

Auf die Inhalte kommt es an

Der Auftrag von ARD und ZDF und das lineare Programm / Von Jürgen Betz

epd Die Skandale beim RBB haben dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk sehr geschadet. In den dadurch ausgelösten Diskussionen geht es primär um Compliance, Transparenz, Zusammensetzung der Gremien und deren Kompetenzen, Gehälter von Intendanten, Kontrolle, strukturelle Reformen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, runde Tische und das Einfrieren des Rundfunkbeitrags. Dabei gerät die Frage, ob und wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Auftrag ausreichend erfüllt, den die Länder gerade im dritten Medienänderungsstaatsvertrag konkretisiert haben, leider aus dem Fokus.

Der Hamburger Mediensenator Carsten Brosda sagte im November, ins Zentrum der Debatte gehörten nicht die Sendeanstalten, sondern die Inhalte. Er forderte Investitionen in gute Erklärformate und in vertiefende Hintergrundberichterstattung.

Der öffentliche Diskurs

Das Bundesverfassungsgericht hat in seiner langjährigen Rechtsprechung sehr klar und deutlich den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks konkretisiert, zuletzt in seinem Urteil zum Rundfunkbeitrag vom 20. Juli 2021 (epd 31, 32, 33/21). Er habe ein vielfaltssicherndes und Orientierungshilfe bietendes Gegengewicht zum kommerziellen Mediensektor zu bilden, führten die Richter in der Begründung aus. Es gehe darum, die in einer Gesellschaft verfügbaren Informationen, Erfahrungen, Werthaltungen und Verhaltensmuster abzubilden und damit demokratische Diskurse zu ermöglichen.

Öffentlicher Diskurs und breite Information sind wichtiger denn je. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss durch seine Angebote immer wieder unter Beweis stellen, welchen Nutzen er für die Gesellschaft und den einzelnen Bürger hat und was er für die Gesellschaft leistet. Er muss sich intensiv um die Inhalte in seinem Gesamtangebot und um Qualität, Reputation, Glaubwürdigkeit und das Vertrauen der Bevölkerung kümmern.

Immer wieder wird Kritik an den Programminhalten des linearen Fernsehens von ARD und ZDF geäußert und eine Verbesserung der Qualität gefordert, um die man sich in der Tat dringend Gedanken machen muss. Daher sollen im Folgenden primär diese Themen in den Blick genommen werden. Denn hier können ARD und ZDF selbst etwas verändern, ohne dass erst politische oder

gesetzliche Maßnahmen erfolgen müssen, was manche Intendanten gerne als Ausrede ins Feld führen.

Die ARD hat 2021 in ihrem „Zukunftsdialog“ eine sehr sinnvolle Publikumsbefragung durchgeführt (epd 48, 50-51/21). Aber wo werden die Ergebnisse beachtet und umgesetzt? Das Publikum hat mehr Information, mehr Hintergrundberichte und mehr Dokumentationen gefordert, mehr inhaltliche Tiefe und Erklärformate für die immer komplexeren Themen unserer Zeit. Gewünscht wurde auch eine Stärkung von Diskurs und Dialog, mehr Kultur und Serien von historischer und politischer Bedeutung – und vielfach wurden deutlich bessere Sendezeiten für diese Genres gewünscht. Mehr Sendungen aus den genannten Genres im Ersten und Zweiten und stattdessen – auch das wurde im Zukunftsdialog klar gefordert – weniger gewalthaltige Krimis, die immer noch einen großen Teil der Sendezeit am Abend ausmachen.

Reformdebatte

epd Die Rundfunkkommission der Länder hat sich kürzlich darauf verständigt, dass sie einen Zukunftsrat einsetzen will, der Empfehlungen für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erarbeiten soll (epd 4/23). Doch in der Diskussion über die Reform der Sender kommt die Frage nach den Inhalten viel zu kurz, findet der ehemalige Justiziar des Hessischen Rundfunks, Jürgen Betz. Viel wichtiger als eine AG „Digitale föderale ARD“, die die Intendanten im September 2022 beschlossen haben (epd 38/22), wäre seiner Meinung nach eine AG Inhalte.

In den zwei Wochen vom 23. Dezember 2022 bis 7. Januar 2023 wurden im Ersten und im Zweiten in der Hauptabendsendezeit insgesamt 34 Krimis gesendet, samstags und sonntags oft zwei hintereinander. Die vielen Krimis in den Dritten Programmen sowie den Spartenprogrammen One und ZDFneo habe ich dabei nicht mitgezählt. Diese Menge entspricht wohl kaum dem Kernauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, der so gerne darauf verweist, dass die Fernsehprogramme angeblich zu 40 Prozent aus Information bestehen.

Leider ist nicht zu sehen, dass die klaren Erwartungen des Publikums ernst genommen werden. Auch „Privatmann“ Tom Buhrow hat dazu in seiner Rede im Übersee-Club

nichts gesagt. Und in den Interviews, die der WDR-Intendant und der neue ARD-Vorsitzende Kai Gniffke kürzlich diversen Zeitungen gaben, kamen diese auch nicht zur Sprache.

„Exitstrategie“

Gniffke will „jetzt transformieren vom Linearen ins Nicht-Lineare“, den digitalen Bereich ausbauen. Er sieht schon das Ende des traditionellen, also linearen, Fernsehens kommen, will dafür weniger Aufwand betreiben und mehr Wiederholungen senden. Er hat „keine Hoffnung, dass wir durch eine Veränderung des linearen SWR-Programms das Publikum massiv verjüngen“, sagte er kürzlich. BR-Intendantin Katja Wildermuth sprach gar von einer „Exitstrategie“.

Kann es der richtige Ansatz sein, den Auftrag zu erfüllen, indem man gar nicht mehr inhaltlich diskutiert? Und ist es richtig, die linearen Programme schon für nahezu tot zu erklären? Offenbar ist die ARD dieser Meinung, denn sie hat im September 2022 zwei Arbeitsgruppen eingesetzt, die sich nur mit digitalen Themen befassen. Zum einen die „AG Umschichten“, die klären soll, auf was im Linearen zugunsten der nonlinearen Zukunftsfähigkeit der ARD verzichtet werden soll, zum anderen die „AG Digitale föderale ARD“, die sich damit beschäftigen soll, wie die ARD „im Digitalen moderner, agiler und smarter zusammenarbeiten kann“ (epd 38/22).

Bis heute fehlt eine AG, die sich unter Berücksichtigung des Zukunftsdialogs mit einer auftragskonformen und kernaufgabenbezogenen Verbesserung des Linearen befasst, obwohl dies angesichts der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts und des Medienänderungsstaatsvertrags dringend notwendig ist.

Gniffke sagt, ihm gehe es um „die Zukunft des Journalismus“, er wolle „die ARD zu einer Art Leuchtturm für unabhängige Berichterstattung machen“, in Journalismus investieren, in internationale Rechercheoperationen und Datenjournalismus. Er wolle dem demokratischen Diskurs Raum geben. Und WDR-Intendant Tom Buhrow sagte der „Welt“, dass „das digitale Zeitalter kein klassisches Massenmedium-Zeitalter mehr ist, sondern eigentlich die Addition von Teilmedien von Zielgruppenmedien; das ist für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gefährlich“.

Was ist der Auftrag?

Aber wo reagiert die ARD entsprechend? Die Strategie „Digital first“ oder „Online first“ ist nach meiner Auffassung ein missverständlicher, gar falscher Slogan, der die nach wie vor große Bedeutung des Linearen zu missachten droht. Die ARD-Intendanten haben bei

ihrer Pressekonferenz im November 2022 einmal mehr unterstrichen, dass der Ausbau des Digitalen zu priorisieren sei und „im Linearen fokussiert werden muss“. Im Dezember teilte die ARD mit: „Wir schiften im großen Stile Mittel ins Digitale um.“ ARD-Programmdirektorin Christine Strobl sprach von 150 Millionen Euro, die 2022 bereits in Richtung Mediathek umgeschichtet worden seien (epd 1-2/23). Und das sei erst der Anfang, sagte sie.

Dazu passt, dass ARD und ZDF die Programmebeobachtung, die sie seit 1985 in Auftrag gegeben haben, aussetzen wollen (vgl. Meldung in dieser Ausgabe). Das ZDF erklärte, es sei wichtiger, den nonlinearen Bereich zu untersuchen. Der Medienwissenschaftler Uwe Hasebrink sagte, das sei ein Rückschlag für die aktuellen Bemühungen, mit der Gesellschaft in einen konstruktiven Dialog darüber zu kommen, was diese von den Medien erwartet und wie weit diese Erwartungen erfüllt werden.

Grundlegende Veränderungen

Die Länder und das Bundesverfassungsgericht sehen die Erfüllung des Kernauftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nicht primär im Nonlinearen. Der dritte Medienänderungsstaatsvertrag beauftragt die Sender in § 28 unverändert und explizit mit der linearen Ausstrahlung des Ersten, des Zweiten, der Dritten, von 3sat und Arte, wie die Begründung zu § 28 bestätigt. Selbst die weiteren derzeitigen Spartenprogramme sind bis auf Weiteres linear beauftragt, sie können aber ganz oder teilweise eingestellt oder in Angebote im Internet überführt werden. Die Breite des Auftrags und der Integrationsauftrag sollen nach dem Willen der Länder weiter linear erfüllt werden.

Gerade den wichtigen Integrationsauftrag kann man nicht erfüllen, wenn man immer mehr zielgruppenspezifische Angebote ins Nonlineare verlagert und wenn wichtige, für die Allgemeinheit relevante und interessierende Themen nicht mehr im linearen Fernsehen vorkommen. So leistet man der immer stärkeren Fragmentierung der Gesellschaft Vorschub. Ein auf einzelne Zielgruppen ausgerichtetes Angebot trägt zur Segmentierung und Atomisierung der Gesellschaft bei.

„Die goldene Ära der Linearität ist nicht vorbei“, schrieb der Medienwissenschaftler Stephan Weichert im Dezember 2022 im „Tagesspiegel“. Das sehen nicht nur die Länder genauso und umso unverständlicher ist die „Exitstrategie“ der ARD, von der BR-Intendantin Katja Wildermuth sprach. In Zeiten der Digitalisierung erwarte jede Zielgruppe ein „auf sie geschärftes Programm“, sagte Wildermuth, deshalb müssten sich die Zuschauer im Linearen an noch mehr Wiederholungen

gewöhnen. Eine erstaunliche Haltung, die mit dem Integrationsauftrag kaum vereinbar ist und der weiteren Fragmentierung der Gesellschaft Vorschub leistet.

Dabei bleibt beides auf absehbare Zeit wichtig: das lineare Programm und das nonlineare Angebot und nichts spricht gegen einen Ausbau der inzwischen erfreulicherweise deutlich besser und nutzerfreundlicher gewordenen ARD-Mediathek. Natürlich muss man auch darüber diskutieren, was man im Linearen ändert oder weglassen kann und wie man durch mehr Kooperation Einsparungen erzielt, die für den Ausbau des Nonlinearen eingesetzt werden können.

Das lineare Fernsehprogramm und die linearen Radioprogramme haben nach wie vor hohe Bedeutung und erreichen weiterhin sehr viele Nutzerinnen und Nutzer, wie die im Oktober 2022 veröffentlichte Studie „ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022“ belegt (epd 41/22). Deshalb braucht das Lineare, vor allem im Ersten und Zweiten, grundlegende Veränderungen und nicht noch mehr Wiederholungen.

Verknüpfung der Angebote

Ob es zum Kernauftrag der ARD gehört, im Rahmen der Exitstrategie „tolle fiktionale Angebote in der Mediathek“ bereitzustellen, wie BR-Intendantin Wildermuth sagt, bezweifle ich. Richtig ist dagegen, wie Wildermuth auch gesagt hat, dass die Öffentlich-Rechtlichen „für die Dinge wertgeschätzt werden, die nicht das Massenpublikum erreichen“. Gerade hier liegt ein ganz wichtiger Teil des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks: Er soll ausführlicher informieren, einen breiten öffentlichen Raum schaffen, der den öffentlichen Diskurs stärkt und das Gemeinschaftsgefühl aktiviert. Damit kann man durchaus auch „das Massenpublikum“ erreichen. In einer Zeit wachsender gesellschaftlicher Polarisierung und eines zunehmenden Zerfalls der öffentlichen Debatte hat der Integrationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hohe Bedeutung. Allein im Nonlinearen lässt sich der nicht erfüllen.

Wichtig ist aber eine nutzerfreundliche Verknüpfung von linearen und nonlinearen Inhalten, um Fernsehzuschauer auf die Onlineangebote und damit auf vertiefende Informationen im Netz aufmerksam zu machen. „Tagesschau.de“ hat kürzlich im Internet ein neues Ressort „Wissen“ gestartet, in dem die wichtigsten Inhalte aus der Wissenschaft vermittelt werden (epd 42-43/22). Juliane Leopold, die Chefredakteurin Digitales der ARD, hat dazu erklärt, es gebe „ein großes Bedürfnis nach wissenschaftlicher Kompetenz“. Das ist erfreulich, aber warum wird dieses Bedürfnis nur im Internet befriedigt? Auf solche neuen Angebote müsste auch immer wieder im Linearen, besonders auch durch Trailer im Ersten

hingewiesen werden. Die neue Plattform ARD-Kultur hat die ARD leider nur für kurze Zeit im Ersten so beworben.

Die Themen und Fragestellungen werden immer komplexer. Viele Menschen fühlen sich überfordert. Sie können sich nur über breite Information und Aufklärung eine Meinung dazu bilden. Gerade deshalb ist es zentraler Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, glaubwürdigen, verlässlichen Qualitätsjournalismus zu bieten, Fakten zu recherchieren, Fake News zu entlarven, sachlich zu berichten und inhaltlich und umfassend über das Geschehen in der Welt zu informieren.

Die Erwartungen des Publikums

Der „Zukunftsdialog“ der ARD ist nun schon mehr als ein Jahr her, doch in dieser Hinsicht ist bislang nur wenig im linearen Programmangebot der ARD passiert. Nur am Montagabend sendet das Erste inzwischen häufiger interessante Reportagen und Dokumentationen, leider meist sehr spät. Die neue Doku-Reihe „ARD-Wissen“ wird um 22.50 Uhr gesendet.

Es bedarf mit Blick auf den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dringend einer senderinternen Erörterung, wie die klaren Erwartungen des Publikums, die ja dem Markenkern von ARD und ZDF entsprechen, im linearen Angebot erfüllt werden.

ARD und ZDF haben sich in den Anhörungen zum dritten Medienänderungsstaatsvertrag Anfang 2022 heftig gegen die nun in § 26 des Staatsvertrags festgeschriebene Formulierung gewehrt, die Information, Bildung, Beratung und Kultur zum (Kern-)Auftrag erklärt und erst dann ausführt: „Unterhaltung, die einem öffentlich-rechtlichen Profil entspricht, ist Teil des Auftrags.“ Das wurde als inakzeptable Einschränkung der Unterhaltung angesehen. Das ZDF sah in dieser Formulierung sogar einen Eingriff in die Programmautonomie. Auch dass Information, Bildung, Beratung und Kultur ausdrücklich zum Schwerpunkt der Angebote erklärt werden sollten, wurde heftig kritisiert.

Zwar gehört Unterhaltung unstreitig zum Auftrag, aber warum soll der Gesetzgeber kraft seiner Kompetenz nicht klar festlegen können, was er als den Kern des Auftrags des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ansieht? Dazu ist er ermächtigt, das Bundesverfassungsgericht hat an keiner Stelle ausgeführt, dass Unterhaltung einen besonderen Status hat, der dazu legitimiert, in der Hauptsendezeit am Abend überwiegend Unterhaltungsformate auszustrahlen und die anderen, bedeutsameren Teile des Auftrags auf deutlich weniger attraktiven Sendeplätzen, oft am späten Abend, anzubieten.

Angesichts des konkretisierten Auftrags und der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts sollte sich eine „AG Programminhalte“ mit den Themen befassen, die aus den genannten Gründen gerade auch für das lineare Fernsehen wichtig sind.

Arbeitsgruppe Programminhalte

Viele Ereignisse und Themen aus der Welt haben nur einen geringen Platz in der Berichterstattung, in Talkshows und anderen Sendungen, das hat auch der Chefredakteur von ARD-Aktuell, Marcus Bornheim, eingeräumt. Themen, die einmal aktuell in den Nachrichtensendungen waren, geraten aus dem Blickfeld, obwohl sie weiterhin akut und relevant sind. Als Beispiele seien nur die Kriege in vielen Teilen der Welt genannt, die politischen Entwicklungen in Ländern mit autokratischen Führungen, die Flüchtlingsproblematik, die Klimaerwärmung mit ihren Naturkatastrophen und Dürren in Ländern Afrikas und Asiens und die daraus folgenden Flüchtlingsströme und Hungersnöte.

„Zeit“-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo hat jüngst angeregt, nach jeder „Tagesschau“ oder jeder „Heute“-Sendung einen kurzen Fünf-Minuten-Brennpunkt zu senden, der sich mit einem aktuellen Stichwort befasst und dazu Hintergrundinformationen gibt und Zusammenhänge erläutert. Über diese sehr gute Idee sollte man nachdenken. Ein solches Format könnte informativer sein als mancher Brennpunkt.

ARD und ZDF verfügen über ein sehr gutes Auslandskorrespondentennetz. Dieses sollten sie noch mehr nutzen, um mehr Informationen aus der Welt zu vermitteln. Pro Woche ein „Weltspiegel“ im Ersten und ein „Auslandsjournal“ im Zweiten sind aus meiner Sicht deutlich zu wenig. Warum wird der „Weltspiegel“ nach der Erstausstrahlung am Sonntag in der folgenden Woche nicht noch einmal als Wiederholung gesendet? Damit könnte das Erste zusätzliche Reichweite generieren.

Stammgäste der Talkshows

Bislang spielt der dramatische Klimawandel, der in den kommenden Jahren das Topthema sein wird, leider eine sehr untergeordnete Rolle. Eine kürzlich von Hamburger Kommunikationswissenschaftlern veröffentlichte Studie erbrachte, dass nur fünf bis sechs Prozent der Sende-minuten der Wissenschaftssendungen im Ersten einen Bezug zu diesem Thema hatten. NDR und HR haben im November 2022 immerhin endlich das Wochenmagazin „Klimazeit“ bei Tagesschau24 eingeführt. Warum aber nur dort und nicht im Ersten?

Die derzeitigen politischen Talkshowformate haben für den Zuschauer oft keinen nachhaltigen Erkenntnis-

gewinn und bieten wenig relevante Information. Es werden immer wieder dieselben Politiker und Journalisten eingeladen, deren Meinungen und Argumente bereits bekannt sind, meist werden dieselben Themen behandelt.

Corona war in den Jahren 2020 und 2021 in 134 Sondersendungen und Talkshows das beherrschende Thema. 2022 war es der Ukrainekrieg. Auch darüber diskutierten in den Talkshows im Ersten und Zweiten immer wieder dieselben Menschen: Der CDU-Politiker Norbert Röttgen hatte im Jahr 2022 21 Auftritte in Talkshows, der „Welt“-Journalist Robin Alexander 19, der SPD-Vorsitzende Lars Klingbeil, der SPD-Generalsekretär Kevin Kühnert und die FDP-Politikerin Marie-Agnes Strack-Zimmermann hatten jeweils 17 Auftritte. Die Liste ließe sich fortsetzen.

Bei Markus Lanz diskutierten 2019 noch 439 unterschiedliche Gäste, 2022 waren es nur noch 252. Anstatt zu vieler Politiker sollten mehr Persönlichkeiten aus Wissenschaft, Gesellschaft, Kultur und anderen Bereichen sowie auch einfache Bürgerinnen und Bürger zu Wort kommen, um andere Themen zu erörtern und die Sicht der Menschen einzubeziehen.

Konstruktiver Journalismus

Die ARD kann nun, da Anne Will Ende des Jahres aufhören will, über neue Formate und Inhalte nachdenken. Beim ZDF ist man schon deutlich weiter. Hier gibt es auch für junge Leute interessantere Talkrunden wie „13 Fragen“, „Unter anderem“ und „Sag's mir“. Diese sind allerdings nur in der ZDF-Mediathek und bei Youtube zu sehen.

Mehr Dokumentationen und Hintergrundberichte sind wichtig, das wird von vielen seit langem gefordert. Auch sollten diese nicht erst am späten Abend oder zu anderen unattraktiven Zeiten gesendet werden. Im Ersten ist gerade die neue wöchentliche Late-Night-Show „Reschke Fernsehen“ gestartet, die sich mit einem gesellschaftlich relevanten, journalistisch recherchierten Thema befasst. Leider ist auch diese Sendung erst um 23.35 Uhr zu sehen – immerhin steht sie schon ab 18 Uhr in der Mediathek.

Neben investigativem Journalismus sollte es mehr konstruktiven Journalismus geben. Dieser bleibt nicht beim Aufzeigen von Problemen stehen, sondern zeigt Lösungswege auf und informiert auch über Erfolge. Für mehr konstruktiven Journalismus hat sich auch BR-Intendantin Wildermuth ausgesprochen (epd 45 /22). Es sollte nicht nur über Krisen, Konflikte und Katastrophen berichtet werden, sondern auch über

positive und beispielhafte Entwicklungen, damit nicht der Eindruck entsteht, es gebe nur Katastrophen.

Auch über die Wiedereinführung von „Pro und Contra“ könnte die ARD nachdenken. In dieser Sendung konnte man sich in 45 Minuten ein gutes Bild von den unterschiedlichen Argumenten zu einem Thema machen. Die „Pro-und-Contra“-Kommentare, die die „Tagesthemen“ vor zwei Jahren eingeführt haben, ermöglichen in ihrer Kürze keine vertiefte Erörterung. Das ZDF hat im Zweiten vor der letzten Bundestagswahl die Sendung „Für und Wider“ ausgestrahlt, leider ist auch diese wieder verschwunden.

Dialog mit dem Publikum

Die neuen Angebote „Mixtalk“ des SWR oder „Ideenimport“ von HR, MDR, NDR und RBB, die Hintergründe erläutern und verständlich machen, sind hervorragende Ideen, um breiter zu informieren und aufzuklären. Leider werden auch diese beiden Formate nur nonlinear angeboten und es wird nicht für sie geworben. Man muss sie suchen und finden. Hätten diese Formate nicht auch im Ersten in angepasster Form Platz?

Es besteht großes Interesse an Medien und ihren Inhalten, das haben der ARD-Zukunftsdialog und die große Beteiligung an der Anhörung zum Entwurf des 3. Medienänderungsstaatsvertrags gezeigt. ARD und ZDF sollten sich daher darum bemühen, viel öfter ins Gespräch mit dem Publikum zu kommen, um dessen Interessen, Sorgen und Wünsche zu erfahren und programmlich zu berücksichtigen. Mehr Bürgerbeteiligung zum Dialog über Qualität, Leistung und Fortentwicklung des öffentlich-rechtlichen Angebots schreibt ja auch der neue Medienstaatsvertrag ausdrücklich vor.

Das Publikum sollte auch im Programm häufiger zu Wort kommen. Der NDR versucht dies gerade in seiner neuen Sendung „Bürgerparlament“ im Dritten. Solche Sendungen motivieren die Bürgerinnen und Bürger auch, sich politisch zu engagieren, mitzureden und sich am demokratischen Diskurs zu beteiligen. Der MDR hat vor drei Jahren mit „MDRfragt“ erfolgreich ein solches Format eingeführt, der NDR hat dies mit „NDRfragt“ nun aufgegriffen.

Warum kann die ARD bis heute keine Crosspromotion im Ersten für andere Sendungen in der ARD-Programmfamilie wie 3Sat, Arte, Phoenix und ARD-Alpha oder auch auf Onlineangebote machen? Das ZDF ist da schon weiter, es wirbt im Hauptprogramm für seine anderen Programme. Im Ersten wird nur fürs Erste geworben, mit einer oft nervigen Anzahl von Trailern für Krimis. Würden endlich auch einmal Trailer für Sendungen in den anderen Programmen oder für

nonlineare Inhalte ausgestrahlt, könnten auch Leute auf sie aufmerksam gemacht werden, die sie kaum kennen. Selbst mancher Medienpolitiker würde staunen, dass es vieles von dem, was er im Programmangebot zu vermissen glaubt, längst gibt.

Die zweite Chefredakteurin des SWR, Marieke Reimann, hat im Oktober 2022 in einem Podcast gesagt, „die fehlende Eigenwerbung der ARD“ nerve sie. Die ARD mache – für 60 Cent am Tag – „so gutes Zeug“ und habe „so viele Leute mit einem starken journalistischen Verständnis“, doch sie schaffe es nicht, dem Krisenmodus etwas entgegenzusetzen. „Für den Tanker, der wir ja sind, verstecken wir uns manchmal vor unserer eigenen Courage.“ Sie wünscht sich „mehr Power hinter dem Bollwerk ARD“, Kampagnen mit prominenten Testimonials und dass auch hochrangige VertreterInnen der Rundfunkanstalten in den sozialen Netzwerken stattfinden.

Ich kann nur hoffen, dass solche Appelle endlich Gehör finden.

Neue Aufgaben für die Gremien

Die Einsetzung einer „AG Programminhalte“ könnte auch durch die Rundfunkgremien unterstützt werden. Nach dem neuen Medienstaatsvertrag sollen die Gremien unter anderem „inhaltliche und formale Qualitätsstandards“ für die Angebote von ARD, ZDF und Deutschlandradio festsetzen und „standardisierte Prozesse zu deren Überprüfung“ einrichten. Damit wollen die Länder bewusst die Gremien stärken.

Es wird allerdings sehr engagierter und selbstbewusster Anstrengungen der Gremien bedürfen, um dieser anspruchsvollen und wichtigen Aufgabe gerecht zu werden. Denn ein solcher Aufgaben- und Kompetenzzuwachs wird in den Sendern nicht so gerne gesehen. Die ARD hat in ihrer Stellungnahme zu der Anhörung im Januar 2022 ausgeführt, sie unterstütze die Stärkung der Gremienkompetenz, „soweit dies im Rahmen der klaren verfassungsrechtlich verankerten Aufgabenzuweisung erfolgt“. Das wird wie folgt erläutert: „Die Programmgestaltungskompetenz liegt bei den Rundfunkanstalten – und dort zuvorderst bei den programmverantwortlichen Intendanten, während den Gremien die Programmkontrolle zufällt.“ Will heißen: Die Gremien sind nur zur nachlaufenden Programmkontrolle befugt und haben sich aus der inhaltlichen Programmgestaltung bitte herauszuhalten. Programmliche Zielvorgaben zu setzen, sei nicht Aufgabe der Rundfunkräte, sondern falle in die Programmgestaltungskompetenz der Intendanten. Andernfalls „wäre dasselbe Organ einerseits mit der Ausgestaltung von Qualitätsaspekten und gleichsam mit deren Überprüfung befasst.“

Das ZDF blies ins gleiche Horn und plädierte statt der Stärkung der Gremienkompetenz für ausführlichere Selbstverpflichtungserklärungen des Intendanten. Solche gibt es schon länger bei ARD und ZDF, aber werden die auch wirklich umgesetzt und wer überprüft das?

Monokratische Intendantenverfassungen

Diese Haltung der Sender entspricht einer jahrzehntealten Position: Das Programm machen die Intendanten, die Gremien haben sich herauszuhalten. Sie dürfen nur hinterher kontrollieren und kritisieren; allenfalls können sie allgemeine Empfehlungen an die Intendanten im Rahmen der Programmberatung geben, die aber nicht bindend sind. Dies wird gern mit dem Begriff der Programmautonomie begründet.

Diese Sichtweise ist allerdings rechtlich fragwürdig, sie ignoriert vor allem den klaren gegenteiligen Willen der Länder, die zunehmend die monokratischen Intendantenverfassungen hinterfragen und bewusst einen wirksamen Einfluss der Gremien auf die Wahrnehmung des Rundfunkauftrags erreichen wollen. Dies ist auch legitim.

Zwar hat das Bundesverfassungsgericht im ZDF-Urteil 2014 ausgeführt, dass die Gremien nicht die Programmgestaltung übernehmen können und auch nicht zum Träger des Grundrechts der Rundfunkfreiheit werden. Aber andererseits überlasse die binnenplurale Organisation der Anstalten „nicht alleine einem Intendanten die Leitung der Geschäfte, sondern bindet diesen in eine umfassende Aufsicht durch plural zusammengesetzte Gremien ein und unterwirft ihn damit einer Kontrolle“. In seiner jüngsten Entscheidung zum Rundfunkbeitrag vom 20. Juli 2021 führte das Bundesverfassungsgericht aus, es bleibe Sache des Gesetzgebers, „den Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zur Vielfaltssicherung auszugestalten und die entsprechenden medienpolitischen und programmleitenden Entscheidungen zu treffen; ihm kommt dabei ein weiter Gestaltungsspielraum zu“.

Dies haben die Länder im dritten Medienänderungsstaatsvertrag umgesetzt, sie haben den Gremien die erwähnte Richtlinienkompetenz eingeräumt, um die Erfüllung des Auftrags zu gewährleisten. Dies ist nicht zu beanstanden. Denn die Gremien sind Organe der Anstalten und keine externe Rechtsaufsicht, wie etwa die Staatskanzleien, die nicht ins Programm eingreifen dürfen. Wenn dagegen der Rundfunkrat Richtlinien erlässt, handelt er als Teil des Senders im Rahmen seiner gesetzlichen Aufgaben und im Interesse der Auftrags Erfüllung, das tangiert nicht die Programmverantwortung des Intendanten. Denn die Gestaltung der einzelnen Sendungen und Angebote bleibt dessen Aufgabe, er ist nur an die Richtlinien gebunden, die der Sicherung der Qualität dienen. Und dass diese überprüft werden müssen, ist eine Selbstverständlichkeit. Dies ist in der Schweiz für die SRG schon lange gesetzlich und in der Konzession vorgeschrieben.

Kompetenzen nutzen

Es ist wichtig, dass die Gremien ihre neuen Kompetenzen nutzen. Die Vorgänge beim RBB haben auch der Reputation der Gremien erheblich geschadet, weil sie offengelegt haben, dass sich viele Gremienmitglieder mit ihren Aufgaben überfordert fühlen. Die entsendungsberechtigten Institutionen sollten allerdings auch darauf achten, dass sie nur Personen berufen, die sich für Medien und den öffentlich-rechtlichen Rundfunk interessieren und sich für das Amt engagieren. Das bedeutet auch, dass sie sich fortbilden wollen und Zeit dafür haben.

Das System des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist unverändert wichtig und unverzichtbar. Das ist zum Glück Konsens in Politik und Gesellschaft. Die Sender müssen sich aber ehrlich fragen, wie sie ihren Auftrag in diesen Zeiten noch besser erfüllen können. Die Einsetzung einer „AG Programminhalte“ in der ARD, die sich mit dem Ausbau der gemeinwohlbezogenen Inhalte, gerade auch im Linearen, befasst, wäre ein erster Schritt in diese Richtung. ■