

#UnsereMedien

Öffentlich-rechtliche Medien
müssen unterstützt und
weiterentwickelt werden

UNSERE MEDIEN

Worum geht es?

Öffentlich-rechtliche Medien sind einzigartig und werden heute mehr gebraucht denn je.

Eine selbstbestimmte, informierte Öffentlichkeit war immer schon die Voraussetzung für einen funktionierenden demokratischen Rechtsstaat.

Globale Krisen verstärken gerade jetzt den Bedarf an Orientierung und verlässlicher Information, frei von wirtschaftlichen oder politischen Interessen. Gleichzeitig erleben wir einen Trend der Gegenaufklärung. Fakten und rationale Analyse werden untergraben durch Agitation, Propaganda und Verschwörungsgeschichten.

In diesen Zeiten ist ein gemeinsamer, hochwertiger und solidarisch finanzierter Informationsraum besonders wichtig – abseits von kommerziell getriebenen Algorithmen oder den Bezahlschranken exklusiver Anbieter.

Dieser Daseinszweck ist aber kein Freifahrtschein für ARD, ZDF und Deutschlandradio.

In einer sich wandelnden Gesellschaft muss sich auch das öffentlich-rechtliche Mediensystem ständig verändern, um seinen Auftrag zu erfüllen.

Aber was genau ist eigentlich der Auftrag?

Die Beantwortung dieser Frage darf nicht allein der Politik überlassen bleiben.

Warum gerade jetzt?

Am 19. November haben die sechzehn deutschen Staats- und Senatskanzleien einen Entwurf veröffentlicht, wie der Auftrag von ARD und ZDF neu formuliert und vertraglich festgeschrieben werden soll.

Der Text und das Verfahren werfen viele Fragen auf.

Zwischen politischen Zwängen und Urteilen des Verfassungsgerichts, im Zeichen von Pandemie und Klimakrise öffnet sich so aber auch, für kurze Zeit, ein Fenster der Möglichkeiten. Dieses wollen wir nutzen, weiter aufstoßen und für einen breiteren gesellschaftlichen Diskurs offen halten.

Was ist das Ziel?

Die Auftragsdefinition der öffentlich-rechtlichen Medien sollte kein punktueller, politik-technischer Kompromiss der Landesregierungen sein, sondern einen breiter angelegten, kontinuierlichen Entwicklungsprozess einleiten.

Nur so entsteht Legitimation, die für unsere gemeinwohlorientierten und gemeinschaftlich finanzierten Medien überlebenswichtig ist.

#UnsereMedien

**UNSERE
MEDIEN**

Appell

Mit diesem Aufruf unterstützen wir die Idee und die Existenz unabhängiger öffentlich-rechtlicher Medien in Deutschland und Europa. Im digitalen Zeitalter brauchen wir sie noch mehr denn je.

Gleichzeitig verbinden wir unsere Unterstützung mit der Forderung nach mehr Transparenz und grundlegenden, nachhaltigen Veränderungen.

■ Auftrag und Dialog

Uns allen gehören die öffentlich-rechtlichen Sender, denn wir finanzieren sie. Ihr breit aufgestelltes und hochwertiges Angebot bleibt für den Erhalt von Demokratie und offener Gesellschaft unerlässlich. Was sie konkret für uns leisten sollen, muss deshalb gemeinsam verhandelt und fortlaufend überprüft werden. Dieser Dialog erfordert geeignete Prozesse und Plattformen und muss alle gesellschaftlichen Gruppen in ihrer Diversität adressieren.

■ Flexibilität und Ziele

Im Online-Zeitalter wollen wir entscheiden dürfen, wann und auf welcher Plattform wir öffentlich-rechtliche Inhalte abrufen. Deshalb benötigen die Sender eine Entwicklungsperspektive im digitalen Raum, aber auch klare Kriterien zur Zielerreichung, die sie von der kommerziellen Konkurrenz abheben.

■ Synergie und Vielfalt

Die Angebote von ARD und ZDF müssen besser aufeinander abgestimmt werden, um sich zu ergänzen. Dadurch freiwerdende Ressourcen sollen in mehr Vielfalt investiert werden – vor allem in neue digitale Angebote, die alle Teile der Gesellschaft erreichen und widerspiegeln.

Mit meiner Unterschrift fordere ich einen Reformprozess, der die Weiterentwicklung unserer öffentlich-rechtlichen Medien auf eine breite gesellschaftliche Basis stellt und sie so stärkt und zukunftsfest macht.

Ich appelliere an Sender und politisch Verantwortliche, den dafür notwendigen Dialog jetzt in Gang zu setzen und zu verstetigen.

> **HIER**
unterschreiben!



#UnsereMedien



Liste der Erstunterzeichner*innen und ■Initiatoren

- Prof. Dr. h.c. Ph.D. Jutta Allmendinger - Präsidentin des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung (WZB)
- Ferda Ataman - Journalistin, Vorsitzende Neue deutsche Medienmacher*innen e.V.
- Prof. Dr. Tilman Baumgärtel - Universität Mainz, Fachbereich Gestaltung
- Markus Beckedahl - Gründer netzpolitik.org, Berlin
- Halina Bendkowsky - Agentin für Feminismus & Geschlechterdemokratie
- Prof. Dr. Christoph Bieber - Forschungsprofessor, Center for Advanced Internet Studies, Bochum
- Wolfgang Blau - Journalist, Medienmanager, Mitgründer Oxford Climate Journalism Network
- Prof. Dr. Alexandra Borchardt - Journalistin und Beraterin
- Detlef Borchers - freier IT-Journalist, Berlin
- Katharina Borchert - Gründerin, COO Equilibrio
- Christian Boros - Unternehmer
- Javier Carceres - Sport-Redakteur, Süddeutsche Zeitung
- Fabio De Masi - Ehem. Abgeordneter des Deutschen Bundestages sowie des Europäischen Parlaments
- Georg Diez - Chefredakteur, the new institute
- Christina Dinar - Präsidiumsmitglied Wikimedia
- Prof. Leonard Dobusch - Uni Innsbruck, ZDF Fernsehrat
- Dina Dörfller - Juristin, Hamburg
- Prof. Agnes Dorwarth - Musikhochschule Freiburg
- Prof. Dr. Nicole Falkenhayner - Kulturwissenschaftlerin, Universität Freiburg
- Frederik Fischer - Journalist, Co-Gründer futur eins, Geschäftsführer Neulandia
- Prof. Dr. Sabine Fischer - Honorarprofessorin für Ideenökonomie
- Petra Gerster - Journalistin, Autorin
- Paul Leo Giani - Rechtsanwalt, Staatssekretär a. D., Mitglied des Hessischen Staatsgerichtshofes a. D.
- Marc Grandmontagne - Geschäftsführender Direktor, Deutscher Bühnenverein
- Prof. Dr. Matthias Haase - University of Chicago, Department of Philosophy
- Prof. Dr. Henriette Heidbrink - Professorin für angewandte Medienwissenschaft, Hochschule RheinMain
- Hans-Gerd Heidel - Rechtsanwalt
- Benjamin Heidersberger - Medienkünstler, Berlin
- Markus Heidmeier - CEO Kooperative Berlin Medienproduktion, CEO Kanakfilm Berlin GmbH, Co-Initiator Beyond Platforms Initiative
- Werner Henn - Verdi, Personalrat ARTE, Stadtrat
- Prof. Dr. Friederike Herrmann - Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Journalistik und Kommunikationswissenschaft
- Uwe-Karsten Heye - Regierungssprecher a.D., Vorstandsvorsitzender, „Gesicht Zeigen! Für ein weltoffenes Deutschland“
- Heiko Hilker - Geschäftsführer, Dresdner Institut für Medien, Bildung und Beratung (DIMBB)
- Dr. Carolin Hillemanns - Juristin
- Johannes Hillje - Politikberater
- Prof. Dr. Jeanette Hofmann - Professorin für Internetpolitik, Freie Universität Berlin
- Prof. Dr. Christine Horz-Ishak - Technische Hochschule Köln, Institut für Translation und Mehrsprachige Kommunikation (ITMK)
- Egon Huschitt - Journalist und Produzent, Berlin
- Hans Hütt - Autor, Berlin
- Benjamin Ikes - Filmeditor
- Hasnain Kazim - Journalist und Autor
- Dr. Moritz Kilger - Leiter, Region Berlin von Teach First Deutschland und der NKI Sustainable Finance Academy, Mitglied der Geschäftsführung des Corporate Responsibility Interface Center (CRIC)
- Dr. Lutz Kinkel - Geschäftsführer, Europäisches Zentrum für Presse- und Medienfreiheit
- Prof. Dr. Thomas Klatetzki - Universität Siegen, Seminar für Sozialwissenschaften
- Burghart Klaußner - Schauspieler, Theaterregisseur
- Anton Klees - IT Unternehmer
- Marion Knappe - Referatsleiterin Medien- und Kulturpolitik, Deutscher Gewerkschaftsbund
- Dr. Beate Konze - Universitätsrätin Ruhr-Universität Bochum ehemals DFG
- Anke Krause - Coach und Supervisorin
- Thomas Krüger - Präsident, Bundeszentrale für politische Bildung
- Stephan Lamby - Dokumentarfilmer, Autor
- Dr. David Lanian - Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Fachbereich Philosophie
- Prof. Dr. Claus Leggewie - Ludwig-Börne-Professor, Justus-Liebig-Universität Gießen
- Prof. Dr. Annette Leßmöllmann - Karlsruhe Institute of Technology (KIT), Wissenschaftskommunikation; Hörfunkrätin Deutschlandradio
- Prof. Dr. Volker Lilienthal - Universität Hamburg, Rudolf-Augstein-Stiftungsprofessur für Praxis des Qualitätsjournalismus
- Dr. Beate Lindemann - Geschäftsführende Vorsitzende Global Bridges e.V., ehem. Generalsekretärin der Atlantikbrücke
- Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer - Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media
- Prof. Dr. Klaus Meier - Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, Journalistik
- Dr. Richard Meng - Chefredakteur Neue Gesellschaft / Frankfurter Hefte (Zeitschrift für Politik und Kultur), Kuratoriumsvorsitzender Karl-Gerold-Stiftung (Frankfurter Rundschau), Vorsitzender Programmbeirat ARTE Deutschland
- Gabi Mühlenbrock sen. - WDR Redakteurin a. D.
- Prof. Dr. Jörg Müller-Lietzkow - Präsident, HafenCity Universität Hamburg
- Rita Nierich - Lateinamerikanistin
- Dr. Leonard Novy - Journalist und Direktor, Institut für Medien- und Kommunikationspolitik
- Augusta Opfermann - Goldschmiedin
- Alfons Pieper - Chefredakteur, Blog der Republik
- Prof. Dr. Thomas Pleil - Hochschule Darmstadt, Forschungszentrum Digitale Kommunikation und Medien-Innovation
- Ruprecht Polenz - Vorsitzender des ZDF-Fernsehrats 2002-2016
- Prof. Dr. Sebastian Pranz - Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media
- Liwen Qin - Journalistin und Podcasterin, Berlin
- Prof. Dr. Lars Rademacher - Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media
- Ann Cathrin Riedel - Digitalpolitikerin, Vorsitzende Load e.V.
- Prof. Dr. Sabine Rollberg - ARTE Beauftragte des WDR a.D., Universitätslehrende
- Prof. Dr. Andrea Römmele - Dean of Executive Education und Professor of Communication in Politics and Civil Society, Hertie School
- Peter Ruhnstroh-Bauer - Syndikusrechtsanwalt, Staatssekretär a. D.
- Prof. Dr. Stephan Russ-Mohl - Prof. em. Journalistik und Medienmanagement
- Helke Sander - Dokumentarfilmerin
- Alexander Sänglerlaub - Direktor, futur eins
- Sabine Sasse - Journalistin, Projektleiterin M100 Sanssouci Colloquium
- Prof. Dr. Torsten Schäfer - Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media
- Prof. Dr. Norbert Schneider - Ehem. Direktor für Hörfunk und Fernsehen beim Sender Freies Berlin, ehem. Direktor der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen.
- Christiane Schulzki-Haddouti - freie Journalistin
- Prof. Dr. Peter Schumacher - Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media
- Peter B. Schumann - Publizist
- Dr. Angelica Schwall-Düren - Ministerin a. D.
- Prof. Dr. Gesine Schwan - Präsidentin, HUMBOLDT-VIADRINA Governance Plattform
- Michael Seemann - Kulturwissenschaftler
- Mario Sixtus - Filmemacher und Autor, Berlin
- Heidi Specogna - Dokumentarfilmerin
- Matthias Spielkamp - Gründer, AlgorithmWatch, iRights.info, mobilsicher.de
- Dr. Ulrich Spiess - ehem. Leiter des Adolf Grimme Preises
- Frank Stauss - Politikberater
- Olaf Steenfadt - Journalist, Projektleiter bei Reporter ohne Grenzen
- Prof. Dr. Markus Stepanians - Universität Bern, Institut für Philosophie
- Prof. Dr. Ralf Stoecker - Professor für Praktische Philosophie, Universität Bielefeld
- Barbara Toennieshen - Filmeditorin
- Yelda Türkmen - Kanakfilm Berlin GmbH, Geschäftsführerin
- Markus Völcker - Freier Creative Director
- Dr. Miriam Vollmer - Rechtsanwältin, Berlin
- Prof. Claudia von Alemann - Filmregisseurin, Autorin
- Dr. Anna von der Goltz - Associate Professor of History, Georgetown University
- Marina Weisband - Publizistin
- André Wilkens - Direktor, European Cultural Foundation
- Heinz Wittenbrink - Fachhochschule Joanneum Graz, Institut für Journalismus und PR

Wie könnte eine Reformagenda aussehen?

Auftrag an alle

Was öffentlich-rechtliche Medien leisten sollen, muss gesellschaftlich verhandelt werden.

Einen möglichst breiten Konsens herzustellen und kontinuierlich zu überprüfen, kann nicht den Sendern, ihren Aufsichtsgremien und der Politik allein überlassen bleiben, sondern ist eine Aufgabe für alle Akteure. Sie erfordert einen institutionellen Rahmen.

Mehr Flexibilität

Über lineare Kanäle hinaus müssen die Sender mehr Möglichkeiten zur Verbreitung online haben, damit alle Beitragszahler*innen zeitlich souverän auf die von ihnen finanzierten Programme zugreifen können.

Ziel sollte eine Digitalstrategie sein, die Abhängigkeiten von globalen kommerziellen Plattformen reduziert und stattdessen auf eigene interaktive, vernetzte Plattformen und europäische Kooperationen setzt.

Klare Kriterien

Im Gegenzug zu dieser Flexibilisierung muss objektiv – qualitativ und quantitativ – messbar sein, ob die öffentlich-rechtlichen Sender ihren Auftrag tatsächlich erfüllen.

Dafür sind sinnvolle, transparente Maßstäbe, Methodik und eine unabhängige Kontrolle der Zielerreichung erforderlich, die über rein prozessorientiertes Qualitätsmanagement hinausgehen.

Gemeinwohlorientierung und Mehrwert für verschiedene Zielgruppen sind dabei als Erfolgskriterien mindestens ebenso entscheidend wie reine Reichweite.

Auf die Wissenschaft hören

Seit Jahrzehnten beschäftigen sich viele Wissenschaftsdisziplinen mit der Rolle und Funktionsweise von öffentlich-rechtlichen Medien. Wechselwirkungen mit gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen werden erforscht und analysiert, national, europäisch und weltweit.

Alle Entscheidungen müssen auf Grundlage dieser Erkenntnisse getroffen werden – und zwar systematisch, kontinuierlich und mit Blick über den deutschen Tellerrand hinaus.

Mehr Macht den Parlamenten

Faktisch wird die Medienpolitik bislang in den Staatskanzleien gemacht. Eine echte demokratische Gewaltenteilung existiert in diesem so sensiblen Politikfeld fast nicht.

Deshalb müssen künftig die Landtage und die Parlamente der Stadtstaaten eine aktivere Rolle spielen.

Unabhängige Aufsicht

Fernseh- und Rundfunkräte können ihre Aufsichtsfunktion nur erfüllen, wenn sie unabhängig agieren – und zwar unabhängig nicht nur von politischen Akteuren oder Interessengruppen, sondern auch von den Sendern und ihren Intendanten, die sie kontrollieren sollen. Dafür müssen die Gremien besser fortgebildet und ausgestattet werden, zum Beispiel mit separaten Etats, Personal und Strukturen.

Vielfalt statt Redundanz

Die Binnenkonkurrenz innerhalb der ARD und zwischen ARD und ZDF soll Pluralismus fördern. Die Angebote müssen sich besser ergänzen und bloße Doppelungen vermeiden. Dadurch freiwerdende Mittel sollen nicht eingespart, sondern sinnvoll reinvestiert werden.

Beispiele könnten sein:

■ Online-Offensive

Digitale Technologie ermöglicht Angebote, die Dialog und Vielfalt fördern und damit dem öffentlich-rechtlichen Auftrag dienen. Die heutige Mediennutzung, aber auch gesellschaftliche Trends erfordern entsprechende Formate, die aber nur mit zusätzlichem Aufwand machbar sind.

■ Schwerpunkt Europa

Europäische Integration funktioniert nur mit journalistischer Kontrolle. Öffentlich-rechtliche Sender sind hier in der Pflicht und das muss explizit zum Programmauftrag gehören. Die entsprechende Verteilung von Ressourcen und inhaltlichen Angeboten sollte der wachsenden Bedeutung und Macht europäischer Instanzen gerecht werden.

■ Mehr Präsenz in der Fläche

Eine Grundversorgung durch Lokaljournalismus ist in Teilen Deutschlands kaum noch vorhanden. Öffentlich-rechtliche Sender können und sollen das nicht vollständig ersetzen. Trotzdem müssen sie in der Fläche unseres Landes, gerade abseits der Ballungsräume, mehr Präsenz zeigen. Strukturelle Kooperationen mit kommerziellen Lokalmedien sollten, zum Beispiel nach britischem oder norwegischem Vorbild, kein Tabu sein.

Beitragsentwicklung

Wem es um die Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien geht, der muss sie für das digitale Zeitalter fit machen und ihnen, auch finanziell, die Möglichkeit geben, sich zu transformieren. Entsprechende Investitionen in die Zukunft können einen finanziellen Mehrbedarf begründen oder durch Einsparungen refinanziert werden. Es gibt keinen Automatismus in die eine oder andere Richtung. Die Abwägung muss immer auftragskonform erfolgen und verhältnismäßig sein.

Vorbild

Öffentlich-rechtliche Sender sollen nicht nur technologisch und kreativ, sondern auch in der Unternehmensführung beispielhaft für den Mediensektor sein. Ihre Gemeinwohlorientierung muss sich auch in modernem Management, flachen Hierarchien, Mitbestimmung, redaktioneller Selbstverantwortung und Diversität in der Führungsriege ausdrücken.

Transparenz

Entscheidungsprozesse auf allen Ebenen – von der Medienpolitik angefangen über die Aufsichtsgremien und die Geschäftsführungen bis hin zu den Redaktionen – müssen nach innen und außen in größtmöglicher Offenheit ablaufen und besser erklärt werden. Das ist eine Grundvoraussetzung für Akzeptanz und Legitimation gegenüber den Beitragszahler*innen, genauso wie maximale finanzielle Transparenz.

Technologieführerschaft

Wie in analogen Zeiten müssen öffentlich-rechtliche Sender wieder eine führende Rolle bei der Entwicklung, Erprobung und Umsetzung von neuen Formaten, Verfahren und technischen Standards im digitalen Informationsraum anstreben. Das gilt vor allem für gemeinwohlrelevante Themen wie zum Beispiel Personalisierung und Datenschutz.