

---

Prof. Dr. Christine Horz

## **Neuformulierung der Aufgaben öffentlich-rechtlicher Medien im digitalen Zeitalter.**

### **Medien- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven auf ein zeitgemäßes Angebot**

Stellungnahme als Sachverständige im Rahmen der öffentlichen Anhörung des Sächsischen Landtages zum 1. Medienänderungsstaatsvertrag

14.09.2020

Prof. Dr.Christine Horz  
Professur für Transkulturelle Medienkommunikation

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaft  
Institut für Translation und Mehrsprachige Kommunikation (ITMK)

T: +49 2218275-5263

E: [christine.horz@th-koeln.de](mailto:christine.horz@th-koeln.de)

Technische Hochschule Köln  
Campus Südstadt  
Ubierring 48  
50678 Köln  
Raum: 450

# Vorwort

Diese Stellungnahme beruht auf einer Einladung durch die GRÜNEN-Fraktion im Sächsischen Landtag, um als Sachverständige im Medien-Ausschuss Stellung zu nehmen. Gegenstand der öffentlichen Anhörung am 14.09.2020 ist der Entwurf für den 1. Medienänderungsstaatsvertrag (Anpassung des Rundfunkbeitrages).

Meiner Stellungnahme voranstellen möchte ich die These, dass die Zuspitzung der Diskussionen um die Weiterentwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf monetäre Aspekte im Kontext der Beitragserhöhung und des künftigen Auftrags in mehrerer Hinsicht zu kurz greift. Vielmehr erachte ich eine breiter gefasste Debatte im Zusammenhang mit einer notwendigen und systematischen Fortentwicklung des *Auftrags* der öffentlich-rechtlichen Medien im digitalen Zeitalter für unerlässlich.<sup>1</sup>

Die folgenden Ausführungen nehmen mithin ausgewählte medien- und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven in den Blick. Im Zentrum steht dabei die Frage, was öffentlich-rechtliche Medien heute und morgen über den Status Quo hinaus anbieten sollten, um bestmöglich eine demokratische Meinungsbildung möglichst vieler Menschen zu ermöglichen. Zu berücksichtigen ist dabei u.a., wie sich der Wandel der öffentlichen Meinungsbildung, der Medienkultur - insbesondere junger Menschen - der Aneignung von Welt durch Medien praktisch im Angebot öffentlich-rechtlicher Medien auswirken sollte und welche Erweiterung des öffentlichen Auftrags deshalb notwendig wird.

Meiner Stellungnahme voranstellen möchte ich zwei Erkenntnisse. Zunächst fußen meine Ausführungen u.a. mit Isosifidis (2010), Lowe (2016) sowie Dörr, Holznagel & Picot (2016) auf der Einsicht, dass der voranschreitende digitale Medienwandel öffentlich-rechtliche Medien herausfordert, ihre Aufgaben neu zu definieren und zu erweitern, um ihren Auftrag zeitgemäß zu gestalten. Verbunden mit der Erkenntnis, dass öffentlich-rechtliche Medien wie kein anderes Medium *existenzieller* Bestandteil unseres demokratischen Gemeinwesens sind, ermöglicht dies dem Sächsischen Landtag in politische Prozesse einzutreten, an deren Ende konkrete, innovative Maßnahmen und Gesetze stehen. Diesen Prozess mit meinen Ausführungen zu unterlegen, ist Ziel dieser Stellungnahme.

<sup>1</sup> Ich befasse mich seit vielen Jahren mit der Zukunftsentwicklung der öffentlich-rechtlichen Medien und der digitalen Ausgestaltung ihres Auftrags. Außerdem bin ich Mitautorin der „10 Thesen zur Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien“ (<https://zukunft-oeffentlich-rechtliche.de/>) sowie Initiatorin der Initiative Publikumsrat und Vorständin des Vereins zur Etablierung von Publikumsräten für öffentlich-rechtliche Medien e.V. Im Folgenden gehe ich auf ausgewählte Aspekte ein, die ich an anderer Stelle ausführlicher behandelt habe. U.a. hier: Horz, Ch. mit Hristio Boytchev, Malin Neumüller (2020): Wie divers sind deutsche Medien? In: Neue Deutsche Medienmacher e.V. (Hrsg.): Viel Wille, kein Weg. Eine Recherche über interkulturell vielfältiges Medienpersonal in deutschen Redaktionen und die Ansichten von Führungskräften im Journalismus zu Diversity in den Medien. Berlin, S. 24-67. Horz, Ch. (2020): Medienkritik als Selbstermächtigung: öffentlich-rechtliche Medien im Fokus medienkritischer AktivistInnen in Europa. In: Bucher, H.J. (Hrsg.): Medienkritik zwischen ideologischer Instrumentalisierung und kritischer Aufklärung. Köln, S. 211-229. Horz, Ch. (2017): Publikumperspektiven auf Transparenz und Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Medien. In: Torun, O.; Herzog, C.; Hilker, H. & Novy, L. (Hrsg.): Transparenz und Finanzierung öffentlich-rechtlicher Medien / Transparency and Funding of Public Service Media. Wiesbaden, S. 279-291. Horz, Ch. (2016): The Politics of Diversity and Public Service Media in Germany. In: Richter, Carola; Dupuis Indira & Averbek-Lietz, Stefanie (Hrsg.): Diversity in Transcultural and International Communication. Berlin, Münster, S. 35-65. Zudem versuche ich wichtige Debattenbeiträge der internationalen Kommunikationswissenschaft zum Thema zu bündeln und verweise auch auf weiterführende Literatur.

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>3</b>
<b>I Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien in einem demokratischen Gemeinwesen</b> .....	<b>5</b>
Problemdefinition .....	5
<b>II Auf dem Weg zu einem europäischen, gemeinwohlorientierten und digitalen Mediensystem</b> .....	<b>8</b>
Öffentlich-rechtliche Medien als Experimentierträume für neue journalistische und künstlerische Ansätze .....	10
Archivfunktion .....	11
Vielfalt der Stimmen, Zusammenhang von Diversität und Plusralism .....	12
<b>III Literatur</b> .....	<b>15</b>

# I Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien in einem demokratischen Gemeinwesen

*Internetdienste sind nicht gratis. Das Produkt [von sozialen Medien] ist die allmählich schleichende, kaum spürbare Änderung des eigenen Verhaltens und der Wahrnehmung. Das ist das einzig mögliche Produkt. Das ist das einzige womit sie Geld verdienen können: dein Verhalten zu verändern, deine Gedanken, deine Identität. (...)<sup>2</sup>*

*Wir haben eine Welt erschaffen, in der Online-Verbindungen das Wichtigste sind, vor allem für jüngere Generationen. Und wenn zwei Menschen in dieser Welt Kontakt aufnehmen, wird das immer durch einen gewieften Dritten finanziert, der dafür bezahlt, diese zwei Personen zu manipulieren. Wir haben eine globale Generation erschaffen, in der Kommunikation und Kultur im wesentlichen Manipulation bedeuten. Jason Lanier (Internetpionier).<sup>3</sup>*

*[Zum Geschäftsmodell der großen Plattformen]: „Das ist der Traum eines jeden Unternehmens. Die Garantie zu haben, dass eine Anzeige Erfolg hat. Das ist ihr Geschäftsmodell. Sie verkaufen Gewissheit. Um in dieser Branche erfolgreich zu sein, muss man bedeutende Vorhersagen machen. Man braucht große Datenmengen. [...] Das ist ein völlig neuer Markt. Ein Markt den es so vorher nicht gab. Und es ist ein Markt, der ausschließlich mit Human Futures handelt. Ebenso wie es Märkte gibt, die mit Schweinebauch-Futures oder Rohöl-Futures handeln, gibt es heute Märkte die mit Human Futures handeln. Und zwar in großem Maßstab. Und diese Märkte haben Billionen Dollar eingespielt und die Internetunternehmen zu den reichsten Firmen in der Geschichte der Menschheit gemacht.“ (Prof. em. Shoshana Zuboff, US-Amerikanische Wirtschaftswissenschaftlerin, Harvard Business School).<sup>4</sup>*

## Problemdefinition

In Deutschland und anderen europäischen Ländern wird von Kritikern moniert, öffentlich-rechtliche Medien (ÖRM) seien zu teuer und letztlich ›überflüssig‹ geworden, auch weil die Digitalisierung die vormalige Ressourcenknappheit an Sendefrequenzen aufgehoben hat. Deshalb stünde ein ausreichendes Maß an Vielfalt im Mediensektor zur Verfügung und öffentlich-rechtliche Medien sollten nur noch ergänzende Dienstleistungen liefern oder seien zumindest aufgefordert deutliche Einsparungen vorzunehmen.<sup>5</sup> Diese Einschätzungen greifen jedoch wesentlich zu kurz.

<sup>2</sup> Jason Lanier, Internetpionier, in: Das Dilemma mit den sozialen Medien (Dokumentation, Netflix 2020), Min 14:34.

<sup>3</sup> Ders., in: Das Dilemma mit den sozialen Medien (Dokumentation, Netflix 2020), Min 21:45.

<sup>4</sup> Prof. Dr. em. Shoshana Zuboff, Harvard Business School, in: Das Dilemma mit den sozialen Medien (Dokumentation, Netflix 2020, Min 15:05). Autorin: The age of surveillance capitalism. The fight for a human future at the new frontier of power, 2019.

<sup>5</sup> Wissenschaftlicher Beirat 2014.

In der Forschung und auch überwiegend in der Politik besteht weitgehender Konsens, dass öffentlich-rechtliche Medien weiterhin ein wichtiger Baustein der Demokratie und für den offenen Prozess der Meinungsbildung sind.<sup>6</sup> Die teils disruptiven Entwicklungen der jüngsten Zeit (u.a. Corona-Krise; Fluchtmigration) machen aber immer deutlicher, dass dem Gemeinwohl verpflichtete Medien wie ARD, ZDF und Deutschlandradio nicht nur „unverzichtbar“, sondern sogar *existenziell* für das Fortbestehen eines demokratischen Gemeinwesens sind.<sup>7</sup>

Ein wesentlicher Indikator für die kulturformierende Kraft<sup>8</sup> des Internets bzw. des Social Webs lässt sich am Beispiel jugendlicher Onliner und der für demokratische Meinungs- und Willensbildungsprozesse so wichtigen Nachrichtenrezeption anhand der Digital News Studie 2019 nachvollziehen.<sup>9</sup>

- Das *Nachrichteninteresse* insbesondere bei den unter 35-Jährigen sinkt. Bei den 18- bis 24-Jährigen ist es im Vergleich zum Vorjahr 2018 mit -11 Prozentpunkten noch deutlicher zurückgegangen.<sup>10</sup>
- für 69 Prozent der 18- bis 24-Jährigen ist das Internet die *wichtigste Nachrichtenquelle*. Das entspricht einem Anstieg von zehn Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr 2018.
- Sogenannte soziale Netzwerke sind für 50% der 18-24-Jährigen die *Hauptnachrichtenquelle*. Noch werden soziale Netzwerke ergänzend genutzt. Instagram hat Facebook als präferierte Plattform bei der Nachrichtennutzung junger Menschen abgelöst.

Nachrichtennutzung (nicht nur) von jungen Menschen findet somit zunehmend in einem fragwürdigen Kommunikationsumfeld statt.

- Je mehr sich Bürger über personalisierte Nachrichtenkanäle informieren, desto mehr Kontakt haben sie mit homogenen Informationen. Jede fragmentierte Community, ja jeder einzelne User, erhält ein von Algorithmen und KI maßgeschneidertes Set an Informationen, weil die Algorithmen aufgrund der Geschäftsmodelle der Plattformbetreiber genau dies unterstützen. Auf diese Weise verstärken sich in den so entstehenden *Echokammern* politische Meinungen, was letztlich zur Polarisierung von Einstellungen beitragen kann.<sup>11</sup>
- diese fragmentierten Communities können mit Hilfe der Netzwerkstruktur des Internets Falschnachrichten (*Fake News*) exponentiell (viral) verbreiten – einzelne Produzenten<sup>12</sup> können durchaus Reichweiten ähnlich der New York Times oder CNN erreichen.<sup>13</sup> Jüngstes Beispiel sind die mit der Corona-Krise in sogenannten sozialen Medien zirkulierenden Falschnachrichten, die der WHO- Generalsekretär als „Infodemic“ bezeichnet hat.<sup>14</sup> Fake News verunsichern viele Nutzerinnen und Nutzer.

6 Gemeinsam mit KollegInnen habe ich dies in den „10 Thesen zur Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien“ begründet, [www.zukunft-öffentlich-rechtliche.de](http://www.zukunft-öffentlich-rechtliche.de). Vgl. u.a.: Hoehrangige Gruppe 2013; Lowe 2008. Vertrag von Amsterdam.

7 Horz 2017b.

8 Grimm/Krah 2014;

9 Hölig, Hasebrink 2019.

10 Ebd.:11.

11 Del Vicario et al (2015); Lutz (2017); Preuß, Tetzlaff, Zick (2017); Schweiger et al. 2019.

12 Bruns 2007.

13 Allcott & Gentzkow (2017).

14 Kompetenznetzwerk Public Health Covid-19 (Hrsg.): Umgang mit Falschnachrichten in den Medien. [https://www.public-health-covid19.de/images/2020/Ergebnisse/2020\\_05\\_11\\_Factsheet\\_Fake\\_News-V1.pdf](https://www.public-health-covid19.de/images/2020/Ergebnisse/2020_05_11_Factsheet_Fake_News-V1.pdf), (12.05.2020).

Sie erfordern wiederum die Fähigkeit, Qualitätsjournalismus von Lügen unterscheiden zu können.

Das bedeutet, dass die für ein funktionierendes Gemeinwesen wichtigen Forums- und Integrationsfunktionen massenmedialer Kommunikation in diesen Teilöffentlichkeiten kaum mehr funktionieren.

Andererseits wird Nachrichten, die über soziale Medien konsumiert werden am wenigsten vertraut.<sup>15</sup> Im Schnitt 16 Prozent und bei den 18-24-Jährigen sogar nur 12 Prozent vertrauen Nachrichten in sozialen Medien.<sup>16</sup> Den öffentlich-rechtlichen Nachrichtenmarken Tagesschau (ARD) und heute (ZDF) wird weiterhin großes Vertrauen entgegengebracht, auch von jüngeren Zielgruppen. Vertrauen gilt als zentrales Gut im demokratischen Diskurs.

Die jugendlichen Zielgruppen interessieren sich immerhin zu 36 Prozent „einigermaßen“ für Politik, 34 Prozent sogar „sehr“. Hier deutet sich bereits eine Kluft zwischen Politik- und Nachrichteninteresse an. Der Trend zum „Generationenabriss“ beim linearen Fernsehangebot kann also durchaus mit neuen digitalen Angeboten der durch alle Generationen hindurch präferierten Nachrichtenmarken Tagesschau (ARD) und heute (ZDF) verzögert werden.

Insofern wird hier dafür plädiert, die politische Debatte nicht verengt auf die Beitragsentwicklung der öffentlich-rechtlichen Medien zu führen. Vielmehr sollte die Politik den Rahmen dafür schaffen, damit eine erweiterte, auch gesamtgesellschaftlich zu führende Debatte über den Auftrag der öffentlich-rechtlichen Medien im digitalen Zeitalter geführt werden kann. Die Rundfunk- und Programmautonomie der Sender sollte dabei unangetastet bleiben. Etwaige Verknüpfungen zwischen Beitragserhöhung und Auftragsfortentwicklung sind aufgrund verfassungsrechtlicher Bedenken zu vermeiden.

Wie kann aber der Auftrag erneuert werden? Es liegt in der Struktur der öffentlich-rechtlichen Medien in Deutschland begründet, den Herausforderungen auf zwei Ebenen zu begegnen: politisch/regulatorisch sowie auf der Ebene der Rundfunkanstalten (Bardoel & D'Haenens 2004). Die Herausforderung für Politik bzw. Regulierung bestehen schließlich darin, Medienpolitik mit den BürgerInnen im Sinne einer Media Governance zu gestalten. Dazu gehört auch, die Gremienarbeit transparenter zu machen sowie die Gremien in die Gesellschaft hinein zu öffnen. Schon heute können Gremienmitglieder Kontakt zur Zivilgesellschaft aufnehmen und in Dialog treten - diese Möglichkeit wird jedoch kaum genutzt. BürgerInnen sollten mit der Arbeitsweise der Gremien und medienpolitischen Bedingungen und Möglichkeiten bekannt gemacht werden. Der BBC Trust hat es mit den *Audience Councils* vorgemacht – BürgerInnen treffen sich in lokalen Gruppen und diskutieren mit der BBC aktuelle medienpolitische Themen. Auch die SRG Deutschschweiz kann als Vorbild dienen. Hier engagieren sich über 15.000 Menschen in den Publikumsvereinen, woraus auch die Publikumsratsmitglieder (ähnlich den deutschen Rundfunk- und Fernsehräten) gewählt werden.

Folgende konkrete Aspekte zur Erneuerung des Auftrags erscheinen aus Sicht medien- und kommunikationswissenschaftlicher Überlegungen notwendig:

<sup>15</sup> Infratest 2016; Hölig, Hasebrink 2019:25f.

<sup>16</sup> Hölig, Hasebrink 2019:28.

## II Auf dem Weg zu einem europäischen, gemeinwohlorientierten und digitalen Mediensystem

Die Telemedienkonzepte der Sender liefern noch weitgehend punktuelle Maßnahmen, die auf jeden einzelnen Sender zugeschnitten sind. Notwendig für die Fortschreibung des Auftrags der ÖRM in der digitalen Welt ist aber ein Gesamtkonzept, das zudem europäische Dimensionen mit einbezieht und als Korrektiv für die kommerziellen Plattformen fungiert. Wie dieses Gesamtkonzept für gemeinwohlorientierte Internetplattformen aussehen könnte, formuliert die Idee der „public open spaces“ wie sie von Dörr, Holznagel & Picot 2016 vorgeschlagen wurden.

Die drei Autoren beschreiben in ihrer Expertise für das ZDF, dass öffentlich-rechtliche Online-Präsenzen zu einem öffentlichen Raum für Inhalte hoher Qualität weiter entwickelt werden sollten, an dem sich auch andere Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen wie Museen, Archive und Bibliotheken beteiligen. Die Idee wurde von einem Konsortium von WissenschaftlerInnen unter dem Begriff EPOS (European Public Open Spaces) weitergeführt.<sup>17</sup> Zwei Besonderheiten im Gegensatz zu Public-Private Partnership Modellen wie es zum Beispiel der BR-Intendant Ulrich Wilhelm vorgeschlagen hat ist, das EPOS als gemeinwohlorientierte und nicht-kommerzielle Plattform bzw. Netzwerk aus Plattformen funktionieren soll, wie Grassmuck beschreibt. Schließlich haben ARD und ZDF bereits begonnen, ihre Mediatheken zu vernetzen, eine „Super-Mediathek“ widerspärche auch den technischen Möglichkeiten sowie der Nutzungslogik des Internets.

Zudem soll EPOS von vornherein europäisch gedacht werden. Durch die vorhandene Technik kann EPOS mit Hilfe von Open Source Übersetzungsdienste wie Deepl beispielsweise europäische Nachrichtensendungen übersetzen. Ob PPP oder nicht-kommerziell wäre letztlich daran zu entscheiden, inwieweit die Partner bereit sind, das Gemeinwohl in den Vordergrund zu stellen.

Die Initiative für Public Value Plattformen hat sich international vernetzt und auch die Politik hat das Thema mittlerweile aufgegriffen.<sup>18</sup> Die WissenschaftlerInnen schlagen vor, dass EPOS aus vier konstitutiven Elemente aufgebaut ist:

- Öffentlich-rechtliche Medien,
- öffentliche Wissensinstitutionen wie Europeana, Kultur- und Wissenschaftseinrichtungen wie Museen, Archive, Bibliotheken und Hochschulen,
- zivilgesellschaftliche Wissensinstitutionen wie Wikipedia, Open Access Science, Freie Software, Commons
- BürgerInnen.

Dabei geht es auch um die „digitale Selbstbestimmung“, die der Müncher Digitalexperte Jan-Hendrik Passoth fordert.<sup>19</sup> Regulierung alleine könne die Macht der Internetkonzerne nicht bändigen. Vielmehr müssten Alternativen her, „die gesellschaftlichen Zusammenhalt

<sup>17</sup> Leonhard Dobusch, Ellen Euler, Volker Grassmuck, Christine Horz, Christian Herzog, Phil Ramsey, Barbara Thomaß.

<sup>18</sup> Grassmuck 2019

<sup>19</sup> Jan-Hendrik Passoth (SZ, 23. Juni 2019): Europa braucht digitale Selbstbestimmung. <https://www.sueddeutsche.de/digital/passoth-internet-google-europa-infrastruktur-plattformen-1.4492770> (28.06.2019).

fördern und europäischen Werten folgen“. Diese sieht er „im Aufbau alternativer, offener und transparenter Infrastrukturangebote“, wie EPOS. Politischer Gestaltungswille könne entscheidende Impulse setzen. Passoth plädiert für drei konkrete Schritte:

1. Erstens, braucht es ein starkes Förderprogramm für neue wissenschaftliche und angewandte Projekte und zur Bündelung vorhandener Initiativen im Bereich gemeinwohlorientierter Technologien, die sich der Stärkung digitaler Souveränität verschrieben haben.
2. Zweitens ist deren prozessorientierte Koordination wichtig, um die Dynamik der Einzelprojekte zu bündeln und ein europäisches digitales Ökosystem wachsen zu lassen. Eine europäische Koordinierungsstelle, flankiert von einem zivilgesellschaftlichen Digitalrat als demokratisch legitimierter Aufsichtsinstanz, könnte diese Aufgabe übernehmen.
3. Schließlich braucht es Pilotprojekte, die mit mutigem Beispiel vorangehen. Die deutsch-französische Agenda zur Umsetzung des Vertrags von Aachen ist dafür eine Chance.

Erste Forschungsprojekte formieren sich bereits. So möchte ein internationales Konsortium unter Beteiligung der Autorin gemeinsam mit Praxispartnern (u.a. funk, JFF) erforschen, was Jugendliche 14-16-Jährige unter gemeinwohlorientierten Medien verstehen. Hierbei werden co-creation und Design-Thinking-Prozesse den ÖRM Hinweise geben, wie unter Wahrung der Programmfreiheit Mediennutzende intensiver in die Formatentwicklung einbezogen werden können.<sup>20</sup>

EPOS kann einen gemeinwohlorientierten Anlaufpunkt im Internet bieten, weil sich alle für qualitätsgesichertes, relevantes, quellengestütztes Wissen und für freien und universellen Zugang dazu engagieren – wie die ÖRM. Die BürgerInnen beteiligen sich an EPOS zum einen inhaltlich durch Kommentare, Empfehlungen, Kuratierung und Inhalteproduktion. Außerdem werden sie in die Media Governance inkludiert. Denn auch für Medienpolitik und –regulierung gilt: Nachhaltige Lösungen sind ohne Beteiligung der BürgerInnen kaum mehr zu erreichen.<sup>21</sup> Partizipation ist entscheidend für die gesellschaftliche Integration, indem sie Gemeinschaften wieder ins Gespräch bringt und Demokratie erlebbar macht. Selbstverständlich müssen hier Wege gefunden werden, um die negativen Entwicklungen in Zusammenhang mit Bürgerbeteiligung im Netz wie die Entzivilisierung der Diskurse zu verhindern. Durch EPOS bieten sich zahlreiche Ansatzpunkte, normative Funktionen der ÖRM wie den Bildungsauftrag für das digitale Zeitalter zu erweitern. So können alle beteiligten Institutionen ihren Beitrag leisten, eine „Nutzerethik“ zu fördern.<sup>22</sup> Ein Beispiel sind auch begleitende Public Value Konferenzen mit regelmäßiger Beteiligung der Bürger, wie sie auch der österreichische ORF durchführt.<sup>23</sup>

Weitere Aspekte können dazu beitragen, den Auftrag der ÖRM im Digitalzeitalter neu zu formulieren. Diese können durchaus auch in EPOS inkludiert werden:

20 Horz, Ch., Jackson, E., Davis, Ch.: Youth Media & Culture Network. A Transatlantic Consortium Investigating Young People's Citizenship Through Public Service Media.

21 Kleinsteuber 2011.

22 Bedford-Strom (2018): Wie verändern digitale Medien die politische Partizipation? <https://zemdg.de/2018/06/26/wie-veraendern-digitale-medien-die-politische-partizipation/>

23 <https://zukunft.orf.at/> (13.09.2020)

## Öffentlich-rechtliche Medien als Experimentierträume für neue journalistische und künstlerische Ansätze

Die Corona-Krise hat gezeigt, dass Kleinst-Plattformen innovative Foren bereit stellen, um Kultur durch die Krise zu bringen. Als Beispiele lassen sich Initiativen wie *Berlin(a)live* nennen, die der Berliner Senat zur Unterstützung notleidender Künstler ins Leben rief. Künstler stellen ihre Auftritte ins Netz und können auf Spendenbasis auch monetär davon profitieren. Auch selbstorganisierte Kleinst-Plattformen der Berliner Clubszene wie *#unitedwest-ream* sind erst Ansätze. Es wäre denkbar, dass ÖRM selbst ihre Infrastruktur zur Verfügung stellen oder in Kooperation mit Initiativen solche Experimentierträume schaffen. Die Einbeziehung innovativer Initiativen begünstigt es, dass neue Unterhaltungs- und journalistische Formate entstehen, die auch den Nutzungsgewohnheiten der jüngeren Zielgruppe entsprechen. Hier ist dringender Reformbedarf angezeigt, denn schließlich beteiligen sich die Jüngeren ebenso mit ihrem solidarischen Rundfunkbeitrag wie auch die älteren Generationen. Ihre Präferenzen finden sie zwar im ARD/ZDF Jugendangebot „funk“ widergespiegelt - Funk zeigt auf, was möglich ist und einige Formate wurden bereits in die Hauptprogramme integriert. Allerdings hat funk, auch von der Finanzausstattung her noch weitgehenden Nischencharakter.

Journalistische Angebote bieten zudem Potenzial für zukunftsweisende Experimente der Nutzerinklusion. Der mit dem Medienwandel einhergehende Kulturwandel hat dazu geführt, dass sich Nutzungsgewohnheiten und –erwartungen stark verändert haben, sie wollen stärker einbezogen werden und über das Produkt selbst sprechen.<sup>24</sup> Medien selbst mitzugestalten muss als eine soziale Aufgabe betrachtet werden, die mit kultureller und digitaler Bürgerschaft verbunden ist und es Jugendlichen ermöglicht, "Entscheidungen zu treffen, an der Gesellschaft teilzunehmen und kritische Fähigkeiten zu entwickeln" (Zorn 2008:1). Neben der Zunahme von jungen Menschen als populäre kulturelle Berühmtheiten beobachten wir einen Anstieg von jungen Menschen als Aktivisten und Führungspersönlichkeiten, die in der Lage sind, internationale Veränderungen zu bewirken (z.B. Greta Thunberg und Malala Yousafzai). Um das Potenzial, das Jugendliche in Bezug auf die Beeinflussung der Kultur haben, weiter hervorzuheben, hat die Forschung auf die Notwendigkeit hingewiesen, dass Jugendliche aktiv zu den von ihnen konsumierten Medien beitragen müssen<sup>25</sup>. Dennoch werden Jugendliche oft unterschätzt und von solchen Prozessen ausgeschlossen. Diese Diskrepanz deutet auf einen dringenden Reformbedarf hin.

Dass BürgerInnen und Bürger durchaus in der Lage sind, journalistische Angebote mitzugestalten belegt die Wochenzeitung „Der Freitag“. Hier wird bereits ein Drittel des Angebots, unter Kuratierung professioneller JournalistInnen, durch die Nutzenden generiert.<sup>26</sup>

Experimentelle Freiheiten sind nur mit einer soliden Finanzierung der Sender möglich. Die Politik sollte zudem Mittel für wissenschaftliche Begleitforschung bereitstellen, welche die Experimente flankieren.

<sup>24</sup> Horz 2019.

<sup>25</sup> Vgl. <https://www.thechildrensmediaconference.com/blog/2019/07/03/report-kids-taking-a-stand/> (02.09.2020).

<sup>26</sup> Reimer et al (2015)

## Archivfunktion

Das Fernsehratsmitglied und Professor für Organisation an der Universität Innsbruck, Leonhard Dobusch, plädiert dafür, die Archivfunktion der Sender ernst zu nehmen, denn im Internet seien (fast) alle Inhalte Archivinhalte.<sup>27</sup> Tatsächlich sind die Inhalte der ÖRM auch Kulturgut, deshalb plädieren WissenschaftlerInnen für eine Archivierungspflicht der ÖRM.<sup>28</sup> Sie sind eine „Datenbank der Geschichte unseres Sendegebiets“, wie der Archivar des SWR sie bezeichnet. Der SWR ist mithin der einzige ÖRM in Deutschland, der systematisch historisches Material ins Netz stellt.<sup>29</sup>

Fernseh- und Radioinhalte werden jedoch in der Regel nur teilweise und zeitlich begrenzt vorgehalten. Die technischen Möglichkeiten der Online-Welt erlauben es aber, Inhalte dauerhaft zur Verfügung zu stellen. Algorithmische Empfehlungssysteme können dabei helfen Nutzerfreundlichkeit herzustellen und Inhalte leichter zu finden. Dabei ist jedoch ebenfalls darauf zu achten, dass diese Empfehlungssysteme auf open source Software beruhen. Denn tatsächlich stellen die großen kommerziellen Plattformanbieter bislang weitgehend auch die Infrastruktur für Empfehlungssysteme zur Verfügung, die ihrerseits Nutzerdaten sammeln.<sup>30</sup>

Die Öffnung der Online-Archive muss dabei als Investition in die Zukunft verstanden werden. Es ist für eine doppelte Öffnung der Archive zu plädieren:

- Erstens sollten Inhalte überhaupt digital erfasst und online zugänglich gemacht werden. Diese Erfassung sollte sich nicht nur an klassisch-archivarischen Kriterien, sondern auch bereits an den Erfordernissen neuer, öffentlich-rechtlicher Such- und Empfehlungsalgorithmen orientieren.
- Zweitens sollten die ohnehin notwendigen Aufwände zur Rechtklärung im Einzelfall gleich dafür genutzt werden, Inhalte möglichst unter offenen Lizenzen bereitzustellen. Denn gerade ältere, zeithistorisch relevante Inhalte sind naturgemäß von besonderer enzyklopädischer Relevanz und eignen sich deshalb besonders gut dafür, in freie Wissensprojekte eingebunden zu werden.<sup>31</sup>

Diese doppelte Öffnung müsste unter notwendigen Investitionen auch kommunikativ begleitet werden. Das Projekt kann auch zur Profilierung und Legitimierung öffentlich-rechtlicher Online-Angebote beitragen.

27 Dobusch, L. (18.04.2019): <https://netzpolitik.org/2019/neues-aus-dem-fernsehrat-37-wir-muessen-endlich-ueber-archive-reden/#vorschaltbanner> (02.09.2020).

28 Kramp, L. (2015)

29 Bouhs, D. (2019).

30 Sørensen, J. 2020.

31 Dobusch 2019)

## Vielfalt der Stimmen, Zusammenhang von Diversität und Plusralism

Deutschland ist ein Einwanderungsland. Dennoch spiegelt sich die kulturelle Vielfalt nach wie vor zu wenig im Journalismus sowie in den Chefetagen deutscher Massenmedien wider: nur sechs Prozent haben einen (europäischen) Migrationshintergrund.<sup>32</sup> Jenseits der Chefetagen hat sich zwar etwas bewegt, doch Studien weisen darauf hin, dass weiterhin nur etwa 1-4 % der JournalistInnen Migrationhintergründe habe.<sup>33</sup> Angesichts eines aktuellen Bevölkerungsanteils der Personen mit Migrationshintergrund von über 25 Prozent sind derzeit deutliche personelle und inhaltliche Defizite hinsichtlich pluralistischer Berichterstattung zu erkennen. Dies hat Folgen für die öffentliche Kommunikation, denn die Diversität der Medienproduzierenden wirkt sich auf den Medien- und Meinungspluralismus aus.<sup>34</sup> Fehlen vielfältige Stimmen, so fehlen auch Perspektiven in der Öffentlichkeit. Öffentlich-rechtliche Medien können hier Vorreiter werden, Vielfalt in ihren Anstalten zu entwickeln. Aufgrund ihres universalistischen Auftrags ist dies sogar geboten. Diese Vielfaltsentwicklung müsste auf allen Ebenen systematisch und nachhaltig entwickelt werden.<sup>35</sup>

### a. Umbau der Personalstruktur und Entscheider-Ebenen (Meso-Ebene):

- Hier müsste Ausschreibungstexte, Menschen mit Migrationshintergrund und ihre Kompetenzen gezielter ansprechen.
- Anonyme Datenerhebungen zur Generierung aggregierter Daten zur Vielfaltsmessung im Unternehmen wären zu implementieren, um einen Überblick über Fortschritte zu erhalten.. Hier wären auch der Gesetzgeber sowie die Gewerkschaften angesprochen, so dass eine allseits akzeptierte Lösung gefunden werden kann, wie persönliche Daten dabei ausreichend geschützt werden können.
- Entscheider-Ebenen und Gremien müssten ebenfalls mit Blick auf Vielfalt umgebaut werden. Inwiefern hier Quoten oder konkrete Zielvorgaben eine Lösung darstellen, müsste mit allen Stakeholdern unter Einbeziehung von Menschen mit Migrationshintergrund und Diskriminierungserfahrungen sowie ihrer Lobbyorganisationen diskutiert werden.
- Weiterbildungsmaßnahmen für alle redaktionell Tätigen, um transkulturelle Kompetenzen auszubauen. Hier könnte ein Anreizsystem Mitarbeiter\*innen zur Teilnahme bewegen.
- Nicht zuletzt sollte auch die Talententwicklung ausgebaut werden. Idealerweise setzt sie bereits in der Schule an. Beispiele hierfür sind etwa das Projekt „Journalismus macht Schule“ der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb). Auch wenn Medienkompetenz bislang im Aufgabenbereich der für den privat-kommerziellen Rundfunk zuständigen Landesmedienanstalten liegt, könnten beispielsweise auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten ihren Bildungsauftrag in diesem Sinne ausweiten.

32 Horz 2020.

33 Pöttker et al. 2016.

34 Napoli 1999.

35 Horz 2020.

- Der Ansatz der „Integrationsbeauftragten“ oder „Diversity-Officer“ weist in die richtige Richtung. Sie sollten auf sicheren Positionen in den Medienunternehmen die Federführung für die zahlreichen Projekte übernehmen und auch im Sinne von Ombudspersonen die Interessen der Menschen mit Diskriminierungserfahrung mit jenen der jeweiligen Medienorganisation harmonisieren.
- b. Inhaltliche Ebene (Micro- und Macro-Ebene):
- Vielfalt der Redaktionsteams ist eng mit Medien- und Meinungspluralismus verbunden. Dazu ist es erforderlich, dass Medienunternehmen Hierarchien abbauen und agile Managementformen einführen. Nur so kann dem konstanten gesellschaftlichen Wandel adäquat begegnet werden.
  - Die Schulung von Kompetenzen zur kultursensiblen Berichterstattung sollte integraler Bestandteil der journalistischen Ausbildung sein.
  - Co-Creation von Inhalten und Entwicklung neuer Format, die auch Minderheiten stärker ansprechen.
- c. Transparenz und Evaluation:
- Erforderlich ist außerdem Transparenz der Strategien, Ziele und Evaluationen durch Veröffentlichungen, wie dies auch die BBC tut.
  - Inwiefern diese Maßnahmen Wirkung entfalten, sollte in regelmäßigen Abständen, im Idealfall auch von externen Stellen, wissenschaftlich durch unabhängige Institute evaluiert werden. So können die Strategien konstant nachjustiert und die Maßnahmen an die gesellschaftliche Vielfaltsentwicklung angepasst werden.

Beispiele, wie die Diversität in den ÖRM erhöht werden könnte, liefert die britische BBC.<sup>36</sup> Zudem arbeitet die Autorin derzeit an einem Forschungsprojekt in Kooperation mit den Neuen Deutschen MedienerInnen e.V., dass zentrale Leitlinie für die Diversitätsentwicklung vorschlagen will.

Um Diversität zu erhöhen, wird zusammenfassend empfohlen, redaktionelle Stellen grundsätzlich auszuschreiben und dabei zu erwähnen, dass sich die Ausschreibungen auch an Menschen mit Migrationsgeschichte und rassistischer Diskriminierungserfahrung richtet. Die Gleichstellung von Personal mit Migrationshintergrund und rassistischer Diskriminierungserfahrung auf unterschiedlichen Hierarchiestufen sollte regelmäßig in den Häusern erfasst und im Idealfall mit Hilfe wissenschaftlicher Expertise evaluiert werden. Darauf aufbauend sollten Medienunternehmen Zielvorgaben definieren und nach Strategien suchen, diese umzusetzen. Ein Vorbild können vorhandene Geschlechter-Gleichstellungsmaßnahmen sein. Zu guter Letzt sollten die Diversitätsstrategien sowie deren Evaluierungen transparent gemacht und veröffentlicht werden. Auf diese Weise können die Mediennutzenden

<sup>36</sup> <http://downloads.bbc.co.uk/diversity/pdf/diversity-and-inclusion-strategy-2016.pdf> (30.03.2020)

nachvollziehen, was die Medienunternehmen in dieser Hinsicht leisten, und es kann sich im besten Falle ein Wettbewerb der innovativsten Maßnahmen für mehr kulturelle Vielfalt im Mediensystem entwickeln.

Die ausreichende Finanzausstattung zur Gestaltung der oben skizzierten Zukunftsaufgaben der ÖRM ist somit mehr als gerechtfertigt. Öffentlich-rechtliche Medien sind weder ein Luxusgut, noch ein Clubgut, das lediglich freiwilligen Zahlern zur Verfügung steht, wie die Streamingdienste. Vielmehr erfüllen sie bedeutende gesellschaftliche Funktionen, die es auch im Digitalzeitalter zu erfüllen gilt.

### III Literatur

Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017): Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, Volume 31, Number 2, Spring 2017, S. 211–236.

Bardoel, Jo & d'Haenens, Leen (2004): Media Meet the Citizen. Beyond Market Mechanisms and Government Regulations. *European Journal of Communication*, Vol 19(2): 165–194. [10.1177/0267323104042909]

Bardoel, J. & d' Haenens, L. (2008): Reinventing public service broadcasting in Europe: Prospects, promises and problems. *Media, Culture and Society*, 30(3): 337–355.

Bedford-Strom, J. (2018): Wie verändern digitale Medien die politische Partizipation? <https://zemd.de/2018/06/26/wie-veraendern-digitale-medien-die-politische-partizipation/> (13.09.2020)

Bouhs, D. (17. September 2019): Der mühsame Weg, das Rundfunk-Gedächtnis zugänglich zu machen. <https://uebermedien.de/41717/der-muehsame-weg-das-rundfunk-gedaechtnis-zugaenglich-zu-machen/> (10.09.2020).

Bruns, Axel (2007) Producers: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation. In *Proceedings Creativity & Cognition 6*, Washington, DC.

Daskal, E. (2016): 'My voice needs to be heard': Cultural challengers in the regulatory arena. *International Journal of Communication*, 10: 796–804.

Del Vicario et.al. (2015): Echo chambers in the age of misinformation. <http://arxiv.org/pdf/1509.00189v2.pdf> (Stand: 09.09.2020).

Eilders, C.; Hasebrink, U. & Herzog, A. (2006): Das aktive Publikum. Institutionalisation zivilgesellschaftlicher Kontrolle des Fernsehens auf europäischer Ebene. In: Langenbucher, W. R. & Latzer, M. (Hrsg.): *Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 330–351.

Enli, G. S. (2008) Redefining public service broadcasting: Multi-platform participation. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1): 105–120.

Grimm, P. & Kraus, H. (2014): Ende der Privatheit? Eine Sicht der Medien- und Kommunikationswissenschaft, 29.10.2014, Symposium des Deutschen Hochschulverbandes: „Ende der Privatheit?“ (Publikation einer gekürzten Fassung der Kurzfassung in *FORSCHUNG UND LEHRE*, Dezember 2014).

Grassmuck, V. (2019): Eine eigene Infrastruktur. Der politische Wille ist da: Die europäische digitale Öffentlichkeit hat Rückenwind. *Medienkorrespondenz*, 17.12.2019. <https://www.medienkorrespondenz.de/leitartikel/artikel/eine-eigene-infrastruktur.html> (Stand: 13.09.2020).

Hagen, L. M., Au, A.-M. i. d., & Wieland, M. (2017). Polarisierung im Social Web und der intervenierende Effekt von Bildung: eine Untersuchung zu den Folgen algorithmischer Medien am Beispiel der Zustimmung zu Merkels "Wir schaffen das!". *kommunikation @ gesellschaft*, 18, 1-20. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-51503-4>

Herzog, C. & Zetti, D. (2016) Öffentlich-rechtliche Medien, zivilgesellschaftliche Interessengruppen und die Mitverantwortung des Publikums. In Stapf, I.; Prinzing, M. & Filipović, A. (Hrsg.): *Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive*. Baden-Baden: Nomos: 253–271.

- Hochrangigen Gruppe zur Freiheit und Vielfalt der Medien (Prof. Vaira Vīķe-Freiberga, Prof. Herta Däubler-Gmelin, Ben Hammersley, Prof. Luís Miguel Pórigues Pessoa Maduro) (Hrsg.) (2013): Freie und pluralistische Medien als Rückhalt der europäischen Demokratie.
- Hölig, S. & Hasebrink, U. (2019): Reuters Institute Digital News Report 2019 – Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut, Juni 2019 (Arbeitspapiere des HBI Nr. 47).
- Horz, Christine (2017a): Publikumperspektiven auf Transparenz und Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Medien. In Torun, O.; Herzog, C.; Hilker, H. & Novy, L. (Hrsg.): Transparency and Funding of Public Service Media – Die deutsche Debatte im internationalen Kontext. Wiesbaden: Springer VS: 279–291.
- Horz, Ch. (2017b): Daseinsvorsorge für demokratische Öffentlichkeit: Was müssen Öffentlich-Rechtliche leisten? <https://www.boell.de/de/2017/06/08/daseinsvorsorge-fuer-demokratische-oeffentlichkeit-was-muessen-oeffentlich-rechtliche> (Stand 13.09.2020).
- Horz, Ch. (2019): Medienkritik als Selbstermächtigung: Öffentlich-rechtliche Medien im Fokus medienkritischer AktivistInnen in Europa. In: Bucher, Hans-Jürgen (Hrsg.): Medienkritik: Zwischen ideologischer Instrumentalisierung und kritischer Aufklärung. Grundlagen – Fallanalysen – Problemfelder. Köln, S. 211-229.
- Horz, Ch. (2020): Wie divers sind deutsche Medien? In: Neue Deutsche Medienmacher\*innen e.V. (Hrsg.): Viel Wille, kein Weg. Eine Recherche über interkulturell vielfältiges Medienpersonal in deutschen Redaktionen und die Ansichten von Führungskräften im Journalismus zu Diversity in den Medien. Berlin: NdM e.V./Google Deutschland, S. 24-67.
- Iosifidis, P. (Hrsg.) (2010): Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Jakubowicz, K. (2010): PSB 3.0: Reinventing European PSB. In: Iosifidis, P. (Hrsg.): Reinventing Public Service Communication: European Broadcasters and Beyond. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan: 9–22.
- Jarren, O. (2007): Verantwortungskultur durch Media Governance. Plädoyer für einen Paradigmenwechsel in der Medienpolitik. Funkkorrespondenz 06/2007.
- Kleinsteuber, Hans J.: Regulierung und Governance: Zivilgesellschaft in die Medienpolitik. In: Kleinsteuber, Hans J.; Sabine Nehls (Hrsg.): Media Governance in Europa. Regulierung–Partizipation–Mitbestimmung. Wiesbaden [VS Verlag für Sozialwissenschaften] 2011, S. 57-89
- Kompetenznetz Public Health Covid-19 (Hrsg.) (2020): Umgang mit Falschnachrichten in Medien Eine Übersicht über aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse und Handlungsempfehlungen zum Umgang mit Falschnachrichten bei COVID-19. 12.05.2020; Version: 1.0 – aktuellste Version verfügbar unter [www.public-health-covid19.de](http://www.public-health-covid19.de)
- Kramp, L. (2015): Zur Situation der Rundfunkarchivierung in Deutschland. Rundfunk & Geschichte Nr. 3-4/2015. Editorial.
- Krotz, F. (2007): Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel der Kommunikation.
- Krotz, F. & Hepp, A. (2011): Concretization of mediatization: how mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research. European Journal for the Philosophy of Communication, 3 (2) S. 137–152.
- Lowe, G.F. (2016): PSM in the 21st Century: What Value and Which Values? Geneva: Media Intelligence Service of the European Broadcasting Union.

- Lowe, G.F. (2008):: The Role of Public Service Media for Widening Individual Participation in European Democracy. Strasbourg [Council of Europe's Group of Specialists on Public Service Media in the Information Society].
- Napoli, Philip M. (1999): Deconstructing the Diversity Principle. *Journal of Communication*, Vol. 49 (4): 7-34.
- Pöttker, H.; Kiesewetter, Ch.; Lofink, J. (Hrsg.): *Migranten als Journalisten? Eine Studie zu Berufsperspektiven in der Einwanderungsgesellschaft*. Wiesbaden 2016.
- Preuß, M., Tetzlaff, F. & Zick, A. (2017): *Hass im Arbeitsalltag Medienschaffender: „Publizieren wird zur Mutprobe“*. Studie zur Wahrnehmung von und Erfahrungen mit Angriffen unter Journalisten\_innen. (Institut für interdisziplinäre Konflikt- und Gewaltforschung, Universität Bielefeld). Expertise für den Mediendienst Integration.
- Reimer, J., Heise, N., Loosen, W., Schmidt, J.-H., Klein, J., Attrodt, A., Quader, A. (2015): *Publikumsinklusion beim Freitag*. Zusammenfassender Fallstudienbericht aus dem DFG-Projekt „Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.
- Schweiger, W., Weber, P., Prochazka, F., Brückner, L. (Hrsg.) (2019): *Algorithmisch personalisierte Nachrichtenkanäle. Begriffe, Nutzung und Wirkung*. Wiesbaden, Springer VS.
- Sørensen, J. K (2020): *The Data Logic of Public Service Media Publishing - Concerns and Approaches when Implementing Recommender Systems for Public Service Media*. <https://vbn.aau.dk/da/activities/the-data-logic-of-public-service-media-publishing-concerns-and-approaches-when-implementing-recommender-systems-for-public-service-media> (13.09.2020).
- Zorn, I. (2008): *Active Construction of Digital Media as Socio-Technical Construction of a Learning Space*. In *ED-MEDIA World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia & Telecommunications 2008*, hg. v. Association of the advancement of computing in education, Joseph Luca und Edgar R. Weippl, S. 4534–4544. Wien.



TH Köln  
Gustav-Heinemann-Ufer 54  
50968 Köln  
[www.th-koeln.de](http://www.th-koeln.de)

**Technology**  
**Arts Sciences**  
**TH Köln**