



Es gilt das gesprochene Wort!

Sperrfrist: 16. Oktober 2013, 10:30 Uhr

Rede

der
Stellvertretenden Bayerischen Ministerpräsidentin
und der
Bayerischen Staatsministerin
für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

Ilse Aigner

anlässlich
der Eröffnung der Münchner Medientage 2013

am 16. Oktober 2013
in München

– *Anreden* –

Anlass

Ein herzliches Willkommen zu den 27. Medientagen!

Es ist mir eine besondere Freude, heute unseren Ministerpräsidenten Horst Seehofer bei der **Eröffnung des größten deutschen Medienkongresses** vertreten zu dürfen.

Letzte Woche Donnerstag habe ich mein neues Amt als **stellvertretende Ministerpräsidentin und Wirtschaftsministerin** angetreten.

Bayerns erste Medien-Ministerin

Und ich bin sehr stolz darauf, **Bayerns erste Medien-Ministerin** zu sein.

Bayerns Stärke sichern und ausbauen

Im **Ministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie** sind die großen **Zukunftsthemen unter einem Dach** vereint. Das ist eine hervorragende Basis, um die **entscheidenden Weichen** für die wirtschaftliche Entwicklung des Freistaats zu stellen, um Bayern auch künftig an der Spitze zu halten.

Chancenland Bayern 2020

Mein Ziel ist es, für die Menschen und die Unternehmen im Freistaat ein **Chancenland Bay-**

ern 2020 zu schaffen, das im In- und Ausland seinesgleichen sucht:

- Beste Chancen auf gutbezahlte Arbeit in ganz Bayern,
- beste Chancen auf Wohlstand für alle und
- beste Chancen auf höchste Lebensqualität auch für unsere Kinder und Enkel.

Medienpolitik

Dafür werde ich **hart und leidenschaftlich arbeiten**. Die Medienpolitik wird dabei ein zentrales Thema sein.

Bitte erwarten Sie heute noch keine medienpolitische Regierungserklärung. Das wäre vor diesem Auditorium auch etwas vermessen. Vor mir sitzen die **Experten der Medienwirtschaft**.

Dank

An dieser Stelle „herzlichen Dank!“ an **Präsident Schneider** und die Mitarbeiter der **Medientage-GmbH**. Sie haben ein volles und innovatives Programm zusammengestellt. Mein Dank ferner allen, die auf den Panels mit Ihren Ideen und Anmerkungen die Diskussion voranbringen. Insoweit bin ich gespannt auf die Rede von Intendant Wilhelm und seine Impulse für die künftige Medienpolitik.

Dialog wichtig

Meine Damen und Herren!

Als Medienministerin will ich im engen **Dialog mit den Akteuren im Medienmarkt** zusammenwirken, um die Potenziale zu nutzen, die in der Konvergenz der Medien liegen. Dazu bedarf es unter anderem auch einer konsequenten **Netzwerkarbeit**. In Netzwerken zu denken muss Merkmal künftiger Medienpolitik sein.

Netzwerke

Der Grundstein dafür ist mit der erfolgreichen **Clusterpolitik** und dem **Mediennetzwerk Bayern** schon gelegt. Hier gilt es das Erreichte zu sichern und weiter auszubauen. Weltoffenheit gehört dabei ebenso zu unserem bayerischen Selbstverständnis wie das Bekenntnis zur Heimat. Deshalb begrüße ich, dass sich das Mediennetzwerk bereits in der Region und nicht nur in München engagiert. Bayern hat in seiner erfolgreichen Geschichte stets von den Polen Stadt und Land profitiert.

„Runder Tisch“

Horst Seehofer hat vor einem Jahr einen **„Runden Tisch“ zur Medienpolitik** einberufen. An Stelle eines Gegeneinanders sollte ein gemeinsames Voranschreiten treten. In vier Ar-

beitsgruppen hat man intensiv und konstruktiv diskutiert. Zwischenergebnisse werden heute Nachmittag vorgestellt. Manches ist offen geblieben. Deshalb möchte ich diese Arbeit fortsetzen. Ziel ist die Umsetzung der Vorschläge auf Landes-, Bundes- und Europaebene.

Credo der Medienpolitik

Ich stehe damit bewusst in der Tradition der bisherigen **bayerischen Medienpolitik**, der es immer darum ging, zu ermöglichen, **nicht zu verhindern**.

Regulierung darf nicht behindern, sondern die bestmögliche Entfaltung der kreativen und wirtschaftlichen Kräfte befördern. Ein Wettlauf um das beste Angebot wird eher zum Wachstum beitragen als kleinteilige Normierung, die allen die Laune verdirbt.

Medienpolitik ist Standortpolitik

Richtig verstandene Medienpolitik ist daher immer auch **Standortpolitik**. Ich bin für eine aktive, langfristig angelegte und wertorientierte Medienpolitik,

- die den rechtlichen Rahmen im Interesse eines positiven Wettbewerbs schlank hält

- und die dort fördert und gestaltet, wo der Wettbewerb nicht die gewünschten Ergebnisse erzielen kann.

mehr als status quo sichern

Das ist eine klare Absage an eine bloße Status-quo-Sicherung. Nur wer sich wandelt, bleibt vorne. Wer aufhört, besser zu werden, wird zurückfallen.

Innovationen

Chancenland Bayern 2020 – das ist ein zweiter wichtiger Punkt – geht nur über **Innovationen, auch in den Medien.**

Als frühere Bildungs- und Forschungspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion weiß ich: Den „Rohstoff Geist“ zu nutzen bedeutet, Ideen zügig in die Praxis umzusetzen. Analog zum Begriff „Technologietransfer“ möchte ich hier von „Kreativitätstransfer“ sprechen. Denn der „Rohstoff Geist“ umfasst auch unseren kulturellen Reichtum, unsere Traditionen und Institutionen.

nicht mehr, sondern bessere Regulierung

In der Wirtschaftspolitik gilt der Grundsatz: Wir müssen im internationalen Wettbewerb um das schneller und besser sein, was wir teurer sind. Das ist uns in der Vergangenheit gelungen, und

ich bin zuversichtlich, dass wir das auch künftig schaffen. Dazu müssen wir die Weichen richtig stellen: **Nicht mehr Regulierung, sondern bessere Regulierung.**

Dafür ist das Marktgeschehen genau zu beobachten und zu analysieren. Erst dann kann über Regulierungsschritte zutreffend entschieden werden.

zahlreiche Akteure

Diese Fragen stellen sich in der Technologie ebenso wie bei kreativen Inhalten und Geschäftsmodellen. Das gilt

- für den öffentlich-rechtlichen wie privaten Rundfunk,
- für Sender-, Kabelnetz- und Satelliten-Betreiber,
- für Zeitungs- wie Buchverlage,
- für Film-, Musik- und Games-Produzenten – und viele mehr.

Innovationstreiber Digitalisierung

Der **entscheidende Innovationstreiber** wird dabei die **Digitalisierung** sein. Sie ist der Schlüssel für künftige Wertschöpfung in einer Welt, die täglich digitaler wird.

→ Breitband

Die **Verbesserung der Breitbandversorgung** steht deshalb ganz oben auf der Agenda. Denn künftig werden immer mehr Bereiche und Branchen auf eine schnelle – und in nicht allzulanger Zeit auch ultraschnelle – Internetverbindung angewiesen sein.

Dabei wollen wir eine digitale Zwei-Klassengesellschaft bei der **digitalen Infrastruktur** verhindern. Wir wollen, dass alle gemeinsam den Weg in die kommende Gigabitgesellschaft schaffen. Unser Ziel sind **gleichwertige Lebens- und Arbeitsverhältnisse in Stadt und Land**: auch und gerade bei der Digitalisierung; auch und gerade bei der Breitbandversorgung.

keine Monopole

Wir werden jedem Versuch entgegenwirken, im Zuge der Digitalisierung neue Monopole aufzubauen. **Ludwig Erhard** – unser ehemaliger bayerischer Wirtschaftsminister – ist der prominenteste Kämpfer **gegen alle Monopolbildung**. Er sah darin nicht nur „*die Gefahr der Übervorteilung des Konsumenten*“, es „*lässt zudem den wirtschaftlichen Fortschritt erstarren*“. So in seinem bekannten Werk „Wohlstand für Alle“.

Deshalb brauchen wir Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt. Deswegen sind **offene Standards bei der Technik**, insbesondere **bei Endgeräten** gefragt. Das liegt im Interesse der Unternehmen ebenso wie im Interesse des Verbrauchers. Weiter brauchen wir **offene Plattformen**, lediglich mit Diskriminierungsverboten, und offene Übertragungswege, ohne künstliche Verknappung. Wettbewerb ist auch hier bessere Alternative.

nicht Selbstzweck, sondern dienende Funktion

Meine Damen und Herren!

Mir ist bewusst, dass diese Sichtweise bei Manchen Befürchtungen auslöst, der Medienbereich werde nun nur noch unter wirtschaftlichen oder technischen Gesichtspunkten betrachtet. Ich darf Ihnen versichern, diese Gefahr besteht bei mir nicht. **Weder Technik noch Wirtschaft sind Selbstzweck.** Sie haben eine **dienende Funktion gegenüber dem Bürger.** Wie im Übrigen auch die Medien.

Win-Win-Situation für Kultur und Wirtschaft

Es wäre falsch, einen unüberbrückbaren Gegensatz zwischen **Kultur und Wirtschaft** aufzubauen. Vielmehr besteht ein Abhängigkeitsverhältnis. Beide Bereiche sind **ineinander**

verwoben. Gewisse Zielkonflikte sollen damit nicht klein geredet werden. Vielmehr ist das mein Plädoyer, Win-Win-Situationen zu schaffen.

Einsatz in Brüssel

In **Brüssel** dürfen wir deshalb nicht müde werden, diese Dualität zu betonen, zum Beispiel bei **Regeln zum Frequenz- und Telekommunikationsrecht.** Schließlich geht es um die Sicherung der **Mitspracherechte der Länder.**

Um eigene Kompetenzen zu rechtfertigen, behauptet Brüssel allzu gerne, nur Fragen des **Binnenhandels** seien betroffen. Auch wenn es um **Beihilfefragen** geht, wird der Aspekt der **Wirtschaftsförderung** in den Vordergrund gezerrt.

Oft kann hier aber nicht unterschieden werden, wie das Beispiel der Bayerischen Filmhalle zeigt. Für eine Einordnung als Kulturförderung darf es auch keine Rolle spielen, von welchem Ministerium eine Förderung ausgereicht wird.

Auch was den Telekommunikationsmarkt angeht, bezweifeln wir, dass wir hier immer neue

Verordnungen aus Brüssel brauchen, die regeln wollen, was eigentlich Ländersache ist.

enge Verzahnung von Technologie und Anwendungen

Auch diese Fragen machen deutlich, dass **Medien, Medientechnologie und Medienwirtschaft** inzwischen **untrennbar miteinander verbunden** sind. Einseitige Lösungen sind meist unzureichend. Richtigerweise gilt doch:

- Eine kreative Idee ohne Verbreitung ist genauso ertraglos wie eine Technik ohne Inhalte.
- Die Freiheit von Presse, Rundfunk und Kunst wird erst durch den Zugang der Bürger realisiert.
- Ein mediales Angebot ohne hinreichende wirtschaftliche Grundlage hat keine Zukunft. Eine vernünftige Finanzierbarkeit zu sichern, ist deshalb ein zentraler Punkt künftiger Medienpolitik.

Beispiele

Ich will an zwei Bereichen darlegen, welche Aufgaben wir anpacken müssen:

1. Urheberrecht im Internet

Erstens: Die Anbieter wie die Kunden brauchen im Internet **transparente**, auch für den juristischen Laien **nachvollziehbare Regeln**.

Ein guter Filmmacher sollte von seinem Werk leben können. Erforderlich ist also der **faire Ausgleich der Interessen zwischen Urheber, Vertrieb und Konsument.**

Nach meinem Eindruck hat sich aber unser Urheberrecht immer mehr zur Spielwiese für spezialisierte Juristen entwickelt, bei denen man manchmal den Eindruck hat, dass ihnen die neue offene Welt des globalen Internet völlig fremd ist.

2. Qualitätsjournalismus im Internet

Zweitens: Qualitätsjournalismus wird weiter eine Chance haben, auch im Internet. Durch das Netz hat sich die Kommunikation wesentlich verändert. Nie waren die Hürden so niedrig, selbst aktiv zu kommunizieren. Presse und Fernsehen sind noch Leitmedien, doch dienen Blogs, Facebook und Co. zunehmend der Meinungsbildung. Die Beiträge dort sind zwar Ausdruck der Meinungsvielfalt, aber selten Journalismus. Es wäre ein unwiederbringlicher Verlust, wenn **professionelle Presse und Rundfunkangebote** künftig nicht mehr finanzierbar wären.

Medienpolitik ist Netzpolitik

Medienpolitik und **Netzpolitik** sind nicht mehr zu trennen. Das müsste jedem einleuchten, wenn er das Angebot im Netz betrachtet. Was wäre selbst Youtube ohne so manche Schnipsel aus Rundfunkprogrammen? Umgekehrt versucht sich auch der Rundfunk immer mehr dem frischen jungen Wind aus den Internetmedien anzupassen.

Wichtig scheint hier, dass der Rundfunk gerade die jungen Leute wieder für sich gewinnt.

Die Betrachtungsweise **Medieninhalte** hier, **Telekommunikation** dort, hat mit dem globalen Siegeszug des Internet in meinen Augen ebenfalls ihre Berechtigung verloren. Deshalb war es konsequent, die **Zuständigkeiten in einem Haus** zusammenzuführen, um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen.

Meine Damen und Herren!

Kultur- und Kreativwirtschaft

Die **Kultur- und Kreativwirtschaft** leistet für die wirtschaftliche Zukunft unseres Landes einen überragenden Beitrag.

Allein für die **Metropolregion München** geht man von rund **275.000 Erwerbstätigen** in der Kultur- und Kreativwirtschaft aus. Der **Jahresumsatz** liegt bei rund **20 Milliarden Euro**.

Die Medien – also vor allem Rundfunk, Film, Presse und Games-Industrie – stellen dabei einen wesentlichen Teil. Kein anderer **Medienstandort** ist in Deutschland so vielfältig aufgestellt. Mit seinen renommierten Unternehmern und hochqualifizierten Mitarbeitern genießt Bayern einen **hervorragenden Ruf** weit über Deutschlands Grenzen hinaus. Ganz zu schweigen von der hohen Lebensqualität, die wir im Freistaat zu bieten haben!

Das sind unsere Trümpfe im **Standortwettbewerb**. So können wir gegen die internationale Konkurrenz bestehen.

Kampf gegen Wettbewerbsverzerrung

Ich werde mich dafür einsetzen, die **Wettbewerbsfähigkeit unserer Medienwirtschaft** zu verteidigen und zu sichern. Deswegen kämpfe ich gegen jegliche Art von Wettbewerbsverzerrung, etwa durch Steuerdumping.

maßgeschneiderte Förderung

Und wir unterstützen die Branche durch **maßgeschneiderte Förderprogramme**, gerade wenn es um die Internationalisierung geht.

So wurde zum Beispiel im **Filmbereich** 2013 und 2014 ein **Sonderprogramm für internationale Koproduktionen** in Höhe von jeweils 3 Millionen Euro aufgelegt.

Spielebranche

International bereits bestens aufgestellt ist **Bayerns Spielebranche**. Das ist auch gut so, denn die großen Digitalen Spiele machen heute auf dem Weltmarkt zum Teil mehr Umsatz wie die besten Hollywoodproduktionen. Deshalb ist es über alle Maßen wichtig, dass Bayern Standortbedingungen schafft, die attraktiv sind für internationale Produktionen und die kreative Szene, die bekanntlich allergisch auf Bevormundung reagiert. Wir dürfen uns hier nicht von anderen europäischen Ländern oder von Berlin abhängen lassen.

„Gamify Conference“

Die Games-Entwickler treffen sich heuer erstmals im Rahmen einer eigenen Konferenz **bei den Medientagen**. Dort geht es um die

Potentiale von Spielen und die Übertragung des Know-hows auf andere Bereiche.

Die Digitaltechnik und die IT-Infrastruktur bieten hier **Chancen weit über den Kernbereich der Medienwirtschaft hinaus.**

Start-Up-Förderung

Ein zentrales Element unserer Medienpolitik ist und bleibt die **Förderung von Start-Ups** sowie die Fortentwicklung bestehender Unternehmen. Ich nenne hier beispielshalber nur das **Werk 1 im Kunstpark Ost** für digitale Start-ups. Solche zentralen **Anlaufstellen für junge Kreative** zeigen erste positive Resultate.

Medienagentur

Diesen Weg gehen wir weiter: In enger Abstimmung zwischen der Staatsregierung und der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien soll eine **eigenständige Medienagentur** entstehen, die neue Ideen und junge Unternehmen unterstützt.

Meine Damen und Herren!

Medienbildung

Wandel ist das Wesen der Welt. Deshalb ist **lebenslanges Lernen** heute eine Notwendigkeit. Und in kaum einem Bereich ist das so offen-

sichtlich wie in der **Medienwelt** mit ihren rasanten Entwicklungen.

Mediale Kompetenz hat dabei drei Aspekte: die Fähigkeit

- zum **technischen Umgang**,
- zum **kreativen Einsatz** und
- zur **kritischen Würdigung der Inhalte**.

Medienführerschein in Schulen

Die Vermittlung dieser Elemente soll Standard für bayerische Schüler werden – Stichwort **Medienführerschein**. Den wird es 2014 auch für höhere Jahrgangsstufen geben.

MedienCampus Bayern

Und auch nach der Schule geht es weiter. Der von der Staatsregierung geförderte **MedienCampus Bayern** koordiniert und bündelt die Medienaus- und -fortbildungseinrichtungen in Bayern. Heute zählt der Dachverband für die Medienaus- und -fortbildung 89 Mitglieder, darunter zahlreiche Akademien, Hochschulen und Universitäten.

Qualitätssiegel

Nur wenn die Bildungseinrichtungen hohe Qualitätsansprüche erfüllen, können die Absolventen im sich wandelnden technischen Umfeld

bestehen. Der *MedienCampus* Bayern hat ein **Qualitätssiegel** eingeführt, das Ausbildungssuchenden und Medienunternehmen Orientierung bietet. Seit dem vergangenen Jahr sind bereits elf Studiengänge an sechs bayerischen Universitäten und Hochschulen damit ausgezeichnet worden.

In Zeiten des demographischen Wandels ist es für die Medienbranche wichtiger denn je, das eigene Bildungsangebot kontinuierlich zu evaluieren und fortzuentwickeln. Die Staatsregierung haben Sie dabei fest an ihrer Seite.

Umsetzung in die Praxis

Der *MedienCampus* soll zudem mit dafür sorgen, dass **Forschungsergebnisse** unserer renommierten Hochschulen und Universitäten frühzeitig **in die Praxis** gelangen. Ein Beispiel ist der Trend zu **cross-medialen Angeboten**. Es gilt nachhaltige Geschäftsmodelle im Bereich der mobilen Anwendungen zu entwickeln. Hier gibt es für unsere Medienunternehmen noch große Chancen. Die wollen wir nutzen.

Meine Damen und Herren!

Fazit

Wir haben eine **hervorragende Ausgangsposition**. Der Medienwandel bietet **große Chancen** für unsere Unternehmen.

Wir halten Bayern auf Kurs. Sie finden in der **bayerischen Medienpolitik** auch in der Zukunft einen **verlässlichen Partner**: Pragmatisch, ins Gelingen verliebt und immer den internationalen Erfolg im Auge!

gute Wünsche

Ich wünsche uns allen eine spannende Diskussion und den Medientagen einen erfolgreichen Verlauf!

Vielen Dank!