



BACHELORARBEIT

Frau
Lisanne Leye

**„Die Zukunft des öffentlich-
rechtlichen Fernsehens, unter
dem Druck des digitalen
Wandels, im Bezug auf das
veränderte
Mediennutzungsverhalten der
Gesellschaft.“**

2017

BACHELORARBEIT

„Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, unter dem Druck des digitalen Wandels, im Bezug auf das veränderte Mediennutzungsverhalten der Gesellschaft.“

Autor/in:
Frau Lisanne Leye

Studiengang:
Sportjournalismus und Sportmanagement

Seminargruppe:
AM14wJ3-B

Erstprüfer:
Professor Kurt-Ulrich Mayer

Zweitprüfer:
Bendix Eisermann (Diplom)

BACHELOR THESIS

**“The future of public service television
broadcasting institutions under the pressure of
digital change, with reference to changing media
user behaviour in society.”**

author:
Ms. Lisanne Leye

course of studies:
Journalism of Sports & Management

seminar group:
AM14wJ3-B

first examiner:
Professor Kurt-Ulrich Mayer

second examiner:
Bendix Eisermann

Biografische Angaben

Nachname, Vorname: Leye, Lisanne

Thema der Bachelorarbeit „Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, unter dem Druck des digitalen Wandels, im Bezug auf das veränderte Mediennutzungsverhalten der Gesellschaft

Topic of thesis “The future of public service television broadcasting institutions under the pressure of digital change, with reference to changing media user behaviour in society.”

50 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Zusammenfassung

Diese Bachelorarbeit mit dem Titel „Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, unter dem Druck des digitalen Wandels, im Bezug auf das veränderte Mediennutzungsverhalten der Gesellschaft“ befasst sich mit den Veränderungen und Maßnahmen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens im digitalen Zeitalter. Anhand der ARD/ZDF-Onlinestudie weist die Autorin auf das veränderte Mediennutzungsverhalten hin. Als eigene Methode wendet die Autorin ein Experteninterview mit einem Mitarbeiter des Norddeutschen Rundfunks an. Dieses Interview soll die Veränderung der Arbeit innerhalb der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten darstellen und die Problematiken aufzeigen. Im Verlauf dieser Arbeit werden die verschiedenen Fortschritte und Angebote des öffentlich-rechtlichen Fernsehens geschildert. Am Ende stellt die Autorin eine Handlungsempfehlung zur Lösung der Probleme des öffentlich-rechtlichen Fernsehens im digitalen Wandel auf.

Abstract

This bachelorthesis with the title „ The future of public service television broadcasting institutions under the pressure of digital chance, with reference to changing media user behaviour in society“ deals about the chances and consequences of the public service television broadcasting institutions in the digital age. The author refers to the changing media user behaviour on the basis of the ARD/ZDF online studies. As an empirical method the author used an expert interview with an employee of the northern german broadcasting agency. This interview should point out the change of the work content and issues inside the public service broadcaster. In the course of this thesis the different proceedings and programs of the public service television institutions were illustrated. In the final stages of this thesis, a proposal for solutions in matters of the issues of public service television broadcasting in the digital chance is given.

| | |
|--|--------|
| Inhaltsverzeichnis | Seite: |
| 1. Hinführung | 7-8 |
| 2. Das Rundfunksystem | 8-11 |
| 2.1 Das öffentlich-rechtliche Fernsehen | 11-14 |
| 2.2 Der private Rundfunk | 14-15 |
| 2.3 Das duale Rundfunksystem | 15-16 |
| 2.4 Der Rundfunkstaatsvertrag | 16-21 |
| 2.5 Landesmedienanstalten | 21-23 |
| 2.6 Das Telemediengesetz | 23-24 |
| 2.7 Der Sendeauftrag | 25 |
| 2.8 Der deutsche Fernsehmarkt | 25-26 |
| 3. Der Digitale Wandel | 26-27 |
| 3.1 Streaming-Dienste | 27-29 |
| 3.2 Plattformen und Geräte | 29-30 |
| 3.2 Das Mediennutzungsverhalten | 30-34 |
| 4. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen im Wandel | 34-35 |
| 4.1 Aufgabenwandel | 35-39 |
| 4.2 Legitimationsdruck | 39-41 |
| 4.3 Die neue Zielgruppe | 41-43 |
| 4.4 Onlineangebote der ARD und des ZDF | 43-45 |
| 5. Die Eingrenzungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens bezogen auf die digitalen Angebote | 45-46 |
| 6. Die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten | 46-48 |
| 7. Experteninterview | 48-51 |
| 8. Zusammenfassung | 51-52 |
| 9. Problemlösung | 53-55 |
| 10. Fazit | 56-57 |
| 11. Literaturverzeichnis | 58-62 |
| 12. Eigenständigkeitserklärung | 63 |

1. Hinführung

„Das mobile Internet gibt dem seit Jahren zu beobachtenden Medienwandel einen weiteren Schub. Neben handybegeisterten Jugendlichen sind inzwischen auch immer mehr ältere Nutzer „always on“. Die absehbaren Konsequenzen für die Medienmärkte und das Nutzungsverhalten sind eine große technische und inhaltliche Herausforderung für alle Anbieter. Es wird darauf ankommen, die eigenen Stärken von den noch dominanten klassischen Verbreitungswegen auf die neuen Plattformen zu übertragen.“¹

Dieses Zitat von Manfred Krupp, Intendant des Hessischen Rundfunks, spiegelt die Neuerungen, welche die Digitalisierung mit sich bringt, sehr gut wieder. Das Mediennutzungsverhalten hat sich seit der Revolution des Internets weitestgehend verändert. Der Konsument wird zu seinem eigenen Programmdirektor, in dem er Filme und Serien von überall abspielen kann.

Das lineare Fernsehprogramm wird nicht nur durch die Streaming-Dienste, wie Netflix und Amazon unterbrochen, sondern wird auch durch die eigenen Angebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter im Internet verändert. Der Tatort muss nicht, wie vorgegeben am Sonntagabend um 20:15 Uhr laufen, sondern kann über die Mediathek der ARD beliebig abgespielt werden. Wo früher klare Linien zu erkennen waren, gibt es im Netz eine regelrechte Verschmelzung der Mediengattungen². Fotos, Videos, Audiofiles und Texte können von einer Plattform konsumiert werden. Durch Smartphones geht das aufrufen dieser Seiten ganz einfach von unterwegs. Wer etwas in der Suchmaschine bei Google eingeben möchte muss nicht mehr wie früher seinen Computer hochfahren, um zu einem Ergebnis zu kommen, denn die meisten Handys können sogar per Sprachnutzung auf Informationsquellen im World Wide Web zugreifen. Im Verlauf dieser Arbeit soll auf das veränderte Mediennutzungsverhalten eingegangen und herausgearbeitet werden, wie das öffentlich-rechtliche Fernsehen mit diesem umgeht. Welche Maßnahmen wenden die Fernsehsender an, um vor allem die vermehrte Internetnutzung für ihre eigenen Angebote nutzen zu können? In den letzten Jahren hat sich nicht nur das Nutzungsverhalten der Gesellschaft verändert, sondern auch das klassische Fernsehgerät. Der Fernseher wird immer ein fester Bestandteil eines Haushalts bleiben. In naher Zukunft wird dieser jedoch überwiegend mit der direkten Internetverbindung ausgestattet sein. Er wird auch weiterhin den Treff- und Mittelpunkt einer jeden Familie darstellen, jedoch kann diese selbst über das laufende Programm entscheiden³. Gerade bei den jüngeren Menschen wächst das Interesse am Internet. Vom Smartphone wird geschattet, kommuniziert, fotografiert, gepostet und gespielt.

¹ Krupp, Manfred (2016): 84 Prozent der Deutschen sind online – mobile Geräte sowie Audios und Videos mit steigender Nutzung, ARD.de

² Meier, Christian (2014): Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter – Eine konvergente Medienwelt, bpb.de

³ Meier, Christian (2014): Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter – Der technologische Wandel hat Auswirkungen auf das Fernsehen, bpb.de

Um diese internetorientierte Zielgruppe auch mit den Angeboten des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu begeistern, wurde speziell für Konsumenten zwischen 14-29 Jahren ein neues Online-Programm entworfen. Die ARD, das ZDF und die Dritten müssen sich der ständigen Legitimationsfrage stellen: Wozu werden ihre Sendungen in dieser konvergenten Medienwelt überhaupt noch gebraucht? Mit ihren Programmen erreichen sie meistens Menschen ab 60 Jahren. Wie sollen sie nun eine jüngere Zielgruppe erreichen können? Und was gehört überhaupt zur Grundversorgung, welche die ARD und das ZDF in ihrem Sendeauftrag vertreten soll? Können sich öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zukünftig durch neue Angebote in der digitalen Medienlandschaft etablieren oder wird es immer schwerer für die klassischen Angebote sich an die neusten Gegebenheiten anzupassen? Um herauszufinden, wie sich das Mediennutzungshalten tatsächlich verändert hat, welche Angebote im Netz besonders beliebt sind, wie Filme und Serien konsumiert werden und wer überhaupt wirklich online ist, greift diese Arbeit auf die Onlinestudien der ARD und des ZDF zurück.

Als weitere Methode zur Erarbeitung diverser Problematiken führt die Autorin ein Interview mit einem Experten, welcher ein Mitarbeiter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist. Damit das Ergebnis dieser Arbeit nicht nur mit Aussagen der öffentlich-rechtlichen Seite belegt wird, sorgen weitere Quellen für eine Ausgeglichenheit.

Ziel dieser Arbeit ist es den Status Quo des öffentlich-rechtlichen Fernsehens darzustellen und eine Handlungsempfehlung, in Bezug auf die Maßnahmen und den Auftrag zu erarbeiten.

2. Der Aufbau des Rundfunksystems

Der deutsche Rundfunk wurde 1923 gegründet, jedoch startet die eigentliche Geschichte der Entwicklung des Rundfunks schon viel früher. Durch das Telegraphengesetz von 1892 oblag dem Deutschenreich die Kontrolle der Nachrichtenübermittlung⁴. Die Industrie machte dem Staat und dem Militär im Laufe des ersten Weltkrieges bewusst, wie einfach propagandistische Nachrichten über die drahtlose Telegraphie an die Menschen gelangen. Der Aufbau des Rundfunks wurde durch die Ausnahmesituation im Krieg und dem Bedürfnis nach Sicherheit beschleunigt. Anstatt eine vielstimmige Publizistik zu fördern, wurde eine eintönige Nachrichtenpolitik ausgestrahlt⁵.

⁴ Roß, Dieter (1966): Der Weimarer Rundfunk – Nachrichtenpolitik statt Publizistik, Die Zeit, Ausgabe 34

⁵ Roß, Dieter (1966): Der Weimarer Rundfunk – Nachrichtenpolitik statt Publizistik, Die Zeit, Ausgabe 34

Zwei Versuche sollten den Rundfunk demokratisieren, jedoch scheiterten beide an der Trägheit des Reichstages, welcher die Kontrolle des Staates am Rundfunk nicht hinderte⁶ Ebenfalls in der Weimarer Republik wird das Massenmedium innerhalb weniger Jahre zum Staatsrundfunk. Hans Bredow, Mitbegründer des deutschen Rundfunks und ein überzeugter Demokrat, scheiterte bei dem Versuch, ein Massenmedium für die Allgemeinheit, fern ab vom politischen Einfluss, aufzubauen. Durch die Übernahme der früheren Militärfunkzentrale Königs Westerhausen legte Bredow das Fundament des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Am 23. Oktober 1923 sendete er die erste Deutsche Radiosendung „Funkstunde“ aus. Zur Anerkennung seiner Leistung wurde Hans Bredow 1926 zum „Reichsrundfunkkommissar“ ernannt. Im selben Jahr wurden gewisse Richtlinien über die Regelung des Rundfunks erlassen. Von da an wurde das Programm von dem Innenminister und der Landesregierung kontrolliert. Um die Technik kümmerte sich das Postministerium. Privat-wirtschaftliche Beteiligungen gab es nur im regionalen Rundfunk, denn die Mehrheit oblag dem Reich und den Ländern⁷.

Die Machtübernahme von Adolf Hitler beschleunigt den Rücktritt des Demokraten aus seinem Amt. Joseph Goebbels macht in einer Rede nochmals klar, dass der Rundfunk dem Reich obliegt und niemand anderem.⁸ Nach dem sich Bredow für seine ehemaligen Mitarbeiter einsetzte und versuchte sie vor dem Rauschmiss zu schützen, verurteilte ihn der neue Intendant des Rundfunks zu 15 Monaten Haft⁹. Danach zog Bredow sich erstmals zurück in sein Privatleben nach Wiesbaden.¹⁰

Die Weimarer Republik hat den Nazis ein „wohlpräpariertes Medium“ hinterlassen, welches der neue „Führer“ als Propagandainstrument nutzte¹¹. Allein bis zur Reichstagswahl wurden 45 Wahlsendungen der Regierungsparteien zugelassen. Fast täglich gingen Reden vom „Führer“ selbst raus. Die NSDAP und die Deutschnationalen erreichten bei den Wahlen die absolute Mehrheit¹². Mit dem Sieg der NSDAP wurde der neue Leiter für das „Reichsministerium für Aufklärung und Propaganda“ ernannt. Joseph Goebbels steuerte ab sofort „alle Aufgaben der geistigen Einwirkung auf die Nation“¹³. Das zentrale Anliegen der nationalsozialistischen Rundfunkpolitik war es, den Rundfunk zum wichtigsten Propagandainstrument auszubauen. Um die nationale Erfüllung in der Dreieinigkeit „Ein Volk, ein Reich, ein Rundfunk“ zu erfüllen, verkündete

⁶ Roß, Dieter (1966): Der Weimarer Rundfunk – Nachrichtenpolitik statt Publizistik, Die Zeit, Ausgabe 34

⁷ Roß, Dieter (1966): Der Weimarer Rundfunk – Nachrichtenpolitik statt Publizistik, Die Zeit, Ausgabe 34

⁸ vgl. Weber, Barbara (2013): Schwerpunktthema: „Der Führer spricht“ - Die Rolle des Rundfunks im Nationalsozialismus, deutschlandfunk.de

⁹ Stichtag (2014): 1959 – Tod des Rundfunkmitbegründers Hans Bredow – Nazi-Schauprozess gegen Bredow, wdr.de

¹⁰ Stichtag (2014): 1959 – Tod des Rundfunkmitbegründers Hans Bredow – Nazi-Schauprozess gegen Bredow, wdr.de

¹¹ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) – In der Weimarer Republik steht der Rundfunk unter Staatseinfluss, wdr.de

¹² Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil1), wdr.de

¹³ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) - In der Weimarer Republik steht der Rundfunk unter Staatseinfluss, wdr.de

Hitler in einem Rundschreiben, dass in Zukunft alle selbstständigen Körperschaften des Rundfunks aufgelöst werden¹⁴. Daraufhin galt ab dem 1. April 1933 für sämtliche Rundfunkanstalten die Bezeichnung „Reichssender“¹⁵. Zur Auflösung einiger selbstständiger Sender kam die personelle Umgestaltung. Juden, Sozialdemokraten oder Kommunisten wurden mit sofortiger Wirkung entlassen. Goebbels forderte die Intendanten der Sender auf, die Umgestaltung eigenständig durchzuführen. Drei Monate nach der Ansprache von Joseph Goebbels wurden fast alle Intendanten entlassen. Um weiterhin als Journalist arbeiten zu können, musste man ein Mitglied der Rundfunkreichskammer werden. Angenommen wurden nur die, die Goebbels Kriterien erfüllten¹⁶.

Um größere Massen über den Rundfunk zu erreichen, bauten die Nazis die Sende- und Empfängermöglichkeiten aus. 1933 kam der preiswerte „Volksempfänger“ auf den Markt¹⁷. Kein Bürger sollte mehr ohne Rundfunkgerät leben und dadurch die eigenständig ausgewählten Programme von Goebbels verpassen¹⁸. Im Jahr 1935 kam der erste regelmäßige Programmbetrieb im Fernsehen dazu. In Berlin, Leipzig und Potsdam wurden um die 30 Fernsehstuben errichtet, um den Gemeinschaftsempfang zu fördern¹⁹. Nach dem der deutsche Rundfunk sogar im Ausland auf Zuhörer gestoßen war, zeichnete Goebbels im Namen seiner Anerkennung die Leistung aus und gab dem Rundfunk die neue Bezeichnung „Großdeutscher Rundfunk“²⁰. Der Rundfunk wurde direkt zu Beginn des zweiten Weltkrieges missbraucht, denn die Nationalsozialisten inszenierten einen angeblichen polnischen Überfall auf einen deutschen Sender. Daraufhin sprach Hitler eine Sondermeldung an die Wehrmacht aus, dass auf Gewalt mit Gegengewalt geantwortet werden soll. Direkt am ersten Kriegstag wurde das Empfangen ausländischer Sender verboten und mit einer Gefängnis- oder Todesstrafe belegt²¹. Ab 1940 gab es ein einheitliches Reichsprogramm für alle Sender, auch wenn der Sicherheitsdienst versicherte, dass die Bevölkerung Vertrauen in die Berichterstattung des Rundfunks hat. Goebbels war der Meinung, dass „Gute Laune Kriegswichtig“ sei und orderte an, für mehr Unterhaltung und Musik während des Krieges zu sorgen²². 1943 rief er zum „totalen

¹⁴ vgl. Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) – Gleichschaltung der regionalen Rundfunkanstalten, wdr.de

¹⁵ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) – Gleichschaltung der regionalen Rundfunkanstalten, wdr.de

¹⁶ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) – Personelle „Säuberung“ als „Reinigungsakt“, wdr.de

¹⁷ vgl. Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) – „Volksempfänger“ und „Gemeinschaftsempfang“, wdr.de

¹⁸ vgl. Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1) – „Volksempfänger“ und „Gemeinschaftsempfang“, wdr.de

¹⁹ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 2) – Olympia 1936 live im Fernsehen, wdr.de

²⁰ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 2) – Zweiter Weltkrieg beginnt mit Rundfunklüge, wdr.de

²¹ vgl. Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 2) – Zweiter Weltkrieg beginnt mit Rundfunklüge, wdr.de

²² vgl. Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 2) – Gute Laune ist kriegswichtig, wdr.de

Krieg“ auf. Im Zuge dessen sind immer mehr Reichssender ausgefallen. Am 08. Mai 1945 strahlte der letzte deutsche Sender zum letzten Mal sein Reichsprogramm aus²³.

2.1 Das öffentlich-rechtliche Fernsehen

Um zu verhindern, dass sich die Geschehnisse der Vergangenheit wiederholen könnten, wurde ein Gegenentwurf zum zentralistisch organisierten Staatsfunk der NS-Diktatur aufgebaut. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk gehört der Allgemeinheit, welche durch Aufsichtsgremien, in Vertretung aller gesellschaftlichen Gruppen, vertreten wird. Der „neue“ Rundfunk sollte eine Staatsferne und föderale Struktur erhalten, mit einer Programmgestaltung für eine gleichberechtigte Gesellschaft²⁴. Am 09. Und 10. Juni 1950 beschlossen die Intendanten der sechs öffentlich-rechtlichen Sender im Westen des geteilten Deutschlands „die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“ zu gründen. Unter den sechs Gründern waren der Nordwestdeutsche-Rundfunk (britische Besatzungszone), der Südwestfunk (französische Besatzungszone), der Bayerische Rundfunk, der Süddeutsche Rundfunk, der hessische Rundfunk und Radio Bremen (alle unter amerikanischer Besatzung) vertreten²⁵.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bietet über seine Programme in Hörfunk und Fernsehen, welche alle unverschlüsselt und frei Verfügbar sind, allen Bürgern die Möglichkeit an einem freien Meinungsbild teilzunehmen. Alle Programmgebote der ARD, ob national oder regional, stehen für alle Bevölkerungs- und Altersgruppen zur Verfügung. Die Vielfalt des gesellschaftlichen Lebens soll wiedergespiegelt und der Zusammenhalt und die Integration in Deutschland gefördert werden²⁶.

Der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks leitet sich aus dem Art. 5 Abs. 1 Satz 2 des Grundgesetzes ab und ist sowohl im Rundfunkgesetz, wie auch im Rundfunkstaatsvertrag festgelegt²⁷. Die Programme des öffentlich-rechtlichen Fernsehens sollen Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung bieten²⁸. Die Reduzierung dieses Programmauftrages oder die Fokussierung auf nur Bilder oder nur Ton ist verfassungsrechtlich unzulässig. Die ARD soll den Zuschauern eine Grundversorgung, im Bezug auf die Sicherung einer umfassenden technischen und

²³ Reinle, Dominik (2005): Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 2) – „Totaler Krieg“ und „Sender Werwolf“, wdr.de

²⁴ Dossier (2012): Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West – das duale Rundfunksystem, bpb.de

²⁵ Bundeszentrale für politische Bildung (2010): 60 Jahre ARD, bpb.de

²⁶ intern.ARD.de (2016): Das ist die ARD, Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung, ard.de

²⁷ Marmor, Lutz (2016): Sind wir noch auf Sendung - Die digitale Auferstehung, Kulturrat.de, S.7

²⁸ Marmor, Lutz (2016): Sind wir noch auf Sendung - Die digitale Auferstehung, Kulturrat.de, S.7

inhaltlichen Berichterstattung ermöglichen²⁹. Die Rundfunkanstalten müssen einen Überblick auf das weltweite Geschehen geben, zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Es sollen so viele Menschen wie möglich erreicht werden. Aus diesem Grund besteht mittlerweile auch eine Programmversorgung über das Internet. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist zur Ausgewogenheit verpflichtet und muss demnach eine unparteiliche, faire und unabhängige Berichterstattung ausstrahlen. Mit Unterhaltungsshow, Serien, Filme und Talksendungen sprechen die Sender die Zuschauer direkt an und weisen auf wichtige Themen hin. Oftmals wird nach einem Spielfilm, welcher ein bewegendes oder wichtiges Thema der Gesellschaft aufgreift, in einer Talkrunde über den Verlauf diskutiert. Auf diese Art und Weise setzen sich die Menschen vor dem Fernseher nochmal anders mit den politischen Themen auseinander³⁰.

Vier Jahre nach Gründung der ARD wurde die erste Sendung ausgestrahlt. Das Programm „Deutsches Fernsehen“ wurde zuvor vom Nordwestdeutschen Rundfunk vorbereitet. Der Charakter des öffentlich-rechtlichen Fernsehens wurde 1961 vom Bundesverfassungsgericht bestätigt. 1963 wurde das „zweite deutsche Fernsehen“ gegründet, welches ebenfalls Veranstalter des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist und im Wettbewerb zur ARD steht. Ein Jahr später folgten die dritten Programme der ARD, welche erstmals nur regional gesendet wurden³¹.

In den 1980er Jahren gab es gleich zwei Ereignisse, die das deutsche Fernsehen erneuert veränderten. Zum einen war es das Rundfunkurteil des Bundesverfassungsgerichts, welches 1981 die Zulassung weiterer Programme beschloss, wodurch auch privat-wirtschaftliche Organisationen ihre Programme ausstrahlen durften. Zum anderen begann die Deutsche Bundespost damit, neue TV-Kabelnetze zu errichten, was wiederum mehr Verbreitungswege und neue Angebote ermöglichte. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten dienen zur „Grundversorgung“ und sind somit an Gesetze gebunden. Die privat-wirtschaftlichen müssen hingegen nur gewisse Standards einhalten³².

Die Landesrundfunkanstalten der ARD werden von Rundfunk- und Verwaltungsräten kontrolliert. Diese Aufsichtsgremien setzen sich aus verschiedenen gesellschaftlich relevanten Gruppen zusammen. Die ARD steht im Dienste der Bürger und soll aus diesem Grund auch von ihnen gesteuert werden. Wie sich die Gremien zusammensetzen ist unterschiedlich festgehalten, in der Regel sind es

²⁹ ARD CHECK (2015): Aufgabe und Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Was bedeutet Grundversorgung?, daserste.ndr.de

³⁰ ARD CHECK (2015): Aufgabe und Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – Was bedeutet Grundversorgung?, daserste.ndr.de

³¹ Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West(2012): Das duale Rundfunksystem – Entstehung des dualen Rundfunksystems, bpb.de

³² Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West(2012): Das duale Rundfunksystem – Rundfunkurteile und neue Verbreitungswege, bpb.de

Zusammenschließungen größerer Organisationen, Verbände, Gruppen oder Politiker. Der Rundfunkrat überwacht die Einhaltung des Sendeauftrages. Er wirkt bei der Programmkritik mit, bei der Abstimmung der Leitlinien und der Genehmigung neuer Fernseh- und Onlineangebote. Der Verwaltungsrat überbewacht die Geschäftsführung und den Intendanten bei der Programmentscheidung. Der Schwerpunkt liegt jedoch bei den Haushalts- und Finanzangelegenheiten und der Kontrolle der Wirtschaftsführung³³.

Mittlerweile sind alle 9 Landesrundfunkanstalten Mitglieder der ARD, hinzu kommt noch der Auslandsrundfunk „deutsche Welle“³⁴. Diese wechseln sich regelmäßig beim Vorsitz der Arbeitsgemeinschaft ab. Die Mitgliederversammlung betreut hierfür ein Jahr lang eine der Rundfunkanstalten zusammen mit der Geschäftsführung. Es ist möglich die Frist von einem Jahr zu verlängern. Der Intendant / die Intendantin der Geschäftsführenden Anstalt ist Vorsitz der ARD. Der Vorsitz führt die Geschäfte der Arbeitsgemeinschaft, lädt zu Mitgliederversammlungen ein und leitet diese. Zum Ende der Amtszeit wird für die Hauptversammlung ein Schlussbericht verfasst³⁵. Das ARD-Generalsekretariat unterstützt sowohl den Vorsitz, als auch die Geschäftsführung. Der ARD-Vorsitz sorgt außerdem für die einzelnen Federführungen und für die Leitung der ständigen Fachkommissionen, welche jeweils bei dem Direktor der zuständigen Anstalt liegt³⁶.

In Sachen rundfunk- und medienpolitischen Fragen ist die Generalsekretärin die Ansprechpartnerin, außerdem betreut und unterstützt sie den ARD-Vorsitz³⁷. Für die Zusammenarbeit innerhalb der ARD sorgen Kommissionen. Besonders in den Bereichen Recht, Produktion und Technik, Finanzen, Hörfunk und den Dritten-Fernsehprogrammen sind ständige Fachkommissionen wichtig. Zuständig für die Leitung der Kommissionen ist der Direktor/ die Direktorin der Landesrundfunkanstalt, die den ARD-Vorsitz hat³⁸. Die historische Kommission ist eine Sonderkommission der ARD, sie dient zur Wahrung der Quellen und um die rundfunkhistorische Forschung zu stärken³⁹. Die Fernsehprogrammkonferenz koordiniert „das Erste“. Mitglieder dieser Konferenz sind die Intendanten oder der von ihnen beauftragte Programmdirektor. In regelmäßigen Konferenzen bildet dieser in Zusammenarbeit mit den Mitgliedern die Fernsehprogrammkonferenz⁴⁰.

Bei den „Dritten“ handelt es sich nach wie vor um regionale Fernsehangebote der Landesrundfunkanstalten der ARD. Die sieben verschiedenen Sender sind das NDR

³³ intern.ARD.de (2014): Wer kontrolliert die ARD? –Rundfunkräte überwachen Programm, ard.de

³⁴ intern.ARD.de (2016): Zehn Rundfunkanstalten: Eine erfolgreiche Gemeinschaft, ard.de

³⁵ intern.ARD.de (2016): ARD-Vorsitz, ard.de

³⁶ intern.ARD.de (2016): ARD-Vorsitz, ard.de

³⁷ intern.ARD.de (2016): ARD- Generalsekretariat, ard.de

³⁸ intern.ARD.de(2016): ständige Fachkommissionen, ard.de

³⁹ intern.ARD.de (2016): Historische Kommission der ARD, ard.de

⁴⁰ intern.ARD.de (2016) ständige Fernsehprogrammkonferenz.de

Fernsehen, Radio Bremen TV, WDR Fernsehen, hr Fernsehen, SR Fernsehen, SWR Fernsehen, BR Fernsehen, MDR Fernsehen und das rbb Fernsehen⁴¹.

Um den heutigen Interessen gerecht zu werden und eine möglichst breite Masse anzusprechen, bietet die ARD ihren Zuschauern ein weitläufiges, in viele Sparten aufgeteiltes Online-Angebot. Nachrichten aus aller Welt, aktuelle Fußballergebnisse, Wissensspecials, Börsentipps und vieles mehr können die Leser dem Programm im Internet entnehmen⁴².

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten finanzieren sich über den Rundfunkbeitrag. Pro Haushalt wird monatlich ein Beitrag von 17,50 eingenommen. Hierbei ist es egal, wie viele Geräte sich im Haushalt befinden. Dieses Gesetz gilt seit dem 01. April 2015. Der Beitrag wird auf die Landesmedienanstalten verteilt, dadurch erhält die ARD insgesamt 12,37 Euro und das ZDF, das Deutschlandradio sowie die Landesmedienanstalten zusammen 5,13 Euro. Die ARD produziert ihrem gesetzlichen Auftrag nach weitere Sender, um das vielfältige regionale Programmangebot zu fördern. Darunter fallen das nationale Erste Deutsche Fernsehen, tagesschau24, ONE, ARD-Alpha, anteilig PHOENIX, den Kindersender KIKA, Arte, 3sat, sowie den Videotexte und das Online-Angebot. Hinzukommen die Programmangebote des Hörfunks⁴³.

2.2 Der private Rundfunk

Der privatrechtliche Rundfunk ist die Gegenkomponente zum öffentlich-rechtlichen und bildet die zweite Säule des „dualen Rundfunksystems“. Der 01. Januar 1984 schreibt sich auch als „Geburtstag“ des privaten Rundfunks in die Geschichte ein. Die „Anstalt für Kabelkommunikation“ sendete erstmals Rundfunkprogramme von privatwirtschaftlichen Fernsehgesellschaften aus. Als das Bundesverfassungsgericht in seinem vierten Rundfunkstaatsvertrag die privaten Rundfunkprogramme für verfassungsgemäß erklärte, wurde der Fundus für das duale Rundfunksystem gelegt⁴⁴.

Bis zum 01. Juli 2017 finanzieren sich die privatrechtlichen ausschließlich über Werbung und Abonnements. Die Umstellung auf das neue Antennenfernsehen DVB-T2 HD findet bereits seit dem 29. März 2017 Anwendung. Die ersten drei Monate

⁴¹ intern.ARD.de (2016): Die Dritten, ard.de

⁴² intern.ARD.de (2016): Onlineangebote, ard.de

⁴³ intern.ARD.de (2016): 17,50 Euro Rundfunkbeitrag – Wofür verwenden wir Ihr Geld?, ard.de

⁴⁴ Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West(2012): Das duale Rundfunksystem – Rundfunkurteile und neue Verbreitungswege, bpb.de

laufen kostenfrei ab, danach müssen sich die Zuschauer des früher kostenfreien Programms an einen Abschlag von 69 Euro jährlich gewöhnen⁴⁵.

Über die Zulassung eines privaten Rundfunkanbieters entscheiden bundesweite Rechte. Hierzu ist es wichtig zu erwähnen, dass diese nur an eine juristische Person, mit Sitz innerhalb der Europäischen Union, ausgehändigt werden darf⁴⁶. Zur Überprüfung und Kontrolle dieses Vorgehens sind die Landesmedienanstalten zuständig. Davon bestehen insgesamt 14 in Deutschland. Weitere Aufgaben der Landesmedienanstalten sind die Entwicklung und die Kommunikation des dualen Rundfunksystems⁴⁷.

Im Gegensatz zum öffentlich-rechtlichen Fernsehen müssen die Privaten keine „Grundversorgung“ bieten, aber einen „Grundstandard“ erfüllen. Die Privatwirtschaftlichen befolgen ebenfalls die Prämissen des Rundfunkstaatsvertrages, sowie der Wahrung der Menschenrechte, die Förderung von Bildung und Unterhaltung. Besonders prägnant ist die inhaltliche Vielfalt an Meinungen, welche zum Ausdruck kommen müssen. Damit es nicht zu einer Polarisierung der öffentlichen Meinung kommt, gibt es die Kommission zur Ermittlung der Konzentration (KEK). Die KEK kontrolliert anhand von Zuschaueranteilen die Meinungsmächte und sichert somit die Meinungsvielfalt im privaten Fernsehen⁴⁸.

2.3 Das duale Rundfunksystem

Nachdem sich die Landesrundfunkanstalten in den 1950er Jahren zur „Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland“ kurz „ARD“ zusammenschlossen, folgte 1954 die erste Ausstrahlung des „Deutschen Fernsehen“. Welche vom Nordwestdeutschen Rundfunk vorbereitet wurde⁴⁹.

1961 bestätigte das Bundesverfassungsgericht den öffentlich-rechtlichen Charakter des Fernsehens. Knapp neun Jahre nach der ersten Ausstrahlung des „Deutschen Fernsehen“, wurde das „zweite deutsche Fernsehen“ hinzugefügt. Ein Jahr später folgten die sogenannten „Dritten“, welche erstmals nur regional verbreitet wurden⁵⁰.

⁴⁵ DVB-T2 HD (2017): Programme, dvb-t2hd.de

⁴⁶ Die Landesmedienanstalten (2015): Staatsvertrag für Rundfunk- und Telemedien – Finanzbedarf des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, die-medienanstalten.de, S.25

⁴⁷ Die Medienanstalten (2015): Über uns – die Medienanstalten, die-medienanstalten.de

⁴⁸ Die Medienanstalten (2015): Über uns – die Medienanstalten, die-medienanstalten.de

⁴⁹ Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West (2012): Das duale Rundfunksystem – Entstehung des dualen Rundfunksystems, bpb.de

⁵⁰ Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West (2012): Das duale Rundfunksystem – Entstehung des dualen Rundfunksystems, bpb.de

In den 1980er sorgten verschiedene Entwicklungen für das baldige Ende der Frequenzknappheit im deutschen Fernsehen. Zum einen war es das Bundesverfassungsgericht, welches 1981 die Zulassung weiterer Programme erlaubte, zum Anderen waren es neue Verbreitungsmöglichkeiten, wie Rundfunksatelliten und TV-Kabelnetze, die weitere Angebote ermöglichten. So sendeten 1984 die ersten privatwirtschaftlichen TV-Programme für Deutschland. In seinem vierten Rundfunkurteil erklärte das Bundesverfassungsgericht den privat-kommerziellen Rundfunk für verfassungsgemäß. Damit wurde der Grundstein für das duale Rundfunksystem gelegt. Die öffentlich-rechtlichen Programme sind für die Grundversorgung zuständig, während die privaten Anbieter nur bestimmte Standards einhalten müssen. Seit dem vierten Rundfunkurteil ist die Existenz der privatwirtschaftlichen Programme an die Grundversorgung der ARD und des ZDF gekoppelt⁵¹.

Die Bundesländer ließen 1987 einen bundesweiten Rechtsrahmen für die Rundfunkveranstalter beschließen, welcher im Rundfunkstaatsvertrag festgehalten wurde. Die zuständigen Landesmedienanstalten der Länder sind für die Zulassung und die Kontrolle der privatwirtschaftlichen Rundfunkanbieter zuständig. Die TV-Programmanbieter können sich eine zuständige Landesmedienanstalt aussuchen und erhalten dann eine bundesweite Lizenz⁵².

Das duale Rundfunksystem besteht aus den sogenannten „drei Säulen“. Diese drei Säulen sind zum einen die öffentlich-rechtlichen-, die privatwirtschaftlichen- und die nicht kommerziellen Rundfunkanstalten.

2.4 Der Rundfunkstaatsvertrag

Rundfunk ist ein linearer Informations- und Kommunikationsdienst. Über elektromagnetische Schwingungen, entlang eines Sendeplans bietet er der Allgemeinheit ein zeitgleiches Empfangen von Veranstaltungen und Verbreitungen von Angeboten in Ton und Bewegbild. Der Begriff schließt verschlüsselt oder gegen ein gewisses Entgelt empfangbare Angebote ein⁵³.

Der Rundfunkstaatsvertrag enthält die Grundsatzregelungen für den öffentlich-rechtlichen wie für den privaten Rundfunk. Seit dem 31. August 1991 ist der

⁵¹ Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West (2012): Das duale Rundfunksystem – Rundfunkurteile und Verbreitungswege, bpb.de

⁵² Dossier, Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West (2012): Das duale Rundfunksystem – Zulassung und Kontrolle privatwirtschaftlicher Anbieter, bpb.de

⁵³ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (2016): § 2 Begriffsbestimmung, Absatz 1, S. 8, die-medienanstalten.de

Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland der wichtigste, auf rechtlichen Grundlagen basierende Vertrag, für die Bundesrepublik Deutschland⁵⁴.

Öffentlich-rechtlicher und privater Rundfunk sind der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt verpflichtet. Beide Rundfunksysteme müssen in der Lage sein, den Anforderungen des nationalen und internationalen Wettbewerbs standzuhalten⁵⁵.

Die Regelungen und Förderungsvorhaben des Rundfunkstaatsvertrages dienen der Nachhaltigkeit der Fernsehproduktion. Der Vertrag soll die kulturellen und informativen Angebote, trotz der technische Fortschritte und der neuen Fernsehprogramme, erhalten. Der Rundfunkstaatsvertrag erhebt in allen 19 Novellen neue Regelungen, um die Entwicklung und den Bestand der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten zu gewährleisten. Ebenso ermöglicht der Vertrag den privaten Veranstaltern den Ausbau und die Fortentwicklung eines privaten Rundfunksystems, in technischer und programmlicher Hinsicht. Den privaten Anbietern werden ausreichend Sendekapazitäten zur Verfügung gestellt und das Ausstrahlen über Satellit und terrestrischer Frequenzen, mit Berücksichtigung auf lokale und regionale Beiträge nach Maßgabe des jeweiligen Landesrechts ermöglicht. Diese sollen im Hinblick auf neue Veranstalter möglichst gleichmäßig verteilt werden⁵⁶.

Die Wiedervereinigung Deutschlands und die stetige Entwicklung des dualen Rundfunksystems machen es erforderlich, die bisherige Frequenzaufteilung- und Nutzung umfassend zu überprüfen.

Der Staatsvertrag gilt für die Veranstaltung und Verbreitung von Rundfunk in Deutschland in einem digitalen Rundfunksystem. Wenn keine Regelungen vom Rundfunkstaatsvertrag vorliegen, müssen sich die Rundfunkanstalten oder die privaten Veranstalter an die jeweiligen Vorschriften der zuständigen Landesrechte halten.

Der Rundfunkstaatsvertrag ist zuständig für die Sicherung der „finanziellen Grundlagen“, die Regelungen für die „Übertragung von Großereignissen“, das Recht auf „Kurzberichterstattung“, die Eingrenzungen bei „Europäischen-, Eigen-, Auftrags- und Gemeinschaftsproduktionen“, die „Werbegrundsätze und Kennzeichnungspflichten“, die „Einfügung von Werbung und Teleshopping“, das Sponsoring und den Gewinnspielen. Hinzu kommen die „Informationspflicht und die zuständigen Behörden“, die „Informationsrechte“, der „Verbraucherschutz“, die „Berichterstattung, Informationssendung und Meinungsumfragen“⁵⁷. Der

⁵⁴ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag, ard.de

⁵⁵ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (2016): § 2 Begriffsbestimmung, Absatz 2, S.8, die-medienanstalten.de

⁵⁶ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (2016): Präambel, S.6, die-medienanstalten.de

⁵⁷ Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (2016): Erster Abschnitt Allgemeine Vorschriften, S. 10-19, die-medienanstalten.de

Rundfunkstaatsvertrag stellt für all diese Themen Richtlinien und Grundsätze, an die sich die öffentlich-rechtlichen Anstalten und die privaten Veranstalter halten müssen. Ebenso beinhaltet der Vertrag die Plattformen und Übertragungskapazitäten. In dem 19. Urteil werden die ARD und das ZDF ermächtigt, ein Jugendangebot über Online-Drittplattformen zu verbreiten. Die Neuregelungen des Rundfunkstaatsvertrages sind seit dem 01. Januar 2017 rechtswirksam⁵⁸.

In der 1.-3. Staatsvertragsnovelle wurden die Regelungen für den Jugendschutz verschärft und die für das Sponsoring gelockert. Des Weiteren gab es eine neue Regelung für die Verwendung des Gebührenanteils der Landesmedienanstalten. Im nächsten Schritt gab es mehrere Änderungen. Zum einen die Neuregelung des Verfahrens zur Ermittlung des Finanzbedarfs, der Organisation der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten und zu guter Letzt die Aufsicht über den privaten Rundfunk mit der Einführen einer Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich⁵⁹.

Die vierte Novelle trat im Jahr 2000 in Kraft und beinhaltet unter anderem eine Liste sportlicher Großinhalte, welche für die Fernsehschauer weiterhin frei zu empfangen sein müssen. Außerdem werden Passagen der EU-Fernsehrichtlinien umgesetzt und ermächtigt die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein Online-Angeboten mit Themenbezogenen Inhalten zu gestalten⁶⁰.

Die fünfte Novelle schreibt die Erhöhung der Rundfunkgebühren, eine Neuordnung des ARD Finanzausgleichs und die Zuweisung digitaler terrestrischer Übertragungskapazitäten vor⁶¹.

In der sechsten Novelle geht es um die Regelung zur Digitalisierung des Rundfunks. Mit dem sechsten Urteil wird den öffentlich-rechtlichen Anbietern erlaubt, Schritt für Schritt die digitale terrestrische Übertragungskapazität einzuführen. Die ARD-Anstalten, Radiodeutschland und das ZDF müssen alle zwei Jahre die Landtage über ihre wirtschaftliche und Finanzielle Lage informieren. Die letzte Änderung dieser Novelle betrifft den Jugendschutz. Die für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk geregelten gesetzte bezüglich des Jugendschutzes, welche in den Paragraphen 3 und 4 im Rundfunkstaatsvertrag niedergeschrieben wurden, sind jetzt im Jugendmedienschutz-Staatsvertrag integriert⁶².

In der siebten Novelle geht es um eine erneute Änderung des Rundfunkstaatsvertrages. Hierbei handelt es sich um den neu eingeführten

⁵⁸ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 19. Novelle – Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁵⁹ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 1-3. Novelle – Staatsvertragsnovelle, ard.de

⁶⁰ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 4. Novelle, ard.de

⁶¹ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 5. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁶² intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 6. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

Paragrafen 11, der sich mit dem Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beschäftigt. Die ARD, das Deutschlandradio und das ZDF sind damit verpflichtet alle zwei Jahre einen Bericht über die Erfüllung ihres Auftrages, über die Qualität und Quantität der Angebote und der Programm, so wie die Schwerpunkte der geplanten Leistungen zu veröffentlichen⁶³.

In der achten Novelle des Rundfunkstaatsvertrages geht es um die Erhöhung des Rundfunkbeitrages. Dieser soll nicht mehr wie zu vor 16,15 Euro kosten, sondern auf 17,15 Euro aufgestockt werden. Bei der Ermittlung ihres Gebührevorschlages muss die KEF neben Sparsamkeitsaspekten in Zukunft auch die gesamtwirtschaftliche Entwicklung beachten. Ab sofort ist die GEZ für die Befreiung der Gebührenpflicht zuständig⁶⁴.

Die neunte Novelle behandelt das neue Telemediengesetz des Bundes. Das Telemediengesetz regelt die wirtschaftsbezogenen Bestimmungen der Telemedien. Die Telemedien wurden mit der Novellierung in den Rundfunkstaatsvertrag eingeführt, welcher seither dementsprechend „Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien“ heißt. Der Mediendienste-Staatsvertrag wurde dadurch komplett aufgehoben. Außerdem wurde die Verbesserung der Kontrolle der ARD-Gemeinschaftsprogramme durch die Konferenz der Gremienvorsitzenden im Staatsvertrag verankert⁶⁵.

In der zehnten Novelle geht es um die neuen Regelungen bezüglich der Aufsicht über die privaten Anbieter, die Zuweisung von Übertragungskapazitäten und um die Behandlung von Plattformanbietern. Plattformanbieter fassen digitale Übertragungskapazitäten Rundfunk oder Telemedien, auch von Dritten, zusammen, machen diese als Gesamtangebot zugänglich und entscheiden über die Auswahl der Zusammenfassung. Für die Zuweisung der Übertragungskapazitäten wurde eine neue Kommission gegründet. Die Kommission für Zulassung und Aufsicht. Diese ist genaugenommen für den bundesweiten Versorgungsbedarf privater Veranstalter, für die Zulassung bundesweiter Veranstalter und für die Aufsicht der Plattformen zuständig. Die Kommission zur Ermittlung der Konzentration wurde um sechs weitere Vertreter der Landesmedienanstalten erweitert⁶⁶.

In der 11. Novelle werden die Rundfunkgebühren nochmals auf 17,98 Euro erhöht, davon gehen 5,76 Euro auf die Grund- und 12,22 Euro auf die Fernsehgebühren⁶⁷.

Das Kernelement der 12. Novelle ist die genaue Definition des Auftrags der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten für seine digitalen Programme und

⁶³ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 7. Novelle – Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁶⁴ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 8. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁶⁵ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 9. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁶⁶ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 10. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁶⁷ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 11. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

Telemedienangebote. Insbesondere für diverse Online-Angebote sieht der Rundfunkstaatsvertrag Beschränkungen für ARD, ZDF und Deutschlandradio vor. Eine Negativliste der Angebotsformen schreibt den öffentlich-rechtlichen vor, was sie nicht bzw. nicht mehr anbieten dürfen. Auch die Dauer der Hörfunk- und Fernsehsendungen, welche online angeboten werden, dürfen nur noch sieben Tage nach Ausstrahlung via Internet zur Verfügung gestellt werden. Eine längere Verweildauer ist durch den sogenannten „Dreistufentest“ möglich. Sendungen über sportliche Großereignisse oder Spiele der 1. und 2. Bundesliga dürfen jeweils nur noch 24 Stunden nach Ausstrahlung im Netz zu finden sein. Die Aufsichtsgremien der Landesrundfunkanstalten und die Rundfunkräte sind für die Aufsicht des 3-Stufentests zuständig. Das 12. Urteil betrifft die Bestimmung über kommerzielle Tätigkeiten der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Diese Tätigkeiten sind erlaubt, müssen aber über Tochterfirmen abgewickelt und marktkonform ausgestaltet werden. Das zuständige Gremium der Rundfunkanstalten entscheidet über ihre Aufnahme. Hinzu kommt, dass die Landesrechnungshöfe zusätzliche Befugnisse über die Prüfung der Marktkonformität erhalten. Außerdem müssen die Intendanten ihren Aufsichtsgremien einen jährlichen Beteiligungsbericht vorlegen⁶⁸.

Der 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag setzt weitere neue Regelungen in Kraft. Wesentliche Teile der EU-Richtlinien bezüglich der Audiovisuellen-Mediendienste werden in das nationale Recht umgesetzt. Grundlegendes dieser Änderung ist die Werbung, diese werden für private gelockert und zusätzlich wird eine teilweise legalisierte Produktplatzierung vereinbart. In Zukunft gibt es Ausnahme die vor dem recht gegen „Product Placement“ schützen. Hierzu zählen Kinofilme, Filme und Serien, Sportsendungen und leichte Unterhaltungssendungen, welche die Produktplatzierungen durch ein Entgelt erlauben. Bei den öffentlich-rechtlichen betrifft dies nur angekaufte Fremdproduktionen. Unentgeltliche Produktplatzierungen dürfen bei bestimmten Eigen- und Fremdproduktionen eingesetzt werden, jedoch sind diese in Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, sowie in Ratgeber- und Verbrauchersendungen für alle Rundfunkveranstalter verboten. Die Platzierung von Produkten ist entsprechend zu kennzeichnen. In Kindersendungen sind diese komplett unzulässig, genau wie die Unterbrechungen von Werbung. Durch eine Vereinbarung der Länder im Rahmen der 13. Novelle dürfen die Landesrundfunkanstalten der ARD pro Land jeweils ein weiteres Digitalradio plus verbreitetes neues Hörfunkprogramm veröffentlichen⁶⁹.

⁶⁸ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 12. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁶⁹ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 13. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

Die 14. Novelle greift die Neuverfassung des Jugendmedienschutz-Staatsvertrages auf. Die neu vereinbarten Regelungen wurden vom Landtag von Nordrhein-Westfalen abgelehnt, somit trat der 14. Rundfunkstaatsvertrag nicht in Kraft⁷⁰.

Der 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag beinhaltet die grundlegende Reform der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Den Mittelpunkt dieses Vertrages nimmt der neue Rundfunkbeitragsstaatsvertrag ein, welcher den Systemwechsel regelt und in die Fußstapfen des alten Rundfunkgebührenstaatsvertrages tritt. Der Rundfunkbeitrag knüpft an die Wohnungen, unabhängig davon, wie viele Geräte in dem Haus genutzt werden, an⁷¹.

Grundstein des 16. Urteils ist die Senkung der Rundfunkgebühren. Diese betragen ab dem 01. April 2015 nur noch 17,50 Euro und sind ab da gesetzlich verpflichtend monatlich zu bezahlen⁷².

Die 17. Staatsvertragsänderung regelt die auf Vorgabe des Bundesverfassungsgerichtes künftige Zusammensetzung der Aufsichtsgremien⁷³.

In der 18. Novelle geht es darum, dass Werbung ein Teil des Programms ist. Der Kernpunkt ist ein grundsätzliches Verbot von regionaler Werbung in bundesweiten Fernsehprogrammen mit der Option einer Öffnungsklausel durch die jeweiligen Landesgesetzgeber⁷⁴.

Mit der 19. und bis hier hin letzten Novelle werden die ARD und das ZDF ermächtigt ihr geplantes Jugendangebot für die 14-29 jährigen umzusetzen. Sie dürfen ihre Jugendangebote auch auf Online-Drittplattformen verbreiten. Hinzu kommen neu eingeführte Transparenzvorschriften für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten. Die Nachbesserungen bezüglich des Jugendmedienschutzes und die Nachbesserungen des Rundfunkbeitragssystems werden zum 1. Januar 2017 rechtswirksam⁷⁵.

2.5 Die Landesmedienanstalten

Die zentrale Aufgabe der Landesmedienanstalten ist die Zulassung, die Programmaufsicht und die Konzentrationskontrolle, der privaten Rundfunkprogramme. Es spielt keine Rolle, ob diese kommerziell oder nichtkommerziell betrieben werden.

⁷⁰ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 14. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁷¹ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 15. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁷² intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 16. Novelle - Staatsvertragsnovelle, ard.de

⁷³ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 17. Novelle - Staatsvertragsänderung, ard.de

⁷⁴ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 18. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

⁷⁵ intern.ARD.de (2015): Rundfunkstaatsvertrag – 19. Novelle - Rundfunkänderungsstaatsvertrag, ard.de

Die Landesmedienanstalten wirken an der Fortentwicklung des dualen Rundfunksystems in Deutschland mit. Sie arbeiten bei der Zulassung, der Kontrolle und Entwicklung in grundsätzlichen, länderübergreifenden Angelegenheiten zusammen, mit besonderem Blick auf die Gleichbehandlung privater TV- und Hörfunkanbieter. Die Aufgaben sind im „Vertrag über die Zusammenarbeit der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland“ vom 20. November 2013 bestimmt:

1. Wahrnehmung der Interessen der Mitgliedsanstalten auf dem Gebiet des Rundfunks auf nationaler und internationaler Ebene,
2. Informations- und Meinungs austausch mit Rundfunkveranstaltern,
3. Behandlung gemeinsamer Angelegenheiten außerhalb der Zulassungs- und Aufsichtsaufgaben im Bereich der audiovisuellen Medien, insbesondere Programm, Recht, Forschung, Medienkompetenz und Finanzierung,
4. Einholung von Gutachten zu Fragen, die für die Aufgaben der Mitgliedsanstalten von grundsätzlicher Bedeutung sind,
5. Beobachtung und Analyse der Programmentwicklung sowie Erarbeitung von Stellungnahmen und Erfahrungsberichten hierzu,
6. Zusammenarbeit bei planerischen und technischen Vorhaben.

Die insgesamt 14 Landesmedienanstalten handeln nach ihren landesrechtlichen Aufgaben und Pflichten zur Erfüllung der Arbeitsgemeinschaft⁷⁶.

Die Organisation dieser Arbeitsgemeinschaft ist wie ein Stammbaum aufgebaut. Verschiedene Gremien gehen auf unterschiedliche Regelungen ein. Die GVK „Gremienvorsitzendenkonferenz“ schließt sich aus allen Vorsitzenden der Beschlussgremien zusammen. Die GVK berät insbesondere die Angelegenheiten der Medienpolitik. Hinzu kommt alles, was für die Zusammenarbeit der Landesmedienanstalten wichtig ist. Im Vordergrund stehen die Fragen zur Programmentwicklung und aktuelle Arbeitsschwerpunkte, wie z.B. die Qualität des privaten Rundfunks und die Digitalisierung⁷⁷.

Die GK „Gesamtkonferenz“ besteht aus Direktoren-Konferenzen und Gremienvorsitzenden-Konferenzen. In der GK werden Angelegenheiten beschlossen,

⁷⁶ Die Medienanstalten (2013): Aufgaben, die-medienanstalten.de

⁷⁷ Die Medienanstalten (2013): Gremienvorsitzendenkonferenz (GVK), die-medienanstalten.de

welche für das duale Rundfunksystem von grundsätzlicher und medienpolitischer Bedeutung sind⁷⁸.

In der Direktorenkonferenz sind alle gesetzlichen Vertreter der Landesmedienanstalten vertreten. Hierbei wird auf die Interessen der Mitgliedsanstalten auf nationaler und internationaler Ebene eingegangen⁷⁹.

Die Kommission der Zulassung und Aufsicht setzt sich mit der Zulassung und Kontrolle bundesweiter Veranstalter, Plattformen und den Entwicklungen des digitalen Rundfunks auseinander. Die ZAK setzt sich ebenfalls aus allen gesetzlichen Vertretern zusammen⁸⁰.

Die Diskussion über den Einfluss der Medien auf Kinder und Jugendliche ist immer ein wichtiger Punkt. Verschiedene Fernsehsendungen über Reality-Shows, Erotikangebote oder Online-Spiele mit einem gewalthaltigen Hintergrund entfachen diese immer wieder aufs Neue. Aus Angst, dass diese verschiedenen Angebote die Entwicklung der jungen Erwachsenen stören könnte, gibt es die Kommission für Jugendmedienschutz. Die KJM prüft die privaten Rundfunk- und Telemedienangebote⁸¹.

Die KEK „Kommission zur Ermittlung der Konzentration“ ist für die Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Fernsehen zuständig⁸².

2.6 Das Telemediengesetz

Das Telemediengesetz ist die wichtigste Grundlage des Internetrechts. Am 01. März 2007 ist das Gesetz zur Vereinheitlichung über bestimmte elektronische Informations- und Kommunikationsdienste in Kraft getreten. Es soll die Rahmenbedingungen von Angeboten die kein Rundfunk sind oder die aufgrund der Ähnlichkeit zum Rundfunk nicht im Rundfunkstaatsvertrag stehen festhalten. Als das neue Gesetz in Kraft getreten ist, sind das Teledienstgesetz, das Teledienstschutzgesetz und der Mediendienste-Staatsvertrag außer Kraft getreten. Sinn und Zweck des Telemediengesetzes ist es, die Regelungen der anderen Gesetze zu vereinbaren. Die besonderen Anforderungen zum Inhalt der Telemedien ergeben sich aus dem Rundfunkstaatsvertrag.

⁷⁸ Die Medienanstalten (2013): Gesamtkonferenz (GK), die-medienanstalten.de

⁷⁹ Die Medienanstalten (2013): Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), die-medienanstalten.de

⁸⁰ Die Medienanstalten (2013): Kommission für Zulassung und Aufsicht, die-medienanstalten.de

⁸¹ Die Medienanstalten (2013): Kommission für Jugendmedienschutz, die-medienanstalten.de

⁸² Die Medienanstalten (2013): Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich, die-medienanstalten.de

Das Telemediengesetz enthält unter anderem Vorschriften für die Impressumspflicht von Internetangeboten, dient zur Bekämpfung von Spam mit Transparenzbestimmungen, bestimmt das Ausmaß des Datenschutzes und die Haftungsregelungen von Providern.

Zu den Informations- und Kommunikationsdiensten gehören nahezu alle Online-Angebote, wie zum Beispiel Onlineshops, Auktionshäuser, Suchmaschinen, Webmaildienste, Informationsdienste, Podcasts, Chatrooms, Dating-Communities oder andere Internetportale. Bisher gehören das Fernsehen oder das Telefonieren über das Internet nicht zum Telemediengesetz. Wiederrum zählen private Blogs und Websites dazu. Internetangebote, welche sowohl Telemedien, als auch Telekommunikationsdienste enthalten, müssen sich an die Richtlinien des Telemedien- und des Telekommunikationsgesetz halten.

Um das Gesetz der Telemedien immer auf dem neusten Stand zu halten, gibt es regelmäßige Gesetzesänderung. 2009 wurde zum Beispiel das Wort „Abschirmdienst“ zur Abwehr gegen den Internationalen Terrorismus durch den Schutz des Bundeskriminalamtes errichtet. Im selben Jahr wurde ebenfalls das Gesetz für datenschutzrechtliche Vorschriften geändert. Ein Jahr später wurde das Telemediengesetz erneuert geändert. Bestimmt wurden Regelungen für Audiovisuelle-Mediendienste und für welche Bereiche diese nicht geltend gemacht werden können. So sind zum Beispiel die Abrufe in Drittländern ausgeschlossen. Außerdem wurden weitere Regelungen zu diesem Bereich im Telemediengesetz eingefügt. Die nächste Gesetzesänderung beinhaltet die Sicherstellung der geschäftsmäßigen Telemedienangebote durch technische und organisatorische Vorkehrungen. Demnach müssen die personenbezogenen Daten geschützt sein. Diese Vorkehrungen müssen dem technischen Stand gerecht werden. Zum 1. Januar 2016 wurde die Finanzaufsicht der Versicherungen modernisiert.

Die bis jetzt letzte Gesetzesänderung wurde ebenfalls im Jahr 2016 vollzogen. Hierbei geht es um den rechtmäßigen Schutz für Nutzer des öffentlichen W-LANs.

Das Telemediengesetz kann sich durch Gesetzesänderungen, genau wie der Rundfunkstaatsvertrag erneuern und somit an die neusten Entwicklungen anpassen⁸³.

⁸³ Bundesministerium für Justiz und für Verbraucherschutz (2007): Telemediengesetz, S. 1-2, gesetze-im-internet.de

2.7 Der Sendeauftrag

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben den Auftrag, durch die Herstellung und Verbreitung ihrer verschiedenen Angebote, welche frei individuell und ein öffentliches Meinungsbild haben, auf die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu wirken. Sie müssen über internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen, in den wesentlichen Lebensbereichen, informieren. Diese Berichterstattung dient der internationalen Verständigung, der Integration und dem gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern. Jedoch muss diese Unparteilichkeit, Meinungsvielfalt und eine Ausgewogenheit der Angebote berücksichtigen. Die Öffentlich-Rechtlichen haben laut RVtS § 3 weitere allgemeine Grundsätze zu befolgen. Die Angebote müssen die Würde des Einzelnen achten und schützen, religiöse und sittliche Werte beherzigen und die Achtung vor Leben, Freiheit und körperlicher Unversehrtheit, vor Glauben und Meinung anderer stärken⁸⁴.

2.8 Der deutsche Fernsehmarkt

Das Fernsehen zählt zu den begehrtesten Beschäftigungen während der Freizeit und ist nach wie vor das beliebteste Medium aller Altersgruppen. Statistiken aus dem Jahr 2016 zeigen, dass die Deutschen im Schnitt 223 Minuten pro Tag fernsehen. Im Vergleich zum Jahr 2000 ist die Nutzung deutlich gestiegen. Damals waren es nur 190 Minuten täglich. Auch die „pro Haus empfangbaren Sender“ sind gestiegen. Vor 20 Jahren waren es circa 35 verschiedene Programme. Heute sind es durchschnittlich 74 pro Haushalt⁸⁵.

Die Einnahmen im deutschen Fernsehmarkt im Jahr 2011 waren rund 3,98 Milliarden Euro, die Erwartungen für 2018 steigen auf über 14,8 Milliarden Euro an. Der Großteil der Einnahmen setzt sich aus den Rundfunkbeiträgen zusammen. Die Erlöse aus Werbung und Pay-TV sind gleich auf, wobei die Umsätze des Pay-TV in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum aufweisen⁸⁶.

Die beliebtesten Sender bei dem Gesamtpublikum (ab 3 Jahren) des Fernsehmarktes sind das ZDF, die Dritten und die ARD. Beim Zuschauermarkt der Werberelevanten Zielgruppe (14-49 Jahre) führen die privaten Sender RTL, Pro7 und Sat1 den Zuschauermarkt an. Bei den Bruttowerbeeinsätzen ist das gleiche Bild zu sehen. Zwischen den privaten Anbietern RTL Group-Bertelsmann SE & CO. KGaA und der

⁸⁴ ARD CHECK (2015): Aufgabe und Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks/der ARD – Was ist der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, daserste.ndr.de

⁸⁵ Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) (2016): Statistiken zum Thema Fernsehen in Deutschland, Statista.com

⁸⁶ PwC Prognose (2014): Einnahmen im Fernsehmarkt in Deutschland, Statista.com

ProSiebenSat.1 Media SE schürt sich ein Wettkampf, bei dem RTL 2014 die Nase vorn hatte. Bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten sind die ARD und das ZDF ganz vorne⁸⁷.

3. Der digitale Wandel

Die Konvergenz der Medien hat sich so schlagartig und umfangreich ausgebreitet, dass der Menschheit viele Veränderungen gar nicht bewusst sind.

Das lineare Fernsehprogramm, welches über Jahrzehnte hinweg die volle Aufmerksamkeit der Bevölkerung genossen hat, wird heute viel weniger genutzt. Streaming Dienste bieten ihren Kunden günstige Abonnements an und ihre Mediatheken verfügen über beliebte Filme, Serien und Eigenproduktionen. Wer unterwegs ist und sein Datenvolumen nicht verbrauchen möchte kann sich im WLAN eines dieser Angebote herunterladen und direkt vom Smartphone abspielen.

Das Smartphone ist zum täglichen Begleiter geworden und ersetzt viele Medien durch den direkten Internetzugang. Applikationen bringen den Bildschirm bei neuen Benachrichtigungen zum leuchten. So sind die Handy-Nutzer immer auf dem neusten Stand und erfahren sofort von den neusten Geschehnissen in der Welt, können innerhalb von Sekunden mit Freunden kommunizieren, Fotos posten und kommentieren und ihren digitalen Kalender mit neuen Terminen ausfüllen. Immer mehr Menschen sind online und verbringen am Tag mehrere Stunden damit. Das Kommunikationswunder kann E-Mails verschicken, Fotos und Videos in bester Qualität aufnehmen und auf sämtliche Social Media Kanäle und Internetseiten zugreifen. Eine genaue Wettervorhersage für die nächsten sieben Tage ist direkt in dem Gerät integriert.

Der digitale Wandel macht sich überall bemerkbar, selbst im heimatischen Wohnzimmer. Anstatt des klassischen Kabel- oder Satellitenfernsehen hängt ein neuer Hybrid-TV an der Wand, welcher direkt mit dem Internet verbunden ist. Die Zuschauer können eigenständig entscheiden, ob sie das lineare Fernsehprogramm verfolgen wollen oder lieber die Angebote im Internet konsumieren wollen.

Nicht nur das Fernsehen hat unter dem Druck des digitalen Wandels zu leiden, auch die anderen Medien müssen mit einem Abstieg des Nutzungsverhaltens rechnen. Besonders bei den Tageszeitungen haben sich die Zahlen der Auflagen minimiert. Die riesige Plattform des Internets verbindet alle verschiedenen Mediengattungen zu einer

⁸⁷ Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) (2016): Statistiken zum Thema Fernsehen in Deutschland, Statista.com

und bietet dem Nutzer einen schnellen Zugriff auf Informationen, Unterhaltung, Bildung und Beratung.

Die Digitalisierung verändert alle wesentlichen Lebensbereiche. Keiner muss sich mehr an vorgegebene Programme im Fernsehen halten, die Rezipienten sind für ihr eigenes Zeitmanagement zuständig. Diese Veränderung hat sogar den Auftrag der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten verändert, die Grundversorgung hat mittlerweile das Recht ihr Publikum umfassend über das Internet zu informieren.

Das Internet ist eine rasante Entwicklungsplattform und bietet den Menschen umfangreiche Angebote. Wer sich nicht im Netz etabliert, wird in der Zukunft schnell in Vergessenheit geraten können.

3.1 Streaming-Dienste

Immer mehr Menschen wollen selbstentscheiden, was zur Prime Time im Fernseher läuft. Diverse Video-on-Demand Angebote vereinfachen diese Situation. Auf Abruf können beliebte Filme, Serien oder Dokumentationen abgespielt werden, ganz ohne eine Programmvorgabe. Zum schauen dieser Angebote gibt es verschiedene Varianten, diese wären zum einen der „Download-to-Rent“ hierbei erwirbt der Nutzer ein zeitlich begrenztes Recht auf den Inhalt des ausgewählten Programms, beim Pay-per-View werden die Inhalte nach der tatsächlichen Nutzung abgerechnet, bei Subscription-Video-on-Demand kann der Abonnent diverse Filme oder Serien konsumieren und zahlt einen monatlichen Abschlag und bei der letzten Variante Download-to-Own kann der Nutzer den Inhalt für einen unbegrenzten Zeitraum archivieren. Verschiedene Streaming-Dienste bieten diese Möglichkeiten an, um ihren Nutzern den Inhalt so einfach wie möglich bereitzustellen. Die meisten Anbieter haben damit angefangen, über Online-Videotheken DVD's per Post an ihre Kunden zu schicken. Mittlerweile ersetzt der Streaming-Dienst den per Post Versand von Bewegbildern⁸⁸.

Zur Zeit gibt es diverse Anbieter, die mit unterschiedlichen Angeboten locken. Viele von ihnen steigen auf eigenproduzierte Filme und Serien um, so können sie neue Kunden mit einem individuellen Programm auf sich aufmerksam machen. Im weiteren Verlauf dieses Textes werden zwei dieser Streaming-Dienste genauer behandelt.

⁸⁸ Bundeszentrale für politische Bildung (2010): Tele-Visionen: Fernsehgeschichte Deutschlands in West und Ost – Video on Demand, Video on Demand .pdf

Netflix:

Seit 2014 ist Netflix in Deutschland verfügbar. Der Streaming-Dienst bietet seinen Abonnenten eine vielseitige Auswahl von Serien, Filmen, Dokumentationen und vielen weiteren Angeboten. Ohne Werbung haben die Nutzer unbegrenzten Zugriff auf die Inhalte. Um sich mit dem Dienst vertraut zu machen bietet Netflix einen kostenfreien Probemonat an. Hinzu kommt die Wahl eines Abos. Bei dem Basis-Angebot kann das Streaming auf einem Gerät in SD Qualität stattfinden, bei dem Standard-Abo können sogar über zwei Geräte zur gleichen Zeit geguckt werden und das in HD Qualität. Das dritte Abo Premium bietet vier Usern das Gleichzeitige Nutzen der Angebote und eine noch höhere Qualität. Natürlich gibt es für jedes höhere Abo einen Aufpreis. Durch das Nutzen von verschiedenen Geräten zur selben Zeit ermöglicht Netflix seinen Abonnenten den Account mit Freunden und Verwandten zu teilen. Angefangen hat der Internetanbieter mit einer Online-Videothek die Filme per Post an seine Abonnenten verschickte. Die Streaming-Technik ersetzt den Versand von Bewegbildern.

Durch Eigenproduktionen wird der Veranstalter immer bekannter. Mit Serien wie „House of Cards“, „Tote Mädchen lügen nicht“ oder „Orange is the New Black“ verankert er sich in den Köpfen der Nutzer. Ein Grund für das große Interesse an der Produktion eigener Werke ist es, dass nicht in jedem Land nach den Lizenzen für die Ausstrahlung gefragt werden muss. Netflix kann selbst entscheiden, wo die eigenproduzierten Serien laufen sollen. Durch das Downloaden von Serien und Filmen kann der Anbieter sogar unterwegs und auf längeren Fahrten genutzt werden, ganz ohne das teure Datenvolumen zu verbrauchen⁸⁹.

Amazon Prime:

Amazon Prime bietet seinen Abonnenten ein umfangreiches Angebot für 69 Euro im Jahr. Ein kostenfreier Premiumversand für Millionen von Artikeln, unbegrenztes Streaming von Serien und Filmen, einen Gratisversand am selben Tag bei einem Bestellwert von mindestens 20 Euro, einen kostengünstigen Morning Express, Prime Music mit über zwei Millionen Songs oder den vergünstigten Erwerb der Amazon Music Unlimited-Mitgliedschaft. Als Abonnent bekommt man viele weitere exklusive Angebote und Premiumzugriffe auf verschiedene Aktionen.

Die erste Eigenproduktion von Amazon über ihren Streaming-Dienst „Prime Video“ wurde am 17. März 2017 ausgestrahlt. In der Hauptrolle ist Matthias Schweighöfer zu sehen. Hierbei liegt das Interesse, ähnlich wie bei Netflix, bei der Erschaffung der Lizenzen. Wenn die Beschränkungen zur Dauer und Anzahl der Nutzung überschritten wurden verschwinden Serien und Filme aus den Angeboten. Dann heißt es neu Verhandeln. Das Angebot Prime Video von Amazon galt anfangs nur dem Hintergrund,

⁸⁹ Netflix (2014): Wie funktionier Netflix?, help.netflix.com

mehr Kunden zu generieren. Für einen niedrigen Betrag bekommen die Abonnenten kostenlose und schnelle Lieferungen verschiedener Artikel nach Hause. Der Streaming-Dienst wurde erst nachträglich hinzugefügt und startete mit 5000 Filmen und Serien. Damals war das noch ein Bruchteil von dem, was Netflix seinen Kunden anbot. Einige Angebote müssen zwar geliehen oder gekauft werden, jedoch funktioniert das Verfahren von Amazon bis heute gut⁹⁰.

Durch das eigenproduzieren von Filmen und Serien umgehen die Streaming-Dienste Hindernisse. Jedoch müssen sie Milliarden in ihre Projekte hineinfinanzieren. Aber auch die Lizenzen und die Beschaffungen von Inhalten, welche nicht von ihnen selbst sind, kosten Unmengen an Geld. Bei Netflix betragen die Ausgaben der Gesamtkosten 2015 über drei Milliarden Dollar, 2017 sollen diese doppelt so hoch sein.

Um ein ungefähres Bild über die Kostenexplosionen der Serie „You are Wanted“ von Prime Video zu verschaffen, vergleicht der CEO der Produktionsfirma Pantaleon die Ausgaben mit den eines umfangreichen Kinofilms. Jedoch zeigt sich durch die Beliebtheit der Serien, wie bei „Narcos“, „House of Cards“, „Mozart in the Jungle“ oder „Transparent“, dass sich die Investitionen in die Eigenproduktionen lohnen. Die Anbieter der Streaming-Dienste wollen durch ihre individuellen Angebote mehr Nutzer akquirieren. Durch das werbeunabhängige Streamen, müssen sich die Veranstalter, im Gegensatz zum Fernsehen, nicht auf eine Zielgruppe beschränken aus Angst Kunden oder Zuschauer zu verlieren⁹¹.

3.2 Plattformen und Geräte

Der technische Wandel bietet viele verschiedene Möglichkeiten auf diverse Angebote zurückzugreifen. In den meisten Fällen sind die Nutzer unabhängig von Zeit und teilweise auch vom Ort. Sie können eigenständig entscheiden, wann sie was konsumieren wollen.

Die „Application Software“

Die Application Software kurz „App“ ist ein kleines Anwendungsprogramm für das Smartphone oder das Tablet. Die Apps verfügen über bestimmte Funktionen, wie die Wettervorhersage, das Fernsehprogramm oder Ähnliches. Sie dienen für die Arbeit, Unterhaltung, Spiele oder die Kommunikation. Das Endgerät lässt sich durch die verschiedenen Dienste des Anwendungsprogramm erweitern. Somit ist es ebenfalls möglich Musik oder Filme über das Handy zu „Streamen“. Netflix erlaubt seinen

⁹⁰ Amazon Prime: Über Amazon Prime, amazon.de

⁹¹ Thier, Jenni, Frankfurter Allgemeine (2017): Mit eigenen Serien auf Kundenfang. Netflix und Amazon investieren Milliarden in eigene Filme. Wer braucht da noch Hollywood?, S. 1-3, faz.net

Abonnenten das Herunterladen von Filmen, Serien oder Dokumentationen für Unterwegs, über die App von Netflix können die Nutzer ganz einfach über das Smartphone weitergucken, ohne ihr Datenvolumen zu verbrauchen. Wer Nachrichten und Erinnerungen von einer App bekommen möchte, kann das in den Systemeinstellungen vermerken. Gerade bei einem Liveticker oder bei Nachrichten ist es sinnvoll, denn durch diese Einstellungen erhält der Nutzer die neusten Ereignisse direkt auf den Bildschirm. Die meisten Apps sind kostenlos. Teilweise kommt erst durch gewisse Premiumangebote ein gewisser Betrag zu Stande.

Die „Mediathek“

Eine „Mediathek“ ist eine digitale Bibliothek mit modernen und vielfältigen Angeboten. Der Nutzer kann direkt von Zuhause aus auf diverse Unterhaltungsmedien zugreifen. Wenn der Zuschauer eine Sendung verpasst hat, kann er diese über die Mediathek nachgucken. Auf die Mediathek kann man von allen internetfähigen Geräten zugreifen und die Sendungen meist kostenlos abspielen. Viele private und öffentlich-rechtliche Fernsehsender bieten ihre eigenen Mediatheken an.

Der „SmartTV“ / „Hybrid broadcast broadband TV“

Heutzutage gibt es verschiedene Möglichkeiten über den Fernseher auf das Internet zuzugreifen. Eine der beliebtesten, um dem Heimkino das letzte Extra zu verpassen, ist der Hybrid TV. Der TV besitzt eine Schnittstelle, welche ihm den direkten Zugang zum Internet erlaubt. Diese Variante ist vergleichbar mit dem Videotext, jedoch bietet der Zugang zum Internet wesentlich mehr Informationen, welche aktueller und personalisierter sind. Dem Nutzer des SmartTV steht es offen, ob er am Abend das klassische Fernsehprogramm verfolgt oder auf Streaming-Dienste zurückgreift. Der HbbTV ist ein modernes Multifunktionsgerät, welches Funktionen abrufen kann, wie es bisher nur der Computer konnte. Des Weiteren verfügt er über weitere Schnittstellen, wie WLAN, Speicherkarten und zusätzlichen USB-Slots. Der Hybrid TV lässt sich nur dann einwandfrei nutzen, wenn er mit dem Internet verbunden ist. Das funktioniert zum Beispiel ganz einfach über das WLAN. Wenn der Fernseher richtig angeschlossen ist, steht dem Nutzer von diversen interaktiven Funktionen, wie Youtube, soziale Netzwerke, Skype oder das Aufnehmen von Filmen nichts mehr im Wege.

3.3 Das Mediennutzungsverhalten

Das Nutzungsverhalten der Menschen, vor allem online, hat sich stark verändert. In Deutschland nutzen mittlerweile 58 Millionen Menschen das Internet. Das sind 83,8 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren. Im Vergleich zu 2015 sind diese Zahlen um 1,9

Millionen Menschen gestiegen. Vor allem die Zielgruppe der ab 40 jährigen hat einen enormen Zuwachs genossen. Auch die Aufenthaltsdauer im Internet hat sich auf über zwei Stunden täglich verstärkt. Insgesamt 128 Minuten, das sind 20 Minuten mehr als im Vorjahr. Besonders das männliche Geschlecht surft gerne durchs Netz. Insgesamt 50 Minuten länger pro Tag, als Frauen. Der Zugang zum Internet von Zuhause oder von der Arbeit aus reicht den Menschen allerdings nicht mehr.

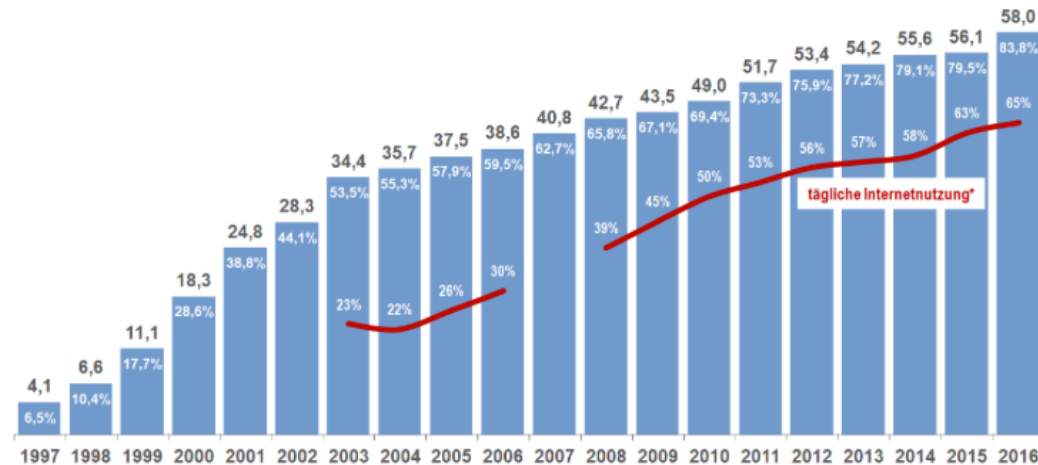


Abbildung 1 ARD/ZDF-Onlinestudie 2016: Größer Zuwachs bei der Internetnutzung , Anteile Online-Nutzung in Prozenten, Online-Nutzer in Millionen

Das Smartphone ist bei über 66 % der Bevölkerung direkt mit dem Internet gekoppelt. Laptops liegen mit einem leichten Zuwachs von 57% vor dem klassischen Computer mit 44 Prozent. Das Smartphone fördert die Nutzung des Internets und treibt diese an, somit sind die Nutzer der Geräte, welche direktem Internetzugang haben täglich 82% im Netz, die Gesamtbevölkerung nur 65% am Tag. Die Menschen nutzen ihre Handys, Tablets oder Laptops vor allem zur Kommunikation, über E-Mails, Chats oder Apps wird sich unterhalten.

Die jüngeren und mittleren Altersgruppen treten besonders gerne den Onlinecommunitys, wie Facebook, bei. Diese haben besonders bei diesen Zielgruppen einen Zuwachs zu verzeichnen. Bei den Altersdekaden unter 40 Jahren liegt die Onlinenutzung nahezu bei fast 100%. Bei den 40-49 jährigen sieht das ähnlich aus, denn von ihnen sind ganze 97% Online. Bei der Altersgruppe über ihn, den 50-59 jährigen liegt die Nutzung des Internets mittlerweile bei 89%. Bei den über 60 jährigen stieg die Nutzung ebenfalls an und liegt bei 57 Prozent. Zu bemerken ist allerdings, je älter die Zielgruppe, desto geringer ist das Onlineauftreten. Das lässt sich auch auf die Nutzungsdauer zurückführen, denn je jünger die Teilnehmer der Studie sind, desto länger verweilen sie im Netz. Bei den 14-29 jährigen sind es ganze 245 Minuten täglich, die 30-49 jährigen liegen mit 148 Minuten weit dahinter. Bei der Altersgruppe 50-69 sind die Minuten auf ganze 85 angestiegen, bei den über 70 jährigen sind es nur knappe 28 Minuten am Tag.

Nicht nur das Smartphone oder der Laptop sind mit dem Internet in Verbindung, sondern auch viele andere Geräte. So liegt die Internetnutzung über einen Smart-TV bei 17%, Radiogeräte mit integriertem WLAN und internetfähige Spielkonsolen kommen auf 12 %. Jeder zweite zwischen 50 und 69 Jahren verwendet ein Mobil-Telefon. Bei den ab 70 jährigen besitzt jeder fünfte eins. Im Jahr 2014 besaßen zum Vergleich nur 5% der Altersgruppe eins. Bei der Zielgruppe der 30-49 jährigen nutzen 42% ihr Handy unterwegs. Aber auch in den anderen Gruppen, sowohl abwärts, als auch aufwärts, wird das Smartphone außerhalb von Zuhause genutzt. Die sogenannten „Unterwegsnutzer“ sind täglich bis zu 163 Minuten online. Das sind 35 Minuten mehr, als bei denen, die unterwegs keinen Internetzugang haben.

Handys dienen schon lange nicht mehr nur zum Telefonieren oder SMS-schreiben. Sie kurbeln das Nutzen von Medien über das Internet nochmals mächtig an. Bei jungen Menschen wird es am liebsten zum Musik hören oder Nachrichten verschicken genutzt. Die Kernpunkte der Internetnutzung sind mit 81% das Versenden und Empfangen von E-Mails, mit 68% die Kommunikation über Applikationen wie Whatsapp, die Suchmaschine von Google ist mit 83% dabei und im Bereich Mediennutzung liegen mit 67 Prozent Videos vor dem lesen von Artikeln und Berichten 62%⁹².

Das Konsumieren von Videos und Audios hat in den letzten Jahren deutlich an Zuwachs gewonnen, ebenfalls Messenger-Dienste wie Whatsapp. Vor allem die Nutzung von Instant-Messenger ist besonders beliebt, denn in allen Altersdekaden ist die Nutzung gestiegen. Mittlerweile nutzen diese auch die ab 70 jährigen, denn hier ist ein Anstieg von 28% zu bemerken. Männer liegen in allen Online-Angelegenheiten bezüglich der Nutzung vorne, abgesehen von Chatrooms und Communitys.

Das Konsumieren von Bewegbilder im Internet hat im Jahr 2016 weiterhin an Popularität gewonnen. Somit nutzen Mittlerweile 72% der Bevölkerung Video-Angebote im Netz. Zum festen Bestandteil im Alltag zählt dieser Konsum trotz dieser Zahlen noch nicht. Jedoch wachsen die Kapazitäten an Videos auf Online-Plattformen stetig, im Jahr 2015 wurden bei Youtube in einer Minute 400 Stunden Videomaterial hochgeladen.

Im Netz ist unendlich viel Platz für diverse Daten. Besonders beliebt ist das Konsumieren von Bewegbildinhalten auf Facebook, was zum Teil an der Timeline liegt, welche diese automatisch abspielt so bald der User über den Content scrollt. Die Nutzung der gesamten Bewegbilder nähert sich langsam immer weiter an den Teil der Bevölkerung an, welcher überhaupt das Internet nutzt. Der Zuwachs der Zuschauer von Online-Videos macht sich auf fast allen Plattformen bemerkbar. Der Anstieg ist

⁹² Koch, Wolfgang / Frees, Beate (2016): ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 - Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung sowie Audios und Videos, ard-zdf-onlinestudie

bisher nicht exponentiell, jedoch reicht das aus, um für eine Veränderung des Nutzungsverhaltens zu sorgen.

Bei der Zielgruppe der 14-29 jährigen fällt besonders das Konsumieren von Youtube und Facebook-Videos auf, was zum Teil auch mit den bekannten Youtube-Stars im Zusammenhang steht. Diese Zielgruppe schaut ebenfalls im Internet Fernsehen, je doch nicht so stark in den Mediatheken. Diese sind eher bei den älteren Altersgruppen beliebt. Bei den 30-49 jährigen nutzen diese 50%. Bei den jüngeren sind es nur 49%. Streaming Dienste sind für die ab 50 jährigen eher uninteressant. Bei den unter 50 jährigen nutzt mittlerweile so gut wie jeder die Angebote von Videos im Internet, bei den Altersgruppen ab 50 bis über 70 sinken die zahlen je älter die Nutzer sind deutlich. Hervorzuheben ist allerdings, dass bei den jüngeren über 51% täglich Videos über andere Geräte, als den Fernseher, konsumieren.

Wo die Online-Videos einen Zuwachs genießen können, muss das klassische lineare Fernsehen mit abfallenden Zahlen rechnen, denn nur noch 46% der 14-29 jährigen schaltet täglich den TV-Apparat ein. Wiederrum kann dieser bei der Dauer punkten. Wenn der Fernseher erst mal eingeschaltet ist, bleibt es dieser im Schnitt für über 240 Minuten auch. Im Vergleich zum Jahr 2014 ist die Sehdauer von Videos im Netz zurückgegangen. Wenn man sich die Anteile genauer anschaut ist der Rückschritt vor allem beim Fernsehen im Internet zu bemerken, dass schauen von Videos hat sich kaum verändert. Vor allem bei den 30-49 jährigen und dem männlichen Geschlecht ist dieser Konsum zurückgegangen, welcher hingegen bei den 14-29 jährigen, den ab 50 jährigen und Frauen leicht angestiegen ist. Bei den 14-29 jährigen und den 30-49 jährigen steht eine gleichmäßige Nutzung von jeweils 43% bei Video-Streaming Angeboten an. Bei den über 50 jährigen sind es nur 14 % die Streaming-Dienste, wie Netflix oder Amazon Prime nutzen. Die über 70 jährigen konsumieren diese Programme mit einem Anteil von einem Prozent.

Durch die ganzen tragbaren Geräte nutzen viele Menschen zur gleichen Zeit ihr Smartphone, Tablet oder den Laptop, während nebenbei der Fernseher läuft. Besonders beliebt ist diese Parallelnutzung bei den 14-29 jährigen. Insgesamt 63 % der Onlinenutzer greifen auf dieses Verhalten zurück, täglich sind es allerdings nur 17%, was darauf hinweisen könnte, dass die meisten nicht auf die Parallelnutzung zurückgreifen wollen oder das vom Konsumieren mehrerer Medien nicht können.

Online sein und das Internet von überall nutzen zu können ist für den Großteil der Bevölkerung mittlerweile eine Selbstverständlichkeit. Auch das Konsumieren von Bewegtbilder im Netz zählt dazu. Dem liegt zu Grunde, dass immer mehr Geräte mit einer direkten Verbindung zum Internet genutzt werden. Obwohl sich Online-Videos noch keinen festen Platz im Alltag sichern konnten, steigt der Konsum dieser Angebote an. Vor allem die Altersgruppe der 14-29 jährigen zieht das Fernsehen im Netz vor das

lineare Fernsehprogramm im klassischen TV-Apparat. Die Streaming Dienste konnten ihre Zielgruppen und Abonnentenzahlen weiterhin steigern, liegen im deutschen Fernsehmarkt jedoch noch weit hinter den Angeboten der Fernsehsender.

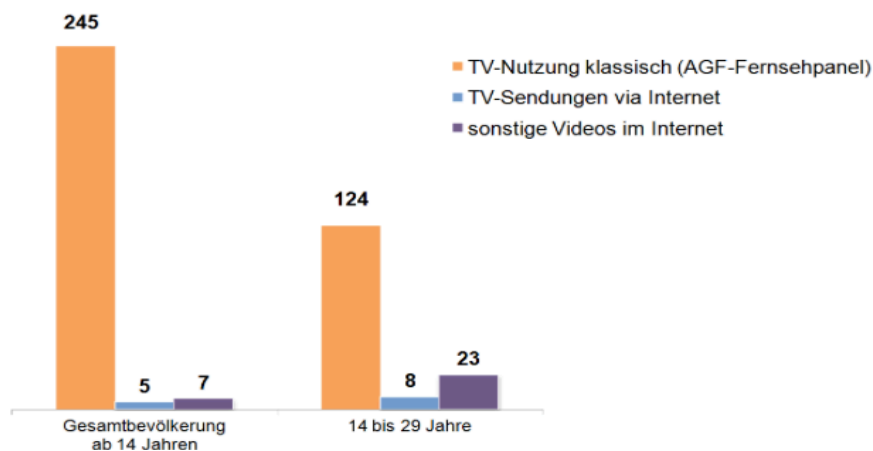


Abbildung 2 ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 Nutzung in Minuten/ am Tag

Schnell zur Hand liegende Geräte, wie das Smartphone, das Tablet oder der Laptop stellen einen einfach Zugriff auf das Internet dar. Kein Computer muss mehr hochgefahren werden, bevor man durch das World-Wide Web surfen kann. Ganz schnell wird das Handy angeschaltet und während der Fernseher läuft, wird im Internet gemailt, gegooglet und mit Freunden kommuniziert. Der Technische-Wandel hat die Nutzung vom Internet und den dort zu finden Bewegtbild-Angeboten verändert⁹³.

4. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen im Wandel

Rückblickend auf das Mediennutzungsverhalten ist noch keine akute Gefahr eingetreten, jedoch müssen sich die etablierten Medien auf die neuen Gegebenheiten einstellen. Die Frage ist nur, in wie weit muss sich der Auftrag der öffentlich-rechtlichen verändern, um in einer digitalen Welt mithalten zu können? In wie weit darf er sich überhaupt verändern und was ist Rundfunk in dieser Zeit überhaupt noch wert?

Die meist angesprochene Zielgruppe der ARD beträgt das Alter 60 Plus. Die jüngeren hingegen beschäftigen sich lieber mit den privaten Sendern und den Angeboten im Internet. Die vielfältigen, qualitativ hochwertigen und journalistisch geprägten Angebote der öffentlich-rechtlichen sind sehr gefragt, jedoch konsumieren vor allem die jüngeren Menschen das Fernsehen, um ausgiebig unterhalten zu werden.

⁹³ Kupferschmitt, Thomas (2016): ARD/ZDF-Onlinestudie – Online-Videoreichweite steigt bei weiter geringer Nutzungsdauer, ard-zdf-onlinestudie.de

Die beliebteste Serie bei den Deutschen ist die US-amerikanische Sitcom „The Big Bang Theory“, direkt dahinter liegt die Fantasy-Serie „Game of Thrones“. Unter den ersten neun Platzierungen, befindet sich ausschließlich amerikanische Produktionen, welche alle über die privaten Sender ausgestrahlt werden. Die Kriminalserie „Tatort“ hat es als erste deutsche Produktion auf den 10. Platz geschafft. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist in vielen Punkten beschränkt, sowohl im Fernsehen, als auch im Netz⁹⁴.

Sie müssen sich strikt an ihren Programmauftrag halten. Gerade im Internet müssen sie auf viele Regelungen achten. Auch, wenn sie wollten, ist eine unbegrenzte Expansion in diesem Bereich nicht möglich. Die finanziellen Grundlagen und die Online-Angebote unterliegen einer europaweiten Regulierungsdichte. Erworbene Spielfilme und Serien dürfen gar nicht im Onlineprogramm vorkommen, andere dürfen nur sieben Tage lang nach der Erscheinungen im Fernsehen im Internet vorzufinden sein, einige nur 24 Stunden. Viele Punkte erschweren es dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen sich komplett auf den Wandel einzustellen und sich den neusten Gegebenheiten zu stellen. Jedoch sind sie sich bewusst, dass es Veränderungen geben muss, um weiterhin wettbewerbsfähig agieren zu können⁹⁵.

4.1 Aufgabenwandel

In einer Welt in der Informationen überall verfügbar sind, ist der öffentlich-rechtliche Qualitätsjournalismus mehr denn je gefragt. Das allein reicht jedoch nicht, um die Zuschauer, vor allem die jüngeren, zu überzeugen. Das Fernsehen ist zwar nach wie vor das meist genutzte Medium von allen, jedoch kommt es auch darauf an, welches Programm die Menschen anschalten. Der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens ist klar definiert, kann dieser aber in der heutigen Zeit überhaupt noch erfüllt werden? Verschiedene Änderungsstaatsverträge lockern die Richtlinien, aus diesem Grund können sich die ARD und das ZDF Online an eine neue Zielgruppe wenden.

Die Altersgruppe der über 60 jährigen konsumiert das Erste, Zweite oder die Dritten täglich, jedoch reicht den Anbietern das nicht. Sie wollen ebenfalls für eine jüngere Zielgruppe interessant werden. Im Jahr 2011 ist „Trimedial“ das Stichwort. Fernsehen, Radio und Internet sollen zukünftig zusammen geplant und organisiert werden. Die Intendantin des rbb in Berlin-Brandenburg schafft aus diesem Grund die Fernseh- und Hörfunkredaktion ab und führt die Position des Programmdirektors ein, welcher die

⁹⁴ Statista-Befragung (2016): Ranking der beliebtesten Fernsehserien in Deutschland im Jahr 2016, Statista.com

⁹⁵ intern.ARD.de (2015): Gibt es die behauptete „Expansion“ der ARD ins Internet? , ard.de

Gesprächsformate von Radio und Fernsehen zusammenführen soll. Der MDR entwickelt ebenfalls neue Formate für den Radiosender Sputnik, welcher auf allen drei Medienkanälen Inhalte anbietet. Ein „trimedialer Newsdesk“ wird errichtet, welcher als medienübergreifende Planungszentrale fungieren soll.

Hinzu kommt der neue trimediale Chefredakteur Stefan Raue, welcher sich zu seinem Start mit folgenden Worten einordnet: „mit der multimedialen Vernetzung wollen wir unsere Informationskompetenz stärken, Mehrwert bieten und auch jüngere Menschen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk interessiert.“ Der öffentlich-rechtliche Rundfunk versucht über viele Wege auf die Digitalisierung zu reagieren, was weder den kommerziellen Anbietern, noch den Tageszeitungen zu gute kommt. Die privat-rechtlichen wollen den öffentlich-rechtlichen den Weg ins Internet nicht verbieten, trotzdem wollen sie strengere Regelungen für die Konkurrenz einführen lassen, aus Angst die gebührend finanzierten digitalen Angebote nicht weiter decken zu können. Demnach sei die ARD nur für die Grundversorgung zuständig, jedoch bedeutet das nicht Minimalversorgung.

Das Internet bietet allen Anbietern die Möglichkeit verbesserte Informationsangebote an ihre Leser zu übermitteln. Wie die Digitalisierung angegangen werden soll erklärt der Intendant des bayrischen Rundfunks im Jahr 2013:

„Wir werden uns nicht mehr wie bisher nach Übertragungswegen aufstellen, sondern nach Inhalt. Das heißt: wir werden integrierte journalistische Bereiche haben für Aktualität, Wirtschaft, Wissenschaft, für Sport und vieles Mehr.“⁹⁶

Die öffentlich-rechtlichen wollen zukünftig detaillierter auf verschiedene Themenbereiche eingehen, um mehr Menschen mit einem noch größeren Angebot ansprechen zu können. Wenn dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen die Nutzung von digitalen Angeboten verboten werden würde, gäbe es keine Wettbewerbsfähigkeit mehr gegenüber den kommerziellen Anbietern. Um die Angebote weiterhin so finanzieren zu können, dass an keinen Ecken und Kanten gespart werden muss, wird im Jahr 2013 der Rundfunkbeitrag einbezogen und seit 2015 muss jeder Haushalt 17,50 Euro zahlen, unabhängig von der Geräteanzahl⁹⁷.

Dem Trend von Applikationen ist die ARD schon seit 2010 gefolgt, die Tagesschau-App ist schnell zu einer populären Anwendung geworden. Am 15. Juni 2011 reichten jedoch acht verschiedene Zeitungsverlage eine Klage gegen diese App ein, da sie zu textlastig und dadurch zu presseähnlich sei. Laut dem Rundfunkstaatsvertrag sind presseähnliche Inhalte ohne konkreten Bezug zu einer Sendung verboten. Die Klage der Verlage wurde vom Landesgericht Köln anerkannt, je doch betraf das Urteil „nicht-sendungsbezogenes, presseähnliches Angebot“ nur diesen einen Beitrag. Ein

⁹⁶ vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2014): Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter – Wie hat die Digitalisierung die Strategie der öffentlich-rechtlichen verändert?, bpb.de

⁹⁷ intern.ARD.de (2016): 17,50 Euro Rundfunkbeitrag, ard.de

allgemeines Verbot gegen die App konnten die Tageszeitungen durch ihre Klage nicht erreichen, da diese 2009 den Drei-Stufen-Test bestanden. Je doch beschwerten sich auch die kommerziellen Anbieter, da die App und die Angebote durch die Finanzierung der GEZ im Web kostenlos angeboten werden, was laut der kommerziellen Anbieter wettbewerbsverzerrend sei. Einschränkungen gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen und der Verbreitung im Netz gab es allerdings auch schon vor den Problemen mit den Applikationen⁹⁸. Die ARD eröffnete 2008 die erste Version ihrer Mediathek, das ZDF tat das bereits schon 2001. Aufgrund von Kritiken entschied der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag, dass die Sender einen Großteil ihres Online-Archives löschen müssen. Kernelement des Änderungsstaatsvertrages war die nähere Definition des öffentlich-rechtlichen Auftrages der neuen digitalen Angebote. Sie dürfen zukünftig nur noch Telemedien anbieten, welche journalistisch-redaktionell veranlasst und gestaltet sind. Außerdem dürfen diese Angebote keine Elemente, wie Partnerbörsen oder Anzeigenportale schalten. Die Übertragungen bestimmter Sportgroßereignisse dürfen nur 24 Stunden nach der Ausstrahlung im Netz zu finden sein, andere Inhalte müssen nach sieben Tagen, drei oder sechs Monaten, oder nach einem Jahr gelöscht werden. Der drei-Stufen-Test prüft die Angebote der öffentlich-rechtlichen Telemedien. Dieses Verweildauerkonzept begrenzt das öffentlich-rechtliche Fernsehen bei der Erweiterung im Netz⁹⁹.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat sich den Umständen der Digitalisierung früh versucht anzupassen. Je doch scheint ein Aufgabenwandel durch diverse Urteile und Eingrenzungen erschwert. Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen beinhaltet jedoch nicht nur das Fernsehprogramm, sondern auch das Internet. Denn auch die ARD, das ZDF oder die Dritten müssen die Chance haben, ihren Kunden ein Rund-Um-Programm zu ermöglichen. Zuschauer, die ihre Sendung verpasst haben, sollen nachträglich online darauf zugreifen können. Diese Inhalte sind frei von Werbung und Sponsoring und setzen sich aus allen Themenbereichen für ein übergreifendes und vielfältiges Online-Angebot zusammen. Auf den Seiten der ARD sind sowohl Fernsehen, als auch Radio abrufbar, um die Zuschauer und Zuhörer auf mehrere Wege erreichen zu können. Die Mediatheken sind ebenfalls für die Nutzung mit dem Hybrid-TV geeignet. Die Sendungen werden als Live-Stream, Podcast, zum Abruf oder als Download bereitgestellt.

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen kennt das Alter ihrer Zuschauer, jedoch wollen sie durch erweiterte Programme eine neue Altersklasse ansprechen. Aus diesem Grund ist am 01. Oktober 2016 das Content-Netzwerk Funk mit über 40 Formaten gestartet. Die ARD und das ZDF wollen gemeinsam die 14-29 jährigen ansprechen und ihnen die Möglichkeit geben sich informieren, orientieren und unterhalten zu können. Dieses

⁹⁸ Bundeszentrale für politische Bildung (2014): Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter – Der Streit um die Tagesschau-App, bpb.de

⁹⁹ Bundeszentrale für politische Bildung (2014): Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter – Weitere als problematisch gewertete Anwendungen, bpb.de

Programm steht den jungen Menschen ebenfalls als App zur Verfügung, um Zeit- und Ortsunabhängig darauf zurückgreifen zu können. Die Federführung dieses Projektes obliegt dem SWR, welcher diese Formate immer weiter entwickelt. Unter den Angebotenen Serien befindet sich sogar „Orange is The New Black“, welche 2014 erstmals auf Netflix ausgestrahlt wurde. Funk ist zwar seit 2016 Online, jedoch immer noch nicht fertig. Was sie auch nie sein werden, da sie immer weiter an den Inhalten und Ideen arbeiten wollen, gemeinsam mit ihren Zuschauern und Lesern. Eine Idee ist „iam Serafina“, das 19-jährige Mädchen filmt sich in einer Live-Soap auf Snapchat und Instagram¹⁰⁰.

Das ZDF bietet außerdem zwei weitere digitale Sender an, zum einen das ZDFNeo und zum anderen ZDFInfo. Das ZDFNeo gibt es seit 2009 und hat den ZDFDokukanal abgelöst, es steht für ein junges und unterhaltsames Fernsehen. Mit verschiedenen attraktiven Filmen und Serien, originellen Shows, lebensnahen Factual Entertainment-Formaten und Dokumentationen soll eine abwechslungsreiche Mischung für junge Zuschauer gestaltet werden.

ZDFInfo ist 2011 als weiterentwickelter ZDFInfokanal gestartet und versorgt ebenfalls junge Menschen mit Wissen. Hierbei geht es speziell um die Zeitgeschichte, Europa, Politik, Wissen, Expedition und Gesellschaft. Um die junge Zielgruppe mit diesen Themen genau dort anzusprechen, wo sie sich im Internet aufhalten, findet das Format Funk auf Youtube, Instagram, Facebook, Snapchat und weiteren sozialen Medien statt.

Bereits 1997 nahm der kinderfreundliche Sender Kika vom ZDF und der ARD seinen Betrieb auf. Unterhaltungsshow, Ratgeber, Fernsehspiele, Informationsmagazine und dem Unterhaltungssender Logo, welcher Problematiken in der Welt sogar spielend leicht für die jüngsten Zuschauer darstellt. Auch dieser Sender stellt eine Website mit Informationen zum Programm und zu den Moderatoren, Spielen und Videos für die Kinder ins Netz.

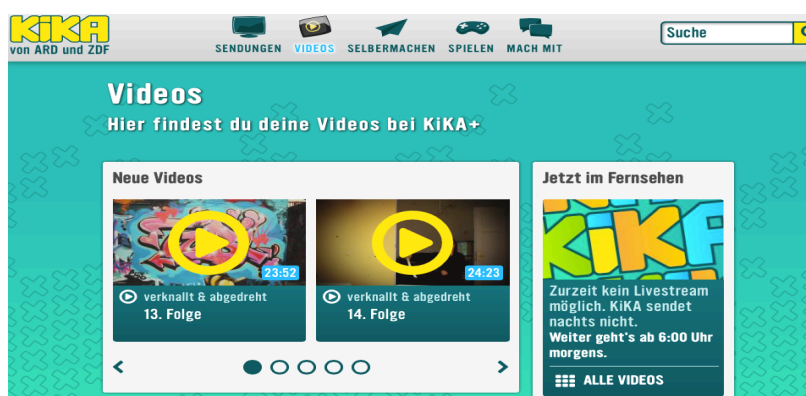


Abbildung 3 Die freundlich gestaltete Internetseite des ARD/ZDF Kinderkanals. Kinder können dort auf Filme, Serien und Spiele zugreifen

¹⁰⁰ FUNK (2016): Funk ist das Content-Netzwerk von ARD und ZDF, Funk.net

Das öffentlich-rechtliche Fernsehen stellt sich seit Jahren auf neue Aufgaben ein und versucht dementsprechend mit diesen umzugehen und mit neuen Ideen darauf zu antworten. Um im Wettbewerb gerecht zu bleiben, unterliegen sie mit ihren Freiheiten, besonders im Netz, strengen Vorschriften. Alles muss geprüft werden, bevor es online ausgestrahlt werden darf. Der Konkurrenzdruck unter den Medien in Deutschland steigt, da sich das Internet mit seinen vielen Plattformen und Angeboten immer breiter gestaltet und somit immer interessanter für die Zeitungleser, Fernsehgucker und Radiohörer wird.

4.2 Legitimationsdruck

Eine Frage stellen sich viele: Wofür brauchen wir heute die öffentlich-rechtlichen Sender? Selbst bei der ARD kommt diese Frage im Fragenkatalog vor. Ihre Antwort darauf ist klar definiert. Der öffentlich-rechtliche Qualitätsjournalismus, welcher zur Orientierung und Information dient, ist in einer Welt, in der Jedermann Informationen online stellen kann, mehr denn je gefragt. Sie bieten allen Bürgern und Bürgerinnen freien Zugang auf qualitativ hochwertige, vielfältige, journalistisch geprägte Programmangebote. Damit liefern sie einen unverzichtbaren Beitrag zum politischen, kulturellen und gesellschaftlichen Geschehen. An diesem Punkt scheiden sich viele Meinungen. Die privaten Anbieter sehen die Expansionen in neue digitale Medienkanäle, als Problem im Bezug auf den Finanzbedarf. Denn je mehr Angebote die öffentlich-rechtlichen Sender schalten, desto höhere Erlöse kommen auf sie zu. Für sie ist der Ausbau neuer Systeme jedoch überlebenswichtig, um weiterhin von den Zuschauern wahrgenommen zu werden¹⁰¹.

Die Rundfunkgebühren eines jeden Haushaltes fließen in das Fernsehen, das Radio und in die Internetkanäle, um ein breites Informationsvermögen aufstellen zu können. Jedoch sorgt genau diese Gebühr immer wieder für harte Kritik. Der Widerstand gegenüber den Rundfunkgebühren wird immer größer, viele weigern sich den Pflichtbetrag zu bezahlen. Eine 46 jährige Frau aus Thüringen ignorierte mehrere Mitteilungen, Mahnungen und Ermahnungen, da sie weder Fernsehen, noch das Radio konsumiert. Am Ende schuldete sie dem öffentlich-rechtlichen über 191 Euro und kam dafür ins Gefängnis. Der MDR erfuhr nur zufällig von seiner nicht-Beitragszahlerin in Haft und nahm den Auftrag auf Vollzug des Haftbefehls gegen die Schuldnerin zurück. Besonders auf den MDR hagelte schlechte Presse und große Kritik ein. Aus diesem Grund gibt es zukünftig keine Gefängnisstrafe mehr für Beitragsverweigerer. Der ARD-Vorsitz teilt jedoch auch mit, dass aus Gründen der Beitragsgerechtigkeit die

¹⁰¹ intern.ARD.de (2015): Warum braucht man die ARD überhaupt noch in der digitalen Welt?, ard.de

Beitragspflicht durchgesetzt werden muss, dazu verpflichtet ebenfalls die KEF. Seit dem 2015 die Rundfunkgebühr pro Haushalt eingezogen wird, sind die Zahlen der Einnahmen angestiegen, ebenfalls die Zahlen der Verweigerer. Wenn diese Zahl weiterhin wächst existiert keine Beitragsgerechtigkeit mehr und die Zahlenden müssen leiden, da sich der Beitrag aufgrund der nicht-zahlenden erhöhen muss. Wieder stehen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten vor einem Problem, welches nahezu unvermeidbar ist¹⁰².

Zuzüglich der ganzen Kritiken spricht Ulrich Wilhelm, Intendant des bayrischen Rundfunks, darüber, was den Menschen ohne den öffentlich-rechtlichen Rundfunk fehlen würde und wofür sie überhaupt bezahlen. Die Qualitätsmedien bilden in Deutschlands eine Verantwortungsgemeinschaft, bezüglich der Vielfalt, der Verlässlichkeit und der Vermittlung¹⁰³. In allen Bereichen, ob Fernsehen oder Radio, fließt ein Großteil des Geldes in die kulturellen Bedürfnisse. Die Tagesschau ist die angesehenste Nachrichtensendung Deutschlands und die ARD, das ZDF und der BBC sind Weltweit das leistungsfähigste Korrespondentennetz. Die Gesamtleistung der öffentlich-rechtlichen ist für viele eine Selbstverständlichkeit, jedoch wären diese herausragenden Angebote ohne den zuzahlenden Beitrag nicht möglich. Um vor allem den jüngeren Zielgruppe klar zu machen, dass auch sie diesen Betrag zahlen müssen, stellen die öffentlich-rechtlichen immer mehr Angebote für junge Menschen auf. Sie müssen diesem Land Qualität bieten, von der alle Altersgruppen profitieren sollen. Für die komplexeren Fragen der Gesellschaft, der Demografie und Alterssicherung, Fragen zum Umgang mit Technologien, der Außenpolitik, der Wirtschaft und Finanzmärkte, sind vertiefte Diskussionen notwendig. Die Bürger und Bürgerinnen brauchen verlässliche Informationen auf allen Kanälen, jenes gilt für jung und alt.

Die privaten Anbieter sind der Meinung, dass die öffentlich-rechtlichen Sender im Netz vertreten sein müssen, diese sollen auf diesen Plattformen jedoch weiterhin nur ihren gesetzlichen Auftrag vertreten. Denn mit Angeboten, wie Spielfilmen und Serien erweitern sie nicht den Bereich der Information und der Bildung, sondern den der Unterhaltung und in diesem Fall würden sie die privat-wirtschaftlichen im Bezug auf die Nutzer und die Einnahmen berauben. Seit Jahren trennt die Rechtsexperten ein Streit: Die einen finden, dass aufgrund von genügend Online-Unterhaltungsangeboten, die öffentlich-rechtlichen in diesem Bereich überflüssig sein. Die Andere finden, dass genau aus diesem Grund die Informationsquellen und Berichterstattungen des öffentlich-rechtlichen Programms überlebenswichtig sind.

Die Frage: Wofür brauchen wir heute die öffentlich-rechtlichen Sender? Ist also Ansichtssache. Die privaten Anbieter brauchen sie definitiv, denn ohne sie besteht kein

¹⁰² Der Tagesspiegel (2016): Für den Rundfunkbeitrag muss keiner mehr ins Gefängnis, tagesspiegel.de

¹⁰³ vgl. Hanfeld, Michael (2013): Frankfurter Allgemeine, Wir sollten jetzt aus den Gräben herauskommen, faz.net

duales Rundfunksystem mehr. Doch fühlen sich die Privaten, genau wie die Verlage immer wieder ungerecht behandelt und fordern aus diesem Grund mehr Grenzen für die öffentlich-rechtlichen Kanäle, vor allem im Netz. Doch brauchen gerade diese Plattformen mehr Freiheit, um weiterhin Wettbewerbsfähig bleiben zu können. Die, die sich über die Programme der ARD und des ZDF informieren, werden auch in der Zukunft darauf plädieren, dass diese Sender ein wichtiger Bestandteil des Fernsehens und des Internets sind und dabei ist es egal, welche anderen Quellen ein ähnliches Angebot stellen. Die, die sich auf diese andere Quellen der Berichterstattung, Informationen und Bildung verlassen, werden weiterhin darauf bestehen, dass das öffentlich-rechtliche Fernsehen in der Digitalisierung immer überflüssiger wird.

4.3 Die neue Zielgruppe – FUNK

Die ARD und das ZDF wollen zukünftig auch junge Menschen informieren und unterhalten. Die Frage zu Beginn war jedoch: Wie kann man junge Zuschauer in Zeiten von Streaming-Diensten und Youtube noch erreichen? Der Programmgeschäftsführer für dieses Vorhaben Florian Hager ist optimistisch, ihm und seinem Team sollen jährlich 44 Millionen Euro zur Verfügung stehen. Ein großer Vorteil ist es, dass das neue Angebot nicht mehr Programmbegleitend sein muss, sondern einen originären Content enthalten darf.

Funk heißt die neue Plattform für 14-29 jährige, diese ist sowohl im Netz, als auch per App abrufbar. Sie enthält über 40 verschiedene Formate, welche den jungen Menschen mit Rat und Tat zur Seite stehen sollen. Um mehr über die junge Zielgruppe zu erfahren suchen die Mitarbeiter den direkt Kontakt, um die Idee welche hinter Funk steckt, durch die Vorlieben und Interessen der Nutzer, immer weiter entwickeln zu können. Die verschiedenen Formate können über Youtube, Facebook, Instagram, Snapchat oder der App abgespielt werden. Das Ganze geschieht allerdings nur im Internet, denn weder im Fernsehen, noch im Radio ist Funk vorzufinden. Das liegt daran, dass immer weniger Menschen unter 30 Jahren Fernsehen, vor allem nicht die öffentlich-rechtlichen Sender. Aus diesem Grund haben die Regierungschef/innen der Länder eine Änderung des Rundfunkstaatsvertrages veranlagt. Diese Änderung gibt der ARD und dem ZDF den Auftrag, neue Inhalte für 14-29 jährige zu gestalten. Das Geld zur Finanzierung des neuen Auftrages fließt aus den Einnahmen des Rundfunkbeitrages ein. In den Videoangeboten befindet sich weder Werbung, noch Produktplatzierung. Funk ermöglicht jungen Talenten das Erstellen von Inhalten ohne finanzielle Einflüsse. Sie wählen Formate aus, welche etwas Aussagen und die eine bestimmte Haltung vertreten, hierbei werden auch Newcomer redaktionell und finanziell gefördert. Die Funk-App bietet eine Keep-und Kick-Funktion, durch diese kann man eigenständig seine Lieblingsformate zusammenstellen. Die App bietet

außerdem täglich spannende, unterhaltende und wissenswerte Inhalte, kostenlose Serien und dich wichtigsten Informationen für den Tag¹⁰⁴.

In dem Format „Fang an zu leben“ nimmt der 19 jährige Dillan White seine Zuschauer/innen mit in seinen Alltag, auf Reisen und in neue Abenteuer. In seinem letzten Video auf Funk verabschiedet er sich von seinen Nutzern, da er zukünftig nicht weiter mit dem Jugendprogramm der ARD und des ZDF kooperieren möchte. In diesem letzten Vlog erklärt er genauestens warum er sich dazu entschieden hat. Die Vorteile der Zusammenarbeit mit den öffentlich-rechtlichen sind vor allem, dass er keine bestimmte Anzahl von Klicks generieren muss, um seinen Lebensunterhalt zu finanzieren. Außerdem gibt es für jedes Video ein Budget und er kann viel Reisen. Was dem jungen Blogger jedoch gar nicht gefallen hat war die Umsetzung seiner Videos. Alles wurde immer genauestens abgesprochen und nach den Absprachen ausgerichtet, flexible Änderungen gab es nicht. Fashion-Videos konnte er auch nicht mehr drehen, da weder die Marke der Klamotten, noch die Läden in der er diese gekauft hat genannt werden durften. Seiner Meinung nach bringen diese Videos seinen Zuschauern dann eher weniger. Zu guter Letzt waren es die Themen, über die er in seinem Format erzählt, denn nicht alle waren nach seinem Geschmack. Diese Gründe waren für Dillan White ausreichend, seine Karriere von nun an alleine zu meistern und auf eigenen Beinen zu stehen, sowohl finanziell, als auch redaktionell¹⁰⁵.

Das Format „schönschlau“ nimmt sowohl nützliches, als auch unnützes Wissen unter die Lupe. Ein junge Chemie-Studentin und Bloggerin recherchiert und erklärt die verschiedenen Themen. Zum Beispiel: Wie ungesund ist Grillen? Überlebt eine Weinbergschnecke, wenn man ausversehen ihr Haus zertritt? Wird man Nasser, wenn man durch den Regen rennt? Oder warum wir uns beim Essen gerne mal überfressen? Die Moderatorin aus diesem Format hat eine Zeitlang ebenfalls noch ein anderes auf Funk geleitet. „Auf Klo“ spielt sich tatsächlich auf einer Toilette ab. Jede Folge sind andere Besucher mit anderen Problemen zu gast. Dabei werden Themen, wie Essstörungen, Schwangerschaften, Flüchtlinge, Mobbing, die Pille, Social Media, Feminismus, Selbstbefriedigung und weitere unter die Lupe genommen. „Auf Klo“ ist nicht irgendeine Toilette, sondern eine für Frauen. „Fuck.TEN“ finden die Nutzer von Funk in dem Format „ Fickt euch“ und zwar über alle Themen rund um Sex. Die Bloggerin dieses Angebotes geht auf alle Themen ein, welche man eher weniger mit Freunden oder der Familie besprechen möchte. Viele der 40 Formate informieren die Zuschauer, jedoch sind die Wissenspunkte andere, als wie man sie von den öffentlich-rechtlichen Angeboten kennt.

¹⁰⁴ vgl. Sterz, Christoph (2016): ARD/ZDF-Jugendangebot, „Ein sehr großer Paradigmenwechsel“, deutschlandfunk.de

¹⁰⁵ vgl. Dillan White: Fang an zu leben (Deutschland, 2017, Vlog)

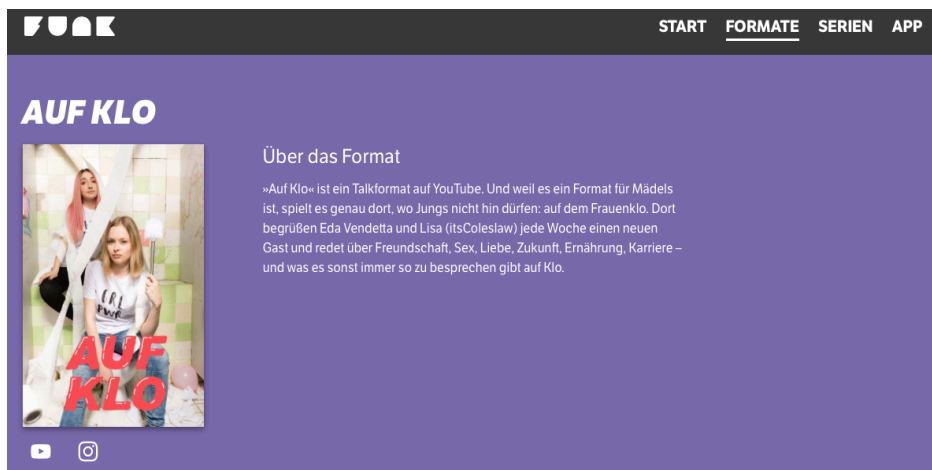


Abbildung 4 Funk.net Das Format: AUF KLO, unter dem Bild wird auf die Social Media Kanäle verwiesen

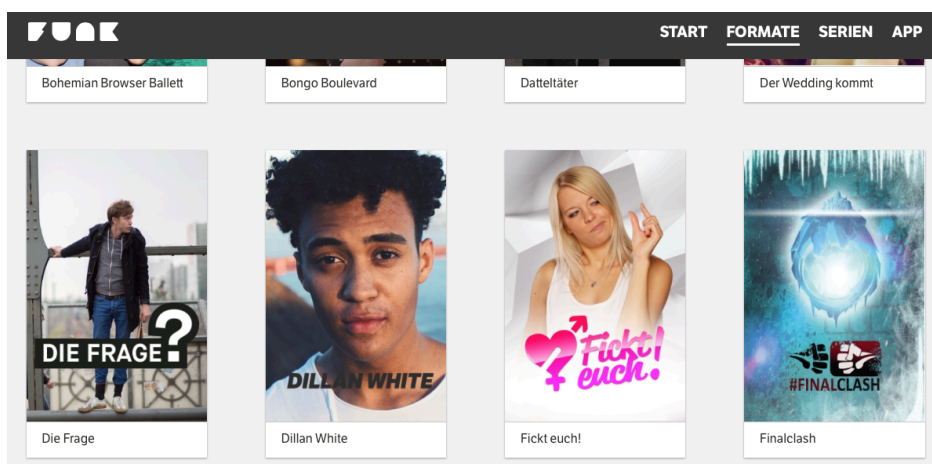


Abbildung 5 Funk.net Alle 40 Formate auf einem Blick, der User kann sich ganz einfach durchscrollen

4.4 Angebote der ARD und des ZDF

Die ARD und das ZDF bieten ihren Zuschauern Online weitere Programme an. Damit wollen sie ihre Nutzer auch erreichen, wenn diese nicht vor dem Fernseher sitzen.

ARD.DE ist das Dachportal der ARD Internetwelt. Durch die Leistungen aller Landesrundfunkanstalten entsteht ein integriertes Gesamtangebot der ARD im Netz. Die gesamte Programmvielfalt der ARD können sich die Nutzer thematisch an einer Stelle erschließen.

DasErste.de bietet den Nutzern das Onlineangebot des Ersten Deutschen Fernsehens. Hier finden sie über 100 wissenswerte Angebote zu aktuellen Sendungen. Die zentrale Aufgabe von DasErste.de ist es, den Zuschauern einen Mehrwert zum TV-Programm zu schaffen und damit alle Zielgruppen anzusprechen. Sie finden hier aktuelle

Programminformationen, Hintergründe und Serviceangebote, Möglichkeiten zur Interaktion und Informationen zum Sender. Die Nutzer des Onlineangebotes können in Foren, Chats oder Blogs über Sendungen und Darsteller diskutieren, die Sets besuchen oder Statistenrollen gewinnen. Sie können Quizsendungen spielen, erhalten Informationen zu neuen Sendungen und Programm Highlights. Das Erste.de bietet ebenfalls die Mediathek an, welche kostenfrei und in bester Qualität ist. Diese gibt es auch als Edition für den Fernseher und ist unabhängig von der Sendezeit abrufbar. Von dieser Seite können die Nutzer die Dritten TV-Programme und die digitalen Programme der ARD abrufen.

Tagesschau.de ist seit 1996 als zentrale multimediale Abbildung der Tagesschau Online. Die Nutzer bekommen 365 Tage im Jahr, rund um die Uhr immer aktuelle und hintergründige Berichterstattungen. Ob die Tagesschau in 100 Sekunden, ein täglicher EinsExtra Live-Stream, aktuelle Videos-on-Demand, Tagesschau 24 oder die Tagesthemen der Tagesschausendung. Alle Angebote gibt es in Kurz- oder Langform, damit können die Konsumenten selbst entscheiden, wie viel Zeit sie für ihre Nachrichten investieren wollen. Die Tagesschau gibt es ebenfalls in Form einer App, als Podcast, E-mail Newsletter, RSS-Feed oder im ARD-Text ab Seite 101.

Unter die Online-Angebote der ARD fallen außerdem noch die Boerse.de, die sportschau.de und das Jugendprogramm FUNK. Das ZDF bietet auf der Homepage verschiedene Rubriken an, damit die Nutzer auch hier thematisiert suchen können. Neben Comedy, Doku und Wissen, Filme und Serien, Geschichte, Gesellschaft, Krimi, Kultur, Nachrichten, Politik, Show und Sport, gibt es auch noch die Kategorien Sendungen von A-Z, Tipps für Verbraucher, die Bestbewerteten und meist gesehene Sendungen und die Barrierefreien¹⁰⁶.

Neben der Hauptseite ZDF.de gibt es ebenfalls eine Seite von ZDFneo, ZDFinfo, ZDFtivi für Kinder und ZDFheute, mit allen aktuellen Geschehnissen vom Tag. Das ZDF ist auch auf Youtube, Facebook und Twitter zu finden, um eine möglichst große Reichweite zu erhalten. Die Zuschauer haben auf diesen Seiten ebenfalls die Chance, verpasstes zu einem anderen Zeitpunkt nachzuholen.

Die Tagesschau ist die beliebteste Nachrichtensendung im Fernsehen. Im Jahr 2016 haben täglich um 20 Uhr über 9,84 Millionen Zuschauer eingeschaltet. Damit kommt die Nachrichtensendung auf ihren bisher höchsten Wert seit zehn Jahren und hat zu dieser Stoßzeit mehr Zuschauer, als die Nachrichtenangebote des ZDF, RTL und Sat1 zusammen. NDR Intendant Lutz Marmor unterstreicht diese Zahlen mit seinen Worten nochmals: „Für immer mehr Menschen ist die Tagesschau ein wichtiger Kompass.“

¹⁰⁶ intern.ARD.de (2016): Onlineangebote, ard.de

Genau das gilt auch für die Menschen, die nicht vor dem TV-Apparat sitzen und die Sendung verfolgen können¹⁰⁷.

Wer in der Google-Suchmaschine das Schlagwort „Nachrichten“ eingibt, findet als erstes Angebot die multimediale Plattform der beliebtesten Nachrichtensendung. Wer gezielt Informationen zu neuen Ereignissen in der Welt haben möchte und Beispielsweise „Manchester“ eingibt, trifft nach den Schlagzeilen ebenfalls auf die Berichterstattung der Tagesschau. Das gilt auch für „Auto fährt in Berliner U-Bahn“ und „Unwetter in Sri Lanka“. Das Onlineangebot der Tagesschau ist auch hier ein festes Standbein für, wie der NDR Intendant Lutz Marmor sagt: Verlässlichkeit und Seriosität.¹⁰⁸

5. Die Eingrenzungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens bezogen auf die digitalen Angebote

Im Verlauf des vergangenen Textes haben sich immer wieder verschiedene Eingrenzungen und Beschränkungen bemerkbar gemacht. Die öffentlich-rechtlichen müssen bei allen Angeboten strenge Richtlinien beachten, das gilt nicht nur im Fernsehen, sondern auch im Internet. Damit das öffentlich-rechtliche Fernsehen aufgrund der Digitalisierung nicht zur Wettbewerbsunfähigkeit neigt, hat sich der Rundfunkstaatsvertrag über die letzten Jahre hinweg an die neuen Gegebenheiten angepasst. Der eigentliche Auftrag der ARD, des ZDF und der Dritten hat sich, bis auf das Jugendangebot, nicht verändert. Die Grundversorgung steht bei allen Programmen, Sendungen und weiteren Angeboten auf sogenannten Drittplattformen im Vordergrund.

Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zieht als Kernelement die Konkretisierung des Auftrages der öffentlich-rechtlichen digitalen Angebote vor. Insbesondere die Verweildauer der Angebote im Netz soll weiteren Beschränkungen unterliegen. Fernseh- und Hörfunksendungen dürfen ab sofort nur noch sieben Tage nach der Ausstrahlung im TV im Internet abrufbar sein. Die Verweildauer kann durch die Prüfung des sogenannten drei-Stufen-Tests verlängert werden. Sportgroßereignisse und Spiele der 1. Und 2. Bundesliga dürfen nur noch bis zu 24 Stunden nach Veröffentlichung zur Verfügung stehen.

Der drei-Stufen-Test muss alle digitalen Angebote prüfen. Zu beachten ist hierbei die Zielgruppe, der Inhalt, die Ausrichtung und die Verweildauer im Internet. Der

¹⁰⁷ vgl. tagesschau.de (2016): Zehn Millionen gucken täglich die Tagesschau, tagesschau.de

¹⁰⁸ vgl. tagesschau.de (2016): Zehn Millionen gucken täglich die Tagesschau, tagesschau.de

Gegenstand dieser Prüfung ist das Konzept der Telemedien. Anhand dieser drei-Stufen wird das Verfahren durchgeführt:

1. Inwieweit entspricht das Angebot den kulturellen, demokratischen und sozialen Bedürfnissen?
2. In welchem Umfang trägt das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb bei?
3. Welcher finanzielle Aufwand benötigt dieses Angebot?

Die Prüfung dieser drei-Stufen obliegt dem Rundfunkrat, welcher Federführend für dieses Angebot zuständig ist. Alle weiteren Rundfunkräte der übrigen Rundfunkanstalten werden im Rahmen der Mitbearbeitung beteiligt. Die ARD Gremiovorsitzendenkonferenz fasst alle Ergebnisse zu einer gemeinsamen Stellungnahme zusammen. Diese muss dann im Internet veröffentlicht werden¹⁰⁹.

Die ARD und das ZDF dürfen bis zu 20 Minuten am Tag Werbung schalten. Von dieser Genehmigung sind die dritten Sender und die Online-Angebote ausgeschlossen. Eine Negativliste mit rund 20 ausdrücklich en Verboten beschränkt die öffentlich-rechtlichen –Angebote im Internet. Eine flächendeckende lokale Berichterstattung in den Telemedien ist genauso untersagt, wie das Veröffentlichen von nicht beitragsbezogenen presseähnlichen Angeboten. Hinzu kommen die strengen finanziellen Grenzen bezüglich der Angebote im Internet. Diese werden durch die Aufsichtsgremien, welche den 3-Stufen-Test durchführen überprüft und im Finanzrahmen gehalten. Eine unbegrenzte Expansion ins Internet ist den öffentlich-rechtlichen somit, auch wenn sie wollten, nicht möglich. Die Finanziellen und rechtlichen Grundlagen beschränken die Ausweitung im Netz deutlich.

Bei der begrenzten Expansion ins World Wide Web müssen die Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die weiteren Richtlinien des Rundfunkstaatsvertrages und der Telemediengesetze beachten.

6. Die Finanzierung der Öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten

Die öffentlich-rechtlichen finanzieren ihre Sendungen und Angebote im Internet überwiegend durch den Rundfunkbeitrag. Dieser ist seit 2015 ein Pflichtbeitrag und

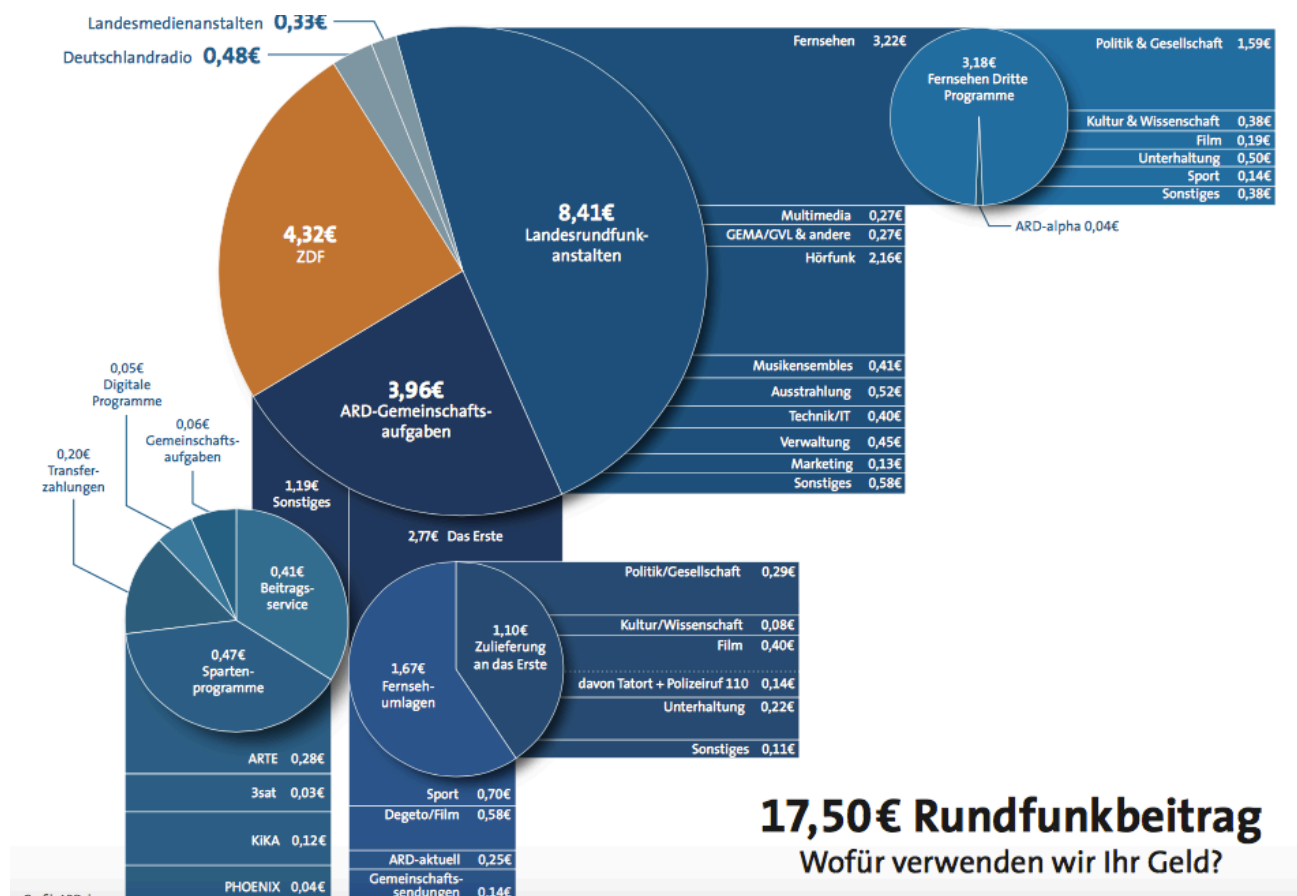
¹⁰⁹ intern.ARD.de (2012): Dreistufentest, ard.de

wird pro Haushalt, unabhängig von der Anzahl der Geräte, eingezogen. Menschen, die bestimmte staatliche Sozialleistungen erhalten, sowie Taubblinde können von dem Antrag befreit werden. Die Summe von 17,50 Euro wird unterschiedlichen auf die verschiedenen Aufgaben der ARD aufgeteilt. Die Landesmedienanstalten erhalten 0,33 Euro und die Degeto Film GmbH hat einen Anteil von 0,48 Euro. Das ZDF bekommt von den 17,50 Euro einen Anteil von 4,32 Euro. Die ARD Gemeinschaftsaufgaben erhalten 3,69 Euro, davon gehen 2,77 Euro an Das Erste und 1,19 an Sonstige. Die ARD Landesrundfunkanstalten bekommen den größten Anteil mit 8,41 Euro. Dieser wird an das Fernsehen mit 3,22 Euro, an die Multimedia mit 0,27 Euro, an die GEMA, GVL und andere mit ebenfalls 0,27 Euro, an den Hörfunk mit 2,16 Euro, an die Musikensembles mit 0,41 Euro, an die Ausstrahlung mit 0,52 Euro, die Technik/IT mit 0,40 Euro, die Verwaltung mit 0,45 Euro, das Marketing mit 0,13 Euro und sonstige mit 0,58 Euro aufgeteilt. Um sich die Mengen an Gelder bezogen auf alle Einnahmen vorstellen zu können rechnet sich 1 Cent Beitrag als 4,35 Millionen Euro im Jahr. So mögen die Aufgeteilten Erträge bezogen auf einen Haushalt gering klingen, ergeben aber mit allen Einnahmen der Beitragszahler eine hohe Summe. Dieser Beitrag sichert den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten die Anpassung an den technischen Wandel und die zukünftige Finanzierung aller Angebote. Trotz dieser Einnahmen sind die Sendungen und Programme auf Werbung und Sponsoring angewiesen. Am Tag dürfen die öffentlich-rechtlichen Sender bis zu 20 Minuten Werbung schalten, ausgenommen davon sind Sonn- und Feiertage, die dritten Programme der ARD und die Online-Angebote. Die neusten Berichte der KEF weisen auf, dass der Rundfunkbeitrag ohne die Einnahmen durch Werbung und Sponsoring, um 1,26 Euro steigen müsste. Im Jahr 2014 lagen die Gesamteinnahmen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bei 8.324.263.772,69 Euro, damit gab es im Vergleich zum Jahr 2013 einen Mehrertrag von 643 Millionen Euro. Diese sind auf den einmaligen Anmeldeabgleich verbunden. Die Zahl der Einnahmen ist jährlich immer wieder bestimmten Schwankungen unterworfen, da einige Beitragszahler befreit sind oder auf Grund von Behinderungen einen ermäßigten Betrag zahlen müssen. Hinzu kommen die zahlreichen Verweigerer die den Pflichtbeitrag nicht zahlen wollen. Die ARD hat keinen Zugriff auf die Mehrerträge, da diese auf dem Sperrkonto liegen und nicht zum Finanzbedarf der Beitragsperiode 2013-2016 zählen. Die Erträge aus Werbung und Sponsoring betreffen pro Jahr 953 Millionen Euro und machen damit, einen prozentualen Anteilen von 14,5% der Gesamteinnahmen der ARD aus. Diese sollen die Höhe des ungedeckten Finanzbedarfes dämpfen¹¹⁰.

Der Rundfunkbeitrag ist nicht vergleichbar mit der Zahlung von Steuern. Diese dienen zwar der Allgemeinheit, entgegenen den Zahlern jedoch keine Gegenleistung. Genau da liegt die entscheidende Differenzierung, denn der Rundfunkbeitrag dient nicht zur

¹¹⁰ intern.ARD.de (2016): 17,50 Euro Rundfunkbeitrag – Wofür verwenden wir Ihr Geld?, ard.de

Finanzierung des Allgemeinwesens, sondern ausschließlich der Finanzierung für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.



7. Experteninterview

Torsten Ahles arbeitet beim NDR Hörfunk und kommentiert vor allem Spiele vom FC St. Pauli. Die Karriere im Hörfunk begann bereits während des Studiums bei einem privaten Sender. Dort absolvierte er erstmals an Samstagen und Sonntagen die Frühstunden. Weiter auf der Karriereleiter arbeitete er für das Radio Köln und die deutsche Welle, bis hin zum NDR. Als Angestellter bei einem öffentlich-rechtlichen Sender hat man eine hohe Jobgarantie im Vergleich zu den Privaten, welche der freien Marktwirtschaft ausgesetzt sind. Diese Sicherheit bleibt den Mitarbeitern auch im digitalen Wandel erhalten. Ganz ohne Spuren zieht dieser jedoch nicht am Radio vorbei.

Die Prime Time ist hier, nicht wie im Fernsehen 20:15 Uhr, sondern morgens und abends, wenn die Hörer zur Arbeit fahren. Mit Sendungen, wie „Wir sind die Freeses“, welche jeden morgen pünktlich um 7:17 Uhr gesendet wird, versucht NDR 2 die Familienmitglieder gemeinsam vor das Radio zu ziehen. Unterhaltung ist hier genauso

wichtig, wie die Übermittlung von Informationen. Wer die Freeses am morgen verpasst, hat auch beim NDR die Chance die Folge online nachzuhören. Im Netz, auf den social Media Kanälen oder in der App können die Hörer von NJOY und NDR2 auf Zusatzmaterial zugreifen. Die älteren Generationen hingegen benutzen im Notfall eher die klassischen Websites ihrer bevorzugten Radiosendungen.

Besonders unter der Digitalisierung zu leiden hat die Qualität der Beiträge. Um beispielweise auf Facebook interessant bleiben zu können, werden Texte, Fotos oder Videos gepostet. Hierbei steht das Motto „Quick and dirty“ an erster Stelle, denn alles muss so schnell wie möglich Online erscheinen. Torsten Ahles ist zum Radio gegangen, um Radio zu machen, jetzt muss er für kurze Videos und Berichte sein Gesicht vor der Kamera präsentieren. Um die Zuhörer allumfassend erreichen zu können, haben sich die Radiosender, genauso wie die Fernsehsender auf Drittplattformen platziert. Das Nutzerverhalten der angebotenen Apps ist bisher überschaubar und eher unerheblich. Die meisten Hörer konsumieren das Radioprogramm auf dem klassischen Weg.

Die neuen Angebote des Hörfunks, wie Bewegtbilder im Internet, haben die personellen Anforderungen bemerkbar verändert. In den Onlineredaktionen werden vor allem Mediengestalter gesucht. Die sollen aus Bildmaterial ohne Schnitt und ohne Schwenk ein angenehmes Kurzvideo gestalten. Am besten wäre eine Person die alles kann, sowohl Texten, Filmen, als auch vertonen. Wer selbst Online ist, weiß warum eine hohe Qualität, vor allem auf Facebook, nicht als oberste Priorität geltend gemacht wird.

In den letzten Jahren sind beim öffentlich-rechtlichen Fernsehen immer wieder die Mediatheken zu Wort gekommen, diese sieht der Experte als überlebenswichtig an. Das lineare Nutzungsverhalten gibt es schlichtweg einfach nicht mehr, aus diesem Grund muss man den Zuschauern selbst überlassen, wann und wo sie ihre Sendungen sehen wollen. Die Fernsehsendungen selbst weisen auf ihre Onlineangebote hin, um weiterhin Zuschauer zu generieren und um diese halten zu können. Die Handlungsnote ist aufgrund der Gebührenfinanzierung nicht sehr groß, die Einnahmen wiederum sind sicher. Jedoch sieht der Kommentator das ganze Konstrukt der ARD als schweren Apparat an.

Das Stichwort Trimedial kam in den vergangenen Texten dieser Arbeit bereits vor, erneuert ist es in diesem Interview gefallen. Auch hier wäre den Radio- und Fernsehmachern am liebsten, wenn es einen Menschen gibt, der alle Posten von Ton bis zum Onlinebericht im Rundfunk tätigen kann. Die Zuhörer, Zuschauer und Leser haben heutzutage einfach keine Zeit mehr, Medien in der langen Form zu konsumieren. Die Berichterstattung wird immer oberflächlicher, das zeigt auch das Angebot: die Tagesschau in 100 Sekunden. Der Nutzer möchte am besten in unter 90

Sekunden informiert werden und nicht 15 Minuten für die ganze Sendung verschwenden.

Über die Jahre hinweg haben sich auf Grund der neuen Gegebenheit besonders die Zeitungsverlage immer wieder bemerkbar gemacht. Die Texte in den Apps der öffentlich-rechtlichen Fernsehsender seien viel zu presseähnlich. Aus diesem Grund gibt es Online genaue Vorgaben, was ins Netz gestellt werden darf und was nicht. Torsten Ahles findet, dass es in der heutigen Zeit viel zu schwer ist in diesem Bereich klare Grenzen zu ziehen. Der Experte berichtet nicht nur über die Bundesliga, sondern ist auch selbst ein begeisterter Fußballfan. Die Onlinekanäle der öffentlich-rechtlichen nutzt er allerdings nur aus beruflichen Gründen. Informationen zu den Spielen holt er sich lieber über die Angebote vom Kicker oder von Spiegelonline.

Aufgrund des Rundfunkbeitrages stecken die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten oft in einer ständigen Rechtfertigungsposition. Doch hält dieser Beitrag die öffentlich-rechtlichen regelrecht am Leben. Viele beschwerten sich über diese, da sie die Angebote von Fernsehen und Radio nicht nutzen würden. Doch ist klar absehbar, wie viele Menschen Beispielweis bei der Weltmeisterschaft oder Europameisterschaft die ersten zwei Kanäle im Fernsehen einschalten. Über diese Großsportereignisse berichten auch die öffentlich-rechtlichen Hörfunksender. Was diese betrifft, beschwert sich keiner, aber genau die sind in den Pflichtgebühren enthalten. Die Einnahmen der öffentlich-rechtlichen bringen unfassbar hohe Erlöse mit sich, welche des Öfteren wiederum für weniger nützliche Angebote herausgeworfen, wie zum Beispiel für die ganzen Kultursender und möglichst Zielgruppenorientierte Programme.

Immer wieder plädieren die privaten Anbieter darauf, dass die öffentlich-rechtlichen für die Grundversorgung zuständig seien. Jedoch ist gerade diese Grundversorgung schwer zu pauschalisieren. Als Beispiel nennt Torsten Ahles den Mindestlohn auf dem Arbeitsmarkt, dieser gilt für ihn als Grundversorgung, aber diese Bedeutung lässt sich nicht so einfach auf die mediale Welt überschreiben. Was tatsächlich unter diesen Betreff fällt ist von den Bedürfnissen und Interessen eines jeden selbst abhängig. Sowohl im Fernsehen, als auch im Radio ist die Nutzung gleichgeblieben.

Das Internet konnte in den letzten Jahren eher weniger an diese Konstanten Medien verändern. Mit Einschaltquoten zwischen 1,2 und 1,3 Millionen Zuhörern bekommt die Bundesligashow im NDR mit am meisten Aufmerksamkeit und gilt als Premiumprodukt. Für Torsten Ahles ist eine Zukunft ohne den öffentlich-rechtlichen Rundfunk schwer vorstellbar. Nicht nur, weil er selbst ein Teil dieses großen Unternehmens ist, sondern auch, weil sich die öffentlich-rechtlichen durch den Rundfunkbeitrag ewig halten werden. Wenn man die Pflicht diesen zu bezahlen jedoch absetzen würde, ist er sich sicher, dass das Radio den Menschen erhalten bleibt, denn die müssen immer irgendwie zur Arbeit kommen. Trotz allem ist das Radio eine Generationsfrage und

man wird nie alle Menschen erreichen können. Durch eigenproduzierte Sendungen auf Podcasts, eine Mediathek für das Radio und diverse Onlineangebote wollen sie denn noch auf eine breite Masse treffen.

Die Verfasserin dieser Bachelorarbeit wollte aus diesem Interview mehrere Antworten ziehen. Zum einen ist die Wichtigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunk zum Vorschein gekommen, denn ohne diesen würden Massen an Arbeitsplätzen wegfallen. Zum anderen sind es die verschiedenen Medien, welche auf jede Generation anders anstoßen. Das Smartphone ist aus der Welt kaum noch wegzudenken und bietet ganz neue Möglichkeiten. Keiner muss Zuhause oder im Auto sitzen, um entweder das Fernsehen oder das Radio zu konsumieren. Von unterwegs können alle Plattformen abgerufen und genutzt werden. Musik, Filme, Serien, Nachrichten, Chats und Unterhaltungen finden auf einem Gerät statt. Wie bemerkbar sich vor allem das Handy in der Digitalisierung gemacht hat und welche Maßnahmen die Rundfunkanstalten ziehen mussten, konnte im Interview geklärt werden. Bis jetzt ist die Nutzung der Online-Angebote überschaubar und nicht von großem Wert, jedoch ist es in Zeiten wie diesen wichtig im Netz zu sein. Zum Teil auch, um den ganzen Falschmeldungen mit richtigen Informationen zu trotzen. Diese falschen Berichterstattungen kursieren mit einer kaum kontrollierbaren Geschwindigkeit durch das World Wide Web und lösen eine unaufhaltbare Geschwindigkeit aus. Aus diesem Grund brauchen die Menschen Angebote, welche ihnen Bekannt sind und die eine zuverlässige und aktuelle Berichterstattung liefern. Das Interview hat gezeigt, dass das Radio durch mehrere Möglichkeiten, genau wie das Fernsehen dem Wandel der Zeit und der Technologien standhalten kann¹¹¹.

8. Zusammenfassung

Die Bachelorarbeit mit dem Titel „Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, unter dem Druck des digitalen Wandels, im Bezug auf das veränderte Mediennutzungsverhalten“ befasst sich mit dem öffentlichen-rechtlichen Fernsehen und wie dieses mit der Digitalisierung umgeht. Diese Arbeit soll durch verschiedene Quellen den Status Quo des öffentlich-rechtlichen Fernsehens belegen und welche Maßnahmen dieses im Bezug auf das Veränderte Mediennutzungsverhalten anwendet. Im Verlauf der Arbeit geht die Autorin auf die verschiedenen Rechte und Pflichten ein, thematisiert die Erweiterungen auf Drittplattformen und die dazugehörigen Problematiken. Hierbei wird besonders hervorgebracht was genau der digitale Wandel

¹¹¹ Ahles, Torsten (2017), Experteninterview / Im Gespräch mit Leye, Lisanne am 25. Mai 2017, 15:20 Uhr (Transkription im Anhang)

ist und welche Erneuerungen dieser mit sich bringt. Dabei wird besonderes auf das Veränderte Mediennutzungsverhalten der Gesellschaft geachtet.

Diese arbeitet sollte herausfinden, ob das lineare Fernsehprogramm in nächster Zeit tatsächlich vom Internet abgelöst wird. Verschiedene Statistiken und Onlinestudien beweisen jedoch, dass bis hierher noch keine Alarmstufe für die Fernsehmacher eingetreten ist. Doch weist sich bei allen Generationen eine Veränderung im Bezug auf das Mediennutzungsverhalten auf. Die verschiedenen Studien weisen ebenfalls darauf hin, in wie weit sich das Smartphone zum alltäglichen Begleiter etabliert hat und welche Altersgruppen daran besonders großen Gefallen finden. An die Ergebnisse der verwendeten Studien soll das Verhalten des öffentlich-rechtlichen Fernsehen angepasst werden. Mit mehreren Maßnahmen, wie Apps, Mediatheken, Jugendangebote im Internet und weitere Sparten wollen diese dem technischen Wandel standhalten. Doch werden die meisten Expansionen ins World Wide Web durch bestimmte Richtlinien und finanzielle Beschränkungen begrenzt. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben nur einen geringen Betrag, um die Angebot im Internet interessant zu machen, damit keine Wettbewerbsverzerrung entsteht. Außerdem müssen alle Telemedienangebote vor der Veröffentlichung den drei-Stufen-Test bestehen und dürfen erst dann im Netz zur Verfügung stehen.

Diese Arbeit nimmt außerdem zwei der bekanntesten Streaming-Dienste unter die Lupe und erklärt warum diese so erfolgreich sind. Damit die neuen Geräte und Mediengattungen einfach zu verstehen sind, wird sowohl auf die Applikationen, als auch auf die Mediatheken und den SmartTV eingegangen. Einen besonders wichtigen Part dieser Bachelorarbeit nimmt der Aufgabenwandel des öffentlich-rechtlichen Fernsehens ein. Ziel dieser Bachelorarbeit war es herauszufinden, in wie weit die Maßnahmen etwas bewirken können und ob sich der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und des Internets verändern muss. Im Aufgabenwandel wird nochmals deutlichen, an welche neuen Gegebenheiten sich die Sendungen, Programme und Angebote des öffentlich-rechtlichen Fernsehens anpassen müssen, um weiterhin bestehen zu können.

Das Experteninterview mit einem Mitarbeiter des NDR sollte diesen Aufgabenwandel aus der direkten Sicht nochmals unterstreichen. Wie bemerkbar hat sich die Digitalisierung tatsächlich gemacht und was wird von den Mitarbeitern neuerdings alles erwartet. Das Experteninterview dient ebenfalls dazu, eine Stimme aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu bekommen, um den Status Quo einstufen zu können. Alle einbezogenen Methoden in dieser Arbeit sollen zu einem Ergebnis führen, welche alle am Anfang aufgetretenen Fragen weitestgehend abdecken sollen. Außerdem wird in dieser Arbeit nochmals verdeutlicht, für was genau der Rundfunkbeitrag überhaupt gezahlt wird und welche Gegenleistung alle Beitragszahler erhalten.

9. Problemlösung

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ziehen pro Haushalt, unabhängig von der Anzahl der Geräte, einen Rundfunkbeitrag von 17,50 Euro ein. Jeder Bürgerin und jeder Bürgerin ist zu dieser Zahlung verpflichtet. Nicht davon betroffen sind mit wenigen Ausnahmen Menschen mit Behinderungen, Taubstumme oder welche, die Unterstützung von Sozialabgaben erhalten. Aus diesem Grund müssen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ein Programm für die gesamte Bevölkerung bieten. Das ist eine sehr große Zielgruppe in verschiedenen Altersgruppen, welche alle eine andere Ausführung von der „Grundversorgung“ verstehen. Der Auftrag der öffentlich-rechtlichen beinhaltet die Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung. Da das Wort „Grundversorgung“ oft zu Missverständnissen geführt hat, wird es kaum noch benutzt. Vielmehr geht es um ein an die Allgemeinheit gerichtetes, inhaltlich vielfältiges Programm das möglichst Flächendeckend Übertragen werden soll. Das Erste soll verschiedene Bedürfnisse und Ansprüche bedienen, um eine freie, individuelle Meinungsvielfalt hervorzubringen und die Integration zu fördern. Das Funktioniert nur, wenn verschiedene Angebote geschaltet werden können. Nicht nur die über 50 jährigen Generationen interessieren sich für die Sendungen der ARD und des ZDF. Gerade bei Sportgroßveranstaltungen, wie der Weltmeisterschaft oder der Europameisterschaft schalten die jungen Menschen das Erste oder Zweite Programm ein. Aber auch der Tatort oder Tagesschau ziehen die 14-49 jährigen vor den Fernseher. Im Jahr 2014 schalteten durchschnittlich ab 20 Uhr 1,75 Millionen Zuschauer dieser Altersgruppe die Nachrichtensendung ein. Gerade die Verjüngung des Publikums ist ein zentrales Anliegen, um die Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Fernsehens zu sichern. Diese erreichen sie zum Beispiel auch, durch die jungen Schauspieler im Tatort und die moderne Erzählform. Serien, wie die „Lindenstraße“ und „Vorstadtweiber“ vertiefen die Verbindung zu den jüngeren Zuschauern. Für die ganz kleinen gibt es Spartenprogramme wie den Kinderkanal KIKa oder ZDFtivi Um die jungen Menschen dort zu treffen, wo sie sich in dieser Zeit befinden, expandieren die öffentlich-rechtlichen ins Internet. Auf alle Programme kann über die Internetseiten oder die App zeitverzögert zugegriffen werden. Mit Funk, dem trimedialen Angebot der ARD und des ZDF versuchen sie direkt die 14-29 jährigen anzusprechen. Die Mediathek ist auf dem neusten Stand und kann auch über einen SmartTV abgerufen werden. Unter den Angeboten für die 14-49 jährigen sollen die über 50 jährigen jedoch nicht leiden und ein ebenfalls qualitativ hochwertiges Programm vorgesetzt bekommen. Dieses findet trotz den Drittplattformen weiterhin über die klassischen Übermittlungswege statt. Laut den Studien der ARD und des ZDF

sind mittlerweile alle Altersgruppen im Netz vertreten. Die Online-Angebote sollen also auch hier wieder die breite Masse ansprechen¹¹².

Den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist es wichtig, dass alle Beitragszahler von den Programmen, ob im Fernsehen, Radio oder im Internet, profitieren können. Der für viele zu hohe Rundfunkbeitrag soll ein flächendeckendes Angebot auf den Plattformen der ARD, des ZDF und der Dritten bringen. Sie wollen mit einer hohen, qualitativen Leistung überzeugen.

Die Problematik dabei ist, dass die Angebote der öffentlich-rechtlichen nicht für jeden Interessant sind. Sie geraten regelrecht in den Hintergrund. Funk arbeitet zwar mit „Youtubern“ zusammen und wird über Youtube, Facebook, Instagram oder Snapchat verbreitet, aber ist in den letzten Monaten immer im Hintergrund geblieben. Bei einer Gruppe von 21 Befragten im Alter zwischen 20 und 25 Jahren kannten gerade einmal zwei Personen dieses Angebot. Die Frage ist, ob diverse Jugendangebote wirklich noch zur Grundversorgung beitragen oder einfach ein Versuch sind, jüngere Menschen auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen aufmerksam zu machen.

Die geringen Einschaltquoten der jüngeren Menschen hat nichts damit zu tun, dass sie mehr Zeit im Internet verbringen, sondern dass andere Programme im Fernsehen mehr ihren Interessen entsprechen. Die beliebtesten Sendungen im deutschen Fernsehmarkt sind bis zum zehnten alle aus amerikanischer Produktion. Die öffentlich-rechtlichen haben auf solche Angebote keinen Zugriff. Die beliebteste Soap/Telenovela im deutschen Fernsehen ist mit 40% „Gute Zeiten schlechte Zeiten“, darauf folgt „Alles was zählt“ mit 25% und „Unter Uns“ mit 24%. Prozentual liegt die Serie „Lindenstraße“ mit 11% sogar noch hinter „Berlin Tag & Nacht“ und „Köln 50667“. Alle aufgezählten Soaps/Telenovela liegen, abgesehen von der Lindenstraße, sind Produktionen privatwirtschaftlicher Anbieter¹¹³.

Aus genau diesem Grund planen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten immer weitere Entwicklung im Netz. Funk ist noch nicht ausgereift und soll anhand der direkten Zielgruppe immer mehr erweitert werden und auf den Grundlagen der Interessen der jungen Menschen aufgebaut werden. Die Angebote der öffentlich-rechtlichen sind an und für sich genauestens an die Folgen des digitalen Wandels angepasst, nur gibt es zu viele andere Anbieter, die Unterhaltung für vor allem jungen Menschen bieten.

Es sind nicht unbedingt die Privaten Veranstalter, sondern auch die Generation der Youtube-Stars, welche die 14-29-jährigen vor die Bewegtbilder im Internet zieht. Eine

¹¹² ARD CHECK (2015): Programmauftrag der ARD, Was tut dir ARD für das jüngere Publikum?, daserste.ndr.de

¹¹³ Statista-Befragung (2016): Ranking der beliebtesten deutschen Fernsehserien in Deutschland im Jahr 2016, Statista.com

„Bibisbeautypalace“ hat mit 5,3 Millionen Abonnenten eine unfassbar große Reichweite. Über alle möglichen Social Media Kanäle sucht sie den Kontakt zu ihrer Community. Sie nimmt vor allem für die jüngeren Anhänger eine gewisse Vorbildfunktion ein.

Die Problematiken der öffentlich-rechtlichen Angebote liegen nicht in der Art und Weise wie diese gestaltet werden, sondern darin, dass sie einfach zu wenige Menschen konsumieren. Das kann auch daran liegen, dass einfach viel zu wenig davon erfahren. Wenn bei 21 Befragten nur zwei bereits davon gehört haben, ist das auf die Masse gesehen einfach viel zu wenig.

Allumfassend werden sie nie die gesamte Bevölkerung ansprechen können. Ein Teil wird immer auf andere Quellen zurückgreifen. Das liegt nicht an der falschen Ausführung des Auftrages, sondern an den unterschiedlichen Interessen der Bürger. Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, sind wie sich in dieser Bachelorarbeit bemerkbar gemacht hat, den Entwicklungen der Digitalisierung gefolgt. Sie bieten ihren Zuschauern sowohl genügend Auswahl im Fernsehen, als auch im Radio und im Internet. Sie sind auf allen Plattformen vertreten, selbst auf den beliebtesten Social Media Kanälen erreichen sie die Menschen. Die ARD und das ZDF zählen immer noch zu den Stärksten Sendern im deutschen Fernsehmarkt. Mit ihren Mediatheken ermöglichen sie ihren Nutzern das konsumieren von Serien oder Filme zu einem anderen Zeitpunkt. Die beliebteste Nachrichtensendung im Fernsehen ist seit Jahren die Tagesschau. Diese zeigt um 20 Uhr nicht nur über 60 jährigen die Weltgeschehnisse auf, sondern erreicht auch ein deutlich jüngeres Publikum.

Die Lösung aller Problematiken ist demnach ganz einfach. Niemals werden alle Bürger und Bürgerinnen von Deutschland mit den Programmangeboten des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu frieden sein. Für eine bestimmte Anzahl wird es immer interessanter Angebote geben, als die der öffentlich-rechtlichen. Wichtig ist es hingegen die ARD,ZDF und Dritten-Interessierten weiterhin mit einem qualitativ hochwertigen Angebot zu informieren, zu bilden, zu beraten und zu unterhalten. Wie der Konsum stattfinden, ob über das Fernsehen, Radio oder Internet, obliegt jedem Nutzer selbst. Die Angebote der öffentlich-rechtlichen können weder auf privaten Sendern gezeigt werden, noch auf Streaming-Diensten verwendet werden. Demnach bleibt die Programmvielfalt und Qualität dem öffentlich-rechtlichen Erhalten und wird auch immer eine gewisse Nachfrage generieren können.

10. Fazit

Die Autorin dieser Bachelorarbeit hat auf verschiedene Methoden und Quellen zurückgegriffen, um ein allumfassendes Ergebnis herauszuarbeiten. Ein wichtiges Standbein dieser Arbeit war die Onlinestudie der ARD und des ZDF. Aus den verschiedenen Ergebnissen konnte ein Gesamteindruck übernommen werden und in diese Arbeit umgesetzt werden. Das Mediennutzungsverhalten hat sich über die letzten Jahre hinweg deutlich verändert. Besonders das Smartphone hat dieses neue Nutzungsverhalten angeschoben. Kaum ein Mensch dieser Bevölkerung ist nicht über das Handy zu erreichen, auch wenn nicht alle mit dem Internet verbunden sind. Vor allem die jüngere Generation hat sich, was die Smartphone Nutzung betrifft, herauskristallisiert. Mittlerweile ist so gut wie jede Altersdekade dort vertreten, wo alle Mediengattung zu einem verschmelzen, im Internet. Grund genug für die öffentlich-rechtlichen dorthin zu expandieren. Trotz bestimmter Grenzen und finanziellen Einschränkungen etablieren sich die Angebote der ARD und des ZDF im Netz. Sie sind ebenfalls auf den Kanälen Facebook, Twitter, Youtube und weitere zu finden, was die Arbeit, laut des Experten, definitiv verändert. Gesucht werden Leute, die am besten alles können. Filmen, vertonen, Schneiden, Interviewen, Texten und das ganze in maximal 90 Sekunden Videos auf den verschiedenen Plattformen posten. Wer im Radio arbeitet verbreitet nicht nur seine Stimme, sondern muss in der heutigen Zeit auch mal sein Gesicht vor der Kamera präsentieren. Die Zuhörer wollen ein Bild zu den Stimmen haben und das bekommen sie Dank der ganzen Social Media Kanäle. Rückblickend lässt sich also die Frage beantworten, ob sich die Arbeit im öffentlich-rechtlichen durch die Digitalisierung verändert. Denn nicht nur das Radio bietet Zusatzmaterial auf Facebook und Co. an, sondern auch die Fernsehprogramme. Somit muss es in allen Bereichen Social-Media affine Mitarbeiter geben, die durch verschiedene Posts die Anhänger im Internet unterhalten. Der Status Quo des öffentlich-rechtlichen Fernsehens lässt sich trotz des unaufhaltbaren Wandels definieren. Obwohl dieses mitten in einer Entwicklung der allgemeinen Medienwelt steckt, ist es trotz des Rundfunkstaatsvertrages, welcher für die Bearbeitung von Änderungsverträgen eine gewisse Zeit in Anspruch nimmt, immer direkt an das Zeitgeschehen angepasst. Die öffentlich-rechtlichen Angebote weisen auf Mediatheken, Apps, das Auftreten im Social Media Bereich und diverse Online-Angebote zurück. Verschiedene Internetseiten, welche Themenbezogen orientiert sind, greifen auch im Internet auf eine Flächendeckende Übertragung zurück. Sie können auch durch die Einhaltung ihres Auftrages, sowohl im Fernsehen, als auch im Internet ansprechende Angebote schalten. Die öffentlich-rechtlichen gehen der Grundversorgung der Bevölkerung nach und wollen durch Formate, wie Funk wirklich auf alle Altersgruppen ansprechend wirken und auch diesen etwas für die Gebührenpflicht zurückgeben.

Die Maßnahmen der öffentlich-rechtlichen Programme sind durchaus an die heutigen Gegebenheiten angepasst, auch wenn Kritiker behaupten, dass die Grundversorgung über mediale Plattformen schlichtweg „überflüssig sei“ haben sie sich mit ihrem Online-Auftrag etabliert. Die öffentlich-rechtlichen Sender mögen mitunter schwerfällig wirken, bisher haben sie jedoch durchaus verstanden, die neuen Möglichkeiten der digitalen Kanäle zu nutzen.

11. Literaturverzeichnis

Buchquellen:

Schwartmann, Rolf: Praxishandbuch Medien-, IT- und Urheberrecht, 3. Auflage, C.F. Müller, 26.08.2014

Rohrer, Annelies: Hat öffentlich-rechtliches Fernsehen Zukunft, 2. Auflage, Holzhausenverlag, 2007

Internetquellen:

ARD: 84 Prozent der Deutschen sind online – mobile Geräte sowie Audios und Videos mit steigender Nutzung, 12.10.2016, http://www.ard.de/home/intern/presse/pressearchiv/84_Prozent_der_Deutschen_sind_online/3561816/index.html (Zugriff am 05.04.2017)

Meier, Christian: Die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im digitalen Zeitalter, 6.10.2016, <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/medienpolitik/171926/einfuehrung-in-die-debatte?p=all> (Zugriff am 21.04.2017)

Roß, Dieter: Der Weimarer Rundfunk. Nachrichtenpolitik statt Publizistik, 19.08.1966, <http://www.zeit.de/1966/34/der-weimarer-rundfunk> (Zugriff am 04.04.2017)

Weber, Barbara: Schwerpunktthema: „Der Führer spricht“. Die Rolle des Rundfunks im Nationalsozialismus, 24.10.2013, http://www.deutschlandfunk.de/schwerpunktthema-der-fuehrer-spricht.1148.de.html?dram:article_id=266406 (Zugriff am 06.04.2017)

WDR: Stichtag. 09. Januar 1959 – Tod des Rundfunk-Mitbegründers Hans Bredow, 09.01.2014, <http://www1.wdr.de/stichtag/stichtag8074.html> (Zugriff am 06.04.2017)

Reinle, Dominik: Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 1). Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit: „Ein Volk, ein Reich, ein Rundfunk“, 03.07.2005, <http://www1.wdr.de/archiv/rundfunkgeschichte/rundfunkgeschichte124.html> (Zugriff am 07.04.2017)

Reinle, Dominik: Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit (Teil 2). Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit: „Das Bild des Führers einpflanzen“, 03.07.2005, <http://www1.wdr.de/archiv/rundfunkgeschichte/rundfunkgeschichte130.html> (Zugriff am 07.04.2017)

Dossier: Deutsche Fernsehgeschichte in Ost und West. Das duale Rundfunksystem, 30.08.2012, <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/deutsche-fernsehgeschichte-in-ost-und-west/143242/das-duale-rundfunksystem> (Zugriff am 07.04.2017)

Bundeszentrale für politische Bildung: 60 Jahre ARD, 09.06.2010, <http://www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/69082/60-jahre-ard-09-06-2010> (Zugriff am 07.04.2017)

Marmor, Lutz: Schöne neue Medienwelt. Die digitale Auferstehung, 29.10.2014, https://www.kulturrat.de/wp-content/uploads/2016/04/PolitikUndKultur_Dossier_Rundfunk.pdf , S.7, (Zugriff am 08.04.2017)

ARD CHECK: Aufgabe und Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks / der ARD. Was ist der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks? Was bedeutet in diesem Zusammenhang „Grundversorgung“, 19.10.2015, http://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Aufgabe-und-Funktion-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD_antworten104.html (Zugriff am 08.04.2017)

Intern.ARD.de: Das ist die ARD. Information, Bildung, Beratung und Unterhaltung, 17.05.2016, http://www.ard.de/home/intern/organisation/Das_ist_die_ARD/323058/index.html (Zugriff am 08.04.2017)

Intern.ARD.de: Wer kontrolliert die ARD. 10.12.2014, http://www.ard.de/home/intern/organisation/Wer_kontrolliert_die_ARD_/327270/index.html (Zugriff am 08.04.2017)

Intern.ARD.de: Das ist die ARD. Zehn Rundfunkanstalten: Eine erfolgreiche Gemeinschaft, 17.05.2016, http://www.ard.de/home/intern/organisation/Das_ist_die_ARD/323058/index.html (Zugriff am 08.04.2017)

Intern.ARD.de: ARD-Vorsitz. 23.05.2016, http://www.ard.de/home/intern/organisation/ard-vorsitz/ARD_Vorsitz/328850/index.html (Zugriff am 08.04.2017)

Intern.ARD.de: ARD-Generalsekretariat. 23.05.2016, http://www.ard.de/home/intern/organisation/ard-generalsekretariat/ARD_Generalsekretariat/329020/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

Intern.ARD.de: Ständige Fachkommissionen. (23.05.2016), http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Staendige_Fachkommissionen/466866/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

Intern.ARD.de: Kommissionen der ARD. Abstimmung nach innen, gemeinsame Vertretung nach außen, 23.05.2016, http://www.ard.de/home/intern/organisation/kommissionen-der-ard/Kommissionen_der_ARD/336710/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

Intern.ARD.de: Historische Kommission der ARD. 29.05.2014, http://www.ard.de/home/intern/organisation/kommissionen-der-ard/Historische_Kommission_der_ARD/398626/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

Intern.ARD.de: Ständige Fernsehprogrammkonferenzen. http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Staendige_Fernsehprogrammkonferenz/469426/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

intern.ARD.de: Die Dritten. 29.02.2012, http://www.ard.de/home/intern/programm/fernsehen/Die_Dritten/339086/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

intern.ARD.de: Onlineangebote. 04.10.2016,
http://www.ard.de/home/intern/programm/onlineangebote/Onlineangebote_Uebersichtsseite/341618/index.html (Zugriff am 09.04.2017)

Intern.ARD.de: 17,50 Euro Rundfunkbeitrag. Wofür verwenden wir Ihr Geld?,
04.02.2016,
http://www.ard.de/home/intern/fakten/17_50_Euro_Rundfunkbeitrag/309602/index.html
(Zugriff am 09.04.2017)

DVB-T2 HD: Programme. 2017, <http://www.dvb-t2hd.de/programme> (Zugriff am 10.04.2017)

Die Landesmedienanstalten: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, 01.01.2016,
http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Gesetze_aktuell/RStV_18.pdf , S.25, (Zugriff am 10.04.2017)

Die Medienanstalten: Über uns. Die Medienanstalten, 2017, <http://www.die-medienanstalten.de/ueber-uns.html> (Zugriff am 10.04.2017)

Die Landesmedienanstalten: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, 01.01.2016,
http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Gesetze_aktuell/RStV_18.pdf , S. 8, (Zugriff am 10.04.2017)

Intern.Ard.de: Rundfunkstaatsvertrag, <http://www.ard.de/home/intern/fakten/abc-der-ard/Rundfunkstaatsvertrag/538802/index.html> (Zugriff am 10.04.2017)

Die Landesmedienanstalten: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien. Präambel,
01.01.2016, http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Gesetze_aktuell/RStV_18.pdf S.6, (Zugriff am 10.04.2016)

Die Landesmedienanstalten: Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, erster
Abschnitt Allgemeine Vorschriften, http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Rechtsgrundlagen/Gesetze_aktuell/RStV_18.pdf, S. 10-19, (Zugriff am 10.04.2016)

Die Medienanstalten: Über uns. Aufgaben, 2017, <http://www.die-medienanstalten.de/ueber-uns/aufgaben.html> (11.04.2017)

Die Medienanstalten: Über uns. Organisation, 2017, <http://www.die-medienanstalten.de/ueber-uns/organisation.html> (Zugriff am 11.04.2017)

Bundeszentrale für politische Bildung und Verbraucherschutz: Telemediengesetz
(TMG). 26.02.2007, <https://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/tmg/gesamt.pdf> ,
S. 1-2, (Zugriff am 11.04.2017)

Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF): Statistiken zum Thema Fernsehen in
Deutschland, 2016, <https://de.statista.com/themen/88/fernsehen/>, (Zugriff am 12.04.2017)

PwC-Prognose: Einnahmen in den einzelnen Segmenten im deutschen Fernsehmarkt
in den Jahren 2004-2020* (In Millionen Euro), 2017,
<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/3966/umfrage/einnahmen-im-deutschen-fernsehmarkt-seit-2003/> (Zugriff am 12.04.2017)

Netflix: Wie funktioniert Netflix. 2014, <https://help.netflix.com/de/node/412> (Zugriff am 12.04.2017)

Amazon Prime: Über Amazon Prime, <https://www.amazon.de/gp/help/customer/display.html?nodeId=201061460> (Zugriff am 12.04.2017)

Thier, Jenni , Frankfurter Allgemeine: Mit eigenen Serien auf Kundenfang. Netflix und Amazon investieren Milliarden für eigene Filme. Wer braucht da noch Hollywood? , 06.02.2017, <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/meine-finanzen/geld-ausgeben/nachrichten/streamingdienste-netflix-amazon-und-co-im-test-14845220.html> (Zugriff am 13.04.2017)

Koch, Wolfgang / Frees, Beate: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung sowie Audios und Videos, 2017, http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2016/0916_Koch_Frees.pdf (Zugriff am 13.04.2017)

Kupferschnitt, Thomas: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. Online-Videoreichweite steigt weiter bei geringer Nutzungsdauer, 2017, http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Onlinestudie_2016/0916_Kupferschnitt.pdf (Zugriff am 05.05.2017)

Huber, Joachim, Der Tagesspiegel: Für den Rundfunkbeitrag muss keiner mehr ins Gefängnis. 13.09.2016, <http://www.tagesspiegel.de/medien/oeffentlich-rechtliche-sender-fuer-den-rundfunkbeitrag-muss-keiner-mehr-ins-gefaengnis/14539400.html> (Zugriff am 07.05.2017)

Hanfeld, Michael, Frankfurter Allgemeine: Wir sollten jetzt aus den Gräben herauskommen. 09.03.2013, <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/im-gespraech-br-intendant-ulrich-wilhelm-wir-sollten-jetzt-aus-den-graeben-herauskommen-12107602.html> (Zugriff am 20.04.2017)

Sterz, Christoph, Deutschlandfunk: „Ein sehr großer Paradigmenwechsel“. 26.03.2016, http://www.deutschlandfunk.de/ard-zdf-jugendangebot-ein-sehr-grosser-paradigmenwechsel.761.de.html?dram:article_id=349483 (Zugriff am 23.04.2017)

Funk, White, Dillan: Dillan White. Fang an zu leben, 2017, <https://www.funk.net/formate/58f71d8b3c99040001a412c0/items/58f71db03c99040001a41458> (Zugriff am 28.04.2017)

Tagesschau: Zehn Millionen gucken täglich die Tagesschau. 28.12.2016, <https://www.tagesschau.de/inland/tagesschau-zuschauer-zahlen-101.html> (Zugriff am 28.04.2017)

Intern.ARD.de: Dreistufentest. 19.03.2013, <http://www.ard.de/home/intern/gremien/Dreistufentest/69796/index.html> (Zugriff am 01.05.2017)

ARD CHECK: Programmauftrag der ARD. Was tut ihr für ein junges Publikum, 19.10.2015, http://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Programmauftrag-der-ARD,antworten110.html (Zugriff am 02.05.2017)

Medienpolitik: „Die Zuschauerkritik hat sich in Grenzen gehalten“ . 12.03.2013, <http://www.medienpolitik.net/2013/03/die-zuschauerkritik-hat-sich-in-grenzen-gehalten/> (Zugriff am 05.05.2017)

Daserste.ndr.de: Einnahmen und Ausgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks / der ARD. 19.10.2015, http://daserste.ndr.de/ard_check/fragen/Einnahmen-und-Ausgaben-des-oeffentlich-rechtlichen-Rundfunks-der-ARD,antworten108.html (Zugriff am 06.05.2017)

MDR: Neuer trimedialer MDR-Newsdesk startet am 01.11.2011 mit Chefredakteur Stefan Raue. 28.10.2011, <http://www.mdr.de/presse/unternehmen/presseinformation710.html> (Zugriff am 10.05.2017)

Spiegel Online: „Was Müll, was Qualität“. 03.07.2007, <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/oeffentlich-rechtliches-fernsehen-was-ist-muell-was-qualitaet-a-491521.html> (Zugriff am 11.05.2016)

FUNK: Mehr über Funk. 2016, <https://www.funk.net/funk> (Zugriff am 12.05.2017)

Bundeszentrale für politische Bildung: Die zweite Säule des „dualen Systems“. Privater Rundfunk, 17.02.2009, <http://www.bpb.de/apuz/32160/die-zweite-saeule-des-dualen-systems-privater-rundfunk?p=all> (Zugriffe 13.05.2017)

Der Tagesspiegel: Die Zielgruppe testet Funk. 13.10.2016, <http://www.tagesspiegel.de/medien/jugendangebot-von-ard-und-zdf-die-zielgruppe-testet-funk/14678794.html> (Zugriff am 14.05.2017)

Goethe Institut: Zwischen Attraktivität und Auftrag. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk, Juni.2015, <https://www.goethe.de/de/kul/med/20551573.html> (Zugriff am 14.05.2017)

Professor Dr. Dörr, Dieter: Legitimation und Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Zeiten der Cloud. August.2016, <https://www.zdf.de/assets/161007-gutachten-doerr-holznagel-picot-100~original?cb=1477629100091> (Zugriff am 15.05.2017)

12. Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die orliegende Arbeit selbstständig und nur unter erwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname