



An den Vorsitzenden des
Rundfunkrats des SWR

Per E-Mail: dreistufentest-rundfunkrat@swr.de

Kaiserstraße 161
53113 Bonn

Postanschrift
Postfach 29 62
53019 Bonn

Ruf 0228-103-0
Direkt 0228-103-290
Fax 0228-103-299
e-mail: Generalsekretaerin@dbk.de

AZ: PA S 5103/21

Bonn, den 18.11.2021

**Stellungnahme zu den Telemedienänderungskonzepten der
ARD-Gemeinschaftsangebote (Drei-Stufen-Test)**
hier: ARD.de

Unter der Federführung des Südwestrundfunks ist ARD.de ein Gemeinschaftsangebot der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD). Dieses Angebot umfasst insbesondere die ARD Mediathek und die ARD Audiothek.

Es wird beabsichtigt, das bestehende Telemedienkonzept für ARD.de zu ändern. Der SWR stellt sich damit seiner Verantwortung, den durch die Digitalisierung gewandelten Ansprüchen der Online-Nutzerinnen und Nutzer gerecht zu werden; er bezieht die rechtlichen Möglichkeiten ein, die der 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag bzw. der Medienstaatsvertrag formuliert.

Die folgende Stellungnahme greift einzelne Aspekte auf, die der Deutschen Bischofskonferenz aus medienpolitischer Sicht ein besonderes Anliegen sind.

I. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk stärkt Demokratie und Gesellschaft

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk leistet einen entscheidenden Beitrag zu Meinungsvielfalt und kultureller Identität in Deutschland. Aufgrund seines Auftrags hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk die besondere Verantwortung, sich weiterzuentwickeln und regelmäßig zu prüfen, ob seine Angebote der Erfüllung des Auftrags dienen. Ein wirksamer öffentlich-rechtlicher Rundfunk, der die Menschen auch in Zeiten der Digitalisierung erreicht, stärkt

Demokratie und Gesellschaft – im Verbund mit dem privaten Rundfunk und anderen Medienunternehmen.

Die Angebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks müssen auch zukünftig den „demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse[n] der Gesellschaft“ (§ 26 MStV) dienen. Durch moderne und entwickelte Telemedienangebote kann der öffentlich-rechtliche Rundfunk aktuellen Gefahren für den gesellschaftlichen Zusammenhalt entgegenwirken – wie zum Beispiel der Verbreitung von Fake News im Internet.

Zur Digitalstrategie der ARD gehört insbesondere die Weiterentwicklung der so genannten ‚Big Five‘. Neben tagesschau.de, sportsschau.de und KiKA zählen dazu die ARD-Mediathek und ARD-Audiothek. Mediathek und Audiothek der ARD stehen dabei besonders für eine inhaltliche Vielfalt von Formaten und Inhalten, die eine große Bandbreite von Zielgruppen erreichen können. Ihre moderne, zukunfts- und entwicklungsfähige Ausgestaltung ist zentral für die wirksame Erfüllung des Auftrags.

Es ist darüber hinaus wesentlich, dass beitragsfinanzierte Qualitätsinhalte viele Menschen kostenfrei auch auf diesem Weg erreichen. Die Teilhabemöglichkeiten an der Mediengesellschaft werden damit unterstützt.

II. Teilhabegerechtigkeit ermöglichen

Teilhabegerechtigkeit ist ein zentraler Wert innerhalb der digitalen Mediengesellschaft. Voraussetzung ist der technische und materielle Zugang aller zum Netz durch gute Infrastruktur und Finanzierbarkeit. Zugleich darf es auch nicht zum Ausschluss der Menschen kommen, die die Möglichkeiten des Internets nicht nutzen können (vgl. Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Arbeitshilfen, Nr. 288: Medienbildung und Teilhabegerechtigkeit). Telemedienangebote sind (noch) nicht für alle Menschen eine vorrangige Option.

Zur Teilhabegerechtigkeit gehört jedoch ebenso, alle Menschen dort anzusprechen, wo sie ihre Lebenswelt haben. Video- und Audio-Angebote im Internet werden – auch in den älteren Generationen – immer beliebter. Die Medien-Nutzung im Internet ist in der Bevölkerung ab 14 Jahren nochmals gestiegen (ARD/ZDF-Onlinestudie 2021): Im Durchschnitt beträgt inzwischen die tägliche Nutzungsdauer von Online-Video-Angeboten 64 Minuten; im Online-Audiobereich sind es 56 Minuten, bei Textangeboten 20 Minuten. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss seine Angebote entsprechend weiterentwickeln, damit diese für alle Altersgruppen zukünftig zugänglich und attraktiv bleiben.

Mit der immer intensiveren Online-Nutzung sind begleitende Angebote bzw. Informationen zur Medienkompetenz, zur Medienethik bzw. zum kritischen Medienkonsum wichtig.

III. Wesentliche Änderungen im Telemedienkonzept von ARD.de

a) Eigenständige Audio- und Video-Inhalte

Es ist zu begrüßen, wenn ARD.de verstärkt eigenständige Audio- und Video-Online Inhalte anbieten möchte und somit auf die zunehmend non-lineare Mediennutzung reagiert. Damit die Inhalte in der ARD Mediathek und ARD Audiothek auch bei den Online-Nutzerinnen und -Nutzern erfolgreich sind, ist eine entsprechende Formatierung und Erzählweise notwendig.

Darüber hinaus ist es sehr plausibel, wenn Inhalte (z.B. fiktionale Serien) auch mit Blick auf die online-Nutzungsgewohnheiten produziert werden und vor einer (ggf. im Format angepassten) linearen Ausspielung online abrufbar sind (Online-First-Inhalte). Auf diese Weise werden beide Nutzergruppen erreicht – diejenigen, die lineare Ausspielwege bevorzugen, und die, die eher Mediatheken nutzen.

b) Verbreitung der Inhalte über Drittplattformen

Angebote auf Drittplattformen sind ebenfalls positiv zu beurteilen, da das Zielpublikum dort angesprochen werden muss, wo es selbst medial aktiv ist. Für viele Nutzerinnen und Nutzer ist es selbstverständlich, täglich auf den großen Social-Media-Plattformen unterwegs zu sein. Zu den Erfolgsfaktoren zählen eine formatgerechte Anpassung an die jeweilige Plattform und ein aktives Community Management.

Eine für die Nutzerinnen und Nutzer leicht durchlässige Verlinkung und Vernetzung mit den eigenen Plattformen und linearen Angeboten ist dabei bewusst anzustreben, damit die inhaltliche Programmvielfalt des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sichtbar ist und zur Nutzung einlädt. Die Inhalte der ARD sollten entsprechend als solche erkennbar bleiben.

Besonders im Kontext von Drittplattformen ist ein nachhaltiges Engagement für Jugendmedienschutz, Datenschutz sowie die Vermeidung von Werbung und Sponsoring wünschenswert.

c) Verweildauer

Es gehört inzwischen zum Alltag der Mediennutzung, Audio- und Video-Angebote zeitunabhängig online abrufen zu können. Eine den rechtlichen Rahmenbedingungen entsprechende differenzierte Erweiterung der Verweildauer von Inhalten ist richtig. Auch für die gesellschaftliche Dialogfähigkeit ist es förderlich, wenn zum Beispiel hochwertige, recherchestarke Reportagen länger abrufbar sind. Besonders für Bildungsangebote sind lange Verweildauern sowie außerdem die beabsichtigte vermehrte Bereitstellung von bleibend nutzbaren Inhalten mit freien Lizenzen plausibel.

IV. Telemedienangebote – gesellschaftlicher Beitrag

Die Angebote in der ARD Mediathek und ARD Audiothek haben eine hohe Reputation. Mit der großen und wachsenden Reichweite sind die Chance und die Aufgabe verbunden, gesellschaftlich integrierend zu wirken. Das bedeutet auch, dass die Telemedienangebote von ARD.de auf allen Ausspielwegen ein möglichst breites thematisches Spektrum formatgerecht abdecken sollten. Dazu gehören aus unserer Sicht auch vielfältige digitale Angebote mit Bezug zum christlichen Glaubensleben und insgesamt zu den Religionen in Deutschland, zu Fragestellungen aus Theologie und Ethik sowie zur Lebenssituation der Menschen, die am Rande der Gesellschaft stehen.

Die Telemedienangebote von ARD.de können auf diese Weise einen wesentlichen Beitrag zur Verwirklichung von Teilhabe in und zum Wohl der Gesellschaft leisten.



Dr. Beate Gilles