



# CDU

## CDU Medienpolitik im 21. Jahrhundert

### Einleitung

Der Mediensektor ist ein wichtiger Kulturfaktor und gehört zu den volkswirtschaftlichen Motoren unserer Zeit. Medienpolitik ist aber mehr als Wirtschafts- und Standortpolitik. Freie Medien sind ein besonders schützenswertes Kulturgut und ein zentrales Element unserer freiheitlichen Ordnung mit einer herausgehobenen Verantwortung. Presse- und Meinungsfreiheit sind als Grundpfeiler unserer Demokratie und für die Kulturnation Deutschland unverzichtbar. Medienpolitik muss einen Beitrag zur Sicherung und Weiterentwicklung der kulturellen Identität unserer Nation schaffen – auch gegenüber und mit Europa. Unsere nationale Medienordnung wird durch Konvergenz, Internationalisierung der Medienbranche und von der Europäischen Union durch Ausweitung gemeinschaftsrechtlicher Rechtsetzungen immer stärker beeinflusst. Die konstruktive Zusammenarbeit von Bund und Ländern bei der Vertretung von Medienfragen in Europa ist ein wichtiger Schritt zur Wahrnehmung unserer Interessen. International können wir unsere Interessen nur dann durchsetzen, wenn wir in Europa gemeinschaftlich handeln. Allerdings gilt es, die nationale Identität unserer Medienlandschaft zu wahren.

Entscheidende Triebfeder der aktuellen Medienentwicklung ist die Digitalisierung. Sie führt zu einer grundlegenden Veränderung der Medienangebote, aber auch des Verhältnisses der verschiedenen Medienformen zueinander: Sie hebt im Internet die sektoralen Grenzen der klassischen Medienbereiche Presse, Hörfunk und Fernsehen auf. Die damit einhergehende Konvergenz der Medien und das veränderte Nutzerverhalten verändern die Wertschöpfungskette, Branchenstrukturen und die Publikationen gravierend. Die Digitalisierung stellt damit die Branche, die Nutzer, aber auch die Medienpolitik vor neue Herausforderungen. Aus Sicht der CDU muss diesen Entwicklungen medienpolitisch vor allem mit einem integrierten, sektorübergreifenden Denken und Handeln begegnet werden.

Die wichtigste Voraussetzung für eine funktionsfähige Medienordnung in unserem demokratischen Staatswesen ist die Sicherung der Vielfalt und Qualität der Medien – auch in einer sich schnell wandelnden Medienwelt. Die CDU Deutschlands will die Rahmenbedingungen für den Mediensektor als einen Innovations- und Wachstumsmarkt so gestalten, dass sich diese für die Zukunft des Landes wichtige Branche national wie international optimal entwickeln und ihrem Kulturauftrag nachkommen kann. Wir sind gefordert, die guten Wachstumsperspektiven und die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Medienanbieter nicht durch überflüssige Regulierung zu gefährden. Gleichwohl müssen die Menschen in

den Stand versetzt werden, kompetent mit den Medien umzugehen. Neben der verstärkten Vermittlung von Medienkompetenz gilt es auch den Jugendmedienschutz stetig weiterzuentwickeln.

## **Duales System**

Aus Sicht der CDU Deutschlands ist der Rundfunk (Fernsehen und Hörfunk) trotz der zunehmenden Digitalisierung nach wie vor ein zentrales Leitmedium. Wir bekennen uns daher zur gewachsenen dualen Rundfunkordnung. In Zukunft gilt es die Besonderheiten des dualen Systems zu bewahren und es gleichzeitig behutsam aktuellen Entwicklungen anzupassen. Denn die Kombination aus öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk ist die Voraussetzung für ein reichhaltiges mediales Angebot und sichert für die Zukunft stabile Arbeitsplätze. Unsere Medienpolitik will auch in Zukunft klare Strukturen schaffen, um beiden Säulen des dualen Systems faire Entwicklungschancen zu ermöglichen. Wir wollen zwei gleichberechtigte Partner im dualen System, die in der Lage sind ihre Aufgabe zu erfüllen.

## **Öffentlich-rechtlicher Rundfunk**

Die CDU Deutschlands setzt sich für einen starken, qualitativ anspruchsvollen und vielfältigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein. Er hat eine herausragende Bedeutung als Medium im Prozess freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung. Die Programme von ARD, ZDF und Deutschlandradio leisten einen zentralen Beitrag zur Erfüllung der demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft. Gerade im digitalen Zeitalter muss die verfassungsrechtliche Bestands- und Entwicklungsgarantie zur Sicherung der Grundversorgung durch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk verbürgt bleiben. Es gilt daher den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks fortlaufend auf Grundlage der derzeitigen Regelungen im Rundfunkstaatsvertrag zu konkretisieren.

Gerade im sich verschärfenden Wettbewerb des digitalen Zeitalters wird die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als objektiver und glaubwürdiger Informationsanker immer wichtiger. Daher muss das Markenkennzeichen der Programme von ARD und ZDF immer die Qualität sein. Die Rundfunkanstalten werden aufgefordert, Qualitätskriterien für ihre Programme unter Einbeziehung der Gremien transparent weiter zu entwickeln und die Einhaltung der Kriterien in der Umsetzung zu überprüfen.

Es gilt sicherzustellen, dass die Vollprogramme von ARD und ZDF als zentrales Integrationselement erhalten bleiben. Gerade in den Hauptsendezeiten müssen Informationen, Kultur, Bildung und Unterhaltung in einem ausgeglichenen Verhältnis stehen, das nicht durch Verlagerung von Inhalten in späte Nachtprogramme, Spartenkanäle und Dritte Programme verändert werden darf. Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks spiegeln in idealer Weise die föderalen und regionalen Eigenschaften aller Regionen Deutschlands wider. Besondere Bedeutung kommt dabei den Dritten Fernsehprogrammen mit ihrer Sendegebietsbezogenheit und der vorrangigen Präsentation regionaler Eigenheiten und Ereignisse zu. Hier gilt es sich in Zukunft verstärkt dem länderspezifischen Auftrag zu widmen. Gleichzeitig muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk verstärkt seiner besonderen Verantwortung für die Integration und Repräsentation von Menschen mit Migrationshintergrund und ihrer Lebenswirklichkeit nachkommen.

Die dynamische Entwicklung im Bereich der neuen Verbreitungswege für alle Medienangebote geht einher mit einer Erweiterung des Medienangebots und -konsumverhaltens. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssen technisch und finanziell in die Lage versetzt werden, ihren spezifischen Auftrag auch mit Hilfe neuer Technologien zu erfüllen. Dazu gehören auch die Telemedien, um die sichere Erreichbarkeit einer größtmöglichen Zahl von Rundfunkteilnehmern zu gewährleisten. Gleichwohl sollte das Internet nicht zu einer eigenständigen Programmsäule ausgebaut werden.

Die Verwendung von Rundfunkgebühren bedarf – wie bei allen öffentlichen Mittel – der besonderen Begründung und Kontrolle. An der Programmzahlbeschränkung ist deshalb festzuhalten. Dies gilt auch für mobile digitale Programme. Angebotsergänzungen oder Veränderungen im Bereich der Abrufangebote bedürfen eines vorherigen fundierten Nachweises eines zusätzlichen öffentlichen Mehrwertes. Der Nachweis muss im Zuge des Drei-Stufen-Tests erfolgen. Maßgeblich sind dabei transparente und inhaltlich klar umrissene Verfahren auf allen drei Stufen. Bei der Etablierung, Justierung und Evaluierung von Test- und Nachweisverfahren ist die Rolle der Gremien der Anstalten zu stärken. Die Gremien müssen wie bisher organisatorisch und strukturell unabhängig innerhalb der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten arbeiten und externen Sachverstand hinzuziehen. Es gilt, die Unabhängigkeit der Gremien zu wahren, denn nur so können sie ihrer Kontrollfunktion und gestiegenen Verantwortung gerecht werden.

Eine Angebotsausweitung darf nicht zu unbegründeten Lasten der privaten Konkurrenz gehen oder zu einer übermäßigen finanziellen Belastung des Gebührenzahlers führen. Es gilt die Kosten für das Programm und den Programm-Vertrieb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Sinne einer Vollkostenrechnung transparent zu gestalten.

Der technische Fortschritt mit neuartigen Verbreitungswegen stellt auch die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor neue Herausforderungen. Das Bereithalten eines Rundfunkempfangsgerätes als Anknüpfungspunkt für die Erhebung der Rundfunkgebühr ist aufgrund der Konvergenz der Geräte auf Dauer nicht mehr haltbar. Ziel einer Neugestaltung des Finanzierungssystems ist es, einen qualitativ hochwertigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk dauerhaft zu gewährleisten und gleichzeitig das Ansehen und die Akzeptanz der dualen Rundfunkordnung in der Bevölkerung dauerhaft zu sichern. Die auftragskonforme Teilhabe an neuen Verbreitungswegen und Techniken gehört zu den Voraussetzungen für einen leistungsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Ein neues Finanzierungssystem muss der strikt auftragsbezogenen Bestands- und Entwicklungsgarantie Rechnung tragen. Im Zuge der nächsten Gebührenperiode wird u. a. zu prüfen sein, ob eine Indexierung das Verfahren vereinfacht.

Die derzeitige Form der Rundfunkgebühr ist durch ein Haushaltsmodell abzulösen. Auch der nicht ausschließlich private Bereich sollte weiterhin zur Deckung des Finanzbedarfes herangezogen werden, gleichwohl können hier Staffellösungen z.B. nach Größe, Leistungsfähigkeit des Unternehmens die derzeitige Regelung ablösen. Außerdem muss im Zuge der Neuordnung der Finanzierung über die Aufgaben und Aufgabenwahrnehmung der GEZ nachgedacht werden.

Der besondere Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks rechtfertigt die Gebührenfinanzierung. Sie sollte auf lange Sicht die weitgehend einzige Finanzierungsgrundlage darstellen. In einem ersten Schritt soll Sponsoring der Werbung gleichgestellt werden. Damit wäre Sponsoring nach 20.00 Uhr und an Sonn- und Feiertagen nicht mehr zulässig. Lang-

fristig ist aus Sicht der CDU eine vollständige Werbe- und Sponsoringfreiheit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks insbesondere im Fernsehen am besten geeignet, die besondere Stellung zu unterstreichen.

### **Privater Rundfunk**

Durch die Einführung des privaten Rundfunks, die die CDU maßgeblich vorangetrieben hat, haben wir in Deutschland eines der vielfältigsten Rundfunkangebote der Welt. Der private Rundfunk ist unverzichtbarer Bestandteil der gesamten Medienlandschaft in Deutschland. Ihm kommt in der digitalen Welt – ebenso wie dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk und den Zeitungs- und Zeitschriftenverlegern – eine wichtige Rolle bei den klassischen Medienangeboten zu.

Der private Rundfunk in Deutschland ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Für ein erfolgreiches Bestehen braucht er eine florierende Werbewirtschaft und ist damit direkt abhängig von der konjunkturellen Situation in Deutschland. Es gilt daher, den privaten Anbietern neue Geschäftsmodelle unabhängig von der Entwicklung des Werbemarktes zu ermöglichen. Dabei ist unter Wahrung des Datenschutzes der technischen Möglichkeit der Adressierung und Personalisierung eines Medienangebots verstärkt Aufmerksamkeit zu widmen. Die Möglichkeit, Programme auch weiterhin frei und ohne Zusatzentgelt zu empfangen, darf dabei nicht beschnitten werden. Zur Erleichterung des Wettbewerbs kann außerdem geprüft werden, inwieweit die Landesmediengesetze dereguliert werden können.

Der private Rundfunk benötigt genauso wie Medienunternehmen anderer Gattungen tragfähige Rahmenbedingungen, um national wie international konkurrenzfähig zu sein. Ihnen müssen durch Fusionen vertikal wie horizontal neue Synergieeffekte ermöglicht werden. Daher ist eine Reform des Medienkonzentrations- und des Kartellrechts anzustreben, die sich am Ziel der Sicherung der Meinungsvielfalt orientiert, die Marktentwicklungen berücksichtigt und deutsche Medienanbieter nicht benachteiligt. Aus unserer Sicht muss dazu das Verhältnis von Meinungsmacht, marktbeherrschender Stellung und Wettbewerbsfähigkeit für den Medienbereich neu definiert werden. Es bedarf im Rundfunkstaatsvertrag klarer Aufgriffsschwellen und einer transparenten Zuordnung von crossmedialen Verflechtungen, ohne neue Hürden für die Entwicklung inländischer Medienanbieter aufzustellen.

Weitere Werbebeschränkungen und -verbote auf nationaler und europäischer Ebene sind abzulehnen. Die vorhandenen Regelungen in Deutschland und Europa tragen dem Verbraucher- und Gesundheitsschutz angemessen Rechnung. Weiterer Regulierungsbedarf ist nicht gegeben. Ziel ist es auch, die quantitativen Werbezeitbegrenzungen für den privaten Rundfunk zu liberalisieren. Gleichwohl sind wir der Meinung, dass die klassische Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung bei Nachrichten, Informations- und Kinderprogrammen weiterhin Bestand haben muss. Der Verbraucher muss erkennen können, wo und wann er werblichen Botschaften ausgesetzt ist.

Für den privaten Rundfunk gilt es im Bereich des Product Placements die Regelungen der europäischen Richtlinie umzusetzen. Kinder- und Informationssendungen müssen grundsätzlich von Produktplatzierungen frei bleiben. Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter müssen darüber hinaus strengere Regelungen gelten. Werden Sendungen von ARD,

ZDF und Deutschlandradio direkt beauftragt oder selbst produziert, muss auf Product Placement vollständig verzichten werden. Produktionshilfen (Beistellungen) müssen gesondert ausgewiesen werden. Bei eingekauften Produktionen (Kinofilme, Filme, Serien) müssen sowohl die öffentlich-rechtlichen wie auch die privaten Sender im Vor- und Abspann der Sendung auf Product Placement hinweisen. Die Produzenten sind verpflichtet, auf Product Placement in ihren Produktionen gegenüber Dritten hinzuweisen. Dies schafft Transparenz im Markt und für die Verbraucher.

Inhaltlich werden geringere Anforderungen an die Privaten als an die Öffentlich-Rechtlichen gestellt. Dennoch sollte auch hier stärker auf Qualität gesetzt werden. Auch der private Rundfunk hat eine gesellschaftliche Verantwortung und muss auf Qualität im Programm achten. Insbesondere müssen die Menschenwürde geachtet und die Regeln des Jugendschutzes eingehalten werden. Ansonsten setzen wir auf mündige Bürgerinnen und Bürger, die selbst entscheiden, was sie sehen wollen. Die Vielfalt der Medienangebote bietet die Gewähr dafür, dass der Zuschauer wählen kann.

Die staatsfreie Selbstkontrolle privater Medien sichert Eigenverantwortung und Unabhängigkeit und sollte auch für das europäische Recht beispielgebend sein. Die Medienregulierung ist im Interesse von politischer und ökonomischer Effizienz sowie zur Verbesserung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit durch eine in ihren Zuständigkeiten gebündelte und mit einheitlichen Maßstäben arbeitende Medienaufsicht zu ersetzen. In Deutschland gelten im Bereich des Jugendschutzes und der Werbeaufsicht für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk gleiche Maßstäbe. In diesem Bereich sollte eine gemeinsame Aufsicht geschaffen werden, um die Kontrolle effektiv und einheitlich zu gestalten.

## **Printmedien**

Zeitungen und Zeitschriften sind trotz der steigenden Zahl elektronischer Medien wichtige Informationsquellen. In unserer freiheitlichen Medienordnung spielen sie als politische Leitmedien eine große Rolle. Sie sind als Träger von Information und Bildung sowie als ein elementarer Bestandteil unserer Gesellschaft von unschätzbarem Wert. Das gedruckte Wort besitzt eine überragende Akzeptanz als Mittler verlässlichen Orientierungswissens. Printmedien müssen daher staatsfern und damit privatwirtschaftlich, frei und unabhängig organisiert sein. Parteien als Zeitungs-Verleger oder als private Rundfunkveranstalter passen nicht in eine liberale Medienordnung. Ihre unternehmerische Tätigkeit, die den chancengerechten Wettbewerb von Parteien im Meinungs- und Willensbildungs-Prozess beeinträchtigt, ist gesetzlich zu unterbinden. Die CDU Deutschlands unterstützt diese Ausrichtung nachhaltig. Aus Sicht der CDU ist deshalb auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine staatliche Subventionierung oder Organisation der Presse verfehlt. Ebenso lehnen wir Beeinträchtigungen der publizistischen Freiheit oder die Aushöhlung des Tendenzschutzes ab.

Zeitungen und Zeitschriften befinden sich derzeit jedoch unter doppeltem Anpassungsdruck: Zurückgehende Leser- und Abozahlen gehen einher mit Verlusten im Anzeigenmarkt aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Eine besondere Herausforderung stellen dabei die besonders bei jungen Menschen zu beobachtenden Veränderungen beim Medienkonsum, aber auch bei ihren inhaltlichen Interessen dar: Die Generation „un-

ter 30“ sucht Informationen zu Politik und Gesellschaft immer mehr im Internet, und zugleich sinkt generell das Interesse an Informationen über tagesaktuelles Geschehen und gesellschaftliche Entwicklungen dramatisch.

Herausgeber und Verlage reagieren hierauf national wie international ähnlich: Die unausweichliche Senkung der Kosten führt zu Personalabbau, der Verkleinerung oder Schließung von Redaktionen oder gar zur vollständigen Einstellung von Titeln. Zugleich entwickeln sich Verlage immer stärker zu Medienhäusern, um ihre journalistischen Inhalte auf unterschiedlichen Wegen (Internet, Lokalfernsehen etc.) an ihre bisherige oder neue Leserschaft heranbringen zu können; damit einher geht die Herstellung und Verwendung neuer medialer Formen wie etwa von Bewegtbildern, Mediatheken, etc..

Deshalb brauchen Verlage und Journalisten verlässliche Rahmenbedingungen von Seiten der Politik. Unser Interesse gilt dabei vor allem der Erhaltung von Qualität und Vielfalt, um die bedeutsame Rolle der Zeitungshäuser für Meinungsbildung und demokratische Willensbildung zu erhalten und zu stärken. Denn gerade in Zeiten der Globalisierung steigt der Bedarf an Hintergrundinformation, Klärung und Erläuterung von Zusammenhängen deutlich.

Sowohl auf Bundes- wie Landesebene gilt es, die wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung zu Medienhäusern zu verbessern. Daher sind auch für den Printbereich weitere Werbebeschränkungen abzulehnen. Am verminderten Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent hingegen muss festgehalten werden. Gleichwohl muss auch eine Überprüfung des geltenden Pressekonzentrationsrechts stattfinden: Sowohl die Regeln für Kooperationen und Übernahmen als auch die rechtlichen Voraussetzungen für crossmediale Aktivitäten müssen unter Wahrung von Meinungsvielfalt und Pluralität den neuen Herausforderungen angepasst werden.

Um die Meinungs- und Pressevielfalt auch in Zukunft zu erhalten, muss aus unserer Sicht an der privatwirtschaftlich organisierten, unabhängigen und diskriminierungsfreien Struktur des Presse-Grossos festgehalten werden. Auch die Erfahrungen aus dem Ausland zeigen, wie bedeutsam ein funktionierendes Vertriebssystem für die flächendeckende und vielfältige Versorgung mit Zeitungs- und Zeitschriftenprodukten ist.

Mit Blick auf den Presse-Grosso und nicht zuletzt aus medienpolitischen Gründen ist daher das Verlegen und Vertreiben einer eigenen Gratiszeitung der Post AG abzulehnen. Diese könnte eine massive und zudem strukturell unfaire Beeinträchtigung der Marktchancen konkurrierender Verlagsunternehmen, Presse Einzelhändler und Presse-Grossisten darstellen. Der Zustelldienst der Post reicht im Gegensatz zum Presse-Grosso nicht nur bis zu den Endverkaufsstellen, sondern bis zum Endkunden. Eine Post-Gratiszeitung könnte das Kaufverhalten der Endkunden erheblich zu Lasten der klassischen Verlagsprodukte verändern, den Presse Einzelhändlern Umsatzeinbußen einbringen und die Werbeerlöse der Verlage massiv beeinträchtigen.

Auch die Interessen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und der Verlagswirtschaft gilt es im Onlinebereich zukünftig weiter auszutarieren. Die Vorgaben des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrages müssen konsequent angewendet und eng ausgelegt werden: Gebührenfinanzierte Telemedienangebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstal-

ten dürfen sich nicht zu unfairer Konkurrenz für die Internetangebote z. B. von Verlagen entwickeln und diese ökonomisch torpedieren.

Eine gemeinsame Aufgabe von Politik und Verlagen wird zukünftig darin bestehen, verstärkt das Bewusstsein für den Wert und die Relevanz von Zeitungen und Zeitschriften in der Gesellschaft als Kulturgut zu verankern. Dies gilt besonders für die jüngere Generation, die aufgrund nachlassender Kontakte zu Printprodukten im familiären Umfeld vor allem über den Weg der Schule an Zeitungen und Zeitschriften herangeführt werden muss. Es ist ein großes Anliegen der CDU Deutschlands, die Leselust der Menschen, insbesondere von Kindern und Jugendlichen zu fördern. Das Projekt „Nationale Initiative Printmedien“ der Bundesregierung ist hier ein hervorragender Ansatzpunkt, den es weiter zu verfolgen gilt. Wichtiges Bindeglied zwischen Zeitung und Lesern wird auch zukünftig die lokale Berichterstattung sein, die bei den unausweichlichen Sparmaßnahmen besonders umsichtigen Umgang verdient.

### **Neue Informations- und Kommunikationstechniken**

Die Nutzung digitaler Medien und das Zusammenwachsen der Medien mit der Telekommunikationswelt gewinnen für unsere Gesellschaft zunehmend an Bedeutung. Für die CDU Deutschlands gilt, die Digitalisierung in Deutschland weiter voranzutreiben. Sie schafft neue technische Kapazitäten und ermöglicht neue Vielfalt sowie neue Marktchancen. An den Zielmarken für den digitalen Umstieg in den Kabelnetzen von 2012 im TV-Bereich und von 2015 im UKW-Bereich (Hörfunk) muss daher festgehalten werden. Politik kann hier durch einen Runden Tisch unterstützend tätig werden. Dauerhaft hohe Kosten durch einen zu langen Simulcast-Betrieb gilt es zu vermeiden. Der schnelle Umstieg auf digitale Technik ist ein wichtiger Wirtschaftlichkeitsfaktor für die privaten Anbieter und senkt den Gebührenbedarf für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Neben die „traditionellen“ Medien ist eine Vielzahl neuer Dienste getreten. Gleichzeitig ist die Medienwirtschaft von einem weltweiten Zusammenwachsen bisher getrennter Kommunikationstechniken geprägt: Integration von Sprache, Text, Video und Audio durch Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Computertechnik. Die Konvergenz verändert jedoch nicht nur das mediale Angebot, sondern auch die Nutzung und stellt die Medienpolitik vor neue Herausforderungen. Unser Ziel ist es, neue Chancen und Möglichkeiten nicht durch Überregulierung zu verhindern, Gefahren aber abzuwenden. Dies gilt auch mit Blick auf die vertikale Integration gerade im Rundfunkbereich. Eine weitere Verflechtung von Netz- und Inhaltenanbietern ist jedoch kritisch zu sehen.

Angesichts der in den letzten Jahren enorm gewachsenen Bedeutung der Suchmaschinen für die onlinegestützte Kommunikation ist es unerlässlich, das Internet und die dort inzwischen als „Gatekeeper“ mit wachsendem publizistischen und wirtschaftlichem Einfluss fungierenden Suchmaschinen unter Vielfaltsaspekten zu betrachten. Im Fokus stehen dabei die Transparenz der Suchergebnisse und die Struktur des Suchmaschinenmarktes. Vertrauensbildende Qualitätsstandards sollten durch Selbstverpflichtungen, Gütesiegel und Selbstkontrollmechanismen erreicht werden. Gleichwohl gilt es auch beim Thema Suchmaschinen die Medienkompetenz der Nutzer bereits von Kindesbeinen an zu schulen.

Für die Zukunftsfähigkeit Deutschlands muss die flächendeckende Versorgung des Landes mit schnellen Internetzugängen Priorität behalten. Derzeit können die weit überwiegende

Mehrheit der deutschen Haushalte Breitbandanschlüsse nutzen. Damit verfügt der Medienstandort Deutschland in diesem Bereich über eine hervorragende technische Infrastruktur. Ziel ist es, zukünftig alle Übertragungswege effizient zu nutzen und gleichzeitig die restlichen Versorgungslücken zu schließen. Die Breitbandinitiative der Bundesregierung ist der richtige Weg. Die Ziele – bis spätestens Ende 2010 sollen flächendeckend leistungsfähige Breitbandanschlüsse verfügbar sein und bis 2014 sollen für 75 Prozent der Haushalte Anschlüsse mit Übertragungsraten von mindestens 50 Megabit pro Sekunde zur Verfügung stehen – müssen eingehalten und ihre Umsetzung stetig kontrolliert werden.

Zum weiteren Ausbau der flächendeckenden Versorgung mit mobilen Breitbanddiensten, insbesondere im ländlichen Raum, sollen Teile der so genannten „Digitalen Dividende“ genutzt werden. Die technische Entwicklung zu einer effizienteren Nutzung des Frequenzspektrums ist zu fördern, insbesondere durch die Entwicklung und Einführung neuer Komprimierungsverfahren.

### **Medienverantwortung/-erziehung**

Wir wollen freie und unabhängige Medien, die mit einem verantwortungsbewussten Umgang des in der Verfassung garantierten Grundrechts der Meinungs- und Pressefreiheit zu einer wirksamen Kontrolle staatlicher Macht beitragen. Die Unabhängigkeit der Medien ist durch freiheitliche Mediengesetze, privatwirtschaftliches Engagement, den Markt als Korrektiv und staatsfernen öffentlich-rechtlichen Rundfunk gesichert. Gleichwohl appellieren wir an Medienanbieter und Journalisten sich angesichts ihrer besonderen Einflussmöglichkeiten mitverantwortlich für das gesellschaftliche und kulturelle Leben sowie für die politische Bildung zu fühlen.

Die Freiheit der Medien muss mit Verantwortung bei der Vermittlung von Informationen gepaart sein. Journalismus ist keine Mission, sondern professioneller Dienstleistungsauftrag der Information. Journalisten müssen sich der Wahrheit, nicht der Sensation verpflichtet fühlen. Die Einhaltung der verfassungsmäßigen Ordnung und des Persönlichkeitsschutzes sowie die Rücksichtnahme auf sittliche, religiöse und weltanschauliche Überzeugungen sind wesentliche Gebote journalistischer Selbstverantwortung.

Angesichts der verharmlosenden und immer hemmungsloseren Darstellung von Gewalt in Massenmedien, Videofilmen und Computerspielen rufen wir nicht nur die Eltern zur Wahrnehmung ihres Erziehungsauftrages und Vermittlung von Medienkompetenz auf. Anzustreben ist auch eine Verbesserung des Jugendmedienschutzes. Dieser muss stetig weiterentwickelt werden, ohne dabei den Schutz der Medien-, Presse- und Kunstfreiheit einzuschränken. Die Maßstäbe im Jugendmedienschutz müssen präziser gesetzt und Verstöße spürbar geahndet werden. Die einheitliche Zuständigkeit der Länder für den Jugendschutz im Bereich elektronischer Medien ist ein erster wichtiger Schritt. Es gilt aber auch, europaweit und darüber hinaus einheitliche Mindeststandards im Jugendschutz zu schaffen. Der deutsche Jugendschutz sollte hier als vorbildlich für Europa gelten und europaweite Anwendung finden.

Dies gilt auch mit Blick auf die Begehung schwerer Straftaten im Netz. Der Zugang zu kinderpornographischen Seiten muss rechtsstaatlich abgesichert gesperrt werden können. Dies muss in einem breiten Dialog mit der Internetwirtschaft, den Strafverfolgungsbehör-

den und den zuständigen Fachpolitikern erfolgen, um alle rechtlichen und praktischen Bedenken, die mit einer Sperrung von Internetseiten verbunden sind, zu klären. Strafrechtlich relevante Entwicklungen müssen wie in der realen Welt durch effiziente Maßnahmen bekämpft werden.

Gleichzeitig muss eine qualifizierte Medienerziehung der Kinder bereits im Kindergarten sowie in der Schule beginnen. Außerdem sollte die Vermittlung von Medienkompetenz und Medien-Ethik Bestandteil einer breiten gesellschaftlichen Diskussion sein und auf die Tagesordnung selbstkritischer Bestandsaufnahmen der Medien-Macher kommen.

Schulen und Hochschulen müssen stärker ans Internet angebunden werden. Die Aus- und Fortbildung von Lehrern muss im Interesse der Integration digitaler Unterrichtsinhalte verbessert werden. Zur Verhinderung von digitalem Analphabetismus (Digital-Dividende) müssen Angebote und der Zugang für alle Alters-, Bildungs- und Einkommensschichten verbessert werden.

## **Filmpolitik**

Die CDU Deutschlands bekennt sich zur zentralen Bedeutung des deutschen Films als Kultur- und Wirtschaftsgut. Der Kinofilm ist ein bedeutender Teil des Medienkonsums von Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Er prägt durch seine spezielle Ästhetik unsere Sehgewohnheiten und durch die Inhalte unser Weltbild und unsere kulturelle Identität. Filmemacher spiegeln durch die Themen, ihre Interpretation und ihre Bildsprache in Ausschnitten die gesellschaftliche Verfassung eines Landes und das Lebensgefühl seiner Menschen wider.

Die Entstehung erfolgreicher Filme ist nicht zuletzt Ergebnis einer erfolgreichen Filmförderpolitik. Insgesamt fördern Bund, Länder und die Filmförderanstalt des Bundes (FFA) den deutschen Kinofilm derzeit mit über 308 Millionen Euro jährlich. Mit dem Deutschen Filmförderfonds (DFFF) wurden für die deutsche Filmwirtschaft international wettbewerbsfähige, mit anderen EU-Ländern vergleichbare Bedingungen geschaffen. Es ist gelungen, ein Vielfaches der Fördersumme als berechenbare Investitionen am Filmstandort Deutschland zu erzielen. Die CDU Deutschlands begrüßt die Verlängerung des Fördermodells DFFF bis 2012. Diese Maßnahmen werden durch die Filmförderung der Länder als eine wichtige Säule der Filmförderung in Deutschland flankiert. Die Mittel für die Filmbranche insgesamt zu erhöhen und damit die kulturelle Filmförderung nachhaltig zu stärken, ist wünschenswert. Das filmkulturelle Erbe muss gewahrt und zugänglich gemacht werden.

## **Rechte der Urheber**

Der Schutz der Urheberrechte ist im Informationszeitalter eine entscheidende Säule der deutschen Volkswirtschaft. Deutschland ist ressourcenarm, aber reich an kreativen Köpfen. Die Chancen, die sich daraus ergeben, wollen wir effektiv nutzen. Im Internetzeitalter sind die Urheberrechte in die Defensive geraten. Daher sehen wir die Aushöhlung der Urheberrechte im Internet, wie zum Beispiel durch illegale Tauschbörsen, mit großer Besorgnis, da durch derartige Eingriffe ins Urheberrecht dem Kreativen jede Chance genommen

wird, von seinen Werken auch wirtschaftlich profitieren zu können. Das Internet darf kein rechtsfreier Raum sein und das gilt auch für das Urheberrecht.

Wir setzen uns für die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen ein, um die Rechte der Urheber zu schützen. Sie befürwortet die Entwicklung von Kooperationsverfahren zwischen Rechteinhabern und Internetservicebetreibern zur Verfolgung und Bekämpfung von Urheberrechtsverletzungen im Internet und unterstützt dabei eine außergesetzliche Regelung unter den Beteiligten. Sollte es allerdings zu keiner Einigung kommen, sind gesetzliche Schritte, um die massenhaften Verstöße gegen das Urheberrecht einzudämmen, unausweichlich.

Die CDU Deutschlands befürwortet die Forderung von europäischer Seite, die Schutzfristen bei ausübenden Künstlern zu verlängern. Zurzeit liegt diese Frist bei 50 Jahren gerechnet ab Veröffentlichung der Aufnahme auf einen Tonträger. Insbesondere Studiomusiker müssen mit einem Verlust ihres Einkommens rechnen, wenn die Aufnahmen gemeinfrei werden und damit ihre zumeist einzige Geldquelle einbricht. Das wollen wir verhindern.

Der § 52a Urheberrechtsgesetz stellt im Urheberrecht einen Fremdkörper dar. Er ermöglicht Schulen, Bildungseinrichtungen und Universitäten urheberrechtlich geschütztes Material von Verlagen gegen eine angemessene Gebühr in das Intranet der jeweiligen Einrichtung zu stellen. Eine titelbezogene Abrechnung seitens der Einrichtungen findet jedoch nicht statt, so dass die Verlage darüber im Unklaren gelassen werden, in welchem Umfang das Angebot genutzt und damit in ihr Eigentum eingegriffen wird. Dadurch sind einige Verlage in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht. Der Wissenschaftsstandort Deutschland gerät somit in Gefahr. Wir werden uns daher für eine Regelung einsetzen, die zumindest eine werkbezogene Titelabrechnung ermöglicht.