

EUROPÄISCHES PARLAMENT

2004



2009

Ausschuss für Kultur und Bildung

2008/2011(INI)

7.3.2008

ENTWURF EINES BERICHTS

über Maßnahmen zur Unterstützung alternativer Medien in Europa für eine pluralistische Medienlandschaft und kulturelle Vielfalt
(2008/2011(INI))

Ausschuss für Kultur und Bildung

Berichterstatterin: Karin Resetarits

INHALT

	Seite
ENTWURF EINER ENTSCHLIESSUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS	3
BEGRÜNDUNG	8

ENTWURF EINER ENTSCHEIDUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS

zu Maßnahmen zur Unterstützung alternativer Medien in Europa für eine pluralistische Medienlandschaft und kulturelle Vielfalt (2008/2011(INI))

Das Europäische Parlament,

- unter Hinweis auf Artikel 150 und 151 des EG-Vertrags,
- unter Hinweis auf Artikel 11 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2002/21/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und -dienste (Rahmenrichtlinie)¹,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2002/19/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Zugang zu elektronischen Kommunikationsnetzen und zugehörigen Einrichtungen sowie deren Zusammenschaltung (Zugangsrichtlinie)²,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2002/20/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über die Genehmigung elektronischer Kommunikationsnetze und -dienste (Genehmigungsrichtlinie)³,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2002/22/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten (Universaldienstrichtlinie)⁴,
- unter Hinweis auf die Richtlinie 2007/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2007 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität⁵,
- unter Hinweis auf die Entscheidung Nr. 676/2002/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 7. März 2002 über einen Rechtsrahmen für die Funkfrequenzpolitik in der Europäischen Gemeinschaft (Frequenzentscheidung)⁶,
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission: „Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik“ (KOM(2006)0035),
- unter Hinweis auf die Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der

¹ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 33.

² ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 7.

³ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 21.

⁴ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 51.

⁵ ABl. L 332 vom 18.12.2007, S. 27.

⁶ ABl. L 108 vom 24.4.2002, S. 1.

Regionen: „Ein europäisches Konzept für die Medienkompetenz im digitalen Umfeld“ (KOM(2007)0833),

- unter Hinweis auf das Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen über Medienpluralismus in der Europäischen Union (SEK(2007)0032),
 - unter Hinweis auf seine Entschließung vom 22. April 2004 zu Gefahren der Verletzung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Informationsfreiheit (Artikel 11 Absatz 2 der Charta der Grundrechte) in der EU, vor allem in Italien¹,
 - unter Hinweis auf die von ihm in Auftrag gegebene Studie mit dem Titel „Die Lage der Gemeinschaftsmedien in der Europäischen Union“,
 - unter Hinweis auf die Europarat-Empfehlung CM/Rec(2007)2 des Ausschusses der Minister für die Mitgliedsstaaten betreffend Medienpluralismus und die Vielfalt von Medieninhalten,
 - unter Hinweis auf die Europarat-Erklärung (Decl-31.01.2007E) des Ausschusses der Minister zum Schutz der Rolle der Medien in der Demokratie im Zusammenhang mit der Medienkonzentration,
 - gestützt auf Artikel 45 seiner Geschäftsordnung,
 - in Kenntnis des Berichts des Ausschusses für Kultur und Bildung (A6-0000/2008),
- A. in der Erwägung, dass Bürgermedien nicht-kommerzielle Organisationen sind, die gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern, die sie bedienen wollen, verantwortlich sind,
- B. in der Erwägung, dass „nicht-kommerziell“ bedeutet, dass es das vorrangige Ziel solcher Medien ist, sich Aktivitäten zu widmen, die für die Allgemeinheit oder Einzelne von Interesse sind, ohne damit einen kommerziellen oder finanziellen Gewinn zu erzielen,
- C. in der Erwägung, dass „gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern verantwortlich sein“ bedeutet, dass die Bürgermedien über ihre Aktionen und Entscheidungen informieren müssen, sie rechtfertigen müssen und bei möglichem Fehlverhalten sanktioniert werden müssen,
- D. in der Erwägung, dass die Bürgermedien den jeweiligen Bürgergruppen zur Beteiligung an der Schaffung von Inhalten offen stehen,
- E. in der Erwägung, dass Bürgermedien sehr oft keine gesellschaftlichen Mehrheiten vertreten, sondern eine Vielfalt von einzelnen kleineren Zielgruppen bedienen, die in vielen Fällen lokal gebunden sind,
- F. in der Erwägung, dass Bürgermedien ein klar definiertes Mandat vorweisen müssen, das sich auch in den von ihnen geschaffenen Inhalten widerspiegeln muss, wie beispielsweise

¹ ABl. C 104 E vom 30.4.2004, S. 1026.

die Erzielung eines sozialen Zugewinns,

- G. in der Erwägung, dass eine der Hauptschwächen der Bürgermedien in Europa darin besteht, dass sie in vielen nationalen Rechtssystemen nicht anerkannt werden,
- H. in der Erwägung, dass darüber hinaus die Bürgermedien bisher in keinem der einschlägigen Rechtsakte der Europäischen Union berücksichtigt werden,
- I. in der Erwägung, dass das World Wide Web die Bürgermedien in ein neues Zeitalter mit neuen Möglichkeiten und Herausforderungen katapultiert hat,
- J. in der Erwägung, dass die Kosten für die Umstellung von der analogen auf die digitale Übertragung eine schwere Belastung für die Bürgermedien sind,
 - 1. betont, dass die Bürgermedien ein wirksames Mittel sind, die kulturelle und sprachliche Vielfalt sowie die soziale Integration und die lokale Identität zu fördern, was auch die Diversität dieses Sektors erklärt;
 - 2. weist darauf hin, dass Bürgermedien dazu beitragen, die Identität spezifischer Interessengruppen zu stärken, während sie gleichzeitig den Angehörigen dieser Gruppen die Gelegenheit bieten, sich mit anderen Gesellschaftsgruppen auseinanderzusetzen, und daher eine Schlüsselrolle bei der Förderung von Toleranz und Pluralismus in der Gesellschaft spielen und zum Dialog zwischen den Kulturen beitragen;
 - 3. betont, dass Bürgermedien ein Instrument zur Integrierung von Einwanderern sind und es auch benachteiligten Mitgliedern der Gesellschaft erlauben, sich aktiv zu beteiligen und an für sie wichtigen Diskussionen teilzunehmen;
 - 4. weist darauf hin, dass Bürgermedien wie ein Katalysator für die Kreativität auf lokaler Ebene wirken, indem sie Künstlern und kreativen Unternehmern eine öffentliche Plattform bieten, wo sie neue Ideen und Konzepte testen können;
 - 5. vertritt die Auffassung, dass Bürgermedien zu dem erklärten Ziel beitragen, die Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger zu verbessern, weil sie unmittelbar in die Schaffung und Verbreitung von Inhalten einbezogen werden;
 - 6. weist darauf hin, dass die durch die Beteiligung an Bürgermedien erworbenen Fertigkeiten im Bereich der Computertechnik, des Webs und der Publizistik sinnvoll in anderen Bereichen eingesetzt werden können;
 - 7. betont, dass die Bürgermedien zum Medienpluralismus beitragen helfen, indem sie zusätzliche Ausblicke auf die Fragen bieten, die im Mittelpunkt einer bestimmten Bürgergruppe stehen;
 - 8. begrüßt die Tatsache, dass die Bürgermedien bestehende öffentliche Dienste verstärkt ins Bewusstsein der Bürgerinnen und Bürger rücken und ihre Beteiligung an öffentlichen Debatten fördern können;

9. stellt fest, dass die finanzielle Ausstattung der Bürgermedien sehr unterschiedlich ist, im Allgemeinen aber eher dürftig ausfällt;
10. stellt fest, dass den Bürgermedien die Unterstützung fehlt, um größere Anstrengungen zur Verbesserung ihrer Vertretung bei und ihrer Kontakte zu der Europäischen Union und den nationalen Entscheidungsträgern zu unternehmen;
11. fordert die Kommission nachdrücklich auf, aktiver mit den Bürgermedien zusammenzuarbeiten, um in einen unmittelbareren Dialog mit den Bürgerinnen und Bürgern treten zu können;
12. fordert die Kommission auf, die Bürgermedien zu definieren als Medien, die
 - a) nicht-kommerziell sind und sich Aktivitäten widmen, die für die Allgemeinheit oder Einzelne von Interesse sind, ohne damit einen kommerziellen oder finanziellen Gewinn zu erzielen,
 - b) gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern, an die sie sich richten, verantwortlich sind, was bedeutet, dass sie über ihre Aktionen und Entscheidungen informieren, sie rechtfertigen und bei möglichem Fehlverhalten dafür sanktioniert werden müssen,
 - c) den jeweiligen Bürgergruppen zur Beteiligung an der Schaffung von Inhalten offen stehen;
13. fordert die Mitgliedstaaten mit Nachdruck auf, die Bürgermedien als eigenständige Gruppe neben den kommerziellen und öffentlichen Medien rechtlich anzuerkennen, sofern dies noch nicht geschehen ist;
14. fordert die Kommission auf, bei der Festlegung von Indikatoren für Medienpluralismus die Bürgermedien als alternative, basisorientierte Möglichkeit zur Steigerung des Medienpluralismus zu berücksichtigen;
15. ruft die Mitgliedstaaten zu größerer aktiver Unterstützung der Bürgermedien auf, um Medienpluralismus zu gewährleisten;
16. empfiehlt den Mitgliedstaaten, einen Vertreter aus den Reihen der Bürgermedien in ihre nationalen Aufsichtsbehörden zu berufen, so dass die Belange der Bürgermedien wahrgenommen werden können;
17. fordert die Mitgliedstaaten auf, bei der Festlegung von Pflichtbereichen (*Must-Carry*) besondere Regelungen für Aktivitäten von Bürgermedien vorzusehen;
18. fordert die Kommission auf, den Bürgermedien bei der laufenden Reform des Rechtsrahmens für den Telekommunikationssektor sowie bei der künftigen Gesetzgebung im Medienbereich Rechnung zu tragen;
19. räumt ein, dass einerseits die Bürgermedien nur zu einem kleinen Teil über das Wissen und die Erfahrung verfügen, wie sie in den Genuss einer Unterstützung von Seiten der EU kommen können, andererseits aber die Mittelverwalter sich des Potentials der Bürgermedien nicht bewusst sind;

20. ermutigt die Bürgermedien, mehr Gebrauch von den Finanzierungsmöglichkeiten zu machen, die die EU unter anderem im Rahmen des Regionalentwicklungsfonds, des Europäischen Sozialfonds und des Programms für lebenslanges Lernen bietet;
21. schlägt vor, dass die Kommission eine europäische Internet-Plattform einrichtet, über die für die Bürgermedien nützliche und relevante Informationen verbreitet werden können, um die Vernetzung und den Austausch bewährter Vorgehensweisen zu erleichtern;
22. fordert die Kommission auf, auf europäischer Ebene einen regelmäßigen Dialog mit den Bürgermedien zu führen, in Anbetracht des Mehrwerts, den sie für die Verwirklichung der Ziele der EU erbringen, und die Beteiligung dieser Medien an solchen Diskussionen zu unterstützen;
23. beauftragt seinen Präsidenten, diese Entschließung dem Rat, der Kommission, dem Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und dem Ausschuss der Regionen sowie den Regierungen und Parlamenten der Mitgliedstaaten zu übermitteln.

BEGRÜNDUNG

1. Definition des Begriffs „Bürgermedien“

In diesem Bericht geht es um Maßnahmen zur Unterstützung von Bürger- oder alternativen Medien in Europa, die eine pluralistischere Medienlandschaft und kulturelle Vielfalt gewährleisten und eine eindeutige Abgrenzung des Sektors als eigene Gruppe innerhalb des Medienbereichs ermöglichen sollen. Bürgermedien oder alternative Medien („BM“) lassen sich definieren als:

Medien, die nicht gewinnorientiert arbeiten und die gegenüber der Bürgergruppe, für die ihre Dienste bestimmt sind, verantwortlich sind. Die Beteiligung an der Schaffung von Inhalten steht den Mitgliedern der Gruppe offen. Bürgermedien bilden demnach innerhalb des Medienbereichs neben kommerziellen und öffentlichen Medien eine eigene Gruppe.

BM richten sich an spezifische Zielgruppen. Der Auftrag der BM ist klar definiert und wird dem Inhalt entsprechend umgesetzt. Der soziale Gewinn für eine Gesellschaft steht dabei im Vordergrund.

BM schaffen Zusammenhalt, geben Identität, fördern Gemeinsamkeiten und bewahren kulturelle und sprachliche Vielfalt.

BM werden meist von engagierten, kreativen Bürgern betreut, denen soziale Aufgaben ein Anliegen sind.

BM tragen durch ihre direkte Mitwirkung an der Schaffung und Verbreitung von Inhalten zur Verwirklichung des Ziels einer besseren Medienkompetenz der Bürger bei.

2. Historischer Kontext und Status quo

BM-Aktionen waren in den 1940er Jahren zunächst in Lateinamerika als Protestbewegung in einer Zinnmine zu beobachten und entwickelten sich dann in den 1950er Jahren in Nordamerika weiter.

In Westeuropa begann die Entwicklung von BM in den 1960er und 1970er Jahren; hier ging es darum, im Vergleich zu den öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten, die sich an strenge staatlich vorgeschriebene Regelungen hinsichtlich des Inhalts halten mussten, alternative Inhalte anzubieten. Im Zuge der Legalisierung der 1980er Jahre wurde einigen BM-Initiativen eine Rechtsstellung eingeräumt. Seitdem fand der Sektor in ganz Europa zwar langsam, aber stetig immer mehr Anerkennung.

In vielen der Länder, die der Europäischen Union 2004 und 2007 beitraten, stellt sich die Geschichte des Sektors jedoch etwas anders dar. Piratensender wurden von Bürgerrechtsbewegungen als Mittel genutzt, um gegen autoritäre Regierungen zu protestieren. Als Beispiel sei das 1969 gegründete slowenische Radio Student genannt. Außerdem spielte die Kirche in einigen anderen mitteleuropäischen Ländern bei der Entwicklung alternativer Medienbewegungen eine wichtige Rolle. In Polen beispielsweise stand der katholische

Bürgerrundfunk in einer engen Beziehung zur polnischen Opposition, die den Umsturz im Jahre 1989 auslöste.

Durch die Entwicklung des World Wide Web wurde der Sektor in den letzten Jahren in eine Richtung getrieben, die gelegentlich als dritte Generation der Bürgermedien bezeichnet wird. Vor dieser Herausforderung stehen neben den BM auch alle anderen Medien.

3. Sozialer und kultureller Nutzen

Bürgermedien können zur Erreichung verschiedenster sozialer und kultureller Ziele beitragen.

Die Rolle von BM im kulturellen Dialog, bei der sozialen Eingliederung und hinsichtlich des gemeinschaftlichen Zusammenhalts

BM tragen zur Stärkung der Identität bestimmter Interessengruppen bei und ermöglichen es zugleich den Mitgliedern dieser Gruppen, sich mit anderen gesellschaftlichen Gruppen auseinanderzusetzen. Sie können daher bei der Förderung von Toleranz und Pluralismus in der Gesellschaft eine entscheidende Rolle spielen.

Beispiel: In London werden jugendliche Schulaussteiger und Fußballanhänger mit einem Radioprojekt im Internet betraut, das sich mit den verschiedenen Aspekten des Fanseins beschäftigt. Die Jugendlichen kommentieren Matches, interviewen Idole, setzen sich mit Rassismus, Homophobie und Ausschreitungen auseinander, konfrontieren Täter mit Opfern. Dabei werden sie von professionellen Radiomachern einer Londoner Universität betreut. Das Projekt wird von staatlicher Seite unterstützt und von einem großen Londoner Fußballverein finanziert und auf dessen Homepage veröffentlicht.

BM sind auch ein wirksames Mittel zur Verbesserung der sozialen Eingliederung und des Empowerment vor Ort. BM können es benachteiligten Mitgliedern einer Bevölkerungsgruppe ermöglichen, sich aktiv an der Gesellschaft zu beteiligen und sich in Diskussionen über für sie wichtige Themen einzumischen.

Beispiel: Angel Radio (Vereinigtes Königreich) richtet sich an ältere Bürger, die eine aktivere Rolle im Gemeinschaftsleben spielen möchten, und wird auch von diesen betrieben. In den ausgestrahlten Rundfunkprogrammen werden zum großen Teil speziell Themen behandelt, die ältere Menschen betreffen. Der Rundfunksender versucht, öffentliche Diskussionen über Themen, die für die Bürger der Region wichtig sind, in Gang zu bringen. Er hat für örtliche Schulen CDs produziert, mit denen das Bewusstsein für Fragen wie die Vernachlässigung älterer Menschen sowie den körperlichen und geistigen Missbrauch älterer Mitbürger geweckt werden soll.

BM helfen Bürgern, mit neuen Herausforderungen besser zurechtzukommen, weil sich Betroffene durch BM leichter finden.

Beispiel: Neu beginnen in einem Land, dessen Kultur und Sprache man nicht kennt, gehört zum Alltag mobiler Europäer. Jeder Neuanfang fällt leichter, wenn man Erfahrungen austauschen kann mit Menschen aus der alten Heimat, die dasselbe Schicksal teilen. Entsprechende Internetplattformen sind gut funktionierende Beispiele von BM.

Bürgermedien und Medienkompetenz

BM können als Werkzeug dienen, um die Fähigkeiten einzelner Angehöriger von Medienberufen zu verbessern. Der Erwerb von digitalen und Internetkenntnissen im Zusammenhang mit einer BM-Tätigkeit führt zu äußerst nützlichen und auf andere Bereiche übertragbaren Fähigkeiten. Dies hilft den Menschen dabei, nicht nur einen Arbeitsplatz im Mediensektor zu finden, sondern auch an Selbstachtung und Selbstvertrauen zu gewinnen. Sie fühlen sich wieder motiviert zu lernen.

Bürgermedien als Bindeglied zwischen lokalen Gemeinschaften und lokalen öffentlichen Diensten

BM können bewirken, dass sich die Bürger der bestehenden öffentlichen Dienste stärker bewusst werden, und können sie ebenso ermutigen, den öffentlichen Diensten bei einer besseren Anpassung an ihre Bedürfnisse zu helfen. Lokale öffentliche Einrichtungen können mit BM zusammenarbeiten, um mit der lokalen Gemeinschaft in Kontakt zu kommen.

Förderung des vor Ort vorhandenen kreativen Potentials

BM wirken als Katalysator für die vor Ort vorhandene Kreativität und bieten Künstlern und kreativen Unternehmern eine Plattform, um neue Ideen und Konzepte öffentlich zu testen.

Beispiel: Beim Offenen Kanal Amsterdam handelt es sich um eine Initiative im Bereich des Bürgerfernsehens. Fernsehshows wie Hoekstreen Live bieten kreative avantgardistische Programme an. Hoekstreen Live ist eine zwölfstündige Show, bei der ein partizipatives Talkshowkonzept verfolgt wird, da die Kamera von Hand zu Hand an jeden weitergereicht wird, der bereit ist zu filmen. Wenn jemand teilnehmen möchte, kann er ins Studio kommen und live einen Beitrag zu der Show leisten. Es wird auch mit der Konvergenz von Internet und Rundfunkmedien experimentiert. Es gibt ein virtuelles Fernsehteam, das Ereignisse, die im „Second Life“, einer internetgestützten virtuellen Welt, stattfinden, filmt und ausstrahlt.

Medienpluralismus und Bürgermedien

Medienpluralismus ist ein Konzept, das den Zugang der Bürger zu einem breiten Spektrum von Informationsquellen in Verbindung mit einem breiten Inhaltsangebot umfasst, wodurch sie in die Lage versetzt werden, sich ihre Meinung zu bilden, ohne dass eine vorherrschende meinungsbildende Kraft ungebührlichen Einfluss nimmt. Sie gilt somit in einer demokratischen Gesellschaft als wichtiges Element und ist deshalb auch in Artikel 11 der Charta der Grundrechte verankert. BM tragen zur Stärkung des Medienpluralismus bei, da sie zusätzliche Perspektiven zu Themen eröffnen, die einer bestimmten Bürgergruppe am Herzen liegen.

Beispiel: Das „Maison des Média Libres“ ist eine französische Initiative, die vier Initiativen im Bereich des Bürgerfernsehens in einer Dachorganisation vereinigt, um eine alternative Perspektive zu aktuellen Fragen sowie zu sozialen und kulturellen Themen zu bieten. Das Ziel besteht darin, ein alternatives Medienzentrum zu schaffen, das Fernseh- und Rundfunksendungen produziert, Bücher herausgibt, Filme verleiht und sonstige Aufnahmen wahrnimmt.

4. Die EU und die BM

Kommunikationspolitik

Das Weißbuch über eine europäische Kommunikationspolitik enthält einen deutlichen Hinweis auf das Recht auf Information und auf freie Meinungsäußerung sowie auf die Grundsätze der Einbeziehung, der Vielfalt und der Teilnahme, auf denen die Gestaltung der EU-Politik in diesem Bereich basieren sollte. Einer der wichtigsten Grundsätze, die im Weißbuch hervorgehoben werden, besagt, dass die Anliegen der Bürger direkt durch Einbindung der lokalen und regionalen Gebietskörperschaften berücksichtigt werden sollen. Politische Initiativen der EU und deren Auswirkungen sollten im lokalen Kontext des täglichen Lebens der Menschen erörtert werden. BM könnten dazu beitragen, die Beteiligung der Bürger am öffentlichen Diskurs zu fördern, und die Kommission bei der Herstellung von Verbindungen zwischen den Anliegen der Bürger und der EU-Politik unterstützen. **Eine aktivere Zusammenarbeit mit vor Ort tätigen BM könnte für die Kommission eine Möglichkeit darstellen, um in einen engeren Dialog mit den Bürgern einzutreten.**

Bildung und Medienkompetenz

In der kürzlich veröffentlichten Mitteilung der Kommission zur Medienkompetenz heißt es: „Es ist allgemein auch wichtig, dass die Bürger die wirtschaftliche und kulturelle Dimension der Medien verstehen und dass eine Diskussion darüber stattfindet, welche Bedeutung starken und weltweit wettbewerbsfähigen Medien, die Pluralismus und kulturelle Vielfalt garantieren, für die europäische Wirtschaft zukommt“. **BM tragen zweifellos zur Verwirklichung des Ziels bei, das Verständnis der Bürger für die Medienindustrie zu verbessern,** insbesondere indem sie die Bürger direkt an der Schaffung und Verbreitung von Inhalten beteiligen.

Medienpluralismus

Die Kommission hat die Absicht, als Reaktion auf die unter den EU-Institutionen weit verbreitete Besorgnis, dass Medienpluralismus und Medienvielfalt von der Medienkonzentration beeinträchtigt werden, zu Beginn des Jahres 2009 eine Mitteilung über Indikatoren für den Medienpluralismus herauszugeben. Im Vorfeld soll eine Konsultation der Öffentlichkeit stattfinden. **Bei dieser Konsultation sollten BM als eine alternative basisorientierte Lösung zur Verbesserung des Medienpluralismus berücksichtigt werden.** Außerdem **könnte eine aktivere Unterstützung der BM durch die Mitgliedstaaten ein Mittel sein, um den Medienpluralismus zu gewährleisten.**

5. Die Bedürfnisse des Sektors

Eine der Hauptschwächen in Bezug auf die Position der BM in Europa ist die mangelnde rechtliche Anerkennung in vielen nationalen Gesetzen. Ein positives Beispiel ist das Vereinigte Königreich, wo neben den privaten und kommerziellen Medien auch BM rechtliche Anerkennung genießen. Im Gegensatz dazu werden die BM von der EU bisher nicht als eigene Medienform betrachtet, sondern es wird lediglich mit den Begriffen öffentliche und kommerzielle Mediendienstanbieter operiert.

In keinem der einschlägigen Rechtstexte wird der Begriff BM verwendet.

Unter diesen Umständen befinden sich die BM in einer schwierigen Situation.

Eine offiziell anerkannte Rechtsstellung ist für die Entwicklung der BM von Bedeutung. Sie ermöglicht es dem Sektor, seine Wahrnehmung durch die politischen Entscheidungsträger zu verbessern und potentielle Werbepartner oder Finanzierungsgremien anzusprechen.

Auf der Grundlage der derzeit geltenden Regelungen sollten die Mitgliedstaaten von der Möglichkeit Gebrauch machen, „must carry“-Verpflichtungen in ihren nationalen Rechtsvorschriften unter Einbeziehung der BM zu definieren. „Must carry“-Verpflichtungen müssen vor dem Hintergrund von eindeutig definierten Zielen des allgemeinen Interesses angemessen sein. Diese Ziele umfassen unter anderem die Meinungsfreiheit, den Medienpluralismus, die kulturelle und sprachliche Vielfalt und die soziale Eingliederung.

Die kulturelle Vielfalt und der Medienpluralismus können von nationalen Behörden herangezogen werden, um zu beurteilen, ob Betreiber in ihre Netze spezielle Rundfunkdienste aufnehmen müssen. Im digitalen Umfeld ist es auch wichtig, dafür Sorge zu tragen, dass Werkzeuge wie elektronische Programmführer die verfügbaren BM in ihren Listen aufführen. **Die Regulierungsbehörden der EU und der Mitgliedstaaten sollten deshalb diese Gedanken aufgreifen, um die Zuteilung von Rundfunkfrequenzen an BM und ihre Aufnahme in das digitale Umfeld, auch nach dem Übergang vom analogen zum digitalen Fernsehen, zu rechtfertigen.**

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass die Kosten des Übergangs vom analogen zum digitalen Fernsehen für BM-Organisationen eine erhebliche Belastung darstellen.

6. Finanzierung von Bürgermedien

Die finanzielle Ausstattung der BM kann sehr unterschiedlich sein, ist jedoch im Allgemeinen eher dürftig. EU-Mittel können eine wichtige Einnahmequelle sein. Weil der Sektor heterogen und der Nutzen der BM breit gestreut ist, kann der Sektor eine ganze Reihe von Finanzierungsmöglichkeiten der EU in Anspruch nehmen, wie beispielsweise den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds, das Programm für lebenslanges Lernen und andere Finanzquellen.

Allerdings verfügt nur eine Minderheit des Sektors über das Wissen und die Erfahrung, um EU-Zuschüsse beantragen und in Anspruch nehmen zu können. Andererseits ist den für die Gewährung von Mitteln zuständigen Beamten häufig nicht bewusst, über welch breites Potential die BM verfügen.

Es besteht also die Möglichkeit, **das BM-Konzept noch stärker in Fördermaßnahmen der EU zu integrieren. Informationen über Anträge auf Gewährung von EU-Zuschüssen sollten über eine europäische internetgestützte Quelle, die sich speziell an die BM richtet, verbreitet werden.**

7. Organisation und Vertretung des Sektors auf EU-Ebene

Dass in EU-Dokumenten keinerlei Verweis auf die BM zu finden ist, ist ein deutliches

Zeichen dafür, dass es dem Sektor an Verbindungen zu den gesetzgebenden und administrativen Organen auf europäischer Ebene fehlt.

Die laufende Überarbeitung der europäischen Telekommunikationsvorschriften wäre eine wichtige Gelegenheit für den Sektor, sich Gehör zu verschaffen und sich an der Diskussion zu beteiligen. Dies gilt auch für die vorgesehene Konsultation der Öffentlichkeit zu Indikatoren für den Medienpluralismus. **Der Mehrwert, den die BM für die Verwirklichung von EU-Zielen bedeuten, ist ein gutes Argument für die Kommission, um die Förderung der Beteiligung des Sektors an Diskussionen auf europäischer Ebene in Betracht zu ziehen.**