

POSITIONSPAPIER : DIGITALE IDENTITÄT, KULTUR, VIELFALT, MEDIEN

Die Medien tragen entscheidend zur kulturellen Identität und Vielfalt unserer Gesellschaft bei. Da sich die Mediennutzung zunehmend in die digitale Welt verlagert, wird diese wichtige gesellschaftliche Funktion zunehmend von digitalen Medienangeboten übernommen.

Wir, die Hersteller solcher Angebote in Deutschland, fordern nun eine ernsthafte und zukunftsorientierte politische und wirtschaftliche Unterstützung für unsere Arbeit ein.

1. Die Zukunft ist digital. Wir können, wollen und müssen diese Zukunft auch im Bereich der Medien selbstbewusst und offensiv gestalten. Dafür brauchen wir der gesellschaftlichen Bedeutung dieser Entwicklung angemessene Unterstützungsmechanismen.
2. Digitale Medienangebote stellen eine neue, eigenständige Ausdrucksform dar. Sie transzendieren die alte Einteilung in Buch, Film, Game usw. und können in diesen Kategorien weder verstanden noch aus ihnen heraus erfolgreich entwickelt werden.
3. Digitale Medienangebote sind Kulturgut. Ihre Herstellung ist als eigenständige kulturelle Praxis zu verstehen. Die aus dieser Praxis hervorgehenden Ergebnisse sind ähnlich zu fördern, hervorzuheben und zu behandeln wie Kultur- und Mediengüter der analogen Welt.
4. Digitale Medienangebote sind Wirtschaftsgut. Sie funktionieren nach neuen, eigenen Wertschöpfungsmodellen. Diese Modelle entstehen nicht über Nacht, sondern müssen erst gefunden werden. Diese Findung benötigt experimentelle Freiräume.
5. Digitale Medienangebote basieren auf komplexer interdisziplinärer Teamarbeit. Programmierer, Designer und IT-Spezialisten arbeiten hier oft auf gleicher Augenhöhe mit klassischen Medienschaffenden. Sie sind Schöpfer, keine Dienstleister.
6. Digitale Medienangebote sind das Ergebnis neuartiger Arbeitsweisen. Diese Arbeitsweisen sind nutzerbezogen, prozessorientiert, agil, iterativ. Sie bedürfen Unterstützung in Form von ergebnisoffener Entwicklungs- und Prototypenförderung.
7. Digitales Arbeiten setzt ein neues Modell für Urheber- und Leistungsschutz voraus. Das heutige Modell deckt nicht die tatsächlichen Anforderungen des Marktes ab und ignoriert den kollaborativen Schöpfungsprozess. Es muss offen diskutiert und fortwährend aktualisiert werden.
8. Digitale Medienangebote haben disruptives Potential. Die technologisch begründete Infragestellung traditioneller Wertschöpfungsmodelle und Nutzungsweisen der Medien wird zu radikalen Umwälzungen führen. Zukunftsfähig sein heißt, dies als Chance zu betrachten.

Diese Erkenntnisse und der aus ihnen hervorgehende Handlungsbedarf gelten für alle Mediensparten und Kulturbereiche. Jeder Sektor wird daraus individuelle Forderungen ableiten müssen. Mit diesem Positionspapier wollen wir gemeinsam ein stärkeres Bewusstsein für die

gesellschaftliche Funktion und Relevanz digitaler Medienangeboten hervorrufen. The future is now. Wir brauchen eine starke digitale Kultur- und Medienpolitik, um diese Zukunft zu gestalten.

München/Berlin/Köln, April 2016

* Erforderlich

Vorname *

Meine Antwort

Nachname *

Meine Antwort

Beruf / Funktion-Firma *

Meine Antwort

E-Mail-Adresse

Meine Antwort

Kommentar *

max. 500 Zeichen

Meine Antwort

SENDEN

Geben Sie niemals Passwörter über Google Formulare weiter.

