

- > Chefin der Berliner Senatskanzlei fordert schärfere Sanktionen gegen Internet-Piraterie
- > Mahnung an die Verleger, mehr Verantwortungsbewusstsein für Qualitätsjournalismus zu zeigen
- > Berlin-Brandenburg will mit Hilfe der Landesbanken GAP-Finanzierung für Filmwirtschaft erleichtern

„Die freie Wildbahn im Internet kann nicht in unserem Interesse sein“

- > Interview mit Barbara Kisseler, Staatssekretärin, Chefin der Berliner Senatskanzlei



> Barbara Kisseler

Geboren: 8. September 1949

1970 - 1978 Studium Theaterwissenschaft, Film- und Fernsehwissenschaft, Germanistik und Pädagogik

1977 - 1978 Deutschlandfunk, WDR

1978 - 1981 Bonn, Mitarbeiterin im Kulturdezernat

1982 - 1986 Stadt Hilden, Leitung des Kulturamtes

1986 - 1993 Düsseldorf, Leitung des Kulturamtes

Mai 1993 - Juli 2003 Niedersächsisches Ministerium für Wissenschaft und Kultur, Leitung der Abteilung Kultur

2003 - 2006 Staatssekretärin für Kultur, Berlin

Seit 2006 Chefin der Senatskanzlei des Landes Berlin

Mit Sorge verfolgt Barbara Kisseler die zunehmende Konzentration in den Medien. Darunter leide die Qualität des Journalismus. Qualitätsjournalismus sei aber für das Bestehen einer Demokratie unverzichtbar. „Man muss leider einigen Verlegern immer wieder sagen, dass ein Presseorgan nicht ein x-beliebiges Unternehmen im Markt ist, sondern in unserer Demokratie eine zentrale Rolle einnimmt. Ich wünsche mir daher ein bisschen mehr Verantwortungsbewusstsein für fundiert recherchierten und vielfältigen Journalismus, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten“, so Kisseler im promedia-Gespräch. Zugleich sprach sich die Chefin der Berliner Senatskanzlei für schärfere Sanktionen gegenüber Internet-Piraterie aus: „Ich glaube nicht mehr, dass wir noch länger auf eine Selbstregulation hoffen dürfen, weil wir sonst irgendwann den Schutz jedes Rechteinhabers und kleiner Anbieter aufgeben haben. Die freie Wildbahn im Internet kann nicht in unserem gesellschaftspolitischen Interesse sein.“

promedia: Frau Kisseler, die Kreativwirtschaft Berlins ist scheinbar relativ unbeschadet durch die Krise gekommen. Worauf führen Sie das zurück?

Kisseler: In Berlin haben wir überwiegend kleine und mittelständische Unternehmen in diesem Bereich, die sich in der Krise als sehr flexibel und robust erweisen. Aber auch die großen Player, die für Berlin sehr wichtig sind, aber nicht die Bedeutung wie an anderen Standorten besitzen, haben sich überwiegend mit innovativen Konzepten gut behaupten können. Entscheidend ist sicher, dass das Klima insgesamt in Berlin auch

unter wirtschaftlichen Aspekten attraktiv für Unternehmen ist, weil die Rahmenbedingungen stimmen und alle Senatoren für die spezifischen Anforderungen der Kreativwirtschaft aufgeschlossen sind. Das zeigt sich auch in den Ansiedlungen in den Zeiten der Krise, wie z.B. Kinowelt, Suhrkamp oder dpa, denen sich diese Erkenntnis auch vermittelt hat.

Das allein ist ein Beleg dafür, dass wir auf dem richtigen Weg sind, das Cluster der Kreativ- und Medienwirtschaft weiterhin zu stärken. Es rechnet sich für uns in mehrfacher Hinsicht.

promedia: Berlin muss sparen. Welche Möglichkeiten sehen Sie, gerade die kleinen und mittelständischen Unternehmen zu unterstützen?

Kisseler: Wir haben uns das Ziel gesetzt, die Zahl der Beschäftigten in diesem Sektor zu steigern. Wesentlich wird es darauf ankommen, die Arbeit der Wirtschaftsverwaltung, aber auch die anderen Verwaltungen noch unternehmensfreundlicher zu gestalten. Ich habe in anderen Bundesländern gearbeitet und weiß, dass sich Unternehmen eine unbürokratische Herangehensweise an Problemlösungen wünschen, die nicht ständig auf den nötigen Dienstweg verweist. Hier hat Berlin inzwischen den Mentalitätswandel geschafft. Wir müssen dafür sorgen, dass sich das noch mehr rumspricht. Bei den „harten“ Bedingungen müssen für kleine und mittlere Unternehmen vor allem die Mikrokredite ausgebaut werden. Man muss sicher die Finanzierungsinstrumente noch bedarfsgerechter gestalten. Nicht in jedem Fall muss viel Geld in die Hand genommen werden, weil es sehr oft um das Klima geht. Bei einem Abendessen des Regierenden Bürgermeisters, zum Beispiel mit den Produzenten, kann er sich aus erster Hand informieren und die Partner haben das Gefühl, dass sie ernstgenommen und wertgeschätzt werden. Dazu kommen die Projekte, die wir gegenwärtig mit IBB und ILB gemeinsam entwickeln und die auch auf die spezifischen Bedürfnisse gerade kleinerer Unternehmen eingehen.

promedia: Was für Projekte sind das?

Kisseler: Wir haben in den vergangenen Monaten mit der Gründung des Venture-Capital-Fonds „Kreativwirtschaft“ gute Erfahrungen gesammelt. Es ist das größte Manko der „kleineren“ Klientel, dass sie über wenig Eigenkapital verfügen und von einer

Bank kaum Abhilfe kommt. Deshalb wollen wir durch die Bereitstellung von Beteiligungskapital deren Kraft stärken. Außerdem haben wir mit IBB und ILB beraten, wie wir mit dem Instrument der Gap-Finanzierung die Filmwirtschaft weiter stärken können. Ich bin froh, dass wir bei beiden die Bereitschaft gefunden haben, auf Betreiben des Wirtschaftssenators und der Senatskanzlei ein gemeinsames Paket zu schnüren. Die konkrete Ausgestaltung und Größe werden nun diskutiert, so dass wir in der zweiten Jahreshälfte das Ergebnis vorstellen können. Das ist für uns Neuland, aber der Fisch ist auch noch nicht gefangen, aber ich glaube, dass es eine Notwendigkeit ist, zumal sich die Privatbanken – mit Ausnahme der Commerzbank und der DZ-Bank – immer weiter aus dem Geschäft der Medienfinanzierung zurückziehen. Man kann nicht auf der einen Seite für sich in Anspruch nehmen, der Filmstandort schlechthin zu sein, und in einer solchen Situation die Filmunternehmen sich selbst überlassen. Natürlich wird der Finanzsenator noch zu überzeugen sein, denn ein solches Paket muss auch mit Landesbürgschaften abgesichert werden. Wir haben aber bereits viel interne Überzeugungsarbeit geleistet.

promedia: Die Bundesregierung hat angekündigt, über die KfW in diese Finanzierung einzusteigen. Wollen Sie nicht so lang warten?

Kisseler: Ich finde, dass das Eine das Andere nicht ausschließt und ich möchte für Berlin und Brandenburg ein deutliches Zeichen setzen, dass wir alles, was in unserer Kraft steht, leisten werden, um unsere Position als einer der wichtigsten deutschen Filmstandorte zu behaupten. Wir brauchen ein solches Instrument auch, weil wir näher an den Kreativen dran sind als die KfW. Der erste Gang, das ist unsere Erfahrung mit unseren Produzenten, ist immer zu uns.

promedia: Neben der materiellen Unterstützung wünscht sich die Kreativwirtschaft auch eine stärkere Unterstützung beim Schutz ihrer Urheberrechte in der digitalen Welt. Es werden in Europa gegenwärtig verschiedene Wege beschritten, um Internetpiraterie zu unterbinden. Welchen Weg würden Sie sich für Deutschland wünschen?

Kisseler: Wir befinden uns in einem etwas anderen verfassungsrechtlichen Rahmen als etwa die Engländer oder die Franzosen und müssen deshalb einen eigenen Weg finden, der auch die Verhältnismäßigkeit der Mittel nicht aus dem Auge verliert. Sowohl für die Anbieter als auch die Nutzer müssen die aus ei-

ner Lösung resultierenden Anforderungen zu bewältigen sein. Wir werden in der Diskussion schnell auf eine Ebene kommen, auf der wir von Fundamentalpositionen eingekreist werden: Auf der einen Seite „The world is free“ und auf der anderen Seite „Schluss mit lustig“. Wir haben eine Abwägung zu treffen: Allgemeine Persönlichkeitsrechte, Schutzbereich der Informations- und Kommunikationsfreiheit sowie Selbstbestimmungsrecht über eigene Inhalte. Ich sehe hier persönlich noch keine Lösung, wobei mir das britische „Three-Strikes“-Modell eher entgegenkommt als das französische. Ich finde es vom Grundsatz her die angemessenere Variante, dass dem Betroffenen die Möglichkeit eingeräumt wird, sich darauf einzustellen. Es scheint mir in die richtige Richtung zu gehen, wenn erst nach mehreren Warnhinweisen und bei wiederholten Rechtsverstößen technische Sanktionen ergriffen werden können.

promedia: Reichen also die bisherigen Maßnahmen nicht aus?

Kisseler: Nein. Aus unserer Sicht mehren sich die Klagen über eine Ausweitung der Piraterie insgesamt, auch wenn es in der einen oder anderen Branche zu partiellen Rückgängen kommt. Ich glaube nicht mehr, dass wir noch länger auf eine Selbstregulation hoffen dürfen, weil wir sonst irgendwann den Schutz jedes Rechteinhabers und kleiner Anbieter aufgeben haben. Die freie Wildbahn im Internet kann nicht in unserem gesellschaftspolitischen Interesse sein.

promedia: Müssen die Provider hier einen größeren Beitrag leisten?

Kisseler: Da die Provider einen nicht zu unterschätzenden wirtschaftlichen Nutzen aus den kreativen Inhalten Dritter ziehen, würde ich ihnen das dringend raten. Die Provider sollten zuerst selbst darüber nachdenken, wie dieser Beitrag aussehen sollte, wenn hier aber keine substantiellen Vorschläge kommen, werden wir uns in absehbarer Zeit überlegen müssen, wie wir mit dieser Frage umgehen.

promedia: Wollen Sie diese Diskussion parallel zur Debatte um den Korb Drei der Novellierung des Urheberrechts führen?

Kisseler: Wir würden zumindest für Berlin überlegen – und ich hoffe, dass Brandenburg mitzieht – in welcher Form wir uns zum Beispiel für die gesetzliche Formulierung eines Formatschutzes einsetzen könnten. Darin hat uns auch ein aktuelles Urteil des Landgerichts München zu einem Fall des Plagiatvorwurfs für ein Format bestärkt. Das Gericht hat eine Klage abgewiesen, deren Ur-

sprung bereits aus dem Jahr 2003 stammte, als der Kläger ein von ihm entworfenes Konzept für ein TV-Format an den beklagten Sender schickte, der einige Jahre später eine nahezu identische TV-Sendung – ohne Beteiligung des Klägers – zur Ausstrahlung brachte. Das zeigt, wie schwer es der Schutz kreativer Ideen hat. Ich kann mir daher vorstellen, dass wir dazu eine Bundesratsinitiative einbringen. Parallel dazu kann man sicherlich mit der Bundestagsfraktion Gespräche führen, mehr Möglichkeiten haben wir aber als Land zur Einflussnahme auf ein Bundesgesetz nicht.

promedia: Ein solches Vorgehen ist doch überfällig...

Kisseler: Absolut. Insbesondere bei der Eindämmung von Raubkopien im Netz haben wir uns zu viel Zeit gelassen. Das wirtschaftliche Ausmaß dieser Problematik war nicht allen klar. Weltweit reden wir hier von Milliardenbeträgen. Aber auch bei den nicht geschützten Formaten entgehen den Entwicklern Lizenzinnahmen in ähnlicher Höhe. Nun dämmert es aber auch einigen, dass wir handeln müssen. Aber wir werden dennoch keine schnelle Lösung finden, die das Problem komplett abstellt. Es wäre aber ein erster deutlicher Schritt in die richtige Richtung.

promedia: Plädieren Sie damit generell für eine stärkere Regulierung der Internetwelt?

Kisseler: Man muss sorgfältig das Für und Wider aus der Sicht des Nutzens oder Schadens für die Gesellschaft abwägen. Aber grundsätzlich muss man auch im Internet für Content bezahlen, aus dem ein kommerzieller Nutzen gezogen wird. Wenn man als Provider journalistische Inhalte benutzt, hat man davon einen direkten Vorteil und muss eine Gegenleistung erbringen. Auf diese Ausgewogenheit wird man achten müssen. Es wird für unsere Gesellschaft immer wichtiger, dass in der Online-Welt neue Geschäftsmodelle entstehen und deshalb wird man nicht umhinkommen, bei den Rahmenbedingungen regulierend eingreifen zu müssen. Kreative müssen auch im Digitalzeitalter von ihren Leistungen leben können.

promedia: Ist die Kultur-Flatrate eine hilfreiche Idee?

Kisseler: Ich glaube nicht, dass uns hier die Kultur-Flatrate weiterbringt, auch wenn ich dazu noch zu keinem abschließenden Urteil gekommen bin. Die Senatskanzlei wird nach der Sommerpause eine Veranstaltung organisieren, die sich mit Paid Content und der Kultur-Flatrate auseinandersetzt. Darüber

hinaus müssen wir in der Öffentlichkeit noch mehr darüber informieren und diskutieren, dass die Schaffung geistigen Eigentums einen großen Wert für unsere Gesellschaft darstellt und unsere kulturelle, wissenschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung davon abhängt. Im Augenblick ist bei vielen Internetnutzern, die diese Leistung nicht selbst erbringen, sondern sie abrufen, kein Bewusstsein dafür vorhanden.

promedia: Wie dringend sehen Sie die Forderung der Verleger nach einem Leistungsschutzrecht? Man hat den Eindruck, es geht nicht so richtig voran...

Kisseler: Vielleicht haben die Verleger inzwischen darüber nachgedacht, was sie mit diesem Leistungsschutzrecht eigentlich erreichen wollen. Es ist sicherlich ein wichtiges Anliegen ihre Inhalte zu schützen, aber letztlich liegen die Rechte an den journalistischen Inhalten immer noch bei den Autoren. Man müsste sich daher genau überlegen, welche Leistung – über die der Zusammenstellung von Autorenwerken hinaus – der Verlage schutzfähig und –würdig sind und auf welcher rechtlichen Grundlage diese Leistungsschutzrechte basieren sollen und das ist nicht in einer Hau-ruckaktion zu leisten.

promedia: Um auch im Online-Bereich Geld verdienen zu können, benötigen die Verleger, nach eigenen Aussagen, ein solches Recht.

Kisseler: Das ist ihr gutes Recht, aber dabei müssen auch die Interessen aller Beteiligten gewahrt bleiben. Wir sollten abwarten, welche Änderungen im Urheberrecht durch die Bundesregierung vorgenommen werden und inwieweit der dritte Korb zum Urheberrechtsgesetz diese Frage berücksichtigt. Um es deutlich zu sagen: Ich sehe diese Frage nicht ganz vorn auf der Agenda.

promedia: Trotz eines großen Verlages, der in Berlin seine Heimat hat?

Kisseler: Trotzdem. Es geht mir um einen angemessenen Ausgleich. Die Autoren haben einen undankbaren Job: Sie arbeiten viel, werden in der Regel immer schlechter bezahlt und haben nur begrenzte Möglichkeiten, die Verwertung der Resultate ihrer Arbeit zu bestimmen. Mir läge daran, dieser Gruppe den entsprechenden monetären Ausgleich zukommen zu lassen.

promedia: Eine Forderung der Verleger lautet, dass die Provider, weil sie von den Inhalten profitieren, dafür auch bezahlen sollen. Was halten Sie davon?

Kisseler: Dagegen spricht zunächst nichts. Die Frage wird letztendlich sein, über welche

Größenordnung man redet. In dem Augenblick, wo daraus eine Verwertbarkeit generiert wird – wenn ein Provider etwa Snippets benutzt, und erst recht, wenn er diese zur Steigerung der Attraktivität seines Angebotes für Werbekunden nutzt – spricht nichts dagegen, dass man dafür zahlen muss.

promedia: Aktuell kommt es zu Zusammenlegungen, Einsparungen und Entlassungen bei Zeitungen. Wie sieht es hier mit der gesellschaftlichen Verantwortung aus?

Kisseler: Ich habe die Diskussion zuletzt anlässlich der Übernahme der „Berliner Zeitung“ durch die DuMont-Gruppe sehr aufmerksam verfolgt und ich glaube, dass die Stellungnahme des DJV zur Pressefusionskontrolle richtig ist: Hierbei handelt es sich um einen Schutz vor Qualitätsabbau. In dem Augenblick, in dem die verlegerische Arbeit nur unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten betrieben wird, braucht man das Wort „Qualitätsjournalismus“ nicht mehr in den Mund zu nehmen. In der Regel sind die Beweggründe andere: Es werden in erster Linie Redaktionen zusammengelegt und Stellen abgebaut, um die Renditen zu sichern. Mir kann niemand erzählen, dass das zu einer Qualitätssteigerung führt. Ein wesentliches Zeichen von Qualität im Pressebereich stellt die Vielfalt der Meinungen dar, die man nur mit einem bestimmten Standard aufrechterhalten kann. Man muss leider einigen Verlegern immer wieder sagen, dass ein Presseorgan nicht ein x-beliebiges Unternehmen im Markt ist, sondern in unserer Demokratie eine zentrale Rolle einnimmt. Ich wünsche mir daher ein bisschen mehr Verantwortungsbewusstsein für fundiert recherchierten und vielfältigen Journalismus, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

promedia: Die Verleger verstärken ihre Kritik an den Online-Angeboten von ARD und ZDF. Im Prinzip wird eine Revision des 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrags (RÄStV) gefordert. Stehen Sie dafür zur Verfügung?

Kisseler: Wie sollte eine solche Revision denn aussehen? Die Diskussion um den 12. RÄStV ist noch nicht lange her und wir haben sehr viele Einwände der Verleger berücksichtigt. Dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wurde damit eine Entwicklungsperspektive zugestanden. Nun muss man sehen, wie weit er sich im Rahmen der Telemedienangebote entwickeln will. Hier hat die ARD in der Folge dieser Diskussion bereits Seiten gelöscht, die mit dem Auftrag nichts zu tun hatten. Ich verstehe zwar die schwierige Situation der Verleger, die massive Probleme mit sinkenden Einnahmen haben und der öffentlich-rechtliche Rundfunk

teilweise eine Konkurrenz für sie ist, aber wir können die Not der Verlage nur bis zu einem gewissen Grad mit Einschränkungen bei den Öffentlich-Rechtlichen lindern. Deshalb finde ich die Diskussion um den Verzicht auf Werbung und Sponsoring so wichtig. Ich bin dafür, den Öffentlich-Rechtlichen die Weiterentwicklung zu ermöglichen, aber nicht, damit sie dasselbe anbieten wie die Privaten. Ich finde es besonders im gesellschaftspolitischen Kontext sinnvoll, uns verstärkt über den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu verständigen. Allein dadurch würden wir den Streit zwischen den Verlegern und dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk entschärfen.

promedia: Noch sperren sich die Sender aber gegen einen Werbeverzicht.

Kisseler: Wir werden an dem Punkt schneller zueinanderfinden, als wir heute denken, denn letztlich wird es um Geld gehen. Die ARD signalisiert es jetzt schon, und ich vermute auch vom ZDF Zeichen empfangen zu haben, dass der Verzicht auf Werbung und Sponsoring vorstellbar wäre, wenn er ausgeglichen wird. Das heißt, wenn der Ruf nach dem Verzicht auf Werbung und Sponsoring massiver wird, werden wir auch mit dieser Forderung konfrontiert werden. Ich finde es legitim. Wenn wir uns diesem Begehren stellen und den Auftrag in den Fokus rücken, hätten wir auch einen Teil der inhaltlichen Diskussion indirekt geführt, ohne über einzelne Programme reden zu müssen.

promedia: Vor wenigen Tagen wurde ein Worst-Case-Szenario für den RBB veröffentlicht. Kann der Hauptstadtender in ein paar Jahren noch seinen Auftrag für die Region erfüllen?

Kisseler: Es sind vorerst Überlegungen, aber noch keine Entscheidungen. Man wird sicherlich noch einmal genau überlegen müssen, wo gespart wird. Es wird ein wenig eine Wahl zwischen Skylla und Charybdis sein. Auf der einen Seite muss es ein hauptstadtwürdiges Programm geben und kein Schrumpfprogramm, aber auf der anderen Seite sind einige dieser Überlegungen durchaus sinnvoll. Bei einer gemeinsamen „Abendschau“ wird sicherlich ganz Brandenburg protestieren, aber es wäre einer Metropolregion angemessen. Wir sollten insgesamt ein bisschen größer denken als lokal-kleinteilig. Ich finde nicht alles an diesen Ideen verwerflich, denn wir können uns nicht mit den lokalen Ausprägungen eines WDR vergleichen. Wir haben einen Vorgesmack auf die kommenden Entwicklungen erlebt, als „Multikulti“ eingestellt wurde, auch wenn die damalige Diskussion etwas verlogen war: Es war kein Programm für Minderheiten

sondern für Einzelne. Diejenigen die erreicht werden sollten, haben dieses Programm nicht gehört. Man muss sich also überlegen, ob man gute Inhalte nicht besser platzieren kann. Aber natürlich hat der RBB ein massives Finanzierungsproblem, und wir haben ihm jetzt erst einmal, auch mit politischer Hilfe, innerhalb des Finanzausgleichs mit dem 20-Millionen-Überbrückungskredit helfen können. Dass das nicht reicht, ist klar. Die Diskussion ist noch nicht zu Ende geführt.

promedia: Wie verhalten Sie sich zur „Pflicht zur Nachricht“ bei den Privaten?

Kisseler: Thomas Ebeling, der Vorstandsvorsitzende von ProSiebenSat.1, hat sich einen Bären dienst erwiesen, indem er mit schöner Offenheit gefragt hat: Wer sieht schon Nachrichten? „Leider“ genau die Entscheidungsträger in der Politik, die die Diskussion um das Aus von N24 mit großem Interesse verfolgt haben. Die Konsequenz hat er zu spüren bekommen. Er mag aus unternehmerischer Sicht Recht haben, dass Nachrichten ein kostenintensives Geschäft sind, das keine Gewinne abwirft, und der Zuschauer sich auch bei ARD und ZDF informieren könnte. Auf der anderen Seite besteht gesellschaftspolitischer Konsens, dass „Vollprogramm“ auch eine Pflicht zur Information beinhaltet, weil ein Teil der Zuschauer nur die privaten Sender konsumiert und der Informations- und Bildungsauftrag im dualen System auch die Privaten betrifft und Fernsehen als Massenmedium insgesamt eine besondere Rolle bei der Meinungsbildung spielt.

Die Äußerung von Herrn Ebeling hat hohe Wellen geschlagen, hat aber auch Wirkung gezeigt. Inzwischen haben sich mehrere Vertreter des privaten Rundfunks eindeutig zu ihrer gesellschaftspolitischen Verantwortung bekannt. Wir bewegen uns ohnehin in einer Welt voller unterhaltender, oberflächenorientierter Angebote, grundiert von einer wertfreien, ökonomischen Sicht auf die Welt. Das entspricht nicht meiner Vorstellung davon, was auch privater Rundfunk zu leisten hat.

promedia: Sollte der RÄStV dementsprechend geändert werden?

Kisseler: Das müssen wir gar nicht. In dem Rundfunkstaatsvertrag wird „Vollprogramm“ definiert als ein Programm, welches als wesentlichen Teil neben Beratung, Unterhaltung und Bildung auch Information enthalten muss. Ein Programm, das diese Anforderungen nicht erfüllt, ist ein Spartenprogramm und hat einen anderen Anspruch, aber auch keine Privilegien mehr. Ich empfangen keine Signale aus den Ländern, dass diese Frage dort anders gesehen wird. (HH)

> Medienordnung in Deutschland

- > Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ nimmt Arbeit auf
- > Enquete-Kommission will auch internationale Erfahrungen auswerten
- > Zahlreiche öffentliche Sitzungen und Anhörungen geplant

„Kreative Arbeit muss ihren Wert einfordern können“

- > Interview mit dem Axel Fischer (CDU), MdB, Vorsitzender der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“



> Axel Eduard Fischer

Geboren: 5. Mai 1966

Ausbildung zum Elektroinstallateur

Technische Oberschule, Karlsruhe

Studium des Maschinenbaus, Universität Karlsruhe

Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Universität Karlsruhe

Seit 1998 Mitglied des Deutschen Bundestages

Bundesvorstandesmitglied der CDU Deutschlands

Die Anfang März vom Bundestag beschlossene Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ hat am 5. Mai ihr Arbeit aufgenommen. Das mit 17 Abgeordneten und 17 Sachverständigen bestückte Gremium will vor allem „Denkanstöße“ zu grundsätzlichen Problemen und Herausforderungen des Netzes geben. Falls Politik und Experten für alle im Gründungsantrag genannten Themen, die von Daten- und Verbraucherschutz über Urheber- sowie Jugendschutz oder die Erhaltung und Sicherung von Medien- und Meinungsfreiheit bis hin zu E-Demokratie reichen, auch bereits Lösungen fänden, wäre dies ein Volltreffer, mit dem aber zunächst nicht gerechnet werden kann.

In der Internetkommission geht es um Grundsatzdebatten, das Tagesgeschäft wird keine direkte Rolle spielen. In Form eines Zwischen- und eines Abschlussberichts sollten vielmehr „Handlungsempfehlungen“ aufgestellt werden, so der Kommissionsvorsitzende Axel Fischer von der CDU.

promedia: Herr Fischer, war die Gründung der Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ eine Reaktion auf die Gründung der Piratenpartei?

Fischer: Die Gründe für die Einsetzung der Enquete-Kommission liegen auf der Hand. Das Internet ist zum Motor vieler wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungen geworden. Der Piratenpartei kommt dabei keine wesentliche Bedeutung zu.

promedia: Befürchten die im Bundestag vertretenen Parteien, dass durch das Internet Politik nicht mehr klassisch funktioniert und Parteien möglicherweise überflüssig werden?

Fischer: Das Internet bietet viele neue interessante Möglichkeiten, Politik einer breiteren Öffentlichkeit näher zu bringen. Auch Abstimmungsprozesse innerhalb von Parteien verändern sich durch eine neue Art der Informationsgewinnung. Aber politische Entscheidungen werden immer noch am besten vor Ort getroffen und sind eingebettet in persönliche Begegnungen oder auch Auseinandersetzungen. Gute Kommunikationsberater raten übrigens immer, Konflikte von Angesicht zu Angesicht zu lösen, niemals per E-Mail.

promedia: Wo sehen Sie im Internet die Chancen und wo die Gefahren für die Demokratie?