

Landtag NRW  
Medienausschuss  
Frau Birgit Hielscher  
Platz des Landtags 1

40221 Düsseldorf



arbeitsgemeinschaft  
der jugendverbände  
in nordrhein-westfalen

2002-04-17

mü-sb(F:/AGMed/Anschr STGNLMG MA)

## Öffentliche Anhörung des Medienausschusses zum Gesetzentwurf der Landesregierung ‚Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW)‘

Sehr geehrte Frau Hielscher,

wir bedanken uns für die Gelegenheit, zu dem Gesetzentwurf der Landesregierung eines Landesmediengesetzes Nordrhein-Westfalen Stellung beziehen zu können.

Als Anlage senden wir Ihnen die Stellungnahme des Landesjugendringes zum LMG NRW mit der Bitte um Weiterleitung an die Mitglieder des Medienausschusses.

Mit freundlichen Grüßen

  
Wilhelm Müller  
Geschäftsführer

Anlage



# Stellungnahme des Landesjugendrings NRW e.V.



## zum Gesetzentwurf der Landesregierung 'Landesmediengesetz Nordrhein-Westfalen (LMG NRW)'

---

Alte und neue Medien sind ein wesentlicher Faktor für die Sozialisation von Kindern und Jugendlichen. Der kompetente Umgang mit Medien, die Fähigkeit, Informationen zu finden und kritisch zu bewerten, ist eine Schlüsselqualifikation für die Gestaltung des beruflichen wie persönlichen Lebensweges junger Menschen. Insbesondere Kinder und jüngere Jugendliche werden bei der Entwicklung ihrer individuellen Werteorientierung durch mediale Ereignisse und Erlebnisse geprägt. Das Fernsehen, als Leitmedium junger Menschen, hat, trotz der wichtigen Entwicklungen im Bereich der neuen Medien, in diesem Kontext eine zentrale Bedeutung.

Deshalb begrüßt der Landesjugendring, als Vertreter der Interessen aller jungen Menschen in NRW, ausdrücklich die in **§ 39** formulierte Absicht **Medienkompetenz** im Land zu fördern und **Medienerziehung** zu unterstützen. Insbesondere die ebenfalls formulierte Absicht, zur **gleichberechtigten Teilhabe** an allen Formen analoger wie digitaler Medienkommunikation beizutragen, trifft unsere Zustimmung. Ein Land, in dem der Medienmarkt von so großer Bedeutung ist wie in Nordrhein-Westfalen, ist darauf angewiesen, dass alle Bürger, Junge wie Alte, ökonomisch besser und schlechter Gestellte, Frauen und Männer gleiche Nutzungsmöglichkeiten haben. Eine mögliche Spaltung der Bürger in „information-rich“ und „information-poor“ wäre antidemokratisch und schränkt die ökonomischen Entwicklungsmöglichkeiten ein.

Die in den **§§ 31, 33 und 35** getroffenen Regelungen zu **Programmgrundsätzen, Meinungsvielfalt** und **Jugendschutz** stellen berechnigte Anforderungen an das Programm und die Veranstalter. Die Einhaltung und die Überprüfung der Erfüllung dieser Anforderungen hat immer eine juristische und eine gesellschaftspolitische Dimension.

Die „Täglichen-Talks“ z.B. standen lange im Mittelpunkt der gesellschaftlichen Diskussion über die ethischen, geschmacklichen und rechtlichen Grenzen des (privaten) Fernsehens in Deutschland. Formate wie z.B. „Big Brother“, „House of Love“, oder „GirlsCamp“ spitzten die Kontroverse weiter zu. Insbesondere junge Menschen werden mit dem sogenannten „Voyeur-TV“ angesprochen und erreicht. Protagonisten des Genres wurden in kürzester Zeit zu Kultfiguren der Jugendszene.

Die Frage, welche Auswirkungen die öffentliche Vermarktung menschlicher Intimität, die Bloßstellung jeder persönlichen Schwäche und die Idealisierung des Konkurrenzkampfes „Jeder gegen Jeden“ auf das Aufwachsen junger Menschen hat, ist nach wie vor nicht ausreichend beantwortet.

Die Vermittlung von Werten und Menschenbildern ist nicht nur dem Elternhaus und der Schule vorbehalten, sondern eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe und Verantwortung. Das Fernsehen ist für junge Menschen immer noch das Leitmedium Num-

mer Eins und muss, als öffentlich-rechtlicher wie als privater Anbieter, dieser Verantwortung gerecht werden.

Wenn juristische Regelungsmöglichkeiten (z.B. Jugendschutz) nicht gegeben sind, kann nur über einen öffentlichen, gesellschaftlichen Diskurs die Verantwortung des Fernsehens eingeklagt und auf eine veränderte Programmpolitik der Verantwortlichen hin gewirkt werden.

Die in § 93 vorgeschlagene Reduzierung der durch die gesellschaftlich relevanten Gruppen entsandten Mitglieder in die **Medienkommission** auf zehn Mandate steht der Bedeutung und Notwendigkeit eines breiten gesellschaftlichen Diskurses über die Gestaltung und Entwicklung alter wie neuer, analoger wie digitaler Medien diametral entgegen.

Das in § 93, Absatz (4) vorgesehene **Entsendungsverfahren** transferiert die scheinbare Lösung des Problems der zu geringen Beteiligung gesellschaftlich relevanter Gruppen in diese selbst und ist unpraktikabel. Zu befürchten ist, dass das vorgeschlagene Verfahren zu einer, der Aufgabenerfüllung nicht dienenden, hohen Fluktuation führt.

Die sich entwickelnde Bürger- und Zivilgesellschaft ist zwingend auf das Engagement des einzelnen Bürgers und der gesellschaftlich relevanten Gruppen angewiesen. Die Reduzierung der **Partizipationsmöglichkeiten** ist insbesondere in dem, an Relevanz gewinnenden, Handlungsfeld Medienpolitik nicht begründbar.

Die in § 40 vorgesehene **Medienversammlung** ist durch ihre unverbindliche Zusammensetzung, ihre nicht konkrete Aufgabenstellung und ihre nicht vorgesehene Entscheidungskompetenz, kein adäquater Ersatz für die breite Beteiligung gesellschaftlich relevanter Gruppen in der Medienkommission.

Der in **Unterabschnitt 4** beschriebene neu zu gründende **Medienrat** dient nicht der Vereinfachung der Strukturen und Klärung der Zuständigkeiten. Die in § 106 beschriebenen Aufgaben des Medienrates sind der Medienkommission zuzuordnen und von dieser in eigener Zuständigkeit und Verantwortung zu erfüllen.

11.3.2002