

## Stellungnahme zur Bekanntgabe Bürgermedienplattform NRW

### 1. Zur Begründung der Vorlage

In der Begründung zur Vorlage auf Seite 3 heißt es im zweiten Absatz, dass die Bürgermedien angesichts des digitalen Wandels eine gemeinsame Internetplattform in Ergänzung zu den vorhandenen Verbreitungswegen benötigen.

Diese Behauptung wird nicht ausreichend begründet. Der digitale Wandel hat zu weitreichenden Änderungen für Medienproduzenten geführt, das ist richtig. Als ein Problem wird dabei die "Wahrnehmbarkeit" der Inhalte benannt. Wieso aber ist die Wahrnehmbarkeit denn überhaupt eingeschränkt? Weil das Internet allen Nutzern auch ohne spezielles Know-How die Möglichkeit bietet, eigene Inhalte ungefiltert zu verbreiten und der Nutzer mit einer Masse an Inhalten konfrontiert ist. YouTube für Fernsehsender und die Blogosphäre sind die wohl bekanntesten Beispiele für Plattformen mit selbsterstellten Inhalten, die den bestehenden Medienproduzenten Probleme bereiten. Es gibt verschiedene Ansätze, aus der Masse herauszusteichen: Beispielsweise durch such- und klickoptimierte Aufbereitung, durch qualitative Ansätze oder auch durch spezifische Themenwahl.

Wieso aber sollte dieses Problem für Bürgermedien gelten? Bürgermedien sind seit ihrer Einrichtung auch in NRW an ein lokales Publikum gerichtet:

*Der Bürgerfunk im **lokalen** Hörfunk dient dazu, das **lokale Informationsangebot** zu ergänzen. (aus: LMG § 40a)*

*Die Bürgermedien tragen so zur Ausbildung der Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger bei, ergänzen durch innovative, kreative und vielfältige Inhalte insbesondere das **lokale und regionale publizistische Angebot** für Nordrhein-Westfalen und leisten einen Beitrag zur gesellschaftlichen Meinungsbildung. (aus: Fördersatzung Bürgermedien)*

Sie müssen daher nicht zwangsläufig mit einer separaten und kostspieligen Plattform in Konkurrenz zu anderen Plattformen treten, die gänzlich andere Ziele verfolgen. Es ist ja kein Zufall, dass beispielsweise Bürgerfunkproduktionen aus Iserlohn ausschließlich beim Lokalsender Radio MK laufen, oder dass bis 2009 der Offene Kanal Münster ausschließlich im Großraum Münster zu empfangen war. Die Abbildung von Lokalitäten durch lokale Bürgergruppen ist eine der Grundideen der Bürgermedien. Das muss nicht zur Folge haben, dass jeder Beitrag einen zeitaktuellen, ausschließlich lokalen Charakter besitzt. Aber es ist die sich aus der Natur der Bürgermedien abzuleitende Regel.

Die Verbreitung von in den meisten Fällen lokalen Inhalten von in den meisten Fällen lokalen Produzenten, die sich in den meisten Fällen an ein lokales Publikum richten (Beispiel "Sälzer Fenster" im Bürgerfernsehen, das über lokale Ereignisse in Salzkotten berichtet) im überregionalen oder gar landesweiten Rahmen ist keineswegs eine logische Schlussfolgerung, sondern schafft neue Problemfelder.

Zur Überprüfung des möglichen Nutzerverhaltens einer solchen Plattform könnte beispielsweise der WDR angefragt und in Erfahrung gebracht werden, wie viele Menschen, die nicht in Dortmund wohnen, die Lokalzeit Dortmund in der Mediathek aufrufen. Alternativ könnte auch bei RTL angefragt werden, wie viele Menschen aus Berlin das Regionalfenster NRW ansehen. Ein naheliegendes Beispiel ist ebenfalls der Fernseh-Lernsender nrwision. Der Sender hatte von Anfang an das Problem, das er zwar landesweit empfangbar ist, aber viele seiner Programminhalte lokal beheimatet sind. nrwision hat vor einigen Jahren einen Lösungsansatz eingeführt, durch den im linearen Programm unter der Woche jeweils für einige Abendstunden Regionalfenster laufen (z.B. Programm aus dem Rheinland oder Programm aus dem Münsterland). Der Erfolg dieser Fenster ist nicht messbar, da keine Quoten erhoben werden.

Alternativ führt der Sender eine Mediathek, in der alle eingereichten Beiträge jederzeit abrufbar sind. Hier wäre eine Messung interessant: Wie viele Leute, die nicht aus Salzkotten stammen, klicken online auf das Sälzer Fenster?

Ein Indikator für den Nicht-Erfolg von lokalen Inhalten in einem landesweiten Sender bzw. seiner weltweit einzusehenden Online-Mediathek sind die Videocharts von nrwision, die von Programminhalten dominiert werden, die eine bestimmte thematische Zielgruppe ansprechen (z.B. Hundebesitzer mit "Riepes Hundetalk"). Inhalte, die sich auf klassische, lokale Bürgermedieninhalte beziehen (Beispiel Neuigkeiten aus Salzkotten), treten nur mit geringer Wahrscheinlichkeit weit oben in den Charts auf. Als Beispiel sei hier die ewige Top-100 der meistgeklickten nrwision-Videos genannt:

1. "Ich war Jehovas Zeugin" - Eine Aussteigerin berichtet
2. Riepes Hundetalk - Thema: Ein Tag im Leben von Freunden
3. Riepes Hundetalk - Thema: Tagesablauf für Hunde
4. JimbooXXL - Thema: Wie funktioniert eine Penispumpe?
5. Eutrophierung - Ein See kippt um
6. pitiexodus
7. DSHS-TV - Thema: Traumberuf Sportjournalist
8. JimbooXXL - Thema: Selbstbefriedigung / Petting
9. Oberhausen. Stadt der Fahrräder
10. Fun Tour 2012: Movie Park in Bottrop-Kirchhellen

(aus: <https://www.nrwision.de/programm/video-charts/gesamt.html>)

Lediglich das Städteporträt über Oberhausen hat einen Lokalbezug, während der Beitrag auf Platz 10 die Grenze des Werbeverbots in den Bürgermedien schon leicht zu überschreiten droht.

nrwision sendet seit sechs Jahren. Es erreicht mit seinem Programm theoretisch 4 Millionen Haushalte in NRW. Auf Facebook verfügt nrwision über 2500 Fans. Die offiziellen Besuchszahlen der nrwision-Homepage mit Mediathek wurden bislang nicht offengelegt, aber liegen wohl im Jahreszeitraum im sechs- bis siebenstelligen Bereich. D.h. trotz eines linearen Programms, mit dem seit sechs Jahren ins digitale Kabelnetz gesendet wird, ist nrwisions Online-Verbreitung vergleichsweise sehr gering. Als Ursachen sind das größtenteils lokale Programmangebot, qualitativ schwankende Programminhalte und große Konkurrenz (YouTube) zu nennen.

Genau diese Probleme stellen sich auch für die geplante Bürgermedienplattform: Wenn selbst nrwision mit dem großen Pluspunkt der linearen Verbreitung, durch die Zuschauer ja immerhin zufällig auf das Programm stoßen könnten, online eine verschwindend geringe Rolle spielt, wieso sollte es sich für die gleich geartete Bürgermedienplattform dann anders verhalten? Wie genau soll diese Plattform überhaupt Bekanntheit erzielen? In dem vorliegenden Papier wird hier nur ein Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit durch die möglichen Betreiber der Plattform gefordert, aber es ist absehbar, dass keine durch Fördergelder finanzierbare Öffentlichkeitsarbeit diese Probleme umgehen kann, zumal das Vorzeigeprojekt nrwision hieran seit sechs Jahren scheitert.

Des Weiteren sollte die Frage gestellt werden, wieso eine interaktive Plattform mit diesen hohen Kosten aufgebaut werden soll, wenn es mit YouTube bereits seit mehr als zehn Jahren eine etablierte, funktionsreiche Plattform gibt, die zudem über Millionen von potentiellen Nutzern erreicht? Wie soll eine separat ins Netz gestellte Bürgermedienplattform Bürger eher erreichen, wenn dies durch lokales Programm und eigenständige, diversifizierte Werbung von Bürgergruppen auf YouTube doch sehr viel günstiger, effektiver und vor allem auch offener gestaltet werden kann? Der größte Teil des medieninteressierten Nachwuchses steht ohnehin mit YouTube in Kontakt. Wieso nicht die Stärken dieser Verbreitungsplattform nutzen und mit der Medienkompetenzvermittlung vor Ort koppeln? Wieso so viel Geld in eine Plattform investieren, die es doch schon lange gibt?

Das einzige Alleinstellungsmerkmal der Bürgermedienplattform, das im Papier gelistet wird und bei bestehenden Plattformen fehlt, sind Service und Beratung. Ironischerweise sind dies gerade jene Anforderungen, die in NRW bereits seit Jahren, teilweise Jahrzehnten durch bürgermediale Einrichtungen direkt vor Ort erfüllt werden. Sie ermöglichen eine nachhaltige, direkte Beratung und Steuerung von Bürgergruppen und Einzelnutzern in einer Form, die die Bürgermedienplattform so niemals erreichen kann. Allenfalls die landesweite Verfügbarkeit dieses Beratungsangebot bleibt damit als Alleinstellungsmerkmal der Plattform bestehen, allerdings wird dies ja bereits durch die Lernsender TV und Radio (geplant) gewährleistet. Wozu bedarf es einer dritten Redaktion oder vergleichbaren Service- oder Beratungseinheit?

**Zusammengefasst:** Die als unverrückbare Tatsache dargestellte Notwendigkeit einer gemeinsamen digitalen Plattform ist als solche zu hinterfragen und auf konkrete Faktenbasis zu stellen, bevor eine Bekanntgabe in solcher Förderhöhe verabschiedet wird. Zudem ist der Erfolg der Plattform angesichts des Beispiels nrwision doch stark in Zweifel zu ziehen.

## 2. Zu den Zielen der Bürgermedienplattform NRW

### **Stärkung der Wahrnehmung und Akzeptanz von Bürgermedien**

Wahrnehmung lässt sich viel eher durch das Einbinden bürgermedialer Beiträge in bereits bestehende Plattformen (z.B. YouTube) erzielen. Durch das Abkapseln in einer separaten Plattform, deren ambitionierte Verbreitungsziele angesichts der in Abschnitt 1 aufgelisteten Gründe utopisch klingen, wird sich die Akzeptanz der Bürgermedien keinesfalls steigern.

Akzeptanz kann nur über nachhaltige Qualitätssteigerung erfolgen. Bürgermedien sind vielfältig und unterliegen in ihrer Qualität massiven inhaltlichen, technischen und gestalterischen Schwankungen. Durch das Schaffen einer einheitlichen Plattform ändern sich die Produkte nicht. Oder werden die Bürgerinnen und Bürger NRWs die Plattform nur um der Plattform willen besuchen?

Steigerung von Akzeptanz ist mit der Schaffung einer solchen Plattform nicht möglich. Bürgermedien werden vor Ort produziert, sie werden hauptsächlich vor Ort wahrgenommen und sie können nur durch breite und verbesserte Medienkompetenzvermittlung ein Niveau erreichen, das eine positive Wahrnehmung und Akzeptanz ermöglicht. Anstatt ein weiteres Großprojekt aufzustülpen, sollte die Basis der Bürgermedien gestärkt werden.

### **Auffindbarkeit von Beiträgen, vollständiges Programmangebot über das Internet**

Im Fernsehen geschieht dies schon vollständig durch nrwision, durch das alle Inhalte in einer selbstorganisierten Mediathek angeboten werden. Im Radio werden durch den geplanten Lersender wohl ähnliche Überlegungen angestellt. Viele Bürgergruppen nutzen außerdem schon YouTube oder andere Hoster. Das hier benannte Ziel wird also schon ohne die Plattform erreicht.

### **Vorteile des Internets erschließen**

Aus dem LMG können wir keine Begründung für dieses Ziel ableiten. Es ist unklar, inwiefern die Bürgermedien die Vorteile des Internets denn noch weiter erschließen sollen? Sie können ihre Beiträge ja bereits überall verbreiten, kommentieren und bewerten lassen. Welchen Mehrwert bietet die Plattform an dieser Stelle also?

### **Teilhabe durch Interaktivität stärken**

Was unter „Interaktivität“ zu verstehen ist, sollte genau erläutert werden. Im vorliegenden Papier wirkt es so, als seien hiermit das Schreiben und Lesen von Kommentaren, das Bewerten von Beiträgen und ggf. eine direkte Textnachrichtenkommunikation gemeint. Dies sind etablierte Standards, die die Plattform nicht von anderen Plattformen unterscheidet.

### **Partizipative Elemente für Bürgermedien gewährleisten**

Das wichtigste Element der Partizipation ist die persönliche Betreuung vor Ort, die das Bereitstellen von Technik, Personal, direktem Feedback und das Zusammenarbeiten mit anderen Bürgern meint. Dieses Element bedarf einer Stärkung und nicht die Verbreitung der daraus entstehenden Produkte.

## **3. Zur Projektrahmung**

### **Service, Beratung und Öffentlichkeitsarbeit**

Sie sollen allein durch den Konzeptsteller vorgeschlagen werden. In der Bekanntgabe sollten aber durch die LfM wenigstens ein paar konkrete Anhaltspunkte zu diesem Themenkomplex geliefert werden. Es ergeben sich im Vorfeld bereits einige Fragen:

- Ist die Annahme richtig, dass eine Art von Redaktion entstehen muss, die alle Inhalte vollständig sichtet?
- Wie soll eine solche redaktionelle Leistung nachhaltig finanziert werden?
- Soll die Redaktion wie im vergleichbaren Fall von nrwision ausschließlich über Journalismus-Studenten in Form von Praxisseminaren umgesetzt werden?
- Wer stellt die Kriterien über die Freischaltung und Bewertung der Beiträge auf?
- Wird zu jedem Beitrag ein Feedback von dieser Redaktion geboten?
- Wer schreibt die Beschreibungstexte zu den Beiträgen?
- Wie soll die Öffentlichkeitsarbeit einer rein digitalen Plattform gestaltet werden?
- Wie soll sie flächendeckend für ganz NRW erfolgen? Oder erfolgt sie ausschließlich im Netz?

- Wieso wird mit nrwision ein bereits bestehendes Online-Angebot für Bürgermedien nicht im Netz beworben, obwohl hierbei mehr als das doppelte an jährlichen Fördergeldern fließt?

### **Cross- und multimediale Publikation**

Dieser Punkt ist vollkommen abstrakt gehalten. Die aufgezählten „könnte man machen“-Beispiele sind absolute Standards für YouTube und in Teilen auch für nrwision. Sie alle bedürfen zentraler, redaktioneller Kontrolle. Wie soll unter diesen Umständen das freie Mitgestalten der Plattform durch Bürgermedienschaffende erreicht werden? Punkte wie „Programmorschau“ und „Verlinkungen“ beschreiben die Grundlagen des Internets, es wäre schwierig, sie nicht zu integrieren.

Es mangelt hier generell an weiterführenden Beispielen. Im Moment liest sich dieser Abschnitt so, als wolle man die Buzzwörter „Cross- und multimedial“ einfach unterbringen. Etwas zugespitzt übersetzt, bedeuten die genannten Anforderungen aber tatsächlich:

„Es werden Audio- und Videodateien hochgeladen und dem Seitenbesucher werden ausgewählte Videos und Podcasts vorgeschlagen. Manche Uploads lassen sich thematisch sortieren. Hin und wieder könnte ein Radiobeitrag mit einer Fotostrecke gekoppelt werden.“

Das ist nichts Neues und bietet keinen ausreichenden Mehrwert oder ein Alleinstellungsmerkmal für die Plattform.

### **Mediathek**

Die als „wünschenswert“ deklarierten Such- und Sortierfunktionen der Mediathek sollten ein Standard sein. Dies wird ja sogar von der nrwision-Mediathek geboten. Dass Nutzer eigene Accounts anlegen und ihre Nutzung individualisiert gestalten können, sollte ebenfalls Standard und kein Wunschprogramm sein. Bei der Konkurrenz, die mit YouTube nun einmal erdrückend ist, sind es diese Funktionen schließlich auch.

Weiterhin heißt es hier, dass Beiträge, die bereits in den bestehenden Kanälen ausgestrahlt wurden, z.B. auf nrwision, als erstes auf der Plattform veröffentlicht werden sollen. Ist dies rechtlich überhaupt möglich? Haben die Bürgermedienschaffenden durch die Einreichung der Beiträge bei Lokalradios, nrwision oder durch die Ausstrahlung im Campusrundfunk eingewilligt, ihre Beiträge auf einer anderen Plattform ausgestrahlt zu sehen? Oder wird jeder Bürgermedienschaffende vorab befragt?

Wieso wird erst im zweiten Schritt die direkte Zulieferung durch Bürgergruppen oder Einzelnutzer ermöglicht? Es ist doch eines der Hauptziele, die Bürgermedienschaffenden einzubinden? Wer auf die Plattform stößt, aber erst einige Monate später selbst direkt etwas einstellen kann, wird mit Sicherheit nicht begeistert sein.

Auch weiter im Text heißt es, dass die Einbindung partizipativer Elemente (Foren, Kommentierfunktion etc.) „wünschenswert“ seien. Das ist Unsinn. Sie sollten von Anfang an fester Bestandteil des Gesamtkonzepts sein.

## **4. Zur redaktionellen und technischen Umsetzung der Plattform**

Die Erstellung einer barrierefreien Plattform ist zwar ein hehres Ziel, aber es sollte bedacht werden, dass die ausgestrahlten Produkte allesamt oder zu einem Großteil nicht unter Kriterien der Barrierefreiheit entstehen. Fernsehprodukte mit Audio-Deskription sind beispielsweise nicht durch Bürgergruppen umsetzbar. Würde dies ebenfalls bedeuten, dass die Plattform in einfacher Sprache verfasst ist und beworben wird? Welche Vorteile bringt eine technische Barrierefreiheit, die sich nicht im inhaltlichen Angebot wiederfindet?

## **5. Zu rechtlichen Rahmenbedingungen für die Plattform und ihrer Inhalte**

An dieser Stelle müssen die bestehenden bürgermedialen Einrichtungen in die Kooperations- und Austauschprozesse aufgenommen werden. Auf der einen Seite heißt es, die Plattform soll die Medienkompetenzvermittlung unterstützen, auf der anderen Seite werden die Einrichtungen, die weiterhin Bürgermedienarbeit vor Ort betreiben und einen Großteil des entstehenden Programms verantworten, an keiner Stelle erwähnt. Die Lernsender Fernsehen und auch Hörfunk können aufgrund ihrer Strukturen keine nachhaltige Medienkompetenzvermittlung gewährleisten und würden hier als Puffer auftreten, der überhaupt nicht notwendig ist. Die Plattform soll den Bürgergruppen und Einrichtungen doch direkte Teilhabe ermöglichen!

## **6. Zur Frist**

Die Frist endet am 27.11.15. Wie sollen potentielle Bewerber eine rechtssichere, technisch einwandfreie und innovative Plattform in so einem kurzen Zeitraum konzipieren und 2016 an den Start bringen?

## **7. Zur Finanzierung**

Für die Bürgermedienplattform wurden 2015 bereits 60.000 Euro eingeplant. Für die Jahre 2016 und 2017 sind jeweils 200.000 Euro vorgesehen. Aus der Bekanntgabe wird nicht deutlich, inwiefern die 60.000 Euro für 2015 eingesetzt werden sollen.

Die Summe von 200.000 Euro pro Jahr lässt das Ungleichgewicht in der Finanzierung von Verbreitungsplattformen und tatsächlicher Medienkompetenzvermittlung/Bürgermedienproduktion weiter wachsen. Für nrwision werden jährlich ca. 440.000 Euro ausgegeben. Das ergibt also für 2016 eine Gesamtsumme von fast 650.000 Euro, die für zwei Verbreitungsplattformen eingeplant wird. Hinzu kommt noch der geplante Lernsender Radio, für den im Jahr 2015 ebenfalls schon 20.000 Euro eingeplant wurden, aber über dessen Planungszustand und Finanzierung bislang nichts bekannt ist.

Dem gegenüber stehen im Fernsehbereich im Moment 300.000 Euro im Jahr, die Einrichtungen und Bürgergruppen zur Förderung von Qualifizierungsmaßnahmen in Anspruch nehmen können. Im Bürgerfunk stehen Einrichtungen des Bürgerfunks im Rahmen von Projekt- und Schulungsförderungen 450.000 Euro und für die Servicestellen Bürgerfunk 300.000 Euro zur Verfügung. Die Förderung von Einrichtungen, die Basisarbeit in der Medienkompetenzvermittlung, Bürgerberatung und Produkterstellung vor Ort leisten, befindet sich am nicht mehr tragbaren Tiefpunkt, während die Verbreitungsplattformen beinahe auf eine vergleichbare Gesamtfördersumme kommen.

So hat beispielsweise im Fernsehbereich die für das dritte Trimester 2015 veranschlagte Gesamtfördersumme für Qualifizierungsmaßnahmen i. H. v. 100.000 Euro bereits nicht ausgereicht. Die Finanzierung der Plattform soll ab 2016 aber laut Papier auch aus dem Bürgermedien-Etat mit 50.000 Euro erfolgen. Auf Kosten eines unterfinanzierten Bereichs wird ein Kopfprojekt querfinanziert - das widerspricht dem Ziel der nachhaltigen Bürgermedienförderung in NRW. Insbesondere, wenn sich aus dem Konzeptpapier selbst keine Rückschlüsse auf die Herkunft der Kostenaufstellung ziehen lassen. Die Anforderungen sind häufig allgemeingültig und mit Kann-Vorgaben versehen - auf welchem Wege hat die Verwaltung also die Kosten ermittelt, wenn die zu fördernde Sache so undefiniert bleibt?