

Digitale Revolution: Zeitenwende

Von Prof. Dr. Karola Wille, Vorsitzende der ARD, Intendantin des MDR

Es geht in der aktuellen Diskussion sehr grundsätzlich um den Beitrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für die Gesellschaft, welche Leistungen muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk für die Zukunft bringen, welchen Wert hat er für die Gesellschaft, wie sieht eine bedarfsgerechte Finanzierung aus und wie sichern wir die Akzeptanz des Beitrages in unserer Gesellschaft? Ich glaube, dass ein solidarisch finanziertes System gut beraten ist, sich diesen Fragen zu stellen. In Zeiten, in denen sich die Medienwelt so grundsätzlich und tief greifend verändert, sind diese Fragestellungen, aber auch die Herausforderung substantieller Natur.

Der Wandel der Medienwelt ist tiefgreifend. Der Präsident der Max-Planck-Gesellschaft, Prof. Dr. Martin Stratmann, sprach in diesem Zusammenhang von der digitalen Revolution als einer „Zeitenwende“. Diese technologischen Entwicklungen bringen tiefgreifende Veränderungen der Medienwelt und umfassende Umwälzungen in unserer Gesellschaft mit sich. Es gibt tektonische Veränderungen, die sich im Medienverhalten auswirken, wir erleben Fliehkräfte. Diese Umwälzungen beeinflussen auch die Kommunikation in unserer Gesellschaft. Wer miteinander kommuniziert, wie miteinander kommuniziert wird, womit wir miteinander kommunizieren- das verändert sich. Der Wandel ist tiefgreifend, rasant und von komplexer Natur.

Das Internet ist mit den sozialen Netzwerken ein wichtiger Faktor der Kommunikation geworden. Die ARD und ZDF Online Studie bestätigt diesen Trend: Es gibt weiterhin ein Wachstum der Internet-Nutzung. Mittlerweile nutzen es 84 Prozent der Bevölkerung. Analog haben Online-Communities wie z.B. Facebook in ihrer Bedeutung zugenommen. Treiber dieser Entwicklung sind die mobilen Geräte, mittlerweile sind Smartphones die meist genutzten Geräte für den Internetzugang. Das hat massive Folgen für die gesellschaftliche Kommunikation. Fast 40 Prozent der Online-Nutzer sind mindestens einmal in der Woche bei Facebook unterwegs. Facebook und die anderen sozialen Netzwerke sind nicht mehr länger Plattform zum Austausch unter Freunden und Bekannten, sondern sie sind zunehmend als Instrument der Willensbildung für die Gesellschaft relevant.

Donald Trump beispielsweise nutzte im US-Wahlkampf Twitter als mächtiges Werkzeug, um seine Botschaften zu platzieren. Solche Reports werden als Realität wahrgenommen und wirken meinungsbildend. Dies war auch ein datengetriebener Personalisierungs-Wahlkampf. 44 Prozent aller Amerikaner nutzten Facebook als wichtigste Nachrichtenquelle.

Wie werden wir dieser Entwicklung gerecht? Was bedeutet das für unsere Zukunft? Wie kann der gesamtgesellschaftliche öffentliche Diskurs gesichert werden?

Was die privaten Veranstalter, die Zeitungsverlage und uns beschäftigen muss, ist ein genereller Trend: Die Nutzungs- und Nutzerdaten stehen als kommerzialisierbares und handelbares Gut im Zentrum eines neuen medialen Ökosystems von Netzwerkunternehmen, Medienhäusern und der Werbewirtschaft. Es entstehen zunehmend vereinzelte Kommunikationsräume, sogenannte Echokammern und Filterblasen-Welten. Die eigenen Meinungen werden immer wieder bestätigt, die Meinungsvielfalt reduziert. Es entstehen mehr und mehr Teilöffentlichkeiten.

Auf diese Entwicklung hat die ARD reagiert. Unsere strategischen Antworten auf den einschneidenden Veränderungsprozess der Gesellschaft haben wir in einem Grundsatzpapier zusammengefasst.

Erstens. Wir haben einen tiefgreifenden Transformationsprozess zu bewältigen und müssen neben einem publizistisch starken Angebot für die Gesellschaft im linearen Bereich auch im non-linearen Bereich - dort wo die Nutzer sich bewegen – relevant sein. Wir müssen auf den relevanten Plattformen und in den sozialen Netzwerken die öffentlich-rechtlichen Angebote zeigen. Der lineare Bereich ist dabei nach wie vor ein wichtiger Bereich, denn die meisten Menschen in Deutschland beziehen zum Beispiel ihre Informationen aus dem klassischen Fernsehen.

Zweitens. Innovation ist das Gebot der Stunde. Die non-lineare Welt ist in ihrer Angebotsfülle und ihrer Innovationskraft sehr stark; auch deshalb, weil technologiegetriebene Großkonzerne diese Entwicklungen vorantreiben. Wir müssen deshalb bei non-linearen Produkten innovativer werden, wir müssen das Angebot weiterentwickeln, etwa in den App-Welten oder den Mediatheken. Es geht um eine benutzerfreundliche Ausgestaltung, die Stärkung der Funktionalitäten und damit auch bessere Möglichkeiten für die Meinungs- und Willensbildung der Menschen. Dabei sollen unsere Nutzer die Kontrolle über ihre eigenen Daten behalten, sollen selbst entscheiden, ob und welche Daten sie weitergeben

Drittes. Da sich immer mehr die Frage nach einer Gesamtöffentlichkeit stellt, müssen wir zwei Dinge schaffen: vorhandenen gesellschaftlich relevanten Themen Kommunikationsräume bieten und neue gesellschaftlich relevante Themen setzen. Und wir müssen versuchen, die Kommunikationsräume miteinander zu verbinden. Wir steigen dort selbst ein, z. B. indem wir in solchen Räumen Fakten vermitteln. „Funk“ ist ein gutes Beispiel. Wir wollen mehr Möglichkeiten schaffen, dass sich Menschen kommunikativ vor dem Hintergrund eines öffentlich-rechtlichen Medienangebotes vernetzen können, Fakten abgebildet und vermittelt werden.

Viertens. Glaubwürdigkeit ist wichtiger denn je für uns. Glaubwürdigkeit ist eine journalistische Leit-Währung und Voraussetzung für Vertrauen. Der Bedarf nach einer glaubwürdigen einordnenden und ausgewogenen Berichterstattung wird angesichts der Komplexität vieler Themen größer. Wir arbeiten stets an unserer Qualität und entwickeln sie weiter, um unsere Glaubwürdigkeit zu sichern. Dazu gehört verstärkt auch die Transparenz der Grundsätze, Arbeitsweisen und Prinzipien unserer journalistischen Arbeit. Dazu gehört aber ebenso ein konstruktiver und offener Umgang mit Fehlern. Der Dialog mit dem Nutzer ist wichtiger denn je, auch wenn es nicht immer einfach zu verkraften ist, was wir zum Beispiel an Kommentaren in den Netzwerken und unseren eigenen Internetangeboten erleben, was die Kolleginnen und Kollegen vor 3 bis 4 Jahren noch nicht für möglich gehalten haben. Es sind auch Dinge, die Kolleginnen und Kollegen psychisch belasten. Das kann und darf uns aber nicht abschrecken.

Fünftens. Wenn sich dieses Mediensystem so weiterentwickelt, ist ein Vernetzen und eine Kooperation mit allen journalistischen Qualitätsmedien, dazu gehören private Rundfunkveranstalter genauso wie die Zeitungsverlage, auf den Feldern, die für beide sinnvoll sind, eine notwendige Entwicklung. Wir müssen mehr als bisher darüber nachdenken, wo wir zusammenarbeiten können, wer von welchen Möglichkeiten der Zusammenarbeit profitiert und wie wir gemeinsam im Journalismus die Qualität sichern, die dieses Land jeden Tag braucht. Ich glaube, wir stehen erst am Anfang der Diskussion, zu lernen, welche Felder wir gemeinsam stärker bearbeiten wollen und wo wir aber auch Wettbewerber bleiben werden.

Sechstens. Wir müssen uns immer mehr zu crossmedialen Medienhäusern entwickeln. Das ist ein Prozess, der in den Sendern auch schon begonnen hat, manche sind weiter, manche sind nicht so weit. Aber dieser crossmediale Veränderungsprozess ist entscheidend. Deswegen haben wir unsere Zukunftsvision formuliert, dass sich die ARD zu einem crossmedial integrierten föderalen Medienverbund entwickeln soll. Das ist unsere Antwort: Gesamtöffent-

lichkeit immer wieder herzustellen, in die Kommunikationsräume zu gehen und die Ressourcen, die in der ARD dafür vorhanden sind, zu nutzen, um diese unterschiedlichen Welten mit Qualitätsinhalten für Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung bedienen zu können.

Damit steht ein weiteres Thema in einem untrennbaren Zusammenhang: die Beitragsakzeptanz. Wir wollen die Akzeptanz stärken und wir wollen alles dafür tun, dass wir Reformen in unseren Prozessen und Strukturen vorantreiben. Das sind die Technik-, die Produktions-, die Verwaltungsbereiche und die Bereiche der Programmerstellung. Wir sind in der ARD neun Landesanstalten und jede Anstalt ist zuvörderst für sich synergetisch unterwegs. Das reicht aber nicht mehr. Wir müssen noch stärker als bisher kooperieren und die vorhandenen Prozesse und Strukturen innerhalb des Medienverbundes unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten stringenter ausrichten, ähnlich einer Konzernstruktur. Dies können wir aber nur dann bewerkstelligen, wenn wir von den kartellrechtlichen Risiken befreit werden.

Die Veränderung solcher in Jahrzehnten gewachsenen Strukturen ist aber nicht in zwei-drei Jahren zu bewältigen, sondern wir stellen uns auf längerfristigen Prozess ein, den wir gewillt sind konsequent umzusetzen.

Zu unseren Zukunftsfragen gehört auch eine mögliche Modernisierung des Beitragsfestsetzungsverfahrens. Wir haben zwar ein verfassungskonform geregeltes Modell in Deutschland, in dem die KEF bei der bedarfsgerechten Finanzierung eine wichtige und vor allem unabhängige Rolle spielt. Aber wenn die Transformationsprozesse so langfristig und so tiefgreifend sind, macht es durchaus Sinn, nicht in Zwei- und Vierjahreskategorien zu denken, sondern in längeren Zeitabschnitten. Deswegen haben wir unter anderem den Vorschlag unterbreitet, dass man periodenübergreifend Rücklagen bilden kann, um nicht verausgabte Mittel in späteren Perioden zielgerichtet und bedarfsgerecht einsetzen zu können. Denn jeder ordentliche Kaufmann muss zunächst erst einmal investieren, um später Synergien heben zu können. Diese Verfahrensweise muss aus Sicht der Rundfunkanstalten auch periodenübergreifend möglich werden.

Unser zweiter Vorschlag bezieht sich auf eine Vollindexierung. Das ist nicht ganz neu, bereits 2005 wurde darüber diskutiert. Dieses Modell hat Vor- und Nachteile, aber es würde den langfristigen Transformationsprozessen entsprechen. Mit der vorgeschlagenen Indexierung des Monatsbeitrags würden auch größere Einsparnotwendigkeiten für die Anstalten einhergehen müssen.

Wir sind froh, dass die Länder auch über eine zeitgemäße Neuformulierung eines Telemedienauftrages nachdenken, zu dem eine Flexibilisierung beispielsweise im Bereich der Verweildauern gehören muss. Sicher werden wir über das Thema Presseähnlichkeit noch die eine oder andere Diskussion miteinander führen und ich hoffe konstruktiv.

Es ist wichtig, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch künftig seinen Beitrag zum Funktionieren der Demokratie leisten kann. Und das erscheint mir das wichtigste, wenn über Perspektiven und die notwendigen Leistungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für unsere Gesellschaft debattiert wird.

Aus der Rede von Prof. Dr. Karola Wille, Vorsitzende der ARD, auf dem medienpolitischen Dialog der SPD-Bundestagsfraktion am 11. November 2016 im Paul-Löbe-Haus.