
AUDIO- VISUAL CONVERGENCE

№02 - JUNI 2024

Unvorbereitet auf bereits eingetretene Ereignisse: Wie funktioniert audiovisuelle Grundversorgung in der Plattform-Ära?
Publikumsmigration Streaming

Stau auf dem Transformationspfad: Welches Zielbild hat die Medienpolitik für die Zukunft?
Öffentlich-rechtliche Medien





INHALT

- 3 Auf bereits Geschehenes unvorbereitet
- 4 Ausgewählte Meilensteine aus zehn Jahren Convergent Media Consulting
- 5 Wie funktioniert audiovisuelle Grundversorgung in der Plattform-Ära?
- 13 Welches Zielbild hat die Medienpolitik für Public Service Medien?

Audio-Visual Convergence
ist der Newsletter von

Convergent Media Consulting

Verantwortlich
Dr. Bertold Heil

Kontakt
Johann-Strauß-Gasse 24/35
1040 Wien
Österreich

+43 676 40 26 240
bertold.heil@convergentmedia.at
www.convergentmedia.at

Alle Inhalte dieser Ausgabe sind
ohne KI-Einsatz entstanden.

© Convergent Media Consulting,
2024. Alle Rechte vorbehalten.

CON
VERGENT
MEDIA
CONSULTING

Auf bereits Geschehenes unvorbereitet

Am 1. Mai 2024 feierte Convergent Media Consulting sein zehnjähriges Bestehen. Glücklicherweise bewahrheitete sich der Wunsch des ersten Mandanten nicht, dass ich „in den nächsten zwei bis drei Jahren keine weiteren Mandanten suchen sollte“. Ich bin sehr erfreut, dass es anders kam. So hatte ich die Chance, mit den unterschiedlichsten Medien-, Technologie- und Telekommunikationsunternehmen in Europa, den USA und dem Nahen Osten zusammenzuarbeiten. Dabei konnte ich sie als Berater oder interimistischer Manager leidenschaftlich, erfahren und sachkundig auf ihrem Transformationspfad in dynamischen Märkten begleiten. Die strategischen, medienpolitischen, regulatorischen und technischen Herausforderungen der andauernden Transformation und Konvergenz sind ebenso facettenreich und komplex wie die an Convergent Media Consulting herangetragenen Aufgaben. Ich bin sehr dankbar für das meinem Netzwerk und mir bis heute entgegengebrachte Vertrauen und freue mich auf den Beginn des nächsten Mandats im Juni 2024.

Die Zukunft bleibt spannend, dies zeigen die beiden Beiträge dieser Ausgabe. In Deutschland deutet das Niveau der medienpolitischen Debatte darauf hin, dass weder die Rundfunkkommission der Länder noch ihr „Zukunftsrat“ oder der „Kronberger Kreis“ vor Erstellung ihrer Reformagenden eruiert haben, was der öffentlich-rechtliche Rundfunk künftig leisten soll und an welchem Zielbild diese Medienhäuser ihre Transformations- und Reformvorhaben ausrichten sollen. Der insbesondere in Deutschland populistisch erhobene Vorwurf mangelnder Reformbereitschaft und fehlendem Willen zur Kostensenkung ignoriert die seit Jahren vorliegenden, von der Medienpolitik folgenlos zur Kenntnis genommenen Berichte zu Gemeinschaftseinrichtungen, IT-Einsparungen und mehr. Unbekannt scheint auch, dass öffentlich-rechtliche Sender selbst ohne politische Zielvorgaben Personal abbauen, Kosten optimieren und bei der Transformation vom Broadcaster zur Medienplattform zusammenarbeiten, wie wir aus eigener Erfahrung wissen. Die Genese des ORF-Gesetzes oder die Entscheidung in der Schweiz, das SRG-Budget zu halbieren, deuten wie in Deutschland darauf hin: Die Medienpolitik hat kein ernsthaftes Interesse an einer im Gemeinwohl stehenden audiovisuellen Grundversorgung, sondern primär daran, die

politischen Kosten der Rundfunkgebühr möglichst gering zu halten. Entsprechend inhaltsleer sind Versuche, einen Auftrag zu skizzieren, mit dem nationale Medienplattformen mit TikTok & Co. konkurrieren oder verlorene Zuschauersegmente zurückgewonnen werden könnten.

Dass zeitnah novellierte inhaltliche Aufträge und klare Zielbilder notwendig sind, zeigt der zweite Beitrag. Analysen der britischen Regulierungsbehörde Ofcom und beauftragter Berater ergaben bemerkenswerte Ergebnisse: Ein fortgesetzter ungesteuerter Wechsel des Publikums vom Broadcasting zu Streaming könnte die Grundversorgung aller Bevölkerungsgruppen mit frei empfangbaren Inhalten gefährden. Stellungnahmen privater und der BBC zufolge sei DVB-T nach 2035 nicht mehr wirtschaftlich zu betreiben, da - bis auf 2,6 Millionen DVB-T-Only-Nutzer - britische TV-Haushalte überwiegend Streaming nutzen werden. Daher fordern die britischen Medienunternehmen die Regierung auf, binnen zwei Jahren ein Zielbild vorzulegen, wie kommerzielle und öffentlich-rechtliche Inhalte künftig technisch verbreitet werden sollen - mit Rundfunk, Mobilfunk und Festnetz. Nur so sei eine seriöse Investitionsplanung möglich. Auch in der Schweiz nimmt diese Diskussion Fahrt auf, seit eine vom Verband Schweizer Privatradios (VSP) in Auftrag gegebene Studie, an der auch Convergent Media mitwirkte, Fragen zur zukünftigen Radioübertragung nach 2035 aufwarf, wenn keine DAB+-Nutzung mehr erfolgt. Ist eine Investition in 5G-Broadcast sinnvoll? Was geschieht mit Rundfunkprivilegien in einer reinen Streaming-Welt? Gibt es künftig noch einen öffentlichen Auftrag und wenn ja, wie sähe dieser aus? Die übrigen europäischen Länder müssen sich dieser Diskussion stellen, wenn sie ihre Interessen an relevanten, intensiv genutzten nationalen Medienangeboten, effizienter Gebührenverwaltung, leistungsfähigen Medienmärkten und zeitgemäßer, erschwinglicher Infrastruktur durchsetzen wollen. Erfolgreich werden jene sein, die - wie Großbritannien und die Schweiz - unvoreingenommen, faktenbasiert und ohne falsche Rundfunk-Romantik analysieren, wie das nationale audiovisuelle Mediensystem der Zukunft aussehen soll, welche Rollen im dualen System verteilt werden, welcher Infrastrukturmix nötig ist und wie die Geschäftsmodelle aussehen. Die Vergangenheit kann man nicht „managen“, aber der Anspruch aller Stakeholder sollte es sein, die Zukunft mitzugestalten und vorbereitet zu sein.



Dr. Bertold Heil
Gründer und Eigentümer

Ihr
Bertold Heil



2014

hr¹

WDR¹

BBC STUDIOS

ors group

2015

Profile Partners

RTR



2016

kapsch >>>



2017

Magenta[®]

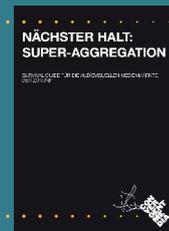
NetCologne

TOOLS ON air

2018

players vote

swisscom



2019

ZDF.enterprises

RS GROUP
Radara Scania Group



2020

Persidera

GIS

Ifh III
 st. pölten

2021

blue

ARTHUR LITTLE



2022

TAKKTAG

SPORT PASS

WKO
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

2023

SPORT AUSTRIA
 BUNDES-SPORTORGANISATION

Asport™

BR



ORF

2024



vbw



vsp
Verband Schweizer Privatradios
 Association of Swiss Private Radios

Migration des Publikums zu Streaming

DER STRATEGIEPROZESS ZUR RETTUNG DER
TV-GRUNDVERSORGUNG IN GROSSBRITANNIEN

UP NEXT

UND WIE BISLANG VERSÄUMTES AUCH
ANDERNORTS NACHGEHOLT WERDEN KÖNNTE

Die britische Regierung hat im September 2023 die Regulierungsbehörde Ofcom beauftragt, Frühwarnindikatoren für Veränderungen der audiovisuellen Medienmärkte in Großbritannien zu identifizieren, die sich auf die perspektivische Relevanz alternativer Verbreitungstechniken von TV-Programmen auswirken werden. Die Verbreitungstechniken für Radioprogramme waren Gegenstand der bereits im Jahr 2022 von der britischen Regierung beauftragten Digital Radio and Audio Review. Zielsetzung dieser Untersuchung war es, allen Marktteilnehmern gemeinsam abgestimmte, verbindliche Rahmenbedingungen für Investitionen zu geben und Handlungserfordernisse für Medienpolitik und -Regulierung zu konkretisieren.

Unter direkter Einbeziehung von Programmveranstaltern und Rundfunk- und Telekommunikations-Infrastrukturbetreibern sollte die Regulierungsbehörde untersuchen, wie sich diese Veränderungen auf

- » die Nutzung über digitalterrestrische Rundfunknetze verbreiteter Inhalte durch das Publikum,
- » die daraus resultierende wettbewerbliche Relevanz dieser Verbreitungstechnik für Radio- und TV-Programmveranstalter und damit letztendlich
- » die langfristige Finanzierbarkeit terrestrischer Verbreitungsnetze auswirken werden.

Ausformulierte medienpolitische Strategie

Grundlage dieses Auftrages ist die analytisch fundierte medienpolitische Vision des Ministeriums für Digitales, Kultur, Medien & Sport aus dem Jahr 2022. Der unter dem Titel Up Next publizierte Report formuliert die medienpolitisch-strategischen Ziele für BBC, Channel 4, die kommerziellen Public Service Broadcaster ITV, STV, Channel 5, den Radio-, Produktions- und Werbesektor. In diesem Zusammenhang werden nicht allein industriepolitische oder wettbewerbliche Ziele gesetzt. Vielmehr gehören beispielsweise auch der Zugang aller Menschen zu audiovisuellen Medienangeboten, Jugendschutz auf digitalen Platt-

formen, die Berücksichtigung der Diversität gesellschaftlicher Gruppen und Lebensumstände, Schutz von Meinungsfreiheit, ökologische Nachhaltigkeit und der Schutz des kulturellen Erbes zu den als medienpolitisch relevant identifizierten Handlungsfeldern.

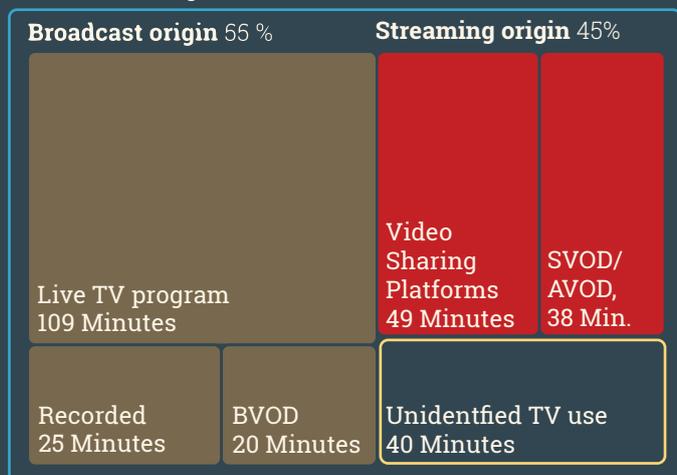
Up Next, die Radio Review und der Ofcom Bericht Future of TV Distribution gibt allen Unternehmen im audiovisuellen Medienmarkt die notwendige Orientierung über die medienpolitischen Ziele und Strategien der Regierung. Von noch größerer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang die öffentlich zugänglichen Ergebnisse der im Auftrag der Ofcom durchgeführten Analysen von Märkten, Techniken und Nutzungsverhalten. Diese Untersuchungen setzen sich, im Unterschied zu den meisten Regulierer- und Regierungspublikationen in anderen europäischen Ländern, ernsthaft mit den komplexen, medienpolitisch-unternehmerisch unbequemen, aber perspektivisch erfolgskritischen Marktentwicklungen („Pain Points“) auseinander. Die Ergebnisberichte verzichten auf die andernorts vielfach primär interessengeleiteten PR-Statistiken, die dem Schutz von Geschäftsmodellen, die Förderung von Technik-Roll Outs dienen sollen oder medienpolitische Allgemeinplätze beinhalten. Dies legt den

„The BBC has a duty to provide value for money to all licence fee payers, and it is clear that in the 2030s DTT is unlikely to represent good value for money“

Quelle: BBC 2023, Response to Ofcom's Call for Evidence on the Future of TV Distribution

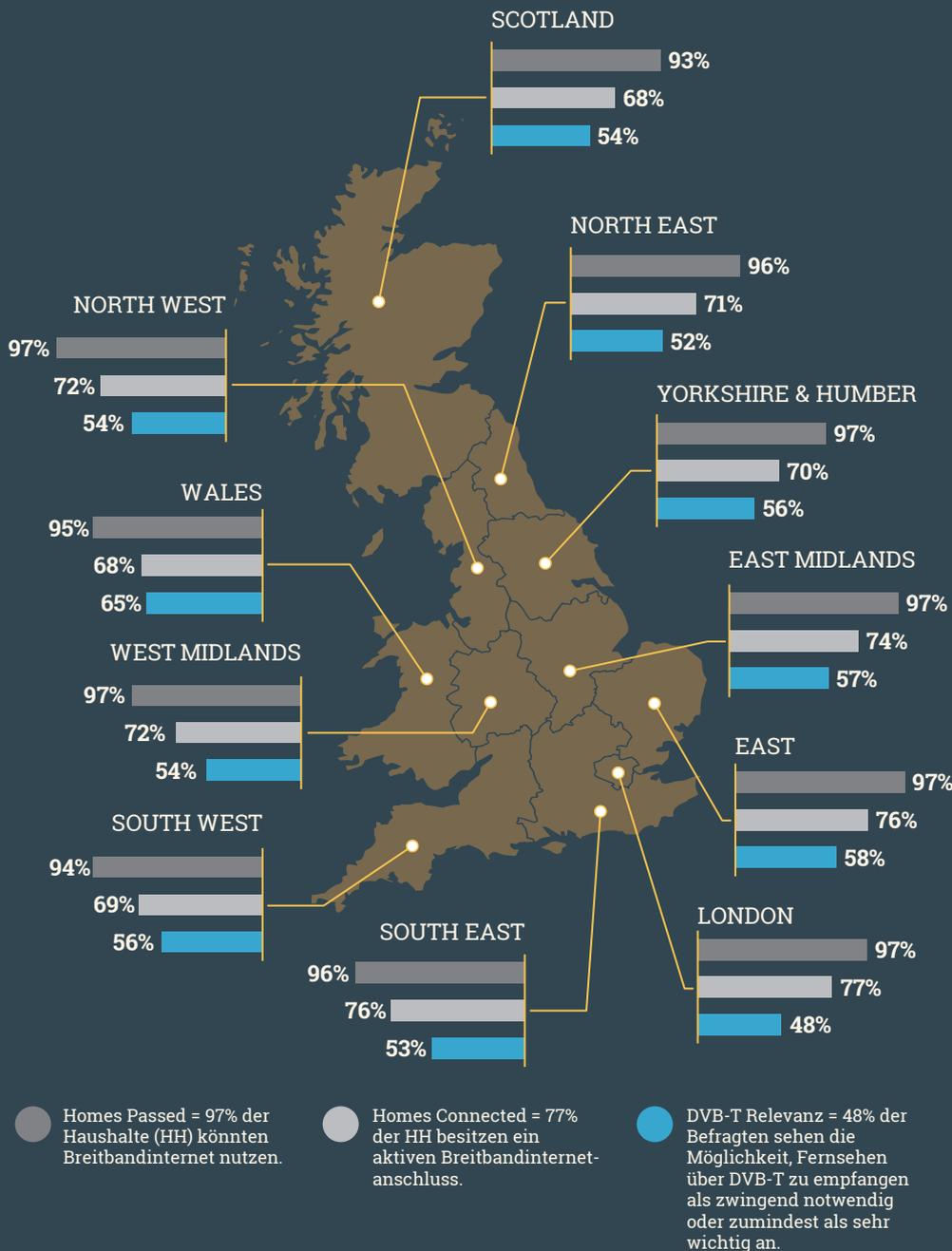
TV-Inhalte hatten 2023 55 Prozent Anteil an der Bewegtbildnutzung in Großbritannien.

Total video usage 281 Minutes



Quelle: Convergent Media Consulting 2024 auf Basis BARB 2023.

DVB-T-Empfang ist für 48-58% der Briten „notwendig“ oder „sehr wichtig“ - abhängig vom Anteil der Haushalte mit aktiven Breitbandanschlüsse.



Quelle: Convergent Media Consulting 2024 auf Basis Ipsos 2022, EY 2022.

Schluss nahe, dass man zumindest in Großbritannien zur Einsicht gelangt ist, dass die Transformation des nationalen audiovisuellen dualen Mediensystems nur dann erfolgreich gelingen wird, wenn man Fakten unsentimental, ohne verklärende Rundfunkromantik analysiert. Diese Erkenntnis und eine entsprechend konsequente Handlungsbereitschaft sind – anders als in Großbritannien – in vielen europäischen Märkten im Jahr 2024 noch nicht erkennbar.

Die Ergebnisse der Ofcom-Untersuchung des TV-Marktes zeigen jedoch in aller Deutlichkeit, dass Medienunternehmen, Regulierer und Regierungen gut beraten wären, ihre nationalen Märkte ebenfalls objektiver zu untersuchen, denn es ist plausibel anzunehmen, dass sich die Herausforderungen in den meisten europäischen Ländern nur wenig von jenen in Großbritannien unterscheiden.

Schlussfolgerungen: TV-Markt-Stakeholder in UK

Es besteht Konsens unter den Marktteilnehmern in Großbritannien, dass ein niedrigschwelliger, freier Zugang zu Fernsehinhalten auch künftig allen Haushalten ermöglicht werden soll, unabhängig von der dann vorherrschenden Verbreitungstechnik. Der gegenwärtig stattfindende ungeordnete Übergang von DVB-T und Satellit zu IPTV oder OTT Streaming stellt jedoch insofern eine Herausforderung dar, dass nicht sichergestellt werden kann, dass rein marktgetrieben wachsende TV-Distributionsplattformen alle Publikumssegmente dem Public Service Gedanken entsprechend diskriminierungsfrei und zu sozialverträglichen Konditionen versorgen.

Die Veränderungen des Publikumsverhaltens haben seit 2018 zu einem Rückgang der Nutzung über Rundfunktechnik (DVB-T, Satellit) um durchschnittlich 25 Prozent geführt. Über Rundfunktechnik verbreitete TV-Programme (versus non-lineare Inhalte) machen heute noch 62 Prozent der Nutzung aus. Es wird erwartet, dass dieser Wert im Jahr 2035 weniger als 30 Prozent, ab 2040 nur noch rund 20 Prozent erreicht. Diese Veränderungen vollziehen sich bislang nicht homogen über alle Bevölkerungs- und Altersgruppen. Es wird deshalb erwartet, dass weit über 2030 hinaus noch rund ein Fünftel der Bevölkerung nicht auf Streaming umgestiegen sein wird und wei-

ter DVB-T oder Satellit nutzt. Entsprechend sind Maßnahmen erforderlich, um auch die Versorgung dieser relevanten Restgröße von Rundfunkhaushalten mit Public Service Programmen sicherzustellen, also entweder die Finanzierung der Rundfunkinfrastruktur und der TV-Programmverbreitung sicherzustellen oder die Migration dieser Haushalte auf Streaming zu fördern.

Es gibt keinen Konsens mehr unter den TV-Anbietern, dass die DVB-T-Infrastruktur „ohne Ablaufdatum“ weiterbetrieben werden soll. Eine weiter sinkende Nutzung der über DVB-T verbreiteten Programme erlaubt Programmveranstaltern zunehmend keine profitable Versorgung der verbleibenden Terrestrik-Population mehr. Eine große Zahl von TV-Anbietern und DVB-T-Stakeholdern geht deshalb davon aus, dass es zukünftig einen Kipppunkt geben wird, ab dem ein Fortbetrieb von DVB-T in der jetzigen Form unwirtschaftlich wird. Zudem wird erwartet, dass die Entscheidung von Sky, nach dem Ende der technischen Lebenszeit der heutigen Satellitentransponder, vollständig auf OTT Streaming umzusteigen, sich nachteilig auf die Zahl der Satellitenhaushalte in Großbritannien auswirken wird. In diesem Falle würde ein wirtschaftlicher Fortbetrieb der Public Service Satellitenplattform FreeSat ebenfalls in Frage stehen.

Die Abwanderung substanzieller Publikumssegmente von DVB-T zu Streaming war bislang organisch. Würde sich diese Entwicklung zukünftig im ähnlichen Ausmaß oder noch stärker fortsetzen, erscheint es plausibel anzunehmen, dass Programmveranstalter, Plattformbetreiber und Investoren ihre Unterstützung von DVB-T ganz aufgeben oder nur ein deutlich eingeschränkteres Angebot übrigbliebe. Insbesondere diejenigen Publikumssegmente, die aus persönlichen Gründen auf DVB-T angewiesen sind und deren Versorgung mit Public Service Inhalten im wohlverstandenen gesamtgesellschaftlichen Interesse liegt, wären damit ganz vom TV-Angebot abgeschnitten oder hätten erhebliche Einschränkungen von Programmvierfalt oder von zeitgemäßer Bildqualität zu akzeptieren.

Ofcom kommt zu dem Schluss, dass eine ungesteuerte Migration weiter Teile der Bevölkerung von DVB-T auf Breitbandnetze dazu führen würde, dass wettbewerbliche und finanzielle Beweggründe der Marktteilnehmer überwiegen und so die gesellschaftlich

wünschenswerte Grundversorgung aller Publikumssegmente mit audiovisuellen Medieninhalten gefährden würden. Medienpolitik, Regulierung und Marktteilnehmer sollten deshalb eine klare strategische Vision entwickeln, eine strukturierte Migration planen und umsetzen, um eine zukunftssichere Form eines universell zugänglichen Public Service TV sicherzustellen.

Die britische TV- und Radiobranche hat ihre Erwartung zum Ausdruck gebracht, dass Politik und Regulierungsbehörden ein sektorübergreifendes Migrationsvorhaben organisieren und die zwingend notwendige Zusammenarbeit von audiovisuellen Medien- und Telekommunikationsindustrie koordinieren, um Planungs- und Investitionssicherheit für die zukünftigen Verbreitungsinfrastrukturen für Radio- und Fernsehprogramme zu schaffen. Die Unternehmen fordern die Regierung auf, die Eckpunkte ihrer Strategie bis Ende 2026 festlegen, um hinreichenden zeitlichen Vorlauf für die notwendigerweise langfristig anzulegenden Investitionen, die Transformation von Infrastrukturen, Plattformen, Geschäftsmodellen sowie die Migration des TV- und Radiopublikums zu erhalten. Dies gilt unabhängig davon, ob Verbreitung künftig primär über Breitbandinternet oder eine weiterentwickelte terrestrische Rundfunktechnik erfolgen wird. Die Forderung nach einer zeitnahen Entscheidung wird nicht zuletzt damit begründet, dass für die aus heutiger Sicht deutlich weniger komplexe und risikobehaftete Umstellung der britischen Terrestrik Haushalte auf DVB-T rund zehn Jahre benötigt wurden.

Schlussfolgerungen: Internationale Sicht

Diese punktuellen Einblicke in den medienpolitischen-infrastrukturellen Diskurs in Großbritannien sollten nicht darüber hinwegtäuschen, dass auch dort teilweise konfliktvermeidende Entscheidungen fallen oder politisch „aus dem Bauch heraus“ gehandelt wird. So wurde zum Beispiel die UKW und Mittelwellen-Verbreitung bis 2030 fortgeschrieben, obwohl der formal festgelegte Abschaltwert bereits vor mehreren Jahren erreicht wurde. Ungeachtet der auch nach dem hier skizzierten Ofcom-Report fortbestehenden offenen Fragen, hat die Regierung eine mindestens zehnjährige Be-

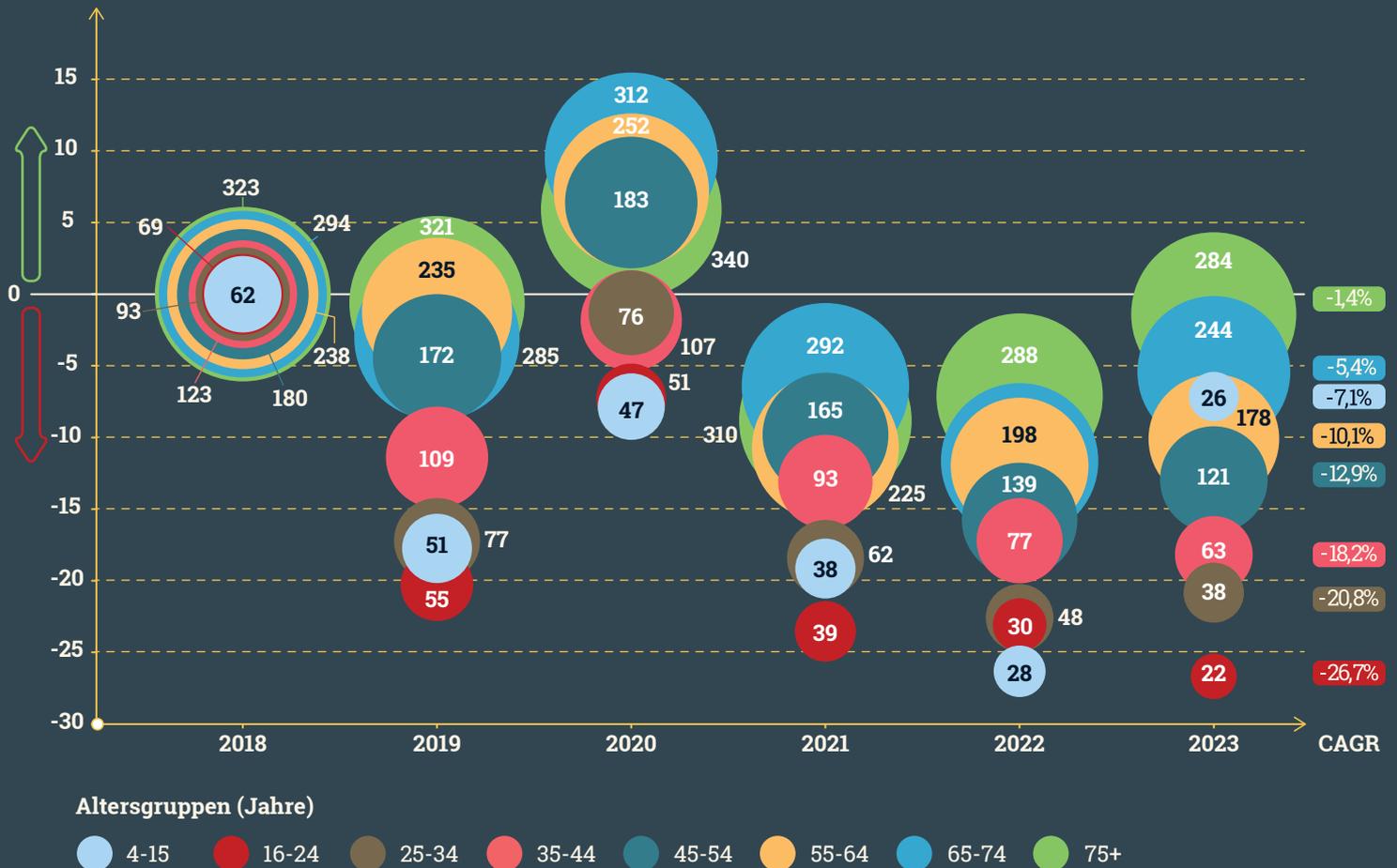
.....

An 'unmanaged transition' like this (...) would mean that the audiences who rely on DTT could face a decline in the range and quality of choice (...), thus threaten the universality of public service TV.

Quelle: Ofcom 2024. Early report to the Government on the Future of TV Distribution.

Entwicklung der durchschnittlichen Nutzung von Live-Fernsehen in Großbritannien – differenziert nach Altersgruppen 2018-2023 (Minuten)

Veränderungsrate von Jahr zu Jahr (Prozent)



Lesebeispiel Altersgruppe 75+: Im Jahr 2018 wurde Live-TV im Tagesdurchschnitt für 323 Minuten genutzt. Mit Ausnahme des Pandemiejahres 2020, ging die Live-TV-Nutzung im Jahresvergleich zwischen -1,4 Prozent (22/23) und -9,8 Prozent zurück. 2023 lag die Live-TV-Nutzung in dieser Altersgruppe -39 Minuten unter dem Wert des Jahres 2018. Dies entspricht einer jahresdurchschnittlichen Wachstumsrate (CAGR) von -1,4 Prozent.

Quelle: Convergent Media Consulting 2024 auf Basis Ofcom 2024.

standsgarantie für DVB-T gegeben. Allerdings gibt es in anderen europäischen Märkten keine vergleichbar strukturierten medienpolitisch-regulatorischen Prozesse, fundierte analytische Entscheidungsgrundlagen oder sektorübergreifende, alle Stakeholder auf Augenhöhe einbeziehenden Konsultationsverfahren. Ebenso gibt es häufig keine gemeinsamen Dialogformate und Gremien, in denen Politik, Regulierung und Unternehmen verbindlich an der strategischen Weiterentwicklung der Rahmenbedingungen der im gesamtgesellschaftlichen

Interesse und mit einem verfassungsgemäßen Funktionsauftrag handelnden Medienunternehmen zusammenarbeiten oder gemeinsame medienpolitisch-unternehmerische Transformationsziele entwickeln können.

Es ist kaum plausibel anzunehmen, dass ohne die Bündelung des gemeinsamen Sachverständes für Markt, Technik und Politik die komplexen strategischen Fragen zu beantworten sind, die sich aufgrund des globalen Wettbewerbs, intransparenter Informationsquellen, KI-generierter Falschmeldungen und nicht zu-

letzt der „The Winner takes it all“ Mechanismen der Plattformökonomie stellen.

Wie kann das ganze Wertschöpfungssystem der nationalen audiovisuellen Medien so aufgestellt werden, dass es auch im Wettbewerb mit globalen Medienplattformen bestehen kann? Ein leistungsfähiger eigenständiger Mediensektor mit kreativen Produktionsunternehmen, Geschäftsmodell-, Angebots- und Meinungsvielfalt, seriösen Nachrichtenangeboten, attraktiven Unterhaltungsangeboten, Jugend- und Konsumentenschutz auch zukünftig weiterbestehen? Eine Grundversorgung mit Public Service Medienangeboten – egal ob von öffentlich-rechtlichen oder privaten Anbietern – allen Bevölkerungsgruppen ökonomisch niedrigschwellig zugänglich bleibt? Wie kann ein Zusammenspiel des nationalen audiovisuellen Mediensektors orchestriert werden, so dass die hier produzierten linearen und non-linearen audiovisuellen Inhalte alle Bevölkerungsgruppen ansprechen, auch künftig intensiv genutzt werden und somit effektiver als heute möglich zur demokratischen Willensbildung beitragen?

Den audiovisuellen Massenmedien wurden in der Vergangenheit nicht umsonst Rundfunkprivilegien zugestanden, da sie einen gesellschaftlich ausdrücklich gewünschten Beitrag zum demokratischen Meinungsbildungsprozess leisten und aufgrund der vollständigen Durchdringung aller Haushalte mit Empfangsgeräten im hoheitlichen Auftrag die Bevölkerung im Katastrophen- und Krisenfall zuverlässig mit Informationen versorgen. Damit diese Funktionen auch zukünftig erfüllt werden können, muss sich das duale System weiterentwickeln und seinen Platz im täglichen Medienzeitbudget der Menschen behaupten. Gelingt dies nicht und verlieren die audiovisuellen öffentlich-rechtlichen und privaten Medienangebote ihr Publikum, können sie auch nicht mehr auftragsgemäß „funktionieren“.

Diese Fragen bleiben gemeinhin unbeantwortet und entsprechend gibt es in den meisten europäischen Ländern auch keinen verbindlichen medienpolitisch-ökonomischen Bezugsrahmen für den Umgang mit etablierten Rundfunkinfrastrukturen, mit einem möglichen hybriden Rundfunk- und Breitbandverbreitungsinfrastruktur-Szenario, gemeinsamen Strategien für den massenhaft-selbstbestimmten Umstieg breiter Publikumskreise auf Streaming oder im Hinblick auf die perspektivische Einführung technischer Innovationen zur Ver-

breitung audiovisueller Massenmedien.

Deutschland und Österreich gehören zu den europäischen Ländern, in denen der Anteil der Haushalte, die Fernsehprogramme über digitalerterrestrische Netzinfrastrukturen empfangen, nur noch um fünf Prozent beträgt. Laut dem 24. KEF-Bericht betragen die Kosten der DVB-T-Verbreitung der Programme von ARD und ZDF jährlich um EUR 70 Millionen. ARD und Media Broadcast betreiben diese Senderinfrastrukturen gemeinsam. Die Programme der Privatfernsehanbieter werden in kleineren Verbreitungsgebieten ebenfalls über DVB-T ausgestrahlt. Die Struktur in Österreich ist vergleichbar, auch wenn es hierzulande mit der ORS nur einen Netzbetreiber gibt.

In beiden Ländern stellen sich nun die gleichen Fragenkomplexe, deren Beantwortung in Großbritannien bereits angegangen wurde. Einerseits, welche langfristigen Zielvorgaben macht die Medienpolitik den öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen und in welche Verbreitungsinfrastrukturen müssen diese investieren, um ihre Ziele zu erreichen? Andererseits, wie lange wird die DVB-T-Verbreitung für Privatsender wirtschaftlich noch sinnvoll sein beziehungsweise der Gebühreneinsatz zu rechtfertigen sein und liegt es im gesamtgesellschaftlichen Interesse, die TV-Terrestrik als universell zugängliche Public Service Plattform mit öffentlich-rechtlichen und privaten Fernsehprogrammen zu erhalten? Ist es unternehmerisch sinnvoll und politisch gewollt, parallel zum flächendeckenden Ausbau hochbitratiger Mobilfunk- und Glasfasernetze mit 5G Broadcast eine neue Rundfunktechnik zur Marktreife zu entwickeln und einzuführen?

Programmveranstalter und Infrastrukturunternehmen könnten diese Fragen potenziell selbst beantworten und ihre Verbreitungsstrategien und Investitionsentscheidungen in längjährig etablierten internen und branchenöffentlichen Gremien, wie EBU, Deutsche TV-Plattform, Digitale Plattform Austria etc. treffen. Dies würde aber auch bedeuten, dass die Politik die vom Publikum ausgehende Migrationsbewegung von Rundfunknetzen zum Streaming über Festnetz und Mobilfunk-Breitbandinternet nicht aktiv steuern wird und die bestehenden Interessenkonflikte zwischen Rundfunkinfrastruktur und Telekommunikationsnetzbetreibern nicht moderiert unverändert ausgetragen werden.

Es gehört zu den wichtigsten Erkenntnissen

.....
We risk excluding those who live in rural areas, do not have an internet connection and an older generation that rely on being able to watch television in its traditional format.

Rt hon Stephanie Peacock, MP Shadow Minister for Digital, Culture, Media & Sport (zitiert aus EY 2022).

Beim Umstieg der von Broadcast auf Streaming, besteht die Gefahr, knapp 1/3 schutzbedürftiger „DVB-T only“-HH zu verlieren

Die aktiv gesteuerte Migration ist wichtig, um Menschen mit bestimmten sozio-demographischer Merkmalen, die mit höherer Wahrscheinlichkeit DVB-T only Haushalten angehören einen Umstieg auf Straming zu ermöglichen oder Broadcast zu erhalten.

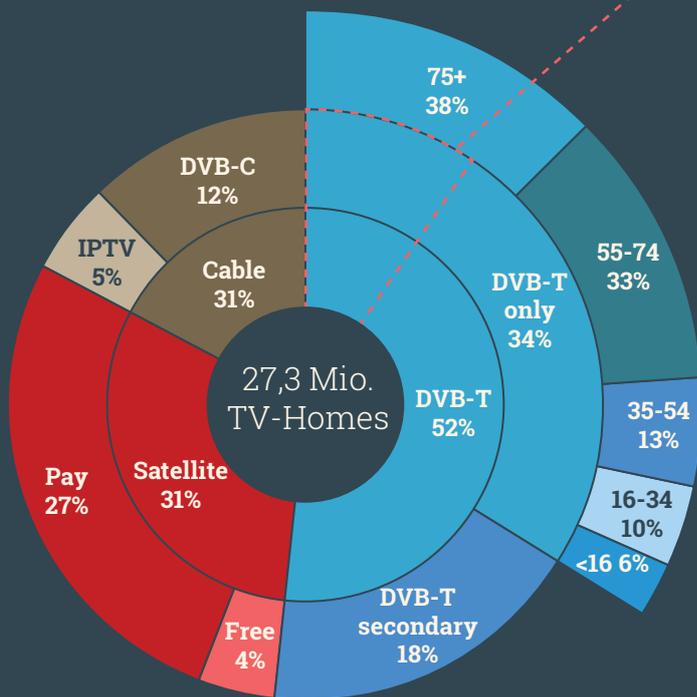
Personen älter 75 Jahre **4x**

Sozio-ökonomisch benachteiligte Personen **3x**

Personen mit Behinderungen **2x**

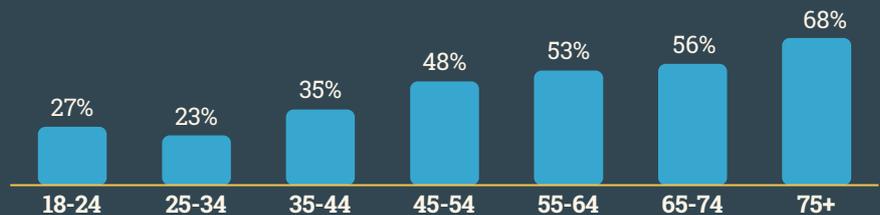
28 % aller „DVB-T only“-Haushalte oder 2,8 Millionen Menschen

Schutzbedürftige sozio-ökonomische Gruppen, deren Grundversorgung mit TV-Programmen von der Möglichkeit abhängt, diese über DVB-T zu empfangen.



Die TV-Grundversorgung wird aktuell über DVB-T (Freeview) und kostenlose Satellitenangebote (Freesat) umgesetzt - für mehr als 1/3 der britischen Haushalte ist DVB-T alleinige Empfangsmöglichkeit für TV, insbesondere für die Generationen ab 55 Jahren und älter.

Fast 1/4 der Bevölkerung unter 35 Jahren schaute 2022 mindestens wöchentlich DVB-T Programme - ab 45 Jahren waren dies 50 Prozent und mehr.



Quelle: Convergent Media Consulting 2024 auf Basis Ofcom 2024, 2023 und IPSOS 2022.

des Ofcom-Berichtes, dass der Erhalt der infrastrukturellen Grundversorgung mit TV- und Radioinhalten nur über einen aktiv gesteuerten Prozess gelingen kann, vergleichbar den Verfahren, wie sie für den Analog-/Digitalumstieg bei der Radio und Fernsehverbreitung umgesetzt wurden. Allerdings mit dem Unterschied, dass nun die Strategien der Telekommunikationsindustrie in das Transformationsvorhaben einzubeziehen wären, da Versorgungsgrad mit und Leistbarkeit von Breitbandinternet für alle Menschen mitberücksichtigt werden müssen.

Ohne einen zukunftsorientiert novellierten gesellschaftlichen Auftrag, der neben medienpolitischen Zielen auch die zukünftigen Aufgaben der Rundfunktechnik als Teil der kritischen Kommunikationsinfrastrukturen festlegt, wird es zudem keine Investitionssicherheit für bestehende Infrastrukturen und technische Innovationen geben. Hier ist zwar durch die Laufzeiten der Multiplex-Zuweisungen und die zumeist aliquot abgeschlossenen Verbreitungsverträge mit den Programmveranstaltern Planungs- und Investitionssicherheit gegeben. Parallel investieren die Sendernetzbetriebe europäischer öffentlich-rechtlicher Medienunternehmen und kommerzielle Infrastrukturunternehmen auf eigenes Risiko in die Entwicklung der innovativen 5G Broadcast Technik, obwohl die aktuelle Medien- und Infrastrukturpolitik bislang keine Überlegungen angestellt hat, wie die Grundversorgung mit beitragsfinanzierten und kommerziellen Public Service Medieninhalten perspektivisch orchestriert werden soll. Ebenso ist nicht entschieden, ob Rundfunktechnik eine Funktion im zukünftigen Verbreitungstechnik-Mix erfüllen kann und sollte.

Dass die Ära des „wenn wir eine Infrastruktur aufbauen, wird sie auch genutzt werden“ vorbei ist, ist nicht erst seit den gescheiterten Einführungen der ersten DAB-Generation (ohne „+“) in Deutschland oder von DVB-H in Österreich bekannt. Markterfolg können weder Medienpolitik gemeinsam agierendel Marktteilnehmer erzwingen. Was diese Stakeholder aber können, ist eine verbindliche Public Service Medien-Strategie zu entwickeln, Ziele vorzugeben und so zu festzulegen, wel-

che Infrastrukturen langfristig benötigt werden und welche nicht. Auf diese Weise wären nicht allein verbindlichere Rahmenbedingungen für Infrastrukturinvestitionen erreichbar sondern wahrscheinlich auch ein effizienterer Einsatz von Gebührengeldern. Das gemeinsame Vorgehen von Ofcom und britischer Regierung bietet viele sinnvolle und an die nationalen Rahmenbedingungen adaptierbare Ansätze, wie alle Stakeholder in einen gemeinsamen, aktiv moderierten Prozess die Transformation der nationalen audiovisuellen Medien effektiv mitgestalten könnten.

Voraussetzung für den gemeinsamen Erfolg sind medienpolitische Problemerkennntnis und ein entsprechender Gestaltungswille. Die Aussagen der britischen Medienunternehmen, die Politik müsste in den nächsten zwei Jahren verbindliche Rahmenbedingungen schaffen, unterstreichen die Wichtigkeit einer zeitnahen Verschiebung der Prioritäten. Weniger „Bashing“ und Restrukturierungspopulismus zulasten von öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen. Mehr Wertschätzung des demokratiepolitischen Beitrags des dualen Systems und Unterstützung beim Aufbau gemeinsamer nationaler Public Service Plattformen. Mehr Fokus auf aktive Transformation, um in Zeiten von Fake News und wettbewerblich aggressiven Social Media Plattformen eine resiliente nationale Medienmärkte mit universell zugänglichen und intensiv genutzten, glaubwürdigen audiovisuellen Medienangeboten sicherzustellen. Die Geschäftsmodelle der Privatsender hängen ebenso von der technischen Reichweite und Nutzung ab, wie die Angebote der öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen wieder für die ganze Bevölkerung relevant werden muss, um genutzt und wertgeschätzt zu werden. Das „Produkt“ duales System braucht deshalb zeitnah verbindliche neue Zielvorgaben, Rahmenbedingungen und einen strategischen Relaunch, um auch zukünftig im Wettbewerb zu bestehen und seinen gesellschaftlich erwünschten Funktionsauftrag erfüllen zu können. Was bislang in Gutachten und in Gesetzestexten steht, erfüllt diese Anforderungen bei weitem nicht. Jetzt ist es höchste Zeit für einen medienpolitischen Neuanfang.



DEUTSCHES
FERNSEHEN

TRANSFORMATION ÖFFENTLICH-RECHTLICHER MEDIEN

AUFHOLEN ODER BEDEUTUNGSLO- SIGKEIT?

Tagesschau



ffentlich-rechtliche Medienunternehmen in Europa stehen inmitten des wichtigsten Transformationsprozesses ihrer Geschichte. Die Entwicklung von Publikumsakzeptanz und Nutzung dieser Medienangebote wird in den nächsten zehn bis fünfzehn Jahren darüber entscheiden, welche Unternehmen mit welchen Geschäftsmodellen den gesetzlichen Public Service Auftrag erfüllen.

Drei widerstreitende Transformationsziele

Das strategische Dilemma der öffentlich-rechtlichen Medien in Europa besteht darin, drei Ziele in Einklang zu bringen: (1) Transformation zur Plattform, (2) Absicherung beziehungsweise Rückgewinnung von Relevanz für das breite Publikum sowie (3) subsidiäre Konzentration auf Public Value Inhalte.

Gelingt es nicht, diese Ziele zu erreichen, werden die Erfolgsaussichten geringer, eine vitale Säule des dualen Systems privater und öffentlicher Medienangebote so zu stärken, dass sie im Wettbewerb mit globalen Plattformen konkurrenzfähig bleiben, sowie leistungsfähige, diverse europäische Medienmärkte zu erhalten. Dieser dringenden Weiterentwicklung der über viele Jahrzehnte gewachsenen Organisations- und technischen Infrastrukturen stehen jedoch vielfältige systeminhärente Transformationshindernisse entgegen. Letztere erschweren beispielsweise die zeitnahe Umsetzung neuer linearer und non-linearer Inhalteangebote, Services und Plattformen, eine rasche Anpassung an dynamische Veränderungen im Mediennutzungsverhalten, an kürzere technische Innovationszyklen im Plattformwettbewerb oder die Rundfunktechnik zunehmend verdrängende Marktdurchdringung universeller Streaming-Endgeräte und hochbitratiger IP-Verbreitungsnetze. Diese Herausforderungen und die sich daraus ableitende strategische Notwendigkeit, einschneidende Veränderungen vorzunehmen, haben die meisten europäischen Medienunternehmen bereits vor langem erkannt und begonnen, interne Transformationsprogramme zu konzipieren und umzusetzen.

Allerdings werden diese Anstrengungen einerseits dadurch behindert, dass die Finanzierung von Public Service Medien in den letzten Jahren Gegenstand politökonomischer Bargaining-Prozesse geworden ist, wie die Debatten

um die Royal Charter der BBC, die ORF-Gesetzesnovelle 2023 oder die Beitragserhöhungen für ARD, ZDF und Deutschlandradio zeigen. Andererseits, und dieser Aspekt ist nach unserer Erfahrung wesentlich gravierender, entziehen sich Regierungen und Parlamente in Europa zunehmend der Verantwortung, den öffentlich-rechtlichen Auftrag auf Basis eines ernst gemeinten gesellschaftlichen Diskurses inhaltlich weiterzuentwickeln, zu präzisieren und ein verbindliches strategisches Zielbild vorzugeben, an dem sich die Transformationsvorhaben der nationalen Public Service Medienunternehmen orientieren können. Entsprechend erfüllt die Medienpolitik in vielen europäischen Ländern ihre originäre regulatorische und gestalterische Aufgabe vielfach nur noch ungenügend, nämlich, unter Beachtung der verfassungsmäßig legitimierte Freiheit und Unabhängigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien, strategischer Sparringpartner auf Augenhöhe zu sein.

Wenn die Politik kein strategisches Zielbild hat

Die jüngsten Entwicklungen in Deutschland bestätigen diese Sicht. 2023 hatten die für ARD, ZDF und Deutschlandradio zuständigen Regulator, also die Ministerpräsidenten der deutschen Bundesländer, einen Zukunftsrat eingesetzt. Letzterer wurde beauftragt „eine langfristige Perspektive für die Öffentlich-Rechtlichen über das laufende Jahrzehnt hinaus“ zu entwickeln und einen Bericht mit Empfehlungen für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, seiner künftigen Nutzung und dessen Akzeptanz (zu) erarbeiten“.

Dieser Auftrag und die vier dem Zukunftsrat zur Beantwortung vorgegebenen Fragestellungen zeugen von einem realistischen Problemerkennntnis der Medienpolitik. Nämlich, gelingt es nicht, Auftrag, Positionierung sowie audiovisuelle Inhalteangebote der öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen so weiterzuentwickeln, dass deren Angebote wieder für möglichst viele Menschen in Deutschland relevant und von diesen intensiv genutzt werden, dann werden ARD, ZDF und Deutschlandradio auf den Medienmärkten der Zukunft nicht wettbewerbsfähig sein und ihre heute (noch) gesellschaftlich legitimierte und mehrheitlich gewünschte Funktion nicht erfüllen können.

Warum diese Aufgabenstellung einem Beratergremium übertragen wurde, das von einer ehemaligen Vorstandsvorsitzenden eines großen

.....

Die Finanzierung von Public Service Medien ist von der europäischen Politik als risikofrei verwendbare Verhandlungsmasse identifiziert worden.

.....

Der Auftraggeber des deutschen „Zukunftsrat“ stellt die richtigen Fragen, akzeptiert aber strategisch ungenügende Antworten.

Verlagsunternehmens geführt wird, dessen einziges Mitglied mit Management Verantwortung für ein öffentlich-rechtliches audiovisuelles Medienunternehmen im Jahr 2017 aus dieser Position ausgeschieden ist und dessen weitere Mitglieder sich überwiegend aus dem universitären Umfeld rekrutieren, ist nicht plausibel nachvollziehbar. Niemand käme auf die Idee, die zukünftige Strategie einer anderen Schlüsselbranche in Deutschland durch weitgehend Branchenfremde, der Branche seit vielen Jahren nicht mehr verbundene Manager und Akademiker entwickeln zu lassen.

Hätte man für die Zukunftskommission Fachleute gewonnen, die in den letzten Jahren regelmäßig in europäischen öffentlich-rechtlichen Medienunternehmen tätig waren, entweder als Führungskräfte oder Berater, so hätten diese gewusst, dass es seit vielen Jahren Marktanalysen, intensive Strategiediskussionen und fundierte Konzepte gibt und dies in ihrem Bericht reflektiert und bewertet. Es handelt sich nämlich keinesfalls um unzugängliche Quellen, sondern um Protokolle der Intendant:innen-Sitzungen von ARD und ZDF oder Präsentationen aus fachöffentlichen Veranstaltungen der EBU.

Da diese Informationen der Zukunftskommission offenbar nicht bekannt waren, überrascht es nicht, dass ihr Bericht das gestellte Thema weitgehend verfehlt. Die Antworten auf die Fragen a) und b) des Auftrags fallen bestenfalls generisch aus. Sie zeigen weder Ansätze auf, an welchem medienpolitischen Zielbild ARD, ZDF und Deutschlandradio ihre Transformationsvorhaben ausrichten sollten, noch wird der Versuch unternommen, Ansätze der Abbildung regionaler Vielfalt auf zunehmend intransparenten Medienmärkten der Zukunft zumindest zu skizzieren.

Der Mangel an vorangehender Analyse der bisherigen Entwicklungen und fachlich fundierter Hypothesen zur Entwicklung von Medienmärkten und Mediennutzung in der Zukunft, führt auch bei der Beantwortung von Frage c) dazu, dass sich der Zukunftsrat allein auf das generische Thema „Governance“ zurückzieht. Die eigentliche von der Rundfunkkommission gestellte Frage nach den „Möglichkeiten der digitalen Transformation und einer gemeinsamen öffentlich-rechtlichen Plattform“ ließe sich nämlich nur beantworten, wenn man sich darüber im Klaren ist, wie sich die Märkte wahrscheinlich entwickeln werden, wie die Menschen audiovisuelle Medien künftig potenziell nutzen und wie eine erfolgversprechende öffentlich-

rechtliche Medienplattform in Deutschland aussehen müsste. Erst dann könnte man konkrete Vorschläge machen, wie der größte deutsche Rundfunkinfrastrukturbetreiber, die ARD, ihre künftigen Infrastrukturinvestitionen allokieren sollte, wie das noch nicht abgeschlossene UKW-/DAB+-Migrationsvorhaben weiterbetrieben werden soll, welche Budgetrelevanz DVB-T2 oder die noch in Entwicklung befindliche terrestrische 5G Broadcast Verbreitungsinfrastruktur künftig haben könnte. Letztendlich lässt sich ohne diese Basis nicht seriös abschätzen, ob und wenn ja, sich in welchem Ausmaß, Investitionsersparungen oder Synergien bei Personalplanung und Strukturen im Senderbetrieb realisierbar sind.

Strukturreform statt inhaltliche Neuausrichtung

Anstatt sich mit diesem (auf der Ebene der ARD-Landesanstalten längst begonnenen) Klein-Klein zu befassen, holt der Zukunftsrat zum ganz großen Wurf aus und empfiehlt, die Arbeitsgemeinschaft in eine Konzernstruktur umzubauen und deren technisch-administrativen Prozesse sowie jene von ZDF und Deutschlandradio in einem Shared Service Center zu organisieren. Die Beitragswirksamkeit dieser an sich selbstverständlich klingenden Handlungsempfehlung im vorgegebenen Zeitraum 2025-2028 lässt sich besser einordnen, wenn man berücksichtigt, dass mit diesem Vorschlag die teilweise Entflechtung und der daran anschließende Zusammenschluss von elf voneinander unabhängigen öffentlich-rechtlichen Unternehmen mit 42.000 Vollzeitäquivalenten Personal und einem Finanzbedarf von jährlich rund EUR 11 Milliarden verbunden ist. Auch hier werden Strukturveränderungen empfohlen, ohne dass klar ist, wie die föderale öffentlich-rechtliche Medienplattform der Zukunft aufgestellt sein wird, welche Inhalteangebote mit welchen Prozessen zentral oder dezentral produziert und über welche Verbreitungswege distribuiert werden sollen.

Trotz dieser eklatanten Schwächen wurde der Bericht des Zukunftsrates von den Ministerpräsidenten nicht zur Überarbeitung an Ersteren zurückverwiesen. Vielmehr hat die Rundfunkkommission der Länder bereitwillig die, in die aufgeheizte öffentliche Diskussion über Beitragserhöhungen, Glaubwürdigkeit und Akzeptanz passenden, „radikalen Reformansätze“ aufgegriffen und nicht nach deren faktenbasierten Herlei-

Transformationsherausforderungen und -Hindernisse öffentlich-rechtlicher Medienunternehmen



1. Die Mediennutzung verändert sich zum Nachteil linearer Radio- und TV-Massenmedien, hin zu non-linearen Inhalten und alternativen Content-Plattformen mit breiterem und tieferem Inhalteangebot.
2. Marktmächtige Tech-Unternehmen sowie audiovisuelle Streaming-Plattformen üben erheblichen Innovationsdruck auf etablierte Medien aus, die als „Folger“ bei Technik und Inhalten nachziehen müssen, wenn sie nicht wettbewerbsfähig weiter zurückfallen wollen.
3. Die Transformationsprozesse langfristiger technischer Infrastrukturen (DVB-T, UKW, DAB+), bestehender interner Organisationsstrukturen sowie der Aufbau zentraler Innovationskerne benötigen umständehalber länger als beim globalen Wettbewerb.
4. Der kameralistische KEF-Prozess ist unternehmerisch kontraproduktiv - Einsparungen der Öffentlich-Rechtlichen können nicht für Innovationsprojekte eingesetzt werden, sondern werden in der nächsten Periode „eingezogen“.

Quelle: Convergent Media Consulting 2024.

.....

**Die Vorschläge
des Zukunftsrates
laufen auf einen
weitgehenden
Zusammenschluss
von elf Unternehmen
mit 42.000 Vollzeit-
Äquivalenten
Personal sowie
einem jährlichen
Finanzbedarf von
EUR 11 Milliarden zu
einem Großkonzern
hinaus.**

tung oder einem perspektivisch-strategischem Zeithorizont gefragt. Dass die Rundfunkkommission der Länder wenig mit den Ratschlägen des Zukunftsrates anfangen konnten, zeigt sich nicht zuletzt darin, dass sie die KEF anschließend mit einem Sondergutachten beauftragt hat, um die „Beitragsrelevanz“ der aufgezeigten Reformansätze zu prüfen.

Kurzfristiges Kalkül statt langfristiger Perspektive

Die Aufgabenstellung an die KEF widerspiegelt die schon im Zukunftsrat-Bericht zum Ausdruck kommende Kurzfristigkeit der Ziele und der Maßnahmen sowie das fehlende Interesse an der notwendigen grundlegenden strategischen Veränderung. So sollen die Ergebnisse des Sondergutachtens bereits im Herbst 2024 in den Entwurf eines Reformstaatsvertrages einfließen und insbesondere auf beitragsrelevante Einsparungen im Zeitraum 2025-2028 eingehen. Im Kern sollen jedoch die Synergieeffekte und Kosten der kompletten „Post Merger Integration“ in wenigen Monaten komplett durchgerechnet werden. ARD und ZDF werden aufgefordert, die notwendigen Informationen zur Verfügung zu stellen.

Es passiert somit das, was reflexartig immer passiert, wenn die Länder aus taktisch-medienpolitischem Kalkül versuchen, kurzfristig beitragswirksame Einsparungen auf einem Niveau einzufordern, dass die nächsten Beitragserhöhungen ganz verhindert werden können oder zumindest niedriger ausfallen. Die vorhandenen Ressourcen der betroffenen Anstalten werden eingesetzt, um die Informationsanforderungen der KEF zu beantworten und die unzähligen, teils hochkomplexen Einzelmaßnahmen so weit aufzubereiten, dass das KEF-Sondergutachten erstellt werden kann. Dass diese aktionistischen Anstrengungen nicht zielführend sind, wenn man eine nachhaltige Transformation im Sinne des originären, vom Zukunftsrat weitgehend ignorierten Auftrags der Rundfunkkommission anstrebt, ist leicht nachvollziehbar, wenn man berücksichtigt, dass

» das zentrale eigeninitiierte Transformationsprojekt „Digitale Erneuerung“ der ARD im Jahr 2024 noch nicht hinreichend ausdefiniert ist, so dass konkrete Aussagen zu gemeinsamen Prozessen, Shared Service Centers und Einsparpotenzialen bei zukünftig

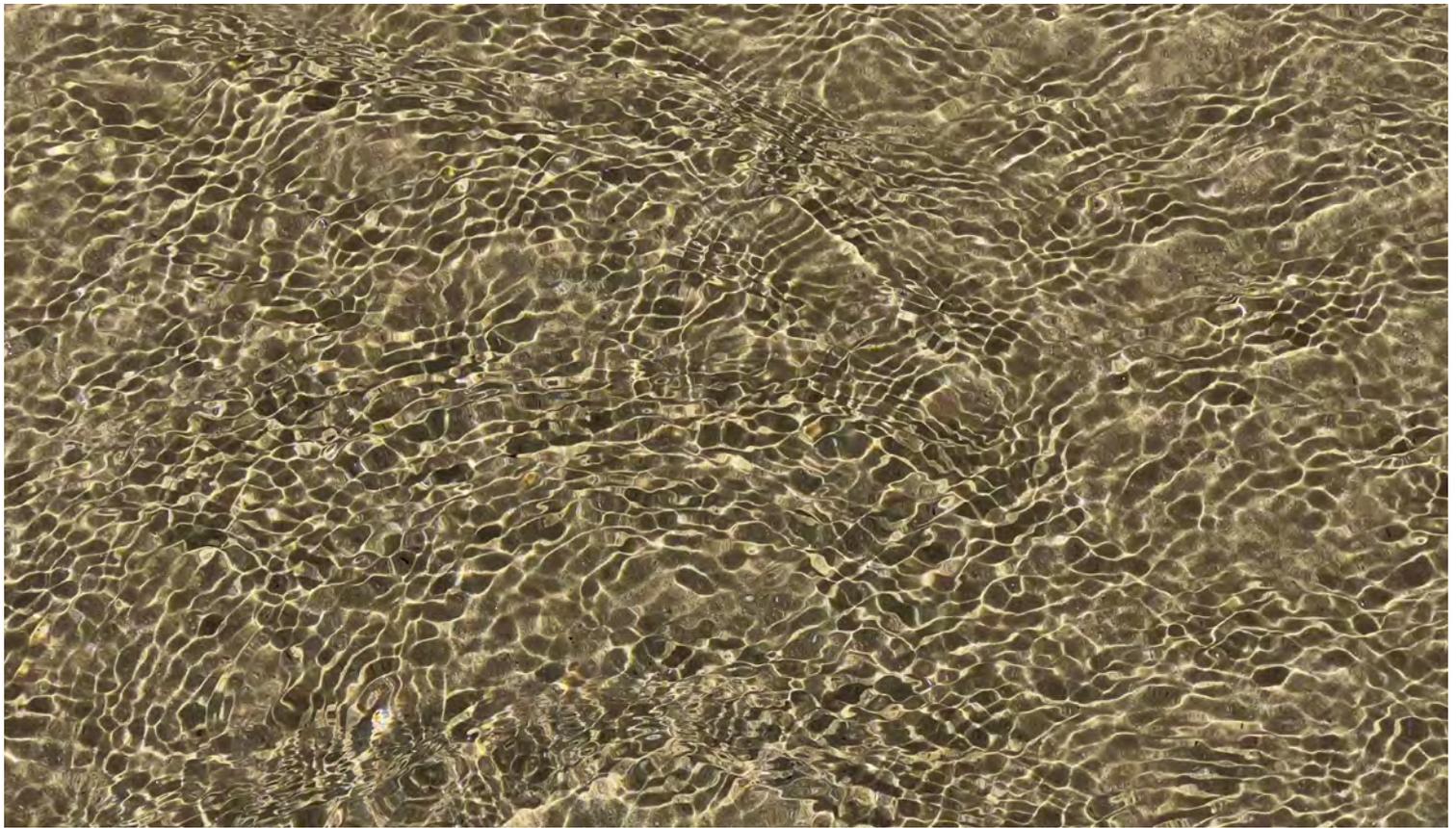
nicht mehr gebrauchten technischen Systemen und Prozessen möglich wären,

» ohne einen novellierten und verbindlich definierten Auftrag, welche gesellschaftlich gewünschte Leistung ARD, ZDF und Deutschlandradio in der Zukunft zu erbringen haben, jeglichem Nachdenken über Strukturen, Prozessanpassungen, Lastenhefte für IT-Systeme die Grundlage fehlt und somit keine seriösen Business Cases möglich sind,

» Aufmerksamkeit und Ressourceneinsatz der ARD-Anstalten, des ZDF und des Deutschlandradios vollständig auf die Entwicklung ihrer Zukunftsstrategien, auf die Fortsetzung und Weiterentwicklung laufender Kosteneinsparungsprogramme und die tagtägliche Produktion öffentlich-rechtlicher Medieninhalte gerichtet sein müsste und nicht darauf, zusätzlich zum aufwendigen KEF-Prozess ein hochgradig ressourcenbindendes Sondergutachten zu unterstützen.

Die KEF hat bereits deutlich gemacht, dass das gesetzlich gebotene Verfahren zur Feststellung des Finanzbedarfes des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland ordnungsgemäß abgeschlossen und deshalb keine Veränderung der errechneten Beitragshöhe mehr möglich ist. Vor diesem Hintergrund ist das beauftragte KEF-Sondergutachten sinnlos. Selbst dann, wenn einzelne Vorschläge des Zukunftsrates zeitnah umsetzbar wären und in einen novellierten Medienstaatsvertrag einfließen würden, würden etwaige Kosteneffekte in den kommenden drei Jahren nicht beitragswirksam, sondern frühestens ab 2029, potenziell deutlich später. Zudem ist es weder Teil des Sonderauftrages noch des gesetzlichen Auftrags der KEF, der Medienpolitik analytische fundierte Erkenntnisse über die Entwicklungen der wettbewerblichen Rahmenbedingungen audiovisueller Medienmärkte zu verschaffen oder bei der Formulierung eines medienpolitischen Zielbildes zu unterstützen, wie öffentlich-rechtliche Medienplattformen im dualen System der Zukunft strukturiert sein sollten und was sie leisten sollen.

Die Bundesländer gehen in dieser Hinsicht wieder einmal unvorbereitet und mit kurzfristigem wahltaktischem Kalkül in ein Gesetzgebungsverfahren, dessen Ergebnis nicht ein Bild einer attraktiven zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Medienplattform sein wird, son-



den politischer Kompromiss, mit ein bis zwei Spartensendern weniger, Einschränkungen beim Sportrechteerwerb, ein paar Tage längere Verwertungsfenster im fiktionalen non-linearen Angebot, eine Revision der Rundfunk- und Verwaltungsräte und Gehaltsobergrenzen und so weiter. Das auf diese Weise die intensive Nutzung öffentlich-rechtlicher audiovisueller Medien, ihre Relevanz für alle Teile der Bevölkerung und damit deren Akzeptanz verbessert werden könnte, erscheint kaum plausibel möglich zu sein.

Prioritäten jetzt richtig setzen

Jeder Anteilseigner eines privatwirtschaftlichen Unternehmens stellt dessen messbaren Erfolg auf dem Markt in den Vordergrund. Denn, Umsatzniveau und Profitabilität sichern die wirtschaftliche Zukunft des Unternehmens, seine Innovationsfähigkeit und letztendlich die Werthaltigkeit ihres Investments. Ähnlich wie Medienpolitiker in Frankreich, Großbritannien, Österreich oder der Schweiz, verzichten auch die deutschen Bundesländer auf ihre Chance, als „Aufsichtsräte“ den von ihnen kontrollierten Unternehmen jene längst überfälligen Freiräume zu verschaffen, um ihr audiovisuelles Kerngeschäft so weiterzuentwickeln und ihre Strukturen anzupassen, dass sie sich im Wettbewerb um die Gunst des Publikums innerhalb des dualen Systems und gemeinsam mit globalen Medienplattformen behaupten und so ihren im gesamtgesellschaftlichen Interesse liegenden Auftrag erfüllen können.

Ebenso unbestreitbar wie der Reformbedarf von Strukturen und Prozessen, ist ein unvoreingenommener Blick auf das Transformationsziel: Eine öffentlich-rechtliche Medienplattform, die für Alle relevant ist und von Allen genutzt wird, kann kein Minderheitenprogramm anbieten, denn dann wird sie nur Minderheiten erreichen. Das duale System ist ebenso wenig Reservat, wie nationale Medienmärkte keine durch Frequenzknappheit und Must Carry Regulierung geschaffene Walled Garden mehr sind. Die deutsche Medienpolitik hat schon bei „Germany’s Gold“ die Chance vertan, ein (damals noch) medienpolitisches Risiko einzugehen, das die Wettbewerbssituation von ARD, ZDF und Privatsendern aus heutiger Sicht erheblich verbessert hätte. Jetzt besteht noch die Chance, die öffentlich-rechtlichen Medien dabei zu unterstützen aufzuholen und verlorene Publikumssegmente zurückzugewinnen.

In der Ära unbegrenzter und allgegenwärtig verfügbarer Verbreitungskapazitäten und universeller Empfangsgeräte sind Programme, Inhalte und ihre Auffindbarkeit die zentralen Erfolgsfaktoren aller Medienunternehmen, unabhängig von ihrem Geschäftsmodell. Einen Sonderpreis für das effizienteste und transparenteste öffentlich-rechtliche Angebot wird es nicht geben. Akzeptanz und Relevanz von ARD, ZDF und Deutschlandradio resultieren allein aus Reichweite und Nutzung ihrer linearen und non-linearen Inhalteangebote. Die Transformationsaufgabe ist komplex und aufwendig, deshalb müssen jetzt die Prioritäten richtig gesetzt werden, sowohl in der Medienpolitik als auch in den Medienunternehmen selbst. Die Zeit läuft.

.....

**Public Service
Medien können als
öffentlich finanzierte
Anomalie nicht im
Plattformwettbewerb
überleben — nur ein
wettbewerbsfähiges
Angebot wird auch
aktiv nachgefragt und
genutzt werden.**




**CON
VERT
MENT
DIA**