

Interessant

Mit dieser Rubrik möchten wir Sie in loser Folge auf interessante Materialien aufmerksam machen. Sie finden kurze Hinweise – z. B. den Executive Summary oder die Inhaltsübersicht – auf Studien, Untersuchungen, Gutachten, Diskussionsberichte

usw., die insbesondere im medienpolitischen Raum von Relevanz sind, ohne dass wir – anders als in unserer Rubrik „Praxisstudien kompakt“ – ins Detail zu gehen. Alle vorgestellten Publikationen sind als Download abrufbar.

Kronberger Kreis zur Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks



Die Executive Summary im Wortlaut

Selten hat Kritik am öffentlich-rechtlichen Rundfunk (ÖRR) den Reformdruck so sehr erhöht, wie es derzeit der Fall ist. Dies zeigt sich daran, dass die Intendantinnen und Intendanten der ARD-Rundfunkanstalten im Juni 2023 erste Grundsatzentscheidungen zum Umbau der ARD bekanntgaben und ein von der Rundfunkkommission der Länder eingesetzter Zukunftsrat im Januar 2024 einen Bericht vorlegte, der sowohl Reformen im System als auch Reformen des Systems anmahnte. Auf der Grundlage dieses Berichts einigte sich die Rundfunkkommission der Länder auf strukturelle und organisatorische Eingriffe mit dem Ziel, eine langfristige Perspektive für den ÖRR zu entwickeln und seine gesellschaftliche Akzeptanz zu erhöhen.

Öffentlich wird bereits seit langer Zeit über den Auftrag des ÖRR diskutiert. Insbesondere werden kostenintensive Ausgaben für Sportsendungen und Unterhaltungsprogramme kritisiert, da diese den eigentlichen Schwerpunkt von Nachrichten, Politiksendungen, Bildung, Kultur und Wissenschaft zu überlagern drohen würden. Die Qualität und Ausgewogenheit des ÖRR werden mit Verweis auf mangelnde Transparenz, systematisch verzerrte oder nicht korrekte Berichterstattung bemängelt. Des Weiteren steht die Höhe des Rundfunkbeitrags immer wieder in der Kritik. Bis zum Herbst 2024 soll der Entwurf eines weiteren Reformmedienstaatsvertrags für den ÖRR vorliegen. Sechs Bundesländer haben jedoch bereits angekündigt, einer Erhöhung des Rundfunkbeitrags nicht zuzustimmen, solange der ÖRR vorab keine eigenen Sparanstrengungen unternahme.

Auf Basis der aktuellen Debatte analysiert der Kronberger Kreis, wissenschaftlicher Beirat der Stiftung Marktwirtschaft,

schaft, wie die Ziele der Rundfunkkommission möglichst effizient erreicht und damit der durch den Medienstaatsvertrag präzisierte Auftrag des ÖRR adäquat erfüllt werden kann. Auf Basis der Darstellung der Reformen des 3. und 4. Medienänderungsstaatsvertrags entwickelt der Kronberger Kreis eigene Empfehlungen für eine verbesserte Governance des ÖRR in Deutschland. Eine Umsetzung dieser Reformempfehlungen würde dazu beitragen, einen möglichst hohen gesellschaftlichen Mehrwert durch den ÖRR und das zur Verfügung stehende Beitragsaufkommen zu generieren.

Mit dem technologischen Fortschritt und dem heutzutage vielfältigen Medienangebot, das sich nicht nur über private Rundfunksender, sondern vor allem über das Internet, diverse Streaming-Dienste und soziale Medien erstreckt, hat sich die normative Rechtfertigung für ein öffentlich-rechtliches Rundfunksystem fundamental verändert. Von einer Verkürzung der Meinungsvielfalt aufgrund knapper Sendeplätze kann im 21. Jahrhundert nicht mehr ausgegangen werden. Stattdessen sind Aufmerksamkeit und Verarbeitungsfähigkeit der Rezipienten zu knappen Ressourcen geworden, um die immer stärker konkurriert wird. Insbesondere jüngere Generationen sehen durchschnittlich immer weniger Minuten am Tag fern und stattdessen immer mehr Videos im Internet. Zudem haben ARD und ZDF einen deutlich geringeren Zuschauermarktanteil im Osten Deutschlands als im Westen. Daher reicht ein einfaches Angebot von journalistisch hochwertigen und faktenbasierten Inhalten nicht mehr aus, um effektiv zur Information und Meinungsbildung beizutragen.

Die Länder haben sich mit dem 3. und 4. Medienänderungsstaatsvertrag auf den Weg begeben, mit grundlegenden medienpolitischen Entscheidungen notwendige Reformen im System des ÖRR anzustoßen. Zunächst wurde der Auftrag des ÖRR dahingehend neu formuliert, dass sich Unterhaltungsangebote im Gegensatz zu Kultur, Bildung, Information und Beratung einem besonderen Begründungserfordernis stellen müssen, um sich als ÖRR stärker von privaten Rundfunksendern abgrenzen zu können und dem gesellschaftlichen Auftrag zu Meinungs- und Themenvielfalt Sorge zu tragen.

Dies darf allerdings nicht dahingehend missverstanden werden, dass der ÖRR ausschließlich oder auch nur primär die im privaten medialen Angebot verbleibenden Leerstellen abzudecken hat. Auch die Vielfaltsverpflichtung ist vielmehr im Sinne des besonderen öffentlich-rechtlichen Profils zu verstehen, das sich vor allem durch Qualität, Innovation, Differenzierung, eigene Impulse und vielfältige Perspektiven auszeichnet. Gleichwohl ist der Auftrag des ÖRR nicht als ein Auftrag zur Maximierung der Themenvielfalt zu verstehen, sondern eher als ein Auftrag, relevante Themen so aufzuarbeiten und zu präsentieren, dass ein öffentlich-rechtlicher Mehrwert gewährleistet ist. Ein Leistungsan-

gebot aus authentischen, sorgfältig recherchierten und faktenbasierten Informationen soll ein Gegengewicht zu den Monopolisierungstendenzen in der Plattformökonomie, nicht professionell-journalistischen Inhalteanbietern sowie werbeorientierten Geschäftsmodellen mit massenattraktiven Programmen schaffen. Bezugspunkt bleiben die sozialen, kulturellen und politischen Bedürfnisse der demokratischen Gesellschaft. Deswegen sind beispielsweise die sehr hohen Ausgaben für Sportberichterstattung und insbesondere die Rechte zur Ausstrahlung des Profifußballs kritisch zu sehen.

In einer noch ausstehenden Phase sollen anschließend an den 3. und 4. Medienänderungsstaatsvertrag mögliche Reformen in der Rundfunkfinanzierung erörtert werden. Hierzu wird unter anderem die Frage der künftigen Zusammenarbeit von ARD und ZDF zählen. Obwohl der Vorschlag der Zusammenlegung innerhalb des ÖRR auf scharfe Kritik gestoßen ist, besteht Einigkeit darüber, dass der ÖRR transparenter, effizienter und sparsamer wirtschaften soll. Die Beseitigung von Doppelstrukturen, eine Verpflichtung zu verstärkter Kooperation und eine Verschlinkung der Anstalten stehen auf der Agenda. Kompetenzen sollten gebündelt und die Anzahl der Arbeitsebenen und Abteilungen reduziert werden. All dies könnte in einem 5. Medienänderungsstaatsvertrag festgehalten werden, für den ein Sondergutachten der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) als Grundlage dienen soll.

Zur effizienten Erreichung der vorgegebenen Ziele und der Erfüllung des neu definierten Auftrags schlägt der Kronberger Kreis folgende Reformschritte zur Stärkung der Governance des ÖRR vor:

Es sollte erwogen werden, einen Deckel oder eine Obergrenze beim Anteil der Rezipienten einzuführen. Dehnt sich der ÖRR zu sehr aus, droht das Gleichgewicht zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Angeboten in Gefahr zu geraten und damit die gegenseitige Korrekturfunktion zu entfallen, so wie sie heute in der dualen Medienordnung angelegt ist. Bei Überschreiten der festgelegten Schwelle wäre der ÖRR verpflichtet, massentaugliche Angebote, die am Rande des öffentlich-rechtlichen Auftrags liegen, seltener anzubieten.

Es sollten restriktive monetäre Obergrenzen für den Erwerb von Sportrechten eingeführt werden. Sportrechte sind insbesondere deshalb so teuer, weil es eine intensive Konkurrenz zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern um diese Rechte gibt. Diese intensive Konkurrenz wiederum impliziert, dass weite Teile des Angebots an Sportsendungen von privaten Anbietern erbracht würden. Eine Notwendigkeit, diese Angebote öffentlich-rechtlich zu erbringen, besteht somit nicht.

Der ÖRR sollte vollständig werbefrei sein. Nettowerbe- und Sponsoringumsätze machen ohnehin nur einen kleinen Teil von etwa sechs Prozent der Einnahmen des ÖRR aus, können aber – zumindest theoretisch – zu einer Verzerrung bei Themenauswahl und Berichterstattung führen. Um den Anschein gar nicht erst entstehen zu lassen, wäre ein vollständig werbefreies Angebot im ÖRR vorzugswürdig.

1. Es ist zu erwägen, einen Teil des Aufkommens aus dem Rundfunkbeitrag wettbewerblich zu vergeben. Die Idee besteht darin, dass z.B. fünf oder zehn Prozent des Aufkommens nicht automatisch dem ÖRR zukommen, sondern in einen Innovationsfonds fließen. Um die Mittel aus diesem Fonds könnten sich private und öffentlich-rechtliche Anbieter von Medieninhalten mit Konzepten bewerben. Über die Vergabe der Mittel könnte eine – möglichst unabhängige – politikferne Vergabekommission anhand vorab definierter Kriterien entscheiden, in Anlehnung etwa an Vergabemechanismen bei der Filmförderung. Zudem sollte das Programm einer regelmäßigen Evaluation unterzogen werden.
2. Für die außertariflichen Gehälter im ÖRR sollten Vorgaben gemacht werden. Diese sollten ein Besserstellungsverbot beinhalten, um eine Selbstbedienungsmentalität zu verhindern, welche die Akzeptanz des ÖRR in der Bevölkerung letztlich gefährdet.
3. Die Aufsichtsgremien im ÖRR sollten so strukturiert werden, dass klarere Verantwortlichkeiten geschaffen werden. Dafür erscheint eine drastische Verkleinerung der Aufsichtsgremien notwendig. Zugleich sollte die Aufsicht über die Auftragserfüllung von der Aufsicht über finanzielle Aspekte für eine sparsame Verwendung der Ressourcen getrennt werden, etwa indem verschiedene Ausschüsse eingerichtet werden.

4. Die Aufsichtsgremien sollten räumlich von den öffentlich-rechtlichen Anstalten getrennt werden und eigenes Personal beschäftigen, das ebenfalls räumlich von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des ÖRR getrennt ist. Nur so lässt sich eine unabhängige und effektive Aufsicht gewährleisten.
5. Der ÖRR sollte in regelmäßigen Abständen extern evaluiert werden, insbesondere im Hinblick auf die Auftrags-erfüllung. Regelmäßige, wissenschaftlich gestützte Evaluationen durch unabhängige Expertengremien, so wie sie im Bereich der Wissenschaft etwa bei Forschungsinstituten erfolgen, erscheinen ebenso in Bezug auf die externe Governance ratsam. Selbst wenn eine solche Begutachtung keine direkten Folgen für die Sender haben, erhöhen sie die Transparenz und sorgen für eine gewisse Disziplinierung. Die Evaluierenden sollten dabei weder vom ÖRR selbst noch von der Politik bestellt werden. Möglich wäre, dass entweder die KEF oder die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) diese Gruppe ernannt.

Durch ein solches Reformpaket ließen sich nicht nur die Kosten des ÖRR senken, sondern auch seine Akzeptanz in der Bevölkerung stärken – und damit die Integrationsfunktion, die der ÖRR erfüllen soll.

So wie wir im vorliegenden Heft den Bericht des Zukunftsrats kommentiert haben, wollen wir uns in der kommenden Ausgabe 3/2024 vertieft mit dieser wichtigen aktuellen Studie befassen.

Impressum

Herausgeber:

Prof. Dr. Martin Gläser,
Hochschule der Medien Stuttgart
Prof. Dr. Georgios Gounalakis,
Philipps-Universität Marburg
Prof. Dr. Thomas Hess,
Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Frank Lobigs,
Technische Universität Dortmund
Prof. Dr. Christoph Neuberger,
Frei Universität Berlin
Prof. Dr. Insa Sjurts,
Berufliche Hochschule Hamburg

Schriftleitung:

Prof. Dr. Martin Gläser (verantwortlich)
Hochschule der Medien,
Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart

Verlag:

New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
Tel.: 040 – 609 009-0
Fax: 040 – 609 009-15
e-Mail: info@new-business.de

Verleger: Peter Strahlendorf
Kfm. Geschäftsführung:
Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf
Projektbetreuung: Natascha Przegendza
Layout: Daniela Rocksinn

Vertrieb: Angelika Schmidt
Anzeigen: Jacqueline Lampe (verantwortlich)
Anzeigendisposition: Silke Reyher-Timmann

Bankverbindung:

IBAN: DE7420050501217131323
BIC/SWIFT: HASPODE3333
IBAN: DE07200400000482282100
BIC/SWIFT: COBADE3333

Druck und Lithos:

Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

Bezugsbedingungen:

Jahresabonnement 98,- Euro (zzgl. Versand und USt.),
Studentenabonnement 49,- Euro (zzgl. Versand und USt.).

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

ISSN 1613-0669

Top informiert zu Kommunikationstrends im Public-Sektor

Zur Probe:
3 Monate für
40 Euro!



**Das erwartet Sie bei
PUBLIC MARKETING Digital:**



Mehr Infos
zum Abonnement

jährliche PDF-Ausgaben und
Zugriff auf publicmarketing.eu

- Insights zu Kampagnen, Strategien und Initiativen
- Gespräche mit Fachleuten
- tagesaktuelle News

Jetzt bestellen unter: www.publicmarketing.eu

PUBLIC MARKETING