media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

MEDIENwissenschaft
Rezensionen | Reviews

Monika Weiß

Eine Zukunft für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Vom Auslaufmodell Fernsehen zu neuen Überlebensstrategien?

2010

https://doi.org/10.17192/ep2010.3.404

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Weiß, Monika: Eine Zukunft für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Vom Auslaufmodell Fernsehen zu neuen Überlebensstrategien?. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 27 (2010), Nr. 3, S. 282–291. DOI: https://doi.org/10.17192/ep2010.3.404.

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

Monika Weiß

Eine Zukunft für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Vom Auslaufmodell Fernsehen zu neuen Überlebensstrategien?

Eigentlich müsste der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland sich nicht rechtfertigen: Die Sender haben eine stabile Kern-Zielgruppe, auch wenn ‚50+x', das ARD-Gemeinschaftsprogramm ist nach Marktanteilen weiterhin führend, am zweithäufigsten wird das ZDF eingeschaltet und erst an dritter Stelle folgt RTL. *Wetten, dass...?* ist trotz Zuschauereinbußen weiterhin beliebteste Unterhaltungsshow, die *Tagesschau* die meistgenutzte Nachrichtensendung (vgl. Zubayr/Gerhard 2009: 98ff.). Spartenprogramme wie KiKa und Phoenix konnten sich erfolgreich etablieren und auch das Engagement der Öffentlich-Rechtlichen im Internet ist mittlerweile ‚erwachsen' geworden, umfangreich und journalistisch professionell. Und trotzdem bekommen die Sender von allen Seiten bekannte Kritik zu spüren, wie beispielsweise inhaltliche Anpassung an privat-kommerzielle Sender, zunehmende politische Manipulation, zu kostenintensive Produkionen usf.[1]

Kurze Rückschau

Vor Einführung des Privatfernsehens ist die Welt scheinbar noch in Ordnung. Es stehen sich zwei unterschiedliche öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten gegenüber, namentlich ARD und ZDF. Man bietet sich gegenseitige Konkurrenz, die jedoch ähnlich motiviert erscheint: Wirtschaftliche Interessen, wie sie später beim Privatfernsehen dominieren, spielen eine marginale Rolle. „Ein Rundfunk frei von Markt und Staat, ein Rundfunk, der dem Gemeinwohl dient und zur kommunikativen Integration der Gesellschaft beiträgt, ein Rundfunk der Bürger, der von ihnen finanziert und kontrolliert wird, ein Rundfunk, der kulturelle Standards und journalistische Qualität im Visier hat" (Hörnberg 2003: 75), diese dienende Rolle wird zu jener Zeit in ihrem Grundsatz nicht hinterfragt. Dass ARD und ZDF ihrer öffentlichen Pflicht nachkommen, wird tendenziell anerkannt. Damit stellen auch die zu zahlenden Rundfunkgebühren kein öffentliches Problem dar: Wer partizipiert, zahlt auch seine Rundfunkgebühren – sozusagen als Bürgerpflicht.

Das ändert sich mit dem Aufkommen des Privatfernsehens: Nach über drei Jahrzehnten Monopolstellung erhält der öffentlich-rechtliche Rundfunk Mitte der 1980er Jahre fundamentale Konkurrenz, denn die privatwirtschaftlichen Sender finanzieren sich durch Werbung, nicht durch Gebühren. Die Zuschauer nehmen

1 Die Kritik erfolgt nicht nur von gesellschaftspolitischer und privatwirtschaftlicher Seite, sondern auch aus wissenschaftlicher Perspektive, vgl. u.a. Ludwig (2009); Christl/Süssenbacher (2010); Lucht (2006); Krone (2009); Kaufmanns (2008).

diese Finanzierung jedoch nicht auf den ersten Blick wahr, für sie stehen private Sender den gebührenfinanzierten als kostenfreie gegenüber. Noch dazu kommt, dass die Privaten sich nicht an die strengen Vorgaben des Grundversorgungsauftrags zu halten haben. Ihnen obliegt einzig die Zusatzversorgung. Somit verändert sich durch das Hinzukommen der kommerziellen Fernsehsender die gesamte televisuelle Medienlandschaft der Bundesrepublik, denn deren erhöhtes Angebot an Unterhaltungsformaten schlägt sich letztlich auch in den Programmerwartungen der Zuschauer nieder. Gleichzeitig wird das Fernsehangebot insgesamt größer, bis hin zur heutigen Situation des ‚24-Stunden-flows'. Diese Fakten zwingen die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten spätestens in den 1990er Jahren auf die geänderten Zuschauererwartungen einzugehen, um die Rundfunkgebühren zu legitimieren.

Aktuelle Situation

Mittlerweile, seit Beginn des 21. Jahrhunderts, werden neue Fragen gestellt, nämlich solche nach den Möglichkeiten der Internetpräsenz öffentlich-rechtlicher Sender. Was dürfen sie, aber auch was müssen sie? Wie gestaltet sich ihr Programmauftrag in Bezug auf das Web 2.0? Mit dem Internet hat sich das Mediennutzungsverhalten der Bevölkerung stark verändert, letztlich bleibt jedoch das Fernsehen Leitmedium. Es stellt sich eben nicht die Frage nach dessen Ablösung, denn viel wichtiger ist die kombinierte Nutzbarkeit von Fernsehen und Internet (vgl. Wuth 2009: 75): Es bieten sich sowohl neue Möglichkeiten mit den Fernsehzuschauern in direkte Kommunikation einzutreten, als auch die eines zusätzlichen, das Fernsehprogramm erweiternden Informationsangebots. Kritisiert werden die Öffentlich-Rechtlichen auf verschiedenen Ebenen, was den Eintritt in das digitale Zeitalter angeht – ein paar Beispiele:

1) Die Sendeanstalten nutzten die Digitalisierung, um nicht massenpublikumstaugliche Inhalte in Spartenkanäle auszulagern. Damit würden sie gegen das Prinzip des Binnenpluralismus verstoßen. Die Funktion der Vollprogramme würde ad absurdum geführt.

2) Über Online-Mediatheken stellen die öffentlich-rechtlichen Sender Teile ihres Programms dem Zuschauer auch außerhalb der Fernsehsendezeit zur Verfügung. Die private Konkurrenz moniert diesbezüglich einen Gebührenvorteil der öffentlich-rechtlichen Sender. Damit könne das Angebot einer Online-Mediathek leichter finanziert werden, was letztlich zur Wettbewerbsverzerrung innerhalb des dualen Rundfunksystems führe (vgl. Gonser/Baier 2010:108).[2]

2 Die Kritik kommt von Seiten der privaten Konkurrenz. Nicht berücksichtigt bleibt dabei, dass die öffentlich-rechtlichen Anbieter hier Auflagen erfüllen, die wiederum den Privaten einen Vorteil verschaffen. Immerhin erfolgt keinerlei Werbung auf deren Online-Seiten und auch für die Bereitstellung der Sendungen werden keine Zusatzkosten erhoben. Es eröffnet sich also – anders als bei den Privaten – keine weitere Einnahmequelle.

3) Die Partizipationswege jugendlicher Zuschauer würden nicht berücksichtigt. In dieser Bevölkerungsgruppe spielten digitale Möglichkeiten, neue Distributionswege wie mobiles Fernsehen oder Web 2.0, eine herausragende Rolle. Die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten würden es versäumen, diese wichtige Gruppe an sich zu binden.

Parallel dazu verebbt aber auch nicht die alte, fast schon traditionelle Kritik am öffentlich-rechtlichen System: Es handele sich um ein Auslaufmodell. Ihm werden, neben den oben bereits erwähnten Kritikpunkten, vor allem eine fehlende Programmqualität im Sinne des Grundversorgungsauftrags und die fehlende gesellschaftliche Rückbindung vorgeworfen.

Vergleicht man das deutsche öffentlich-rechtliche System mit denen anderer westlicher Industriestaaten, ist es einerseits eines der teuersten – was den Gesamtetat angeht ebenso wie Produktionskosten pro Sendeminute: Immerhin fließen ihm pro Jahr über sieben Milliarden Euro Rundfunkgebühren zu. Auf der anderen Seite jedoch stellen die deutschen Sender weltweit das größte öffentlich-rechtliche Programmangebot. (Vgl. Lucht 2006: 274) Vor diesem Hintergrund bleibt zu klären, ob eine grundlegende Systemkritik gerechtfertigt ist. Und was könnten die Öffentlich-Rechtlichen tun, um gestärkt aus der schier „endlosen Krise" (Bonfadelli/ Meier/ Schanne 1998: 9) herauszutreten?

Ist eine derartige Systemkritik gerechtfertigt?

Es muss eine Betrachtung auf zwei Ebenen erfolgen, auf einer quantitativen wie auch auf einer qualitativen. Mit quantitativer Ebene sind Messung und Vergleich der Marktanteile der öffentlich-rechtlichen sowie privaten Sender gemeint. Diesbezüglich lässt sich ein für das öffentlich-rechtliche System positives Bild zeichnen: Das ARD-Gemeinschaftsprogramm ist nach Marktanteilen führend (13,4 Prozent im vergangenen Jahr), gefolgt von ZDF (13,1) und RTL (11,7). In der Summe haben die Dritten Programme noch dazu einen Marktanteil von über 13 Prozent. Das ZDF konnte sich im Vergleich zum Vorjahr sogar um 0,2 Prozentpunkte in der Zuschauergunst verbessern, wohingegen RTL als stärkster Privatsender 0,7 Prozent seiner Zuschauer verlor. Nicht nur bei Informationssendungen und Diskussionsrunden, sondern auch was Fernsehfilme und -reihen angeht, gehören ARD und ZDF noch immer zu den Marktführern. (Vgl. Zubayr/ Gerhard 2009: 107f.)

Letztlich kann festgestellt werden, dass auf quantitativer Ebene die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten gegenwärtig als ‚Sieger' im Kampf um die Zuschauergunst innerhalb des dualen Rundfunksystems hervorgehen.

Schwieriger wird es bei der Betrachtung der qualitativen Ebene: Zwischen den beiden Systemen, die sich innerhalb des dualen Rundfunks in Deutschland gegenüberstehen, gibt es einen gravierenden Unterschied, nämlich den des Organisationszwecks: Beim rein kommerziell ausgerichteten privaten Rundfunk liegt der

Schwerpunkt in der Gewinnerzielung und -maximierung für private Investoren, wohingegen die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten einen öffentlichen Auftrag zu erfüllen haben, der in § 11 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) festgelegt und im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄStV) vom 1.6.2009 bestätigt wurde. Demnach soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk

1) sich am Prozess freier, individueller und öffentlicher Meinungsbildung beteiligen,

2) die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft erfüllen,

3) dem Zuschauer einen Überblick verschaffen über alle wesentlichen Lebensbereiche – also das internationale, europäische, nationale sowie regionale Geschehen betreffend,

4) neben der internationalen Verständigung und der europäischen Integration auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern fördern,

5) nach den Grundsätzen der Unparteilichkeit, Objektivität und Meinungsvielfalt arbeiten sowie auf die Ausgewogenheit der Angebote achten.

6) Letztlich hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk „der Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung zu dienen [...], Beiträge insbesondere zur Kultur anzubieten [...]. Auch Unterhaltung soll einem öffentlich-rechtlichen Angebotsprofil entsprechen." (Gonser/ Baier 2010: 112)

Mit diesem Grundversorgungsauftrag eng verknüpft ist der Programm- und Rundfunkauftrag, nach dem vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk verlangt wird, Programme zu produzieren und auszustrahlen, die dem Gemeinwohl verpflichtet sind und dadurch einen gewissen Wert bzw. gesellschaftlichen Mehrwert beinhalten.[3] Werden die Sender diesem Anspruch gerecht? Nachgegangen werden kann der Frage an dieser Stelle am besten durch den Blick in die Programme. Was bieten die Öffentlich-Rechtlichen? Stefan Niggemeier (2009: 3) ist nicht der Meinung, „dass es den öffentlich-rechtlichen Fernsehveranstaltern in Deutschland an Profil mangelt. Die ARD zum Beispiel ist der deutsche Seifenopernsender. […]. Das ZDF profiliert sich als Schaulustigen-Kanal". So lassen sich stets Beispiele finden, die die Annäherung der öffentlich-rechtlichen Programminhalte an die der privaten Anbieter belegen. Aber ist denn ein gewisses Maß an Konvergenz nicht rechtens? Wäre es überhaupt möglich, ein Programm auszustrahlen, das in jeder Hinsicht dem der Privaten entgegensteht? Würde sich das mit einer allgemeinen Gebührenfinanzierung noch rechtfertigen lassen? Denn auch die öffentlich-rechtlichen Anstalten haben nicht nur das Recht, sondern sogar die Pflicht populär zu sein, und nicht nur Inhalte zu senden, die dann letztlich am Massenpublikum vorbeigehen. Wichtiger erscheint es also, innerhalb der populären Formate – worunter mit Ver-

3 Dies betrifft übrigens auch den privaten Rundfunk, nur dass an diesen nicht solch hohe Anforderungen gestellt werden wie an die öffentlich-rechtlichen Sender. Privatrundfunk ist neben den öffentlich-rechtlichen Anstalten solange zulässig, solange zweitere die Grundversorgung sichern. (Vgl. Gonser/Baier 2010: 113)

laub auch die Daily-Soaps gehören – einen gewissen Standard zu bewahren bzw. zu erreichen, der dem eines öffentlich-rechtlichen Profils entspricht. Ein solches Profil muss die folgenden vier gesellschaftspolitischen Funktionen (angelehnt an Lucht 2006: 332) erfüllen, die dem o.g. Grundversorgungsauftrag entsprechen:
1) Integrationsfunktion: Der Zusammenhalt der Gesellschaft ist durch eine gemeinsame Informationsbasis zu sichern.
2) Forumsfunktion: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk dient als Plattform des offenen Meinungsaustausches, auf der nicht nur eine politische Ausgewogenheit vorherrscht, sondern auch Minderheiteninteressen Berücksichtigung finden.
3) Komplementärfunktion: Auf dieser Plattform sind auch solche gesellschaftlich erwünschten Angebote bereitzustellen, die unter wirtschaftlichen Aspekten nicht finanzierbar wären.
4) Vorbildfunktion: Das ausgestrahlte Programm soll in höchstem Maße professionell und seriös sein.
Diese Funktionen können – und müssen – auch durch massentaugliches Unterhaltungsprogramm erfüllt werden. Abseits von *Sturm der Liebe* (ARD) und *Hanna – Folge deinem Herzen* (ZDF) finden sich Formate wie *Türkisch für Anfänger* (ARD), was als Paradebeispiel für die Integrationsfunktion gesehen werden muss, oder aber Volksmusiksendungen, die regelmäßig ein Millionenpublikum erreichen, jedoch aus rein wirtschaftlichen Aspekten heraus kaum finanzierbar wären.[4] Was Informationssendungen, Diskussionsrunden und aktuelle Nachrichten angeht, gehören ARD und ZDF unbestritten zu den Marktführern und erfüllen demnach die dritte, nämlich die Forumsfunktion. Für politische Informationen, aktuelle Berichterstattungen sowie Hintergrundinformationen schaltet die Mehrzahl der Zuschauer bewusst das öffentlich-rechtliche Fernsehen ein. Die Privaten dienen hier nur als Ergänzung. (Vgl. Lucht 2006: 332) Jedoch sollte sich das öffentlich-rechtliche Fernsehen nicht in diese Sparten zurückdrängen lassen, denn als reine Nachrichten-, Informations- und Minderheitensender könnten sie wiederum die nötige Akzeptanz der Gebührenzahlung nicht erreichen. Grundsätzlich wird nun einmal beim Fernsehen mehr nach Unterhaltung, Entspannung und Eskapismus gesucht als nach politischer Information. So müssen die Sender andere, speziell öffentlich-rechtliche Qualitätskriterien aufstellen: Ein öffentlich-rechtliches Selbstverständnis muss her. Dieses Selbstverständnis bzw. solche Qualitätskriterien finden sich nur schwerlich in den Quiz- und Kochshows vom Fließband oder bei *Panda, Gorilla & Co.* (rbb). Doch an anderen Stellen blitzen sie auf, etwa in Dauerbrennern wie der *Lindenstraße* (wdr) oder dem *Tatort* (ARD), in politischen Talkshows, Dokumentationen oder Infomagazinen.

4 Von 1991 bis 1993 wagte Sat.1 das Experiment und sendete die *Goldene Hitparade der Volksmusik*. Da sich jedoch auf Dauer keine Werbekunden fanden, wurde die Reihe nach 64 Folgen und die Ausstrahlung derlei Sendungen im Privatfernsehen gänzlich eingestellt.

Einzug in das ‚digitale Zeitalter'

Wie bereits erwähnt, wird den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten vorgeworfen, die Digitalisierung zu nutzen, um nicht massenpublikumstaugliche Inhalte mehr und mehr in Spartenkanäle auszulagern, womit sie gegen das Prinzip des Binnenpluralismus verstoßen und die Funktion der Vollprogramme ad absurdum führen würden. Diese Gefahr besteht natürlich, doch kann dem aus aktueller Sicht nicht zugestimmt werden. Die neuen Programme wie ZDF.neo oder br.alpha ändern durch ihre Existenz bisher nichts am Vollprogramm von ARD und ZDF. Anders sieht das etwa mit dem gemeinsamen, bereits vor digitalen Zeiten eingeführten Kinderkanal KiKa aus. Durch diesen sind Kindersendungen fast gänzlich aus den Hauptsendern verschwunden. Jedoch ist das in diesem Fall gänzlich positiv zu bewerten, denn ein nur auf Kinder abgestimmter Fernsehsender bietet sich geradezu an. Ohne Werbung und andere nicht kindgerechte Sendungen eröffnen sich neue und verbesserte Möglichkeiten, auf die Bedürfnisse der jüngeren und jüngsten Zuschauergruppen einzugehen. Gerade dadurch bietet sich zudem die Möglichkeit, durch die frühen positiven Erfahrungen mit der großen öffentlich-rechtlichen Senderfamilie die nachfolgenden Generationen wieder an das öffentlich-rechtliche Fernsehen heranzuholen – wird doch stets moniert, die Zuschauergruppen unter 50 Jahren würden von ARD und ZDF nicht berücksichtigt.

Fehlende Transparenz und gesellschaftliche Rückbindung

Die Öffentlich-Rechtlichen geben sich wenig transparent, was unter anderem damit zutun hat, dass das öffentlich-rechtliche Kontrollsystem nur eingeschränkt zu funktionieren scheint. Der Rundfunk- bzw. beim ZDF der Fernsehrat ist das höchste Kontrollorgan. Er überwacht die Einhaltung des gesetzlichen Sendeauftrages und setzt sich zusammen aus Vertretern der Politik, Wirtschaft sowie anderer gesellschaftlich relevanter Gruppen, Kirchen, Bildungswesen, aus Wissenschaft und Kultur. Doch bleibt er ein internes Aufsichtsgremium und oftmals bildet sich eine falsche Loyalität aus: Man vertritt die Interessen der Sendeanstalt, nicht die der Öffentlichkeit. Eines der negativen Hauptkennzeichen für die Regulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist damit die sogenannte Selbstverwaltungsbefugnis (dazu ausführlich Gonser/Baier 2010: 114).

Diese fehlende Transparenz führt zu den ständigen Vorwürfen der zu großen Partei- und Staatsnähe sowie der mangelnden gesellschaftlichen Rückbindung. Die Vorwürfe scheinen berechtigt. Es gilt also von Seiten der Sender Abhilfe zu schaffen, denn nur eine hohe gesellschaftliche Rückbindung führt zur entscheidenden Legitimation. Blickt man in die Zukunft ist klar, dass das öffentlich-rechtliche System auf die Akzeptanz der Bevölkerung – und damit der Gebührenzahler – angewiesen ist. Sollte diese immer weiter abnehmen, wird das System, so traditionell verankert es zurzeit noch ist, nicht überlebensfähig bleiben. Die Rezipienten

müssen stärker einbezogen werden, und zwar auch über die Kontrollgremien hinaus. Seit 2006 führt das ZDF das *Program Appreciation Panel* (PAP) durch: Zur qualitativen Programmbewertung ergänzt hier eine kontinuierliche Erhebung der Zuschauerzufriedenheit die üblichen Quotenmessungen um Informationen zum Sendungsgefallen, zur inhaltlichen Zuschauerbewertung und zur Motivation, warum überhaupt eingeschaltet wurde. Diese Erhebung erfolgt online: 1500 repräsentativ ausgewählte Probanden beantworten täglich den auf qualitative Messungen zugeschnittenen Fragebogen. Ähnliche Programmcontrolling-Verfahren gibt es mittlerweile auch bei der ARD, etwa der an den *Public Value Test* (PVT)[5] der BBC angelehnte *Drei-Stufen-Test*, der die Legitimation gebührenfinanzierter Online-Angebote sicherstellen soll. (Vgl. Gonser/ Baier 2010: 118; sowie Kayser/ Beisch/ Haddad 2008) Dessen Anwendung selbst ist jedoch noch äußerst umstritten.

Dies sind erste Schritte hin zu einer größeren Transparenz und damit hin zur Verbesserung der gesellschaftlichen Akzeptanz. Doch fehlt es noch an weiteren, offensiven Strategien, wie beispielsweise jährliche Stellungnahmen zur Lage der Sender, wie sie von der BBC bereits – verpflichtend – praktiziert werden. Es muss den medialen wie gesellschaftlichen Entwicklungen stets aufs Neue Rechnung getragen werden. Ein rundum „strategisches Vorausdenken" (Gonser/ Baier 2010: 129) wird vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk gefordert, denn es stehen u.a. Veränderungen von Publikumsstrukturen an. Jüngere Zielgruppen werden weniger als andere Generationen vom traditionellen Rundfunk erreicht. Dem öffentlich-rechtlichen System droht von daher eine gefährliche Marginalisierung. Um aber mit Helmut Thoma (zit. nach Appel 2009: 230f.) zu sprechen: „Was man nicht machen kann, ist, mit Gewalt jung zu werden. Wenn da manche Sender versuchen, schlagartig Heavy Metal zu machen, dann ist das natürlich komisch. Das ist so, als wenn man in einem Altenheim plötzlich so eine Gruppe auftreten lässt, die schauen natürlich ein bisschen irritiert auf diese Lärmmacher." Da ist es viel wichtiger, Inseln zu schaffen und neue, innovative Wege zu bestreiten. Gelungen ist dies der ARD im Vorfeld des diesjährigen *Eurovision Song Contest*, denn *Unser Star für Oslo*, die deutsche Vorentscheidung, wurde als Casting-Show in Kooperation von ProSieben (privatwirtschaftlich organisiert) und dem öffentlich-rechtlichen NDR veranstaltet. Moderator der Show war Stefan Raab, eine bei der jungen Zuschauergruppe sehr beliebte Medienfigur. Die ersten fünf Entscheidungsshows sowie das Halbfinale strahlte ProSieben aus, das Viertelfinale sowie das Finale der Casting-Show – aber auch der *Eurovision Song Contest* selbst – wurden in der ARD gesendet. Diese neuartige Kooperation zeigt mögliche Wege für die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, die verlorenen jüngeren Zuschauer ohne

5 Ein mehrstufiges Testverfahren der BBC zur Ermittlung des potenziellen gesellschaftlichen Mehrwerts neuer Dienste und Änderungen etablierter Services. Erst nach *öffentlicher Consultation* werden endgültige Entschlüsse gefasst. So sind explizit die Gebührenzahler und Nutzer in den Entscheidungsprozess involviert – jedoch: auf Seiten der BBC gilt der PVT als schwerfällig und innovationshemmend. (Dazu ausführlich Latzl 2010: 229ff)

‚schlagartigen Heavy Metal' wieder auf sich aufmerksam zu machen – natürlich in diesem Fall potenziert aufgrund des überwältigenden Erfolges der in Oslo für Deutschland angetretenen Lena Meyer-Landrut.[6]

Schlussbemerkung

Mit diesen schlaglichtartigen Ausführungen sollte aufgezeigt werden, dass das öffentlich-rechtliche Modell durchaus den gegenwärtigen wie zukünftigen Anforderungen begegnen kann. Jedoch müssen ARD und ZDF Strategien entwickeln, um aus dem immerwährenden Legitimierungszwang selbstbewusst herauszutreten. Mit mehr Transparenz, Innovation und vor allem dadurch, dass sie sich „aus dem Wettlauf mit den Privaten verabschieden und stattdessen an ihrer Unverwechselbarkeit, ihrer [öffentlich-rechtlichen] Identität arbeiten." (Niggemeier 2009: 6) Ein deutliches Zeichen könnte diesbezüglich der Verzicht auf Werbe- und Sponsoringeinnahmen sein. „Verzweifelt klammern sich ARD und ZDF an das Recht, Werbung auszustrahlen und nach 20 Uhr noch Sponsorenhinweise – dabei würde die Unangreifbarkeit und Unterscheidbarkeit, die sie durch einen Verzicht gewönnen, ungleich mehr wiegen als der Verlust der überschaubaren Einnahmen." (Ebd.: 5) Kirchhof schließt sich dieser Meinung an, wenn auch nur eingeschränkt auf den Werbeverzicht bei Eigenproduktionen: Dieser würde die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks von Privatwirtschaft und Markt deutlicher hervorheben und ein „– schrittweise und aufkommensneutral zu gestaltende[r] – Werbeverzicht [würde] ein deutliches Signal auch für die zukünftige Rundfunkpolitik und die ersichtliche kulturelle Identität des öffentlich-rechtlichen Rundfunks setzen." (Kirchhof 2010: 84)

Es ist unerlässlich, dass das gebührenfinanzierte Programm durch den Gebührenzahler akzeptiert wird. Da verwundert es nicht, dass die Ministerpräsidenten der Länder – denn Rundfunk ist Ländersache – am 9. Juni diesen Jahres beschlossen, das derzeitige Gebührenmodell nach den Richtlinien des Gutachtens über die *Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks* (April 2010, veröffentlicht im Mai) zu verändern: Demnach ist das Empfangsgerät „ein ungeeigneter Anknüpfungspunkt, um die Nutzer des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tatbestandlich zu erfassen und die Nutzungsintensität sachgerecht zu unterscheiden." (Kirchhof 2010:78) Dies schaffe Ungleichheit unter den Nutzern und mache daher eine Reform erforderlich. In dieser Korrektur, womit auch der Begriff *Gebühr* ad acta gelegt wird, soll dafür der „Rundfunkbeitrag" in das allgemeine Bewusstsein gerückt werden. (Kirchhof 2010: 83) „[D]ie Rundfunkfinanzierung", so Kirchhof

6 Der Eurovision Song Contest 2010 wurde traditionell von der ARD ausgestrahlt. Stefan Raab jedoch brachte in der Woche vor der Show sein Format *TV Total* (ProSieben) in Form von Sondersendungen direkt aus Oslo in die deutschen Wohnzimmer. NDR und ProSieben ließen nach dem Ereignis bereits verlauten, dass eine weitere Zusammenarbeit im kommenden Jahr beiderseitig angestrebt wird.

(2010: 85), „gewinnt [...] eine neue Plausibilität“, die mit einer größeren Akzeptanz bei den Nutzern einhergeht.

Auch im Zeitalter eines ausdifferenzierten Mediensystems der Informationsgesellschaft mit neuen Partizipationswegen wie dem Internet bleibt das klassische Fernsehen durchaus bedeutsam: Der durchschnittliche Medienkonsum in Deutschland liegt derzeit bei etwa 600 Minuten pro Tag, wovon 441 Minuten auf Fernsehen und Radio entfallen. Im Durchschnitt sieht der Deutsche pro Tag drei Stunden und 40 Minuten fern, 89 % der Bevölkerung schauen täglich, 95 % mehrmals die Woche.[7] In Großbritannien liegt der durchschnittliche Fernsehkonsum des Einzelnen pro Tag bei vier Stunden, in den USA sogar bei vier Stunden und 58 Minuten. Glaubt man der Studie *Television 2009 - International Key Facts*, der diese Daten entnommen sind, kann das Fernsehen trotz der immer stärker werdenden Konkurrenz neuer Verbreitungstechnologien und schier unbegrenzter Online-Angebote seine dominierende Stellung als Leitmedium nicht nur behaupten, sondern sogar noch ausbauen. Seit 2000 hat sich die durchschnittliche Sehdauer pro Person und Tag in Europa um 19 Minuten erhöht. Fernsehen und Webnutzung stehen sich demnach nicht im Wege, sondern ergänzen sich.

Wichtig ist und bleibt für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Strukturprobleme lassen sich nicht durch Diktate eines vermeintlichen Massengeschmacks in den Griff bekommen. Hohe Einschaltquoten dürfen nicht das Maß der Dinge darstellen; es gilt vielmehr, die inhaltliche Ausrichtung eines qualitativen und breitenwirksamen Programms stetig zu verbessern und zu aktualisieren. Gleichzeitig darf dabei nicht am Publikum ‚vorbei gesendet’ werden – den Spagat zu schaffen ist die große Kunst. Dass dies niemals ohne Kritik am System zu haben sein wird, ist angesichts eines – durchaus auch vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk gewollten – Meinungspluralismus‘ evident.

Literatur:

Appel, Eva (Hg.): *Leitmedium auf Bewährung. Suchen und Finden des Neuen*. Mainz 2009.

Bonfadelli, Heinz/ Werner A. Meier/ Michael Schanne: *Öffentlicher Rundfunk und Kultur. Die SRG zwischen gesellschaftlichem Auftrag und wirtschaftlichem Kalkül*. Zürich 1998.

Christl, Reinhard/ Daniela Süssenbacher (Hg.): *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & Co auf der Suche nach dem Public Value*. Wien 2010.

Gonser, Nicole/ Barbara Baier: „Deutschland“. In: Reinhard Christl/ Daniela Süssenbacher (Hg.): *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & Co auf der Suche nach dem Public Value*. Wien 2010. S. 99-134.

7 Diese Daten sind der Langzeitstudie „Massenkommunikation“ entnommen, die seit 40 Jahren Nutzungsdaten der Massenmedien in Deutschland erfasst. (Vgl. „Institut der deutschen Wirtschaft“. Köln. www.iwkoeln.de)

Hörnberg, Walter: „Rundfunk der Bürger. Chancen und Probleme der gesellschaftlichen Kontrolle“. In: Manfred Kops (Hg.): *Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in gesellschaftlicher Verantwortung. Anspruch und Wirklichkeit*. Münster/Hamburg/London 2003. S. 73-93.

IP Deutschland (Hg.): *Television Key Facts 2009*. Online: www.ip-deutschland.de/ipd/ unternehmen.cfm, letzter Zugriff: 12. Januar 2010.

Kaufmanns, Ralf, u.a. (Hg.): *Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven des TV in der digitalen Medienwelt*. Wiesbaden 2008.

Kayser, Susanne/ Natalie Beisch/ Denise Haddad: „‚PAP' – das Instrument zur kontinuierlichen Erfassung der Zuschauerzufriedenheit“. In: ZDF (Hg.): *ZDF-Jahrbuch 2007*. (2008). Online: www.zdf-jahrbuch.de/2007/grundlagen/kayser_beisch_haddad.html, letzter Zugriff: 20. Mai 2010.

Kirchhof, Paul: *Gutachten über die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, erstattet im Auftrag der ARD, des ZDF und D Radio*. Heidelberg 2010. Online: www.ard.de/intern/ standpunkte/-/id=1454042/property=download/nid=8236/5envxa/Gutachten+zur+ Rundfunkfinanzierung.pdf, letzter Zugriff: 17. Juni 2010.

Krone, Jan: *Fernsehen im Wandel*. Baden-Baden 2009.

Latzl, Daniela-Kathrin: „Großbritannien“. In: Reinhard Christl/ Daniela Süssenbacher (Hg.): *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Europa. ORF, BBC, ARD & Co auf der Suche nach dem Public Value*. Wien 2010. S. 202-241.

Lucht, Jens: *Der öffentlich-rechtliche Rundfunk: Ein Auslaufmodell?* Wiesbaden 2006.

Ludwig, Johannes (Hg.): *Sind ARD und ZDF noch zu retten?* Baden-Baden 2009.

Niggemeier, Stefan: „Selbstbewusst anders sein“. In: *ApuZ* 9-10/2009. S. 3-6.

Schneider, Norbert (im Gespräch mit Helmut Thoma): „Mit 50 scheintot?“. In: Eva Appel (Hg.): *Leitmedium auf Bewährung. Suchen und Finden des Neuen*. Mainz 2009. S. 227-238.

Wuth, Steffen: „Programmauftrag ‚Vielfalt' – die Öffentlich-Rechtlichen und das Web 2.0“. In: Johannes Ludwig (Hg.): *Sind ARD und ZDF noch zu retten?* Baden-Baden 2009. S. 75-85.

Zybayr, Camille/ Heinz Gerhard: „Tendenzen im Zuschauerverhalten“. In: *Media Perspektiven* 3/2009. S. 98-112.