



Presseinformation

20.06.2011
Seite 1 von 12

Staatskanzlei
Pressestelle
40190 Düsseldorf
Telefon 0211 837-1134 oder 1405
Telefax 0211 837-1144

presse@stk.nrw.de
www.nrw.de

Rede
von Ministerpräsidentin Hannelore Kraft
anlässlich der
Eröffnung des 23. Medienforums 2011
am 20. Juni 2011
in Köln

- Es gilt das gesprochene Wort -

Anrede,

es ist für mich das 1. Mal, dass ich als Ministerpräsidentin zur Eröffnung des Medienforums spreche. Aber es ist das 23. Medienforum. 1989 wurde es unter Johannes Rau gestartet – und seitdem waren fast immer die Ministerpräsidenten dabei. Ich bin stolz auf diese Tradition und ich sage gleich zu Beginn ganz klar: Auch ich werde alles tun, auch diese Landesregierung wird alles tun, um das starke Medienland NRW noch stärker zu machen. Und: Wir werden uns keineswegs damit begnügen, Traditionen zu pflegen.

Denn wir haben hier in NRW ein Medienland von unglaublichem Potential. Dieses Potential wollen und müssen wir voll erschließen. NRW wird, soweit ich das sehe, hier nur von einem Land übertroffen, von Kalifornien. Aber sonst gibt es nirgends auf der Welt eine vergleichbare Dichte und Qualität an Medien:

Wir haben den WDR als größten Sender der ARD, wir haben die Deutsche Welle. RTL ist Europas größter Privatsender. Weitere bundesweit ausstrahlende Sender wie VOX oder Super RTL kommen hinzu, ferner lokale Angebote und Spartensender. Radioprogramme aus NRW gehören zu den erfolgreichsten in Deutschland, vier der zehn meistgehörten entstehen bei uns. In keinem anderen Bundesland haben wir eine vergleichbare Fülle an Zeitungen. 41 Verlage geben 45 Tageszeitungen heraus. Wir haben eine enorme Vielzahl an Lokalradios, die publizistisch wie ökonomisch erfolgreich sind. NRW ist innerhalb von 20 Jahren ein starkes Film- und Fernsehland geworden. Wir haben im Bereich der Telekommunikation wirkliche Global Player mit Sitz in NRW, wir haben mit der gamescom das weltweit größte Messe- und Event-Highlight für interaktive Spiele und Unterhaltung nach Köln geholt. Mehr als 50.000 Medienunternehmen mit insgesamt 372.000 Beschäftigten haben ihren Sitz in NRW, der Umsatz pro Kopf lag 2009 bei rund 324.000 Euro – und damit mehr als 100.000 Euro über dem Durchschnitt in Deutschland.

Anrede.

„Medien“ – das ist also für NRW nicht einfach irgendeine Branche. Medien sind für unser Land eine absolute Schlüsselbranche. Aus mindestens drei Gründen: Wegen ihrer großen und weiter wachsenden ökonomischen Bedeutung, wegen ihrer großen und weiter wachsenden kulturellen Prägekraft (wenn ich neben dem Film nur an die modernen Computer-Spiele denke) und nicht zuletzt deshalb, weil eine moderne

Demokratie und eine offene Gesellschaft nur mit modernen Medien denkbar sind.

Open-Government, online-Konsultationen

Auch diesem Aspekt müssen wir gerecht werden. Politik muss den Zusammenhang von modernen Medien und Demokratie viel stärker in den Blick nehmen. Das Internet eröffnet ganz neue Möglichkeiten, die Bürgerinnen und Bürger an Diskussionen und Entscheidungen zu beteiligen. Ich habe zu Beginn meiner Regierungszeit angekündigt, dass es unser Ziel ist, aus Betroffenen Beteiligte zu machen – und das gelingt uns. Zum Beispiel mit Hilfe von online-Konsultation. Mit diesem Instrument erhalten Bürgerinitiativen, Wirtschaft, Wissenschaft und Verbände, jede Einzelne und jeder Einzelne einen neuen Zugangsweg, um sich an der politischen Willensbildung zu beteiligen. Und es spricht für das gute Timing dieser Landesregierung: Genau heute startet unsere Konsultation zur zukünftigen Eine-Welt-Strategie. Wir wollen nicht nur wissen, wie sich Organisationen die künftige Eine-Welt-Politik Nordrhein-Westfalens vorstellen, sondern auch, was engagierte Bürgerinnen und Bürger dazu denken. Also machen Sie mit!

Anrede.

Auch die Medienpolitik selbst ist gut geeignet, Bürgerinnen und Bürger an politischen Entscheidungsprozessen zu beteiligen.

Wir haben nun, nachdem der Jugendmedienschutzstaatsvertrag gescheitert ist, einen offenen Diskurs über die notwendige Novellierung angestoßen. Dazu gehören Veranstaltungen und ebenfalls eine online-Konsultation. Die Auftaktveranstaltung findet am Mittwoch hier auf dem Medienforum statt. Dann wollen wir die Frage diskutieren, wie ein sinnvoller und verantwortungsbewusster Jugendmedienschutz aussehen kann. Sie alle haben die Möglichkeit, auch weitere Fragen und Probleme des Jugendmedienschutzes zu benennen. Ihre Anregungen werden Grundlage sein für die anschließende online-Konsultation.

Ich fordere Sie auf, sich zu beteiligen: Denn von einer solchen Beteiligung lebt Open-Government. Keine Frage: Wir betreten mit diesem Prozess in Nordrhein-Westfalen Neuland. Deshalb müssen wir hier Schritt für Schritt vorgehen. Bei der Open-Government-Initiative, die wir bislang noch nicht einmal im Ansatz ausgereizt haben, werden wir noch Vieles ausprobieren müssen. Auch das gehört zur zeitgemäßen Politik. Aber eines ist klar: Es führt kein Weg daran vorbei, Politik und

Verwaltung stärker für digitale Kommunikationsformen zu öffnen. Sonst entfernen wir uns zu stark von den Bürgerinnen und Bürgern, die diese Instrumente in ihrem beruflichen und privaten Leben immer intensiver nutzen.

Medienkompetenz

Politik muss alles tun, um das Potential zu nutzen, das in den Medien steckt. Für die Vitalisierung von Demokratie, für eine starke, wettbewerbsfähige Wirtschaft, für mehr Lebensqualität für die Menschen.

Wenn wir dieses Potential erschließen wollen, müssen wir nach meiner Überzeugung an zwei Seiten ansetzen:

1. Wir müssen bei den Menschen ansetzen, bei ihren Kompetenzen. Damit sie die Medien auch optimal nutzen können.
2. Und wir müssen für die Medienbranche einen organisatorischen, rechtlichen und finanziellen Rahmen schaffen, in dem sie sich optimal entfalten kann.

Es kommt nicht von ungefähr, dass wir einen besonderen Schwerpunkt im Bereich der Medienkompetenz setzen. Denn es ist schon so: Der Umgang mit dem „www“ muss genau so sicher beherrscht werden wie der mit dem „ABC“ oder dem „Einmaleins“. Daran hapert es noch sehr.

Vor zwei Wochen wurde beispielsweise von einem Mädchen aus Hamburg berichtet, Thessa. Sie wollte Ihren 16. Geburtstag feiern, hat über facebook eingeladen und dann war diese Einladung völlig aus dem Ruder gelaufen. Am Ende dieses Teenagergeburtstages standen 1.600 Gäste, ein Wohngebiet im Ausnahmezustand, ein Polizeieinsatz und bundesweite Schlagzeilen. So sieht kompetenter Umgang mit den neuen Medien nicht aus.

Ein anderes Beispiel: Weltweit verfolgten Bloggerinnen und Blogger den Blog einer vermeintlich libyschen Aktivistin. Dann kam heraus: Die Bloggerin war ein Blogger, ein 40jähriger US-Amerikaner, der in Schottland promoviert. Das heißt: Wir müssen das Netz nutzen, aber wir müssen auch wissen, wann und wie weit wir ihm glauben dürfen.

Ein drittes Beispiel: Die Universität Münster hat Anfang des Monats eine repräsentative Untersuchung über Mobbing im Internet präsentiert. Das Ergebnis war erschreckend: Mehr als ein Drittel der 14 bis 20 Jahre alten Schüler ist im Internet bereits Opfer eines Mobbing-Angriffes geworden. Ein weiteres Ergebnis: Vielen der Täter fehlt jedes Unrechts-

bewusstsein. Sie geben an, sie „wollten nur ihren Spaß haben.“ Ein schlechter „Spaß“ mit unabsehbaren Folgen, denn üble Photos oder Texte, die einmal online sind, sind kaum mehr aus der Welt zu schaffen.

Medienpass

Deshalb ist Medienkompetenz so wichtig: Ohne Medienkompetenz können unsere Kinder nicht erfolgreich durch die heutige Welt gehen. Und wie beim Thema Bildung so häufig: Medienkompetenz ist bei Kindern und Jugendlichen völlig unterschiedlich ausgeprägt. Wir wissen: Das hängt vor allem vom Elternhaus und Freundeskreis ab. Wir wollen aber die Medienkompetenz aller Kinder stärken. Darum hat die Landesregierung die Initiative Medienpass NRW gestartet und in der vorigen Woche präsentiert (PK am 14. Juni). Wir entwickeln Tipps und Hilfestellungen und stärken den Austausch zwischen Eltern, Jugendarbeit und Schule. Sehr geehrter Herr Brautmeier, an dieser Stelle ganz herzlichen Dank an Sie und die Landesanstalt für Medien für ihre fachliche Unterstützung!

ZeitungsZeit NRW

Kaum ein anderes Medium kann besser ein Gefühl für journalistische Qualität vermitteln als die Tageszeitung. Auch hier müssen wir mehr dafür tun, dass junge Menschen möglichst früh und kompetent mit diesem Medium in Kontakt kommen. Das ist eine schwierige Aufgabe. Denn wir alle wissen, dass sich der Medienkonsum ändert. Junge Menschen scheinen mit der Bedienung ihrer Handys weit problemloser zurechtzukommen als mit dem Auf- und Umblättern einer Tageszeitung.

Das Projekt „ZeitungsZeit NRW – Selbstständigkeit macht Schule“ ist die bundesweit größte Initiative, die es zwischen Zeitungen und Schulen gibt. Sie hilft, die Scheu vor dem Format „Zeitung“ abzubauen. Dahinter steht ein gemeinsames Projekt des Landes NRW und des Zeitungsverlegerverbands NRW. Mehr als 50.000 Schülerinnen und Schüler an 860 Schulen in Nordrhein-Westfalen haben drei Monate lang täglich eine regionale oder lokale Tageszeitung erhalten. Nach der ersten Runde können wir sagen: Es war ein Erfolg. Es hat sich gelohnt. Knapp jeder vierte Neuntklässler ist zum Zeitungsleser geworden!

Die Schulen können sich nun für den zweiten Jahrgang im Herbst bewerben. Ich kann nur sagen: Sie sollten das Angebot nutzen (Anmeldungen bis 30. Juni unter www.zeitungszeit.de).

Dass knapp jeder vierte Neuntklässler zum Zeitungsleser geworden ist, ist eine wirklich gute Nachricht. Denn nur, wenn schon junge Menschen lernen, was eine glaubwürdige Nachricht ausmacht, welchen persönlichen Nutzen sie aus dem ziehen können, was wir unter dem Begriff Qualitätsjournalismus einfordern und brauchen, nur dann hat dieser Qualitätsjournalismus auch eine Zukunftsperspektive. Nur dann werden die Menschen künftig bereit sein, für diesen ungemein wichtigen Dienst einen angemessenen Preis zu zahlen.

Kein Kind zurücklassen

Wenn wir über Medienkompetenz sprechen, über einen Medienpass, über den Umgang mit einer Tageszeitung, dann dürfen wir eine grundlegende Tatsache nicht vergessen: Dass wir dafür sorgen müssen, dass möglichst alle überhaupt so weit kommen können, Zeitung zu lesen oder sich im Internet zu informieren. Und das heißt: Wir müssen früh ansetzen. Denn es sind die ersten Monate und Jahre im Leben, in denen grundlegende kognitive Fähigkeiten entstehen, oder eben nicht entstehen: Das Sprechen, später das Lesen und Schreiben. Wir sollten uns bei allen Diskussionen über Medien und neue Medien, über Internet und Web 2.0 bewusst bleiben, dass in den ersten Lebensjahren die Basis entstehen muss, die all das trägt. Darum ist es so wichtig, dass wir künftig kein Kind zurücklassen, dass wirklich alle Kinder die nötige Förderung bekommen, dass wirklich alle Kinder gut sprechen, lesen und schreiben lernen. Denn sonst greifen sämtliche Techniken und Angebote, die genau solche Fähigkeiten voraussetzen, ins Leere.

Wenn wir darum in NRW auf eine vorbeugende Politik setzen, eine Politik, bei der Bildung und frühe Hilfen für Familien im Mittelpunkt stehen, dann sichern wir langfristig genau auch diese Basis für ein starkes Medienland.

Den Rahmen für die Medien verbessern

Anrede.

Das ist die eine Seite, bei der wir ansetzen müssen: dabei helfen, dass die Menschen sich in einer Welt, die immer stärker von Medien geprägt wird, auch zurechtzufinden.

Der andere Teil der Aufgabe besteht darin, den Rahmen, in dem Medien arbeiten, weiter zu verbessern. Ich will einige Ansatzpunkte dafür nennen:

Neue Finanzierung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Perspektive: Ohne Werbung

Unsere Demokratie kann nicht funktionieren ohne Öffentlichkeit. Es ist eine Bereicherung, dass viele heute beitragen, diese Öffentlichkeit auch über das Netz herzustellen. Blogs beispielsweise leisten in meinen Augen einen wichtigen Beitrag zur Meinungsvielfalt. Sie können aber professionellen Journalismus nicht ersetzen. Weil wir um die Bedeutung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für den Zusammenhalt unserer Gesellschaft wissen, weil wir insbesondere um die Bedeutung des WDR für den Zusammenhalt hier in Nordrhein-Westfalen wissen, macht sich diese Landesregierung für das neue Beitragsmodell stark. Dieses Modell sichert die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Zukunft ab. Dieses Modell sichert damit die Arbeit vieler tausender Journalistinnen und Journalisten in unserem Land, die über Internationales, Nationales, Landesweites und Regionales berichten – einordnend und orientierend berichten.

Das duale System – auf der einen Seite gebühren- bzw. beitragsfinanzierter öffentlich-rechtlicher Rundfunk und auf der anderen Seite der durch Werbung und andere Erlöse finanzierte kommerzielle Rundfunk – muss immer wieder neu ausbalanciert werden. Das neue Gebührenmodell bietet dabei eine weitere Perspektive, nämlich die Chance auf öffentlich-rechtliches Fernsehen ohne Werbung.

Wann dieser Ausstieg gelingen kann, hängt selbstverständlich von der Kassenlage ab. Dennoch: Ab 2015 kann die Werbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen reduziert werden. Ich plädiere dafür, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk ab 2017 ganz ohne Werbung sendet. Ich bin davon überzeugt: Das schärft sein Profil, dann ist für die Beitragszahler ganz klar, was sie finanzieren und was sie dafür bekommen. Und es ist auch ein Beitrag im Sinne einer stabilen dualen Rundfunkordnung.

Neue Angebote für Jüngere bei ARD und ZDF

Dass der Rundfunk für den Zusammenhalt der Gesellschaft besondere Bedeutung hat, ist unstrittig. Aber ebenso unstrittig ist es, dass es ARD und ZDF nicht hinreichend gelingt, ihre Angebote auch auf jüngere Zielgruppen auszurichten. KiKa ist zwar Marktführer bei Kindern bis 7 Jahren (Media-Perspektiven 4/2011), Kinder ab 8 Jahren schalten aber

eher auf andere Programme. In den nachfolgenden Altersstufen beschleunigt sich diese Erosion des Zuschauerzuspruchs sogar weiter. Erst für Zuschauer, die 40 Jahre und älter sind, werden ARD und ZDF wieder interessant. Es ist wichtig, dass sich die Intendantinnen, die Intendanten und die Gremien intensiv der Frage widmen, wie sie junges Publikum gewinnen. Andernfalls geraten sie in Legitimationsschwierigkeiten. Es braucht generell eine Strategie für die Zielgruppen, die das Vollprogramm und die Dritten offensichtlich nicht mehr erreichen.

In diesem Zusammenhang halte ich es für sinnvoll, dass die Spartenkanäle und die digitalen Kanäle neu sortiert und teilweise auch zusammengeführt werden. Ein digitaler Jugendkanal von ARD und ZDF könnte Teil einer Lösungsperspektive sein, wird aber nicht ausreichen. Die digitalen Spartenkanäle sollten insgesamt stärker auf die jüngere Zielgruppe und nicht nur auf Jugendliche ausgerichtet sein. Zudem sollten die neuen Angebote nicht auf die lineare Verbreitung beschränkt bleiben. Für das jüngere Publikum spielt das non-lineare, digitale Angebot eine ungleich wichtigere Rolle als für die Zuschauer, die ARD und ZDF erfolgreich ansprechen. Daher drängt sich die Frage nach einer eigenständigen Online-Plattform auf.

Ich weiß, dass Sie, sehr geehrte Frau Piel, Ihre Zeit als ARD-Vorsitzende auch nutzen, um in diesen Fragen voranzukommen. Wenn das gelingt, hat es für die Akzeptanz der dualen Rundfunkordnung eine große Bedeutung.

Privater Rundfunk: Neue Chancen durch Anreize

Die Medienlandschaft hat sich durch die Konvergenz tiefgreifend geändert. Und dieser Fortschritt stellt die Medienpolitik immer wieder vor die Aufgabe, mit der schnellen Entwicklung Schritt zu halten.

Mit Blick auf den privaten Rundfunk wird das nicht mit einer Regulierung gelingen, die ausschließlich auf Ge- und Verbote setzt. Das ist auch nicht die Medienpolitik, die die Landesregierung verfolgt. Qualität und Vielfalt können nicht von oben verordnet werden. Der verfassungsrechtliche Auftrag, eine positive Medienordnung zu gestalten, umfasst für mich mehr. Ich halte es für richtig, beispielsweise Anreize so zu setzen, dass die Chancen auf Qualität und Vielfalt wachsen. Wir kennen das bereits aus dem Rundfunkstaatsvertrag: Wer Dritt-Sendezeiten einräumt, wer Regionalprogramme veranstaltet, der bekommt bei der Berechnung des Zuschaueranteils Bonuspunkte.

Diesen Gedanken wollen wir gemeinsam mit den Landesmedienanstalten weiter entwickeln. Es geht etwa um das Thema „Must be found,“ also darum, dass gute Programme von den Zuschauern auch leicht gefunden werden können. Es geht etwa um die besondere Berücksichtigung von guten Programmleistungen bei den Infrastrukturkosten. Und es geht um die Frage, ob und wie Veranstalter belohnt werden, die regionale Inhalte online anbieten.

Die Landesregierung hat ein großes Interesse an dieser Diskussion, wie wir in Zukunft mit Anreizen Qualität und Vielfalt sichern. Und ich bin froh, dass wir mit Ihnen, liebe Frau Schäferkordt, eine Partnerin hier in Nordrhein-Westfalen haben, mit der wir über diese Fragen intensiv diskutieren können. Das Medienforum soll auch dieser Debatte dienen.

Dass in diesem Zusammenhang die beiden Regionalfenster „RTL.West“ und „17.30 SAT 1 NRW“ nicht zur Disposition stehen, wird niemanden überraschen. Auch hier leisten Journalistinnen und Journalisten einen wichtigen Beitrag zur Meinungsvielfalt und zum Zusammenhalt in Nordrhein-Westfalen.

Wir sollten die nächsten Monate nutzen, um neue Elemente für die Sicherung von Vielfalt zu identifizieren und dies dann in einem neuen Rundfunkstaatvertrag im nächsten Jahr konkretisieren.

Förderung des Lokaljournalismus

Nordrhein-Westfalen hat eine herausragende Dichte an Lokal- und Regionalzeitungen. Viele Redaktionen allerdings sind in den vergangenen Jahren zusammengeführt oder geschlossen worden. Der ökonomische Druck ist gewachsen, das Verhältnis zwischen Werbung und Abonnement bzw. Einzelverkauf hat sich in den letzten Jahrzehnten dramatisch verändert. Galt viele Jahre, dass 2/3 durch Werbung erlöst wurden und lediglich 1/3 durch Käuferlöse, so haben sich beide Größen inzwischen angenähert. Und obgleich es bei günstiger Konjunktur am Werbemarkt derzeit wieder insgesamt bergauf geht, profitieren die Zeitungen davon immer weniger. Aktuell überlegen sogar manche Discounter, ihre Marketing-Strategie umzustellen, und auf Werbung in Regionalzeitungen ganz zu verzichten. Das wäre ein empfindlicher finanzieller Verlust für diese Zeitungen und hätte weitreichende Konsequenzen.

Sehr geehrter Herr Heinen, Sie werden mir Recht geben: Die Berichterstattung auf lokaler Ebene ist und bleibt aber unverzichtbar für unsere Meinungs- und Willensbildung. Wir dürfen uns hier kein Marktversagen erlauben. Wenn wir einen hochwertigen Journalismus – gerade im Lokalen – absichern wollen, sollten wir jetzt offen verschiedene Möglichkeiten diskutieren. Wir wissen: Aufwändige Recherchen oder Weiterbildungen sind in Lokalredaktionen eine Frage des Geldes, der Zeit und der Ressourcen. Darum wollen wir mit Ihnen gemeinsam, mit den Verlegern, den Gewerkschaften und den Journalisten darüber reden, wie wir den Lokaljournalismus ganz praktisch unterstützen können. Ich spreche hier nicht von Subventionen für Unternehmen, sondern von einer Förderung zum Beispiel von Recherchenstipendien oder von Weiterbildungsangeboten für Journalistinnen und Journalisten, die das Alltagsgeschäft einer Lokalredaktion auch verkraften kann. Dabei ist selbstverständlich, dass wir eine solche Förderung staatsfern und unabhängig organisieren müssen. Hier werden wir auch Geld in die Hand nehmen. Ich lade Sie ein, auch darüber auf dem Medienforum mit uns zu sprechen.

Ausbau der Filmstiftung

Wir feiern auf diesem Medienkongress auch 20 Jahre erfolgreiche Filmförderung. Mein herzlicher Glückwunsch; stellvertretend für viele Väter und Mütter des Erfolges an Petra Müller!

Zwanzig Jahre sind ein schöner Anlass zu feiern. Auch hier, auch bei der Filmförderung, gilt: Wir müssen immer wieder schauen, ob wir noch auf der Höhe der Zeit sind. Heute heißt das: Wir müssen auf das Zusammenwachsen der Medien reagieren. Wir müssen integrieren und bündeln, um neue Ideen der Medienbranche effizienter fördern zu können.

Deshalb wird die Filmstiftung zu einer Film- und Medienstiftung weiterentwickelt.

Einen wichtigen Schritt haben wir bereits erfolgreich unternommen: Die Übernahme der Mediencluster NRW GmbH durch die Filmstiftung Nordrhein-Westfalen wurde umgesetzt.

Sie erinnern sich: 2009 hatte die Vorgängerregierung eine unnötige Doppelstruktur aufgebaut. Warum neben der Filmstiftung mit dem Mediencluster noch eine weitere, deutlich kleinere Agentur aufgebaut

hat, habe ich nie verstanden. Mein Eindruck ist: Vielen ging es ebenso. Deswegen haben wir diese Parallelstruktur ganz im Sinne der Branche beendet. Damit haben wir mit der Integration ein zentrales medienwirtschaftspolitisches Projekt erfolgreich umsetzen können.

Die Filmstiftung spricht die Sprache der Kreativen und weiß, welche Chancen in der Medienbranche liegen. Deswegen ist es konsequent, die Filmstiftung zur Film- und Medienstiftung auszubauen. Ganz konkret wird sich die Film- und Medienstiftung künftig auch um Standortmarketing und Standortentwicklung kümmern und neue Aufgaben im Bereich digitale Medien übernehmen.

**There`s one more thing:
10 Mio. Euro für
„Digitales Medienland NRW“**

Ich habe von Medienkompetenz gesprochen, von einem besseren Rahmen für die Medienwirtschaft. Apple-Chef Steve Jobs würde an dieser Stelle vermutlich sagen: „Es gibt da noch eine Sache... (There`s one more thing).“

In vier Jahren wird weltweit ein Drittel der Erlöse in der Medien- und Unterhaltungsbranche auf digitale Medien entfallen. Die Landesregierung will diesen Wachstumsmarkt fördern und deshalb den digitalen Strukturwandel in NRW vorantreiben. Wir werden für die Initiative „digitales Medienland NRW“ bis 2013 zehn Millionen Euro bereit stellen. (Info: Die 10 Millionen Euro werden wir aus dem NRW-EU Ziel 2-Programm 2007-2013, aus Mitteln des Landes- und des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung für das Medienland NRW 2.0 bereit stellen.)

Wir werden mit der Förderung eine "Innovationsförderung digitale Medien" starten, indem wir Ideenwettbewerbe ausloben und Prototypen fördern. Was mir wichtig ist: Die Förderung soll so branchenfreundlich und transparent wie möglich erfolgen. Transparente Kriterien und Auswahlentscheidungen durch unabhängige Fachjurys werden ein wesentliches Merkmal sein.

Wir werden den Schwerpunkt "Standortentwicklung & digitale Medien" setzen und hier sowohl die Medienqualifizierung als auch das Standortmarketing angehen.

Anrede.

Last but not least: Die technologische Entwicklung stellt aktuell die Kinos in Nordrhein-Westfalen vor große Herausforderungen. Gerade für die kleinen und mittleren Kinos, die Programmkinos, die Filmtheater fernab der Großstädte, ist die Umstellung auf digitale Projektionstechnologien eine Existenzfrage. Die Landesregierung weiß um den Wert der Kinos, auch um ihren kulturellen Wert. Deswegen werden wird Kinos im Rahmen der Initiative „Digitales Kino NRW“ bei der technologischen Umstellung unterstützen. Auch das ist ein wichtiger Schritt hin zum digitalen Medienland NRW.

Anrede.

Alle diese Schlüsselinitiativen werden zusammen mit der Film- und Medienstiftung NRW als integrierter Förderinstitution umgesetzt. Ich erhoffe mir also neue Impulse in der Medienförderung und bin sicher, dass die Film- und Medienstiftung NRW den digitalen Strukturwandel in NRW maßgeblich voranbringen wird.

An dieser Stelle möchte ich den Mitgeschaftern der Stiftung, WDR, ZDF, RTL und Landesanstalt für Medien ganz herzlich dafür danken, dass sie diese Aufgabenerweiterung der Filmstiftung NRW mittragen und unterstützen.

Schluss

Sie haben diese Veranstaltung unter die Überschrift gesetzt: „Von Medien, Macht und Menschen“. Lassen Sie mich das so „übersetzen“. Medien: Macht was für die Menschen. Und macht es mit den Menschen.

Ich bin sicher, wenn wir gemeinsam einen noch besseren Rahmen für das Medienland NRW bauen, wenn wir gemeinsam dafür sorgen, dass sich möglichst alle Menschen in diesem Rahmen auch zurecht finden und ihn nutzen können, dann können und werden die Medien unser Leben auch in Zukunft sehr bereichern.