhalte möglich, nachdem der Nutzer sich einmal bei einem Service oder dem Plattformbetreiber angemeldet hat. Der örtliche Wetterbericht ist z. B. heute schon eine der beliebtesten Applikationen für PC oder Smartphone. In Zukunft könnten – ähnlich wie beim iPhone – auch für das Hybrid-TV zahlreiche Applikationen bereitstehen, die über einfaches Anklicken auf entsprechende Symbole aufgerufen werden.

Wegen des Onlinerrückkanals ist beim Hybrid-TV auch die Personalisierung von Werbung auf dem Fernsehbildschirm möglich. Dadurch lassen sich höhere Werbepreise durchsetzen und den Werbetreibenden bleiben unnötige Streuverluste erspart. Gelangt nur solche Werbung auf den Bildschirm, die an Bedarf und Bedürfnisse des jeweiligen Zuschauers anknüpft, steigt die Akzeptanz der präsentierten Werbebotschaften. Vielleicht erübrigt sich durch personalisierte Werbung in Zukunft das Verlangen vieler Zuschauer, Werbung zu überspringen.

Sollen Onlineangebote prominent platziert auf der Startseite eines Endgeräteherstellers zu finden sein, wird ein Vertrag abgeschlossen, der gewährleisten soll, dass keine Inhalte angeboten werden, die sich technisch nicht darstellen lassen oder die extremistische oder diskriminierende Inhalte aufweisen.

»Durch den Anschluss an das Internet ist der TV-Rückkanal nun endlich Realität geworden. Dadurch werden auch personalisierte Inhalte möglich, nachdem der Nutzer sich einmal bei einem Service oder dem Plattformbetreiber angemeldet hat.«

»Das Fernsehgerät bietet eine ideale Informationsplattform für eine Fülle von Angeboten, weil es in jedem Haushalt vorhanden und schnell ›einsatzbereit‹ ist.«

Welche Inhalte eignen sich für die Darstellung auf dem Fernseher?

Das Spektrum der digitalen Inhalte, die für hybride Endgeräte geeignet sind, reicht von Service- bis zu Entertainmentangeboten. Die Zuschauer verlangen nicht nur für PC, Laptop oder Games-Konsole immer mehr digitale Inhalte, sondern auch für den TV-Bildschirm im Wohnzimmer. Hybrid-TV kann solche Ansprüche erfüllen – sogar der aus der Vergangenheit bekannte Dia-Abend könnte bald eine multimediale Renaissance erleben. Schließlich werden Bilder immer häufiger auf kostenlosen Fotoplattformen online abgespeichert, um sie jederzeit – häufig auch unabhängig vom PC – auf allen internetfähigen Geräten anzuschauen. Ein ähnliches Verfahren ist auch für andere Onlineinhalte wie Musik, Spiele oder Videos möglich.

Derzeit zeichnen sich bei den Onlineangeboten des Hybrid-TV die Sparten Nachrichten, Video, Unterhaltung, E-Commerce und Lifestyle ab. Vor allem News-Content, Wetterdienste und Routenplaner sind zahlreich vertreten. Auch Musik aus dem Internet ist unbegrenzt und mit einer nie zuvor erlebten Vielfalt „on Demand“ und kostenlos verfügbar. Der Zuhörer kann dabei vorgeben, worauf er Lust hat: Rock, Pop, Jazz oder Klassik. Dann lässt sich eine bestimmte Musikfarbe auswählen, die zu bestimmten Stimmungen passt, z. B. Candle-Light-Dinner, Party, Chillen oder romantisches Ambiente. All das kann via Audio-Streaming direkt abgerufen werden.

Ständig wachsendes Potenzial bietet auch das Video-Streaming: Pro Monat werden in Deutschland bereits etwa 12 Mrd. Videoabrufe gezählt – mit steigender Tendenz. Bewegtbildern spielen im Internet eine Rolle, die stetig an Bedeutung gewinnt. Wie selbstverständlich haben auch weltweit dominierende Anbieter wie das führende Internetauktionshaus und das größte Videoportal YouTube diese Technologie entdeckt und bieten entsprechende Angebote in einer für den Fernseher angepassten Form an.

Im Nachrichten-Bereich existieren bereits Portale von News-Kanälen, Magazinen oder auch Boulevardpresse. Darüber hinaus gilt das Internet als ideal für Branchen- und Adressverzeichnisse. Diese lassen sich sogar personalisieren. Wer seine Adresse eingibt, erhält so z. B. bei Suchanfragen zuerst Links zu Angeboten aus seiner Nachbarschaft, bei denen sogar die Entfernung zur jeweiligen Adresse angegeben werden kann.

Nutzung der Technologie außerhalb der klassischen Medienbranche

Für Hybrid-TV bieten sich auch zahlreiche Anwendungen außerhalb der klassischen Medienbranche an. So wurde in Italien und den USA der TV-Bildschirm schon längst von der Politik und öffentlichen Einrichtungen entdeckt, um auch online Informationen zu verbreiten. Dort werden spezielle Dokumente für den Bürger zur Ansicht oder zum Download über den Fernsehbildschirm zur Verfügung gestellt. Dies dient sowohl dem Bürgerservice als auch der Steigerung des Potenzials zur politischen Teilhabe an öffentlichen Diskussionen.

Es ist davon auszugehen, dass die neue Hybridtechnologie auch bei uns von Apotheken, Ärzten, sozialen und öffentlichen Einrichtungen oder der Politik entdeckt wird. Das Fernsehgerät bietet eine ideale Informationsplattform für eine Fülle von Angeboten, weil es in jedem Haushalt vorhanden und schnell „einsatzbereit“ ist.

Beispielsweise lassen sich mit Hybrid-TV etwa Notdienste von Ärzten oder Apotheken schnell ermitteln. Mithilfe eines personalisierten hybriden TV-Portals ist es schon möglich, in den Gelben Seiten jeweils die nächste Notdienst-Apotheke zu finden, sogar mit Entfernungsangabe zum Wohnort und mit Telefonnummer.

Ein weiteres Beispiel für den Einsatz von Hybrid-TV jenseits der klassischen Medien sind Informationen über Kontaktdaten und Bürozeiten von wichtigen öffentlichen Einrichtungen. Wer hat nicht schon einmal die Telefonnummer oder die Öffnungszeiten seiner Stadtverwaltung gesucht? Wann ist das Schadstoffmobil in der Nähe, wann beginnt die Freibad-Saison? Alle wichtigen Informationen könnten für den Nutzer persönlich auf dem Fernsehbildschirm zur Verfügung gestellt werden, ohne dass ein Computer hochgefahren werden muss.

Hybrid-TV kann dazu beitragen, den Bürgerservice zu verbessern: So ließen sich bei Behörden viele Fragen und Wartezeit sparen, wenn Antragsformulare und Erläuterungen bereits zu Hause studiert werden könnten. Politische Parteien könnten – nicht nur zu Wahlkampfzeiten – ihre Programme darstellen oder Vereine ihre Ziele verdeutlichen, um so ganz neue Partizipationspotenziale zu ermöglichen.

Soziale Dienste bieten schon lange für Senioren Notrufsysteme an, die über das Telefonnetz funktionieren. Dabei wird dem hilfsbedürftigen Bürger ein Alarmgerät zum Umhängen mit einem großen roten Knopf zur Verfügung gestellt. Wird der Knopf im Notfall betätigt, baut sich eine Verbindung zu einer Notrufstelle auf, die dann Hilfe in den Haushalt schickt. So etwas ließe sich auch mit hybriden Endgeräten realisieren: Den roten Knopf gibt es schließlich schon seit der Einführung des Teletextes auf jeder Fernbedienung.

Der Rückkanal über das Internet ermöglicht die Verbindung zu Hilfsdiensten und die Personalisierung die Auffindbarkeit des Hilfesuchenden. Über entsprechende Potenziale von Hybrid-TV sollte eine offene, konstruktive Diskussion in Deutschland geführt werden, denn solchen Möglichkeiten sind fast keine (technischen) Grenzen gesetzt.

»Hybrid-TV kann dazu beitragen,
den Bürgerservice zu verbessern.«

Jürgen Sewczyk ist Inhaber der Firma JS Consult – Ingenieurbüro und Medienberatung. Er ist u. a. Gründungsmitglied des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) und der Deutschen TV-Plattform.



Wie TV und Internet zusammenwachsen

Mit Hybridfernsehen in die mediale Konvergenz

Im Internet ist schon jetzt fast alles möglich: Kinofilme oder Fernsehserien gehören inzwischen ebenso wie soziale Netzwerke, Informationsangebote oder elektronische Kommunikation zum Alltag, nicht nur für „digital natives“. Nun rüsten die TV-Gerätehersteller auf. Mit der Hybridtechnik gibt es wohl in naher Zukunft das Fernsehgerät als medialen Alleskönner. Was kommt da

technisch auf uns zu und mit welchem Einfluss auf die Inhalte müssen wir rechnen? Dr. Robert Strzebkowski ist Professor im Fachbereich Informatik und Medien an der Beuth Hochschule für Technik in Berlin. Er forscht seit Jahren auf dem Gebiet des interaktiven, internetbasierten Fernsehens. *tv diskurs* sprach mit ihm.



Das Grundprinzip beim sogenannten Hybridfernsehen ist die Verschmelzung von Internet und Fernsehen. Wie weit ist da die Technik?

Wir haben es momentan zum ersten Mal mit einem ernst zu nehmenden Durchbruch in Deutschland dahin gehend zu tun, dass das Fernsehen interaktiv wird. Man hat bereits vor vier, fünf Jahren versucht, ein solches System zu etablieren, was schon allein daran scheiterte, dass keine ausreichende Infrastruktur vorhanden war. Mittlerweile dagegen verfügt ein Großteil der Haushalte über Breitbandverbindungen, eine wichtige Voraussetzung für die neuen Hybridsysteme. Diese Systeme teilen sich heute in zwei Lager. Einer der Standards heißt HbbTV – Hybrid Broadcast Broadband TV. Hier werden Signale parallel zu einem Broadcast-Channel gesendet, die dem Nutzer meistens einen „Hinweis“ auf vorhandene spezifische Informationen zu einer Sendung liefern. Konkret sieht das dann so aus, dass auf dem Bildschirm ein sogenannter Red Button erscheint. Durch Anklicken wird meistens eine Verbindung zu einem Server hergestellt, über den der Nutzer weitere Informationen als Multimediadaten, die der Anbieter zur Verfügung stellt, abrufen kann. Möglich ist aber auch, dass solche Zusatzinformationen, zumindest ein minimaler Anteil von diesen, gleich mit dem Broadcastsignal übertragen wird, sodass die Zuschauer nicht unbedingt eine Onlineverbindung zum Internet haben müssen.

Wie kann ich mir das konkret am Beispiel einer Sendung vorstellen?

Nehmen wir den Presseclub. Hier werden von Fachleuten strittige aktuelle politische Themen aus allen Teilen der Welt diskutiert. Mit der neuen Technologie könnte das Publikum z. B. zu bestimmten Fragen ein Votum abgeben oder über den Red Button weitere Hintergrundinformationen in einem Menü abrufen. Vermutlich würde das Fernsehbild neben den angezeigten Informationen verkleinert weiterlaufen. Ein Novum stellen Überlagerungen dar, also z. B. Texte, die sich über das Bild legen. Hierbei ergeben sich allerdings Fragen bezüglich der Bild- und Urheberrechte, die bis heute noch nicht eindeutig geklärt sind. Beim Verkleinern hat man diese Problematik nicht.

Welche Möglichkeiten bieten die anderen Verfahren?

Bei diesen Geräten gibt es eine Internettaste, über die man verschiedene Applikationen erreichen kann. Bei Geräten der Firma Philips kann man sogar eine beliebige URL-Adresse eingeben, wie wir das vom Computer gewohnt sind. Wenn Sie beispielsweise die App einer Fluggesellschaft auf Ihrer Plattform haben, können Sie Ihre Flüge buchen, während Sie fernsehen. Es gibt hier – im Gegensatz zum HbbTV – keine automatisierte und „szenengenaue“ Verzahnung zwischen Internet und TV, Sie sind also nicht an einen TV-Channel gebunden. Sie können entsprechend mit dem Gerät sowohl fernsehen als auch getrennt davon ganz normal das Internet nutzen.

Im Grunde erscheint der HbbTV-Standard wie eine Art Weiterentwicklung des Teletextes, nur dass jetzt mit Bildern, Videos und einer neuen Steuerung viel umfangreichere Informationen zu einer Sendung angeboten werden. Letztendlich ist man aber doch auf das angewiesen, was der Sender zur Verfügung stellt.

Ja, das ist z. T. richtig, wobei über HbbTV vor allem Zugang zu sehr umfangreichen Onlineangeboten realisiert werden kann. Wir haben es hier jedoch im Gegensatz zum offenen Internetangebot mit einer Art Gatekeeper-Prinzip zu tun. Man kann nicht einfach eine Applikation entwickeln und sie den Zuschauern zur Verfügung stellen. Zum einen ist das kostenaufwendig, zum anderen prüfen die Gerätehersteller oder Sender, wie seriös diese Applikation ist. Sie muss zudem in einem 24-Stunden-Service angeboten werden können. Das sind relativ hohe Anforderungen, die oft für kleinere Entwickler kaum zu bewerkstelligen sind. Aus Sicht der Gerätehersteller ist die Überprüfung durchaus verständlich, denn die Kunden vor dem Fernseher sind es gewohnt, eine hohe Professionalität geboten zu bekommen. Die Hersteller wollen natürlich auch das Risiko minimieren, dass eine App nicht funktioniert, weil der Kunde in so einem Fall schnell denken könnte, dass das ganze Gerät nicht läuft.

Sie erwähnten, dass die Eingabe beliebiger URL-Adressen derzeit nur bei Geräten der Firma Philips möglich ist, bei den anderen Geräten nutzt man ausschließlich spezifische Apps. Stecken hinter diesen unterschiedlichen Systemen technische Einschränkungen oder wirtschaftliche Überlegungen?

Es steckt wohl vor allem wirtschaftliches Kalkül dahinter, weil die Beschränkung auf Apps natürlich auch eine Frage der Kosten ist. Allerdings muss man auch sagen, dass gerade die beiden Hersteller Philips und Samsung sehr stark auf diesem neuen Gebiet vorpreschen, was gut ist, weil dadurch die Infrastruktur bereitgestellt wird. Vorstellbar ist, dass gerade in der Anlaufzeit der hybriden TV-Technologien die Gerätehersteller viele Apps der App-Anbieter z. T. kostenlos oder zu reduzierten Preisen verfügbar machen, damit sich mit der Zeit überhaupt ein breites Angebot entwickelt. Ich vermute, dass bekannte Online-News- oder Entertainment-Portale für die nächste Zeit erst einmal entweder keine oder reduzierte Lizenzgebühren zahlen müssen, weil die Gerätehersteller damit einen großen Interessentenkreis generieren wollen. Sony, ein anderes Beispiel, hat einen Exklusivvertrag mit den Berliner Philharmonikern: Angeboten wird die Digital Concert Hall, ein Onlinekonzertführer, wunderbar präsentiert in Dolby-Surround und Livestream. Wenn ich mir jetzt einen Philips- oder Samsung-Fernseher gekauft habe, schaue ich sprichwörtlich in die Röhre, weil dieser Inhalt an die Marke des Fernsehgeräts gebunden ist.

Die Entscheidung für ein Endgerät sollte also davon abhängen, welche Inhalte man konsumieren möchte?

Ich denke, das ist nur momentan so. Ich glaube nicht, dass das lange haltbar sein wird, weil es zum Ärgernis für die Kunden führen würde. Es wäre doch furchtbar, wenn ich z. B. „Spiegel online“ nur bei Philips schauen könnte und nicht bei Sony. Diese Klassiker werden natürlich mit allen Endgeräten abrufbar sein. Zudem hätten auch die Geräteverkäufer damit ein großes Problem, da es aufgrund der stetigen Entwicklung kaum möglich sein würde, einen Überblick darüber zu behalten, welche Apps mit welchen Geräten kompatibel sind.

Durch die Kontrolle und Zulassung der Apps könnte der Gerätehersteller auch dafür sorgen, dass keine illegalen Apps auf der Plattform erscheinen.

Ja, das ist richtig, denn es handelt sich hierbei ja um ein geschlossenes System. Beim System von Philips, das den Zugang zu beliebigen Webseiten ermöglicht, wäre es aber z. B. vorstellbar, dass man das Surfen auf illegalen Seiten unterbindet, indem man sie auf eine Blacklist setzt und durch das Gerät selbst sperrt.

Aus Sicht des Kunden wäre aber wohl ein All-in-One-System wünschenswert, sodass man parallel die Lieblingsserie schauen, die dazugehörigen synchronisierten Zusatzinformationen abrufen und auch ein Zugticket buchen kann, ohne das Endgerät wechseln zu müssen...

Systeme in diese Richtung werden auch angestrebt und von allen Anbietern, auch den Öffentlich-Rechtlichen vorangetrieben. Aber natürlich spielt da auch die Angst insbesondere bei den Medienproduzenten eine Rolle, dass die Kunden ins Internet abwandern und sich von dem eigentlichen Programm ablenken lassen könnten. Die Onlineangebote auf dem Fernseher stellen auch eine weitere und erleichterte Zugangsform für die gelegentlichen oder noch Nicht-Internetnutzer dar. Die Portale sind meistens sehr gut aufgebaut und bieten Onlineinhalte in einer sehr übersichtlich sortierten, leicht navigierbaren und überschaubaren Informationsmenge an.

Stellen wir uns vor, ich sehe in einem amerikanischen Blockbuster ein bestimmtes Gebäude und möchte gern wissen, wie es heißt und welche Informationen es dazu gibt. Wäre es vorstellbar, dass ich mit der Fernbedienung wie mit einer Computermaus über den Bildschirm fahre und mir dann Informationen zu dem Gebäude angezeigt werden?

Die Nutzung der Fernbedienung als Mousersatz zur direkten Objekterkennung ist ergonomisch nicht ganz sinnvoll, da hat Apple vor Kurzem vergleichbare Studien durchgeführt. Aber gerade durch die Möglichkeit einer engen inhaltlichen Synchronität zwischen laufendem TV-Stream und dazugehörigen Zusatzinformationen mit HbbTV sind die technischen Voraussetzungen sehr gut vorhanden. Wir selbst an der Beuth Hochschule starten gerade ein HbbTV-Forschungs- und Entwicklungsprojekt, in dem wir u. a. in Kooperation mit der ARD Digital in Potsdam-Babelsberg solche Szenarien erproben möchten. Notwendig ist hier die Verfügbarkeit von sogenannten Metadaten, z. B. Keywords, die einen Beitrag oder einen Beitragsabschnitt mit ihren vorhandenen Objekten inhaltlich beschreiben und damit durch einen Computer identifizieren lassen. Auch die Frage der Bereitstellung solcher Metainformationen bildet einen Gegenstand unserer Forschung. Darüber hinaus gibt es die ersten Ansätze, Objekte automatisch in Videosequenzen zu erkennen. Das ist immer noch sehr schwierig. Aber ich weiß, dass z. B. das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und Fraunhofer an der Entwicklung solcher Systeme intensiv arbeiten. Was momentan relativ gut möglich ist, ist die Bilderkennung über Farbstrukturen. Das heißt, ich kann sagen: Zeige mir alle Bilder, auf denen das Meer und Strand zu sehen sind. Und dann werden diese Bilder aufgrund einer typischen farblichen Aufteilung angezeigt. Wenn mein System weiß, dass ich das Stichwort „Strand“ oder „Meer“ eingegeben habe, so kann es mir aus vielen bereits existierenden Onlinequellen wie Wikipedia, Flickr oder YouTube – soweit diese meinem Hybrid-TV-System zur Verfügung stehen – mithilfe der sogenannten Tags, also auch vergebenen Schlüsselwörtern oder Wörtern im Titel dieser Onlinemedien, diese Inhalte direkt als Zusatzinformationen anbieten.

Mit der Einführung des Hybrid-TV würden dem Nutzer quasi alle Videotheken dieser Welt zur Verfügung stehen. Das hätte vermutlich auch einen erheblichen Einfluss auf den Markt mit Trägermedien...

Ja. Ein Symptom dafür ist, dass sich die Blu-ray Disc gar nicht so richtig verbreitet. Die Kunden haben eher eine abwartende Haltung und merken, dass sie mittels Breitbandanschlüssen Filme in sehr guter Qualität auch über Internetportale wie Maxdome herunterladen und anschauen können. Eine Blu-ray Disc kostet um die 17 Euro, über die Internetportale bekommt man das wesentlich günstiger, zumal man sich einen Film in der Regel nur einmal anschaut. Man hat ziemlich lange gebraucht, bevor dieses System auf den Markt gekommen ist. Sicherlich ist es ein beeindruckendes System, aber langsam fragt man sich, ob es angesichts der Angebote über das Netz überhaupt noch notwendig sein wird.

Wie sieht Ihre Prognose zur Zukunft des Hybridfernsehens aus: Wird es ein Sparten- oder ein Massenphänomen?

Das ist tatsächlich eine wichtige Frage. Analysten gehen davon aus, dass das Fernsehen in seiner Linearität, wie wir es jetzt kennen, stark zurückgehen wird. Fernsehereignisse wie Wetten, dass..?, Fußball oder Olympia wird es auf der einen Seite immer geben. Auf der anderen Seite wird der Grad der Personalisierung aber sicherlich steigen. Stellen Sie sich z. B. vor, Sie kommen nach einem anstrengenden Arbeitstag nach Hause, legen Ihr Smartphone auf den Tisch und eine freundliche Frauenstimme begrüßt Sie: „Hallo. Ich habe heute diese und jene Sendung für Sie aufgezeichnet und empfehle zudem folgende weitere Sendungen.“ Sie sagen: „Okay!“, und auf dem Fernseher erscheint die entsprechende Auswahl. Man hat quasi einen Assistenten, der einem die Suche abnimmt. Wir müssen verstehen, dass wir uns in einer ganz anderen Liga als noch vor sechs, sieben Jahren bewegen. Damals sind wir noch mit riesigen Mobiltelefonen herumgelaufen und niemand hätte geglaubt, dass wir heute 150 Apps auf dem Handy haben.

Bedeutet der HbbTV-Standard nicht auch für die Sender ein Mehr an Aufwand, da sie sich um die zur Verfügung gestellten Inhalte redaktionell kümmern müssen?

Ja, wenn sie die Inhalte professionell und aktuell aufbereiten wollen, dann müssen sie Zeit und Aufwand investieren. Man hätte aber auch die Möglichkeit, z. B. eine Direktverbindung zu Wikipedia herzustellen, die Anzeige fernsehgerecht zu programmieren und somit Leihdaten zu nutzen. Wer also Vereinbarungen mit anderen Webseitenanbietern trifft, muss nicht unbedingt selbst redaktionell tätig werden. Dabei können spannende Businessmodelle entstehen.

Neue Modelle sind dann wahrscheinlich auch beim Thema „Werbefinanzierung“ gefragt...

Richtig. Letztes Jahr saß ich im Rahmen der IFA zusammen mit Kollegen der privaten Sender auf einem Podium. Diskutiert wurde u. a. die Frage, was mit Werbung passiert, wenn man Fernsehbeiträge „on Demand“ bereitstellt. Aus meiner Sicht ist das, was jetzt passiert, also direkte Übertragung der bisherigen linearen Verfahren, ein nicht den Möglichkeiten adäquates Vorgehen. Vielleicht können wir darüber als Übergangslösung nachdenken, aber wir sollten uns eher damit beschäftigen, wie man über andere Modelle zur Senderfinanzierung beiträgt, z. B. mit personalisierter Werbung. Denken wir nur an den Amazon-Effekt: Wer sich ein Buch angeschaut hat, bekommt immer auch gleich weitere Empfehlungen, die man sich dann oft auch anschaut. Vielleicht wird Werbung irgendwann gar nicht mehr im gegenwärtigen Maße notwendig sein. England ist auf diesem Gebiet schon ein ganzes Stück weiter, nur ein Beispiel: Die Firma Landrover zahlt dem Sender Sky bis zu 100 Pfund, wenn ein Zuschauer eine Probefahrt über das Fernsehen vereinbart. Das funktioniert so, dass es eine kurze Werbung gibt, an deren Ende ein roter Punkt erscheint, über den man weitere Informationen erhalten und eben auch eine Probefahrt buchen kann. Da Sky über die Anmeldung, ähnlich wie bei T-Home, schon über alle Benutzerdaten verfügt, muss der Zuschauer sich tatsächlich nur noch entscheiden, wann er die Fahrt machen will, er braucht nichts weiter einzugeben. Oder schauen wir uns den Verkaufssender QVC an: 40 bis 50 % seiner Gesamtumsätze in Großbritannien laufen heute über Sky Interactive, also über interaktives Bestellen im Fernsehen. Die Kunden – und das ist in diesem Fall kein jugendliches Publikum – sind also dazu bereit, ihre Einkäufe bequem von zu Hause aus und auch über die Schnittstelle Fernsehen zu erledigen.

Mit einer immer größer werdenden Individualisierung steigt natürlich auch die Gefahr, dass gesellschaftlich relevante Themen immer mehr ausgeblendet werden. Außerdem dienen Filme nicht mehr als Kommunikationsgegenstand, wenn jeder etwas anderes sieht.

Ich denke, es werden sich neue Formen der gemeinsamen Kommunikation entwickeln. Es könnte beispielsweise eine Facebook-Applikation geben, mit der ich bei Facebook angemeldet bleibe, wenn ich mir einen Film anschau, so dass ich dabei sehen kann, welche meiner Freunde diesen Film auch sehen und mit wem ich mich also darüber austauschen kann. Den Like-it (Gefällt-mir)-Button oder die persönliche aktuelle Statusmitteilung an seine „Buddies“ kennt man schon gut im Internet, und es ist zu erwarten, dass solche Techniken bald auch das Fernsehen begleiten werden. Wir haben momentan eine Umbruchsituation und es ist ganz schwer zu sagen, wohin die Reise gehen wird. Auf jeden Fall wird der Anteil der Interaktivität und diverser Onlineservices über die Schnittstelle Fernsehen deutlich steigen, denn Kunden erwarten zunehmend Interaktionsangebote für die tägliche Nutzung.

Das Interview führten Prof. Joachim von Gottberg und Camilla Graubner.

Unterschiedliche Regulierung für Inhalte aus demselben Gerät

VPRT fordert Level Playing Field in der Regulierung

Da die Entwicklung von Techniken und Geschäftsmodellen im Medienbereich immer schneller voranschreitet, ist vieles, was gestern regulatorisch noch sinnvoll schien, heute bereits absurd. So ist die mediale Konvergenz, als Phänomen seit Jahren bekannt, in der Medienregulierung noch nicht durchgedrungen. Die Bedeutung des Internets für den Nutzer wächst seit Jahren, aber die Gesetze gehen im Vergleich zum Fernsehen immer noch von einem geringeren Wirkungsrisiko aus. Wie jüngst die Ablehnung des geplanten Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV)

durch Nordrhein-Westfalen gezeigt hat, scheinen mit Blick auf die Freiheit des Netzes selbst moderate Selbstklassifizierungssysteme, die mehr Jugendschutz garantieren sollen, als Zensurmaßnahme zu gelten. Mit dem Hybrid-TV werden nun Fernsehen und Internet greifbar zusammengeführt. *tv diskurs* sprach mit Claus Grewenig, Geschäftsführer des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), über die Frage, welche Konsequenzen das für die Medienregulierung hat.



Das Hybrid-TV könnte das Verhältnis von klassischem Fernsehen und dem Internet neu gestalten. Was erwarten die Mitglieder des VPRT von dieser Technik?

Zunächst bieten die hybriden Endgeräte für die Mitglieder des VPRT zahlreiche Chancen, weil sie erstmalig Dinge zulassen, die vorher gerade im Kabel ein Problem waren. Künftig wird eine unmittelbare Interaktion mit dem Zuschauer ohne Medienbruch ermöglicht, Stichwort „digitaler Rückkanal“. Man muss natürlich beobachten, welche Konsequenzen eine Zusammenführung der Technik im Einzelnen für die Anbieter hat. Wir sehen, dass durch das Zusammenwachsen von Rundfunkregulierung auf der einen Seite und Internetregulierung auf der anderen Seite durchaus auch Probleme entstehen können, da die Rundfunkregulierung sehr viel strikter ist. So wird z. B. Werbung nur mit speziellen zeitlichen Restriktionen erlaubt, im Zusammenhang mit bestimmten Formaten ist sie überhaupt nicht möglich. Gleichzeitig kann im Internet aber unter Beachtung des Trennungsgrundsatzes unbegrenzt Werbung geschaltet werden. Wenn für den Zuschauer beim Hybridfernsehgerät nicht mehr ersichtlich wird, dass sich jetzt Rundfunk- und IP-Signal auf dem Endgerät mischen, kann das natürlich auch zur Benachteiligung der Rundfunkanbieter führen, da sie in ein und demselben Gerät mit Telemedien konkurrieren. Nehmen wir als konkretes Beispiel einen Nachrichtensender, bei dem es durch Werbeüberblendungen seines Laufbandes, auf dem er Informationen zum Programm gibt, zu Beeinträchtigungen kommen könnte, wenn etwa der Gerätehersteller die Reichweite des Kanals ausnutzt, aber gleichzeitig nicht denselben Restriktionen unterliegt.

Solange es nur wenige Geräte gibt, wird das hinnehmbar sein, aber wenn Hybrid-TV einmal Standard werden sollte, machen unterschiedliche Regelungen wohl keinen Sinn mehr...

Die letzten Funkausstellungen haben gezeigt, dass die technische Entwicklung zügig voranschreitet. Deshalb haben wir als VPRT dieses Problem schon vor etwa zwei Jahren thematisiert. Mittlerweile gibt es im Kreis der Deutschen TV-Plattform eine Arbeitsgruppe, die sich mit diesem Thema auseinandersetzt. Wichtig war für uns, dass vor allem die Seite der Endgerätehersteller für die Thematik sensibilisiert wird. Wir sprechen natürlich auch mit den „Regulierern“ auf den unterschiedlichen Ebenen, weil aus unserer Sicht ein Level Playing Field bei der Regulierung gegeben sein muss. Und fair muss es auch sein im Verhältnis zu neuen Playern – insbesondere, wenn wir das Gefühl haben, dass die Wertigkeit unseres Signals und die der dahinter stehenden Reichweite beim Zuschauer ausgenutzt und Geschäftsmodelle z. B. über Werbevermarktung aufgesetzt werden, die ohne unsere Zustimmung erfolgen sollen.

Das heißt, es ist möglich, dass ein Werbetreibender im Internet seine Werbung genau dann über das Programm eines Senders legen könnte, wenn die Einschaltquoten wahrscheinlich besonders hoch sind, ohne dass der Sender dies verhindern kann?

Es besteht zumindest die Möglichkeit, dass durch gezielte Überblendung, z. B. mit sogenannten Widgets, also kleinen Applikationen, die wir von mobilen Endgeräten kennen, bestimmte Teile des Programmsignals einfach nicht mehr sichtbar wären und das dahinter stehende Geschäftsmodell möglicherweise über Dritte abgewickelt wird, also über Plattformanbieter, Endgerätehersteller oder die Hersteller der Applikationen. Das würden wir natürlich als Eingriff in die Autorität des Senders über sein Signal und die damit verbundenen Dienste betrachten.

Ist es für die Gerätehersteller technisch möglich, das zu verhindern?

Technisch wäre das ohne Weiteres möglich. Es gibt bereits Standardisierungen wie etwa den HbbTV-Standard, der auf europäischer Ebene verabschiedet wurde, bei denen vonseiten der Content-Industrie bestimmte Regularien berücksichtigt worden sind. Wie gesagt: Wir arbeiten daran, dass die Geräteindustrie entsprechend sensibilisiert wird.

Ist es wahrscheinlich, dass die Gerätehersteller nebenbei als Verkaufsargument auch Content anbieten, vor allem dann, wenn sie ohnehin über attraktive Inhalte verfügen wie etwa Sony?

Das ist mir in der Form noch nicht bekannt, aber es ist etwas, worüber man auf jeden Fall nachdenken muss. Im Zusammenhang mit der Plattformregulierung hat man eine sogenannte vertikale Integration schon öfter erlebt, bei der also jemand Netz und Inhalt – bei den hybriden Geräten wären es Endgerät und Inhalt – im Zugang kontrolliert. In jedem Fall würden wir eine solche vertikale Integration als regulierungsbedürftig einstufen, weil sie der Diskriminierungsfreiheit und Chancengleichheit im Zugang von allen Anbietern, insbesondere der Rundfunkanbieter, zuwiderlaufen würde. Dass so etwas passieren könnte, halte ich für durchaus möglich.

Wie frei wird sich der Nutzer im Netz bewegen können? Oder wird es einen durch den Gerätehersteller beschränkten Zugang zu von ihm akzeptierten Apps geben?

In den letzten Jahren gab es gewisse Tendenzen der Endgeräteindustrie und der Plattformanbieter, nur Teilbereiche des Internets zugänglich zu machen oder eine Art Content-Farm zu generieren, bei der man nur mit bestimmten Content-Partnern zusammenarbeitet. Ob das erfolgreich ist, wird sich zeigen. Ich denke, dass sich der Nutzer sehr stark an die Wahlfreiheit gewöhnt hat und es deshalb schwierig sein wird, das Internet bei hybriden Endgeräten auf bestimmte Teilbereiche zu reduzieren. Es war außerdem zu beobachten, dass einige Endgerätehersteller dazu tendieren, die beiden Welten auf einem Gerät, aber unabhängig voneinander nutzbar zu machen. Das heißt: Wenn man den Fernsehbereich nutzt, dann ist man nicht im Internet und umgekehrt; allerdings kann man jederzeit am gleichen Endgerät umschalten. Dahin gehend wird die Entwicklung gerade vorangetrieben.

Illegale Inhalte stellen sowohl für den Jugendschutz als auch für das Urheberrecht ein Problem dar. Sobald der Gerätehersteller einen freien Zugang zum Internet bietet, wird man auch die Möglichkeit haben, auf illegale Inhalte zuzugreifen.

Richtig. Wenn wir keinen kontrollierten Zugang haben, können wir davon ausgehen, dass die im Internet zugänglichen Piraterie-Webseiten auch genutzt werden können. Von diesen Webseiten profitiert weder die Volkswirtschaft in Deutschland, weil kein Sender oder Kreativer etwas von der Auswertung hat, noch kann der Jugendschutz gewährleistet werden. Im Bereich des Urheberrechts sind wir vor allem mit zwei Phänomenen konfrontiert: zum einen mit dem Bereich der Tauschbörsen für Serien und TV-Inhalte, zum anderen mit den stetig wachsenden Livestreaming-Angeboten, die aktuelle Kinofilme, Serien, deutsche Eigenproduktionen und die Übertragung bestimmter Sportereignisse bieten. Im Falle von Sportereignissen wie z. B. Fußballspielen werden Livesignale von veranstaltenden TV-Sendern ins Netz gestellt, was zu massiven wirtschaftlichen Einbußen aufseiten der Sender und zu einem großen Verlust für die kulturelle und mediale Vielfalt in Deutschland führt.

Hat man eine Vorstellung, wie sich der Zugriff auf illegale Inhalte qualitativ darstellt im Vergleich zur legalen Nutzung?

Es gibt Erhebungen und Studien darüber, wie der Kreativbereich in Europa und in Deutschland im Hinblick auf die Wertschöpfung insgesamt durch solche Plattformen geschädigt wird. Allein in Deutschland hat die illegale Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte im Internet 2008 bei Produktion und Vertrieb von Spielfilmen, TV-Serien, Musik und Software einen Schaden von 1,2 Mrd. Euro verursacht. Für alle EU-Staaten geht man von ca. 10 Mrd. Euro und dem Verlust von 186.000 Jobs aus. Die Sender haben parallel sehr viel dafür getan, dass ihre Onlineangebote, für die es die unterschiedlichsten Bezahlmodelle gibt, attraktiv sind – es ist aber nur schwer möglich, mit den illegalen Angeboten zu konkurrieren, wenn diese kostenfrei sind und wenn der Zugang mit Blick auf den Jugendschutz völlig unkontrolliert ist. Deshalb muss die Politik aus unserer Sicht dringend einschreiten und die Entwicklung der legalen Angebote dahin gehend flankieren, dass man auch etwas gegen die illegalen Piraterie-Angebote unternimmt.

Also, egal ob es sich um einen Stream handelt oder um einen Download, es sind auf jeden Fall illegale Inhalte. In der Öffentlichkeit heißt es manchmal, Streamen sei eine Grauzone...

Es kommt auf die Plattform an. Wenn der Stream auf einer Seite des Senders legal verfügbar ist und es handelt sich um eine reine Verlinkung auf die Webseite des Senders, dann ist das ein anderer Fall. Alles, was die Inhalte auf einer Drittwebseite einbindet und was ohne Zustimmung des Senders stattfindet, ist nicht zulässig. Das gilt auch für alle Inhalte, die die Verwertungsstufen noch gar nicht erreicht haben oder die ansonsten nur gegen Freischaltung, z. B. bei bestimmten Pay-Inhalten, zugänglich sind.

Wie könnte man praktisch dagegen vorgehen?

Man sollte zwischen den unterschiedlichen Formen differenzieren, weil die Maßnahmen auch in verschiedene Richtungen gehen. Klar ist: Für alle Modelle in diesem Bereich ist sowohl eine Zusammenarbeit mit den Providern erforderlich als auch eine bestimmte Basis an Datenmaterial, auf die bei Bedarf zugegriffen werden können muss. Das sind die Grundvoraussetzungen. Bei den Tauschbörsen könnte man sich vorstellen, dass man eine Art sanktioniertes Warnmodell aufsetzt, was z. B. den Nutzer, der diese Angebote bei sich anwendet, darüber informiert, dass er sich gerade in einem nicht legalen Umfeld aufhält. Man könnte hier mit Konstruktionen arbeiten, die datenschutzrechtlich unproblematisch sind, weil sie z. B. mit zwischengeschalteten Clearing-Stellen arbeiten.

Das heißt, wenn ich eine Adresse eingebe, die ein illegales Programm betrifft, müsste auf meinem Bildschirm ein Warnhinweis erscheinen. Wer könnte so etwas umsetzen?

Dabei wäre man auf die technische Mithilfe der Provider angewiesen, da es über sie laufen würde. Leider zeigen sich die Provider, was diese Frage anbelangt, bislang nicht besonders kooperativ, sodass die Bundesregierung noch einmal überlegen muss, ob man mit der in der Koalitionsvereinbarung festgehaltenen freiwilligen Vereinbarung zwischen Providern und Rechteinhabern wirklich weiterkommt. Für den Bereich der illegalen Streaming-Plattformen muss man über das Vorgehen gegen den Anbieter selbst nachdenken. Hier sprechen wir über kommerzielle Piraten, die ganz gezielt – insbesondere aus dem Ausland – ihre Geschäftsmodelle so anlegen, dass hier in Deutschland keine Wertschöpfung stattfinden kann. Diesbezüglich muss man vor allem auch die internationale Zusammenarbeit stärken.

Wie realistisch ist so ein Vorgehen? Wie sich in der jüngsten Vergangenheit gezeigt hat, haben wir es gerade im Netz mit einem schwierigen Abwägungsprozess zwischen dem Freiheitsgedanken und einer möglichen Reglementierung zu tun.

Es ist sicherlich eine schwierige politische Debatte, auch mit Blick auf das Zugängerschwerungsgesetz, bei dem sich ähnliche Fragen schon einmal gestellt haben. Gleichwohl muss man das Thema angehen, da sonst die Schäden für die Kreativindustrie massiv sein werden. Unser Ansatz ist durchaus differenziert und folgt dem Gedanken der Verhältnismäßigkeit – je nachdem, über welchen Fall wir in so einem Bereich sprechen. Gleichzeitig wäre es natürlich auch wünschenswert, wenn die Politik die Rahmenbedingungen für die Unternehmen schaffen könnte, legale Angebote gezielt auffindbar zu machen und für den Nutzer entsprechende Angebote vorzuhalten. Da sind einige unserer Mitglieder gerade dabei gewesen, über ein entsprechendes Projekt nachzudenken, was nun zunächst vom Bundeskartellamt gestoppt worden ist. Wir halten das für nutzerunfreundlich und für innovationsfeindlich, gerade mit Blick auch auf ausländische Wettbewerber und Plattformbetreiber, denn es wäre sicherlich ein positiver Weg, wenn man die TV-Inhalte in Deutschland zentral auf einer Webseite auffinden könnte.

Wie hat das Bundeskartellamt argumentiert?

Zum konkreten Verfahren kann der VPRT nichts sagen. Allgemein kann man aber festhalten, dass gerade mit Blick auf die Debatte über die Zugänglichmachung von legalen Inhalten den betroffenen Sendern sehr daran gelegen wäre, ein übergeordnetes Portal aufzusetzen und für dieses Anliegen auch Verständnis und Unterstützung der Politik zu finden. Sicherlich wird man auch über die Marktdefinition im Internet sprechen müssen.

Kommen wir zu der Frage der unterschiedlichen Regelung von Fernsehen und Telemedien. Das ist ein Punkt, der vor allem in den Bereichen „Jugendschutz“ und „Werbung“ relevant ist.

Genau. Das sind die Hauptbereiche, die ursprünglich durch die audiovisuelle Mediendienste-Richtlinie im Sinne einer Deregulierung angegangen werden sollten. Im Endeffekt ist es jetzt allerdings dazu gekommen, dass der Rundfunkbereich voll reguliert bleibt, während die anderen Bereiche weniger stark reguliert sind, was man am Beispiel „Werbung im Internet“ gut erkennen kann.

Schon bei privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk haben wir zwei unterschiedliche Regelungssysteme, deren Rechtfertigung nicht wirklich schlüssig ist.

Natürlich, das kommt noch hinzu: Jenseits des nicht vorhandenen Level Playing Fields mit anderen Medien haben wir die ungleiche Situation mit Blick auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und die Gremienkontrolle. Zwar sind die Bestimmungen verhältnismäßig ähnlich, aber die Kontrollmechanismen bei den Öffentlich-Rechtlichen sind andere.

In einem Hybridfernseher dürfte ein problematischer 12er-Film über den TV-Knopf nicht laufen, über den Internet-Knopf wäre er allerdings erlaubt, solange er nicht im Umfeld von Kinderprogrammen angeboten wird...

Diese Debatte muss auf jeden Fall geführt werden. Wenn die hybriden Geräte für etwas gut sind, dann vielleicht auch dafür, dass endlich offensichtlich wird, wovon wir seit Jahren reden, nämlich die Konvergenz, weil beide Signale in einem Endgerät zusammenkommen. Auf europäischer Ebene haben wir diese Debatte bereits geführt. Leider ist sie im Endeffekt in die falsche Richtung gelaufen. Man hat sich für das Festhalten an der Regulierung und für das Anpassen der Regulierung bei Telemedien ausgesprochen. Ich glaube aber, man müsste es noch einmal in die andere Richtung diskutieren, weil diese Plattformen letztlich dazu führen werden, allen die Absurdität der bisherigen Regulationssituation vor Augen zu führen.

Das heißt, letztlich ist die putative Bereitschaft der Politik, sich hier zu bewegen und sich dieser Probleme anzunehmen, im Grunde auch abhängig von der Frage, wie schnell und wie breit sich die Hybridgeräte verteilen werden...

Ein Stück weit wahrscheinlich. Auf der anderen Seite wird es durch den Prozess erschwert, dass gerade Rundfunk- und Telemedienregulierung im Wesentlichen auch durch Brüssel mitbestimmt werden, sodass man die Debatte dann sicherlich auch wieder auf die Brüsseler Ebene tragen muss, wenn die Politik in Deutschland sieht, dass es ein nationales Bedürfnis gibt.

Sind die Probleme oder die Regelungsansätze im europäischen Bereich sehr ähnlich oder gibt es da unterschiedliche Sensibilitäten?

Die einzelnen Felder stellen sich unterschiedlich dar. Im Urheberrecht ist es in der Tat so, dass es in vielen anderen Ländern fortschrittlichere Ansätze gibt als in Deutschland. Was die klassische Regulierung – z. B. Werbung über audiovisuelle Mediendienste – angeht, wird dieses Problem, wie es von uns kommt, auch von anderen Mitgliedstaaten an die Kommission herangetragen werden. Wir haben dazu schon im letzten Jahr Gespräche geführt. Damals war das Thema dort noch verhältnismäßig neu, aber das wird sich jetzt mit der Verbreitung der Endgeräte drastisch ändern.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Neue Technik, alte Rechtsfragen

Jugendschutz bei Hybrid-TV

Stephan Dreyer

Früher ging das Fernsehen ins Internet (WebTV). Dann kam das Fernsehen über das Internet (IPTV). „Jetzt kommt das Internet in den Fernseher.“ Mit Sätzen wie diesen läuten heutzutage Konzerne die nächste Evolutionsstufe der häuslichen Unterhaltung ein. Mit der flächendeckenden Einführung von TV-Geräten, die neben dem Empfang von Rundfunkprogrammen über die herkömmlichen Ausstrahlungsplattformen Terrestrik, Kabel und Satellit auch über IP-Netze empfangene, oftmals an das Endgerät angepasste Multimediainhalte darstellen können, stellt sich – u. a.¹ – die Frage nach den jugendschutzrechtlichen Bestimmungen, die für diese Dienste gelten. Der Beitrag gibt einen Überblick über die derzeitigen Anforderungen und vorgesehenen Schutzinstrumente deutschen Jugendmedienschutzes für Rundfunk und Telemedien, zeigt auf, ob und inwieweit Vorgaben für Endgerätehersteller und deren Geräteportale zu beachten sind und schließt mit einer Einschätzung, welchen strukturellen Herausforderungen sich ein dienstedifferenzierender Jugendmedienschutz gegenüberstellt, wenn TV-Geräte zunehmend unterschiedliche Dienste empfangen bzw. abrufen und einheitlich darstellen können.

Jugendschutzvorgaben für Rundfunk und/oder Telemedien

Rechtliche Jugendmedienschutzvorgaben für Rundfunk und Telemedien finden sich im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV)². Die Vorgaben des geltenden JMStV³ knüpfen an Rundfunksendungen und Inhalte von Telemedien („Angebote“) an und verpflichten deren „Anbieter“, wobei der Anbieter-Begriff des JMStV dem des damaligen Teledienstegesetzes (TDG) folgte und weit zu verstehen ist.⁴ Die Begriffsweite folgt aus dem Umstand, dass nach § 3 Nr. 1 TDG, dem der jetzige § 2 Nr. 1 TMG entspricht, Diensteanbieter jede natürliche oder juristische Person ist, „die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt“. So unterliegen nicht nur die unmittelbaren Inhalteanbieter (Sender, Content-Provider) den rechtlichen Vorgaben des JMStV, sondern es können im Bereich der Telemedien⁵ subsidiär⁶ auch inhaltebezogene Intermediäre für Regulierungsverfügungen bei Verstößen gegen den JMStV herangezogen werden.

Der JMStV kennt drei unterschiedliche Kategorien der Jugendschutzrelevanz von Inhalten⁷: Die absolut unzulässigen Inhalte dürfen weder in Telemedien- noch in Rundfunkdiensten verbreitet werden. Relativ unzulässige Inhalte sind ebenfalls grundsätzlich unzulässig, der JMStV sieht jedoch eine Ausnahme von dem Verbot vor, wenn die entsprechenden Inhalte ausschließlich innerhalb einer geschlossenen Benutzergruppe eines Telemediums angeboten werden. Die dritte Kategorie stellen entwicklungsbeeinträchtigende Inhalte dar, d. h. solche, die die Entwicklung Minderjähriger unterhalb einer bestimmten Altersgruppe „zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit“ beeinträchtigen können (vgl. § 5

»So unterliegen nicht nur die unmittelbaren Inhalteanbieter (Sender, Content-Provider) den rechtlichen Vorgaben des JMStV, sondern es können im Bereich der Telemedien subsidiär auch inhaltebezogene Intermediäre für Regulierungsverfügungen bei Verstößen gegen den JMStV herangezogen werden.«

JMStV).⁸ Inhalte, die für Minderjährige nicht entwicklungsbeeinträchtigend sind, sind jugendschutzrechtlich irrelevant und fallen aus dem Anwendungsbereich des JMStV.

Die Bewertung, in welche der Kategorien und gegebenenfalls in welche Altersstufe der Inhalt einer Sendung bzw. eines Telemediums fällt, obliegt grundsätzlich dem Inhalteanbieter selbst, gegebenenfalls mithilfe des jeweiligen Jugendschutzbeauftragten.⁹ Ausnahmen sieht der Staatsvertrag in den Fällen vor, in denen es sich um bereits nach dem JuSchG altersgekennzeichnete oder von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) indizierte Inhalte handelt: Hier ist der Anbieter gehalten, die bestehenden Altersstufen für den Bereich des JMStV zu übernehmen bzw. der Indizierungsentscheidung gemäß zu verfahren. Daneben können Mitglieder ihre Angebote vorab durch eine anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle bewerten lassen und erreichen damit eine „Schutzschildwirkung“ im Hinblick auf Beanstandungen der Medienaufsicht.¹⁰

Der JMStV nennt auch Schutzinstrumente, bei deren Einsatz der Anbieter den Zugang Minderjähriger zu den entsprechenden Inhalten derart einschränkt, dass der Anbieter sich im Sinne des JMStV rechtskonform verhält. Diese Instrumente gelten teils für Rundfunk und Telemedien, teils sieht der Staatsvertrag aber dienstespezifische Möglichkeiten vor: So sind relativ unzulässige Inhalte – wie etwa einfache Pornografie – ausschließlich in Telemedien zulässig – und dort auch nur dann, wenn der Anbieter sicherstellt, dass ausschließlich Erwachsene Zugang zu den entsprechenden Inhalten erhalten. In der Praxis geschieht dies über Altersverifikationssysteme¹¹. Im Rundfunk sind Inhalte gemäß § 4 Abs. 2 JMStV dagegen grundsätzlich unzulässig.

Für den Bereich der „nur“ entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalte schreibt § 5 Abs. 2 JMStV vor, dass der Anbieter entweder zeitliche Verbreitungsbeschränkungen für sein Angebot vorsieht oder alternativ technische oder sonstige Mittel nutzt, um den Zugang Minderjähriger zu den entsprechenden Inhalten zu erschweren. Nicht auf Rundfunksender beschränkt ist dabei die Praxis der Nutzung von Verbreitungszeitbeschränkungen; so werden sowohl in Rundfunkprogrammen als auch in Telemedien (zumindest in denen größerer Anbieter) die Zeitgrenzen des § 5 Abs. 4 JMStV genutzt, wobei die Pflicht zur optischen und akustischen Kenntlichmachung der Ungeeignetheit einer Sendung ausschließlich Rundfunkanbieter trifft. Telemedienanbieter nutzen in der Praxis daneben z. B. Personalausweiskennzifferabfragen, Schufaident-Check-Verfahren oder webcamgestützte Altersprüfungen.

Sonderfälle technischer Mittel zur Zugangsbeschränkung sind für den Bereich der Telemedien das Programmieren für ein anerkanntes Jugendschutzprogramm bzw. das Vorschalten eines anerkannten Jugendschutzprogramms.¹² Da der JMStV aber ausschließlich diejenigen Anbieter privilegiert, die ein *anerkanntes* Jugendschutzprogramm nutzen bzw. darauf aufsetzen, die Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) eine solche Anerkennung aber bisher noch nicht ausgesprochen hat¹³, spielt diese gesetzgeberisch vorgesehene Möglichkeit in der Praxis (derzeit noch) keine Rolle.

In digitalen Rundfunkprogrammen privater Sender ist es auch möglich, von den Sendezeitbeschränkungen (bei Erwachsenenangeboten zumindest teilweise¹⁴) abzuweichen, wenn das Programm digitale Vorsperntechnik nutzt, sodass auf Rezipientenseite die Eingabe einer Jugendschutz-PIN notwendig ist, um die entspre-

Anmerkungen:

1 Hybride Fernsehgeräte können daneben in vielen anderen Bereichen rechtliche Fragen aufwerfen, so z. B. in Bezug auf Urheberrechte (interaktive Overlays über dem laufenden Programm) und Lizenzfragen (Grenzen dienstespezifischer Sende-rechte), Datenschutz (Rückkanalfähigkeit), Werberecht (gerätespezifische Werbe-einspielung), Plattformregulierung (Anwendbarkeit der Plattformvorschriften auf die App-Portale) und Zugangsfragen (Interoperabilität und Zugänglichkeit von App-Portalen) sowie gegebenenfalls Kartellrecht.

2 Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, JMStV), z. B. G v. 11.02.2003, GVBl. Berlin S. 69, zuletzt geändert durch Art. 2 d. 13. RÄStV, z. B. G v. 03.02.2010, GVBl. Berlin S. 39

3 Der 14. RÄStV, der Teile des JMStV novellieren sollte, ist gem. Art. 4 Abs. 2 gegenstandslos, da bis zum 31.12.2010 nicht alle Vertragsparteien zugestimmt haben; siehe auch z. B. Berlin, Bek. v. 25.01.2011, GVBl. Berlin, S. 18.

4 So auch die Amtliche Begründung zum JMStV, S. 7.; Scholz/Liesching, § 3 JMStV Rn. 5; Erdemir in Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 1. Aufl., 2008, § 3 JMStV Rn. 5; a. A. (noch) Schulz/Held in Hahn/Vesting, Rundfunkrecht, 2. Aufl., 2008, § 3 JMStV Rn. 28f., die von einem engeren Anbieter-Begriff im JMStV ausgehen

5

Zur Kritik, dass Intermediäre im Rundfunk wie z. B. Kabelanbieter dagegen nicht in den Anwendungsbereich des JMStV fallen, siehe Hartstein/Ring/Kreile/Dörr/Stettner, Kommentar, 49. Aufl., Stand 30.11.2010, § 24 JMStV Rn. 4; siehe auch Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), Analyse des Jugendmedienschutzsystems, Oktober 2007, S. 189

6

Gemäß § 20 Abs. 3 JMStV trifft die KJM entsprechend § 59 Abs. 2 bis 4 RStV unter Beachtung der Regelungen zur Verantwortlichkeit nach den §§ 7 bis 10 TMG die jeweilige Entscheidung; § 59 Abs. 3 sieht vor, dass zunächst der Inhalteanbieter zu beschweren ist; nur wenn sich Maßnahmen gegenüber dem Verantwortlichen nach § 7 TMG als nicht durchführbar oder nicht Erfolg versprechend erweisen, können Maßnahmen zur Sperrung von Angeboten auch gegen Diensteanbieter von fremden Inhalten nach den §§ 8 bis 10 des Telemediengesetzes gerichtet werden, sofern eine Sperrung technisch möglich und zumutbar ist.

7

Liesching spricht von einem System der „drei Körbe“, vgl. Liesching, BPjM aktuell 2/2007, S. 7.

8

Zur Konkretisierung dieses recht unbestimmten Ziels siehe Hopf, ZUM 2008, S. 211 f.; FSM (Hrsg.), Prüfgrundsätze der FSM, 1. Aufl., 2006, S. 105 ff.

9

Vgl. § 7 JMStV

chende Sendung empfangen zu können. Zur Einhaltung dieser Vorgaben aber sind die Rundfunkprogrammanbieter verpflichtet, nicht die Hersteller der Endgeräte; jugendschutzrechtliche Anforderungen richten sich insoweit nicht unmittelbar an die Fernseher- und Set-Top-Boxen-Hersteller.

Hybrid-TV: Es kommt auf den Dienst an, nicht auf das Gerät

Nach dem Überblick über die aktuellen Anforderungen des JMStV an Rundfunk- und Telemediendienste ist deutlich geworden, dass der derzeitige Jugendmedienschutz in diesem Bereich an die Medieninhalte anknüpft, nicht an das jeweilige Endgerät. Hersteller von Hybrid-TV-Geräten unterliegen in Bezug auf die Hardware insoweit aber nicht dem Anwendungsbereich des JMStV. Mit der Vielfalt der über das Hybrid-TV-Gerät nutzbaren Rundfunkprogramme und Telemediendienste wird deutlich, dass die in der medienrechtlichen Literatur für besonders herausfordernd gehaltenen „hybriden Dienste“¹⁵ bei Hybrid-TV-Geräten gerade nicht vorliegen; es handelt sich vielmehr um multifunktionale Endgeräte, die in der Lage sind, eine Vielzahl unterschiedlicher Dienste zur Anzeige zu bringen. Insofern unterscheidet sich ein Hybridfernseher nicht von einem herkömmlichen Computer.

Da die Darstellung von Internetinhalten auf dem Fernseher in bisherigen Ansätzen verbesserungswürdig erschien, nutzen die Hersteller von aktuellen Hybrid-TV-Geräten aber regelmäßig eigens für die Produktserie entwickelte, meist proprietäre Gerätesoftware, die die Navigation in Rundfunkprogrammen und Telemediangeboten vereinheitlichen und dem Endkonsumenten eine gefühlte Nutzbarkeit der unterschied-

lichen Dienste „aus einem Guss“ ermöglichen soll („Portale“).¹⁶ Teile dieser Software bestehen aus Einzelanwendungen, die etwa den Gerätezugriff auf und die an das Gerät angepasste Navigation in Video-on-Demand- und Near-Video-on-Demand-Angeboten sowie Foto-, Musik- und Videoplattformen ermöglichen. Aufgrund der zahlenmäßigen Unbeschränktheit solcher Apps innerhalb des gerätespezifischen Portals ist prinzipiell die endgeräteangepasste Darstellung der meisten Onlineinhalte denkbar. Zu den derzeit nutzbaren Angeboten gehören die Mediatheken öffentlich-rechtlicher Rundfunksender genauso wie Maxdome, YouTube, MyVideo, Flickr, Facebook etc. Einen anderen Ansatz stellt dagegen der Standard HbbTV¹⁷ dar, mit dem Rundfunksender eigene Onlineangebote in ihren Sendeverlauf integrieren können. Bei dem auch als Videotext 2.0¹⁸ bezeichneten Dienst ermöglicht das vom Sender jeweils hinterlegte HbbTV-Portal den Zugriff auf sender-eigene Zusatzangebote.

Diese softwareseitigen Portale des jeweiligen TV-Herstellers und die HbbTV-Angebote des jeweiligen Senders, die über geräteherstellerseitig bzw. senderseitig programmierte Anwendungen Zugriff auf Telemediendienste ermöglichen, sind einen zweiten jugendschutzrechtlichen Blick wert.

Zugangs- und HbbTV-Portale als jugendschutzrechtlich relevante Anknüpfungspunkte

Die softwareseitigen Portale im Hybrid-TV-Gerät einerseits und die jeweils vom Sender erbrachten Zusatzangebote über den HbbTV-Standard andererseits unterscheiden sich strukturell deutlich voneinander: Das HbbTV-Portal erscheint als ein programmbezogenes Zusatzan-

»Diese softwareseitigen Portale des jeweiligen TV-Herstellers und die HbbTV-Angebote des jeweiligen Senders, die über geräteherstellerseitig bzw. senderseitig programmierte Anwendungen Zugriff auf Telemediendienste ermöglichen, sind einen zweiten jugendschutzrechtlichen Blick wert.«

»Die softwareseitigen Portale im Hybrid-TV-Gerät einerseits und die jeweils vom Sender erbrachten Zusatzangebote über den HbbTV-Standard andererseits unterscheiden sich strukturell deutlich voneinander: Das HbbTV-Portal erscheint als ein programmbezogenes Zusatzangebot, das jeweils vom Sender angeboten wird. Es geht hier also aus regulatorischer Sicht um zwei unterschiedliche Dienste eines Anbieters: ein linearer Rundfunkdienst und ein nonlinearer HbbTV-Telemediendienst.«

gebot, das jeweils vom Sender angeboten wird. Es geht hier also aus regulatorischer Sicht um zwei unterschiedliche Dienste eines Anbieters: ein linearer Rundfunkdienst und ein nonlinearer HbbTV-Telemediendienst. Dagegen bieten die geräteseitigen Zugangsportale Einzelanwendungen an, mit deren Hilfe der geräteangepasste Zugriff auf Telemediendienste unterschiedlicher, meist externer Inhalteanbieter möglich ist. Dort gelangen also regulatorisch gesehen gleich behandelte Dienste unterschiedlicher Anbieter auf den Bildschirm.

Für die im HbbTV-Standard angebotenen Inhalte, die in aller Regel als Telemedien zu klassifizieren sind, gelten die oben dargestellten Vorgaben des JMStV inklusive den jeweils aus der Jugendschutzrelevanz folgenden Beschränkungen und möglichen Schutzinstrumenten. Beachtenswert erscheint hier, dass Rundfunksender durch das Anbieten von zum Abruf bereitgehaltenen Sendungen theoretisch das Pornografieverbot im Rundfunk umgehen können, da ein Video-on-Demand-Angebot als Telemedium diesem nicht unterliegt. Der Wechsel zwischen den regulatorisch unterschiedlich behandelten Diensten erfolgt dabei durch den Nutzer; für einen rechtskonformen VOD-Dienst wären die genannten technischen Schutzmaßnahmen (AV-Systeme) vorzusehen.

Im Hinblick auf das geräteseitig vorgehaltene Zugangsportale muss im Gegensatz zu den HbbTV-Angeboten zunächst untersucht werden, ob das Portal an sich unmittelbar dem JMStV unterliegt. Das wäre nur dann der Fall, wenn das

Portal selbst als Telemedium zu klassifizieren ist, wenn also die Portaloberfläche nicht auf dem Gerät hinterlegt ist, sondern jeweils vom Server des Geräteanbieters – oder einem Dritten – ähnlich einer voreingestellten Startseite abgerufen wird. In diesen Fällen ist der Gerätehersteller bzw. der Dritte Anbieter eines dem JMStV unterfallenden Telemediums – mit allen entsprechenden Folgen.

Ist die Portalanwendung dagegen geräteseitig hinterlegt, handelt es sich beim Portal selbst mangels einer Übermittlung mittels Telekommunikation nicht um einen Telemediendienst. Dies ist – soweit ersichtlich¹⁹ – derzeit die gängige Praxis, da es sich bei den Portalen um für die Nutzung des Geräts kritische Benutzeroberflächen handelt, die auch ohne Internetzugang funktionieren müssen. Ist der Internetzugang des Geräts aktiv, ermöglichen die Einzelanwendungen innerhalb des Geräteportals in einem weiteren Schritt den Zugang zu Angeboten Dritter, die ihrerseits wiederum als Telemediendienste – und teils als Rundfunkdienste²⁰ – zu klassifizieren sind. Fraglich ist in diesen Fällen, inwieweit der Portalanbieter für die Inhalte dieser Dienste verantwortlich ist; betroffen ist hier die Frage der jugendschutzrechtlichen Haftung für Inhalte Dritter, auf die der Portalanbieter keinerlei Zugriff hat.

Die Verantwortlichkeit für Inhalte Dritter ist im Anwendungsbereich des JMStV eine kontrovers diskutierte Frage, die zu einer deutlichen Rechtsunsicherheit in diesem Bereich führt. Im hier umschriebenen Feld von Hybrid-TV-Gerä-

10
Zu dem Konzept der regulierten Selbstregulierung im JMStV vgl. Schulz/Held, in Hahn/Vesting, § 1 JMStV Rn. 21 ff.

11
Zu den rechtlichen Anforderungen an AV-Systeme siehe ausführlich Liesching, MMR 2008, S. 802 ff.

12
Ausführlich zu Jugendschutzprogrammen Erdemir, CR 2005, S. 275 ff.

13
Siehe Braml, ZUM 2010, S. 651

14
Siehe § 5 Abs. 2 der Satzung zur Gewährleistung des Jugendschutzes in digital verbreiteten Programmen des privaten Fernsehens (Jugendschutzsatzung, JSS) vom 09.12.2003

15
Siehe ebenda

16
Einen Überblick geben Jurrán/Kuhlmann, c't 2010, Heft 23, S. 108 ff.

17
Siehe <http://www.hbbtv.org/>

18
Siehe Hansen/Janssen, c't 2010, Heft 23, S. 105

19
Jurrán/Kuhlmann, c't 2010, Heft 23, S. 108 ff.

20

Etwa beim Zugriff auf WebTV-Angebote, die einem festen Programmschema folgen und die nicht eines der Ausschlusskriterien des § 2 Abs. 3 RStV erfüllen

21

Der Umstand, dass deutsches Recht mit dem Außerkräftreten des Mediendienste-Staatsvertrags (MdStV) den Begriff des Mediendienstes gar nicht mehr kennt, hat den Gesetzgeber nicht davon abgehalten, übersetzte Begriffe aus der Europäischen Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie in das TMG zu schreiben, vgl. hier v. a. Art. 1 Abs. 1a) und e) AVMD-RL.

22

Zum Begriffsverständnis audiovisueller Mediendienste siehe Schulz, EuZW 2008, S. 107 ff.

23

Soweit der Gerätehersteller sein Portal über die Veröffentlichung von Software Development Kits (SDKs) auch für Dritte öffnet, die eigene Applikationen für das Portal erschaffen, schließt sich die Frage der Haftung für nutzergenerierte Einzelanwendungen, die ihrerseits Zugang zu Telemedieninhalten eröffnen, an. Zur Haftung von Onlinehandelsplattformen die Inhalte von darauf aktiven Anbietern distribuieren siehe Hoenike/Hülsdunk, MMR 2004, S. 64

24

Aktuelle Beiträge zur Störerhaftung finden sich bei Nieland, NJW 2010, S. 1494 ff.; Fitzner, MMR 2011, S. 83 ff.; Paal, JuS 2010, S. 953 ff.

25

Die in ständiger Rechtsprechung formulierte Nichtanwendbarkeit der Privilegierungstatbestände in §§ 8 bis 10 TMG bei Unterlassungsansprüchen liegt insoweit schräg zu den Beanstandungsverfahren im Rahmen des JMStV, als diese regelmäßig aus einer Beanstandung und einer Unterlassungs- und Beseitigungsverfügung (Letzteres in Bezug auf Telemedien) bestehen. Für die Beachtung der §§ 8 bis 10 TMG spricht daneben der ausdrückliche Verweis in § 20 Abs. 4 JMStV; dazu auch Frey/Rudolph, Rechtsgutachten zur Evaluierung des „Haftungsregimes für Host- und Access-Provider im Bereich der Telemedien“, 2008, S. 47

ten lautet die Frage, inwiefern der Portalanbieter (d. h. regelmäßig der Gerätehersteller) „den Zugang zur Nutzung [von Telemedien] vermittelt“ (§ 2 Nr. 1 TMG). Der zweite Satz der Nr. 1 konkretisiert dieses Verständnis in Bezug auf „audiovisuelle Mediendienste auf Abruf“²¹: Hier ist „Diensteanbieter jede natürliche oder juristische Person, die die Auswahl und Gestaltung der angebotenen Inhalte wirksam kontrolliert“. Die letztere Konkretisierung zielt vor allem auf fernsehhähnliche On-Demand-Kataloge ab (insbesondere geschlossene Video-On-Demand-Angebote)²²; zwar kann der Portalhersteller die Zusammensetzung der jeweiligen Einzelanwendungen innerhalb des Portals auswählen, er kann aber weder deren Auswahl noch deren Gestaltung der Telemedieninhalte bestimmen. Insofern ist davon auszugehen, dass dieser „Spezialfall“ eines Telemediums nicht vorliegt. Das zweite Verständnis derjenigen Anbieter in § 2 Nr. 2 TMG, die „den Zugang zu Telemedien vermitteln“, kann aber bereits den Schluss zulassen, dass eine solche Tätigkeit auch in dem geräteseitigen Zurverfügungstellen von Einzelanwendungen zu erblicken ist, mit deren Hilfe man die Inhalte der jeweiligen Telemedien auf dem Hybridgerät abrufen und darstellen kann. Regelmäßig trifft der Gerätehersteller hier zumindest die Auswahl darüber, auf welche Telemedienangebote die Einzelanwendungen innerhalb des Portals zugreifen können.²³ Eine gewisse organisatorische Teilentscheidung ist insoweit auch bereits in dieser Zusammenstellung zu erblicken. Systematisch lassen sich die Einzelanwendungen in den Geräteportalen insoweit vergleichen mit den rechtlichen Diskussionen über die Haftung für Hyperlinks – auch dort verweist der Linksetzer auf ein Angebot eines Dritten, dessen Inhalte er sich gegebenenfalls zurechnen lassen muss.

Fragwürdig ist allerdings, inwieweit die meist im Rahmen zivilrechtlicher Unterlassungsansprüche entwickelte Rechtsprechung der Störerhaftung²⁴ eins zu eins auf ordnungsrechtliche Verfahren (insbesondere mit dem Ziel der Beseitigung) übertragen werden kann und darf.²⁵ Die Frage einer jugendschutzrechtlichen Störerhaftung ist bislang noch nicht einmal deutlich aufgeworfen, geschweige denn abschließend beantwortet worden. Die herrschende Literaturmeinung geht im Ergebnis davon aus, dass Zugangsvermittler, insbesondere inhaltsbezogene Intermediäre für Jugendschutzverstöße verantwortlich sein können, sich aber re-

gelmäßig – teils aufgrund europarechtskonformer Auslegung des TMG, teils in analoger Anwendung – auf einen Privilegierungstatbestand der §§ 8, 9 oder 10 TMG berufen können.²⁶

Offensichtlich wird die – bisher größtenteils theoretische – Problematik in Fällen, in denen der Portalhersteller bewusst auch Anwendungen anbietet, die den Zugriff auf etwa ungeschützte pornografische Telemedien aus dem Ausland zulassen. Hier eröffnet der Hersteller mit dem Portal im TV-Gerät aktiv die Möglichkeit, problemlos Inhalte mit dem Gerät abzurufen, die nach dem JMStV nur hinter AV-Systemen zulässig wären. Abzuschichten wären insoweit unterschiedliche Stufen der jugendschutzrechtlichen Verantwortlichkeit: Beim Anbieten von Anwendungen, die bewusst und unmittelbar den Zugang zu jugendschutzrelevanten Telemedien ermöglichen, muss der Portalhersteller Adressat von Regulierungsverfügungen sein können, um sonst entstehende Schutzlücken zu vermeiden. Im Falle der Zugangsvermittlung zu Telemedien, die sich durch eine Vielzahl ganz unterschiedlicher, in der Regel nicht jugendschutzrechtsrelevanter Inhalte auszeichnen, kann dagegen nicht automatisch von der Kenntnis bzw. dem bewussten Zugänglichmachen durch den Portalhersteller ausgegangen werden.

Einfach im Vergleich zu der diskutierbaren Verantwortlichkeit ist dagegen die Einordnung von geräteseitig installierten oder ab Werk hinterlegten Filmen und Spielen: Wird ein Hybrid-TV-Gerät bzw. eine Set-Top-Box bereits mit vorinstallierten Spielen oder Filmen an Endkunden verkauft, gelten – abhängig von der jeweiligen Jugendschutzrelevanz – die Vorgaben des Jugendschutzgesetzes (JuSchG)²⁷, da der für die Öffnung des Anwendungsbereichs nötige Trägermedien-Begriff erfüllt ist („in ein Vorführgerät eingebaut“, § 1 Abs. 2 JuSchG). Für ungekennzeichnete Spiele oder Filme folgt aus § 12 Abs. 1 JuSchG ein generelles Abgabeverbot an Minderjährige, ansonsten gelten die jeweiligen FSK- und USK-Kennzeichen als Mindestalter, das der Käufer erreichen muss. Im Übrigen muss die Verkaufsverpackung das entsprechende Kennzeichen in der vorgeschriebenen Größe aufzeigen (§ 12 Abs. 2 JuSchG). Wird der Zugriff auf bereits nach dem JuSchG altersgekennzeichnete Inhalte (oder wesentlich inhaltsgleiche Filme oder Spiele) ermöglicht, so muss das entsprechende Alterskennzeichen übernommen werden.

»Auch aus Nutzersicht offenbart sich die Frage nach der weiteren Sinnhaftigkeit der traditionellen regulatorischen Ungleichbehandlung von traditionellen Rundfunk- und Telemediendiensten: Unterschiedliche Schutzniveaus können durch diensteübergreifende Geräte in der Praxis umgangen werden.«

Diensteunterscheidender Jugendschutz auf universalen Endgeräten: Regulierungskonvergenz revisited

So lange gesetzlicher Jugendmedienschutz an Dienste und Dienstleistungen ansetzt, ist das zwar unmittelbar für das Endgerät irrelevant; wenn aber der Gerätehersteller eigene Dienste anbietet (oder bewusst den Zugang zu Inhalten ausgewählter Dritter verschafft), kann er gegebenenfalls in den Anwendungsbereich deutscher Jugendschutzvorschriften geraten, die ein nicht unerhebliches rechtliches Risiko mit sich führen. Das Phänomen an sich ist nicht neu – auch bei Konsolen und mobilen Endgeräten wie Handys und MP3-Playern, die sich zunehmend für Onlinedienste geöffnet haben, wurde dieses Problem bereits virulent.

Der Überblick über die jugendschutzrechtlichen Anforderungen an Hybrid-TV-Portale zeigt (einmal mehr) das Dilemma der derzeitigen Medienordnung: Während der Gegenstand der medienrechtlichen Anknüpfungspunkte – der Dienst – sich nicht strukturell grundlegend ändert²⁸, erweitern sich zunehmend die Empfangs- und Abrufmöglichkeiten der Endgeräte. Wenn aber das Ordnungskonzept entwicklungspfadbedingt und traditionell ein bestimmtes Endgerät im Kopf hat, das regulatorisch besonders umhegt wird („Fernsehen“ als Familienkiste, dem die Eltern das Vertrauen auf unschädliche Inhalte entgegenbringen), wird mit der Ausweitung der Funktionalität des Endgeräts um Zugriffsmöglichkeiten auf weitere, weniger stark umhegte Dienste, der Grund für die unterschiedliche Behandlung von „Fernsehen“ und „Online“ auf die Probe gestellt. Und einmal mehr wird der Anbieter-Begriff im TMG und damit einhergehend die Reichweite der jugendschutzrechtlichen Verantwortung zentral für die Frage nach

rechtlichen Risiken für die Gerätehersteller. Die §§ 8 bis 10 TMG als prinzipiell nicht alle Intermediäre umfassende Privilegierungstatbestände offenbaren auch hier, mit welcher Rechtsunsicherheit die Anbieter zu ringen haben.

Auch aus Nutzersicht offenbart sich die Frage nach der weiteren Sinnhaftigkeit der traditionellen regulatorischen Ungleichbehandlung von traditionellen Rundfunk- und Telemediendiensten: Unterschiedliche Schutzniveaus können durch diensteübergreifende Geräte in der Praxis umgangen werden. Verbote für einzelne Diensteanhalte, die auf dem gleichen Endgerät und im gleichen Nutzungskontext durch einen Druck auf die Fernbedienung dann doch rezipiert werden können, stärken bisherige Argumentationen, die eine Angleichung der Schutzniveaus fordern – oder insgesamt ein Überdenken des derzeitigen Ordnungskonzepts vorschlagen, das weniger an Dienste anknüpft, sondern vermehrt an die spezifische Funktion eines Dienstes im Rahmen öffentlicher Kommunikation.

26

Siehe sehr differenzierend Sieber/Liesching, MMR-Beilage 8/2007, S. 1 ff.

27

Jugendschutzgesetz (JuSchG) vom 23.07.2002, BGBl. I S. 2730, zuletzt geändert durch Art. 3 Abs. 1 des Gesetzes zur Umsetzung des Rahmenbeschlusses des Rates der Europäischen Union zur Bekämpfung der sexuellen Ausbeutung von Kindern und der Kinderpornografie vom 31.10.2008, BGBl. I S. 2149

28

Von den oben erwähnten hybriden Dienstformen abgesehen

Stephan Dreyer ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg.



Konvergenz zweier Welten im Hybrid-TV

Konsequenzen für Finanzierung und Regulierung

Wird demnächst die Wahl des Fernsehgeräts mitentscheiden, welche Inhalte der Zuschauer nutzen kann? Möglich wäre das schon, aber letztlich will der Gerätehersteller nicht an den Inhalten verdienen, sondern Fernseher verkaufen, meint Carine Lea Chardon vom ZVEI-Fachverband Consumer Electronics. Eine Selektion bestimmter Onlineinhalte sei deshalb ebenso wenig zu erwarten wie deren Exklusivität. Applikationen, die Zugang zu speziellen

Onlineinhalten bieten, sollen von allen Geräten gefunden und ausgeführt werden. Vieles ist aber noch im Entstehen, denn beim Hybridfernsehen treffen zwei Welten zusammen, die unterschiedlicher kaum sein könnten, sowohl was die Finanzierung angeht, als auch im Hinblick auf die Regulierungsdichte. *tv diskurs* sprach mit Carine Lea Chardon darüber, was wir in der konvergenten Medienwelt zukünftig erwarten können.



Was ist Ihre Aufgabe beim ZVEI, beim Zentralverband der Elektrotechnik- und Elektronikindustrie?

Ich bin für die medienpolitischen Aktivitäten des ZVEI-Fachverbandes Consumer Electronics verantwortlich, in dem über 20 nationale und internationale Hersteller von Unterhaltungselektronik vertreten sind. Zusätzlich bin ich mit der Geschäftsführung der Deutschen TV-Plattform beauftragt, deren Sitz seit der Gründung 1990 beim Fachverband Consumer Electronics ist. Die Deutsche TV-Plattform verfügt über ein sehr breites Mitgliederspektrum – von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern über Hersteller von Endgeräten, Infrastrukturanbieter bis hin zu Anbietern von Softwarelösungen und Providern. Sie ist in unserer Branche die einzige von der Wirtschaft getragene Institution, die eine entsprechend breite, interdisziplinäre Mitgliederbasis aufweist. Anliegen der Deutschen TV-Plattform ist es, die Entwicklung digitaler Fernsehtechnik zu fördern und den Mitgliedern ein interdisziplinäres, branchenübergreifendes Forum zu bieten. Außerdem informieren wir die Öffentlichkeit firmen- und technologieneutral über Art und Nutzen von Innovationen im Bereich der Digitaltechnik.

Das bedeutet praktisch, dass Sie beispielsweise das ZDF nicht im Rahmen des normalen Programmbereichs vertreten würden, sondern dort, wo es um seine Internetplattformen geht...

Nein, es geht primär gar nicht um Internetplattformen. Durch die Entwicklung im Bereich „Hybridfernsehen“ ist die Betrachtung des Internets erst kürzlich als ein ganz neues Feld hinzugekommen, allerdings geht es in der Deutschen TV-Plattform nicht um Inhalte, sondern stets um technologische Aspekte und Standards. Ursprünglich wurde die TV-Plattform gegründet, um die Einführung des hochauflösenden Fernsehens (HDTV) zu unterstützen. Man hat aber in den 1990er-Jahren relativ schnell erkannt, dass HDTV nur auf Grundlage von Digitaltechnik funktionieren kann, und eine thematische Erweiterung der Aufgabengebiete des Vereins vorgenommen. Seitdem setzt er sich für die Belange seiner Mitglieder rund um das Thema „Digital-TV“ ein. Wir haben uns lange und intensiv mit der HD-Technik auseinandergesetzt. Nach der gelungenen Einführung beschäftigt uns dieses Themengebiet nur noch peripher. Im Moment sind vier Arbeitsgruppen aktiv. Eine davon beschäftigt sich mit 3-D-Fernsehen, eine zweite widmet sich den Herausforderungen der Terrestrik ganz allgemein, u. a. auch der Frage der Verträglichkeit der Terrestrik mit der nächsten Mobilfunkgeneration LTE. Der dritte Bereich ist das Thema „Digitalisierung“ – hier begleiten wir insbesondere die Umstellung auf digitales Satelliten-Fernsehen am 30. April 2012. Unsere vierte Arbeitsgruppe befasst sich seit Mitte 2009 mit dem Thema „Hybridfernsehen“. Dabei geht es vor allem um die Fragen: Welche Verfahren setzen sich durch? Was bedeutet Hybridfernsehen und welche Auswirkungen hat es auf den Markt? Die Interessen der einzelnen Teilnehmer sind aufgrund der heterogenen Mitgliederstruktur z. T. sehr unterschiedlich. Eine einheitliche Position zu vertreten, wie das bei einem Verband klassischerweise der Fall ist, ist in der Deutschen TV-Plattform daher nicht möglich. Stattdessen ermöglichen wir den Dialog zwischen den Marktteilnehmern, klären über die unterschiedlichen Sichtweisen auf und geben Impulse für die Marktentwicklung. Unser Ziel ist es, die richtigen Weichen zu stellen, damit sich der Markt für hybride Endgeräte und „interaktives Fernsehen“ in Deutschland positiv entwickelt.

Der Hersteller Philips ist bisher der Einzige, der bei seinen Geräten das Eingeben einer beliebigen URL-Adresse möglich macht, womit wir von einem wirklichen Verschmelzen von Internet und Fernsehen sprechen können. Bei anderen Anbietern gibt es zwar eine Form der Kombination, aber letztlich kann man sich nicht wirklich frei im Internet bewegen.

Das stimmt nur teilweise. Zum einen verfügen alle hybriden Endgeräte über einen Browser, auch wenn manche nur rudimentär sind und nicht immer den Zugang zum Internet gewähren. Zum anderen war Philips zwar der erste, aber ist schon nicht mehr der einzige Hersteller, der eine freie URL-Eingabe ermöglicht. Im Gegenteil, der Trend geht in diese Richtung: Neben z. B. Technisat und Loewe wird wohl auch Sony diese Funktion bald anbieten. Die Frage ist allerdings, ob ein Internet-Surfen am TV-Bildschirm tatsächlich erstrebenswert bzw. notwendig ist. Viele hybride TV-Geräte ermöglichen nicht alle Funktionen, die bei einem Computer selbstverständlich sind, aber es ist auch gar nicht die Intention der CE-Industrie, PC und Laptops durch TV-Geräte zu ersetzen. Trotz aller Konvergenz erwarten wir weiterhin eine andere Art von Nutzung bei PC und Fernseher. Meiner Meinung nach handelt es sich bei der derzeit verbreiteten Vorstellung, dass man mit dem Fernseher jetzt auch im Internet surfen kann, um ein Missverständnis. Sinn und Zweck von Hybrid-TV – der Trend geht übrigens zur Bezeichnung „Smart-TV“, in Anlehnung an Smartphone – ist die Erweiterung des Fernseherlebnisses auf Informationen und Dienste aus dem Internet. „Internet“ ist dabei eher als Transportweg zu verstehen, weniger als eigenes Medium. Bewegtbildinhalte sind naturgemäß besonders für Smart-TV geeignet. Manche Internetdienste, die sich am Computer bewähren, sind aufgrund des traditionellen Lean-Back-Verhaltens der TV-Zuschauer als weniger sinnvoll einzuschätzen. Der tatsächliche Mehrwert des Smart-TV liegt darin, dem Zuschauer eine größere Vielfalt und ein Mehr an Diensten und Informationen anzubieten sowie die individuelle Nutzung von Bewegtbildinhalten zu ermöglichen: Fernsehen à la carte, wenn man will. Die Eingabe einer URL mag von manchen erwartet werden, es ist aber auch ein Stück weit Spielerei, die sich auf Dauer wahrscheinlich nicht durchsetzen wird. Wer will schon über seine Fernbedienung mühselig Internetadressen eingetippen? Eine oft genannte Hürde ist zudem, dass die Darstellung der angesteuerten Inhalte je nach Programmiersprache der Webseite nicht unbedingt für den TV-Bildschirm optimiert ist – das kann zu Frustration beim Nutzer führen. Aus diesen Gründen wird dieses Szenario nicht von allen Geräteherstellern uneingeschränkt befürwortet.

Für die Gerätehersteller hat ein begrenzter Zugang über bestimmte Apps sicherlich auch den Vorteil, dass man beispielsweise einen Zugriff auf illegale Portale verhindern kann, womit andernfalls erhebliche urheberrechtliche oder jugendschutzrechtliche Probleme verbunden wären.

Das ist grundsätzlich richtig. Allerdings nimmt die Entwicklung tendenziell eine andere Richtung, da – wie gesagt – viele Hersteller nun doch auf einen offenen Browser setzen. Klar ist, dass nur im Rahmen des Portals eine Inhalteprüfung durch den Hersteller stattfinden kann, um etwa den Zugang zu illegalen Inhalten auszuschließen oder jugendschutzrelevante Inhalte einzuschränken. Wenn der Nutzer eine Internetseite über die URL-Eingabe aufruft, kann der Hersteller nicht eingreifen. In diesem Fall gelten die gleichen Mechanismen wie bei der „klassischen“ Onlinenutzung, sprich über den PC. Bei jugendschutzrechtlichen Problemen wird man auf Filter und Authentifizierungssysteme setzen müssen, aber auch auf die Verantwortung der Erziehungsberechtigten. Es ist richtig, dass sich mit den Hybridgeräten für die TV-Gerätehersteller eine ganze Reihe an neuen Herausforderungen ergibt. Zum ersten Mal überhaupt beschäftigen sie sich mit Inhalten.

Es ist also nicht zu erwarten, dass es demnächst eine Art Sony-TV oder Philips-TV mit unterschiedlichen Inhalten geben wird?

Davon gehe ich nicht aus. Natürlich unterscheiden sich die Portale einzelner Hersteller z. T. voneinander, aber derzeit gibt es keine Exklusivität. Im Gegenteil, die attraktivsten Angebote wie Bild.de, YouTube und Twitter befinden sich auf nahezu allen Portalen. Die Portale sind für den Nutzer dann besonders attraktiv, wenn sie eine möglichst große Vielfalt bieten. Demnach bemühen sich die Hersteller um ein größtmögliches Angebot von Onlineinhalten für die Kunden. Aus Sicht der Inhalteanbieter soll eine möglichst große Reichweite erzielt werden, um die Refinanzierung zu sichern. Da wäre eine exklusive Bindung an eine Marke kontraproduktiv. Entsprechend findet man auf vielen Portalen dieselben Onlineinhalte. Natürlich ist es für die Hersteller erstrebenswert, ihr Medienportal so attraktiv wie möglich zu gestalten. Das Kerngeschäft bleibt aber der Verkauf von Endgeräten. Wichtige Differenzierungsmerkmale sind daher neben der Vielfalt des Medienportals auch die optische Darstellung, das Bedienkonzept und das Gerätedesign.

Bedenklich nur, wenn das dazu führen würde, dass der Zugang zu den Kanälen oder inhaltlichen Angeboten in die Verantwortung des Geräteherstellers fällt.

Der Zuschauer empfängt natürlich auch mit den neuen Smart-TV-Geräten weiterhin alle über den angeschlossenen Übertragungsweg verbreiteten, frei empfangbaren und verschlüsselten TV-Programme. Der Zugang zu Rundfunkkanälen geht keinesfalls in die Verantwortung des Geräteherstellers über, denn TV-Sender, die über einen klassischen Rundfunkübertragungsweg verbreitet werden, können vom Endgerät nicht ausgeschlossen werden. Eine Selektion von Inhalten durch einen Gerätehersteller kann ausschließlich in Bezug auf die Onlineinhalte auf dem Portal – einer Art App-Galerie – stattfinden. Hier greift der oben beschriebene Mechanismus: Exklusivität kann zwar für Hersteller wünschenswert sein, für Anbieter von Onlineinhalten stellt dies aber kaum das beste Modell dar, da für die Refinanzierung der Produktion und Verbreitung eine maximale Reichweite erzielt werden muss. Die Reichweite würde durch Bindung an eine Marke aber eingeschränkt. Eine Gatekeeper-Funktion beim Zugang zu Onlineinhalten über ein Portal besteht auch schon deshalb nicht, weil die Hersteller in starkem Wettbewerb zueinander stehen, den der Zuschauer mit seiner aktiven Auswahl bei der Kaufentscheidung belebt. Anders als bei den Rundfunkübertragungswegen (Kabel, Satellit, IPTV), deren freie Auswahl der Verbraucher nicht immer hat, kann er sich für TV-Gerät und Marke jederzeit und immer wieder aufs Neue entscheiden. Auch handelt es sich bei der Zusammenstellung eines Portals mehr um eine Frage der Vermarktung: Anders als bei der Rundfunkübertragung gibt es auf dem Geräteportal keine Kapazitätsengpässe im eigentlichen Sinn. Auf einem Herstellerportal kann eine uneingeschränkte Auswahl an Apps liegen, denn es handelt sich ja lediglich um die Verknüpfung zu den jeweiligen Onlinediensten. Hinzu kommt, dass – wie schon erläutert – die klassischen TV-Sender weiterhin – vollständig und unverändert – über den jeweils angeschlossenen Rundfunkübertragungsweg auf das TV-Gerät kommen. Und der große Vorteil ist, dass die empfangenen TV-Sender über die Red-Button-Funktion von HbbTV effektiv Zugang zu allen Geräten haben, die diesen Standard unterstützen. Die Verknüpfung von Rundfunk und Onlinediensten liegt dabei ausschließlich in der Hand der Sender. Die TV-Sender sind es, die eine Verknüpfung von Rundfunk- und Onlinedienst signalisieren, indem sie die Zuschauer durch optischen Hinweis im laufenden TV-Programm darauf aufmerksam machen, dass weiterführende Informationen über den roten Knopf auf der Fernbedienung aktiviert werden können. Wenn der rote Knopf betätigt wird, wechselt der Zuschauer un-

mittelbar in die Onlinewelt des jeweiligen Senders, ohne Umweg über das Herstellerportal. Das Portal bzw. der Hersteller ist bei diesem Prozess gar nicht involviert. Somit ist grundsätzlich kein TV-Sender darauf angewiesen, auf einem Herstellerportal abgebildet zu sein. Viele Hersteller haben aber ein aktives Interesse daran, einen Shortcut zu den Leuchtturminhalten der TV-Sender über ihr Portal anzubieten, man denke nur an die Mediatheken oder die Tagesschau.

Zurück zur Ausgangsfrage: Hier kommt die Relevanz eines offenen Standards ins Spiel. Die meisten Gerätehersteller haben inzwischen den europäischen Standard HbbTV in ihre Smart-TV-Geräte implementiert. HbbTV basiert in weiten Teilen auf der Programmiersprache CE-HTML. Prinzipiell können damit alle Inhalte, die in CE-HTML programmiert werden, auf jedem Gerät, das HbbTV implementiert hat, dargestellt werden. Da nicht alle Onlineinhalte auf dem Portal vorinstalliert sind, kann es Sache des Nutzers sein, Inhalte auszuwählen, selbst hochzuladen und seine Favoritenlisten anzulegen. Man kann sich das ein bisschen so vorstellen wie den App-Store. Zudem bieten die meisten Hersteller eine Art Software Developer Kit an, mit dem jeder, der einen Inhalt anbieten möchte, eine App programmieren kann, die auf dem Bildschirm dargestellt werden kann. Samsung hatte kürzlich sogar einen Wettbewerb für die besten und originellsten Apps ausgerufen, an dem alle Programmierer teilnehmen konnten. Teilweise hängt es dann noch vom Land bzw. vom Typ des TV-Geräts ab, unter welchen Apps der Verbraucher seine Auswahl treffen kann. Seitens der Hersteller werden diese aber lediglich auf grundlegende Dinge wie Funktionstauglichkeit und Legalität geprüft.

Sind die Hersteller nicht daran interessiert, ein starkes eigenes System durchzusetzen – in der Hoffnung, einen Standard zu setzen?

In der Phase der Markteinführung geht es zunächst um einen Wettbewerbsvorteil. Der Erste mit einem innovativen System am Markt hat die Nase vorn. Als die ersten hybriden TV-Geräte eingeführt wurden, setzte jeder Hersteller auf ein eigenes technisches System. Diese Phase der Entwicklung liegt nun schon ein wenig zurück, der Markt hat sich sortiert. Parallel zu ihren Eigenentwicklungen haben verschiedene Marktteilnehmer an einem gemeinsamen Standard gearbeitet. Seit Juni 2010 ist der HbbTV-Standard offiziell von der Standardisierungsorganisation ETSI veröffentlicht. An der Entwicklung von HbbTV waren übrigens auch zahlreiche TV-Sender beteiligt, darunter viele deutsche und französische Unternehmen. Die meisten Gerätehersteller setzen inzwischen auf HbbTV. Einige haben direkt ihr gesamtes Smart-TV-System auf HbbTV auf-

gesetzt, mehrheitlich die Hersteller, die an der frühen Marktphase nicht beteiligt waren, sondern abgewartet haben, welcher Standard sich durchsetzt. Andere, die bereits frühzeitig den Markt erschlossen und eigene Plattformen entwickelt hatten, ergänzen ihre eigenen Systeme nun um HbbTV. Wieder andere warten mit Blick auf die gesamteuropäische Entwicklung noch ab. Denn der Markt für Consumer Electronics macht nicht an den Ländergrenzen halt. In manchen EU-Staaten setzt man bisher auf andere Standards: Italien und Österreich setzen auf MHP, im Vereinigten Königreich gibt es mit You View einen Dienst, der auf dem System Canvas aufsetzt. Vergleichsweise ist die Vermarktung von Smart-TV in Deutschland aber wesentlich weiter vorangeschritten als bei den meisten unserer europäischen Nachbarn. Es wäre wichtig, dass der Markt sich noch weiter konsolidiert und möglichst viele – Hersteller wie Inhalteanbieter – den gleichen Standard unterstützen. So entstehen Massenmärkte.

Wenn ich einen Inhalt, der ganz normal im Fernsehprogramm gelaufen ist, ein paar Tage später über die Mediathek des Senders anbiete, muss ich ihn dann auch in vollem Umfang, also inklusive der Werbung anschauen, damit das Finanzierungsmodell des Senders aufgeht?

Das hängt von den Finanzierungsmodellen ab, die die Sender verfolgen. Die Mediatheken der Öffentlich-Rechtlichen sind ohnehin werbefrei. Die Privaten betten auch bei den Abrufversionen ihrer Programme Werbung ein, allerdings nicht in gleichem Umfang wie bei der linearen Ausstrahlung. Im Prinzip sind die Abrufangebote, die man über Smart-TV konsumiert, nicht anders als die, die man von der PC-Nutzung her kennt. Oft gibt es eine Pre-Roll-Werbung, also ein bis drei Werbespots vorab, und vielleicht noch die eine oder andere Werbeunterbrechung im laufenden Stream. Das gehört natürlich zum Geschäftsmodell dazu, denn der Einkauf, die Produktion und die Verbreitung von Inhalten müssen sich wirtschaftlich tragen. Da die Formate im Rahmen von – „non-linearen“ – Abrufangeboten aber nicht der strengen Werberegulierung aus dem Rundfunkstaatsvertrag unterliegen, ist der Anbieter wesentlich freier beim Einsatz von Werbung. Die Werbeunterbrechungen im Abrufangebot sind daher in der Regel vergleichsweise kürzer als bei der linearen Rundfunkausstrahlung, dafür z. T. häufiger. Es gilt auch hier der Grundsatz der Trennung von Werbung und Programm: Es muss eindeutig erkennbar sein, dass es sich um Werbung handelt. Darüber hinaus bestehen aber keine Auflagen hinsichtlich Dauer und Frequenz von Unterbrechungen, was einen flexibleren Einsatz von

Werbung ermöglicht. Angst, dass es künftig bei werbefinanzierten Inhalten auf Abruf zu mehr oder gar zu viel Werbung kommen könnte, braucht man meines Erachtens nicht zu haben. Denn der Zuschauer sanktioniert Formate, die ihm nicht gefallen, indem er sie nicht mehr abrufen.

Wichtig ist in dem Zusammenhang für die TV-Sender, dass das Signal, das über die hybriden TV-Geräte im Stream abgerufen wird, nicht veränderbar ist. Eine Zwischenspeicherung von Inhalten auf Festplatte, in Verbindung mit dem Herausschneiden von Werbeblöcken, soll daher insbesondere aus Sicht der Anbieter nicht möglich sein. Ein solches Verfahren würde die Werbefinanzierung gänzlich in Frage stellen. Verständlich aus Sicht der Sender, aber bedenken wir Folgendes: Wer ein linear ausgestrahltes Programm aufzeichnet, kann die Werbung im Schnellvorlauf abspielen. Nun kommt es zu einer für den Nutzer absurden Situation: Hat er vergessen, die Aufnahme zu programmieren, und will er das verpasste Programm als Catch-Up-Angebot online abrufen, kommt er nicht um die in den Stream eingebetteten Werbeblöcke herum. Aus Sicht des Nutzers ist das nicht ganz nachvollziehbar. Ich glaube deshalb, dass die Werberegulierung angesichts dieser neuen Situation schon bald angepasst werden muss. Auch die Geschäftsmodelle der Inhalteanbieter entwickeln sich weiter. In der jetzigen Marktphase wird noch getestet, welche Finanzierungs- und Nutzungsmodelle der Zuschauer akzeptiert. Wichtig ist, dass alle Marktteilnehmer ein gegenseitiges Verständnis für die Bedürfnisse sowohl der anderen Beteiligten in der Wertschöpfungskette als auch der Nutzer entwickeln, um eine interessen- und marktgerechte Lösung zu finden. Vermutlich wird es einen Mittelweg geben.

Gibt es Ideen für ganz andere Modelle der Finanzierung?

Die naheliegende Alternative ist natürlich immer ein Bezahl-Modell. Wenn eine Zahlungsbereitschaft gegeben ist, könnte diese unterschiedlich gestaltet werden, etwa auf Einzelabrechnungsbasis oder als Abo-Modell mit verschiedenen Tarifstrukturen. Aber das Pay-Modell liegt dem deutschen Konsumenten nicht so richtig, zumindest bislang. Es funktioniert meines Erachtens nur in Verbindung mit exklusiven Inhalten und sehr einfacher Handhabung. Es gibt aber bei den Werbevermarktern sicher eine ganze Reihe von Überlegungen, die ich nicht kenne.

Vielleicht ein Pay-Modell, das durch die Kundenbindung an den Internetprovider geregelt ist, sodass z. B. die Kosten einfach über die Telefonrechnung abgerechnet werden könnten...

Sicher gibt es schon Unternehmen, die verschiedene Modelle durchspielen oder vorbereiten. Das Pay-Geschäft ist – wie gesagt – ein schwieriger Markt und funktioniert in der Regel nur in Verbindung mit Exklusivität bzw. zu einem frühzeitigen Zeitpunkt in der Wertungskette. Ich kann mir daher kaum vorstellen, dass Catch-Up-Dienste ein tragfähiges Pay-Geschäft werden, aber natürlich weiß man das nicht. Ich persönlich glaube schon, dass Werbefinanzierung ein sinnvoller Ansatz ist, nur muss wohl noch ein Umdenken stattfinden, was die adäquate Platzierung und Art der Werbung betrifft. Und ganz sicher ist es auch notwendig, neue und alternative Werbeformen nicht nur in den Onlinemedien, sondern auch im Rahmen klassischer Rundfunkausstrahlung zuzulassen. Mein Appell wäre deshalb, die Werberegulierung auch beim linearen Rundfunk deutlich flexibler zu gestalten, damit sich die für Anbieter und Nutzer nicht nachvollziehbare Ungleichbehandlung linearer und nonlinearer Medien nicht weiter verschärft. Es interessiert den Nutzer im Grunde überhaupt nicht, über welchen technischen Weg der Inhalt auf sein Gerät kommt. Von daher halte ich es für wenig zukunftsfähig, die Regulierungsdichte am Übertragungsweg oder an der Art des Medienkonsums festzumachen. Das versteht kein Nutzer.

Die Offenheit des Internets ermöglicht es Menschen dann vermutlich auch, andere an dem, was sie interessiert oder was sie zur Verfügung stellen, Anteil haben zu lassen, ohne dass sie wirtschaftliche Ziele verfolgen.

Ja, natürlich gibt es auch über Apps am TV die Möglichkeit, seine Ansichten und Meinungen kundzutun. Zum einen über etablierte Kanäle wie Twitter, Blogger oder Facebook. Zum anderen kann grundsätzlich jeder Apps programmieren und über die Portale einbringen. Letztlich entscheidet der Kunde zu Hause auf der Couch, ob er teilhaben möchte. Die große Herausforderung für diese Art von nicht kommerziellen Inhalten ist es, gefunden zu werden – also die Frage der Vermarktung. Beim nutzergenerierten Content ist deswegen eine Plattform wie YouTube so erfolgreich, weil sie gewissermaßen die Sichtbarkeit stärkt.

Wer könnte neben den bekannten Anbietern noch als Inhalteanbieter in Frage kommen?

Die Zahl der Inhalteanbieter und die Vielfalt an Diensten sind unbegrenzt. Das können lokale Anbieter sein, das Tierheim oder der Pizza-Bring-Dienst oder auch das Bürgerbüro. Es können auch kommerzielle, multinationale Konzerne sein, die regionale Angebote auf den TV-Schirm bringen – denken wir an Onlineversanddienste und die Tourismusbranche. Ein wichtiges Nutzungsszenario ist bei den Hybridgeräten ja die Interaktivität, die sowohl vom klassischen TV-Sender genutzt werden kann – für Liveabstimmungen etwa bei der Quizsendung – als auch von Online-Shopping-Anbietern, wenn ein entsprechendes Abrechnungssystem hinterlegt ist. Es können Kooperationen entstehen von Produzenten und Versandhäusern, die ermöglichen, dass ich die Brille der Talkshow-Moderatorin oder die Pfanne des TV-Kochs unmittelbar über die Fernbedienung erwerbe. Da geht der Gedanke von Product-Placement richtig auf... Bereits erfolgreich sind personalisierte Wetterdienste: Der Nutzer erhält automatisch das lokale bzw. regionale Wetter über den TV-Bildschirm.

Das heißt, ich könnte als Drittanbieter, der mit dem Sender gar nichts zu tun hat, dessen attraktives Programm nutzen, um meine Werbebotschaft an den Kunden zu bringen?

Nein, diese Vorstellung halte ich für unrealistisch. Der Hersteller hat kein Interesse daran, dass sich kommerzielle Botschaften unkontrolliert auf das laufende Programm legen wie Pop-up im Internet. Aber er möchte seinem Kunden die größtmögliche Freiheit in der Anwendung der Gerätefunktionen ermöglichen. Beispielsweise soll sich der Zuschauer in sozialen Netzwerken austauschen können, während er seine Lieblingssendung ansieht. Er soll einen Blick auf die Livekamera im Kinderzimmer werfen können, während er die Nachrichten sieht, oder die Temperatur des Backofens prüfen können, während die Sportsendung läuft. All das ist möglich, erfordert aber ein echtes Umdenken seitens der Sender, die es gewohnt

sind, bisher allein auf dem TV-Bildschirm stattzufinden. Deswegen diskutiert die Branche derzeit darüber, wer eigentlich „Vorfahrt“ auf dem Bildschirm hat. Für die TV-Sender wäre es eine sehr unschöne Vorstellung, wenn sich Inhalte von Dritten über ihr Bild legen und damit wichtige Elemente des Programms überdecken würden. Die Hersteller setzen sich dafür ein, dass der Nutzer selbst entscheidet, welche Inhalte und Dienste er auf dem Bildschirm nutzen will – einschließlich in welcher Darstellung, z. B. skaliert oder nebeneinander. Auch heute schon gibt es die Funktion „Bild in Bild“, mit der man zwei Kanäle parallel laufen lassen kann. Das tut niemand besonders lange, weil es irgendwann verwirrend ist, aber man kann sich durchaus kurz den Wetterbericht oder die Börsennachrichten ansehen, während der Primetime-Film läuft. Ähnlich könnte der Bildschirm künftig zeitgleich Rundfunk- und Onlineinhalte abbilden. Man könnte sich auch vorstellen, dass der Nutzer während der Talkshow die aktuellen Wahlergebnisse aufruft und sich diese wie ein Laufband auf den unteren Rand des Bildschirms legen. Aus Sicht der Industrie ist das eine sinnvolle Anwendung der neuen technischen Möglichkeiten. Man bedenke: Ob der Zuschauer während des Fernsehens zeitgleich einen Laptop auf seinem Schoß hat und im Netz surft oder ob die parallele Nutzung direkt auf dem TV-Bildschirm stattfindet, ändert wenig. Und so lange das TV-Programm läuft, ist der Zuschauer weiter „Kunde“ des Senders – und für dessen Botschaften erreichbar. Muss sich der Zuschauer zwischen zwei Anwendungen entscheiden, ist er möglicherweise ganz weg aus dem TV-Programm und kommt auch nicht wieder.

Nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) gelten die Sendezeitschienen des Fernsehens auch im Internet. Allerdings ist das bisher aufgrund der riesigen Menge und den vielen ausländischen Angeboten eine mehr theoretische Regelung. Wie will man Jugendschutz bei den hybriden Endgeräten gewährleisten?

Wir haben es hier nicht mit einem spezifischen Problem von Smart-TV zu tun. Das hybride TV-Gerät kann darstellen, was im Netz verfügbar ist. Webinhalte unterscheiden sich grundsätzlich nicht, egal, ob sie auf einem Laptop, einem PC oder einem TV-Bildschirm genutzt werden. Auch die Regulierung knüpft nicht am Gerät an, sondern an Inhalten und Diensten. Wenn man also einen Inhalt zu einem bestimmten Zeitpunkt über eine Webseite auf dem PC abrufen kann, dann wird das auch auf dem TV-Endgerät möglich sein.

Das könnte heißen, dass ein Spielfilm mit einer Freigabe ab 16 Jahren bei der Betätigung des Knopfes „Fernsehen“ erst nach 22.00 Uhr verfügbar ist, bei der Schaltung auf „Internet“ aber ohne jede Beschränkung abzurufen wäre – zumindest über illegale Portale mit Sitz im Ausland.

Absolut. Der gleiche Inhalt kommt über zwei unterschiedliche Verbreitungswege auf den gleichen Bildschirm und wird regulatorisch unterschiedlich behandelt. Diese Diskrepanz gilt nicht nur beim Jugendschutz, sondern für alle Formen von Regulierung im Bereich der Bewegtbilder, die Werbevorschriften hatte ich ja bereits beispielhaft erwähnt. Wir haben lange über Konvergenz gesprochen – und jetzt ist sie de facto da: Mit den hybriden Geräten, die Rundfunk und Onlinedienste gleichermaßen auf dem TV-Bildschirm darstellen, nimmt die Konvergenz wirklich Form an. Deshalb sollte man sich sehr genau anschauen, welchen Sinn die unterschiedlichen Ansätze in der Regulierung noch ergeben.

Das Interview führten Prof. Joachim von Gottberg und Camilla Graubner.

Was steckt drin, wenn TV draufsteht?

Fernsehen im Internet

Tobias Rösch

Dass wir über das Internet in Zukunft fernsehen werden, ist für die meisten Experten ausgemacht. Doch wie könnte eine technische Plattform aussehen, die es möglich macht, beide Medien klug miteinander zu verbinden? Apple hat vor einiger Zeit eine Technologie entwickelt, die dabei eine zentrale Rolle spielen soll: eine Set-Top-Box, ein an den Fernseher angeschlossenes Beistellgerät, das die Bezeichnung Apple TV trägt. Der Name jedoch verwirrt und erst nach längerem Studium der einschlägigen Fachpresse gelingt es dem Benutzer, sich zu orientieren. Und die Frage zu beantworten: Was steckt drin, wenn TV draufsteht?

Angetrieben von dem Ehrgeiz, die Lässigkeit der Jugend im Umgang mit Computern und dem Internet herauszufordern, ging ich mit der Frage: „Was ist eigentlich Apple TV?“ zu meinem Sohn. Ohne auch nur einen Moment zu zögern, stellte er die Gegenfrage: „Was, Apple macht jetzt auch schon Fernsehen?“ Seine weiteren Überlegungen zum Thema konnten meine Frage nicht annähernd beantworten, nur ein Einwurf brachte ihn wieder ins Rennen: „Ist das irgend so eine Plattform wie iTunes?“ Mein Sohn konnte sich nicht vorstellen, was sich hinter dem Begriff „Apple TV“ tatsächlich verbirgt:

eine kleine schwarze Box, die man einsetzt, um verschiedene Geräte wie Computer und Fernseher untereinander und alle zusammen mit dem Internet zu verbinden. Fotos, Videos, Filme und Musik, die man entweder bereits auf dem eigenen Computer gespeichert hat oder aber aus dem Internet lädt, lassen sich so problemlos auf dem Fernsehgerät abspielen. Allerdings lässt Apple dem Nutzer nicht die Freiheit, ohne Weiteres auf alle Daten des eigenen Computers zuzugreifen. Sie müssen in Apples Multimediamanagementprogramm iTunes aufbewahrt werden. iTunes ist somit das Nadel-

öhr am Computer, über das die eigenen Inhalte via Apple TV auf den Fernsehschirm gelangen.

Da Apple aber kein Fernsehen macht und mithilfe der Box auch kein traditionelles Fernsehprogramm empfangen werden kann, ist die Bezeichnung „Apple TV“ ohne Zweifel irreführend und genau genommen eine Mogelpackung. Die Frage drängt sich auf: Ist es vorstellbar, dass eine Firma wie Apple mit einem Mann an der Spitze wie Steve Jobs diesen irreführenden Begriff rein zufällig gewählt haben soll?

Was ist eigentlich Apple TV?

Vom Firmenchef Steve Jobs wurde das Gerät erstmals 2006 vorgestellt, damals noch unter dem Arbeitstitel iTV. Es war von Apple als Einstieg in die Welt der Mediacenter – eine Verbindung von Computer, Internet und Fernseher – gedacht. Kino in den eigenen vier Wänden, bequem von der Couch aus und kinderleicht zu bedienen, wie von iPhone und iPod gewohnt. Im Vergleich zur heutigen Version war die erste Generation mit einer Festplatte ausgestattet und dadurch etwas größer und unhandlicher, ähnlich einer kleinen Pralinschachtel. Im September 2010 wurde das neue Modell – Apple TV II – vorgestellt. Die Grundform ist quadratisch, wie ein Portemonnaie, das man in die Tasche stecken kann. Die Bedienung ist gewohnt einfach. Apple setzt mit seinem Konzept auf Cloud Computing. Ein Schlagwort, das auch auf der diesjährigen CeBIT eine große Rolle spielte. Die Inhalte befinden sich nicht mehr wie früher auf der Festplatte der Box. Sie sind auf dem Computer oder – ausgelagert – in der Internetwolke. Von dort können sie auf die Box gestreamt werden. Verschiedene Anbieter stellen diese Dienste als Onlinespeicher mit unterschiedlichen Leistungen und Konditionen zur Verfügung. Der nicht ganz billige appleeigene Dienst für Cloud Computing heißt MobileMe, bei Google heißt es GoogleDocs und im Netz tummeln sich noch eine ganze Menge anderer Anbieter wie z. B. Strato. Jeder kann sich eine Datenwolke zulegen und von jedem Ort (mit Internetzugang) darauf zugreifen.

Apple TV spricht ausschließlich digital. Alle drei – Computer, Fernseher und Box – werden sich verstehen, wenn man Internet hat, Fernseher und Box mit einem HDMI-Kabel verbunden sind und wenn Computer und Box über ein Netzwerk mithilfe eines Kabels oder kabellos über WiFi miteinander kommunizieren können. Das Menü der kleinen TV-Box steuert man mit der mitgelieferten Fernbedienung. Vier Kategorien mit weiteren Unterebenen stehen dem Nutzer im Menü zur Verfügung: Filme – Internet – Computer – Einstellungen. Bedauerlicherweise sind kein menüeigener Browser wie Firefox oder Safari und keine Apps im Menü zu finden – ein Versäumnis, das nicht dem technologischen Potenzial der Box zuzuschreiben ist, welches nicht annähernd ausgenutzt wurde. Apple setzt ärgerlicherweise wei-

terhin auf sein eigenes geschlossenes Medienverwaltungssystem iTunes. Der Nutzer wird reglementiert, Multimediadateien anderer Formate gibt die TV-Box nicht wieder. Und bei der firmeneigenen Philosophie steht zu befürchten, dass Wünsche von Anwendern an das nächste Update – wie Browser, Apps und der Zugriff auf den Inhalt des gesamten Computers bzw. einer Netzwerkfestplatte – nicht berücksichtigt werden. Über zwei Dinge darf sich der Kunde beim Kauf freuen: Das Stromkabel muss nicht wie das HDMI-Kabel käuflich erworben werden und der Stromverbrauch des schwarzen Schmuckstücks ist so gering, dass auch im aktiven Gebrauch kaum Stromkosten anfallen. Wurde alles richtig verbunden und auch das Stromkabel mit einbezogen, sollte dem Computer-Fernsehvergnügen nichts mehr im Wege stehen.

Kann das sein, Herr Jobs?

Es geht nicht? Geht es gar nicht oder geht nicht alles? Wie war es, als es noch ging oder ging es noch nie? Was ist zwischen „noch gehen“ und „nicht mehr gehen“ geschehen? Auch bei mir wurde das Streamingvergnügen durch diese Fragen in beträchtlichem Maße gestört. Ich war gerade dabei, mithilfe der magischen schwarzen Box meine Lieblingsmusik der Familie und Freunden an zentraler Stelle der Wohnung zu präsentieren. Plötzlich Schluss. Wo soll man anfangen, den Fehler zu suchen? Hat es etwas mit dem Fernseher zu tun? Ist die Box ein Montagsmodell? Vielleicht steckt ein Kabel nicht richtig in der Buchse? Weit gefehlt! Mein Computer hatte sich nur in den Ruhezustand begeben, ein Klick mit der Maus und meine Lieblingsmusik war wieder da. Aber bitte, Herr Jobs, kann das sein? Sie lassen eine so schöne kleine Set-Top-Box bauen, die hervorragend aussieht und eigentlich auch funktioniert, doch wenn der Computer sich in den Ruhezustand versetzt, geht nichts mehr? Meine neu entstandene Skepsis gegenüber der Box wich nach einem kurzen Moment meiner Freude an der Musik, die wie durch Geisterhand von meinem Computer auf die große Anlage übertragen wurde. Aber die Skepsis kam wieder und wurde durch weitere Fragen genährt. Kann ich problemlos mein iPhone oder iPad über die Airplay-Funktion – womit mobile Geräte via WiFi eingebunden werden können – mit Apple TV verbinden? Was ist, wenn man

eine Firewall auf dem Computer installiert? Wird er noch erkannt? Eigentlich sollte alles funktionieren. Doch die Firewall zu umgehen, schaffte auch dieses Gerät nicht. Selbst, wenn man die Firewall ausschaltet, findet Apple TV die Dateien von iTunes nicht. Erst Gespräche mit Freunden, die mehr von der Materie verstehen, und ein Telefonat mit Technikern von Apple, die später noch einige Anweisungen per Mail schickten, halfen dann weiter.

Die Firewall konnte ich mit den Vorgaben aus der Mail überwinden und den Ruhezustand mit einer Verzögerungszeit überlisten. Nun sollte es möglich sein, in den Genuss des Angebots von Apple TV zu kommen. Da – wie wir inzwischen festgestellt haben – Apple selbst keine Fernsehinhalte produziert, aber auch klassische Fernsehprogramme nicht weiterleitet, stellt sich die Frage: Was zeigt Apple TV dann?

Den Fernseher habe ich eingeschaltet, die richtige Quelle, also Apple TV, ausgewählt, es öffnet sich das in vier Bereiche unterteilte Hauptmenü.

Der erste Menüpunkt „Film“ funktioniert wie eine Onlinevideothek. Hier können Filme für die Dauer von 30 Tagen ausgeliehen werden. Eine Kleinigkeit sollte ich beim Ausleihen jedoch noch wissen. Habe ich einmal begonnen, einen Film zu sehen, verringert sich die Mietzeit auf 48 Stunden. In diesem Zeitraum kann ich mir den Film – so oft ich will – ansehen. Die Ausleihgebühren liegen zwischen 99 Cent und 4,99 Euro, für Filme in HD bewegen sie sich im oberen Preisspektrum. Fällt die Auswahl einmal schwer, finden sich drei Entscheidungshilfen auf der angewählten Filmseite: Ein Begleittext stellt mir den Film vor, ich kann mir den Trailer anschauen oder den Sternchen der durchschnittlichen Kundenbewertung vertrauen. Ist die Entscheidung gefallen, kann die Unterhaltung per Knopfdruck beginnen. Bei einer Download-Bandbreite von 6.000 kbps – im Volksmund 6.000er DSL – sollte ich beim Live-stream keinen Unterschied zur selbst eingelegten DVD feststellen, zudem spare ich noch Speicherplatz auf der Festplatte, da mir der Film über Cloud Computing geliefert wird.

Der zweite Bereich „Internet“ ist ein Browser-Ersatz. In den Unterrubriken YouTube, MobileMe, Flickr, Podcasts, MLB.TV, einem Internet Baseball Fernsehsender und Internetradio stehen dem Nutzer sechs vorsortierte Portale, deren Inhalte er nutzen und über die er im Internet surfen kann, zur Verfügung.

Die Geräte der verschiedenen Räume meiner Wohnung zu vernetzen, um an zentraler Stelle die Inhalte meiner iTunes-Bibliothek wiedergeben zu können, bietet der dritte Menüpunkt „Computer“ an. Die Wiedergabequalität von Musik, Filmen und Fotos leidet nicht durch die Übertragung vom Computer auf den Fernsehbildschirm: Ohne Ruckeln oder Verzögerungszeiten finden die Bilder und der Ton den Weg dorthin.

Der letzte Bereich „Einstellung“ dient der Konfiguration von Apple TV und regelt damit die Kommunikation zwischen den Geräten und die Darstellung auf dem Fernsehgerät.

Die Box macht Spaß und könnte ein gut funktionierendes Teilstück unserer medialen Realität sein. Bleibt die Krux, dass das Surfen im Netz auf sechs vorsortierte Portale beschränkt ist und die Übertragung vom Computer nur für iTunes-Inhalte gilt. Für alle Apple- und iTunes-User mag dies eine willkommene Freude sein. Wer dieses Programm jedoch nicht nutzt, hat Pech gehabt und findet seine Computerbibliothek nicht im dritten Bereich des Apple-TV-Hauptmenüs wieder und damit auch keinen Zugang zur Box. Wie der Name schon sagt: Geschlossene Systeme haben immer ein Kriterium, welches nicht jeden einbezieht. Ob sich das ein Unternehmen auf lange Sicht leisten kann, bleibt abzuwarten.

Die Chefetage der Firma mit dem angebissenen Apfel scheint wie in alten Zeiten noch immer Freude am Basteln zu haben. Bei der Präsentation im September 2010 stellte Steve Jobs Apple TV II als ein Hobby der Firma vor und das hat sicherlich nichts mit den Hobbybasteleien der Anfangszeit von Apple zu tun. Es klingt eher nach der Vision eines kühl kalkulierenden Geschäftsmannes oder einer Firmenstrategie. Aber was hat man vor? Tim Cook, der zweite Mann an der Spitze des Unternehmens, sagte zu diesem Hobby: „Wir investieren weiterhin darin, weil wir so ein Gefühl im Bauch haben, dass da irgendetwas ist.“ Das Bauchgefühl hat die Geschäftsleitung – zumindest, was die Verkaufszahlen betrifft – nicht getäuscht. War die alte Box ein Ladenhüter, ging Apple TV II dagegen seit Verkaufsstart mehr als 1 Mio. Mal über den Ladentisch.

Planspiele

Mein Sohn hatte mit seinen zwei Fragen den Nagel auf den Kopf getroffen. Und dabei eine neue entscheidende Frage aufgeworfen. Wie kann man eine Plattform für den Fernsehmarkt schaffen, die ähnlich wie iTunes für den Musikmarkt funktioniert?

Wer Steve Jobs und seine visionäre Art ein wenig kennt, wagt kaum zu glauben, dass Apple TV nur ein Hobby sein soll, dem ganz zufällig ein irreführender Name gegeben wurde. Scheinbar beschäftigt ihn genau diese Frage.

Schauen wir auf den TV-Markt, der rasant ins Internet drängt. Wenn sich Apple mit der Marke „TV“ auf dem internationalen (Internet-) Markt etabliert, könnte es demnächst, wenn ich fernsehen will, heißen: Ich gehe zu Apple TV, und dort finde ich nicht nur die großen deutschen, sondern alle Fernsehsender weltweit. Ebenso, wie das Internetradio jetzt schon funktioniert. Die ARD als Internetfernsehsender bei Apple TV, ist das vorstellbar? Die Zukunftspaltung sieht Ähnliches vor und Apple steht damit nicht allein. Eine andere ambitionierte Firma nennt sein Produkt Google TV. Dabei geht es nicht mehr um Hardware-Produkte. Gesucht wird die Multiplattform für das Medienprogramm der Zukunft. Welche Konsequenzen das für den traditionellen Fernsehmarkt haben wird, ist noch nicht zu erahnen. Bleibt nur die Hoffnung, dass es auch weiterhin Programmierer und Bastler geben wird, die den etablierten Firmen einheizen werden und sich damit neue Nischen auf dem gesamten Medienmarkt für Ausgleich sorgen. Im Moment haben die Großen die Nase vorn – wie hieß es doch neulich bei Apple: „Wir haben so ein Gefühl im Bauch, dass da irgendetwas ist.“

Tobias Rösch ist diplomierter Musikpädagoge. Er lebt in Berlin und arbeitet als freier Musiker und Autor.



Hybris ante Portas

Klaus-Dieter Felsmann

Der österreichische Rockbarde Wolfgang Ambros hatte vor fast 20 Jahren in seinem Song „Schaffnerlos“ einen wehmütigen Nachruf auf das damals langsam verschwindende Personal in den Wagen der Wiener Straßenbahn angestimmt. „Der Mensch wird ersetzt durch einen Kasten aus Metall“, so formulierte Ambros symbolhaft. Der Sänger griff damit jenen sich abzeichnenden Paradigmenwechsel im Dienstleistungsbereich auf, der weg von einer sozialen Interaktion hin zu einer Automatenbeziehung führte. Eine der Folgen dieser Prozesse war, dass nicht nur in diesem Bereich ganze Berufsfelder neu strukturiert wurden.

Dank des Kastens erlernte der gewöhnliche Fahrgast geradezu beiläufig ein bisschen vom Schaffnerberuf. Wenig später verschwand der zugegebenermaßen wenig korrekt klingende Spruch: „Fräulein, bitte zum Diktat!“ Der Fahrgast war aufgefordert, als Verwaltungsreferent, Dozent, Arzt oder Prokurist nun das Notwendigste vom Beruf der Sekretärin zu erlernen und auszuführen. War der Fahrgast als Lektor, Verleger oder Journalist mit der Produktion von Druckerzeugnissen beschäftigt, so war es ihm mithilfe des Kastens bei etwas gutem Willen bald vergönnt, von der Kunst des Schriftsetzers so viel zu erlernen, dass dieser Beruf als Solitär bald genauso verschwand wie der des Straßen-

bahnschaffners. Arbeitete der Fahrgast als Autor oder Moderator für den Rundfunk, so wurde er nun auch Tontechniker, Cutter und Musikredakteur. Für alle Fahrgäste kam dann bald auch eine Qualifikation zum Bank- und Postfachmann, zum Reisebüroleiter und zum Verkäufer hinzu. Der Kasten aus Metall mit seinen sich schnell entwickelnden Softwareprogrammen hat in den letzten beiden Jahrzehnten aus einseitig qualifizierten Straßenbahnbenutzern vielseitig verwendbare Berufshybride gemacht.

Doch nicht nur Produzentenprofile wurden gekreuzt und gebündelt, auch der Arbeitsplatz selbst wird zunehmend aus seiner ursprünglichen lokalen Verankerung herausgenommen und in eine Hybridform überführt. Eine Bahnreise ist nicht mehr gleichzusetzen mit einer vermeintlichen Zeitvergeudung, in der man wenig effizient in die Landschaft schaut, dicke Romane liest oder mit zufälligen Begleitern kommuniziert. Nein, man hat nicht nur seinen Schreibtisch samt Betriebsarchiv und aktuellen Arbeitsvorgängen bei sich und kann sich entsprechend nützlich machen, man ist auch in der Lage, von der Ferne aus seine Mitarbeiter zu konsultieren, an Konferenzen teilzunehmen und Kunden zu akquirieren. Inzwischen werden auch die Autos insoweit fit gemacht, dass sich die Insassen nicht mehr mit profanen Fahrauf-

gaben beschäftigen müssen, sondern anderweitig produktiv sein können. Nach Büroschluss bleiben die Häufchen nicht mehr auf dem Schreibtisch liegen, wo sie auf den nächsten Tag warten, sondern sie werden im kleinen Kasten mit nach Hause geschleppt, um dort weiterbearbeitet werden zu können.

Beide, Berufshybride und hybride Arbeitsplätze, haben nach der Jahrtausendwende nicht nur erheblich zur Steigerung des Bruttosozialprodukts beigetragen, sie haben auch die Betroffenen stolz gemacht auf das, was sie alles leisten können. Der Kasten entwickelte einen faszinierenden Sog. Er ermöglicht multifunktionales Handeln und damit die komplexe Beherrschung eines aus unterschiedlichen Prozessen zusammengesetzten Ganzen. Der Mensch perfektionierte seine berufliche Daseinsform, indem er sich auf diesem Gebiet als Hybrid optimierte.

Wenn Ambros singt, „Schaffner sein, das war einmal was“, bezieht er sich auf das Unverwechselbare, was einen Spezialisten ausmacht. Genau das wird beim Fahrgast, der gleichzeitig Hilfsschaffner ist, als verzichtbar angesehen. Mit Unterstützung des Kastens kann er funktionieren, doch er ist in seiner nützlichen Multifunktionalität nun zunehmend weder Fisch noch Fleisch.

Die ambivalente Bedeutung, die in dieser alten Redewendung liegt, verweist auf etwas Unvollkommenes, das zwar irgendwie funktionieren suggeriert, doch nicht wirklich Freude bereitet.

Im früheren Sprachgebrauch hießen solche Zwitterwesen dann auch wenig schmeichelhaft Bastarde. So wurden etwa Maultiere, ein Kreuzungsprodukt aus Pferdestute und Eselhengst, bezeichnet. Sie sind nützliche Zug- und Tragtiere, doch leider nicht fortpflanzungsfähig und damit als Spezies auch nicht wirklich interessant.

Wenn solche Produkte als „hybrid“ bezeichnet werden, bezieht sich das gemeinhin auf den lateinischen Ursprung des Wortes im Sinne von zwitterhaft. Beim Blick in den Duden findet sich aber auch ein Hinweis auf die altgriechische Herkunft des Begriffs, der mit der Hybris, der Selbstüberhebung, die vor dem Fall steht, in Verbindung gebracht wird. Es ist ein frevelhafter Stolz, der Menschen in zahlreichen Mythen dazu verleitet, in göttliche Fügungen einzugreifen und der diese Menschen und ihr Umfeld in der Folge in existenzielle Gefahren bringt. In Mythen bündelt sich ein Großteil der kulturellen Erfahrungen, die die Menschheit in ihrer Entwicklung gemacht hat, und insofern haben sie mehr Bedeutung als gelegentlichen Unterhaltungswert.

Ob die Erfinder von Hybridpflanzen, die zwar exquisite Erträge liefern können, die aber ständig Gefahr laufen, das biologische Gleichgewicht durcheinanderzubringen, sich über Selbstüberhebung und damit verbundene Mythen Gedanken gemacht haben? Da kann man sich leider nicht sicher sein. Was von ihnen verlangt wird, ist eine optimale Produktionsausbeute und nur dafür erfahren sie Anerkennung.

Genau mit diesem Ziel werden auch Arbeitsprozesse komprimiert und vernetzt. Man bildet in der Hoffnung, die Zeit überlisten zu können, Hybridkonstruktionen. Was vormals nacheinander gemacht wurde, wird nun gleichzeitig vollzogen. Was auf mehrere Personen verteilt war, wird nun einem Einzelnen via Kasten aufgeladen. Was an Informationen portionsweise eingesammelt wurde, das steht unmittelbar in geballter Form zur Verfügung. Wo früher Kompetenzen auf viele Schultern verteilt waren, was ein gewisses Maß an Sicherheit vermittelte, das muss nun jeder für sich alleine tragen.

Doch wo agiert wird, da gibt es auch Gegenreaktionen. Dabei kann der Körper blockieren, was sich dann in den sogenannten Zivilisationskrankheiten wie Rückenleiden, Depression oder Burnout bemerkbar macht. Die Erholungsindustrie hat darauf längst reagiert. Hat

man früher mit Spaß- und Erlebnisangeboten geworben, so geht es heute um Shiatsu- und Aromamassagen, um Qigong, Yoga und Wassergymnastik, um Fußpflege und Vitalgymnastik und alles natürlich im Wohlfühlambiente unter dem Motto der Entschleunigung. Das kostet dann alles nicht nur viel Geld, sondern soll zeitgemäß – weil ebenfalls optimiert – auch noch möglichst an einem verlängerten Wochenende erledigt sein.

Noch mehr Geld kostet der einzig wahre Luxus, den Hans Magnus Enzensberger für unsere Gegenwart als perfekte Gegenreaktion ausgemacht hat: Ruhe, Freiraum und Sicherheit als ständige Lebensbegleiter.

Preiswerter ist da allemal, Hybridherausforderungen als Hybris zu hinterfragen und einfach mal ein paar Sensoren weniger zu drücken.

Klaus-Dieter Felsmann ist freier Publizist, Medienberater und Moderator sowie Vorsitzender in den Prüfausschüssen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Panorama 02/2011

Googles Digitalisierungspläne von Büchern gestoppt

In seinen Bemühungen, das Wissen der Welt zu digitalisieren und zu vermarkten, hat der Internetkonzern Google einen herben Rückschlag erlitten: Ein amerikanisches Gericht kippte einen Vergleich des Unternehmens mit US-Autoren und Verlegern. Das Unternehmen hätte danach das Recht gehabt, in den USA registrierte Bücher einzuscannen und ohne Rückfrage beim Rechteinhaber online zu stellen. Die Gegenzahlung hätte sich auf 125 Mio. Dollar belaufen. Nicht nur das US-Justizministerium hatte mit einem Nein auf den Vergleich reagiert, auch Bundeskanzlerin Angela Merkel sowie mehrere deutsche Autoren und Verlage hatten Bedenken dazu geäußert. Der Richter argumentierte, dass Google mit der Vereinbarung einen deutlichen Vorsprung gegenüber Konkurrenten bekäme und zudem die Gefahr bestehe, dass sie gegen internationales Recht verstoße, weil auch in Amerika angemeldete ausländische Bücher davon betroffen seien. Bereits 2004 hatte Google damit begonnen, Bücher einzuscannen, ins Internet zu stellen und durchsuchbar zu machen. Es handelt sich bei „Google Books“ um Werke, bei denen das Urheberrecht abgelaufen ist und die somit von jedem frei verwendet werden dürfen. Mit dem Rechtsvergleich wollte das Unternehmen dies auch für Bücher erreichen, deren Rechtsschutz noch besteht. Der Richter zeigte gleichzeitig einen möglichen Weg zur Annahme des Vergleichs auf: Die Rechteinhaber sollten einzeln zustimmen, dass Google die Werke online verbreiten darf. Bisher müssen sie der Verbreitung ausdrücklich widersprechen.

Bundestag-TV nicht rechtmäßig

Nach Auffassung der Medienwächter dürfte der Fernsehkanal des Bundestages eigentlich gar nicht senden. Die zuständige Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) erklärte, dass dem Parlamentsfernsehen jede rechtliche Grundlage fehle. Da der Rundfunk staatsfern sein müsse, würden Verfassungsorgane grundsätzlich keine Zulassung für ein TV-Angebot bekommen. Laut ZAK-Vorsitzendem Thomas Fuchs handle der Bundestag in einem rechtsfreien Raum: Er müsse zwar zeitgemäß über seine Arbeit informieren können, es gebe jedoch keine Grundlage für ein Parlamentsfernsehen. Bereits seit 1990 überträgt das Bundestagsfernsehen vor allem Plenar- und Ausschusssitzungen. Als Webstream wird das Programm seit Januar 2011 unverschlüsselt über Satellit und Kabel verbreitet und laut ZAK auch stärker redaktionell bearbeitet. Daher habe die Kommission klären müssen, ob es ein Rundfunkangebot sei und eine Lizenz benötigt werde. Die Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb) hatte dem Parlamentsfernsehen 1999 zwar erlaubt, ins Kabelnetz eingespeist zu werden, ihm jedoch keine Rundfunklizenz erteilt.

Anreize für Qualitätssteigerung im Privatfernsehen

Wolfgang Schulz und Thorsten Held vom Hans-Bredow-Institut haben in dem von der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK) in Auftrag gegebenen Gutachten „Regulierung durch Anreize“ untersucht, welche Anreize bzw. Regulierungsinstrumente in Frage kommen könnten, um qualitativ hochwertige Programme als einen Beitrag zur öffentlichen und privaten Meinungsbildung auch aufseiten der privaten TV-Sender wirtschaftlich zu ermöglichen und durchzusetzen. Dabei ist ein zentrales Ergebnis, dass sich die bestehenden gesetzlichen Pflichten für Vollprogramme durch ein Anreizsystem zur Förderung von besonderen publizistischen Leistungen sinnvoll ergänzen ließen. Anreize könnten z. B. die Gewährung von Privilegien bei der Auffindbarkeit in elektronischen Programmführern oder beim Zugang zu Übertragungskapazitäten sowie Erleichterungen bei der Werberegulierung sein. Allerdings könne ein solches Anreizsystem nur eine Ergänzung sein, um eine weitere Verringerung der Informationsanteile in Vollprogrammen zu verhindern. Gleichzeitig bleibe eine klare Definition der Pflichten und die Überprüfung ihrer Einhaltung notwendig. Dem Gutachten zufolge habe der Gesetzgeber einen großen Handlungsspielraum, um konkrete Leistungen einzufordern. Als Konsequenz aus dem Gutachten sehen die Medienanstalten eine Option darin, den Rundfunkstaatsvertrag um differenzierte Mindestvorgaben für unterschiedliche Programme zu ergänzen. Wünschenswert sei eine solche Anpassung in jedem Fall für Nachrichten und Informationen in privaten Vollprogrammen.

Jugend 2.0 – Untersuchung zum Internetverhalten von 10- bis 18-Jährigen

Mehr als 700 Kinder und Jugendliche wurden für die Studie *Jugend 2.0* des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) zu ihrem Internet- und Kommunikationsverhalten interviewt. Zu ihrer Freizeitgestaltung befragt, stellte sich „Freunde treffen“ als die mit Abstand beliebteste Freizeitbeschäftigung in allen drei Altersgruppen (10- bis 12-Jährige, 13- bis 15-Jährige und 16- bis 18-Jährige) heraus. Der Studie zufolge, die die Forsa durchführte, liegt das Internet für die Gruppe der 10- bis 12-Jährigen nur auf Platz 7 der beliebtesten Beschäftigungen. Bei den beiden älteren Gruppen liegt es auf Platz 2 und damit vor Sport, Musik hören, Computerspielen und Familienunternehmungen. Bezüglich der Computerkenntnisse schätzten die Befragten die Fähigkeiten des eigenen Vaters am höchsten ein, gefolgt von Lehrern und der eigenen Mutter. Bereits 10- bis 12-Jährige glaubten mehrheitlich, zumindest die eigene Mutter hinsichtlich der Computerkenntnisse eingeholt oder überrundet zu haben. Bereits diese Altersgruppe beherrscht mehrheitlich die grundlegenden Anwenderfunktionen eines Computers, bei den 13- bis 15-Jährigen beherrschen 72 % das Bearbeiten von Fotos, das Erstellen von Tabellen (65 %) oder Präsentationen (59 %). Onlinecommunitys stehen hoch im Kurs: 75 % aller befragten Kinder und Jugendlichen nutzen aktiv zumindest ein soziales Netzwerk im Internet oder eine Onlinecommunity. Bei Mädchen ist dies

stärker verbreitet als bei Jungen. Rund drei Viertel dieser Nutzer geben in sozialen Netzwerken Namen, Alter und Hobbys an. Gut vier von zehn Jugendlichen geben sogar ihren wahren Vor- und Nachnamen und ihre E-Mail-Adresse an. Zwar sind Mädchen hier etwas vorsichtiger als Jungen, dafür stellen sie häufiger Fotos von sich ins Netz. Allerdings schalten 58 % die persönlichen Daten nur für Personen auf der eigenen Kontaktliste frei. Ein eigenes Handy besitzen 92 % der befragten Kinder und Jugendlichen. Im Durchschnitt lagen die Telefonkosten bei den 10- bis 12-Jährigen nach eigenen Angaben bei 7 Euro, bei den 13- bis 15-Jährigen bei 12 Euro und bei den 16- bis 18-Jährigen bei 17 Euro im Monat. Laut Umfrage ändert sich mit zunehmendem Alter die Wichtigkeit der einzelnen Kommunikationskanäle. Während bei den 10- bis 12-Jährigen das Festnetz als Kommunikationsmedium überwiegt, sind bei den 13- bis 15-Jährigen Festnetz, SMS und Chats gleich wichtig. Für Mädchen sind praktisch alle Kommunikationskanäle wichtiger als für Jungen. Bei der Internet-erziehung ihrer Kinder scheinen die meisten Eltern eher auf Überzeugung als auf Restriktionen zu setzen. Abschließend wurden die Kinder und Jugendlichen unter Vorgabe von 14 Optionen nach ihren Wünschen an die Politik befragt. Dabei wählten 58 %: „Meine persönlichen Daten und Fotos im Netz sollen besser geschützt werden.“ 57 % entschieden sich für: „Computer sollen im Unterricht intensiver genutzt werden.“

Reflektiertes Verhältnis

Ein europaweites Forschungsprojekt untersucht die Internetnutzung von Kindern

Wie nutzen Kinder in Europa das Internet? Dieser Frage geht das internationale Forschungsprojekt „EU Kids Online“ nach, das von der Europäischen Kommission im Rahmen des Safer Internet Plus-Programms in die Wege geleitet wurde. Im ersten Teil der Studie wurden europaweit verfügbare Daten zur Mediennutzung von Kindern gebündelt. „EU Kids Online II“ beinhaltet eine europaweite Repräsentativbefragung von 9- bis 16-Jährigen zur

sicheren Internetnutzung. Über 25.000 Kinder und Eltern aus 25 Ländern haben daran teilgenommen. Auf dieser Grundlage ist erstmals ein Vergleich der Internetnutzung innerhalb der EU möglich. tv *diskurs* sprach mit Prof. Dr. Uwe Hasebrink vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg über erste Ergebnisse der Studie, die Ende 2010 präsentiert wurden.



Wofür nutzen Kinder in Europa das Internet am häufigsten?

Für Hausaufgaben. Das war für uns eine überraschende Beobachtung. Das heißt natürlich nicht, dass das den Großteil der Zeit ausmacht. Große Teile der Zeit, die mit dem Internet verbracht werden, entfallen bei den Jüngeren vor allem auf Online-spiele. Später spielen die sozialen Netzwerke eine sehr große Rolle. Das ist praktisch in allen Ländern so. Eine weitere Gemeinsamkeit ist, dass die sogenannten produktiven Formen, also etwa Blogs, nicht besonders häufig genutzt werden.

Sie haben jetzt Gemeinsamkeiten genannt: Hausaufgaben, Spiele, die Nutzung sozialer Netzwerke. Auf welche Unterschiede sind Sie gestoßen?

Unterschiedlich sind z. B. die Häufigkeit und die Normalität der Internetnutzung. Deutschland gehört, was die Häufigkeit und auch die Nutzungsdauer angeht, zu den Ländern mit einer moderaten Nutzung. In anderen Ländern wird das Internet häufiger und auch ausgiebiger genutzt. Deutsche Kinder und Jugendliche haben in sozialen Netzwerken auch deutlich seltener eigene Profile angelegt, als das etwa in den Niederlanden oder Dänemark der Fall ist. Dort sind es jeweils über drei Viertel der Kinder und Jugendlichen, bei uns sind es nur gut 50 %. Das werten wir als Anzeichen dafür, dass die Annahme des Internets im Alltag in diesen Ländern fortgeschrittener ist als hierzulande.

Liegt die Ursache dafür in kulturellen Unterschieden oder hat das auch zu tun mit dem wirtschaftlichen Entwicklungsstand eines Landes?

Das versuchen wir im Moment empirisch zu beantworten. Wir arbeiten derzeit daran, die beobachtbaren Unterschiede auf Merkmale der Länder zurückzuführen. Es ist anzunehmen, dass manche Dinge etwa mit der besonderen Beschaffenheit des Internetmarktes oder überhaupt des Medienmarktes für Kinder zu tun haben. So gibt es Länder, in denen das Angebot relativ ausdifferenziert ist, dort haben wir auch viele

Angebote speziell für Kinder. Für uns ist es interessant zu wissen, ob das eigentlich Konsequenzen für die Art der Internetnutzung und die damit verbundenen Chancen und Risiken hat.

Sie haben auch nach möglichen Risiken gefragt, denen die Kinder im Internet ausgesetzt sind?

Wir mussten uns auf einige ausgewählte Risiken, die für die Diskussion und für die Maßnahmen im Rahmen des Safer Internet Programms besonders im Vordergrund stehen, entscheiden. Wir haben genauer danach gefragt, inwieweit die Kinder und Jugendlichen schon pornografischen Inhalten begegnet sind, inwieweit sie Text- oder Bildbotschaften bekommen haben, die sexuell anzüglich waren oder explizite Offerten sexueller Natur beinhalteten. Wir haben uns speziell mit Cyberbullying beschäftigt, also mit gemeinen Botschaften oder Beleidigungen, die über das Netz ausgetauscht werden. Und der letzte Risikobereich, den wir genauer untersucht haben, bezieht sich auf persönliche Begegnungen mit Personen, die man ursprünglich im Netz kennengelernt hat.

Inwieweit sind die Kinder diesen Risiken begegnet?

Gemessen an der öffentlichen Aufmerksamkeit für diese Risiken müssen wir aus unserer Studie schließen: Das sind gar nicht so viele. Die meisten sagen von sich, dass sie im Hinblick auf diese Risiken solche Erfahrungen noch nicht gemacht haben. Viele sind aber davon überzeugt, dass es die Möglichkeit gibt, solche negativen Erfahrungen zu machen. Oder sie berichten davon, dass sie Leute kennen, die schon die entsprechenden Erfahrungen gemacht haben. Also, es ist durchaus ein Bewusstsein da, dass es mit dem Internet Schwierigkeiten gibt oder dass damit negative Erfahrungen verbunden sein können.

Das ist ein recht reflektiertes Verhalten. Das heißt, die Kinder empfinden das Internet nicht zuallererst als gefährlichen Ort. Sie haben schon das Gefühl, dass sie damit umgehen können, wenn etwas wäre?

Da sprechen Sie einen wichtigen Punkt an. Es ist nicht ein gefährlicher Ort „dort draußen“. Wenn an den Reden über die Digital Natives etwas dran ist, dann die Tatsache, dass anders als im öffentlichen Diskurs und z. T. auch bei den Erwachsenen der Unterschied zwischen „online“ und „offline“ gar nicht so groß gemacht wird. Das Internet und das, was man damit tun kann, sind einfach selbstverständliche Bestandteile des Alltags – genauso, wie andere Generationen mit dem Telefon oder mit einer Postkarte umgehen. Man benutzt das Internet eben, um bestimmte Dinge im Alltag zu erledigen. Das machen sie auch. Insofern gehört die Haltung: „Oh Gott, nicht per Internet, das könnte gefährlich sein!“ gar nicht zu ihrem Erfahrungshorizont.

Kann man dennoch sagen, dass die Risiken unterschiedlich hoch sind? Dass z. B. in sich entwickelnden wirtschaftlichen Märkten, in denen es vielleicht noch keine so starke Regulierung, keine entsprechenden Gesetze oder auch keine Nutzungskultur gibt, die Gefahr größer ist, negative Erfahrungen zu machen im Netz? Ich denke da an osteuropäische EU-Länder.

Ja, da gibt es Unterschiede. Wir haben dort noch einen sehr beweglichen und deshalb besonders riskanten Markt. Dort lässt sich nach unserer Auffassung beobachten, dass es aufgrund der relativ ungehemmten kommerziellen Entwicklung im Onlinebereich wahrscheinlicher ist, unlauteren oder betrügerischen kommerziellen oder auch pornografischen Angeboten zu begegnen, als dass im Durchschnitt in Deutschland der Fall ist. Das Land, das in dieser Hinsicht die höchsten Werte erzielt hat, ist Tschechien. Aus unserer Sicht kann man in diesem Zusammenhang in der Tat von Erfolgen der Internetregulierung sprechen. Nehmen wir das Beispiel Pornografie. Wenn wir uns an frühere Zeiten des Onlineangebots hierzu-

lande zurückerinnern, dann war es doch sehr viel üblicher, dass man beim Surfen durch Pop-ups und entsprechende auffällige Links auf Erotikangebote aufmerksam gemacht wurde. Die Bemühungen um Formen von Selbstregulierung und entsprechende Selbstverpflichtungen, die auch im Zusammenhang mit der Jugendmedienschutzdebatte geführt worden sind, haben u. a. dazu geführt, dass viele Anbieter auf diese Formen der gezielten Platzierung von Erotikangeboten verzichten. Genau darum muss es meiner Ansicht nach gehen: Kinder und Jugendliche, die nicht von sich aus gezielt auf der Suche nach Erotikangeboten sind, sollten auch nicht unabsichtlich damit konfrontiert werden. Nach unseren Ergebnissen ist diese Wahrscheinlichkeit in Ländern, in denen es nach wie vor üblich ist, Links mit den Hinweisen zu Erotikangeboten möglichst prominent und oben zu platzieren, deutlich höher.

Sie haben auch danach gefragt, wie stark das Bewusstsein der Eltern für Internetrisiken ausgeprägt ist.

Das Interessante ist, dass internetbezogene Risiken von den Eltern in verschiedenen Ländern sehr unterschiedlich eingeschätzt werden. Deutschland gehört zu den Ländern, in denen die Eltern die Risiken eher höher einschätzen als die Kinder selbst. In Österreich dagegen ist das umgekehrt: Dort berichten die Kinder häufiger von der Möglichkeit negativer Erfahrungen, als ihre Eltern dies vermuten. Daran sieht man, wie wichtig es ist, sich jedes Land genau anzusehen. In Österreich würde man schlussfolgern, die Eltern kümmern sich offensichtlich viel zu wenig um die Erfahrungen, die die Kinder tatsächlich im Internet machen; die Kinder empfinden das Internet dort als „schlimmer“, als die Eltern es wahrhaben wollen. In Deutschland hingegen hat man eher den Eindruck, wenn es z. B. um Pornografie im Internet geht, dass die Eltern die Risiken überschätzen.

Das heißt, dass es ein Gefälle gibt zwischen dem Bewusstsein übers Netz und dem, was tatsächlich passiert.

Ja, es gibt Klüfte zwischen Eltern und Kindern, die dokumentieren, dass das Wissen der Eltern über die Art und Weise, wie ihre Kinder mit dem Netz umgehen, nicht ausreichend ist.

Welche Handlungsempfehlungen geben Sie?

Empfehlungen richten sich an verschiedene Zielgruppen. Da sind zum einen die Eltern. Die Kluft zwischen Eltern und Kindern wird ja in der öffentlichen Kommentierung gern kokett umschrieben mit: „Da kennen sich die Eltern sowieso nicht aus.“ Das ist eindeutig übertrieben. Es gibt mittlerweile viele Eltern, die sich im Internet auch gut auskennen. Dieser Spruch hilft also nicht weiter. Die wichtigste Handlungsempfehlung an die Eltern ist, sich möglichst dafür zu interessieren, was die Kinder im Internet erleben, zu signalisieren, dass sie als Gesprächspartner zur Verfügung stehen, und durchaus auch anzusprechen, dass man selbst dort schon beunruhigende oder belastende Erfahrungen gemacht hat. Wir können beobachten, dass sich die Eltern zwar viele Gedanken über mögliche negative Wirkungen des Fernsehens machen und dazu auch Erziehungsstrategien entwickelt haben; im Hinblick auf das Internet ist dieses Bewusstsein aber noch sehr unterentwickelt.

Welche Handlungsempfehlungen geben Sie an die Industrie oder an den Jugendschutz?

Von der Industrie brauchen wir unterstützende Maßnahmen, die es sowohl Kindern als auch den Eltern und anderen Beteiligten ermöglichen, sich ein Urteil über die Beschaffenheit von bestimmten Angeboten zu machen. Es geht um die Herstellung von Transparenz. An die sozialen Netzwerke geht die Forderung, Bedienungsanleitungen oder Geschäftsbedingungen klar und einfach zu formulieren und nicht in ellenlangen, klein gedruckten Passagen zu verstecken. Generell bedarf es sehr klar

erkennbarer Optionen für Kinder, die sich belästigt fühlen, sich entweder zu beschweren oder Rat und Hilfe zu suchen.

Was kann der Jugendschutz tun?

Aus meiner Sicht ist eine der Herausforderungen, die sich für den Jugendschutz stellen, dass die Internetnutzer jünger werden. Laut unserer Stichprobe im Jahr 2010 haben Kinder im Durchschnitt mit etwa 9 Jahren angefangen, das Internet zu nutzen. In den fortgeschritteneren Ländern wie Schweden liegt das Einstiegsalter im Durchschnitt schon bei 7 Jahren. Der Weg geht eindeutig dahin. Nach meinem Eindruck richten sich viele Überlegungen im Jugendschutz auf die 11- bis 14-Jährigen. Aber wir müssen die Altersgruppe der Grundschüler auch beachten.

Das Interview führte Vera Linß.

Anmerkungen und weitere Informationen abrufbar unter:

Das Projekt „EU Kids Online“:
www.eukidsonline.de

Zusammenfassung der Ergebnisse der Studie „EU Kids Online II“:
http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/554

Die Ergebnisse der Studie werden weiter ausgewertet. Wer aktuelle Informationen dazu erhalten will, kann sich in eine Mailingliste eintragen: http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/MailingList.aspx

Auf deutscher Ebene wird das Projekt koordiniert vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung in Hamburg.

Denn sie wissen, was sie tun...

Eine Studie über moralisches Wissen, Fühlen und Handeln bei Kindern

Alexander Grau

In der Entwicklungspsychologie wird Moralentwicklung meist mit der Ausbildung moralischer Urteilsfähigkeit und Gewalt mit physischer Gewalt gleichgesetzt. Durch diese verengte Perspektive geraten verschiedene Aspekte sozialer Gewalt ebenso aus dem Blick wie die Rolle moralischer Kompetenz bei deren Durchführung. Eine neue Studie zeigt, dass moralisches Wissen sozial aggressives Handeln nicht unterbindet, sondern Formen relationaler Gewalt erst ermöglicht – ein Ergebnis, das auch mit Blick auf den Jugendmedienschutz Bedeutung haben sollte.

Vermutlich gibt es kaum einen Bereich menschlicher Existenz, in dem Wissen, Einsicht und Handeln mehr voneinander abweichen als im Bereich der Moral. Das fängt bei kleinen, lässlichen Vergehen an und hört bei Schwerverbrechen auf: Auch Jack the Ripper wusste vermutlich, dass das, was er da tat, nicht ganz in Ordnung war. Im Mediatoren- und Beraterjargon würde man wahrscheinlich davon sprechen, dass Menschen kein Erkenntnis-, bisweilen aber ein kleines Umsetzungsproblem haben. Genau genommen ist es sogar noch ein bisschen komplizierter: Eben weil wir genau wissen, was falsch und was richtig ist, wissen wir auch, wann es klüger ist, gewisse Dinge heimlich zu tun oder so, dass uns keiner dafür verantwortlich macht. Mit anderen Worten: Wir haben nicht einfach nur ein Umsetzungsproblem. Unser Moralbewusstsein eröffnet uns sogar erst die Möglichkeit, erfolgreich unmoralisch zu handeln. Wenn wir aber wissen, wann und wie wir mit Erfolg unmoralisch handeln können, nimmt die Motivation zu moralischem Handeln noch zusätzlich ab.

Nun ist die Einsicht in die Folgenlosigkeit oder gar Kontraproduktivität moralischen Wissens alles andere als neu. Den Moralphilosophen der Aufklärung wie Adam Smith oder auch David Hume war daher klar, dass der wirkliche Antrieb für ein halbwegs moralisches Handeln nur in ethischen Gefühlen, in Sympathie und Mitgefühl liegen kann. Aus rationaler Einsicht in das moralisch Gute und Richtige passiert relativ wenig, wie einem ein Blick in die Zeitung jeden Morgen vor Augen führt.

Hypothese 1: »Physische Aggression geht mit Defiziten in Bereichen moralischen Wissens und moralischer Gefühle einher.«

Die Ambivalenz moralischen Wissens

Es spricht für die Naivität vieler Psychologen und Pädagogen, dass bei Untersuchungen über die Moralentwicklung des Kindes die motivations-theoretischen Aspekte lange Zeit fast vollständig ausgeblendet wurden. Lieber konzentrierte man sich in der Tradition Jean Piagets und Lawrence Kohlbergs auf die kognitive Entwicklung des Kindes und seiner damit einhergehenden Fähigkeit zum moralischen Urteil. Dass Urteilen nicht Handeln ist, war zwar auch Kohlberg klar, doch hielt ihn das nicht davon ab, davon auszugehen, dass Menschen mit einem höheren moralischen Urteilsvermögen eher dazu neigen, sich auch entsprechend zu verhalten.

Nun ist es natürlich so, dass unsoziales Handeln mitunter ganz unterschiedlicher moralischer Kompetenzen bedarf. Zum Stehlen reicht die Einsicht in seine Verwerflichkeit aus, um sich als Dieb entsprechend geschickt zu verhalten. Will man jedoch jemandem sozialen Schaden zufügen, braucht man sein moralisches Wissen, um sich überhaupt entsprechend unsozial verhalten zu können – für eine ordentliche Intrige ist soziale und moralische Kompetenz eine Grundbedingung. Auf eine knappe Formel gebracht, bedeutet dies, dass soziale Aggressoren ein höheres moralisches Urteilsvermögen haben sollten als physische Aggressoren. Beide Gruppen sollten jedoch, könnte man argumentieren, emotionale moralische Defizite haben.

Um diese These zu überprüfen, lohnt es sich vor allem, die moralische Entwicklung von Kindern im Grundschulalter näher zu betrachten. So konnte, entsprechend der Ausgangsthese und im Einklang mit Kohlberg, nachgewiesen werden, dass Kinder mit hoher physischer Aggression unter sozial-kognitiven Defiziten leiden (Dodge/Coie/Lynam 2006). Entsprechend wur-

de auch gezeigt, dass das Verständnis fremder mentaler Zustände bei aggressiven Kindern unterentwickelt ist (Hughes/Dunn 2000), während bei Kindern, die zu sozialer oder relationaler Aggression neigen, Vergleichbares nicht festgestellt werden konnte (Renouf u. a. 2010).

Dass die Entwicklung von moralischem Wissen und moralischer Reife nicht zusammenfällt, zeigt etwa eine Studie von Gasser und Keller (2009), die nahelegt, dass Aggressoren, die aggressives Verhalten systematisch ausüben, das gleiche moralische Wissen wie prosoziale Kinder haben. Mit anderen Worten: Der kleine Klassen tyrann, der seine Macht auch physisch ausübt, leidet nicht etwa unter kognitiven Defiziten, sondern hat durchaus eine hohe moralische und soziale Kompetenz, sonst könnte er seine Stellung gar nicht behaupten.

Defizite moralischer Gefühle und soziale Aggression

Fasst man diese und andere Forschungsergebnisse zusammen, lassen sich zwei Hypothesen formulieren. Zum einen: Physische Aggression geht mit Defiziten in Bereichen moralischen Wissens und moralischer Gefühle einher. Und zum anderen: Relationale Aggression geht mit Defiziten ausschließlich im Bereich moralischer Gefühle einher, zeigt aber keinerlei Zusammenhänge mit moralischem Wissen.

Beide Hypothesen wurden von den Entwicklungspsychologen Luciano Gasser (Luzern) und Tina Malti (Toronto) einer empirischen Überprüfung unterzogen (Gasser/Malti 2011). Ausgangspunkt war dabei zum einen die schon erwähnte Untersuchung von Hughes und Dunn (2000), die zeigt, dass physische Gewalt mit verschiedenen sozial-kognitiven Defiziten korreliert, und zum anderen die Vermutung, „dass re-

Hypothese 2: »Relationale Aggression geht mit Defiziten ausschließlich im Bereich moralischer Gefühle einher, zeigt aber keinerlei Zusammenhänge mit moralischem Wissen.«

»Entgegen der Ausgangsthese geht soziale Aggression nicht mit Defiziten bei moralischen Urteilsbegründungen einher oder etwa mit der Zuschreibung von Zufriedenheit bei moralischem Fehlverhalten. Im Gegenteil, relationale Aggression korreliert offensichtlich mit moralischer Kompetenz.«

lationale Aggression eine kognitiv anspruchsvollere Aggressionsform darstellt, bei welcher ein fortgeschrittenes Verständnis mentaler Zustände und moralischer Regeln von Vorteil ist“ (Gasser/Malti 2011, S. 31).

Die Studie von Gasser und Malti basiert auf Interviews mit insgesamt 237 Grundschulern im Alter von 7 bis 9 Jahren (126 Mädchen und 111 Jungen). Zur Erhebung des aggressiven Verhaltens der Kinder wurde sowohl auf die Einschätzung von Gleichaltrigen als auch auf die der Lehrer zurückgegriffen. Die Erfassung des moralischen Wissens und der moralischen Gefühle erfolgte mittels Interviews, in denen vier hypothetische moralische Konflikte nachgezeichnet wurden. Zwei dieser Situationen beschrieben unmotiviert moralische Regelverstöße, jeweils einen physischen und einen sozialen, die anderen zwei thematisierten die entsprechenden Vergeltungshandlungen, also Zurückschlagen bzw. Zurückplagen. Gefragt wurde nun nach der Richtigkeit des jeweiligen Verhaltens, nach der Schwere des Vergehens, nach den Gründen für die jeweilige Einschätzung und nach der Abhängigkeit des Urteils von der Anwesenheit von Autoritätspersonen. Die moralischen Gefühle schließlich wurden durch Fragen nach Emotionszuschreibung erfasst, also nach dem wahrscheinlichen Gefühlszustand des Regelverletzers und den vermuteten Gründen für seine Gefühle.

Fasst man die Ergebnisse von Gasser und Malti zusammen, so zeigt sich zunächst, dass physische Aggressionen tatsächlich – wie vermutet – mit verschiedenen moralischen Defiziten assoziiert sind. So schrieben physisch aggressive Kinder moralischen Übeltätern leichter Zufriedenheit zu und verwiesen in ihrer Urteilsbegründung seltener auf moralische Normen als nicht aggressive Kinder. Bei älteren aggressiven Grund-

schulern kommt noch hinzu, dass ihr Urteil stärker von sanktionsorientierten Emotionsbegründungen geprägt ist als von moralischen, sie moralisches Verhalten also nicht mit Normen begründen, sondern beispielsweise mit der Anwesenheit von Autoritätspersonen oder der Furcht vor Strafen. Jüngere Grundschul Kinder, so ist zu vermuten, verfügen hingegen noch nicht über ein ausreichend differenziertes Urteilsvermögen hinsichtlich möglicher Handlungsmotive.

Noch interessanter sind jedoch die Ergebnisse hinsichtlich der emotionalen Kompetenz bei sozialer oder relationaler Aggression: Entgegen der Ausgangsthese geht soziale Aggression nicht mit Defiziten bei moralischen Urteilsbegründungen einher oder etwa mit der Zuschreibung von Zufriedenheit bei moralischem Fehlverhalten. Im Gegenteil, relationale Aggression korreliert offensichtlich mit moralischer Kompetenz. Kinder mit einem erhöhten sozialen Aggressionspotenzial schätzen die Situation und die Befindlichkeit der Leidtragenden richtig ein und geben entsprechend die „moralisch korrekte“ Antwort in der Befragungssituation. „Die Kinder beziehen sich dann“, so Gasser und Malti, „in einem rein verstehenden Modus auf die moralischen Konflikte, d. h., die moralischen Konflikte werden als eine Wissensaufgabe behandelt, ohne dass persönliche Involviertheit zum Ausdruck kommt“ (S. 36).

Hat man jedoch verstanden, dass es einen Unterschied zwischen moralischer Einsicht und moralischem Empfinden gibt, kann man beides instrumentalisieren. Schon 7- bis 9-Jährige wissen somit, dass moralische Kompetenz und Gefühle auch strategisch eingesetzt werden können. Insbesondere sozial begabte Kinder können so ihre Dominanz noch ausbauen, indem sie sich innerhalb ihrer Peergroup als moralisch integer darzustellen wissen.

Weniger überraschend waren in diesem Zusammenhang die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen. Letztere waren häufiger physisch aggressiv, während Mädchen stärker relational aggressiv agierten. Rechnet man beide Faktoren jedoch heraus, ergaben sich keine signifikanten Abweichungen von Jungen und Mädchen hinsichtlich ihrer moralischen Urteilsfähigkeit, ihrer moralischen Begründungen oder ihrer Fähigkeit, Emotionen etwa von Aggressoren einzuschätzen.

Relationale Aggression – die unterschätzte Gewalt

Was bedeuten diese Ergebnisse für den Jugendmedienschutz? Zunächst stellt sich die grundlegende Frage, ob relationale Aggression nicht generell stärker im Fokus des Jugendmedienschutzes stehen sollte. Traditionellerweise liegt dessen Aufmerksamkeit auf physischer Gewalt und Aggression. Doch aggressive oder gewaltorientierte Lösungsmuster, wie sie bei der Bewertung medialer Formate gerne bemängelt werden, bestehen eben nicht nur aus dem Einsatz von Fäusten und Waffen. Ein Grund für diese etwas eindimensionale Sicht liegt sicher darin, dass mit Blick auf den Risikofaktor „Gewalt“ stillschweigend der bildungsferne männliche Jugendliche als Adressat der Bemühungen des Jugendmedienschutzes gilt. Gewaltorientierte Lösungsmuster gibt es jedoch auch bei Mädchen oder bildungsnahen und sozial kompetenten Jugendlichen – wenn auch auf sublimere Weise. Dass diese Form von Aggression in unserer Gesellschaft dem einen oder anderen sogar als Zeichen von Durchsetzungsfähigkeit und Zielstrebigkeit gilt, macht ihre Sanktionierung jedoch nicht einfacher.

Für den Jugendmedienschutz ist zudem von Bedeutung, dass relationale Aggression verschiedene Ausformungen annehmen kann, deren Darstellung auf den jugendlichen Mediennutzer möglicherweise ganz unterschiedliche Auswirkungen hat. So sollte zwischen direkten verbalen Aggressionen wie etwa Beleidigungen und eher unterschwelligem Strategien relationaler Aggression, beispielsweise Mobbing, unterschieden werden. Es ist nicht auszuschließen, dass Sendungen, die zwischen den Zeilen relationale Aggressivität und moralische Heuchelei nicht nur als lohnend und Erfolg versprechend, sondern als Bedingung für Karrieren und Ansehen darstellen, auf Kinder und Jugendliche eine nachhaltigere Wirkung haben als die Darstellung platter verbaler oder physischer Gewalt. Das erfolgreiche Vorleben sublimier sozialer Aggressionstechniken könnte sich somit als entwicklungsbeeinträchtigender erweisen als die eher plumpen verbalen Attacken eines Poptitans oder als der Waffen- bzw. Fausteinsatz des raubeinigen Cops in der Genreproduktion.

»Schon 7- bis 9-Jährige wissen somit, dass moralische Kompetenz und Gefühle auch strategisch eingesetzt werden können. Insbesondere sozial begabte Kinder können so ihre Dominanz noch ausbauen, indem sie sich innerhalb ihrer Peergroup als moralisch integer darzustellen wissen.«

Literatur:

Dodge, K./Coie, J. D./Lynam, D.: *Aggression and antisocial behavior in youth.* In: W. Damon/N. Eisenberg: *Handbook of child psychology.* Vol. 3: Social, emotional, and personality development. New York 2006, S. 719–788

Gasser, L./Keller, M.: *Are the competent the morally good? Perspective taking and moral motivation of children involved in bullying.* In: *Social Development*, 18/2009, S. 798–816

Gasser, L./Malti, T.: *Relationale und physische Aggression in der mittleren Kindheit. Zusammenhänge mit moralischem Wissen und moralischen Gefühlen.* In: *Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie*, 43/2011, S. 29–38

Hughes, C./Dunn, J.: *Hedonism or empathy? Hard-to-manage children's moral awareness and links with cognitive and maternal characteristics.* In: *British Journal of Developmental Psychology*, 18/2000, S. 227–245

Renouf, A./Brendgen, M./Parent, S./Vitaro, F./Zelazo, P./Boivin, M. u. a.: *Relations between theory of mind and indirect and physical aggression in kindergarten: Evidence of the moderating role of prosocial behaviours.* In: *Social Development*, 19/2010, S. 535–555

Dr. Alexander Grau forscht über die Theoriebildung in der Philosophie und arbeitet als freier Autor und Lektor.



Skandalisierung als Geschäftsmodell

Tabubrüche im Reality-TV

Die Zielsetzung klingt, als wollte man für lang gehegte Empörung nun endlich eine wissenschaftliche Bestätigung finden. Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat eine Untersuchung in Auftrag gegeben, die herausfinden soll, ob der Trend zur Skandalisierung im Fernsehen zunimmt, wenn die Sender in wirtschaftlich schlechten Zeiten um Zuschauer buhlen. Vor allem Castingshows

stehen bei der Medienaufsicht im Verdacht, zugunsten hoher Quoten jede Rücksicht auf die Befindlichkeit der Kandidaten aufzugeben, sie zu beleidigen und zur Schau zu stellen. *tv diskurs* sprach mit Dr. Margreth Lünenborg, Professorin für Journalistik an der Freien Universität Berlin, die die Untersuchung geleitet hat.



Der Titel Ihrer Untersuchung klingt, als sollten Sie alte Vorurteile nun endlich wissenschaftlich bestätigen.

Die Grundfrage war tatsächlich: Wird alles immer schlimmer? Haben wir es mit einer zunehmenden Brutalisierung, einer Skandalisierung und einer steigenden Zahl von Tabubrüchen zu tun, und zwar in den spezifischen Formaten des Reality-TV? Diese Formate stehen offenbar im bzw. unter Verdacht – nicht zuletzt auch unter den Bedingungen der Wirtschaftskrise und dem entsprechenden Druck –, Quoten produzieren zu müssen und dabei Skandale und Tabubrüche vermehrt und radikaler einzusetzen, um Aufmerksamkeit zu generieren. Von dem anfänglichen pastoralen Duktus der Fragestellung, ob alles wirklich schlimmer wird, haben wir uns verabschiedet und ein komplexes Methodensetting entwickelt. Wir wollten theoriegeleitet beschreiben, was Tabus und Tabubrüche ausmachen und dieses Verständnis schließlich operationalisieren, um es empirisch fassbar zu machen. Dafür haben wir uns in einer quantitativen Langzeituntersuchung zwischen 2000 und 2009 vor allem Casting-Formate und ihre Entwicklung hinsichtlich von Tabubrüchen und Skandalisierung angeschaut und miteinander verglichen. In dieser Zeit haben wir die enorme Anzahl von 418 Formaten gezählt, die im deutschen Fernsehen im Zeitraum von 2000 bis 2009 auf 29 privaten und öffentlich-rechtlichen Fernsehkanälen erstausgestrahlt wurden. Wir wollten zum einen quantitativ erfassen, ob wirklich ein Anstieg von Tabubrüchen zu verzeichnen ist. Zum anderen wurde in ausgewählten Fallstudien geprüft, ob sich in der Art, wie Tabus inszeniert und gebrochen werden, etwas verändert hat und ob wir es hier mit ästhetischen, formalen oder narrativen Verstärkungen und Radikalisierungen zu tun haben. Begleitend beobachteten wir, wie darüber in den Medien berichtet wird, welche Interaktion es also zwischen starker Skandalisierung in den Boulevardmedien und den Fernsehprogrammen gibt. Es ist hochinteressant, wie Skandale strategisch gemanagt werden, um entweder im Vorfeld schon Aufmerksamkeit zu generieren oder den Aufregungspegel dann noch einmal hochzuschieben, wenn es im Verlauf einer Staffel zu einem Einschaltquotenrückgang kommt. Wir haben uns angeschaut, wie sich Quoten über eine Staffel hinweg entwickeln und das mit den Werbedaten korreliert. Zumindest bei einem Format, bei Erwachsenen auf Probe, ist öffentlich bekannt geworden, dass große Vermarkter und Firmen ihre Werbung stornierten, weil sie einen Imageschaden befürchteten.

Verbände wie der Kinderschutzbund haben zum Werbeboykott aufgerufen, weil sie durch die Sendung die Psyche der teilnehmenden Kinder in Gefahr sahen.

Richtig. Wir wollten uns eingehender damit beschäftigen und haben Experteninterviews sowohl mit gesellschaftlichen Protagonisten wie dem Kinderschutzbund oder der evangelischen Kirche als auch mit Medienproduzenten, Programmachern und Journalisten geführt. Wir haben nach der persönlichen Einschätzung gefragt, in welche Richtung sich das Ganze weiterentwickeln wird. Außerdem haben wir Gruppendiskussionen mit Jugendlichen und teilweise auch deren Eltern zur Rezeption geführt. Dabei wollten wir wissen, was Skandale und Tabus für sie bedeuten, welche Konflikte und Verhandlungen es dazu in den Elternhäusern gibt. Wir haben das bewusst qualitativ und explorativ mit einigen Fokusgruppen gemacht, die nicht auf statistische Generalisierbarkeit abzielen.

Sind Sie dabei zu einem zentralen Ergebnis gekommen?

Wie so häufig sind simple Kausalaussagen am Ende nicht möglich. Die schlichte Annahme, dass es eine durchgängige Verstärkung und Häufung von Skandalisierungen gibt, lässt sich in der Weise nicht halten. Wir haben auch festgestellt, dass man da format-spezifisch deutlich unterscheiden muss. Die einzige Sendung, bei der im zeitlichen Vergleich ein wirklich eklatanter Anstieg an Skandalen und Tabubrüchen, vor allem in Form von verbalen Beleidigungen und Diskreditierungen der Jurymitglieder gegenüber den Kandidaten messbar war, ist die Castingshow Deutschland sucht den Superstar. Hier wurde im Setting der Jury, in der Dramaturgie der Sendungen und in der Auswahl der Kandidaten gezielt auf solch verbale Beleidigungen gesetzt. Das war zwar schon immer ein Markenzeichen der Sendung, aber wir konnten im zeitlichen Verlauf einen merklichen Anstieg nachzeichnen. Demgegenüber existiert z. B. bei Germany's Next Topmodel offensichtlich das strategische Ziel, Markenwerbung zu platzieren. Man ist bedacht darauf, ein attraktives redaktionelles Umfeld zu bieten und setzt dabei offensichtlich nicht auf eine Vulgär-Radikalisierung. Die Grenzverletzungen, mit denen wir es hier zu tun haben, sind klar erkennbare Formen der Sexualisierung und der stark körperlich betonenden Ausstellung der jungen Teilnehmerinnen – und das ist durch das Thema des Formats bereits angelegt. Solche Bilder finden wir fortlaufend immer wieder, aber es ist eben keine systematische Zunahme erkennbar. Da wird ganz bewusst auf einem schmalen Grad balanciert, den man immer wieder justiert. Letztlich geht es für die Werbetreibenden darum, was verkaufbar und unter Marktbedingungen günstig ist. Das wird rein ökonomisch bewertet und kalkuliert, es gibt da keine externen moralischen Maßstäbe. Aus diesem Zusammenhang – das ist eines unserer Fazits – lässt sich herleiten, dass es wichtig ist, medienpolitisch und medienpädagogisch über diese Kontexte nachzudenken und auch die werbetreibende Industrie ganz frühzeitig in solche Diskussions- und Entscheidungsprozesse einzubeziehen, weil man genau deren ökonomisches Kalkül mitnutzen kann.

Neben diesen beiden Sendungen gibt es noch eine ganze Reihe anderer Formate, denken wir z. B. an Scripted-Reality-Formate wie Familien im Brennpunkt, Mitten im Leben oder die Gerichtsshows. Haben Sie die auch untersucht?

Mit einem Blick in die Geschichte der Reality-Formate haben wir dargestellt, welche Subgenres und -formate sich entwickelt haben. Wir unterscheiden grundsätzlich, wie in der Literatur auch, zwischen narrativem und performativem Realitätsfernsehen. Für unser Problemfeld erweist sich gänzlich das performative Reality-TV als relevant. Untersucht haben wir dabei Stichproben aus Castingshows, Dokusoaps, Coaching-Formaten, Beziehungsshows und Swap-Formaten – in all diesen Formen tauchen Provokationen und Tabubrüche auf. Und darin sind Castingshows rein im Volumen der Sendezeit das größte Element. Während andere Formate oft nur über einen kurzen Zeitraum laufen, werden die Castingshows meist über mehrere Staffeln lang ausgestrahlt. Scripted Reality ist – angesichts der Systematik – definitiv noch einmal eine ganz andere Baustelle. Dieses Subgenre ist in unserer Studie nicht berücksichtigt. Die thematisierte Problematisierung bei den Skandalen betrifft beim Reality-TV immer zwei mögliche Gruppen: einerseits das Publikum, das mit solcher Art von normverletzenden Konflikten konfrontiert wird, andererseits aber auch die Akteure selbst, wie beispielsweise die Sorge bei Erwachsenen auf Probe, dass Kinder daran Schaden nehmen könnten.

Was aber rechtlich ein ganz anderes Thema ist...

Genau, aber in der Problematisierung und auch in dem moralischen Diskurs, der in der Medienöffentlichkeit stattfindet, werden immer beide Ebenen tangiert, also die Frage, was es für das Publikum bedeutet und inwiefern wir Sorge tragen müssen für diese Menschen, die nicht wissen, was sie tun. Insbesondere sorgt man sich dabei um Kinder und Jugendliche, die sich vielleicht zu irgendetwas hinreißen lassen. Bei Scripted Reality haben wir es mit einem anderen Setting zu tun. Für das Publikum ist es vielleicht nicht immer erkennbar, ob eine Story authentisch ist oder nach einem Drehbuch abläuft, aber auf der Ebene der Akteure handelt es sich auf alle Fälle um Laiendarsteller, die bestimmte Rollen spielen. Von der Systematik her war es deshalb nicht Teil unserer Untersuchung, ohne das Problem in irgendeiner Weise kleinreden zu wollen.

Man müsste im Hinblick auf Scripted Reality natürlich ganz andere Fragen stellen. Kritiker bezweifeln, dass die Zuschauer erkennen, dass die Szenarien nicht real, sondern Teil eines gespielten Plots sind.

Ja, wobei die große Frage nach dem, was echt oder was gespielt ist, zu schlicht scheint für die komplexen Facetten, um die es geht. Das wissen alle, die sich schon einmal mit der Historie des Dokumentarfilms beschäftigt haben. Reality-TV verspricht dem Publikum einen authentischen Einblick in alltagsweltliches Leben. Gleichwohl ist es Fernsehen, Medienproduktion, ein spezifisch mediales Konstrukt, das für ein Publikum geschaffen wird. Selbst wenn da normale Menschen etwas tun, erlebe ich als Zuschauerin vor dem Bildschirm eine dramaturgische Konstruktion, die in einem sehr komplexen Produktionsprozess geschaffen und gestaltet wurde. Auch Nachrichten sind spezifische mediale Konstruktionen, sie bilden gar nichts ab. Das war ein wesentlicher Punkt in den Gruppendiskussionen: Wir haben dort erlebt, dass es Jugendliche gibt, die mit Genuss Sprüche von Dieter Bohlen anhören, dabei aber sehr wohl reflektieren, dass das manchmal unter die Gürtellinie geht und tatsächlich sehr verletzend ist. Einerseits sind sie froh, dass sie so etwas selbst nicht abbekommen müssen, andererseits können sie hämisch mitlachen und dabei zugleich auch mitfühlen. Da wird ein innerer Konflikt verhandelt, der ganz viel mit Grenzverletzung und mit jugendlichen Prozessen des Überschreitens von Regeln zu tun hat, die die Eltern gesetzt haben. Das ist Jugendkultur, die wir z. B. beim Musikgeschmack, bei Sprachstilen oder Umgangsformen in Peergroups kennen.

Dabei geht es doch auch um die spielerische Simulation gesellschaftlicher Realität. Auch Erwachsene müssen sich oft viel gefallen lassen, denken wir nur daran, wie viele Menschen täglich im Job unter Mobbing leiden und wie oft wir uns mit Situationen konfrontiert sehen, in denen wir bewertet werden und über uns gerichtet wird.

Genau – damit liefert Reality-TV Gesprächsstoff, über den Zugehörigkeit zu gesellschaftlichen Gruppen verhandelt wird. Man kann natürlich fragen, ob es gut ist, genau das auch noch im Fernsehen zu zeigen – aber es knüpft offenkundig an gesellschaftliche Debatten an. Natürlich ist es kein pädagogisches Aufklärungsfernsehen, was im Reality-TV betrieben wird. Aber andererseits ist die simple Annahme, dass Jugendliche diesen fiesen Einflüssen hilflos ausgeliefert sind und sie eins zu eins internalisieren und reproduzieren, eine zu schlichte Sichtweise. Wir haben uns intensiver damit beschäftigt, was Reality-TV in dieser Gesellschaftsformation bedeutet. Das Dogma einer neoliberalen Einstellung, die da lautet: „Mach was aus Dir! Du hast die Chance dazu! Aber das musst Du auch in jeder Sekunde in bester Performance unter Beweis stellen!“ – das erleben wir hier als mediale Narration.

Aber dieses Dogma ist keine Erfindung des privaten Fernsehens.

Das stimmt. Und zugleich kann man sagen, Fernsehen verstärkt solche Tendenzen, treibt sie voran und sogar auf die Spitze. Das sind Wechselwirkungen. Die grundlegende Frage ist, wo wir es mit Tabubrüchen zu tun haben. Wir haben uns lange damit beschäftigt, wie wir das über einen langen Zeitraum von zehn Jahren analysieren können, wo sich doch innerhalb dieser Jahre, nicht zuletzt auch durch das Fernsehen, Tabus und Grenzen als Folge permanenter Aushandlungsprozesse gewandelt haben. Die Frage, was man sehen darf und was nicht, wie viel Nacktheit, wie viel angedeutete und explizit erkennbare Sexualität auf dem Bildschirm gezeigt werden darf, wandelt sich offenkundig gesellschaftlich. An diesem Wandel sind auch Medienbilder maßgeblich beteiligt. Und von daher haben wir es nur teilweise mit normativ gesetzten Regeln zu tun, sondern zugleich mit permanenten Verhandlungsprozessen, die im Fluss sind. Wir haben also eine Vielzahl an möglichen Normbrüchen benannt – aus den Bereichen Sexualität, Privatsphäre, Krankheit, Tod oder Menschenfeindlichkeit sowie Strafdelikte. Was wir hauptsächlich finden, sind Grenzübertretungen im Bereich von Sexualität und Beleidigungen von

individuellen Personen. Wir haben im Untersuchungsmaterial keine rassistischen, antisemitischen, homophoben oder religionsfeindlichen Äußerungen gefunden.

Bei den Provokationen und Grenzverletzungen handelt es sich nicht allein um ein Phänomen der privaten Fernsehsender. Tabubrüche finden wir auch bei den Öffentlich-Rechtlichen, z. B. in den Living-History-Formaten. Es gibt hier also nicht die Guten und die Bösen. Nach den Häufigkeiten skaliert, finden wir eine intensiv betriebene Skandalisierung, die dann auch im publizistischen Diskurs gespiegelt wird, besonders bei RTL und RTL II.

Was vielleicht auch daran liegt, dass die Sender verschiedene Programmschwerpunkte haben.

Wobei wir keine Bestandsaufnahme des Gesamtprogramms gemacht haben, sondern die Reality-Formate, die für uns relevant waren, analysiert und zueinander in Relation gesetzt haben. Wie gesagt, wir finden es fast überall, wir finden die Häufigkeit nur unterschiedlich verteilt. Interessant ist jedoch mit Blick auf die öffentlich-rechtlichen Sender, dass die Thematisierung im medienöffentlichen Diskurs bei ihnen nur unter dem Aspekt der Legitimität solcher Formate geführt wird und keine Auseinandersetzung mit den expliziten Normverletzungen stattfindet, die im Programm sichtbar sind. Hier geht es um eine moralische Empörung, die wir als Moral Panic oder Media Panic analysiert haben, letztlich um einen selbstreferenziellen Diskurs. Die tatsächliche Verletzung der Akteure oder explizite Moralverstöße werden nicht öffentlich thematisiert.

Nicht nur derjenige, der einen Tabubruch begeht, sondern auch derjenige, der sich darüber öffentlich empört, will Aufmerksamkeit generieren?

Faktisch ist es so: Die Akteure tragen oft dazu bei, Aufmerksamkeit für etwas herzustellen, von dem sie sich moralisch abgrundtief distanzieren. Die Kritiker generieren damit erst die Währung, die erforderlich ist, damit so etwas auf dem Markt überhaupt Fortbestand haben kann. Das gibt, das konnte man in dem Fall Erwachsenen auf Probe sehr präzise nachzeichnen, dem Sender die Möglichkeit, sich als pädagogisch verantwortungsvoll darzustellen, indem er sehr kleinteilig sichtbar machte, wie keines der Babys auch nur einen Moment lang unbeaufsichtigt oder ohne die wirklichen Eltern war. Es wird also erst der Aufreger produziert, der tatsächlich alle bebend vor dem Fernseher sitzen lässt, bevor sie überhaupt das erste Bild gesehen haben. Was wir dann tatsächlich auf dem Bildschirm zu sehen bekommen, entspricht beileibe nicht dem dramatischen Risikopotenzial, das vorher kommuniziert wurde.

Werden nicht genau über diesen Interaktionsprozess die Werte und Normen unserer Gesellschaft verhandelt? Das, was früher Aufgabe von Kirche und Staat war, findet heute im gesellschaftlichen Diskurs statt, der über die Medien moderiert und bedient wird.

Ich stimme Ihnen zu, dass die Medien heute viel stärker das Verhandeln von Regeln übernommen haben. Dass dabei auch Grenzen, vermeintlich statische Grenzen von Privatem und Öffentlichem, längst nicht mehr als saubere Grenzen erkennbar sind, sondern Überschreitungen und die Auflösung von Trennschärfe damit einhergehen, finde ich in zahlreichen Fällen gar nicht so bedauerlich. Das führt auch zu einer höheren gesellschaftlichen Transparenz. Wir haben uns in diesem Zusammenhang allerdings mit der Frage beschäftigt, ob dabei auch moralische Grenzen verloren gehen. Das ist eine Sorge, die oft mit verstärkter Skandalisierung einhergeht und die auch den Jugendschutz berührt. Dafür haben wir jedoch keine Beweise gefunden. Jugendliche, die regelmäßig Formate des Reality-TV schauen, lassen keine Formen der moralischen Abstumpfung erkennen. So wird z. B. Gewalt gegen Kinder, wie sie zuweilen bei der Super Nanny zu sehen war, bei Heranwachsenden und Eltern als absolutes No Go eingeschätzt. Gewalt explizit zu zeigen und nicht beschützend einzugreifen, wird eindeutig abgelehnt. Auch das sehr nahe und explizite Zeigen einer trauernden Teilnehmerin von Popstars, die in der Sendung erfährt, dass ihr Vater gestorben ist, begreifen die Jugendlichen als etwas, was sie nicht im Fernsehen sehen wollen. Bei den Fragen, wie viel nackte Haut, wie viel Sexualität und wie viel Beleidigung im Fernsehen gezeigt werden sollte, gab es dagegen durchaus unterschiedliche Meinungen zwischen Jugendlichen und Erwachsenen, aber das halte ich auch für altersgemäße Grenzverhandlungsprozesse. Wir haben festgestellt, dass es viele gute kommunikative Versuche der Eltern gibt, über diese Programme mit ihren Kindern zu sprechen und sie nicht einfach nur zu verbieten.

Bei DSDS liegt der Tabubruch ja nicht nur in der Art, wie Kandidaten behandelt werden, sondern auch darin, dass dies vor dem Fernsehpublikum öffentlich geschieht. Was ist daran für den Zuschauer so interessant?

In den Vor-Castings ist es Teil der Dramaturgie, aus der Masse der Bewerber sogenannte Verlierer herauszusuchen und sie als Tölpel oder peinliche Versager mit körperlichen, sprachlichen und stimmlichen Mängeln derart zugespitzt darzustellen, dass sie als beschämte Personen die Bühne verlassen. Auch bei denen, die sich als fernsehtauglich erweisen und in den weiteren Prozess einsteigen, gibt es eine präzise gestaltete Dramaturgie. Hier geht es nicht um Persönlichkeiten, sondern um das Generieren von geradezu archaischen Prototypen: der Zicke, dem Monster, dem Darling. Hier werden Medienfiguren geschaffen, auf die in der sendereigenen Magazinberichterstattung Bezug genommen werden kann. Das ist im Skandalisierungsprozess extrem wichtig. Es geht hier überhaupt nicht um Menschen, die ein besonderes Talent haben, sondern es geht immer um bestimmte konflikthafte Situationen, die forciert werden.

Bei einer Untersuchung im Auftrag der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) ist herausgekommen, dass gerade jüngere Kinder stark emotional involviert sind und das Verhalten von Dieter Bohlen regelrecht ablehnen. Nur die 14- bis 16-jährigen männlichen Zuschauer vertreten die Meinung, dass diejenigen, die sich da bewerben, ganz genau wüssten, auf was sie sich einließen und es ihre eigene Schuld sei, wenn sie sich, obwohl sie nicht singen können, bei einer solchen Sendung bewerben würden. Sie erachten es für richtig, dass ehrlicher Klartext geredet wird. Deckt sich das mit Ihren Beobachtungen?

Ich denke, dass diese Jugendlichen die dominante Position der Jury übernehmen und wie ein Dieter Bohlen argumentieren. Die Macht, die ich mir als Zuschauer aneigne, indem ich selbst die Position der Machthabenden in der Sendung verinnerliche, ist auch ein Stück der Sehnsucht. Dass die Jüngeren dabei noch stärker mit jenen mitfühlen, denen die üblichen verletzenden Bohlen-Sprüche um die Ohren fliegen, zeigt, dass sie rein biografisch noch nicht in diese Rollen schlüpfen können oder wollen. Auch dass es geschlechterspezifisch differiert, ist sofort nachvollziehbar. Die Bohlen-Position ist eine dominant männliche und bietet damit für das männliche Publikum Identifikationspotenzial.

Der Aspekt der Empathie bei der Rezeption hat bisher wenig Beachtung in den Debatten gefunden. Es scheint so zu sein, dass die jungen Zuschauer gleichzeitig Schadenfreude, Bewunderung und Empathie empfinden können.

Dem würde ich zustimmen. Die emotionale Absorbiertheit ist das, was Fernsehen ausmacht. Auch wenn der Zuschauer weiß, dass alles produziert und inszeniert ist – und das ist übrigens auch Kindern und Jugendlichen durchaus klar –, verhindert diese Einsicht trotzdem nicht die emotionale Involviertheit. Und die kann parallel stattfinden. Ich schalte den Kopf nicht ab, wenn ich mitfühle und die Tränen bei mir laufen. Das bedeutet allerdings nicht, dass ein empathisches Mitfühlen ein trivialer Mechanismus ist, bei dem man einfach der Absicht der Redaktion folgt. Wenn ich in einem rationalen Aufklärungsprozess das emotionale Potenzial von Fernsehen abstellen wollte, dann wäre das Medium tot. Zudem sind uns solche Mechanismen auch alltagsweltlich vertraut. In der Schulklasse z. B. passiert so etwas jeden zweiten Tag: Ein Freund neben mir wird von der Lehrerin abgemahnt, weil er Mist gebaut hat und ich denke gleichzeitig: „Mann, der traut sich was!“ Und: „Scheiße, der Arme!“ Das sind soziale Praktiken, die erprobt, reglementiert und immer neu ausgetestet werden.

Welche Schlüsse ziehen Sie aus dieser Untersuchung? Wo gibt es Handlungsbedarf?

Ich möchte daraus den Schluss ziehen, dass wir uns noch stärker mit der Förderung von Medienkompetenz beschäftigen müssen. Hier schließt sich der Bogen zum anfänglich Gesagten: Die Auseinandersetzung mit solchen Formaten gehört unbedingt in den Schulunterricht. Eine Abwehrhaltung der Erwachsenen greift nicht, weil die Sendungen für Jugendliche ein realer Gegenstand sind und sie sich damit auseinandersetzen. In den medienpolitischen Diskurs gehört es unbedingt mit hinein, alle Akteure – auch die Werbewirtschaft – im Gespräch zusammenzubringen und den Eskalationsprozess in Form der Media Panic nicht zu bedienen. Da muss backstage agiert werden, um sich nicht ungewollt zum Agenten der Interessen von Fernsehsendern zu machen. Aber die Sorge um den moralischen Verfall der Jugendlichen durch Reality-TV kann man, jedenfalls in dieser so schlichten Form, aus der Welt schaffen.

Das Interview führte Prof. Joachim von Gottberg.

Genrekompetenz

Gerd Hallenberger

Egal, ob Kind, Jugendlicher oder Erwachsener, wer Angebote eines Mediums nutzen will, benötigt Genrekompetenz. Ganz allgemein umfasst „Genrekompetenz“ drei Elemente:

1. Die Fähigkeit, unterschiedliche Angebotsformen unterscheiden zu können,
2. das Wissen, nach welchen Regeln im jeweiligen Einzelfall ein Angebot „funktioniert“,
3. die Fähigkeit, dieses Wissen bei der Nutzung eines Medienangebots so einzusetzen, dass ein positives Nutzungserlebnis entstehen kann.

Der Begriff „Genre“ wird zwar im deutschen und im angelsächsischen Sprachraum unterschiedlich verwendet, in beiden ist er jedoch ein zentrales Orientierungsinstrument im Umgang mit Medienangeboten. Während im Englischen „Genre“ jede Art der Unterscheidung einschließt, bezieht sich der Begriff im Deutschen primär auf inhaltliche Abgrenzungen. Epik, Lyrik und Dramatik beispielsweise gelten in Deutschland als „Gattungen“, Kriminalroman und Western dagegen als „Genres“. In den USA werden allerdings Epik, Lyrik und Dramatik ebenfalls als „Genres“ bezeichnet. „Genrekompetenz“ beinhaltet beide Aspekte, formale wie inhaltliche Unterscheidungen, also auch „Gattungskompetenz“.

Der Erwerb von Genrekompetenz beginnt mit den ersten Mediennutzungserfahrungen eines Kindes und begleitet aus zwei Gründen kontinuierlich unseren Medienalltag. Erstens weil jede Mediennutzung nicht nur eine Anwendung unserer bislang erworbenen Genrekompetenz bedeutet, sondern auch deren Überprüfung – Passen unsere Genrevorstellungen zu dem aktuell genutzten Produkt? Falls

nicht, haben wir es falsch zugeordnet oder haben sich Genrekonventionen verändert? Dies kann durchaus der Fall sein, denn zweitens unterliegen mediale Genres ständigem Wandel. Sie können sich im Kern verändern, neue Varianten ausbilden oder sich mit anderen Genres vermischen. Varianten und Genremischungen können auch zur Entstehung neuer Genres oder Subgenres führen, wozu gelegentlich sogar ein einziges besonders erfolgreiches Medienprodukt ausreicht. So verband die Fernsehserie *Akte X* Bausteine der Genres „Krimi“, „Spionage“, „Fantasy“ und „Science-Fiction“ – und schuf damit gleichzeitig ein neues, nämlich „Mystery“.

Als Konsequenz kann jede Mediennutzung noch ein weiteres Element enthalten: Genrewissen wird dabei angewandt und überprüft und möglicherweise erweitert oder verändert – dann findet zusätzlich ein Lernprozess statt. Solche Lernprozesse sind sowohl für Kinder wichtig, die sich gerade erst in die nach Genres organisierte Welt der Medienangebote hineinfinden, als auch für Erwachsene, denn je höher das Genrewissen und damit die Genrekompetenz ist, desto größer sind auch die Chancen auf ein positives Mediennutzungserlebnis. Je mehr wir über ein Medienangebot wissen, desto mehr können wir mit ihm anfangen. Und der dafür erforderliche Lernprozess ist vor allem ein *Learning by Doing*.

Wer kompetent mit Genres umgeht, stellt Differenzen und Ähnlichkeiten fest, grenzt ab und ordnet zu. Je nach Art des Medienangebots sind diese Aufgaben manchmal leichter zu bewältigen und manchmal schwieriger. Mal genügt vor dem Horizont der eigenen Mediennutzungserwartungen eine geringere Genrekompetenz (etwa dem Musikhörer, der alte

deutsche Schlager sucht und dem alles andere nur als Lärm erscheint), mal wird hohe Genrekompetenz verlangt (etwa beim Heavy-Metal-Fan, der ausschließlich Death Metal mag). Der heutige Bestand an Fernsehgenres ist umfangreich, stetem Wandel unterworfen und dadurch gekennzeichnet, dass er neben vielen leicht erlernbaren Unterscheidungen auch äußerst komplizierte aufweist – und das nicht nur bei der Unterscheidung nachgeordneter Subgenres, sondern auch bei grundsätzlichen Programmsortierungen. Während die Fähigkeit, hoch spezialisierte Subgenres auseinanderhalten zu können, lediglich für Zuschauer mit ganz besonderen Interessen relevant ist, betreffen elementare Differenzierungen die gesamte Zuschauerschaft.

Prototypisch für relativ unproblematische Zuordnungen ist der Grundbestand fiktionaler Genres, der in seinen wesentlichen Kennzeichen weitgehend unverändert von der Literaturgeschichte über die Filmgeschichte bis zur Fernsehgeschichte tradiert worden ist und meist anhand leicht erkennbarer Eigenheiten von Setting, Charakteren oder Handlung identifiziert werden kann. So spielt ein „Western“ beispielsweise in der Regel in US-amerikanischer Vergangenheit, „Science-Fiction“ dagegen meist in einer ortsungebundenen Zukunft; in einem „Melodram“ geht es um eine Liebesgeschichte, in einem „Krimi“ um die Aufklärung eines Verbrechens durch eine ermittelnde Figur. Auch die heute vielfach auftretenden Genremischungen verlangen nur in Ausnahmefällen hohe Genrekompetenz, da die jeweils verwendeten Genrebausteine meist – im wörtlichen Sinn – leicht ersichtlich sind.

Im nonfiktionalen Programmbereich lassen sich ebenfalls zahlreiche Beispiele für relativ

geringe Anforderungen bei der Genrezuordnung finden, etwa bei „Nachrichtensendungen“ (aktuelle Berichterstattung mit Sprecher), „Magazinen“ (Wechsel von Beiträgen und Beitragsformen, über die weitere Subgenre-Zuordnung entscheidet der thematische Schwerpunkt), „Talkshows“ (Menschen reden) oder „Gameshows“ (Menschen spielen).

Sehr hohe Genrekompetenz muss dagegen oft einsetzen, wer heute die grundlegende Unterscheidung fiktional/nonfiktional vornehmen will. Diese Unterscheidung galt lange Zeit als ebenso elementar wie einfach – fiktionale Medienangebote erzählen erfundene Geschichten, nonfiktionale dokumentieren Realität – und sei es die mediale Realität einer Gameshow, in der Kandidaten tatsächlich etwas gewinnen können. Im Mittelpunkt der aktuellen Entwicklung der Genres des Fernsehens stehen vor allem Mischformen, die Elemente des Fiktionalen und des Nonfiktionalen kombinieren. Ausgehend vom „Reality-TV“ der frühen 1990er-Jahre über beispielsweise „Doku-soaps“ und „Gerichtsshows“ bis zu heutiger „Scripted Reality“, verbinden viele Formate „Reales“ und „Erfundenes“ auf eine kaum zu durchschauende Weise.

Dr. phil. habil.
Gerd Hallenberger forscht als freiberuflicher Medienwissenschaftler über Fernsehunterhaltung, allgemeine Medienentwicklung und Populärkultur. Er lehrt an verschiedenen Universitäten und ist Mitglied des Kuratoriums der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF).



Tina Weber

Todschick

Darstellungsodes von Toten in TV-Serien des 21. Jahrhunderts

Das Fernsehen spielt eine zentrale Rolle in der Darstellung von Toten. Wo sonst können wir heute schon Tote sehen? Die Möglichkeiten beschränken sich auf Institutionen wie Krankenhäuser und Bestattungsinstitute und sind für Individuen zumeist mit Trauer verbunden. Für die neugierig interessierte Öffentlichkeit sind die einzigen visuellen Informationsquellen das Fernsehen und vielleicht noch die Körperweltenausstellungen. Die schnelle Verfügbar-

keit von Darstellungen von Toten im Fernsehen ist jedoch nahezu unbegrenzt. Jeden Tag zur Hauptsendezeit werden Millionen von Zuschauern mit den unterschiedlichsten Darstellungsformen von Toten konfrontiert. Es lässt sich vermuten, dass sich dadurch letztlich auch die gesellschaftlichen Vorstellungen über die Leiche formen. Diesem Phänomen ging die Untersuchung nach, auf der folgender Beitrag beruht.



Autopsie



Untersuchungsgegenstand sind die spezifischen Darstellungscodes von Toten in populären amerikanischen TV-Serien des 21. Jahrhunderts. Im Anschluss an Jay Ruby (1999) oder Philippe Ariès (1984) zu Totendarstellungen in Fotografien und Malereien in den vergangenen Jahrhunderten ermöglicht die vorliegende Analyse von Totendarstellungen, die gegenwärtigen medialen Ideale von Tod und toten Körpern zu beleuchten.

Zu Beginn der Untersuchung wurde die These aufgestellt, dass die neuen TV-Serien die bisherigen Normen der Totendarstellungen verändern und gleichzeitig die Realität des Todes ausgrenzen. Um diese These zu erhärten, wurde die kulturelle Signifikanz der Verbindung von Bild und Tod anhand einer historischen Analyse von Totenbildern hervorgehoben. In den Untersuchungen von Ariès stellte sich nämlich heraus, dass es über die vergangenen Jahrhunderte ein zyklisches Aufkommen und Abebben spezifischer Darstellungen gibt. Die Zyklen bewegen sich zwischen expliziten Darstellungen toter Körper – wie beispielsweise der verwesende Transi von Ligier Richier – und eher diffusen impliziten bildlichen Andeutungen des Todes – beispielsweise in Vanitas-Darstellungen wie Gemälde von der Sanduhr oder der Sense – vor und zurück, sodass der Eindruck entsteht, zu drastische Darstellungen seien immer wieder gewünscht, aber auch gleichzeitig gefürchtet worden (vgl. Ariès 1984).

Der historische Bilderdiskurs wurde anschließend mit den neuen audiovisuellen Darstellungen in amerikanischen TV-Serien von 1950 bis 2000 kontrastiert: Die zunächst noch vergleichsweise schwachen Totendarstellungen weichen ab dem Jahr 2000 neuen Darstellungsformen. Eine neue Gestaltungsweise mit verfeinerten Darstellungscodes von Toten und einem pathologischen Kontext kündigte sich mit der TV-Serie *Quincy* an.¹

Bild- und Filmanalyse

TV-Serien können auf unterschiedlichste Weise den Leichnam darstellen; alle Darstellungsmöglichkeiten zusammen genommen ergeben den jeweiligen Bilderdiskurs in den TV-Medien. Dieser Bilderdiskurs wurde anhand typischer Leichendarstellungen in jeder TV-Serie verdeutlicht, um Darstellungsformen zu vergleichen und in Kategorien einzuordnen. Der Vergleich ergab folgende Kategorien:

1. Authentische Repräsentationen,
2. traditionelle Repräsentationen,
3. moderne Repräsentationen,
4. Stilbruch-Repräsentationen.

Die Analyse des Diskurses erstellte daher nicht nur einen Überblick über alle neuen TV-Serien mit Totendarstellungen, sondern zeigte auch, welche Formen von Leichen wann und wo dargestellt werden können. Darüber hinaus verwies die Analyse der Leichendarstellungen auf die Zunahme bestimmter Darstellungstendenzen wie Ästhetisierung, Zivilisierung, Subjektivierung, Objektivierung und Anwendung von Gewalt.

In der anschließenden Filmanalyse, die sich mit „ekelerregenden Autopsien“ in der Pathologie beschäftigte, wurden Darstellungscodes eines Autopsie-Dokumentarfilms und eines TV-Serienausschnitts miteinander verglichen. Die Ergebnisse dieser Analyse zeigten, dass massiv ästhetisierende Medientechniken eingesetzt wurden, die beispielsweise die Toten als ekelerregende, nicht aber als abstoßende Objekte inszenierten. Typische Todeszeichen eines Verstorbenen aus der Dokumentation wurden beispielsweise nicht in der fiktionalen Serie aufgegriffen, sondern durch neue, künstliche und vermeintlich „ekelerregende“ Zeichen ersetzt. Diese neuen Repräsentationscodes generierten einen typischen „TV-Toten“, der vom Publikum als solcher erkannt und vor allem in seiner Darstellungsweise akzeptiert werden kann.

Anmerkung:

¹ Das Forschungsmaterial, das sich nur durch den kommerziellen Erwerb einschränkte, bestand aus den populären TV-Serien *Six Feet Under*, *CSI Las Vegas*, *Crossing Jordan*, *Bones*, *Castle*, *NCIS*, *Dead Like Me*, *Pushing Daisies*, *Heroes*, *Dexter*, *Tru Calling*, *Dr. G*, *Autopsy*, *North Mission Road* und *Family Plots*.



Crossing Jordan



Im nächsten Schritt wurde spezifiziert, was nicht gezeigt wurde und warum. Unter Zuhilfenahme soziokultureller Theorien zum Tabu wurden zunächst generelle Darstellungseinschränkungen und spezifische, den Tod betreffende Einstellungen unterschieden. Folglich wurde argumentiert, dass es spezifische Beschränkungen für Totendarstellungen gibt, die von den generellen Darstellungseinschränkungen wie ethnische Zugehörigkeit, Alter und Geschlecht unterschieden werden können. Die generelle Darstellungsbeschränkung konnte dann in der statistischen Dominanz junger weißer Männer ausgemacht werden. Die spezifischeren – den Tod betreffenden – Beschränkungen wurden durch sterile, unbeweglich liegende Personen porträtiert, deren kontextuelle Darstellungscodes aber auf Tote und nicht auf Schlafende verwiesen. Der klassisch westliche Darstellungstypus des unbeweglich Ruhenden/Schlafenden wurde nur für komödiantische Szenen als Tabubruch inszeniert.

Im letzten Abschnitt der Untersuchung wurde der Produktionskontext des bildlichen Diskurses fokussiert. In Interviews mit amerikanischen Pathologen aus der Dokumentation und den Produzenten der TV-Serien offenbarte sich, dass nicht nur diese selbst und die FCC (Federal Communications Commission), sondern vor allem auch das Publikum die Toten in ihrer Darstellungsweise und damit den bildlichen Diskurs wesentlich beeinflussen.

Diskussion der Ergebnisse

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die wenigsten Menschen in unserer westlichen Gesellschaft einen Verstorbenen tatsächlich gesehen haben und trotzdem eine große Mehrheit eine Vorstellung über tote Körper hat, die sich aus medialen Bildern speist. Es gibt eine Fülle an Arbeiten über die mediale Darstellung von lebenden Körpern, insbesondere über Wirkungen der Darstellungen auf Rezipienten. Wie können gegenwärtige mediale Körperbilder in Bezug auf Totendarstellungen charakterisiert werden? Körperbilder verändern sich mit

der Zeit. Schauspieler passen sich den ändernden Strömungen an und so verändern sich auch die medialen Toten und damit die Vorstellung von Toten, die unsere Gesellschaft durch das Fernsehen erhält.

Mike Featherstone (1991) behauptet, dass die Konsumkultur das Individuum dazu drängt, gegen physischen Verfall zu kämpfen, und betont, dass der Körper jugendlich, gesund und schön ansehbar sein sollte. In den untersuchten amerikanischen TV-Serien konnten Merkmale ausgemacht werden, die sowohl bei lebenden als auch bei toten Figuren nicht gezeigt wurden. Diese Merkmale beinhalteten Zeichen des Alters (wie Falten), Zeichen von fehlender Pflege bzw. Hygiene (wie Körperbehaarung oder nicht normierte Kopfbehaarung), unregelmäßige Haut (Altersflecken, Pickel, Warzen), aber auch körperliche Defizite/Behinderungen, Unordnung oder Schmutz.

Es scheint, als ob die soziale Kontrolle über das Aussehen des Körpers den medialen Tod überlebt. Nicht nur der lebende, sondern auch der tote Körper hat sich den sozialen Regulierungen der gegenwärtigen Körperkultur zu verpflichten und den jugendlichen, gesunden und schönen Körnernormen anzupassen. Es können also keine Unterschiede zwischen den Toten und den Lebenden im Hinblick auf ihre Körper festgestellt werden – außer den tödlichen Wunden und Autopsienarben, die den eigentlichen Status des Körpers vermitteln. Der tote Körper spiegelt den zivilisierten lebenden Körper mit all seinen Darstellungstabus.

Diese Darstellungscodes vermitteln die neue Ästhetik des Toten. Seit der Romantik hat sich die Beziehung zwischen Kunst und Verschönerung dramatisch verändert. Das Ideal des Schönen wurde weniger wichtig innerhalb der Kunst, während nicht schöne, ja hässliche Stimuli eingesetzt wurden, um die eigentlichen Interessen der Kunst für das Neue und das Ausloten von Grenzen zu unterstreichen. Diese neue Kunst ist immer noch schön, macht aber Anleihen aus dem Interessanten, Grotesken und Abstoßenden. Das Gleiche gilt für die Darstellungen der Toten. Die neuen Darstellungscodes folgen



Crossing Jordan



der Logik der Kunst, kombinieren Schönheit mit Ekel und erschaffen den Topos des „ästhetischen Toten“. Das sind zum einen die schönen Toten mit hässlichen Wunden oder die nicht mehr identifizierbaren Toten, die als verwesene Haufen aus Haut und Knochen sowie farbenfroh – nass glitzernde Organe in einer hochstilisierten blau schimmernden Hightechpathologie – ausgestellt werden. Hier wird das Objekt des Ekels in einem ästhetischen Kontext eingeschlossen und so inszeniert, dass es, wenn nicht schön, dann aber mindestens doch interessant aussieht. Solche Bilder und die korrespondierenden und nicht zu unterschätzenden künstlichen Geräusche lassen sich nicht im Dokumentarfilm wiederfinden. Diese ästhetisch inszenierten Überschreitungen zeigen deutlich das Paradox des medialen Toten. Bestimmte Merkmale des Toten werden ausgetauscht. Der ideale Tote stellt Projektionsflächen für den Zuschauer bereit und versteckt gleichzeitig die vielen unterschiedlichen Realitäten des Toten.

Das heißt, es können verstümmelte Körper gezeigt werden, aber beispielsweise niemals ältere, kaum bedeckte weibliche Leichen wie im Dokumentarfilm. Alter und Tod, Krankheit und Tod, Unordnung und Tod sind Verbindungen, die dem Zuschauer nicht zugemutet werden wollen. Die schlaff herabhängenden und unkontrollierten Glieder, die deformierten oder verzerrten Gesichter, Bewegungen, die die Assoziation mit bloßen Fleischmassen provozieren könnten, werden genauso vermieden wie die Inszenierung natürlicher biologischer Prozesse wie dem Auslaufen von körperlichen Flüssigkeiten.

Fazit

Die neuen TV-Serien zeigen tote Körper, die dem typischen medialen Körperbild entsprechen, nämlich sauber, gesund und normiert. Da jedoch stereotype Schönheit immer die Gefahr der Übersättigung und Abnutzung durch Monotonie birgt, werden neue gegensätzliche Stimuli eingefügt. Der Ekel wird so dosiert und im Schönen aufgefangen, dass er erträglich bleibt und sich das

Publikum nicht abwendet. Diese neuen Darstellungscodes generieren einen neuen Topos von Totendarstellungen, nämlich die „ästhetischen Toten“, aber auch „ästhetisch Totes“.

Zu Beginn der Untersuchung wurde die These aufgestellt, dass die neuen TV-Serien die gegenwärtigen Normen der Totendarstellungen verändern und gleichzeitig die Realität des Todes ausgrenzen. Zeigen die neuen Bilder von Toten auch tatsächlich den Tod? Oder ist es eher so, wie Hans Belting vermutet, dass die neue Sichtbarkeit des Todes nur seine alte Unsichtbarkeit vollendet (vgl. Macho/Marek 2006)? Belting argumentiert, dass die neue Sichtbarkeit der Toten nicht mit der Sichtbarkeit des Todes verwechselt werden sollte. In Wirklichkeit ersetzen wir die Bilder, die wir nicht ertragen, durch Bilder, die wir aushalten. Wenn Belting recht hat, dann bedeutet das, dass wir uns wieder in einer Phase der Verleugnung befinden: Die gegenwärtige Gesellschaft verleugnet ihre alte Verleugnung. Sie institutionalisiert, medikalisiert und privatisiert den Tod nicht mehr, sondern zeigt „schöne, mindestens aber interessante Tote“ jeden Abend zur Hauptsendezeit. Mit dem Einzug einer neuen Sichtbarkeit von Toten in den Medien verbreiten sich somit Totendarstellungen unter neuen ästhetischen Vorzeichen des Zeigbaren.

Literatur:

Ariès, P.:
Bilder zur Geschichte des Todes. München/Wien 1984

Belting, H.:
Bild und Tod. Verkörperung in den frühen Kulturen. In: H. Belting (Hrsg.): *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft.* München 2000

Belting, H./Macho, T.:
Die neue Sichtbarkeit des Todes. In: T. Macho/K. Marek (Hrsg.): *Die neue Sichtbarkeit des Todes.* München 2007, S. 235 – 260

Featherstone, M.:
The Body in Consumer Culture. In: M. Featherstone/M. Hepworth/B. S. Turner (Hrsg.): *The Body: social process and cultural theory.* London 1991

Ruby, J.:
Secure the Shadow: Death and Photography in America. Cambridge 1999

Dr. Tina Weber promovierte zum Thema „Mediale Totendarstellungen im 21. Jahrhundert“ und ist wissenschaftliche Mitarbeiterin beim Projekt der Volkswagenstiftung „Tod und toter Körper. Zur Veränderung des Umgangs mit dem Tod in der gegenwärtigen Gesellschaft“.



Bones



CSI Las Vegas



Peter Kleinrath

Quality through Death

Eine absurde Lesart von *Six Feet Under*

Six Feet Under (SFU) ist eine US-amerikanische „drama-television“-Serie, die von Oscar-Preisträger Alan Ball (*American Beauty*, *True Blood*) zwischen 2001 und 2005 im Auftrag des Pay-TV-Senders HBO produziert und teil-

weise auch geschrieben wurde. Dieser Artikel beschäftigt sich mit existenzialistischen, teilweise absurden Ideen, die dieser Serie zugrunde liegen.

SIX FEET UNDER



Gestorben wird immer!

Im Jahr 2001 verwöhnt der Pay-TV-Sender HBO, vor allem jedoch Ball und sein Team, die Fernsehlandschaft des neuen Jahrtausends mit Qualitätsfernsehen, das so dermaßen anders und wachrüttelnd ist, wie es im Serienpool bis dato eher ungewöhnlich war. 2001 ist das Jahr, in dem uns die Serie um das Bestattungsunternehmen Fisher & Sons einen alternativen Zugang zu zwei großen Themen – Leben und Tod – vor Augen führt.

Wir versuchen seit jeher die Brutalität des Todes abzuschwächen, um ihn so kontrollierbarer zu machen (vgl. Mischke 1996, S. 1). In der gegenwärtigen zeit- und raumlosen Welt begegnet uns der Tod zwar überall, wird jedoch permanent in einer Sphäre der Unsichtbarkeit konserviert. Er bedroht uns als Individuen permanent, was ihn unheimlich und angsteinflößend macht (vgl. ebd., S. 3). Bereits in den 1970er-Jahren kritisieren Autoren wie Philippe Ariès (1980) und Jean Baudrillard (1982) die Tatsache, dass wir in einer Kultur leben, die den Tod als Phänomen betrachtet, das ausschließlich durch Exklusion oder Verniedlichung in den Griff zu bekommen ist. Die mediale (Re)Präsentation des Todes ist das beste Beispiel für derartige Exklusionsverfahren.

Six Feet Under (SFU) bricht mit dieser Tradition und zeigt die Allgegenwärtigkeit des Todes. Die Serie bringt den seriellen Tod auf eine völlig neue Ebene. Jede Episode beginnt mit mindestens einem Todesfall, der in Form eines Kurzfilms im Film (bzw. in der Serie) dargestellt wird. Tod, Verlust, Trauer und Trauerarbeit sind omnipräsent, da im Umfeld eines Bestattungsunternehmens immer gestorben wird, wie bereits HBOs Motto für die Serie – „gestorben wird immer“ – verdeutlicht. Des Weiteren werden wir in *SFU* mit Charakteren konfrontiert, die im Rahmen des Serienverlaufs sterben, um dann wieder in den Fantasien der lebenden Hauptcharaktere aufzutauchen – selbstreflexive Intertextualität par excellence.

Das Existenziellste aller Themen und Quality-TV 2.0

Das Besondere an *Six Feet Under* ist, dass der Tod hier als Teil des Lebens gezeigt wird. Als etwas, das wir alle *durchleben* müssen. Im Angesicht des Todes zu leben, sich der Vergänglichkeit bewusst zu sein und trotzdem daraus zu schöpfen,

darum dreht es sich in *SFU*, weshalb dieser US-Drama-Export primär als Serie über das Leben gelesen werden kann. Es geht hier nicht *nur* um das Leben in einem Bestattungsunternehmen, sondern um die Leben der Hauptcharaktere – die Identitätssuche der Familie Fisher.

Quality-TV 2.0? In *Television's Second Golden Age* präsentiert Robert J. Thompson (1996) sein Profil für das Quality-TV-Super-Genre, welches als eine Art Paradigma zu verstehen ist, das der Zuordnung von Serien zu diesem Bereich dienen soll. Eine wichtige Aktualisierung seines Quality-TV-Profiles legt Thompson (2007) selbst nahe, da die von ihm erwähnten zwölf Charakteristika Serien des Super-Genres zwar immer noch treffend beschreiben, mittlerweile jedoch auf zu viele Serien und Shows bezogen werden können, die mit Qualitätsfernsehen nichts zu tun haben oder sogar nichts zu tun haben möchten. Thompson zufolge müssen Quality-TV-Shows heute noch weiter gehen, noch mehr Regeln brechen und sich noch stärker vom *regulären* Fernsehen abgrenzen (vgl. Thompson 2007, S. xx).

Six Feet Under erfüllt Thompsons Anforderungen auf Qualität im TV, geht jedoch diesen entscheidenden Schritt weiter. Ein wichtiger Begriff in diesem Zusammenhang ist jener der Identität. Bereits Freud weist der Identität dynamische und konstruktivistische Züge zu, indem er zeigt, dass es sich hier um keine vorbestimmte Gegebenheit handelt. Vielmehr muss sie sich in der alltäglichen Praxis ständig neu konstituieren (vgl. Kaufmann 2005, S. 27f.). Identität muss ständig neu hergestellt werden. Da sich bei den Fishers alles um den Leben-und-Tod-Dualismus dreht, ist eine prozesshafte, fortlaufende Identitätssuche bei den Hauptcharakteren praktisch vorprogrammiert. Die Familienmitglieder und andere Hauptcharaktere sind ständig auf der Suche nach einer stabilen Identität – ein Zustand, der kaum zu erreichen ist, wie uns spätestens Diskussionen um die postmoderne Lebenssituation gezeigt haben und immer deutlicher zeigen. Zygmunt Bauman beschäftigt sich mit den Gefahren und Möglichkeiten, die der postmodernen Situation inhärent sind. Vor allem betont er das ambivalente Zubehör des postmodernen Lebens, das sich sowohl zu Hürden als auch zu Sprungbrettern entwickeln kann (vgl. Bauman 2007, S. 20f.). Genau mit diesen Hürden und Sprungbrettern spielt *Six Feet Under*.

Eine absurde Lesart oder das Existenzphilosophische an *Six Feet Under*

Anhand des Charakters von Nathaniel „Nate“ Fisher Jr. soll nun die *absurde* Grundidee hinter *Six Feet Under* erörtert werden, die keine geringe Rolle dabei spielt, dass wir es hier mit einer Qualitätsfernsehserie der neuen Generation zu tun haben.

In der Pilotfolge zur ersten Staffel (Staffel 1/ Episode 1) lernen wir einen Nate kennen, der gerade von Seattle nach Los Angeles gereist ist, um mit seiner Familie gemeinsam Weihnachten zu feiern. Es kommt jedoch anders als erwartet. Sein Vater, Nathaniel Fisher Sr., ist bei einem Autounfall ums Leben gekommen, was die Weihnachtsfeier zu einer Trauerfeier macht. Bezeichnend ist dabei folgender Dialog zwischen Nate und seiner Schwester Claire im Rahmen der Verabschiedungsfeier des Vaters im familieneigenen Trauersaal.

Nate:

Sorry, but you're not the only one who wasn't prepared for this. I came home expecting to sleep late and chow down on Mom's cooking for six days. And now I find myself feeling like I'm not even a part of this family.

Claire:

Well, I'd trade places with you in a heartbeat. What? At least you got out of here.

Nate:

I live in a shitty apartment, which was supposed to be temporary. I work at a job, which was also supposed to be temporary until I figured out what I really wanted to do with my life, which apparently is nothing. I have lots of sex, but I haven't had a relationship last more than a couple of months. I don't even have the self-discipline to floss daily. I've had four root canals. Four. I am 35 and I've had four root canals. I'm gonna be one of those losers who ends up on his deathbed saying „where did my life go?“

Claire:

No, you won't. You'll be saying „where the hell's the morphine?“ I'm just trying to cheer you up.

Nate:

I've spent my whole fucking life being cheerful [...].

Bereits anhand dieser Stelle lassen sich gewisse Parallelen zwischen *Six Feet Under* und der Idee des Absurden, wie wir sie etwa bei Albert Camus finden, erahnen. Nate beschreibt hier etwas, was Camus als mechanisches Leben bezeichnet. Dieses mechanische Leben kann zu einem gewissen Überdruß führen, den Camus durchaus positiv interpretiert, weil erst durch dieses Bewusstsein etwas an Wert gewinnen kann. Camus geht hier noch einen Schritt weiter und nennt die beiden Möglichkeiten – Selbstmord oder Wiedereingliederung in die Kette – als mögliche Folgen dieses Prozesses. Am Ende sieht Camus nicht den Selbstmord als Lösung des menschlichen Dilemmas, sondern betont ein Leben, das trotz oder gerade wegen des Bewusstseins des Absurden *lebenswert* ist. Dem Absurden zum Trotz zu leben und dies zu genießen, das könnte Camus' Botschaft an seine Leser sein. Für ihn ist die Sorge als Schlüssel zum Universum des Absurden zu verstehen (vgl. Camus 2009, S. 23). Nate sorgt sich durch die Gegenwart des Todes seines Vaters darum, wie sein Leben wohl weitergehen wird. Der Tod bringt ihn sozusagen dazu, über sein eigenes Leben zu reflektieren – eine gängige Botschaft, die *SFU* seinen Lesern gerne zukommen lässt. Nate kann hier durchaus als repräsentative Parodiefigur für das Gelesene werden, was Camus als absurden Menschen (vgl. ebd., S. 87) bezeichnet. Der absurde Mensch ist sich seiner Grenzen, seiner Freiheit auf Zeit, seiner Auflehnung ohne Zukunft und seines vergänglichen Bewusstseins bewusst, handelt jedoch trotzdem (vgl. ebd., S. 89).

Vergleichen wir Nate mit Camus' Sisyphos, der *absurden* Figur schlechthin. Seine Leidenschaften und seine niemals aufhörende Qual machen ihn zu dieser Figur, wobei Camus vor allem die Augenblicke des Aufatmens, jene Momente, in denen Sisyphos stärker ist als der Felsblock, interessieren (vgl. ebd., S. 156f.). In *Six Feet Under* werden immer wieder Nates Hobbys thematisiert. So geht er beispielsweise regelmäßig joggen, um sich selbst beweisen zu können, dass er stärker ist als die Konventionen des Lebens. Gegen Ende der ersten Staffel muss sich Nate damit auseinandersetzen, an einer lebensbedrohlichen Fehlbildung der Blutgefäße im Gehirn zu leiden. Dies beschäftigt den *neugeborenen* Leichenbestatter, der seit seiner frühen Kindheit eine immense Todesangst verspürt, zusehends, lässt ihn in weiterer Folge den Laufsport noch stärker ins Zentrum seines Lebens rücken, um sich selbst beweisen zu können, stärker als

der Tod zu sein. In der Episode *In the Game* (Staffel 2/Episode 1) sieht Nate seinen Vater Nathaniel, der gerade mit dem Leben und dem Tod am Spieltisch sitzt und pokert. Diese Traumsequenz zeigt Leben und Tod, verkörpert durch *reale* Personen. Nathaniel macht seinem Sohn klar, dass er sich bereits mitten in diesem Spiel befindet und es kein Entkommen gibt. Auf ähnliche Weise dreht sich bei Camus' Philosophie alles um dieses unmenschliche Spiel, bei dem wir alle als Zuschauer und Spieler gleichzeitig tätig sind, jenes, bei dem sich das Absurde, die Hoffnung und der Tod Rede und Gegenrede stehen (vgl. ebd., S. 17 ff.). Eine immer wiederkehrende Metapher in Camus' Philosophie ist das Bild der Mauern, die den Menschen umgeben. Für ihn und viele existenzialistische Denker vor ihm ist nichts klar, sondern alles Chaos. Das Einzige, was der Mensch sehen kann, sind diese eingrenzenden Mauern (vgl. ebd., S. 40). Allerdings interpretiert Camus die Mauern als absurd, weil sich der Mensch ohne sein Zutun in dieser prekären Situation befindet (vgl. Pieper 1994, S. 3 f.). Für ihn existieren drei Figuren des menschlichen Dramas: das Irrationale, die Sehnsucht des Menschen und das sich daraus ergebende Absurde (vgl. Camus 2009, S. 40 f.). Letzteres „entsteht aus diesem Zusammenstoß zwischen dem Ruf des Menschen und dem vernunftlosen Schweigen der Welt“ (ebd., S. 41). Trotzdem ist das Leben keineswegs als hoffnungslos zu verstehen. Weder Camus noch *Six Feet Under* wollen diese Botschaft senden. Ganz im Gegenteil.

Zu Beginn von *Perfect Circles* (Staffel 3/Episode 1) wird ein Nate Fisher gezeigt, der sich gerade mitten in einer lebensentscheidenden Gehirnoperation befindet und sich in einer Vision wiederfindet, die ihm sein Hier und Jetzt zeigt, ihm jedoch auch viele mögliche Verläufe seines zukünftigen Lebens offenlegt. Hier sieht Nate, wie viele Möglichkeiten ihm offenstehen und wie kostbar das Leben eigentlich ist.

Warum nun Quality-TV 2.0?

Glück ist vergänglich. Unser irdisches Dasein ist durch die Sterblichkeit geprägt. Trotzdem oder gerade aus diesem Grund ist eine Wertschätzung des Lebens, des Hier und Jetzt und der Glücksmomente wichtig. Genau davon berichtet *Six Feet Under*. Nates erwachender Ausspruch „where did my life go“ macht dies bereits zu Beginn der ersten Staffel klar. Der Tod kann zwar als *absurdes* Ende oder Highlight eines *absurden*

Lebens gelesen werden. Trotzdem kann und muss man das Beste aus der Zeit herausholen, die einem gegeben wird.

Six Feet Under bringt die Existenzangst auf den Fernsehschirm, erteilt Unterricht in Lebensfragen und konfrontiert uns gewissermaßen mit uns selbst und unserer Identität. Ich finde, diese Tatsachen legen es nahe, hier von einer neuen Ära von Qualitätsfernsehen zu sprechen: Quality-TV 2.0.

Literatur:

- Ariès, P.:**
Geschichte des Todes.
München/Wien 1980
- Baudrillard, J.:**
Der symbolische Tausch und der Tod. München 1982
- Bauman, Z.:**
Flaneure, Spieler und Touristen: Essays zu postmodernen Lebensformen. Hamburg 2007
- Camus, A.:**
Der Mythos des Sisyphos. Reinbek bei Hamburg 2009
- Kaufmann, J.-C.:**
Die Erfindung des Ich. Eine Theorie der Identität. Konstanz 2005
- Mischke, M.:**
Der Umgang mit dem Tod. Vom Wandel in der abendländischen Geschichte. Berlin 1996
- Pieper, A.:**
Camus' Verständnis des Absurden in Der Mythos von Sisyphos. In: A. Pieper: Die Gegenwart des Absurden: Studien zu Albert Camus. Tübingen/Basel 1994, S. 1–15
- Thompson, R. J.:**
Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER. New York 1996
- Thompson, R. J.:**
Preface. In: J. McCabe/ K. Akass: *Quality TV: Contemporary American Television and beyond.* London/New York 2007, S. xvii–xx

Peter Kleinrath studierte Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt. Seine Forschungsschwerpunkte sind Film- und Fernsehanalyse sowie Cultural Studies. Derzeit arbeitet er an seinem Dissertationsprojekt über Quality-TV und *Six Feet Under*.



Literatur

Inhalt:

- Anja Hartung/Bernd Schorb/Daniela Küllertz/
Wolfgang Reißmann: **92**
Alter(n) und Medien. Theoretische und empirische Annäherungen an ein Forschungs- und Praxisfeld
Bernd Schorb/Anja Hartung/Wolfgang Reißmann (Hrsg.):
Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis
Lothar Mikos
- Marcus S. Kleiner (Hrsg.): **94**
Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik
Hans-Dieter Kübler
- Eva Baumann: **95**
Die Symptomatik des Medienhandelns. Zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens
Barbara Weinert
- Michael Grisko (Hrsg.): **96**
Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens
Lothar Mikos
- Kurzbesprechungen 97**
Tilman P. Gangloff
- Helga Theunert (Hrsg.): **98**
Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien
Claudia Töpfer
- Ullrich Dittler/Michael Hoyer (Hrsg.): **99**
Zwischen Kompetenzerwerb und Mediensucht. Chancen und Gefahren des Aufwachsens in digitalen Erlebniswelten aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Sicht
Klaus-Dieter Felsmann
- Bardo Herzig/Dorothee M. Meister/Heinz Moser/
Horst Niesyto (Hrsg.): **100**
Jahrbuch Medienpädagogik 8. Medienkompetenz und Web 2.0
Claudia Töpfer

Medien und ältere Menschen

Der demografische Wandel ist in aller Munde, auch wenn er immer wieder einmal von aktuellen politischen Entwicklungen verdrängt wird. Die Alterspyramide der Gesellschaft verändert sich, der Anteil älterer und alter Menschen an der Gesamtbevölkerung nimmt rapide zu. Zugleich ist die technische und technologische Entwicklung im Medienbereich von einer großen Dynamik gekennzeichnet. Daher entsteht einerseits die Befürchtung, dass ältere Menschen von den Neuerungen im Medienbereich abgekoppelt werden. Andererseits zeigen die Studien zur Nutzung des Internets, dass hier bei den älteren Menschen die größten Zuwachsraten zu verzeichnen sind. Die Thüringer Landesmedienanstalt (TLM) gab daher ein Forschungsprojekt zum Thema „Alter und Medien“ in Auftrag. Die Ergebnisse der Studie sind im ersten der genannten Bände dargestellt. Die Forschungsgruppe um den Leipziger Medienpädagogen Bernd Schorb hat zunächst einmal die Lücken in der Forschung identifiziert. Es ging ihnen nicht einfach darum, dass ältere Menschen den Umgang mit neuen Technologien lernen, sondern vielmehr darum, wie sie die Neuen Medien aktiv in ihrem Leben einsetzen können: „Zugleich bedarf es jedoch auch einer Forschungsperspektive, welche die Potenziale jener Digitalisierung und Vernetzung hinsichtlich neuer Artikulationsfreiräume, neuer Teilhabemöglichkeiten und der Entstehung neuer Subkulturen des Alter(n)s auszuloten vermag“ (S. 62). Um diesem Ziel näher zu kommen, wurden insgesamt 16 Frauen und neun Männer im Alter zwi-

schen 60 und 83 Jahren in qualitativen Interviews befragt. Die zentrale Motivation der älteren Menschen, Medien zu nutzen, liegt im Interesse an Informationen, die ihr näheres Umfeld betreffen, und in der Suche nach Unterhaltung und Abwechslung. Insgesamt konnten die Autoren der Studie sechs Medienhandlungsmuster älterer Menschen ausmachen: 1) Orientierung an Gewohnheiten, 2) auf Expertenwissen bezogene Selektion, 3) intellektuell-ästhetische Selektion, 4) schöpferisch-kreatives Medienhandeln, 5) Medienhandeln, das aus sozialen Bindungen hervorgeht, und 6) die Suche nach Unterhaltung. Damit unterscheiden sie sich nicht wesentlich vom Rest der Bevölkerung. Allerdings zeigt sich, dass sie dem Internet eher skeptisch gegenüberstehen: „Die Bewertungen des Mediums Internet offenbaren jedoch, dass neben den mangelnden Potenzialen für die eigene Lebensführung nicht zuletzt Barrieren und Ängste bestehen, die einer Erkundung der Neuen Medien entgegenstehen“ (S. 75). An diesem Punkt muss nach Auffassung der Autoren entsprechend auch die medienpädagogische Arbeit mit älteren Menschen ansetzen, denn nur, wenn sie einen „manifesten Mehrwert für die eigene Lebensbewältigung“ sehen (S. 81), kann diese Arbeit von Erfolg gekrönt werden. Medienkompetenzvermittlung muss sowohl auf die Komplexität des Medienhandelns als auch auf die Besonderheiten von älteren Menschen eingehen. Dann werden sie in der Lage sein, „sich auch nach dem Ende ihres beruflichen Daseins an öffentlichen Diskursen via Medien aktiv zu beteiligen“ (S. 102). Wichtig ist

den Autoren, dass ältere Menschen nicht einfach nur fit für die digitale Medienwelt gemacht werden, sondern dass „möglichst auch neue Formen des Medienhandelns in Bezug auf Alter(n) entwickelt werden“ (S. 107). Am Beispiel einer Magdeburger Seniorengruppe, mit der zur Teilhabe an Netzgemeinschaften gearbeitet wird, wird das Konzept verdeutlicht.

In dem von Bernd Schorb, Anja Hartung und Wolfgang Reißmann herausgegebenen Band sind neben einer Einführung der Herausgeber insgesamt 29 Beiträge versammelt, die einen interdisziplinären Blick auf den Umgang mit Medien im höheren Lebensalter werfen. Die Beiträge gliedern sich in fünf Bereiche: 1) Ansätze einer alter(n)sbezogenen Medienforschung, 2) Altersbilder und die Darstellung älterer Menschen in den Medien, 3) Medienhandeln im höheren Lebensalter, 4) Einblicke in die internationale Forschung und 5) Medienkompetenz und höheres Lebensalter mit der Darstellung von Praxismodellen. Die Beschäftigung mit dem Thema scheint den Herausgebern notwendig, weil in „Gesellschaften, in denen man von einer relativ großflächigen und viele Lebensbereiche umfassenden Digitalisierung und Vernetzung von Lebensräumen ausgehen muss, Medien für das höhere Alter als kulturelle und biologische Tatsache eine konstitutive Rolle [spielen]. Einerseits konstituieren Medien mit der Darstellung von Seniorität den kulturellen Sinn höheren Alters entscheidend mit. Andererseits bieten insbesondere die ‚Neuen‘ Medien erweiterte Möglichkeiten kultureller und soziopolitischer Teilhabe“ (S. 11).

Hier ist nicht der Platz, um ausführlich auf alle Beiträge einzugehen. Es zeigt sich, dass einige Autoren bewährte Konzepte der Forschung (medienbiografischer Ansatz, Habitus, Gratifikationsforschung, Bildungsforschung) nun im Hinblick auf ältere Menschen erproben. Vielversprechend scheint der Generationsansatz von Burkhard Schäffer, der zwischen Mediengenerationen und Medienkohorten differenziert und in seinem Fazit festhält: „Generationspezifische Medienpraxiskulturen bilden eine wichtige Voraussetzung für Lern- und Aneignungsprozesse auf dem Gebiet der Neuen Medien“ (S. 48). Hans-Dieter Kübler gibt einen instruktiven Überblick über „Medien und Alter als Gegenstand der Medienforschung in Deutschland“. In dem Beitrag von Anja Hartung mit dem schönen Titel „Mit den eigenen Augen sehen“ wird mehr als deutlich, welch große Rolle die biografischen Erfahrungen älterer Menschen bei der Nutzung und Aneignung von Fernsehen spielen. Mehr als bei jüngeren Menschen regt das Fernsehen hier zur Reflexion des eigenen Lebens an. Mit den Möglichkeiten, die sich durch die Einbettung des Fernsehens in eine konvergente Medienwelt ergeben, eröffnen sich hier für Menschen höheren Lebensalters ungeahnte Potenziale. In vier Beiträgen wird dann noch ein Blick über die Grenzen nach Italien, Spanien, Tschechien und in die USA geworfen. Allemaal lesenswert sind die Praxismodelle der Medienkompetenzförderung älterer Menschen, die den Band abschließen.

Mit den beiden Bänden hat die Arbeitsgruppe um Bernd Schorb ein wichtiges neues Forschungsfeld definiert und besetzt, des-

sen Bedeutung mit fortschreitendem demografischem Wandel noch steigen wird. Die Bücher bieten nicht nur einen aktuellen Überblick über die Forschung und medienpädagogische Praxis zum Thema, sondern sie versuchen, das Forschungsfeld auch theoretisch und konzeptionell zu fassen und zu umreißen. Es wird mehr als deutlich, dass sich medienpädagogische Arbeit nicht nur auf Kinder und Jugendliche konzentrieren darf, sondern sich gerade im Zeitalter der Digitalisierung und der Konvergenz der Medien auch um Menschen höheren Lebensalters „kümmern“ muss. Dabei geht es vor allem darum, angesichts der neuen Medienentwicklungen Handlungskompetenzen zu fördern, die eine aktive Teilhabe am kulturellen, sozialen und gesellschaftlichen Leben und den öffentlichen Diskursen ermöglichen. In diesem Sinne können die beiden Bände als wegweisend bezeichnet werden.

Prof. Dr. Lothar Mikos



**Anja Hartung/Bernd Schorb/
Daniela Küllertz/Wolfgang Reißmann:**
Alter(n) und Medien. Theoretische und empirische Annäherungen an ein Forschungs- und Praxisfeld. Berlin 2009: Vistas. 122 Seiten m. Tab., 12,00 Euro



**Bernd Schorb/Anja Hartung/
Wolfgang Reißmann (Hrsg.):**
Medien und höheres Lebensalter.
Theorie – Forschung – Praxis. Wiesbaden 2009: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 414 Seiten m. Abb. u. Tab., 39,90 Euro



Marcus S. Kleiner (Hrsg.):

Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien 2010. 752 Seiten, 49,95 Euro

Sozialwissenschaftliche Medienkritik

Medienkritik – so die (bezweifelbare) Prämisse des zuletzt in Siegen lehrenden Herausgebers und Autors – befindet sich in einer „Dauerkrise“ (S. 18 passim); sie sei wirkungs- und gesellschaftlich bedeutungslos, antiquiert und ohnmächtig. Anhand einer Fülle von wissenschaftlichen und publizistischen Indikatoren, die er in einer umfangreichen, unübersichtlichen Einleitung eindrucksvoll darstellt, will er sein Verdikt belegen (obwohl allein schon die viele Literatur, wozu auch seine eigene Arbeit von 2006 zählt, das gegenteilige Urteil indizieren könnte). Diesem Dilemma will er mit diesem voluminösen Reader abhelfen, mit ausführlichen Einführungen zu jedem Kapitel und mit 37 grundlegenden Originaltexten, die von Karl Marx (1842) bis zu Kleiner selbst (!) (2009) 167 Jahre medienbezogene Diskursgeschichte repräsentieren. Dabei beschränkt sich der Herausgeber „nur“ auf sozialwissenschaftliche Medienkritik, da er Medienkritik als Gesellschaftstheorie und -kritik verstanden wissen will (weshalb etwa psychologische Ansätze außen vor bleiben). Ohne Frage steckt da viel Arbeit drin. Doch so kategorisch er andere Definitionen und Funktionsverständnisse kritisiert, auch ihm gelingt keine konzise Bestimmung des Gegenstands- und Aufgabenfeldes (wie er am Ende der Einleitung einräumen muss): Ist Medienkritik „nur“ kasuistische Produkt- und Phänomenanalyse oder fundamentale Struktur- und Systemkritik (wozu der Autor neigt), um die Extreme zu markieren? Das bleibt offen, obwohl er „eine verbindliche

Ordnung nach Prinzipien“ einfordert (S. 53) und den „inflationären Gebrauch des Begriffs Medienkritik“ (S. 54) beklagt. Andere Reader zur Medienkritik bzw. -analyse, die Kleiner aufführt, sind da konsequenter. In mehrere kategoriale Kapitel teilt er die Originaltexte ein, über deren Auswahl man – wie immer bei solchen Zusammenstellungen – diskutieren kann: zunächst zu „Öffentlichkeit als gesellschaftlichem Auftrag“ (S. 89 ff.), dann zur Medienkulturindustrie und zu kritischen Medientheorien sowie „fernsehkritischen Einzelpositionen“. Es folgen Texte der Cultural Studies, zur Institutionalisierung von Medienkritik, zur Lage der Fernsehkritik sowie über aktuelle gesellschaftskritische Medientheorien. Schon diese Übersicht legt nahe, dass es bei der Textauswahl einer evidenten Systematik und Stringenz mangelte. Aber kaum jemand wird den dicken Band von vorne bis hinten durcharbeiten, sondern eher gezielt den einen oder anderen Text aussuchen. Der Herausgeber erwähnt eingangs, dass urheberrechtliche Probleme nicht unerheblich waren. Doch auffälliger ist, dass sich die Auswahl weitgehend auf Texte der traditionellen Medien, dabei besonders des Fernsehens, bezieht und die jüngeren, digitalen Entwicklungen am Ende nur sporadisch berücksichtigt werden. Viermal Theodor W. Adorno hintereinander ist doch etwas viel, zumal diese Texte schon häufig dokumentiert sind und eben das (kommerzielle, amerikanische) Fernsehen der 1950er-Jahre avisieren. Danach folgen noch etliche Vertreter aus der materialistisch-kritischen Phase wie Franz Dröge, Horst Holzer, Klaus Kreimeier, die heute nur noch Insidern ver-

traut sind. Aber solche Gewichtung suggeriert auch, dass es seither kaum mehr Substantielles und Prägnantes gegeben hat, Kleiner will außer bei sich selbst nur noch „Criticainment“ erkennen (S. 655). Wenn der Band zudem Lehrbuch sein soll, hätten die (Un)Kenntnisse von heutigen Studierenden bedacht werden müssen: Daher wären jeweils ein paar Hinweise zu Biografie, Arbeitsbereichen und gesellschaftspolitischer Position sowie zum theoretischen und zeithistorischen Kontext des Originalwerks gewiss hilfreich gewesen. In den Kapiteleinführungen fehlen sie großenteils. Wenn nach Marx' Ausführungen zur Pressefreiheit beispielsweise Ferdinand Tönnies' (1922) und Carl Brinkmanns (1930) Thesen zur öffentlichen Meinung platziert sind, dann sind dazu Erläuterungen nötig, ebenso wie zu der Positionierung von Helmut Schelsky (1963) neben Jürgen Habermas (1962). Traditionsbildung für ein bislang (vorgeblich) traditionsloses Sujet will Kleiner mit diesen „Grundlagentexten“ betreiben; darüber hinaus regt er in seinem „Ausblick“ viele weitere Initiativen an, um „Medienkritikkompetenz“ (S. 747) bei allen Medienbeteiligten und -interessierten zu fördern. Solche Vorhaben sind ohne Frage zu begrüßen, zumal dann, wenn sie mit weniger überheblichem und selbstbezogenem Gestus auskommen.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler

Medienhandeln und gestörtes Essverhalten

Mit dem Begriff „Essstörungen“ verbinden wir meist Bilder von stark untergewichtigen Mädchen und Frauen, Knie und Schulterknochen sich spitz unter der Kleidung abzeichnend, tief liegende Augen in eingefallenen Gesichtern. Der Begriff ist jedoch weiter gefasst, er subsumiert im Wesentlichen drei Krankheitsbilder: „Anorexie (Magersucht), Bulimie (Ess-Brechsucht) und die Binge-Eating Disorder als eine psychogene Variante des Übergewichts (Adipositas)“ (S. 27). Paradoxerweise müssen die Massenmedien oft als „Buhmann“ für beide Richtungen gestörten Essverhaltens herhalten: Während sie in einigen Studien als Ursache für Übergewicht betrachtet werden, so macht man sie in anderen wiederum für übertriebenen Schlankeitswahn bis hin zur Magersucht verantwortlich (vgl. S. 85). Die vorliegende Dissertation von Eva Baumann geht der Frage nach, welche Rolle die Medien tatsächlich bei der Entwicklung eines krankhaften Essverhaltens spielen können, „ohne dabei eine ‚Schuldfrage‘ zu stellen“ (S. 19). „Neben sozialen Beziehungen und interpersonellen Kommunikationsstrukturen prägen Massenmedien das Lebensumfeld eines jeden und damit – neben psychischen und biologischen Faktoren – die Bedingungen, unter denen sich eine Essstörung entwickeln kann“ (S. 25). Allzu oft werden in diesem Diskurs gerade junge Mädchen und Frauen „in einer passiven, den gesellschaftlichen Idealen und der ‚medialen Verführung‘ ausgelieferten Rolle“ (S. 15) gesehen. Mit der vorliegenden Dissertation soll „ein

Beitrag dazu geleistet werden, die Komplexität des Phänomens angemessener zu beschreiben“ (S. 15). Baumann konzentriert sich dabei nicht auf die Medieninhalte, sondern auf die Sichtweise betroffener Mädchen und Frauen. Mithilfe von Leitfadeninterviews will die Arbeit „die Bedeutung verschiedener Medieninhalte in ihren situativen Deutungszusammenhängen über die Intentionen der Handelnden verstehbar [...] machen“ (S. 22). Sie spricht sich für eine integrierende Perspektive aus, die „die Rolle der Medien differenzierter behandelt und auch den rezipientenorientierten Ansatz erweitert“ (S. 113). Die Autorin beschließt ihre Aufarbeitung der aktuellen Forschungslage mit dem Zwischenfazit, dass eine Kausalitätsfrage letztlich empirisch nicht geklärt ist. Als grundlegenden theoretischen Zugang zur Forschungsfrage, „warum und wozu essgestörte Menschen sich in bestimmten Situationen bestimmte Medienangebote so aneignen, dass diese für ihre Krankheit bedeutsam sind“ (S. 136), sieht Baumann zunächst den Symbolischen Interaktionismus (vgl. S. 137). Die gewählte Forschungsstrategie ist interessant, da Baumann qualitative und quantitative Methoden in gegenseitiger Ergänzung verwendet: „In Form von Leitfadeninterviews [...] steht eine qualitative Herangehensweise im Mittelpunkt der Studie. Die kontextgebundenen, situativ und individuell geprägten Textdaten bilden die Grundlage der qualitativ-interpretativen Analyse [...]. Der gesamte Codierprozess ist als eine Kombination aus deduktiven und induktiven Elementen angelegt und integriert damit die Prinzipien des qualitativen und quantitativen Forschens“ (S. 231).

Baumann macht 17 verschiedene Medienhandlungstypen aus und unter ihnen die drei anteilmäßig dominierenden Cluster „Opfer der Medienvorbilder“, „Therapie“ und „Flucht“. Sie spiegeln die Bandbreite des Medienhandelns wider: „Während Medien beim Handlungstyp ‚Opfer der Medienvorbilder‘ [...] ein Faktor der Verursachung der Krankheit sind, kann Mediennutzung als Handlungsstrategie während der Symptomatik auch ohne inhaltlichen Bezug zur Krankheit stehen ([...] ‚Flucht‘). ‚Therapie‘ [...], der dritte dieser dominierenden Handlungstypen, steht im Kontext des Kampfes gegen die Krankheit, indem Medien hier als Vehikel zur Bewältigung eingesetzt werden“ (S. 378). Die Studie zeigt sehr anschaulich, dass wir es bei der beschriebenen Gruppe der essgestörten Mädchen und Frauen keinesfalls lediglich mit „Medienopfern“ zu tun haben. Eine „wirkungsvolle Prävention und Intervention [...] [sollte] an den Hintergründen der psychischen Probleme und Orientierungsbedürfnisse der Frauen und Mädchen ansetzen und einen emanzipierten und aufgeklärten Umgang mit ihren Wunschvorstellungen und Idealen und damit einen kompetenten Umgang auch mit Medienbildern fördern“ (S. 398 f.).

Barbara Weinert



Eva Baumann:
Die Symptomatik des Medienhandelns. Zur Rolle der Medien im Kontext der Entstehung, des Verlaufs und der Bewältigung eines gestörten Essverhaltens.
Köln 2009: Herbert von Hellem Verlag.
450 Seiten, 32,00 Euro



Michael Grisko (Hrsg.):

Texte zur Theorie und Geschichte des Fernsehens. Stuttgart 2009: Reclam's Universalbibliothek. 360 Seiten, 9,80 Euro

Geschichte des Fernsehens

Der vom Germanisten Michael Grisko herausgegebene Band versammelt 23 mehr oder weniger klassische Texte, in denen die Autoren versuchen, sich zumeist aus ästhetischer oder philosophischer Sicht dem Medium Fernsehen zu nähern. Umrahmt werden diese Texte von einer Einleitung des Herausgebers, in der er die Geschichte des Fernsehens von den Anfängen bis hin zu den Zeiten des Web 2.0 skizziert, und von einer Chronologie der Entwicklung des Fernsehens, die mit der Patentierung des „elektronischen Teleskops“ durch Paul Nipkow im Jahr 1884 beginnt und mit der Ankündigung von ProSiebenSat.1, ab Januar 2010 in HD über Satellit auszustrahlen, endet. Technische Aspekte werden zum einen in den rahmenden Texten, zum anderen in den Beiträgen, die der Herausgeber zur Frühzeit des Fernsehens ausgewählt hat, behandelt. Der früheste Text stammt aus dem Jahr 1910. Darin befasst sich der Physiker Robert Pohl, basierend auf seiner Dissertation aus dem Jahr 1906, mit der „elektrischen Fernübertragung von Bildern“. Anfang der 1930er-Jahre wurde das Fernsehen zum zentralen Thema auf der Berliner Funkausstellung. Dem Ingenieur Rudolf Thun geht es um „die Bedeutung des Programms für einen Erfolg des Fernsehens“, so der Titel seines Beitrags aus dem Jahr 1932. Er stellt fest, „dass auch abgesehen von den technischen Voraussetzungen, mit denen zu rechnen ist, der Fernseher ein ganz neues Hilfsmittel darstellt, für dessen Programmgestaltung nicht einfach die Programme übernommen werden können, die für andere

Mittel (Tonfilm oder akustischer Rundfunk) entwickelt worden sind“ (S. 36). Diese Erkenntnis ließe sich ohne Weiteres auf aktuelle Bemühungen der Verbreitung von Bewegtbildern im Internet und auf mobilen Endgeräten übertragen. Die übrigen Texte widmen sich dem Fernsehen dann eher aus philosophischer und ästhetischer Sicht, von einem Text des Kunstpsychologen Rudolf Arnheim aus dem Jahr 1936 bis hin zu einem Radiogespräch von Niklas Luhmann über die Realität der Massenmedien aus dem Jahr 1997. Die Texte folgen überwiegend einem kulturkritischen und -pessimistischen Impetus. Lediglich einzelne Autoren lassen in ihren Beiträgen auch andere Aspekte des Mediums aufscheinen. Zu nennen sind hier Günter Rohrbach zum amphibischen Film, Horace M. Newcomb und Paul M. Hirsch zum Fernsehen als kulturellem Forum, Hartmut Winkler zum Zapping, Vilém Flusser zu einer „Phänomenologie des Fernsehens“, Irene Neverla zur Zeitrationalität der Fernsehnutzung und Knut Hickethier zum „Dispositiv Fernsehen“. Ansonsten überwiegen altbekannte Positionen, die mit dem Fernsehen den Verlust von diesem und jenem heraufziehen sehen – darunter klassische Texte von Theodor W. Adorno, gleich zweimal vertreten, ebenso wie Hans Magnus Enzensberger, Günther Anders, Marshall McLuhan, Neil Postman, Paul Virilio und Pierre Bourdieu. Durch diese Auswahl der Texte gerät der Band in eine gewisse Schiefelage. Kulturkritische Positionen dominieren, obwohl sie wenig zu einer Theorie – und noch weniger zu einer Geschichte – des Fernsehens

beitragen. Es ist umso verwunderlicher, dass kein Text des Soziologen Horst Holzer vertreten ist, der immerhin bereits 1975 ein Buch mit dem Titel *Theorie des Fernsehens* vorgelegt hatte. Die Beschränkung der Auswahl mag dem Blick des herausgebenden Germanisten geschuldet sein, der Texte jenseits von Literatur- und Kulturwissenschaft anscheinend nicht zur Kenntnis genommen hat. Genau genommen liefert lediglich die Einleitung von Michael Grisko einen – wenn auch sehr verkürzten, z. T. dadurch inkorrekten – Überblick zur Geschichte des Fernsehens. Die versammelten Texte sind eher ein Beleg für die Geschichte der zumeist philosophischen Beschäftigung mit dem Medium Fernsehen, also des Diskurses über Fernsehen, als des Fernsehens selbst. Darüber hinaus sind die aufgenommenen Texte teilweise stark gekürzt – und in einigen Fällen dadurch auch etwas entstellt. So fragt sich der Rezensent z. B., warum der Text von Rudolf Thun, im Original sechs Seiten lang, für diesen Band auf drei Seiten gekürzt wurde. Insgesamt ein unbefriedigender Versuch einer Zusammenstellung von Texten, die weitgehend am Titel des Bandes vorbeigehen – von den genannten Ausnahmen abgesehen. Trotz des geringen Preises ist von einer Anschaffung abzuraten.

Prof. Dr. Lothar Mikos

Blieben Sie dran!

Vielen deutschen Drehbuchschreibern, kritisiert Sat.1-Fiction-Chef Joachim Kosack im Vorwort, fehle es „am grundlegenden Rüstzeug, was die Seriedramaturgie angeht“. Es spricht für die Qualität des Buches, dass die Autoren der Versuchung widerstanden, ein schlichtes Erfolgsrezept zusammenzustellen. Sie wollen vielmehr vermitteln, was man von erfolgreichen Vorbildern lernen kann, ohne sie zu kopieren. In der Tat wird man Serien zukünftig mit anderen Augen sehen, weil man unwillkürlich nach den beschriebenen handwerklichen Grundlagen der Dramaturgie sucht. Mit großem Fachwissen setzen sich die Autoren mit sämtlichen wichtigen Bestandteilen auseinander. Jeder Bereich wird regelrecht seziiert; man erfährt alles über Figuren und Genres, über die Wahl der Erzählweise und der Stilmittel. Die Fachbegriffe werden zudem verständlich erklärt; auch das ein Hinweis, dass sich das Buch keineswegs bloß an Experten richtet. *Blieben Sie dran!* unterscheidet sich von vielen anderen Werken dieser Art zudem durch eine unbedingte Praxisnähe. Was woanders Theorie bleibt, wird hier stets unmittelbar und anschaulich anhand bekannter Erfolgsserien wie *Dr. House*, *Desperate Housewives* oder *Doctor's Diary* bewiesen. Am Schluss gibt es noch praktische Tipps für Serienkonzepte, eine Übersicht über Ausbildungsmöglichkeiten für angehende Autoren, ein Interview mit dem Chefautor von *Verliebt in Berlin* sowie einen Exkurs über Webserien.

Tilman P. Gangloff

Die Casting-Gesellschaft

Schon die Interviewsammlung über die Macht der öffentlichen Empörung (*Skandal!*, 2009) war eine ebenso heterogene wie lesenswerte Mischung von Gesprächen, die Tübinger Studierende der Medienwissenschaft mit „Tätern“ und „Opfern“ geführt haben. Dieses Buch funktioniert nach demselben Schema. Das Thema ist im Grunde ähnlich, schließlich geht es auch in einer Gesellschaft, „in der Ich und Image miteinander verschmelzen“, letztlich um Aufmerksamkeitsökonomie. Naturgemäß bieten nicht alle Interviews echten Erkenntnisgewinn; einige der Befragten waren offenkundig vor allem am Imagegewinn interessiert. Selbst diese Beiträge aber werfen informative Blicke hinter die Kulissen der Mediengesellschaft (die hier vor allem als Fernsehgesellschaft präsentiert wird), wenn beispielsweise Teilnehmer von Castingshows über ihre Erfahrungen berichten. Verblüffend abgeklärt (und erstaunlich elaboriert) beschreibt eine Frau ihre mehrfachen Erfahrungen mit dem Genre „Reality“-Fernsehen. Am spannendsten sind die Gespräche, wenn die Interviewpartner Kontra geben (Jo Groebel, Dieter Wedel) oder wenn sie im Verlauf ihrer Karriere auch die Kehrseite der Popularität kennenlernen mussten (Heide Simonis). Reizvoll ist das Buch nicht zuletzt wegen des breiten Spektrums von Norbert Bolz bis Helmut Thoma. Bolz hält die Massenmedien zwar für „Verblödungsmaschinen“, ist aber immerhin sicher, dass sie die soziale Intelligenz trainieren.

Tilman P. Gangloff

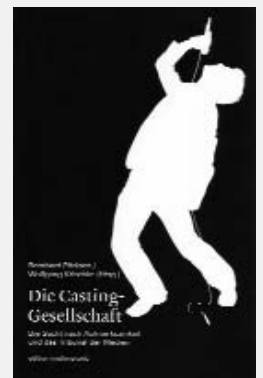
Fernsehen in Deutschland 2009

Seit 1998 betreibt die ALM eine kontinuierliche Fernsehprogramm- und dokumentiert deren Ergebnisse in den jeweiligen Jahrbüchern. Auf diese Weise ist eine Chronik der Programmentwicklung entstanden, die gerade durch die Konzentration auf immer wieder wechselnde aktuelle Schwerpunkte Geschichte und Entwicklung des deutschen Fernsehens wiedergibt. Im vorliegenden Band geht es zwar auch um Programmtrends zur Primetime, aber gerade vor dem Hintergrund der Finanz- und Wirtschaftskrise war es naheliegend, zu untersuchen, wie es die Vollprogramme mit politischen Themen halten. Ebenfalls Gegenstand eigener Studien sind das Wissenschaftsfernsehen, die regionalen Fenster von RTL und Sat.1, der Wandel beim internationalen Handel mit Fernsehformaten sowie der Bereich des Kinderfernsehens, das keineswegs, wie mit Blick auf den Kinderkanal gern behauptet wird, aus den öffentlich-rechtlichen Programmen verschwunden ist. Um Kinder, allerdings als „Fernsehobjekte“, geht es auch im „Programmdiskurs“. Streitgegenstand ist das RTL-Format *Erwachsen auf Probe*. Während die Sendung schon fast wieder in Vergessenheit geraten ist, wird der Einführungsbeitrag von Norbert Schneider höchstwahrscheinlich noch geraume Zeit nichts von seiner Aktualität einbüßen: Der mittlerweile ehemalige Direktor der Düsseldorfer LfM befasst sich darin mit gewohnt spitzer Feder mit der behaupteten Realität des sogenannten Real-Live-Fernsehens.

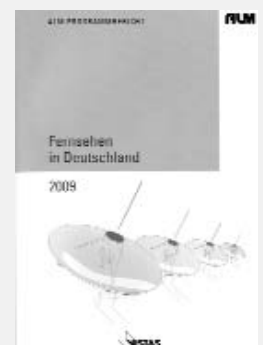
Tilman P. Gangloff



Gunther Eschke/Rudolf Bohne: *Blieben Sie dran! Dramaturgie von TV-Serien.* Konstanz 2010: UVK. 256 Seiten, 19,90 Euro



Bernhard Pörksen/Wolfgang Krischke (Hrsg.): *Die Casting-Gesellschaft. Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien.* Köln 2010: Halem. 346 Seiten, 18,00 Euro



Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Hrsg.): *ALM Programmbericht. Fernsehen in Deutschland 2009. Programmforschung und Programmdiskurs.* Berlin 2010: Vistas. 280 Seiten, 19,00 Euro



Helga Theunert (Hrsg.):

Jugend – Medien – Identität. Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien. München 2009: kopaed Verlag. 200 Seiten, 16,80 Euro

Jugend, Medien, Identität

Heutige Identitätsbildung Jugendlicher ohne Medien ist kaum noch vorstellbar. Insbesondere die Neuen Medien bieten heranwachsenden Jugendlichen vielfältige Möglichkeiten, sich auszudrücken und auszuprobieren. Sie haben die Bedeutung für die Identitätsentwicklung erweitert und verändert. Doch wie machen sich Jugendliche die heute verfügbare Medienwelt für ihre Identitätsarbeit zunutze? Wie agieren sie mit und in Medien? Diesen Fragen geht der vorliegende, von Helga Theunert herausgegebene Sammelband *Jugend – Medien – Identität* nach. Die Basis der Veröffentlichung bilden Beiträge einer gleichnamigen interdisziplinären Tagung, die 2008 vom JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in München veranstaltet wurde. Ergänzt werden sie durch Artikel weiterer einschlägiger Autoren.

Aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Perspektiven wie der Jugendsoziologie, Psychologie, Medienwissenschaft und Medienpädagogik wird das Thema angegangen und inhaltlich in drei zentrale Bereiche gebündelt: 1. „Lebensbedingungen und Lebensvollzüge Jugendlicher“, 2. „Orientierungssuche und Identitätsarbeit Jugendlicher in medialen Räumen“ sowie 3. „Mediale Identitätsarbeit Jugendlicher in praktischer Gestaltung und wissenschaftlicher Beobachtung“. Nach einem einleitenden Vorwort, in dem Helga Theunert die Veränderungen jugendlicher Identitätsarbeit durch die Medienentwicklung schildert, geht es in den Beiträgen des ersten Teils um Bedingungen und Kennzeichen heutiger Jugend.

Lothar Böhnisch beschreibt sie als „Risikogruppe“ (S. 28), die nicht nur demografisch, sondern auch als entscheidende Figur der Humanentwicklung zur Minderheit geworden ist (S. 30). Dabei stellt er die provokante These auf, dass es zwar weiterhin die psychosexuelle Entwicklung der Pubertät geben wird, diese aber „nicht mehr sozial, sondern medial transformiert“ (S. 32) werde. Dass Identitätsbildung trotz transformierter Sozialstruktur und den vielfältigen Veränderungen, die mit Phänomenen wie dem Social Web einhergehen, auch im realen Leben stattfindet, zeigt Michaela Pfadenhauer am Beispiel der Techno-Partyszene. Der Identitätstheoretiker Heiner Keupp befasst sich schließlich mit den Risiken und Chancen der Identitätskonstruktion in der heutigen Moderne.

Im zweiten Teil geht es um die konkrete Identitätsarbeit Jugendlicher. Bernd Schorb betrachtet die mediale Identitätsarbeit als eine Suche zwischen „Realität, Experiment und Provokation“ (S. 81). Auch er verweist darauf, dass außermediales Leben teilweise zum medialen wird (S. 90), wobei dies nicht bedeute, dass reale Erfahrungen für die Identitätsarbeit keine Rolle mehr spielten. Vielmehr seien „mediale wie reale Räume gleichbedeutende Teile“ (S. 91). Maren Würfel und Jan Keilhauer beschreiben am Fallbeispiel eines 15-jährigen Mädchens, wie Medienkonvergenz eine besondere Funktion für die Identitätsarbeit gewinnen kann. In weiteren Beiträgen geht es um das Medienhandeln Jugendlicher und seine Bedeutung für die Identitätsbildung: Ulrike Wagner befasst sich mit Identitätsaspekten, die sich durch und in Onlinerräumen wie z. B. dem

Social Web vollziehen und kommunikatives und/oder produktives Medienhandeln erfordern; Margrit Witzke zeigt das Potenzial eigener Medienproduktionen zur Unterstützung relevanter Prozesse der Identitätsbildung auf; Christa Gebel geht auf die Rolle und Bedeutung von Computerspielen bei der Identitätskonstruktion ein; Dagmar Hoffmann geht der Frage nach, welche Rolle Musik in Bezug auf die Identitätsbildung Jugendlicher spielt.

Im dritten Teil der Veröffentlichung werden praktische Beispiele medialer Identitätsarbeit vorgestellt. Zum einen wird mit netzcheckers.de ein Jugendportal vorgestellt, das wissenschaftlich durch das JFF begleitet wird (Niels Brügger/Christian Herrmann). Zum anderen stellen Ulrike Schmidt und Angela Tillmann die Plattform LizzyNet vor, die sich speziell an Mädchen und junge Frauen richtet. Die beiden Artikel zeigen die Bedeutung der Portale für die Identitätsbildung Jugendlicher auf und diskutieren Verbesserungsmöglichkeiten.

Insgesamt zeichnen die einzelnen Artikel des Sammelbandes ein facettenreiches Bild, wie Jugendliche mit unterschiedlichen Medien und auf verschiedene Arten an ihrer Identität arbeiten. Insbesondere die eher grundlegenden theoretischen Überlegungen der Beiträge im ersten Teil des Sammelbandes sind dabei erwähnenswert. Anhand der allgemeinen Überlegungen zu Bedingungen, unter denen Identitätsbildung heute stattfindet, erhalten die weiteren Beiträge erst ihre Relevanz. Die Lektüre des Buches lohnt sich dadurch sowohl für Studenten als auch für bereits vorinformierte Experten.

Claudia Töpfer

Aufwachsen in digitalen Erlebniswelten

Astrid Herbold greift innerhalb ihres Aufsatzes „Generation Copy & Paste“ in der hier zu besprechenden Publikation auf einen Satz zurück, den man in der öffentlichen Diskussion – leider auch in diversen Bildungsdebatten – inzwischen recht oft hören kann: „Längst hat der routinierte Netz-Nutzer die Geduld mit den langatmigen Argumentationsketten des klassischen Sachbuchs und den unübersichtlichen Informationssammlungen papierner Nachschlagewerke verloren“ (S. 83). Die Autorin führt diese Behauptung ad absurdum, indem sie deutlich macht, dass die modernen multimedialen Möglichkeiten zwar ideale Werkzeuge für den Wissenserwerb sein können, dass der Nutzer aber nicht einfach als „biologischer Wurmfortsatz seiner Tastenbefehle“ (S. 89) verstanden werden könne. Den Mühen einer analogen geistigen Durchdringung von dargestellten Sachverhalten und komplexen Zusammenhängen müsse er sich schon nach wie vor unterziehen.

In Astrid Herbolds Text kommt die Fragestellung des 3. Medienkongresses Villingen-Schwenningen, den der vorliegende Band dokumentiert, am deutlichsten zum Ausdruck. Wie können die Möglichkeiten der inzwischen vorhandenen Medienvielfalt für die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen genutzt werden und mit welchen „Gefahren und unerwünschte[n] Aspekten“ (S. 8) muss man sich dabei auseinandersetzen? Im ersten Teil des Bandes findet der Leser einige spannende Analysen zum Wechselspiel zwischen der Nutzung von modernen Medien durch Jugendliche

und den entsprechenden Konsequenzen für die Entwicklung der jungen Persönlichkeiten. Im zweiten Teil, beginnend mit Elmar Stahls „Learning by Design“, geht es um die Präsentation einiger sinnfälliger medienpädagogischer Projekte. So zeigt Stahl, wie das „Interesse zur Mediengestaltung im Sinne eines kognitiven Werkzeugs eingesetzt werden kann, um den Wissenserwerb über die darzustellenden Inhalte zu fördern“ (S. 91). Verena Ketter veranschaulicht an vier Beispielen, wie die Nutzung der Potenziale des Social Web für die Jugendarbeit Lernprozesse unterstützen kann. Markus Herkersdorf stellt, ausgehend von der These, dass sich Lernwelten der Erwachsenen und digitale Erlebniswelten von Kindern und Jugendlichen immer mehr annähern, dar, wie dieser Umstand für Bildungsprozesse genutzt werden kann. An diesen Gedanken knüpft auch Ulrich Wechselberger an, indem er sich damit auseinandersetzt, wie die Beschäftigung mit Computerspielen „frischen Wind in die Bildung“ (S. 135) bringen könnte. Markus Breuer „diskutiert neben den Risiken explizit die Chancen, die der eSport aus medienpädagogischer Perspektive bietet“ (S. 147). Dabei ist sich der Autor durchaus bewusst, dass er mit seinen Überlegungen Felder tangiert, die aus Sicht des Jugendschutzes vielfach kontrovers betrachtet werden. Spiele, „die virtuelle Gewalt auch physisch imitieren“ (S. 161), haben diesbezüglich eine besondere Brisanz. Doch seiner Meinung nach sind eventuelle Verbote angesichts des realen und sehr differenzierten Mediennutzungsverhaltens nicht umsetzbar. Von daher stelle die medienpädagogische Begleitung

eine der wenigen Möglichkeiten der Einflussnahme durch die Öffentlichkeit auf entsprechende Entwicklungen dar. An diesen Gedanken knüpft auch Danny Kringiel an, wenn er in seinem Text die „Förderung einer kritischen ‚Computerspiellesefähigkeit‘“ (S. 165) einwirbt. Im letzten Drittel des Buches, eingeleitet durch einen Aufsatz von Helmut Lukesch, ändert sich der bisherige differenzierte Blick auf die multimedialen Herausforderungen. „Von der Bilderwelt zum Waffenheld“ (Rainer Fromm), „Computerspielsucht“ (Klaus Wölfling) oder „Pathologische Internetnutzung als Begleiterscheinung psychischer Störung“ (Silvia Kratzer), so lauten einige der recht bedrohlich klingenden Aufsatzthemen. Sicher, hier werden ernste Probleme angesprochen. Wie soll man aber darauf in einem Kontext, der nicht nur auf extreme Fehlentwicklungen abhebt, reagieren? Die Publikation macht diesbezüglich einige interessante Angebote. Doch wenn Helmut Lukesch meint: „Die bisherigen Formen der Selbstkontrolle (z. B. durch die USK) sind in Zweifel zu ziehen“ (S. 200), ja, wenn er diese Einrichtungen sogar mit einem „Verein der Zuhälter“ vergleicht, dem man die Überwachung des Prostitutionsverbots von Minderjährigen übertragen hat, so wird es nicht nur wissenschaftlich, sondern auch verfassungsrechtlich bedenklich.

Klaus-Dieter Felsmann



Ulrich Dittler/Michael Hoyer (Hrsg.): *Zwischen Kompetenzerwerb und Mediensucht. Chancen und Gefahren des Aufwachsens in digitalen Erlebniswelten aus medienpsychologischer und medienpädagogischer Sicht.* München 2010: kopaed. 348 Seiten, 18,80 Euro



**Bardo Herzig/Dorothee M. Meister/
Heinz Moser/Horst Niesyto (Hrsg.):**
Jahrbuch Medienpädagogik 8. Medienkompetenz und Web 2.0. Wiesbaden 2010:
VS Verlag für Sozialwissenschaften.
368 Seiten, 49,95 Euro

Medienkompetenz und Web 2.0

Die technologischen Neuerungen und Entwicklungen im Bereich der digitalen Medien haben dazu geführt, dass sowohl der kompetente Umgang Heranwachsender mit Neuen Medien als auch die Vermittlung von Medienkompetenz durch Bildungsinstitutionen immer wichtiger werden. Um sich in den veränderten Medienräumen selbstbestimmt und aktiv bewegen zu können, sind zahlreiche Kompetenzen nötig, die während der Nutzung von Social Network Sites, Videoportalen oder Wikis etc. gelernt werden können. Diese Chancen bringen jedoch auch die Frage nach den Risiken mit sich sowie die Problematisierung eines kompetenten Umgangs und die Frage, inwiefern solche Phänomene Eingang in Bildungskontexte finden sollten. Diese Problem-bereiche thematisiert das von Bardo Herzig, Dorothee M. Meister, Heinz Moser und Horst Niesyto herausgegebene *8. Jahrbuch Medienpädagogik. Medienkompetenz und Web 2.0*. Die darin versammelten Beiträge gehen vor allem der Frage nach, „ob die bisherige Bestimmung von Medienkompetenz noch trägt“ (S. 9). Thematisch werden die insgesamt 18 Aufsätze in drei Themenkomplexe gebündelt: 1. „Theoretisch-konzeptionelle und empirische Zugänge zur Medienkompetenz“, 2. „Web 2.0 und Medienkompetenz“ sowie 3. „Medienkompetenz und Web 2.0 in Bildungsinstitutionen“.

Im ersten Teil des Sammelbandes werden Modelle der Medienbildung vorgestellt (Winfried Marotzki/Benjamin Jörissen), der Frage nachge-

gangen, wie Medienkompetenz unter den Bedingungen des Web 2.0 erworben werden kann (Tilmann Sutter), Medienkompetenzen aus der Perspektive schulischer Bildung und der Berufs- und Erwachsenenbildung vorgestellt (Heinz Moser) oder die Entwicklungsprozesse von Bildungsstandards im Medienbereich diskutiert (Gerhard Tulodziecki sowie Bardo Herzig/Silke Grafe). Des Weiteren wird die Wechselbeziehung zwischen Technik und Didaktik dargestellt (Reinhard Keil), werden Entwicklungen im Bereich der Medienkompetenzmodellierung und -messung aufgezeigt (Heike Schaumburg/Sebastian Hacke) sowie methodologische und forschungsmethodische Fragen vorgestellt (Klaus Peter Treumann/Markus Arens/Sonja Ganguin).

Im zweiten Themenfeld werden Beiträge versammelt, die sich mit Praktiken der Nutzung des Web 2.0 und daraus entstehenden Konsequenzen für die Medienpädagogik befassen. Dorothee M. Meister und Bianca Meise gehen der Frage nach, wie sich das Lernen durch das Phänomen Web 2.0 verändert hat. Die veränderten gesellschaftlichen und technologischen Gegebenheiten führen zu pädagogischen Herausforderungen, die Franz Josef Röhl in seinem Beitrag darstellt. Darin zeigt er auf, mithilfe welcher Möglichkeiten der pädagogische Alltag reformiert werden kann. Theo Hug beschreibt mit „Mikrolernen“ in seinem Aufsatz eine neue Bildungsperspektive, deren Möglichkeiten einer Didaktisierung er an Beispielen aufzeigt. Unterschiedliche Verhaltens- und Nutzungsmuster im Umgang mit dem Web 2.0 und daraus resultierende Handlungskomponenten und neue

Arten von Öffentlichkeit werden von Jan Schmidt, Claudia Lampert und Christiane Schwinge beschrieben. Der letzte Beitrag dieses Themenkomplexes setzt sich mit dem Begriff der Risikokompetenz als Teil der Medienkompetenz auseinander. Im letzten Teil des Sammelbandes geht es um Medienkompetenz und Web 2.0 in Bildungsinstitutionen. Ingrid Paus-Hasebrink, Tanja Jadin, Christine Wijnen und Anja Wiesner stellen empirische Ergebnisse zum Einsatz von Web-2.0-Anwendungen in der Schule vor. Die weiteren Beiträge untersuchen den Zusammenhang von Medienkompetenz und beruflicher Handlungskompetenz (Hugo Kremer/Frederik Pferdt), Medienkompetenz und Medienbildung im Hochschulunterricht (Kerstin Mayrberger), Medienkompetenzerwerb im Rahmen der Lehrerfortbildung (Silke Weiß/Hans Joachim Bader) oder die Medienkompetenzvermittlung in der Erwachsenenbildung (Aiga von Hippel).

Das aufgrund der vielen theoretischen und auch empirischen Auseinandersetzungen mit dem Begriff der Medienkompetenz und dem Web 2.0 vor allem für Studierende und Fachpublikum interessante Jahrbuch zeigt durch zahlreiche Perspektiven, mit welchen Herausforderungen die heutige Medienpädagogik konfrontiert ist. Positiv hervorzuheben ist dabei, dass das Für und Wider pädagogischer Erwartungen im Zusammenhang mit der gegenwärtigen Diskussion um Bildungsstandards und Kompetenzvermittlung durch die neuen Möglichkeiten des Web 2.0 dargestellt wird und operationalisierbare Konzepte der Medienkompetenz diskutiert werden.

Claudia Töpfer

>>> WERBUNG <<<

Recht

Inhalt:

Buchbesprechungen

- Liesching/Schuster: **Jugendschutz. Kommentar** 102
Reinhard Bestgen, Wiesbaden
- Marcus Schnaitter: 104
Möglichkeiten und Grenzen der Ausgestaltung des Programmauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten
Christoph Degenhart, Leipzig
- Klaus Stern (Hrsg.): 106
Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur Gebührenfinanzierung vom 11. September 2007. Round-Table-Gespräch des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln vom 8. November 2007
Helmut Goerlich, Universität Leipzig
- Gerd Schwendinger: 107
Gemeinschaftsrechtliche Grenzen öffentlicher Rundfunkfinanzierung. Audiovisuelle Daseinsvorsorge und Pluralismussicherung im Lichte von EG-Beihilferecht und Dienstleistungsfreiheit
Helmut Goerlich, Universität Leipzig
- Hans-Martin Schmidt: 109
Rundfunkgebührenfinanzierung unter dem GATS
Helmut Goerlich, Universität Leipzig
- Armin Dittmann (unter Mitarbeit von Tobias Scheel): 110
Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch eine Medienabgabe. Verfassungsrechtliche Anforderungen an eine geräteunabhängige Haushalts- und Betriebsstättenabgabe
Helmut Goerlich, Universität Leipzig

Buchbesprechungen



Liesching/Schuster:
Jugendschutz. Kommentar.
München 2011 (5. Aufl.): C. H. Beck.
Ca. 650 Seiten, ca. 65,00 Euro

Jugendschutz, Kommentar

Der *Kommentar* von Marc Liesching zum Jugendschutz erscheint in Kürze in der 5. Auflage. Liesching hat als Mitarbeiterin für die §§ 4 bis 10 des Jugendschutzgesetzes (JuSchG) die Leiterin des Referats „Jugendschutzgesetz“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Frau Ministerialrätin *Susanne Schuster*, gewinnen können. Die positive Beurteilung der 4. Auflage des *Kommentars* aus dem Jahr 2004 (siehe *tv diskurs*, Ausgabe 27, Januar 2004, S. 103) kann ohne Bedenken auch für die lange erwartete, im Mai erscheinende 5. Auflage ausgesprochen werden. Die Neuauflage berücksichtigt die zwischenzeitlichen Novellierungen des Jugendschutzrechts, aber auch der einschlägigen Bestimmungen des Strafgesetzbuches (StGB) und des Rundfunkstaatsvertrags (RStV); eingearbeitet sind ferner die seit Erscheinen der Voraufgabe ergangene umfangreiche Rechtsprechung sowie die neuere Literatur. Der *Kommentar* erhebt nach Einschätzung des Rezensenten primär nicht den Anspruch, Probleme des Jugendschutzrechts vertieft rechtswissenschaftlich zu erörtern, sondern will – nach dem Motto: „Aus der Praxis für die Praxis“ – vorrangig für all diejeni-

gen eine unentbehrliche Arbeitshilfe sein, die vor Ort mit konkreten Fragen des Jugendschutzes befasst sind, wie etwa Jugendämter, Freiwillige Selbstkontrollen, Ermittlungsbehörden, Film- und Medienprüfer und Medienunternehmen. Diesem Anspruch genügt der *Kommentar* in vollem Umfang. Die Grundstruktur des Werks wurde beibehalten. Der Teil I. „JuSchG und Durchführungsverordnung“ berücksichtigt die beiden Erweiterungen der gesetzlichen Regelbeispiele bei der Indizierung in § 18 Abs. 1, die Ergänzung des Katalogs der schwer jugendgefährdenden Trägermedien um den Tatbestand der „gewaltbeherrschten Medien“ (neue Nr. 3a in § 15 Abs. 2 JuSchG) und die Konkretisierungen der Transparenzpflichten bei der Alterskennzeichnung durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK). Trotz der Fülle der sich beim JuSchG ergebenden Rechtsprobleme gibt es nur zwei Punkte, in denen der Rezensent eine etwas kritischere Stellungnahme erwartet hätte. Dies gilt für die von dem *Kommentar* nicht verfassungsrechtlich kritisierten Regelungen der schweren Jugendgefährdung nach § 15 Abs. 2 JuSchG und zwar insbesondere nach § 15 Abs. 2 Nr. 5 (offensichtliche Eignung zur schweren Jugendgefährdung), soweit sie Kinofilme betreffen, weil sie bei Kinofilmen wegen des mit ihnen verbundenen Werbeverbots (§ 15 Abs. 1 Nr. 6 JuSchG) praktisch zu einem Aufführungsverbot führen, obwohl bereits mit einer effektiven Alterskontrolle beim Zugang zum Kino ein umfassender Jugendschutz erreicht werden kann. Dies gilt ferner auch für die von dem *Kommentar* zu Recht vorgenommene Problematisierung der Eintragung in die Liste B und D durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) nach § 18 Abs. 2 Nr. 2 und 4 JuSchG bei von ihr angenommenen Verstößen gegen das StGB, da in den Prüfungsgremien der BPjM Juristen, welche die besagten Strafrechtstatbestände am ehesten in rechtlich einwandfreier Art und Weise anwenden können, in aller Regel nur in einer Minderheit vertreten sind (vgl. § 18 Rn. 75). Hier hätte ein Novellierungsappell an den Gesetzgeber die von dem *Kommentar* geäußerte Kritik gut abgerundet. Aus dem Blickwinkel der Prüfpraxis in der FSK und in der Juristenkommission der Spitzenorganisation der Filmwirtschaft

(SPIO) sind drei kleinere Punkte zu ergänzen: 1. zu § 11 Rn. 7: Appellationen bei der FSK können auch seitens der Film- und Videowirtschaft beantragt werden (was in praxi jeweils durch die betroffene „Filmfirma“ im Einvernehmen mit dem jeweiligen Spitzenverband geschieht). 2. zu § 14 Rn. 13: Das Kennzeichen „Ohne Altersbeschränkung“ wird bei „kindgerechten“ Familienfilmen mit üblicher Kinofilmlänge nicht selten erteilt (insoweit wird verstärkt auf die Elternverantwortung gesetzt). 3. zu § 14 Rn. 29: Die Juristenkommission erteilt ein zweites Kennzeichen: „SPIO/JK geprüft: strafrechtlich unbedenklich“ für die Fälle, in denen ein Film zwar nicht gegen das Strafgesetzbuch verstößt, aber schwer jugendgefährdend ist und damit den Vertriebsbeschränkungen des § 15 Abs. 1 JuSchG unterliegt. Zum Teil II. „JMStV“ ist die geplante Novellierung wegen der fehlenden Zustimmung des Landtags von Nordrhein-Westfalen gescheitert. Es ist zu begrüßen, dass der *Verfasser* die neue Auflage seines Werks deshalb nicht aufgeschoben hat. Denn es ist zurzeit ungewiss, ob und gegebenenfalls wann der JMStV novelliert werden wird. Bundesministerin Schröder hat sich auf der *medien-impuls*-Tagung von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) am 15. Februar 2011 in Berlin auf Befragen für eine Novellierung ausgesprochen, allerdings erst nach erneuter Anhörung der „Netzgemeinde“. Zuständig sind jedoch die Länder. Die Rundfunkkommission der Ministerpräsidenten hat sich am 10. März 2011 mit Fragen des weiteren Verfahrens befasst. Ein weiterer Termin ist für Ende des Jahres in Aussicht genommen. Deshalb und im Hinblick auf das zeitaufwendige Verfahren des Abschlusses von Staatsverträgen unter 16 Bundesländern und ihre Billigung durch alle Landesparlamente kann davon ausgegangen werden, dass der JMStV nicht vor Ende 2012 novelliert werden wird. Die Kommentierung spricht an verschiedenen Stellen die gescheiterte Novellierung an, soweit aus den geplanten Bestimmungen Rückschlüsse auf die Auslegung des geltenden Rechts möglich sind. Bei der umfangreichen Kommentierung des JMStV selbst hätte sich der Rezensent bei den Ausführungen unter § 3 Rn. 91 eine kritische Würdigung der Erstreckung der Indizie-

rungswirkung durch § 4 Abs. 3 JMStV auf Angebote gewünscht, die zwar indiziert, aber danach wesentlich geändert wurden, was von anderer Seite als unzulässige Vorzensur bewertet wird. Immerhin ist die Verbreitung indizierter Angebote auch dann bußgeldbewehrt, wenn sie mit einem in der Liste aufgenommenen Werk ganz oder im Wesentlichen inhaltsgleich sind (§ 24 Abs. 1 Nr. 3 JMStV). Der Teil III. „StGB“ berücksichtigt die Änderungen im Bereich der Kinder- und Jugendpornografie, die Erstreckung des § 131 StGB (Verbot gewisser Gewaltdarstellungen) auf menschenähnliche Wesen und den neuen Tatbestand der Legitimation der NS-Gewalt- und Willkürherrschaft in § 130 StGB.

Bei den Ausführungen zum Teil IV. „Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag)“ werden die neu eingeführte Regelung zum Jugendschutz bei Gewinnspielsendungen und Gewinnspielen in § 8a RStV und auch die Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten neu kommentiert (Letztere ab Rn. 14 zu § 8a RStV).

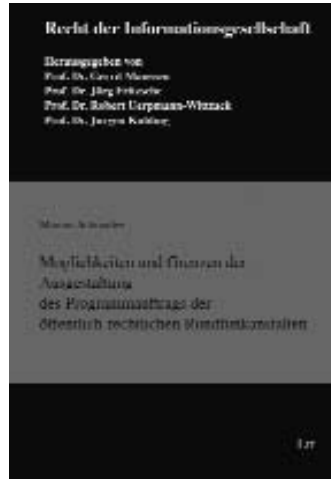
Der Teil V. „Anhang“, der in der Voraufgabe eine Vielzahl von weiteren Bestimmungen zum Jugendschutz enthielt, ist im Hinblick auf die sehr stark ausgeweitete Kommentierung in den Teilen I bis IV massiv gekürzt worden. Er enthält nunmehr lediglich die FSK-Grundsätze in der 20. Fassung vom 1. Dezember 2010, einen Auszug der USK-Grundsätze vom 1. Februar 2011, die Jugendschutzrichtlinien der Landesmedienanstalten vom 8./9. März 2005 und die Jugendschutzsatzung der Landesmedienanstalten vom 18. Dezember 2003. Was den Umfang angeht, bleibt somit der Charakter des Werks als ein Handkommentar für die Praxis erfreulicherweise gewahrt.

Die im Rahmen dieser Besprechung oben angesprochenen wenigen kleinen Unebenheiten dürfen – auch angesichts der zwischenzeitlich kaum noch zu überschauenden rechtlichen Problemstellungen im Jugendschutzrecht – nicht darüber hinwegtäuschen, dass der Gesamteindruck des Werks – wie bereits eingangs bemerkt – ausgesprochen positiv ist. Der *Kommentar* ist nach Ansicht des Rezensenten für die Praxis unverzichtbar.

Der *Kommentar* insgesamt zeigt in aller Deutlichkeit die zunehmende „Verspartung“ des Jugendmedienschutzrechts in die Bereiche: Kinofilm, Trägermedien, Fernsehen und Te-

lemedien auf, wobei die Regelungen – worauf der *Kommentar* immer wieder zutreffend hinweist (vgl. etwa Rn. 112 zu §15 oder Rn. 9 zu § 16 Jugendschutzgesetz) – abhängig von der Sparte teilweise erheblich divergieren. Dies ist angesichts der zunehmenden Medienkonvergenz (alles, was offline verfügbar ist, ist in der Regel auch online verfügbar) aus dem Blickwinkel eines effektiven Jugendschutzes, aber auch aus dem Blickwinkel der betroffenen Medienunternehmen äußerst problematisch und dürfte kurz über lang zur Verfassungswidrigkeit tendieren. Die mit der „Verspartung“ einhergehende Paragrafenfülle der verschiedenen Regelwerke vermittelt darüber hinaus den Eindruck der Überregulierung. Eine wesentliche Ursache für die Problematik ist, dass der Jugendmedienschutz nach wie vor sowohl vom Bund (JuSchG – Trägermedien; StGB) als auch von den Ländern (JMStV, RStV – Telemedien und Fernsehen) geregelt wird. Nach dem *Kommentar* (§ 16 JuSchG Rn. 6 und 7) hat nach herrschender Meinung der Bund die konkurrierende Gesetzgebungskompetenz für den gesamten Jugendschutz in den Medien, was allerdings von den Ländern bestritten wird. Mittelfristig dürfte jedoch kein Weg daran vorbeigehen, die gesamte Materie einheitlich entweder in einem Bund-Länder-Staatsvertrag oder allein durch den Bund zu regeln. Zu einer einheitlichen Regelung durch den Bundgesetzgeber tendiert auch der *Kommentar* (vgl. Rn. 9 und 10 zu § 16 JuSchG).

Dr. Reinhard Bestgen, Wiesbaden



Marcus Schnaitter:

Möglichkeiten und Grenzen der Ausgestaltung des Programmauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Münster 2008: Lit Verlag. 255 Seiten, 24,90 Euro

Der Programmauftrag der Öffentlich-Rechtlichen

Solange öffentlich-rechtlicher Rundfunk durch Gebühren oder Beiträge oder wie immer qualifizierte Abgaben finanziert werden wird – und es sieht nicht so aus, als ob sich dies auf absehbare Zeit ändern würde –, wird die Bestimmung des Rundfunkauftrags streitig bleiben. Denn der mit Rundfunkgebühr zu deckende Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bestimmt sich nach dem Umfang des gesetzlich festgelegten Rundfunkauftrags. Dieser wiederum ist einerseits gesetzlich hinreichend zu konkretisieren, um eine verlässliche und willkürfreie Bestimmung des Finanzbedarfs zu ermöglichen. Er ist andererseits hinreichend entwicklungs offen zu formulieren, um der verfassungsrechtlichen oder besser: verfassungsgerichtlichen Bestands- und Entwicklungsgarantie für öffentlich-rechtlichen Rundfunk Rechnung zu tragen und die Programmfreiheit der Rundfunkanstalten zu wahren. Das Bundesverfassungsgericht sieht hierin ein strukturelles Dilemma angelegt, ohne freilich Hinweise zu dessen Lösung zu geben. Denn einerseits sollen die Rundfunkanstalten im Rahmen ihrer Programmautonomie selbst bestimmen können, was zur Wahrneh-

mung ihres verfassungsrechtlichen Auftrags erforderlich ist. Andererseits aber spricht das Gericht stets vom gesetzlich näher umgrenzten Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Frage also, wie der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als Grundlage seiner Bestands- und Entwicklungsgarantie und als maßgeblicher Bezugspunkt für die Tragweite der verfassungsgerichtlichen Finanzierungsgarantie normativ zu bestimmen ist, wird Gesetzgebung und Rechtsprechung auch künftig beschäftigen. Einfache Formeln gibt es hierfür nicht – und deshalb wird die Thematik auch weiterhin Gegenstand rechtswissenschaftlicher Kontroversen sein.

Einen Beitrag hierzu will die hier anzuzeigende Untersuchung von *Schnaitter*, eine von *Manssen* betreute Regensburger Dissertation, liefern. Die Untersuchung geht aus von den europarechtlichen Vorgaben für die Rundfunkfinanzierung – zu Recht, denn es ist ja vor allem das Beihilferegime des EG-Vertrags (bzw. nunmehr des AEUV), das entscheidende Anstöße für die nunmehrige Konkretisierung des Rundfunkauftrags durch die Rundfunkgesetzgebung gegeben hat, mag der Erfolg dieser Bemühungen auch differenziert beurteilt werden. Unionsrechtlich jedenfalls ist die Rundfunkgebühr nur dann hinzunehmen, wenn und soweit der Rundfunkauftrag durch den nationalen Gesetzgeber in nachvollziehbarer Weise ausgestaltet wird. Ausgehend von den unionsrechtlichen Grundlagen der Rundfunkfinanzierung, die bekanntlich von den Anstalten und ihren juristischen Hilfstruppen nur widerwillig zur Kenntnis genommen wurden, widmet sich die Untersuchung zunächst den verfassungsrechtlichen Vorgaben für den Programmauftrag und dessen Konkretisierung durch das Bundesverfassungsgericht, um sich dann auf weiteren Konkretisierungsstufen mit der Ausgestaltung des Programmauftrags durch den Gesetzgeber und schließlich die Rundfunkanstalten zu befassen.

Vom Umfang her bilden die europarechtlichen Vorgaben in Kapitel 1 der Untersuchung (S. 15 bis 110) deren Schwerpunkt, wobei der *Verfasser* das Amsterdamer Protokoll, von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten etwas voreilig als Magna Charta des öffentlich-rechtlichen Rundfunks begrüßt, als bestimmenden Maßstab für die Beauftra-

gung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks betont. Der *Verfasser* weist zutreffend Versuche zurück, den Regelungscharakter des Protokolls in Anbetracht seiner Bedeutung als Auslegungsvorschrift zu relativieren, sieht gleichermaßen zutreffend hierin jedoch keine Bereichsausnahme (dazu näher *Degenhart*, Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus nationaler und internationaler Sicht: Der Rundfunkauftrag als Grundlage und Grenze. In: AfP 2005, S. 493 ff.). Von Interesse sind die Ausführungen zur Frage des Kontrollmaßstabs, der der Kommission in der Frage zur Verfügung steht, ob Aktivitäten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, etwa im Onlinebereich, den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen an Gesellschaft entsprechen. Dass allerdings das Amsterdamer Protokoll keine hinreichend präzise Definition des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten fordern soll, diese Aussage vermag ich schon anhand des Wortlauts des Protokolls nicht nachzuvollziehen. Nicht zu überzeugen vermag die Behandlung des Beihilfecharakters der Rundfunkgebühr durch *Schnaitter*, die sich mehr oder weniger auf die pauschale Bezugnahme auf PreussenElektra beschränkt. Das Merkmal „staatlich“ oder „aus staatlichen Mitteln“ sei bei den deutschen Rundfunkgebühren nicht erfüllt. Hier weist die Arbeit auch ein entscheidendes Defizit auf, das letztlich die Tragfähigkeit der gemeinschaftsrechtlichen Erörterung infrage stellt. Die Untersuchung wurde laut Vorwort im Sommersemester 2008 als Dissertation angenommen und offenbar im September 2008 zum Druck gegeben. Bereits am 13. Dezember 2007 jedoch hatte der Europäische Gerichtshof in der Rechtsache Bayerischer Rundfunk gegen GEWA, wenn auch für den vergleichsweise banalen Sachverhalt der Gebäudereinigung für die GEZ entschieden, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten öffentlicher Auftraggeber im Sinne der einschlägigen Richtlinien sind und hierfür insbesondere das Kriterium der überwiegenden Finanzierung durch den Staat bejaht, hierbei sich mit den Einwänden staatsfreier Festsetzung und unmittelbarer Einziehung durch die GEZ im Einzelnen auseinandergesetzt (siehe hierzu näher *Degenhart*, Anmerkung zum Urteil des EuGH vom 13.12.2007, in JZ 2008, S. 568 ff.). Mit dieser Entscheidung hätte der Verfasser sich

näher auseinandersetzen müssen. So vermögen generell die auf eine deutlich restriktive Bestimmung der unionrechtlichen Vorgaben hinauslaufenden Ausführungen des *Verfassers* im zentralen ersten Teil der Untersuchung nicht zu überzeugen. Dies gilt auch für den Vorwurf an die Kommission, sie habe das Amsterdamer Protokoll missverstanden. Das Amsterdamer Protokoll mag, so eine zentrale These des *Verfassers*, in der Tat die Definitionshoheit für den Rundfunkauftrag den Mitgliedstaaten zuerkennen. Dies bedeutet aber nicht, dass die Mitgliedstaaten auf eine Definition verzichten könnten bzw. sich auf eine allgemein gehaltene Definition beschränken könnten.

Die Darstellung der verfassungsrechtlichen Grundlagen des Rundfunkauftrags bewegt sich zunächst in den gewohnten Bahnen von dienender Freiheit, Staatsfreiheit und funktionsgerechter Finanzierung. Der *Verfasser* spricht hier vom Gebührenurteil des Bundesverfassungsgerichts und meint hierbei das Urteil aus dem Jahr 1994. Nur am Rande wird dann noch das Urteil vom 11. September 2007 erwähnt. Damit bleiben aber auch die durchaus kritischen Anmerkungen des Bundesverfassungsgerichts in diesem Urteil zur Frage der Identifizierbarkeit der öffentlich-rechtlichen Programme und des strukturellen Dilemmas bei der Bestimmung des Programmauftrags im Spannungsfeld von gesetzgeberischer Verantwortung und Programmautonomie unberücksichtigt, ist die Untersuchung auch hier nicht auf aktuellem Stand.

Zur einfach-gesetzlichen Konkretisierung des Programmauftrags konnte der *Verfasser* den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag noch nicht berücksichtigen, musste sich beschränken auf die Wiedergabe des Regelungsgehalts von § 11 Rundfunkstaatsvertrag in der bis dahin geltenden Fassung des Rundfunkänderungsstaatsvertrags. Die verfassungsrechtliche Bewertung einer derartigen Konkretisierung des Programmauftrags geht im Wesentlichen dahin, die Programmautonomie der Anstalten gegenüber jeglichen Ansätzen zu quantitativer oder qualitativer Konkretisierung einseitig zu betonen. Nachdem der *Verfasser* auch Programmzahlbegrenzungen als verfassungswidrig ablehnt, hätte er bei der Wiedergabe der Sicht des Bundesverfassungsgerichts (S. 178) zumindest auf die Entscheidung vom 11. September 2007 hinwei-

sen müssen. Dass der *Verfasser* dann die durchaus maßvollen Beschränkungen des Onlineauftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in der seinerzeit geltenden Fassung des Rundfunkstaatsvertrags, also insbesondere die Beschränkung auf vorwiegend programmbezogene Inhalte, als verfassungswidrig bewertet, kann nicht mehr überraschen, aber ebenso wenig überzeugen. Fazit: Der Beitrag von *Schnaitter* zur Konkretisierung des Programmauftrags bleibt überschaubar. Dies liegt nicht an den diskussionswürdigen, aber doch in ihrer Einseitigkeit problematischen Ergebnissen der Arbeit. Dies liegt vielmehr schlicht an ihren handwerklichen Mängeln. Dem *Autor* ist zuzugeben, dass er, wie jeder Verfasser einer rundfunkrechtlichen Arbeit, mit dem Risiko legislativer Überholung konfrontiert ist und daher stets nur eine Momentaufnahme der Rechtsentwicklung geben kann. Diese Momentaufnahme aber sollte dann korrekt sein. Dies ist hier nicht der Fall.

Prof. Dr. Christoph Degenhart, Leipzig

**Klaus Stern (Hrsg.):**

Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zur Gebührenfinanzierung vom 11. September 2007. Round-Table-Gespräch des Instituts für Rundfunkrecht an der Universität zu Köln vom 8. November 2007. München 2008: Verlag C. H. Beck. 116 Seiten, 39,00 Euro

Urteil zur Gebührenfinanzierung

Der schmale Band, der auch einen vollständigen Abdruck – und zwar mit den vom Gericht benutzten Randnummern, die in diesen Entscheidungssammlung noch immer fehlen – der genannten Entscheidung enthält, stellt erste Reaktionen auf die mit Spannung erwartete zweite Gebührenentscheidung des Gerichts dar. Dabei ist eine Pointe, dass einer der beiden Hauptreferenten der Richter *Steiner* ist, der zwar an der Entscheidung noch mitgewirkt hat, sich aber inzwischen im Ruhestand befindet. Auch enthält der Band die Wiedergabe einer ausführlicheren Diskussion, welche auf die beiden Vorträge hin stattfand und unter der Leitung des Herausgebers vor einem offenbar vom WDR finanzierten Buffet, das auch der informellen Fortsetzung der Aussprache diente, stand. *Monika Piel* als Intendantin des Westdeutschen Rundfunks eröffnete die Veranstaltung durch ein Grußwort, *Klaus Stern* als geschäftsführender Direktor des Instituts führte ein und das erste Referat hielt *Udo Steiner*. Darauf folgte das Referat von *Eva-Maria Michel*.

Steiner legte den Schwerpunkt seiner Ausführungen auf die Absicht der Entscheidung, eine entwicklungs offene Finanzierung für

den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sicherzustellen und die verbleibende Rolle der Landesparlamente im Verfahren der Bestimmung der jeweiligen Höhe der Rundfunkgebühren auszuleuchten. Auch befasste er sich alsbald mit der Zulässigkeit von Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die das Gericht früher unter Aspekten der Unabhängigkeit des Rundfunks für geboten erachtet hatte. Ferner erläuterte der erste Referent die Begründungspflicht, die den Landesparlamenten auferlegt ist, wollen sie „nach unten“ von dem an sich bindenden Vorschlag der unabhängigen und sachverständigen Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs (KEF) der Rundfunkanstalten abweichen; deren Vorschlag geht wiederum auf Bedarfsanmeldungen der Anstalten zurück, die ihrerseits diese Anmeldungen selbstständig und unabhängig im Blick auf ihre Programmautonomie erarbeiten. Daraufhin prüft die KEF diese Anmeldungen wiederum allein sachlich bestimmt, indes auch unter Aspekten der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit sowie nach der jüngsten Änderung des Rechts nicht ganz ohne Rücksicht auf die gesamtwirtschaftliche Lage. Dieses dreistufige Verfahren, das auf die erste grundlegende Gebührenentscheidung des Gerichts zurückgeht, stand nun im Mittelpunkt des ersten Referats. Schließlich sprach *Steiner* zu Zukunftsperspektiven, darunter aus seiner persönlichen Sicht zur Werbung und zur Bedeutung sogenannter Einschaltquoten.

Eva-Maria Michel referierte noch stärker zukunftsorientiert, stieg sie doch mit einem Blick auf die damals anstehende 11. Änderung des Rundfunkstaatsvertrags ein. Außerdem erörterte sie die wiederholt, auch früher schon erwogene Alternative der Indexierung als Basis der Ermittlung des Bedarfs und damit der Höhe der Rundfunkgebühr, die allerdings partiell auch heute schon Bedeutung hat, da Teilindexierungen in die Arbeit der KEF eingehen. Sodann befasste auch sie sich mit den Aussagen zur Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Schließlich wandte sie sich der Bedeutung der Entscheidung für die Suche nach grundlegenden Alternativen zur heute geltenden Gebührenfinanzierung zu. Letzteres spielt nicht nur eine Rolle, weil dazu eine Arbeitsgruppe der Ministerpräsidenten tagte. Es findet dabei auch eine Debatte auf europäischem Parkett statt. Denn die Ge-

neraldirektion Wettbewerb der Kommission in Brüssel sieht nicht nur die heutige Gebührenfinanzierung als eine fragwürdige Beihilfe an, sondern würde neue Varianten der Gebührenfinanzierung vielleicht unter dem Gesichtspunkt einer neu etablierten Beihilfe noch skeptischer betrachten als die bisherige Variante, die sozusagen als Altfall durchgehen kann. Hinzu kommt ohnehin, dass diese Generaldirektion offenbar auch nach der Einstellung der Vorermittlungen für ein Beihilfeverfahren auf Beschwerden des Verbandes Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) im April 2007 hin weiterhin von einer Beihilfe ausgeht. Dabei – und darauf ging *Eva-Maria Michel* ausdrücklich in ihren Ausführungen zum anstehenden Rundfunkänderungsstaatsvertrag ein – erfolgte diese Einstellung unter der Maßgabe, dass die Länder für die Programmentwicklung einen dreistufigen, sogenannten Public Value Test einführen; dieser soll sicherstellen, dass nur legitime öffentliche Interessen und keine marktorientierten Gesichtspunkte die Programmentwicklung prägen. Bis Frühjahr 2009 sollten hierzu Ergebnisse vorliegen (vgl. zu Einzelheiten *W. Schulz*, Der Programmauftrag als Prozess seiner Begründung. In: *Media Perspektiven* 2008, S. 158 ff.). Manche wollen hier nicht nur externe Gutachter tätig werden lassen, sondern diesen auch Entscheidungsmacht geben, mithin mit der Entscheidung nicht die Rundfunkräte der Anstalten entsprechend ihrer Autonomie vermittelnden Funktion befassen. Auch soll Drittbeteiligung am Verfahren interessierter Kreise möglich sein, was das Verfahren früh vor Gericht und dort zum Stillstand bringen könnte. Hier ist dies vor allem von Interesse, weil *Eva-Maria Michel* damit zugleich einen Teil der offenen Flanken der zweiten Gebührenentscheidung des Gerichts angesprochen hat, was der an diesem Judikat noch beteiligte Richter tunlichst unterließ. Diese Entwicklung kann das Gebührenfestsetzungsverfahren nämlich unterlaufen und damit die geflissentliche Trennung von allgemeiner Rundfunkgesetzgebung und Gebührenfestsetzung durch Gesetz verwischen. Auch wirft sie allgemeine und zugleich grundlegende Probleme auf (vgl. dazu *H. Goerlich/A.-K. Meier*, Selbstverpflichtungen und Autonomie am Beispiel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Zugleich zur „Neuen Steuerung“ und ihren Verfahren. In: *Zeit-*

schrift für Urheber- und Medienrecht 2007, S. 889 ff.). Daneben ging *Eva-Maria Michel* am Rande auch auf die Debatte um die Präsenz der öffentlich-rechtlichen Anstalten im Internet ein.

Die Aussprache blieb fixiert auf Fragen der Abweichung vom Vorschlag der KEF „nach unten“, der Vernachlässigung des administrativen Verfahrens der Gebührenbefreiung, das in der Praxis eine große Rolle spielt, und Fragen einer generellen Indexierung als Alternative sowie – eher am Rande – der Dogmatik des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, die das Gericht früher schon entwickelt hat. Unerwähnt blieb auch die Gefahr eines Unterlaufens der Programmfreiheit, hier zwar nicht durch „Zielvereinbarungen“, aber im Wege von „Selbstverpflichtungserklärungen“, die zwar für die Art und Weise der Darstellungsebenen des Programms, etwa im Interesse des Jugendschutzes, sinnvoll sein können, aber in Fragen der Programmentwicklung den Grundrechtsschutz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bis hin zu einem „Grundrechtsverzicht“ gefährden könnten.

Insofern blieb dieser Round Table in Köln in ersten Reaktionen auf die Entscheidung stecken und wurde sozusagen der Kontext insgesamt, in dem sie steht, noch nicht erschlossen. Dennoch ist das Bändchen von großem Wert. Dem vermeintlichen Nachteil steht nämlich der große Vorzug gegenüber, einen befassten Richter dazu hören und nun lesen zu können. Von nicht minderem Interesse ist das sachkundige Referat von *Eva-Maria Michel* als juristischer Direktorin einer großen Anstalt. Deshalb benötigt man das Bändchen, will man sich künftig mit den Grundfragen des Gebührenfestsetzungsverfahrens befassen.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Universität Leipzig



Gerd Schwendinger:
Gemeinschaftsrechtliche Grenzen öffentlicher Rundfunkfinanzierung. Audiovisuelle Daseinsvorsorge und Pluralismussicherung im Lichte von EG-Beihilferecht und Dienstleistungsfreiheit. Baden-Baden 2007: Nomos Verlagsgesellschaft. 683 Seiten, 98,00 Euro

Gemeinschaftsrechtliche Grenzen öffentlicher Rundfunkfinanzierung

Die Dissertation, gefertigt bei *Brun-Otto Bryde*, dem ehemaligen Richter des Bundesverfassungsgerichts, der in Gießen Hochschullehrer ist, steht nach Umfang, aber auch nach ihrer Sorgfalt einer Habilitationsschrift gleich. Sie ist wesentlich durch einen längeren Aufenthalt in Florenz am dortigen Europäischen Hochschulinstitut gefördert worden, aber auch durch die Zeit des *Autors* am Heidelberger Max-Planck-Institut für ausländisches öffentliches Recht und Völkerrecht. Nach einem Problemaufriss erschließt die Untersuchung ihren Gegenstand zunächst durch komparative Studien zur Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft (EG). Dabei findet man zunächst den Begriff des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erörtert, ebenso wie denjenigen der „Finanzierung“. Letztere ist in den Zusammenhang der Aufgabenerfüllung gestellt. Dann folgt eine Darstellung unterschiedlicher Finanzierungsformen. Das erlaubt, den Zusammenhang zwischen Finanzierungsziel und -form aufzugreifen sowie unterschiedliche Modelle der Finanzierung vorzustellen, was noch abgerundet wird durch eine Präsentation

wirtschaftlicher Vergleichsdaten zu den öffentlich-rechtlichen Rundfunksystemen in der EG. Daran schließt eine Analyse der deutschen Lage an. Zunächst werden die verfassungsrechtlichen Strukturelemente der deutschen Rundfunkordnung präsentiert. Das führt zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der dualen Rundfunkordnung. Hieran schließen Ausführungen zur Finanzierung dieses Auftrags nach deutschem Recht sowie zu den Kontrollmechanismen an, die hier von der Verfassung ausgehen. Dieses „deutsche“ Kapitel wird schließlich abgerundet durch eine Darstellung der Sondersituation des Auslandsrundfunks. Dann durchleuchtet die Arbeit die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hinsichtlich des europäischen Beihilferechts. Dabei erörtert die Arbeit zunächst die Anwendbarkeit des Beihilferechts; darauf folgt eine Prüfung des Tatbestandes von Art. 87 Abs. 1 EGV sowie der Ausnahmen vom Beihilfeverbot und der verfahrensrechtlichen Konsequenzen. Schließlich analysiert die Untersuchung die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Lichte der Dienstleistungsfreiheit des EG-Vertrags. Das führt zunächst zu einer Erörterung des Verhältnisses des Beihilferegimes und der Grundfreiheiten dieses Vertrags. Sodann findet man den Anwendungsbereich der Dienstleistungsfreiheit erörtert, darauf den Eingriff und seine Rechtfertigung. Auch das führt dazu, dass die Arbeit im Ergebnis gemeinschaftsrechtliche Zweifel an der Zulässigkeit der deutschen Rundfunkfinanzierung durchschlagen lässt.

Leider fehlt eine Untersuchung zu der Frage, inwieweit im kulturellen Bereich – im weitesten Sinne dieses Wortes – die EG überhaupt Zuständigkeit beanspruchen kann, sowie – wenn es um Angelegenheiten geht, die eine Vermengung von „Kultur“ und „Wirtschaft“ mit sich bringen – des Umstandes, dass dort dennoch die Zustimmung des betreffenden Mitgliedstaates erforderlich bleibt, soll es zu Maßnahmen kommen. Das ist auch der Zweck des sogenannten Amsterdamer Protokolls für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dies führt dazu, dass die Arbeit ausblendet, was genuin den Mitgliedstaaten bleiben muss: nämlich die Grundlage ihres jeweiligen Gemeinwesens im Sinne einer Hervorbringung der eigenen Kultur und des politischen Willens sowie – darauf aufbauend – der Konti-

nuität der eigenen Identität der Mitgliedstaaten, wie dies vor kurzem *Albrecht Hesse* analysiert hat (vgl. in: *K. Stern* [Hrsg.], *Die Bedeutung des Europäischen Rechts für den nationalen Rundfunk*. München 2007, S. 29 ff.). Das Verhalten der EG führt nämlich dazu, dass sie zwar nach außen, etwa im Verhältnis zu Institutionen, die einen diskriminierungsfreien Welthandel sichern sollen, Bereichsausnahmen für die Kultur ihrer Mitgliedstaaten verteidigt, andererseits aber nach innen dieselben Mitgliedstaaten einem nicht verständlichen Druck aussetzt, mit Rücksicht auf die Ingerenz der EG ihre Eigenständigkeit gerade in diesem Bereich abzubauen. Dieses Vorgehen der EG genügt ihrem Charakter als vor allem wirtschaftlichem Zweckverband nicht, der sich strikt an seine Zuständigkeiten zu halten hat. Außerdem desavouiert es die Verhandlungsposition der Gemeinschaft auf internationaler Ebene. Und schließlich führt es zur Gefährdung der Legitimation der EG, die sie selbst auf Dauer gefährden wird (dazu *E. T. Emde*, *Herrschaftslegitimation ohne Volk?* Zum demokratischen Prinzip in funktionalen und supranationalen Zweckverbänden. In: *C. Enders/J. Masing* [Hrsg.], *Freiheit des Subjekts und Organisation der Herrschaft*, Symposium zu Ehren von *E.-W. Böckenförde* anlässlich seines 75. Geburtstages. Berlin 2006, S. 65 ff.).

Auch konnte die Arbeit die jüngsten Entwicklungen im Felde ihres Gegenstandes nicht mehr einbeziehen: Nämlich einerseits die Entscheidung der Kommission vom 24. April 2007 zur Einstellung der Voruntersuchung für ein Verfahren wegen Verstoßes gegen das Beihilfeverbot gegen die Bundesrepublik Deutschland in Sachen Rundfunkgebühr und andererseits das Urteil des Bundesverfassungsgerichts im Gebührenstreitverfahren vom 11. September 2007.

Die EG-Kommission gibt in ihrer Entscheidung zwar ihre grundsätzliche Position nicht auf; sie weicht aber zurück, sofern es zur Erfüllung gewisser Zusagen kommt, welche die Bundesrepublik gemacht hat. Diese umfangreiche Entscheidung zeugt im Übrigen von einem grundlegenden Unverständnis für das deutsche Rundfunkrecht, das auf einer grundrechtlichen Gewährleistung aufbaut und daher Autonomie zu respektieren hat. So will die Entscheidung gerade das einfordern, was sie eigentlich in Frage stellen müsste, näm-

lich einen staatlichen Eingriff durch Regelung mit der Folge, dass von der grundrechtsinduzierten Programmautonomie der Rundfunkanstalten nichts mehr übrig zu bleiben droht als bare redaktionelle Selbstständigkeit dieser Anstalten. Außerdem spricht diese Entscheidung der Kommission von der Erforderlichkeit von Selbstverpflichtungen der Anstalten, die allerdings kaum mehr Raum haben, wenn die deutsche Rundfunkgesetzgebung so viel regelt, wie die Kommission wünscht. Zudem geht das eben angesprochene Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 11. September 2007 mit keinem Wort auf den angeblichen Beihilfecharakter der Rundfunkgebühr ein, bekräftigt vielmehr das Verfahren der Gebührenfestsetzung weitestgehend und sieht auch das Mittel der Selbstverpflichtungen zunächst als ein mit der Rundfunkfreiheit zu vereinbarendes Mittel der kooperativen Konkretisierung dessen, was nach Auffassung der Rundfunkanstalten zur Erfüllung des Funktionsauftrags im Einzelnen erforderlich ist. Das betont einerseits, dass dieses Mittel dem nationalen Rechtsregime der Rundfunkfreiheit unterliegt, und hebt andererseits hervor, dass die Auffassungen der Rundfunkanstalten maßgeblich sind und nicht etwa die anderer Akteure, die vor allem vermeintliche oder tatsächliche Interessen der privaten Rundfunkveranstalter oder etwa der Verleger im Auge haben, die ebenfalls *online* gehen.

Insgesamt aber ist die Arbeit ein aus EG-rechtlicher Sicht hervorragendes Kompendium zu ihrem Gegenstand. Zugänglich ist sie trotz ihres Umfangs dank einer eingehenden Zusammenfassung ihrer Ergebnisse. Es wäre allerdings zu wünschen, dass solche Untersuchungen eine größere Sensibilität für das nationale Recht entfalten. Gerade mit der Erweiterung der EG ist dies notwendig, sollen nicht allmählich Rechtsgehorsam und Respekt gegenüber der Gemeinschaft aus den Mitgliedstaaten heraus gefährdet werden. Die EG erweist sich einen Bären dienst, wenn sie zunehmend deshalb zum Papiertiger wird, weil sie das Recht, das ihr allein das Ansehen verschafft, das sie benötigt, zulasten der Mitgliedstaaten – soweit es deren Recht betrifft – selbst nicht versteht. Auch sollte es die Kommission vermeiden, immer wieder nationalen Gruppeninteressen aus den Mitgliedstaaten heraus auf den Leim zu gehen. Gewiss verleitet dazu der Umstand, dass die

EG keinen eigenen Unterbau und kaum einen eigenen Durchsetzungsapparat besitzt. Gerade Letzteres sollte indes umso vorsichtiger stimmen.

All das ändert aber nichts an der Qualität der Untersuchung, die hier anzuzeigen war, wiewohl auch sie die Betriebsblindheit der Fixierung auf die wirtschaftsrechtliche Perspektive vorführt. Ursache dafür ist wohl auch die europäische Verfassungseuphorie der letzten Jahre. Die Ernüchterung scheint unvermeidlich. In Vielfalt geeint bleiben die Mitgliedstaaten nur, wenn ihre genuinen Zuständigkeiten respektiert bleiben. Das gilt auch für das Rundfunkrecht.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Universität Leipzig



Hans-Martin Schmidt:

Rundfunkgebührenfinanzierung unter dem GATS. Frankfurt am Main u. a. 2008: Verlag Peter Lang. 286 Seiten, 51,50 Euro

Rundfunkgebührenfinanzierung unter dem GATS

Die mit einem Vorwort von *Dieter Dörr*, dem Doktorvater des *Autors*, veröffentlichte Schrift schließt eine Lücke in der deutschsprachigen Literatur zum Rundfunkrecht. Eine offene Flanke der Gebührenfinanzierung des deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunks verbirgt sich nämlich hinter der Frage, ob sie mit dem Welthandelsrecht vereinbar ist. Diese Frage ist umso bedeutsamer, je länger der Brüsseler Kompromiss zur Vereinbarkeit der Rundfunkgebühr mit dem europäischen Wettbewerbsrecht Bestand hat. Es erscheint nämlich nicht ausgeschlossen, dass sich dann die Kampfzone auf die Ebene des Welthandelsrechts verlagert, wiewohl in dieser Zone der Rechtsentwicklung die Europäische Union anders als nach innen gegenüber den Mitgliedstaaten in Ansehung deren unterschiedlicher Vielfalt die kulturelle Eigenständigkeit Europas zu verteidigen gewillt scheint. Es betreiben hier zwei verschiedene Generaldirektionen der europäischen Kommission einander widersprechende Politiken.

Der *Autor* begegnete dem Thema im Rahmen seiner Referendarstation beim ARD-Verbindungsbüro in Brüssel; außerdem hatte er Grundlagen der Arbeit während seines Gra-

duiertenstudiums an der Columbia-Universität in New York, wo er einen LL.M. erwarb, legen können. Dabei handelt es sich beim Thema der Arbeit nicht um einen trockenen Gegenstand des Gebühren- oder Handelsrechts; vielmehr geht es zugleich um das Feld einer Wahrung kultureller Vielfalt gegenüber der Dominanz uniformer medialer Produktionen auf dem Weltmarkt. Verstanden wird das einschlägige Marktsegment als Dienstleistungsmarkt, auf dem der öffentlich-rechtliche Rundfunk als subventionierter Anbieter aufzutreten scheint; er wird also nicht als Repräsentant nationaler oder europäischer Kultur begriffen, der in dieser Eigenschaft autonom strukturiert und staats- oder aber jedenfalls weitgehend „politikfrei“ durch die Rundfunkgebühr finanziert ist.

Die Arbeit ist so aufgebaut, dass sie der Leser, dem das Welthandelsrecht bisher fernlag, zugleich als Einführung in dieses Rechtsgebiet nutzen kann. So stellt sie in einem ersten Teil nicht nur den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, sondern auch die Welthandelsorganisation (WTO), ihr Recht und die Stellung des Rundfunks in diesem Rahmen sowie das GATS, d. h. das allgemeine – weltweite – Abkommen über Dienstleistungen vor. Daran schließt ein Kapitel über das Verhältnis der Europäischen Gemeinschaften und ihres Mitgliedstaates Deutschland zur WTO an. Erst der zweite Teil der Untersuchung ist dem engeren Thema, nämlich der Vereinbarkeit der Rundfunkgebührenfinanzierung mit dem GATS, gewidmet. Der letzte – dritte – Teil befasst sich dann mit der Sicherung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im System des GATS.

Die Untersuchung lässt sich wie folgt zusammenfassen: Ziel ist, die nationalen Spielräume zur Ausgestaltung der Rundfunkordnung und insbesondere der Finanzierung des Rundfunks zu erhalten. Dabei geht die Arbeit davon aus, dass ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk in seiner Unabhängigkeit zumal in finanzieller Hinsicht, wie er in Deutschland besteht, ein Kulturgut darstellt, das – teils in Anlehnung an die Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts – eine unverzichtbare Funktion als „Medium und Faktor“ öffentlicher Meinungsbildung, politischer Orientierung und nationaler Identitätsstiftung wahrnimmt. Diese Strukturen schienen europarechtlich in Frage gestellt, weil private

Anbieter und ihre Verbände glaubten, nach Markt- und Wettbewerbsbegriffen eine mindestens mittelbar diskriminierende Wirkung dartun zu können. Versuche, dem prinzipiell einen Riegel vorzuschieben – etwa durch eine Protokollerklärung bei Gelegenheit einer Vertragsänderung wie dem Amsterdamer Vertrag –, scheiterten daran, dass die Kommission die Rundfunkgebühr weiterhin als – an sich unzulässige – Beihilfe ansah und ansieht sowie nur zu besänftigen scheint mithilfe von Vorkehrungen, welche die „Marktpräsenz“ der Rundfunkanstalten eindämmen können. Eine generelle Bereichsausnahme zugunsten der Anstalten als Funktionsträger nationaler Kultur und Politik wurde nicht erzielt; und dies, obwohl die Europäische Union – repräsentiert durch eine andere als die Wettbewerbsdirektion – eben dies selbst tut, nämlich im Rahmen von GATS und WTO.

Die Arbeit weist nun nach, dass die bisher sehr weite und weiche Sprache dieser Abkommen eine Wiederholung des Spiels erlaubt, den Rundfunk der Anstalten den privaten Anbietern gleichzustellen und Letztere insofern als ungleich behandelt anzusehen, als sie an der Finanzierung durch Gebühren nicht teilhaben, obwohl inländische und ausländische Anbieter insoweit gleich behandelt werden. Wird der Welthandel also weiterhin liberalisiert, so wären Ausnahmeklauseln zugunsten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner Finanzierung anzustreben. Dasselbe gilt für ein künftiges GATS-Subventionsabkommen, das die Gebühren mit großer Wahrscheinlichkeit im Ansatz als Beihilfen qualifizieren würde. Allerdings wäre nicht zu befürchten, dass die Rundfunkgebühren als Marktzugangshindernis zu begreifen wären, das ein totales Erbringungsverbot von Rundfunkdienstleistungen bewirkt. Man könnte die Gebühren jedoch unter Umständen als „Maßnahmen gleicher Wirkung“ jedenfalls gegenüber ausländischen Anbietern verstehen. Und dies scheint nicht nur wegen der Sprache der Abkommen möglich, sondern auch angesichts der bisher fehlenden Verfestigung einer Rechtsprechung der zuständigen Panels und insbesondere Appellate Bodies in zweiter Instanz nicht von der Hand zu weisen.

Hinzu kommt, dass bisher bestehende Ausnahmenvorschriften die Rundfunkgebühren nicht erfassen, da sie keine allgemeine Be-

reichsausnahme für die Finanzierung von Kulturgütern bieten. Insoweit ist die restriktive Sprache im Übrigen klar und deutlich, sodass auch keine andere Auslegung durch ein Streitbeilegungsorgan zu erwarten ist. Auch das UNESCO-Abkommen zur kulturellen Vielfalt hilft dagegen nicht, weil es Nichtparteien – wie etwa die USA – nicht bindet. Diese Konvention hat jedoch politische Bedeutung und mag deshalb den Liberalisierungsdruck in künftigen Verhandlungen mindern. Auch bindet sie die EU als Vertragspartei über das Einstimmigkeitserfordernis des Art. 133 Abs. 6 EGV hinaus, da die EU keine Beschlüsse fassen darf, die der Konvention widersprechen. Schließlich beschreibt die Arbeit rechtspolitisch, welche Anforderungen eine Ausnahmeklausel zu erfüllen hat, soll sie die autonome Rundfunkfinanzierung des deutschen Modells sichern. Eine allgemeine kulturelle Bereichsausnahme würde nicht genügen. Sie müsste vielmehr rundfunkspezifisch gefasst sein, dürfte aber insbesondere auch Übertragungswege nicht ausnehmen. Zudem müssten auch nicht lineare Dienste umfasst sein, um die Entwicklungsoffenheit des Rundfunks zu erhalten. Sie müsste vor allem aber auch die Autonomie der Mitgliedstaaten der Welt Handelsabkommen für die Bestimmung der Reichweite des Funktionsauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sowie des Umfangs seiner Finanzierung gewährleisten. Zudem dürfte sie keine Verhältnismäßigkeits- oder Erforderlichkeitsklauseln enthalten, die diese Autonomie der Staaten gefährden könnten.

Diese Ergebnisse spiegeln auch die Erfahrungen, welche die Staaten mit Verträgen gemacht haben, die eigens geschaffene Spruchkörper als Rechtsinstrument verwirklichen. Denn sie insistieren gegenüber den Signatar- oder Mitgliedstaaten in der Regel auf einer eigenen autonomen Auslegung solcher Rechtsinstrumente, die gegen die Selbstbestimmung dieser Staaten streiten kann. Hinzu kommen können dazu auch wirksame Mechanismen der Durchsetzung bis hin zu einer Vollstreckung, wenn es also nicht nur bei weichen Sanktionen oder feststellenden Entscheidungen bleibt. Dergestalt autonome zwischenstaatliche Rechtsinstrumente tendieren dazu, Vorrang gegenüber ihren Ausnahmen zu beanspruchen und die Reichweite von Bereichsausnahmen selbst zu bestimmen. Materiell

gefasste derartige Ausnahmen müssten mindestens durch Verfahren unterfangen werden, die den Staaten zur Seite stehen könnten. Auf EU-Ebene sind es Streitverfahren, die Subsidiaritätsgrundsätze durchsetzen und die Tendenz zu interpretatorischer Kompetenz-Kompetenz letztinstanzlicher, latent supranationaler Spruchkörper abwehren sollen. Die richtige Balance wird sich aber nur einstellen, wenn die Gewichte regionaler Gruppen von Staaten sich gegenseitig austarieren und die rechtliche Struktur unterfangen. Das gilt zumal, wenn – anders als etwa in der Europäischen Union – wie im Falle des GATS und der WTO eine autonome Vollstreckungsinstanz fehlt und die Durchsetzung wesentlich auf einseitige schwerwiegende Handelssanktionen der obsiegenden Partei beschränkt ist. Jedenfalls scheint es Ausdruck auch eines Gleichgewichts, wenn „Bollywood“ sich an „Hollywood“ nicht stößt und Indien in seinem kulturellen Selbstbewusstsein Europa nicht stützte bei der Schaffung des kulturellen Schutzschirms der Vielfaltskonvention der UNESCO. So mag schließlich auch der Wandel der Rolle der USA in der Welt beitragen zu einer angemessenen Zuordnung der Vielfaltsanfordernisse, die besagte Konvention schützt, und des Welthandelsrechts, das sich allein am Markt zu orientieren scheint. Dies gilt zumal für den Bereich des Rundfunks, der dazu dient, die politische Kultur und nationale Identität, ebenso wie die individuelle und die kollektive Meinungsbildung, die Voraussetzungen jeder Herrschaft und ihrer Kontrolle in einer Demokratie sind, zu fördern.

Die Arbeit kam zur rechten Zeit. Sie ist sehr verständlich gefasst, ist informiert und informiert selbst gut. Manchmal vernachlässigt sie die Literatur etwas, z. B. die Arbeiten von R. J. Neuwirth – veröffentlicht etwa in der Zeitschrift für Ausländisches Öffentliches Recht und Völkerrecht – zur „Kulturindustrie“ (im Sinne der „cultural industries“ der kritischen Theorie), die auf Deutsch erschienen sind, oder die in der Reihe des Kölner Instituts für Rundfunkrecht publizierten Untersuchungen von A. Hesse zur Stellung des Rundfunks im Recht der EU, obwohl diese Arbeiten im Feld der Untersuchung liegen. Das ändert aber nichts an der Pionierleistung, die mit der Arbeit erbracht ist.



Armin Dittmann (unter Mitarbeit von Tobias Scheel):

Die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durch eine Medienabgabe. Verfassungsrechtliche Anforderungen an eine geräteunabhängige Haushalts- und Betriebsstättenabgabe. Baden-Baden 2009: Nomos Verlagsgesellschaft. 80 Seiten, 22,00 Euro

Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

In den letzten Jahren sind eine Reihe von Gutachten erstattet worden, welche die Ablösung der Rundfunkgebühr unter verschiedenen Aspekten prüfen: So gibt es etwa ein Gutachten von R. Streinz und C. Herrmann zur Reform der Rundfunkfinanzierung im Lichte des EG-Beihilferechts (2007) und ein Gutachten für einen anderen Auftraggeber von C. Degenhart zur Neuordnung der Rundfunkgebühr (2007 – inzwischen auszugsweise veröffentlicht in ZUM 2009, S. 374 ff.) sowie im selben Jahr ein weiteres Gutachten dazu von H.-D. Jarass. Dittmann, Schüler von Thomas Oppermann, hatte den Ausschnitt der verfassungsrechtlichen Prüfung zu bearbeiten. In der Diskussion war die Rundfunkgebühr vor allem wegen der Belastung für Betriebe, die mehrere Geräte haben, ohne unter ein Zweit- und Drittgeräte-Privileg zu fallen, wie etwa Hotel- und Gaststättenbetriebe, sowie wegen der Belastung, die daraus erwachsen kann, dass in Unternehmen zahlreiche Rechner anzutreffen sind, die empfangstauglich sind und daher unter die Gebührenpflicht geraten können. Auch gab es Probleme der Durchsetzung der Gebührenpflicht, etwa bei Jugendlichen mit eigenem Einkommen, wenn sie noch bei

den Eltern wohnen, und anderes mehr. Gleichzeitig wurde von interessierten Verbänden wie dem Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) populär gemacht, die Rundfunkgebühr zu diskreditieren, wobei die Befreiungstatbestände des Gebührenrechts verschwiegen und die Kostenlast des Pay-TV, welche auf die Rezipienten abgewälzt wird, herabgespielt wurden. All das ergab für die Politik und in Reaktion darauf für die Anstalten Anlass, über Alternativen nachzudenken. Hinzu kommt, dass die Wanderbewegungen von Ost nach West, das Absinken der Bevölkerungszahl sowie die damit einhergehende Überalterung der deutschen Gesellschaft dazu führen, dass durch Fortfall oder Verarmung von Haushalten das Gebührenaufkommen nach dem jetzigen System in erheblichem Maße schrumpfen wird. Vorge schlagen wird daher eine einheitliche Abgabe, die auch keinen Bezug zu einer Nutzungsmöglichkeit besitzt. Anknüpfungspunkt wäre nur der Haushalt oder die Betriebsstätte; auch die Differenzierung nach Grund- und Fernsehgebühr entfiel. Eine Mehrbelastung der bisherigen – sozusagen regulären – Rundfunkteilnehmer wäre nicht zu befürchten. All das würde aber doch erfordern, eine neue Legitimation für die Abgabe zu schaffen. Die rechtlichen Möglichkeiten waren daher auch am Maßstab des Grundgesetzes abzuklären. Dabei kam es vor allem darauf an, die rundfunkverfassungsrechtliche, die finanzverfassungsrechtliche und die grundrechtliche Zulässigkeit einer Medienabgabe zu prüfen. So ist die Arbeit entsprechend auch gegliedert. Alle drei Aspekte der Prüfung führen dahin, dass eine Medienabgabe denkbar wäre – wobei allerdings die europarechtliche Seite ausgeklammert bleibt.

In den Einzelheiten ergibt sich, dass die Medienabgabe den Anforderungen des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG entsprechen müsste, was das Gutachten unter „rundfunkverfassungsrechtliche Anforderungen“ fasst. Zudem sieht es keinen Grund, vom KEF-Verfahren der Ermittlung des Finanzbedarfs der Anstalten und der entsprechenden Höhe der Abgabe abzugehen. Damit wäre die Unabhängigkeit im Sinne der Autonomie der Anstalten im Interesse des Programms gewahrt.

Finanzverfassungsrechtlich wäre eine solche Abgabe weder Steuer noch Gebühr oder Beitrag. Die Zuständigkeit der Länder ergäbe

sich nicht aus ihrer Besteuerungsbefugnis bzw. aus ihnen zustehenden gebühren- oder beitragsrechtlichen Annexkompetenzen. Auch wäre die Medienabgabe nicht Sonderabgabe im Sinne der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. Sie fiel schon von ihrem Gehalt her nicht in dieses Begriffsfeld und wäre diesem Auffangtatbestand mithin nicht zuzuordnen. Die Zuständigkeit für die Schaffung einer Medienabgabe ergibt sich aus der Kompetenz der Länder nach Art. 70 Abs. 1 GG, in Verbindung mit den Ausgestaltungsmaßnahmen des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG. Somit ist eine Zuständigkeit gegeben, die auf Abgabenerhebung bezogen ist. Weitere Abgrenzungen zur Sonderabgabe ergeben sich aus den sachlichen Anforderungen an die Medienabgabe: Es läge keine Aufkommenswirkung zugunsten der öffentlichen Hand vor, da die Anstalten nicht Teil der Staatsorganisation sind. Auch wäre keine gestaltende Einflussnahme des Staates möglich. Belastung und Verwendung stünden also nicht in einem beide verknüpfenden Zusammenhang, der dem Gesetzgeber maßgeblichen Einfluss sichert; im Gegenteil: Die Wahrnehmung der Aufgabe in Programmautonomie schloße einen solchen Einfluss bei der Festsetzung der Höhe der Belastung aus. Der Rundfunk muss schließlich in jedem Sinne „staatsfrei“ sein und betrieben werden. Weiterhin wäre eine solche Medienabgabe typischerweise auf Dauer gestellt; sie diene nicht der Bewältigung einer vorübergehenden Lage. Schließlich könnte durch eine solche Medienabgabe keine Gefährdung für die Finanzverfassung, die Belastungsgleichheit aufseiten der Bürger und das parlamentarische Budgetrecht entstehen; neue Finanzquellen würden nicht erschlossen. Ihr stünde aber ein eigener Kompetenztitel außerhalb der Finanzverfassung zur Seite. Auch griffe sie nicht in die Finanzbeziehungen zwischen Bund und Ländern ein. Die Medienabgabe wäre auch nicht Ausdruck einer kritischen Lage, sondern der Stabilität der Rundfunkfinanzierung in einem eigenen Rechtsrahmen zuträglich.

Die Medienabgabe wäre nach alledem nicht Sonderabgabe, sondern sonstige Abgabe im Sinne der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts. Sie würde auf besonderer Zuständigkeit der Länder beruhen, wäre durch sachliche Anknüpfungspunkte legitimiert und stellte auch die Vollständigkeit des Haushalts

nicht in Frage. Grundrechte wären nicht verletzt – weder Art. 3 Abs. 1 noch Art. 2 Abs. 1 GG, auch nicht Art. 12 Abs. 1 und Art. 14 Abs. 1 GG. Die Anknüpfung an Haushalt oder Betriebsstätte wäre gerechtfertigt aus Maximen der Verwaltungs- und der Vollzugseffizienz. Die Belastung wäre gleich in der Sache und auch im Erfolg durchgehalten. Die Grenzen der Belastbarkeit, welche die letztgenannten Grundrechte ergeben, wären nicht überschritten. Das ergäbe die Vereinbarkeit einer solchen Abgabe mit dem geltenden Verfassungsrecht.

Das Gutachten ist sauber gearbeitet, knüpft an das geltende Recht der Rundfunkgebühr in plausibler Weise an und kommt zu einleuchtenden Ergebnissen. Ob tatsächlich ein solches Modell verwirklicht wird, ist noch offen. Die Länder haben vor, dies zu entscheiden. Man darf gespannt sein. Gegen die Neuerung spricht allerdings nicht nur die Unruhe, welche sie für die Anstalten mit sich bringt. Denn neben der Frage, welche kritischen Tatbestände in der Handhabung und Durchsetzung der bisherigen Gebühr durch eine solche Abgabe überwunden werden können, ist auch offen, ob die Rechtsprechung einem solchen Gutachten folgen würde, also nicht etwa doch in einer solchen Abgabe eine unzulässige Sonderabgabe sähe. Auch könnten aus europarechtlicher Sicht die Anstalten doch als Teil des Staates und seiner Organisation missverstanden werden, sodass das Aufkommen aus der Abgabe dem staatlichen Aufkommen zuzuschlagen wäre. Hinzu kommt auch nicht nur eine, von interessierten Kreisen erzeugte Ruhelosigkeit, sondern auch die allfällige Veränderung des Verhaltens der Rezipienten, die den Rundfunk jedenfalls in Segmenten – wie etwa im Bereich der Nachrichten – verstärkt zugunsten einer Internetnutzung abschalten. Dagegen hilft auch kein Rechtsgutachten.

Prof. Dr. Helmut Goerlich, Universität Leipzig

Ins Netz gegangen:

Mehr als nur eine Altersempfehlung

www.kinderfilmwelt.de

Über die Beurteilung von Kinofilmen lässt sich bekanntlich streiten. Insbesondere, wenn es dabei um das Wohl der Kinder geht. So titelte die „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ Ende des vergangenen Jahres *FSK 12 – Nichts für Kinder* und entfachte mit dieser Kritik an den FSK-Labeln eine Debatte in Politik und Gesellschaft. Ohne diese Diskussion erneut aufrollen zu wollen, wurde anhand dieser doch deutlich, wie groß der Wunsch nach transparenten Informationen für den Medienalltag mit Kindern ist. Um den Kindern und Eltern solch eine Möglichkeit zu bieten, eröffnete das Kinder- und Jugendzentrum (KJZ) im Sommer 2010 eine Informations- und Lernplattform zum Thema „Kinderfilm“. Auf www.kinderfilmwelt.de erfahren Kinder endlich, was ihnen zusteht, nämlich: Was gibt es derzeit im Kino und auf DVD zu sehen und was davon sagt mir tatsächlich zu? Gab es bislang kaum kindgerechte Rezensionen, wird den Kindern hier anhand verständlicher Kritiken sowie Filmtrailern und Szenenfotos ein Einblick in verschiedene Filme geboten. Bezweckt werden soll damit nicht nur, so die Leiterin des KJZ Dr. Eva Bürgermeister, dass

die Kinder „die besten Filme für sich entdecken“, sondern auch, dass das Bewusstsein für „Qualität und Vielfalt“ geschärft wird. In diesem Sinne werden die Kinder hier auch dazu aufgefordert, die vorgestellten Filme zu bewerten und zu kommentieren, was löblicherweise ohne die Angabe von personenbezogenen Daten erfolgen kann. So vergleicht Ali (10) *Das wandelnde Schloss* mit „einem Traum, einem Gedicht“, während Svenja (15) *Vorstadtkrokodile* einfach „saueil“ findet. Schön, wenn eine Homepage, die ursprünglich für Kinder zwischen 6 und 12 Jahren konzipiert wurde, auch von Älteren frequentiert wird! Bewertet werden die Filme nicht nur von den Kindern, sondern auch von den Medienpädagogen, die diese Plattform redaktionell betreuen. Diese sprechen für jeden einzelnen Film Altersempfehlungen aus, die sich – anders als die FSK-Siegel – auch aus dem pädagogischen Gehalt bzw. Mehrwert der jeweiligen Filme ergeben. Insofern wird hier berücksichtigt, inwieweit der jeweilige Film thematisch interessant und kognitiv geeignet für die entsprechende Altersstufe ist.

In der Rubrik „Filmstudio“ erleben die Kinder, was hinter der Kamera vor sich geht. Erleben? – Wie auf der gesamten Seite werden die Informationen auch hier multimedial vermittelt, d. h. anhand von Clips, Bildern und Text. So können auch Kinder, die noch nicht lesen können, hier beispielsweise etwas über die Berufe beim Film oder über die unterschiedlichen Macharten von Zeichentrickfilmen erfahren. Filmschaffende wie Schauspieler und Kameramänner zeigen hier, was sich am Set bei Dreharbeiten alles so tut und wecken bei den Kindern damit ein Bewusstsein für den Entstehungsprozess von Filmen. Wie Schauspieler im Film zum Weinen gebracht werden, erfährt man unter „W“ wie „Weinen im Film“ des Filmlexikons. Hier werden Techniken, Filmgenres und vieles mehr in einfacher Sprache, jedoch mit hohem Niveau ausführlich erklärt, sodass nicht nur Kinder einiges dazulernen können. Fehlt ein Begriff aus der Filmwelt in diesem Lexikon, ist das ein klarer Fall für: „Was heißt denn eigentlich...?“ Anhand von einem Kontaktfeld können Kinder hier nach der Bedeutung eines Wortes fragen. Die animierte Filmklappe „Klappi“, die immer

wieder samt eines Fragezeichens auf der Bildfläche von www.kinderfilmwelt.de erscheint, erläutert den Kindern bei Bedarf die möglichen Features dieser Seite, sodass die Orientierung, die ohnehin relativ problemlos erfolgt, gewährleistet ist. Dank der Förderung der Stiftung Deutsche Jugendmarke e. V. und der Förderung des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend kann die Webseite auf Werbebanner verzichten, was aus vielerlei Gründen für Kinder von Vorteil ist. Zwar bunt, aber nicht infantil wirkt das Design der Webseite, welches wie der Aufbau und die Ausstattung dieses Portals auf die Ideen und Wünsche von 200 Kindern zurückzuführen ist, die bei der Entwicklung von kinderfilmwelt.de miteinbezogen wurden. Insofern wurde hier selbst praktiziert, was es gilt zu vermitteln: Kinder in ihren Wünschen und Bedürfnissen ernst zu nehmen und sich mit ihnen darüber auseinanderzusetzen. Und welche Informationen nehmen die Eltern nun dank dieses Portals in den Medienalltag mit? Vor allem, sich öfter an dem Urteil ihrer Kinder zu orientieren. Denn das auf der Startseite erscheinende Ran-

king, welches die beliebtesten Filme der Kinder auflistet, ist bei der zukünftigen Entscheidung, welchen Film sich die Familie im Kino angucken soll, mindestens genauso hilfreich wie die Altersempfehlungen der Medienpädagogen. Dass diese Empfehlungen nur als gute Orientierungshilfen zu werten sind, nicht jedoch das Gespräch mit dem eigenen Nachwuchs ersetzen, wird in der Rubrik „Elterninfo“ ebenso betont wie die Tatsache, dass die FSK-Siegel nie den Anspruch erhoben haben, ein Gütesiegel für pädagogisch wertvolle Inhalte zu sein. Darüber hinaus wird den Eltern ein Terminkalender angeboten, der auf Kinderfilmfestivals hinweist und interessante Anlaufstellen für filminteressierte Kinder und Eltern vorstellt. Unter der Überschrift „Pädagogische Tipps“ werden Themen wie „Kinderkinokultur vor Ort“, „Welche Filme mögen Jungen, welche lieben die Mädchen?“, „Gewalt im Film – ist das schädlich für mein Kind?“, „Das kleine ABC des Jugendschutzes im Film“ und „Kinderfilm ist mehr als ein Märchen“ diskutiert. Die differenzierten Ausführungen hierzu sind sehr fundiert und geben wirklich ausge-

zeichnet Auskunft für interessierte Eltern und Erziehende. Mehr zu sagen als: „Super gemacht!“ ist fast nicht möglich. Kinder und Erwachsene werden hier darin unterstützt, sich in der Medien- bzw. Filmwelt selbstständig zurechtzufinden. Eine gelungene Seite, an der nicht nur Kinder ihren Spaß haben und dazulernen.

Mareike Müller

Regulierung mit begrenzter Wirkung



Jugendschutz in der modernen Mediengesellschaft

medien-impuls-Tagung am 15. Februar 2011 in Berlin

Kinder und Jugendliche konsumieren klassische Medieninhalte zunehmend auch über das Internet. Knapp die Hälfte der 6- bis 13-jährigen Internetnutzer etwa sehen Filme und Videos online¹. Dies stellt neue Herausforderungen an den Jugendmedienschutz. Zwar gelten Altersfreigaben und Sendezeitbeschränkungen, wie sie aus dem Fernsehen, Kino und Videoverkauf bekannt sind, seit 2003 auch für das Netz. Ob diese Regelung allerdings Anwendung fand, ist bisher nur punktuell kontrollierbar. Der jüngste Versuch der Länder, über Filtersysteme und Selbstklassifizierungen Altersbeschränkungen im Internet durchsetzbar zu machen, war im Dezember vergangenen Jahres gescheitert. Doch kann auf eine wirksame Regelung im Netz verzichtet werden, ohne damit die Glaubwürdigkeit des gesamten Systems zu gefährden? Wie können die Ansätze aus der gescheiterten Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags möglicherweise weiterentwickelt werden? Welcher Jugendschutz ist in Zeiten der Medienkonvergenz am effektivsten? Diese Fragen standen im Mittelpunkt der *medien-impuls*-Tagung in Berlin. So kontrovers das Thema auch diskutiert wurde, als wichtigstes Ergebnis der Konferenz kann ein Konsens festgehalten werden: Es gibt allgemein das Bedürfnis nach einem funktionierenden Jugendschutzsystem – auch im

Internet. Und dabei müsse zuallererst auf die Mündigkeit des Internetnutzers gesetzt werden. Wie dies jedoch konkret aussehen kann, darüber gingen die Meinungen auseinander.

Ursprünge des Jugendmedienschutzes

Prof. Joachim von Gottberg, Geschäftsführer der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), erinnerte in seinem einleitenden Statement an die Ursprünge des gesetzlichen Jugendschutzes, die im Lichtspielgesetz von 1920 liegen. Im Grunde gehe es darum, Kinder und Jugendliche von Inhalten fernzuhalten, die sie in ihrer Entwicklung beeinträchtigen könnten. Realistischerweise sei die Kontrolle von Jugendschutzregelungen allerdings nur im Kino möglich. Schon bei DVDs und Computerspielen sehe dies anders aus, ebenso im Fernsehen. „Sendezeiten im Fernsehen sind eine Fiktion. Wir wissen nicht genau, wer zu welcher Sendezeit guckt. Die alte Möglichkeit des Jugendschutzes, Kinder von Inhalten fernzuhalten, wird immer relativer“, erklärte von Gottberg und resümierte: „Die gegenwärtige Mediensituation führt dazu, dass die Mediengewohnheiten Jugendlicher ziemlich an dem vorbeigehen, was wir als Jugendschützer versuchen.“

Entrückung des Rechtssystems von der Realität

Zu demselben Fazit kam Dr. Marc Liesching in seinem Vortrag über Möglichkeiten und Grenzen gesetzlicher Regelungen im Jugendschutz. Angesichts der zunehmenden Medienkonvergenz, die Kinder und Jugendliche kaum noch unterscheiden lässt, über welchen Kanal sie Inhalte konsumieren, stellte er fest, dass „unsere rechtlichen Grundlagen diese Medienkonvergenzerscheinungen ignorieren. Das führt mit zunehmender Zeit zu einer Entrückung dieses Rechtssystems von der Realität, wie sie sich in den Medien darstellt und vor allen Dingen, wie sie sich aus der Sicht von Kindern und Jugendlichen darstellt.“ Zunächst erläuterte Liesching den Rechtsrahmen für die Altersfreigaben und Sendezeitbeschränkungen in den verschiedenen Trägermedien – vom Kino bis zum Internet. Dann zeigte er anhand des amerikanischen Horrorfilms *100 Feet*, der in Deutschland die FSK-Freigabe 16 hat, wie einfach der Jugendschutz im Internet umgangen werden kann. Der Film lässt sich etwa kostenlos und ohne Einschränkungen auf dem Streamingportal *kino.to* ansehen, aber auch auf einem Downloadportal wie *onload.org*.



Prof. Joachim von Gottberg



Dr. Marc Liesching



Dr. Kristina Schröder

Anmerkung:

1
KIM-Studie 2010, S. 33.
Abrufbar unter:
[http://www.mpfs.de/
fileadmin/KIM-pdf10/
KIM2010.pdf](http://www.mpfs.de/fileadmin/KIM-pdf10/KIM2010.pdf)

Hardcorepornografie als Zugabe

Das Problem hier: „Sie kriegen über diese Downloadportale knallharte Hardcore- und Jugendpornografie aufgelistet. Und das direkt – z. B. – im Umfeld von *100 Feet*“, erklärte Liesching. Er wies darauf hin, wie unterschiedlich je nach Mediensparte die Rechtsfolgen für die Verbreitung von Inhalten sind. „Das ist verfassungsrechtlich teilweise bedenklich“, kritisierte der auf Medienrecht spezialisierte Rechtsanwalt. Regulierung dürfe aber nicht aufgegeben werden. Dabei wachse die Bedeutung der Nutzerverantwortung. Jugendschutzprogramme, wie sie in der gescheiterten Novelle des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags vorgesehen waren, seien „fast alternativlos, um Nutzern Kontrollmöglichkeiten an die Hand zu geben.“

Leitbild des mündigen Bürgers

Die Verantwortung des Nutzers hob auch Dr. Kristina Schröder, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, hervor. In ihrem Vortrag stellte sie das Leitbild des mündigen Bürgers in den Mittelpunkt. „Wir kommen im Jugendschutz überhaupt nicht weiter ohne die Mündigkeit des Internetnutzers, ohne auf sie zu setzen und sie zu fördern“, sagte die Bundesfamilienministe-

rin. Das Internet sei gerade für Jugendliche die Verheißung der großen Freiheit, „der Freiheit zu sehen, zu sagen und zu erfahren, was man will“, so Schröder weiter. Damit ließen sich die hitzigen Debatten erklären, wenn der Eindruck entstehe, die Politik wolle diese Freiheit einschränken. Dennoch benötige man auch Kontrolle und rechtliche Regelungen, „also eine Einschränkung der Freiheit, um Kinder und Jugendliche wirksam zu schützen“, stellte die Ministerin klar. Für einen wirksamen Jugendschutz brauche man ein Zusammenspiel aus Zugangsbeschränkungen und konkreten Informationen. Bei der Debatte um einen besseren Jugendschutz müsse jedoch gemeinsam mit den Internetnutzern nach akzeptablen Lösungen gesucht werden.

Implikationen für die Praxis

Was dies für die Praxis bedeutet, insbesondere nach dem jüngsten Scheitern der Novelle für den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag, darüber diskutierten gemeinsam mit der Bundesfamilienministerin Vertreter aus Wissenschaft, Politik und Netzkultur. Im Zentrum stand die Frage, ob die Selbstklassifizierung von Anbietern im Internet, wie sie die Novelle vorsah, sinnvoll ist und in welcher Form sie umgesetzt werden könnte. „Bei der Entwicklung des begleiten-

den technischen Apparatismus, der erforderlich ist, um das auch wirklich funktionsfähig zu machen, müssen wir noch weiter nachdenken“, konstatierte Rainer Robra, Chef der Staatskanzlei des Landes Sachsen-Anhalt. Bis es dabei zu greifbaren Ergebnissen komme, könne man ausloten, inwieweit die Selbstkontrollenrichtungen der verschiedenen Mediensparten unterhalb der Gesetzesebene miteinander kooperieren könnten, schlug Dr. Wolfgang Schulz, Direktor des Hans-Bredow-Instituts in Hamburg vor. Sabine Frank, Geschäftsführerin der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM), räumte ein, dass mangelnde Kommunikation zu einem Scheitern der Novelle geführt habe. Holger Bleich hingegen blieb skeptisch. „Ich glaube nicht an den Ansatz, dass man die Anbieter dazu verpflichten kann, ihre Sachen zu klassifizieren und das dann funktioniert“, sagte der Medienwissenschaftler und Journalist der Computerzeitschrift „c’t“. „Ich glaube eher, dass man die Eltern in irgendeiner Form dabei unterstützen sollte, selber die Angebote zu bewerten und bei den Kindern zu bleiben und sie zum selbstbestimmten Surfen zu erziehen.“

Vera Linß

Warten auf ein Zeichen

Welche Chancen haben Jugendschutzprogramme nach dem Scheitern des JMStV?

Fachgespräch am 28. Januar 2011 in München



„Zugangssysteme und Jugendschutzprogramme“ war das Thema des von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) organisierten Fachgesprächs, das am 28. Januar 2011 in München stattfand. Es handelte sich um die dritte Veranstaltung der auf die geplante Novellierung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV) zugeschnittenen Reihe *kjm transparent* – und um die erste Diskussionsrunde nach Scheitern der Novelle. Was bedeutet dieses Scheitern für die einzelnen Akteure? Waren die investierten Ressourcen umsonst, muss „alles auf Anfang“ gesetzt werden? Oder kann man an dem Geleisteten anknüpfen? Dass die getane Arbeit nicht vergeblich gewesen sei, betonte der KJM-Vorsitzende Prof. Dr. Wolf-Dieter Ring. Immerhin habe man sich nach gescheiterten Modellversuchen auf Initiative des Bundesbeauftragten für Kultur und Medien (BKM) auf Eckwerte für die Anerkennung von Jugendschutzprogrammen verständigt: Sie basierten auf Selbstklassifizierung und altersdifferenzierter Kennzeichnung von Inhalten durch die Anbieter; sie müssten breite Akzeptanz in der Gesellschaft finden und nicht etwa hohe Zusatzkosten verursachen oder kompliziert zu handhaben sein; sie müssten einen zuverlässigen Schutz vor beeinträchtigenden Inhalten gewährleisten und nutzerautonom durch die Eltern konfigurierbar sein. Dass bislang kein Jugendschutzprogramm anerkannt werden konnte, liege an einem inakzeptablen Maß an Over- oder Underblocking der vorhandenen Systeme – hier müssten die Programme verbessert werden. Auch Friedemann Schindler, Leiter von

jugendschutz.net, plädierte für eine Weiterentwicklung von Jugendschutzprogrammen. Ein Internet ohne Filter sei auch heute schon nicht denkbar, sagte Schindler unter Verweis auf Sperr- und Filterfunktionen von Suchmaschinen sowie auf Spam- und Virenschutzprogramme. Andererseits seien die Beispiele für Jugendschutzprogramme noch zu zahlreich, die jugendrelevante Angebote wie netzcheckers.de, jugendonline.eu oder watchyourweb.de fälschlicherweise blockierten und entwicklungsbeeinträchtigende Angebote wie Naziblogs oder Magersuchforen passieren ließen. „Filter ja oder nein?“ sei daher nicht die Frage, sondern: „Wie kommt man zu besseren Jugendschutzprogrammen?“ Alvar Freude, Mitbegründer des Arbeitskreises gegen Internetsperren und Zensur (AK Zensur) und Mitglied der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestages, erkannte dagegen keinerlei Nutzen in technischen Filtersystemen. Sie könnten im globalen Kommunikationsmedium Internet nicht funktionieren, da Alterskennzeichen in verschiedenen kulturellen Kontexten unterschiedlich begründet würden. Ausländische Webseiten würden nicht berücksichtigt, kleinere oder private Inhalteanbieter seien mit der Klassifizierung ihrer Seiten überfordert. Dass Jugendschutzprogramme zu viel und gleichzeitig zu wenig blockierten, sei unabänderliche Realität. Darüber hinaus sei es für Jugendliche ein Leichtes, die Sperren zu umgehen. Alternativen zum technischen Jugendschutz sah Freude in der Förderung medienpädagogischer Maßnahmen und ei-

nem Fokus auf Positivisten mit Empfehlungen für Kinder.

Dass technische Lösungen und Medienpädagogik sich nicht ausschließen, sondern ergänzen müssten, stellte Hans Ernst Hanten, Leiter der Gruppe Medien beim BKM fest. Die Bedeutung von Medienerziehung sei kaum zu unterschätzen. Der BKM habe daher im Rahmen der Initiative „Ein Netz für Kinder“ kindgerechte Angebote gefördert und mit fragFinn ein Feld von positiven Angeboten definiert, das in Zusammenarbeit mit diversen gesellschaftlichen Gruppen erweitert werden könne. Auf der Seite des Kinder- und Jugendschutzes plädierte Hanten für technische Lösungen, die mit vorhandenen Möglichkeiten – White- und Blacklists, Zeitschienen, Altersdifferenzierung – sinnvoll zu kombinieren seien. Der Umgang mit Nazipropaganda in Deutschland zeige zudem, dass kulturelle Empfindlichkeiten sehr wohl und ohne Störung des Gesamtsystems berücksichtigt werden könnten.

Kann man die genannten Ansätze auch ohne Gesetzesänderung weiterführen? Hanten hält das für möglich. Er hat die Hoffnung, dass Jugendschutzprogramme optimiert und anerkannt werden und wünscht sich hier ein Signal vonseiten der Wirtschaft. Die KJM könne zudem auch ohne gesetzlichen Rahmen gewisse Privilegierungen gelten lassen, wenn etwa ein Anbieter seine Inhalte unter Zuhilfenahme eines Selbstklassifizierungssystems kennzeichne. Die Unternehmen warten dagegen auf ein Zeichen der Politik, wie der Jugendschutz im Internet geregelt werden soll. Das mach-

te Gabriele Schmeichel, Jugendschutzbeauftragte der Deutschen Telekom und Vorstandsvorsitzende der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) deutlich. Die Wirtschaft habe alle Vorbereitungen für den Start des neuen Gesetzes am 1. Januar 2011 getroffen. Man habe viel Zeit und Geld investiert und gemeinsam mit der FSM ein Selbstklassifizierungssystem entwickelt, das Anbieter bei der Bewertung von Inhalten unterstützt. Das Bedauern über das Scheitern der Novelle sei in der Branche daher groß – und die Politik müsse sich fragen, welche Anreize für die Entwicklung und Nutzung technischer Jugendschutzsysteme sie nun bieten könne.

Freude dagegen sieht jetzt die Chance einer kompletten Neuausrichtung im Jugendschutz, die nicht auf Inthaltekontrolle und Altersklassifizierung im Netz setzt, sondern auf die Stärkung von Medienkompetenz und auf communitygestützte Crowdsourcing-Modelle. Schindler betonte, dass auch diese Modelle, bei denen die Nutzer die Inhalte generieren und Jugendlichen als auch Eltern Informationen sowie Empfehlungen bieten, die Anbieter nicht aus ihrer Verantwortung entließen.

Man wird sich aufeinander zu bewegen und auch Selbstkritik üben müssen. Die Hartnäckigkeit, mit der sich manche falsche Vorstellung von der Gesetzesnovelle hält – z. B. die, dass nicht klassifizierte Seiten generell blockiert werden oder jede einzelne Seite gekennzeichnet werden muss – zeigt Defizite in der Kommunikation. Dass heute eine Altersdifferenzierung unterhalb von 12 Jahren im Netz als überflüssig gewertet wird,

verweist auf die übereilte Übertragung bestehender Regelungen auf den Bereich des Internets. Andererseits müsste auch der Netzgemeinde einsichtig sein, dass auf gesetzliche Regelungen und Mindeststandards im Internet nicht gänzlich verzichtet werden kann und technische Lösungen andere Maßnahmen sinnvoll flankieren können. Der Dialog mit Politik, Medienpädagogik, Selbstkontrolle, Medienindustrie und Netzaktivisten soll fortgeführt werden.

Nachtrag

In der vorerst letzten Veranstaltung der *kjm-transparent*-Reihe am 18. März 2011 diskutierten Medienrechtler, inwieweit vorgesehene Änderungen der Gesetzesnovelle auch auf freiwilliger Basis umgesetzt werden könnten. Sebastian Gutknecht, Arbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendschutz NRW und stellvertretendes KJM-Mitglied, sprach sich dafür aus, die geplante wechselseitige Anerkennung von Altersfreigaben nach dem JMStV und nach dem JuSchG unterhalb gesetzlicher Regelungen durch Absprachen und Vereinbarungen der betroffenen Institutionen zu realisieren. Brüche zwischen den „Regimes“ könnten so angeleglichen und Doppelprüfungen vermieden werden. Auch Dr. Marc Liesching, Rechtsanwalt mit Schwerpunkt Medienrecht, plädierte dafür, auf die zunehmende Medienkonvergenz zu reagieren. Die Konvergenzproblematik stehe seit Jahren zur Debatte, ohne dass dies im Bereich „Jugendschutz“ zu einer entsprechenden Bewertungskonvergenz führe.

Claudia Mikat

Materialien und Termine

Internet-ABC jetzt auch auf Türkisch

Für türkischstämmige Familien hat die Medienkompetenzinitiative Internet-ABC erstmals auch ein türkischsprachiges Onlineangebot aufbereitet, das für einen sicheren Einstieg ins Netz sorgen soll. Kernstück der Seite sind vier Lernmodule zu den Themen „Surfen und Navigieren“, „Suchen und Finden“, „Sicher surfen“ und „Chat“. Kinder im Alter von 5 bis 12 Jahren sollen hiermit spielerisch Schritt für Schritt die notwendigen Grundlagen erlernen, während ihre Eltern parallel dazu Ratschläge für die Vermittlung erhalten. Neben der Nutzung im familiären Rahmen kann das neue Angebot auch in der Elternarbeit und im muttersprachlichen Unterricht an Schulen zum Einsatz kommen. Ein türkischsprachiges Lexikon ergänzt die vier Lernmodule. Beide Features sind von Muttersprachlern vertont. Das Konzept bietet viele Möglichkeiten, zwischen der deutsch- und türkischsprachigen Version des Internet-ABCs zu wechseln. Um das Interesse an den weiterführenden deutschen Inhalten zu wecken, sind beide Bereiche eng miteinander verzahnt. Die Webseite ist sicher, werbefrei und nicht kommerziell. Hinter dem Projekt steht der gemeinnützige Verein Internet-ABC, dem mehrere Landesmedienanstalten angehören. Es steht unter der Schirmherrschaft der Deutschen UNESCO-Kommission.

Weitere Informationen:
www.internet-abc.de

„Gewalt um jeden Preis? Nachrichten und Medienethik“

Kriege, Krisen, Katastrophen und Terror gehören zum Nachrichtengeschäft moderner Massenmedien. Dabei ist die Jagd nach den „besten“, schnellsten Bildern ein harter Konkurrenzkampf zwischen Agenturen und Redaktionen. Aber denken die Redakteure bei ihrer Bild- und Nachrichtenauswahl auch an die Zuschauer? Was ist zumutbar? Was passiert bei diesen schrecklichen Bildern in unseren Köpfen – besonders bei Kindern? Haben ethische Überlegungen überhaupt einen Platz in der Hektik der Tagesaktualität und des Konkurrenzkampfes um Quoten? Diese und andere Fragen sollen bei der Veranstaltung „Gewalt um jeden Preis? Nachrichten und Medienethik“ der Akademie für Politische Bildung Tutzing am 21. Mai 2011 in Bayreuth zur Debatte stehen und mit Journalisten, Wissenschaftlern und Programmkontrolleuren diskutiert werden.

Weitere Informationen:
Akademie für Politische Bildung Tutzing
Renate Heinz
Buchensee 1
82327 Tutzing
Tel.: 0 81 58 / 2 56 - 50
Fax: 0 81 58 / 2 56 - 51
R.Heinz@apb-tutzing.de
www.apb-tutzing.de

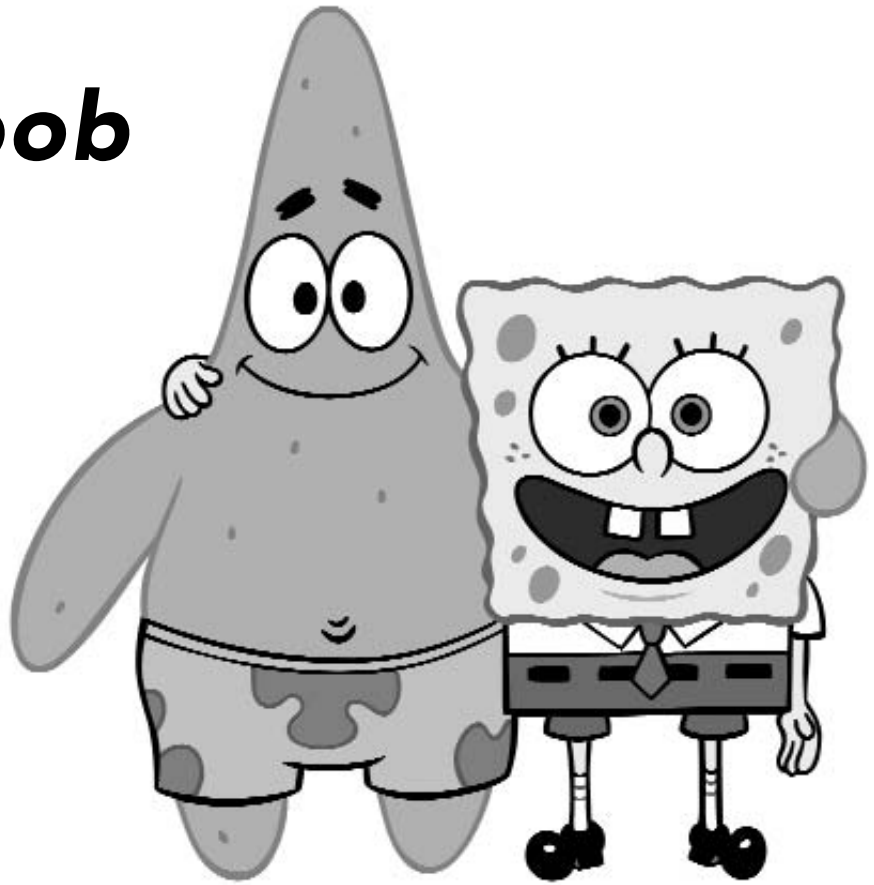
doxs! sucht neue Dokumentarfilme

Zum zehnten Mal findet das Festival doxs! vom 7. bis 13. November 2011 auf der Duisburger Filmwoche statt. Für das Programm werden dokumentarische Arbeiten gesucht, die sich an ein junges Publikum im Alter zwischen 6 und 18 Jahren richten und bei denen die Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen im Mittelpunkt steht. Anlässlich des Festivaljubiläums stiftet die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) erstmalig den auf 3.500 Euro dotierten Filmpreis „Große Klappe“. Einreichungen für das doxs!-Kino-Programm und den Wettbewerb sind ab sofort möglich (mehr Informationen zu doxs! auch im Artikel S. 28f. dieser Ausgabe).

Weitere Informationen:
doxs! dokumentarfilme für kinder und jugendliche
Duisburger Filmwoche
c/o VHS der Stadt Duisburg
Gudrun Sommer
Steinsche Gasse 31
47049 Duisburg
Tel.: 02 03 / 2 83 41 64
Fax: 02 03 / 2 83 41 30
filmwoche@stadt-duisburg.de
www.do-xs.de

>>> WERBUNG <<<

Spongebob



Bei *Spongebob* geht es um einen Schwamm, der Hasenzähne hat, und seinen besten Freund, Patrick, einen Seestern.

Spongebob ist so gesagt eine Comedyshow und ich finde sie sehr witzig. *Spongebob* wohnt in einem Ananas-Haus und sein Freund Patrick wohnt in einem Stein-Haus und in der Mitte wohnt ein Junge namens Tadeijus! Und Tadeijus ist ein Tintenfisch, der nur an sich und an seine Flöte denkt und er hasst Unruhe und schreit immer rum, wenn ihm etwas nicht passt. *Spongebob* arbeitet in der „Großen Krabbe“, und wisst Ihr, warum der Laden „Große Krabbe“ heißt? Weil der Chef Mister Crabs heißt, aber das ist nicht alles, denn Mister Crabs ist eine Krabbe, ist ganz geizig auf Geld und leiht niemandem was aus. Und Tadeijus will immer schlafen gehen! Aber *Spongebob* mag immer mit seinem Freund Patrick Quallen fischen gehen und sie dann wieder freilassen. Und die fragen jedes Mal Tadeijus: „Kommst du mit?“ Aber Tadeijus sagt immer: „Nein!“ und brüllt wieder rum, aber trotzdem ist die Serie sehr witzig! Mir gefällt an *Spongebob* am besten, dass die Serie ab und zu mal sehr witzig ist, aber manchmal ist es auch traurig. Warum es traurig ist, sage ich Euch jetzt: Einmal

war Gerie, seine Schnecke weg. Und dann kam ein trauriges Lied über Gerie, und ich mag die Musik des Liedes! Warum Gerie weg war? Weil *Spongebob* sich nicht mehr um ihn gekümmert hat. Dann wurde er hungrig und ging weg. Plötzlich kam eine Oma und schnappte die Schnecke weg, aber die Oma war ganz nett, sie gab ihr immer Kekse und Tee. Da freute sich die Schnecke. Aber trotzdem ging sie in der Nacht weg und ging zurück zu *Spongebob* und er hat sie umarmt und er fragte, ob sie was essen will, und sie war schon von den Keksen satt, und dann, als *Spongebob* das gesagt hat, hat Gerie, die Schnecke, gerülpst, weil sie satt war!

Fazit: Ich finde die Serie *Spongebob* eigentlich ganz okay und ganz witzig. Also, ich empfehle allen, die das lesen, diese Serie. Die Serie ist auf Nick und da kommen noch andere Schauspieler und *Spongebob* und seine Freunde sind Zeichentrickfilme. Diese Serie ist für 0- bis 6-Jährige und es müssen nicht nur 0- und 6-Jährige angucken, es können auch Ältere gucken. Also, die Serie ist schon echt sehr cool und Ihr seid gut bei ihr aufgehoben!

Jamila Askar (11 Jahre), spinxx-Redaktion Berlin