

Standpunkte

⁸ BayGVBI 2006 S. 132; durch den 10. RÄndStV wurde der Klammerzusatz (Rundfunkstaatsvertrag) um das offizielle Kürzel RStV erweitert, BayGVBI 2008, S. 161.

⁹ Für Anwendungsbereichsregel schon Pappi in seiner immer noch lesenswerten Dissertation *Teledienste, Mediendienste und Rundfunk: Ihre Abgrenzung im Recht der elektronischen Medien*, UFITA-Schriftenreihe; Bd. 182, 2000, S. 26.

¹⁰ Vgl. auch Wieland, *Lokalrundfunkfinanzierung in Bayern*, BLM-Schriftenreihe; Bd. 93, 2009, S. 46 f.

¹¹ Rundfunkferne Autoren folgern aus diesem Zitat gerne, aber zu Unrecht (s. Rossen-Stadtfeld, ZUM 2008, 1/4), die Aufsichtstätigkeit der staatlichen Landesmedienanstalten sei mittelbare Staatsverwaltung.

¹² Vgl. Bornemann/v. Coelln/Hepach/Himmelsbach/Lörz, BayMG, Art. 6 Rn. 8 ff.; Cole, ZUM 2005, 462 ff.; Groß, NVwZ 2004, 1393 ff.; Erdemir, in Spindler/Schuster, *Recht der elektronischen Medien*, 3. Aufl. 2015, § 1 JMSv, Rn. 11 f.; Liesching, RdJB 2013, 136 ff.; Schulz/Held, in Hahn/Vesting, *Beck'scher Kommentar zum Rundfunkrecht*, 3. Aufl. 2012, § 1 JMSv, § 21 ff.

¹³ Möllers, AfP 2008, 241 ff.; dagegen Rossen-Stadtfeld, *Audiovisuelle Belebtheit und Angebote von Presseunternehmen im Internet: Presse oder Rundfunk?*, BLM-Schriftenreihe; Bd. 92, 2009; vgl. auch Fiedler, in Gersdorf/Paal, *Informations- und Medienrecht*, 2014, § 58 RStV, R. 43 f., § 59 RStV, Rn. 36 ff.

¹⁴ Von Coelln schilderte in einem Diskussionsbeitrag beim BLM-Symposium *Medienrecht 2010* aber die Heftigkeit verlegerseitiger Reaktionen, wenn er in Vorträgen dieses Themas anspreche, BLM-Schriftenreihe; Bd. 96, 2010, S. 98 ff.

¹⁵ BLM-Schriftenreihe; Bd. 96, 2010, S. 96.

¹⁶ Vgl. Nünning, in *Medienkorrespondenz* v. 23.01.2015: <http://www.medienkorrespondenz.de/politik/artikel/sat-1-lizenz-bei-der-ma-hsh-wird-weiterhin-nicht-gueltig.html>

¹⁷ <http://www.sueddeutsche.de/panorama/bremer-tatort-tote-sind-ein-bisschen-viel-1.676309>

¹⁸ Zu verfassungsrechtlichen Bedenken gegen die Ungleichbehandlung im Ordnungswidrigkeitenrecht s. Bornemann, R., *Ordnungswidrigkeiten in Rundfunk und Telemedien*, 5. Aufl. 2015, S. 9 ff. m. w. H.

¹⁹ Vgl. dazu Kunisch, K., *Verfassungswidrige Telemedienaufsicht durch Regierungsstellen – Aufsicht über Internetdienste im Schutzbereich der Rundfunkfreiheit*, MMR 2011, 796 ff.

²⁰ Entnommen aus Bornemann, *Zur Telemedienordnung*, RdJB 2013, 123/126 ff.; die Regierung von Mittelfranken ist auch nach der Änderung des Gesetzes zur Ausführung des Rundfunkstaatsvertrags, des Jugendmedienschutzstaatsvertrags und des Rundfunkbeitragsstaatsvertrags, zuletzt durch § 1 Nr. 293 der Verordnung zur Anpassung des Landesrechts an die geltende Geschäftsverteilung der Staatsregierung vom 22. Juli 2014 (GVBI S. 286) nach wie vor zuständig.

²¹ Die Überschrift wurde angelehnt an den Titel des Vortrags von Wolf-Dieter Ring auf der 103. Tagung des Studienkreises für Presserecht und Pressefreiheit am 25./26.04.2008 in München, AfP 2008, 342/344 f.

²² Vgl. Holznagel in Hoeren/Sieber/Holznagel, *Multimediacrecht*, Teil 3 Rundfunk und Telemedien, Rn. 67.

²³ Vgl. Gundel, *Was muss eine zukunftssichere Telemedienordnung leisten?*, BayVBI. 2015, 627 ff.

Der Rundfunkbegriff – eine Herausforderung für die Medienpolitik

In beinahe allen aktuellen medienpolitischen Debatten liegt der Rundfunkbegriff merkwürdig quer. Einerseits ist er normativ und angesichts des aktuellen Mediennutzungsverhaltens auch empirisch nach wie vor Dreh- und Angelpunkt der Medienpolitik. Andererseits ist die Aussage, dass der Rundfunkbegriff der Reform bedarf, fast schon zum Allgemeinplatz geworden und lässt hoffentlich bald auch Taten folgen. Es ist wie so oft in Umbruchzeiten: Der klassische Rundfunk nimmt noch immer einen wichtigen Platz im Medienrepertoire der Bürgerinnen und Bürger ein, die Medienwelt ist aber vielschichtiger geworden. Deshalb wäre es falsch, das Alte vorschnell über Bord zu werfen. Genauso problematisch aber wäre es, die Augen vor den nötigen Veränderungen zu verschließen.

Bei der Debatte um den einfachgesetzlichen Rundfunkbegriff geht es letztlich weniger um die richtige Terminologie als vielmehr sehr grundsätzlich darum, welche Medientypen zukünftig wie reguliert werden sollten. Dabei müssen folgende Fragen handlungsleitend sein: Welche Bedeutung haben die verschiedenen Medien- und Anbieterarten für die Meinungsbildung, welcher Regulierungsbedarf ergibt sich hieraus und was sind die richtigen Instrumente?

Über welche Medien wird in Zukunft die gesellschaftliche Selbstverständigung erfolgen?

Ein zentrales Kriterium des Rundfunkbegriffs im Rundfunkstaatsvertrag ist derzeit – der europäischen Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste folgend – das der Linearität.¹



Foto: Jörg Hüster

Dr. Carsten Brosda

Bevollmächtigter des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg für Medien
E-Mail: carsten.brosda@sk.hamburg.de



Foto: Hans Bredow Institut

RiAG Dr. Thorsten Held

Amt Medien, Senatskanzlei der Freien und Hansestadt Hamburg
E-Mail: thorsten.held@sk.hamburg.de

Linearer Rundfunk ist nach wie vor von hoher Bedeutung für die Meinungsbildung und er wird immer noch stark genutzt; beim Fernsehen bleibt die tägliche Sehdauer relativ konstant.² Fernsehen und Radio liegen mit einer Tagesreichweite von 80 bzw. 74 % bei den Über-14-Jährigen weiterhin vor anderen Medientypen.³ Die zeitgleiche Nutzung der Inhalte durch eine Vielzahl von Personen,⁴ die Konfrontation der Nutzerinnen und Nutzer auch mit Themen und Inhalten jenseits bisheriger Präferenzen, eine starke Markenbindung („Kanaltreue“)⁵ und der Beitrag zur Strukturierung des Alltags sind traditionell wichtige Besonderheiten des linearen

Rundfunks. Der Eindruck der gemeinsamen Teilhabe der Nutzerinnen und Nutzer an öffentlicher Kommunikation kann heute durch die Möglichkeit des sendungsbegleitenden Austauschs über soziale Medien noch verstärkt werden.

Doch die Bedeutung der Linearität nimmt sukzessive ab: Gerade für junge Nutzerinnen und Nutzer, die mit Smartphone, Videoplattformen und Sozialen Medien aufwachsen, wird es zunehmend selbstverständlich, dass die Inhalte, die sie interessieren, rund um die Uhr verfügbar sind. Bei den 14- bis 29-Jährigen geht die Sehdauer klassischen Fernsehens stetig zurück.⁶ Und wer die Entwicklungen auf anderen Märkten wie dem US-amerikanischen in den Blick nimmt, der weiß, dass der „Tipping Point“ näher rückt, ab dem die lineare Nutzung rapide an Bedeutung verlieren kann.

Diese Entwicklungen hat der Medienrechtler Wolfgang Schulz auf dem diesjährigen DLM-Symposium in einer ebenso provokanten wie richtigen Beobachtung verdichtet: Dass die Nutzungszeit traditionellen Rundfunks pro Tag insgesamt betrachtet konstant bleibe, sei kein Zeichen für die Zukunftsfähigkeit des linearen Mediums, sondern für die Überalterung der Gesellschaft. Aber auch gereiferte Menschen, die noch ohne Internet und mit einer Handvoll Rundfunkkanäle groß geworden sind, verlieren mitunter die Lust daran, auf die nächste Folge der neuesten Staffel ihrer Lieblingsserie eine Woche zu warten. Die Zahl der Abonnenten bei Subscription Video-on-Demand-Angeboten steigt, in 2014 lag sie bei 1,2 Millionen.⁷ Hiervon profitieren Angebote wie etwa Netflix, Amazon Prime und Maxdome.

Unabhängig davon, ob Abrufdienste das klassische Fernsehen (nur) ergänzen oder zukünftig gar (teilweise) substituieren, kann Linearität allein auf Dauer ganz offensichtlich nicht das entscheidende abgrenzende Kriterium sein. Hier steht die Medienpolitik vor der Aufgabe, neue Maßstäbe zu entwickeln, um ihren Gegenstand näher zu bestimmen.

Anknüpfungspunkte sind durchaus vorhanden. Eine Konstante bleibt zum Beispiel, dass Inhalte, die von professionellen Journalisten und anderen Medienschaffenden nach bestimmten – auch ungeschriebenen und sich durchaus ändernden – Regeln erstellt werden, eine besondere Bedeutung für die Meinungsbildung beizumessen ist. Diese Wahrnehmung ist trotz neuer Möglichkeiten des User-generated Content erstaunlich stabil. Ganz offensichtlich gehen wir nach wie vor mehrheitlich davon aus, dass nutzergenerierte Inhalte die Medienwelt zwar bereichern, aber die Funktion journalistisch erstellter Medieninhalte für die gesellschaftliche Selbstverständigung nicht übernehmen können. Dass die Landesmedienanstalten überhaupt in der Verlegenheit sind, sich darüber Gedanken machen zu müssen, ob gestreamte Amateurvideos zulassungspflichtig sind oder nicht, zeigt, dass das Recht bisweilen Kriterien vorgibt, die in Zeiten beschleunigten Wandels nicht einfach auf neue Angebote übertragbar sind. Zum Glück siegte bislang in der Regel der gesunde Menschenverstand.

Neue Kriterien zur Abgrenzung verschiedener Medientypen zu finden, ist nicht trivial. Dabei ist es gut, nicht bereits im ersten Schritt die Folgen vor Augen zu haben, die derzeit im Rundfunkstaatsvertrag an Rundfunk im einfachgesetzlichen Sinne geknüpft sind. Sondern es geht zunächst darum, zu bestimmen, welche Medientypen – wie es im Gutachten von Prof. Winfried Kluth und Prof. Wolfgang Schulz heißt⁸ – einen besonderen Mehrwert für die öffentliche Kommunikation aufweisen. Ob und ggf. wie diese Dienste reguliert werden müssen, ist dann in einem weiteren Schritt zu klären. Dabei geht es nicht nur um Pflichten, sondern auch um spezielle Rechte, die Medientypen mit einem besonderen Mehrwert für die öffentliche Kommunikation etwa bei der Verbreitung und der Auffindbarkeit zukommen. Auffällig ist, dass für bestimmte Medienanbieter „Rundfunk“ fast schon ein Schimpfwort ist, weil sie den Begriff mit einem engen Korsett regulatorischer Vorgaben verbinden, während diejenigen, die unstrittig unter den derzeitigen Rundfunkbegriff fallen, dies durchaus auch als Auszeichnung ihrer besonderen Leistung für die Meinungsbildung verstehen, aber – zurecht – darauf Wert legen, dass Rechte und Pflichten, die hiermit verbunden sind, in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen. Eine der zentralen Herausforderungen wird sein, den gesellschaftlichen und demokratiepolitischen Mehrwert medialer Angebote so zu fassen, dass er als Abgrenzungsmaßstab funktioniert, ohne staatliche Regulierer in die Rolle zu bringen, mediale Angebote daraus abgeleitet qualifizieren zu müssen. Hier ein neues System zu entwickeln, das die Freiheit medialer Angebote sichert und stärkt, ist eine der großen intellektuellen Herausforderungen der Medienpolitik.

Die Beurteilung des besonderen Mehrwerts bestimmter Medientypen kann in den einzelnen EU-Mitgliedstaaten unterschiedlich ausfallen, sodass es richtig ist zu fordern, dass die europäische Richtlinie für audiovisuelle Medienanbiete (AVMD-Richtlinie) unter Aufgabe des bisherigen Kriteriums der Linearität einen Mindeststandard für audiovisuelle Mediendienste vorsehen und den Mitgliedstaaten eine abgestufte Regulierung nach eigenen Kriterien ermöglichen sollte.

Die Reform der AVMD-Richtlinie ist dringend notwendig. Sie gibt in ihrer jetzt gültigen Fassung die Unterscheidung zwischen linearen und nicht-linearen Diensten vor und steht damit der Entwicklung eigener Abgrenzungskriterien in den Mitgliedstaaten im Weg. Die Europäische Kommission überprüft derzeit die Effizienz und Leistungsfähigkeit der Richtlinie („REFIT“). Wenn sich Deutschland jetzt einheitlich und überzeugend positioniert – und dazu gibt die Diskussion in der Bund-Länder-Kommission die Gelegenheit –, könnte dies die Chance einer darüber hinausgehenden echten Reform eröffnen. Würde diese Chance verpasst, wäre eine systematische Neujustierung des deutschen Rundfunkbegriffs für lange Zeit durch die nicht mehr zeitgemäßen Kriterien in der Richtlinie blockiert.

Standpunkte

Wer sind die Akteure, die einen Einfluss darauf haben, was bei den Nutzern ankommt?

In der analogen Welt waren die Rollen klar verteilt: Hier die Anbieter, die das jeweilige Gesamtprodukt zusammenstellen und unter ihrer Marke anbieten, dort die Nutzerinnen und Nutzer und dazwischen die Übermittler der Inhalte, etwa Kabelnetzbetreiber. Nun hat sich zwischen Anbieter und Nutzer eine Vielzahl weiterer Akteure geschoben, die sich nicht mehr darauf beschränken zu vermitteln, sondern die eigene Angebote unter ihrer Marke zusammenstellen und die zunehmend auch den direkten Zugriff auf audiovisuelle Inhalte ermöglichen. Nicht nur der Rundfunkbegriff, sondern auch der Anbieterbegriff steht damit auf dem Prüfstand. Auch wenn das Instrumentarium der Ex-Antekontrolle, das das Rundfunkrecht derzeit für Rundfunkveranstalter vorsieht, nicht auf die neuen Akteure übertragbar ist, ist es jedenfalls notwendig, dass wir medienpolitisch all diejenigen im Blick haben, die beeinflussen, was beim Nutzer ankommt. Hier geht es nicht um eine Ausweitung der Regulierung, sondern um kluge Weiterentwicklungen bestehender Konzepte und die Entwicklung neuer abgestufter Regelsysteme, die Medienfreiheit ebenso sichern wie Meinungsvielfalt. Dabei müssen auch die Phänomene berücksichtigt werden, die schon längst nicht mehr neu sind. Um einige Beispiele zu nennen:

- Nach den Ergebnissen des Reuters Digital News Survey 2015 für Deutschland erfolgt der häufigste Zugang der deutschen „Onliner“ zu Online-Nachrichten über Suchmaschinen (45 Prozent), wobei knapp 27 Prozent regelmäßig nach thematischen Begriffen suchen und gut 31 Prozent den Namen einer Nachrichten-Webseite in die Suchmaske eingeben, um so auf die anvisierte Seite zu gelangen. 20 Prozent werden regelmäßig über soziale Netzwerke auf Nachrichten aufmerksam.⁹ Die Suche nach audiovisuellen Inhalten ist bereits eine eigenständige Funktion bei Suchmaschinen (wie z. B. die Rubrik „Videos“ bei Google).
- Einige Smart-TV-Anwendungen zeichnen von sich aus Sendungen auf, die zum bisherigen Nutzungsverhalten der jeweiligen Nutzerin bzw. des jeweiligen Nutzers passen. Internetanbieter wie Zattoo („Recall“) stellen sogar das komplette Programm einzelner Veranstalter für eine gewisse Zeit nach der Ausstrahlung im linearen Fernsehen zum Abruf bereit.
- Elektronische Programmzeitschriften ermöglichen es teilweise, aus ihrem Angebot direkt in das laufende Programm zu schalten.
- Audiovisuelle und Audio-Inhalte werden auch über Apps und auf Plattformen für nutzergenerierte Inhalte angeboten. Die Betreiber der App-Stores und Plattformen stellen Regeln für die Aufnahme von Inhalten auf, die zumeist dazu dienen, die Konformität des Angebots mit dem geltenden Recht zu sichern, die aber durchaus auch Ausdruck kultureller Besonderheiten sein können, etwa wenn es um die Darstellung von Nacktheit geht.

Wie wir damit als Gesellschaft umgehen, ist eine Frage, die wir medienpolitisch beantworten müssen. Die vielfach geäußerte Forderung nach einem „Level Playing Field“ kann hier zumindest insofern handlungsleitend sein, als sie davor bewahrt, auf Neues einfach mit weiteren Regeln zu antworten. Nicht selten kann kluge und behutsame Liberalisierung die Grundlage für neue und wirksamere Media Governance-Strukturen sein.

Welcher spezifische Regulierungsbedarf ergibt sich für die verschiedenen Medientypen?

Regulierung von Medien dient verschiedenen Zielen. Abhängig von den Regulierungszielen können unterschiedliche Kriterien für die Abgrenzung von Medientypen sinnvoll sein. So ist etwa Jugendschutz auch bei Angeboten ohne besonderen Mehrwert für die öffentliche Kommunikation zu gewährleisten.

Entscheidend ist die Frage, welche Medientypen einen besonderen Mehrwert für die öffentliche Kommunikation aufweisen, für die Gewährleistung von Vielfalt und kommunikativer Chancengerechtigkeit. Die Länder haben den verfassungsrechtlichen Auftrag zur Ausgestaltung der Rundfunkordnung und sie zeigen derzeit – zum Beispiel mit der Initiative für die Bund-Länder-Kommission – engagiert, dass sie gewillt sind, diesen Auftrag auszufüllen. Hierzu gehört es auch, frühzeitig Instrumentarien zu schaffen, um möglichen Gefahren für die freie Meinungsbildung entgegentreten zu können. Dabei geht es nicht darum, für alle Eventualitäten Regularien parat zu haben, aber die Länder dürfen auch nicht abwarten, bis sich vielfaltsverengende Entwicklungen verfestigt haben. Das Bundesverfassungsgericht hat betont, dass insbesondere wenn die Gefahr besteht, dass einzelne Anbieter einen einseitigen Einfluss auf die Bildung der öffentlichen Meinung haben, der Gesetzgeber diesen Tendenzen rechtzeitig entgegentreten muss, da Fehlentwicklungen gerade insoweit schwer rückgängig zu machen sind.¹⁰

Um nicht ständig den aktuellen Entwicklungen hinterherlaufen zu müssen, erscheint es sinnvoll, nicht zu kleinteilig zu regulieren, sondern eher allgemeine Grundsätze festzulegen und den zur Kontrolle berufenen Institutionen einen gewissen Spielraum einzuräumen, der es ihnen ermöglicht, zeitnah zu handeln, wenn sich neue Gefahren für die freie Meinungsbildung realisieren. Regulierung wird immer seltener ex ante alle möglichen Szenarien bestimmen können, sondern hat sich darauf zu fokussieren, ihre Prinzipien durch kompetente Regulierer jeweils im Einzelfall zur Geltung zu bringen.

Was sind die richtigen Instrumente?

Bei der Diskussion um die Zukunft des Rundfunkbegriffs sollte schließlich auch ein Blick auf die Regulierungsinstrumente erfolgen. Ein nach wie vor spannender und aussichtsreicher Ansatz ist der der Anreizregulierung, also die Idee, dass Anbieter bestimmte vielfaltserhöhende Pflichten freiwillig übernehmen, weil mit ihnen Privilegien verknüpft sind. Um

die Erfolgsaussichten dieses Ansatzes zu beurteilen, ist es nicht ausreichend zu versuchen, den jeweiligen Wert der Pflichten und Rechte konkret zu beziffern, diese Werte gegeneinander aufzurechnen und zu schauen, was unter dem Strich herauskommt. Entscheidend ist, dass die Veranstalter den Privilegien einen Wert beimessen, der sie zur Übernahme der Verpflichtungen motiviert. Die Veranstalter legen dabei durchaus auch mittel- und langfristige Perspektiven an und preisen den Imagegewinn in ihre Überlegungen ein, der damit verbunden ist, in der Vielzahl der Medienangebote eine Sonderstellung einzunehmen. Zugleich muss darauf geachtet werden, dass die Gestaltungsspielräume derjenigen, auf die sich mögliche Privilegien für Inhalteanbieter belastend auswirken können (etwa Plattformbetreiber), nicht unverhältnismäßig eingeschränkt werden.

Regulierung schließt die Übernahme von Verantwortung durch die Anbieter selbst ein. In vielen Bereichen wie etwa dem der Presse hat sich Selbstkontrolle bewährt. Diese freiheitlichen Strukturen können stilprägend sein. Auch bei der Weiterentwicklung der Rundfunkordnung sollte das Potential von Selbst- und Koregulierung verstärkt ausgelotet werden.

Ausblick

Bei der Reform der Medienordnung stellen sich damit die folgenden Fragen:

- Welche Regeln (etwa zum Jugendschutz) sollten unabhängig von einem besonderen Mehrwert der Medientypen für die öffentliche Kommunikation gelten?
- Welche Regeln sollten an – Audio-/audiovisuelle – Medientypen mit einem besonderen Mehrwert für die öffentliche Kommunikation anknüpfen? Mit welchen Kriterien kann dieser besondere Mehrwert beschrieben werden? Wer überprüft in welcher Weise, ob die Kriterien erfüllt sind?
- Welche (zusätzlichen) Pflichten übernehmen Anbieter freiwillig, wenn damit bestimmte Privilegien verbunden sind?

Viele der hier angesprochenen Themen stehen auch auf der Agenda der von Bund und Ländern gemeinsam eingesetzten Kommission zur Medienkonvergenz. In der Arbeitsgruppe zur AVMD-Richtlinie geht es darum, die Reform dieser Richtlinie auf europäischer Ebene aktiv mitzugestalten, und auch darum, Spielräume für die Mitgliedstaaten für die Ausgestaltung ihrer Medienordnungen zu erhalten. Thema der AG Jugendschutz ist es, welche Regeln für die verschiedenen Medientypen notwendig sind, um effektiven Jugendschutz zu gewährleisten, und wie dabei Doppelprüfungen und widersprüchliche Entscheidungen vermieden werden können. Die AG Kartellrecht/Vielfaltssicherung beschäftigt sich mit der Frage, wie Bundes- und Landesrecht und die Aufsicht durch Bundeskartellamt und Landesmedienanstalten/KEK besser verzahnt werden können – auch mit dem Ziel der Gewährleistung vielfältiger Medienmärkte. Und schließlich stehen im Zentrum der AG Plattformregulierung und der AG Intermediäre Akteure, die nicht selbst unmittelbar Rundfunk veranstalten, aber den Zugang zu und

die Auffindbarkeit von – auch Audio-/audiovisuellen – Inhalten maßgeblich beeinflussen.

Die Bestimmung der Medientypen, die zukünftig als Rundfunk einer besonderen vielfaltssichernden Regulierung unterliegen, ist ureigene Aufgabe der Länder. Anbieter und Aufsichtsinstanzen erwarten zu Recht von den Ländern, dass diese sich dieses Themas so schnell wie möglich annehmen.

So kann etwa die Diskussion darüber, ob und ggf. in welcher Form es zukünftig weiterhin Privilegien für bestimmte Angebote etwa auf Plattformen geben soll, nicht losgelöst von Überlegungen dazu geführt werden, für welche Angebote solche Privilegien zukünftig in Frage kommen.

Die Weiterentwicklung des Rundfunkbegriffs zu einem qualitativ zu bestimmenden Medienbegriff ist eine zentrale Weichenstellung für die zukünftige Ausgestaltung unserer Kommunikationsordnung. Sie ist unerlässlich dafür, dass die Länder auch künftig ihrem Verfassungsauftrag gerecht werden können. Wer diese Gestaltungskompetenz erhalten will, der muss den Wandel jetzt angehen.

Anmerkungen

¹ Die Definition in § 2 Abs. 1 S. 2 RStV lautet: „Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst; er ist für die Allgemeinheit und zum zeitgleichen Empfang bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Angeboten in Bewegtbild oder Ton entlang eines Sendeplans unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen.“

² Sie liegt bei etwa 220 Minuten pro Tag, Media Perspektiven Basisdaten, Daten zur Mediensituation in Deutschland 2014, S. 71; <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/118/umfrage/fernsehkonsum-entwicklung-der-sehdauer-seit-1997/> [27.08.2015]. Allerdings zeigt sich aktuell ein Rückgang. Betrug die durchschnittliche tägliche Sehdauer der über 14-Jährigen 2014 noch 231 Minuten, lag sie 2015 bei 208 Minuten, Bernhard Engel/Christian Breunig: Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich, Media Perspektiven 2015, H. 7-8, S. 310 (312).

³ Bernhard Engel/Christian Breunig: Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich, Media Perspektiven 2015, H. 7-8, S. 310 (313).

⁴ Da die Nutzerinnen und Nutzer um die Gleichzeitigkeit wissen, ergibt sich der Eindruck einer (besonderen) Teilhabe an öffentlicher Kommunikation. Uwe Hasebrink: Lineares und nicht-lineares Fernsehen aus der Zuschauerperspektive: Spezifika, Abgrenzungen und Übergänge (Projektbericht), Hamburg 2009; abrufbar unter https://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/651 [27.08.2015], S. 16 f.

⁵ Uwe Hasebrink, a.a.O., S. 14

⁶ Walter Klingler/Sabine Feierabend/Irina Turecek: Medien im Alltag junger Menschen, Media Perspektiven 2015, H. 4, S. 199 (201). 2011 betrug die durchschnittliche Sehdauer bei den 14- bis 29-Jährigen 142 Minuten, 2014 lag sie bei 124 Minuten. 2015 ist sie wieder angestiegen, liegt aber erheblich unter der Nutzungsdauer des Internets. Auch bei der Tagesreichweite führt in dieser Altersgruppe das Internet; vgl. Bernhard Engel/Christian Breunig, Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich, Media Perspektiven 2015, H. 7-8, S. 310. Dort verbringen die 14- bis 29-Jährigen erkennbar weniger Zeit mit Fernsehinhälften als mit sonstigen Bewegtbildinhälften. 2014 waren es täglich 11 Minuten Fernsehinhälften und 21 Minuten sonstige Bewegtbildinhälften; vgl. Beate Frees: Konvergentes Fernsehen: TV auf unterschiedlichen Zugangswegen, Media Perspektiven 2014, H. 8, S. 417.

⁷ GFK, Der Videomarkt im Jahr 2014, abrufbar unter http://www.bvv-medien.org/fileadmin/user_upload/businessreports/JWB2014.pdf [27.08.2015].

⁸ Winfried Kluth/Wolfgang Schulz: Konvergenz und regulatorische Folgen, Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 2014, S. 29.

⁹ Sascha Hölig/Uwe Hasebrink: Reuters Digital News Survey 2015 – Ergebnisse für Deutschland, Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts, 2015, S. 6, 41.

¹⁰ Vgl. BVerfGE 57, 295, 323; 73, 118, 160; 119, 181, 217.