

In Memoriam ARD-Weißbuch 2000 – Auch in 2021 noch aktuell

Aufgrund einer Initiative des mdr, der in den Jahren 1997/98 geschäftsführende ARD-Anstalt war, hat sich die ARD 1998 intensive Gedanken darüber gemacht, welche Auswirkungen die damals bevorstehende Digitalisierung auf den Rundfunk und die Medien haben werden. Schon damals erwartete die ARD tiefgreifende Eingriffe in gesellschaftliche Prozesse. Und sie konstatierte vor über 20 Jahren, dass zu keinem Zeitpunkt die Zukunftsfähigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks so auf dem Prüfstand stehe wie 2000. Fragen nach der Perspektive unseres Rundfunksystems seien aber auch Fragen an die demokratische Gesellschaft.

Mit dem Weißbuch 2000 umriss die ARD ihre Position in der damaligen Diskussion um Chancen, Risiken und Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der digitalen Medienwelt. In der Kommunikationsgesellschaft von morgen stünden die Menschen vor ganz neuen Herausforderungen. Angesichts der hereinbrechenden Flut von Informationen und einer Tendenz zur Vereinzelung und Vereinsamung sei ein gemeinsames öffentliches Kommunikationsforum wichtiger denn je. Eine nur durch marktwirtschaftliche Mechanismen geprägte Medienwelt könne die Vielfalt von Ideen, Meinungen, Kulturen und deren öffentlichen Widerstreit nicht hervorbringen, die eine demokratische Gesellschaft wünsche und für ihre Entwicklung benötige.

Das ARD-Weißbuch 2000 war damals ein Diskussionsangebot nach innen und außen. Es sollte die breite Auseinandersetzung über die Ausgestaltung der Kommunikationsordnung der Zukunft weit über die eigenen Reihen hinaus befördern. Heute, im Jahre 2021 erscheinen viele der damaligen Prognosen erstaunlich weitsichtig. Und viele Positionen und Forderungen, die sich auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bezogen und sich aber auch gerade an ihn selbst richteten, gelten heute noch unverändert. Man könnte fast „ARD-Weißbuch 2025“ darüberschreiben und es erneut veröffentlichen.

Daher werden heute noch einmal die wesentlichen Aussagen, Argumente und Prognosen des ARD-Weißbuchs zusammengefasst.

- Auszug aus dem ARD-Weißbuch 2000 – herausgegeben im Dezember 1998

Thesen

1. Die Zukunft der Medienproduktion und -verbreitung ist digital. Die Digitalisierung beendet auf längere Sicht die Frequenzknappheit. Sie ermöglicht im Rundfunkbereich eine Vielzahl neuer Medienangebote, aber auch eine neue Dimension der Manipulierbarkeit von Inhalten. Leichter als bisher können Bilder und Töne manipuliert werden. Individuelle Nutzerprofile werden erfasst und gespeichert. Die Vision vom "gläsernen Menschen" - in der digitalen Welt wird sie zur Wirklichkeit.
2. Die Quantität des Programmangebots wird mit der Expansion der Übertragungskapazitäten zunehmen. Dabei verschlechtern sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen durch verschärften Verdrängungswettbewerb, und die Kosten für die Zuschauer steigen. Bestimmte Programme werden nur noch im Bezahlfernsehen (Pay-TV) laufen, bestimmte Sendungen müssen extra bezahlt werden.
3. Der angebotsorientierte öffentliche Auftrag der Medien, durch Information, Bildung und Unterhaltung den Meinungsbildungsprozess in der demokratischen Gesellschaft zu ermöglichen, bleibt bestehen. Ein starker öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist auch im digitalen Zeitalter unverzichtbar; die Erfüllung seines gesellschaftlichen Auftrags in der Informationsgesellschaft notwendiger denn je. Er ist eine tragende Säule unseres demokratischen Gemeinwesens. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk muss zum Erhalt der nationalen und regionalen Identität beitragen sowie die kulturelle Vielfalt in Deutschland sichern helfen und sie vor Trivialisierung bewahren.
4. Um seine Integrationsaufgaben bei sich ausdifferenzierenden Mediennutzungsmustern erfüllen zu können, ist die Teilhabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks an allen neuen Medienentwicklungen und der Zugang zu allen öffentlichen Kommunikationsräumen unabdingbar. Gerade im Meer der digitalen Programmfluten muss öffentlich-rechtlicher Rundfunk sein unverwechselbares und anspruchsvolles Programmprofil bewahren.
5. In einer sich wandelnden Medienlandschaft muss öffentlich-rechtlicher Rundfunk auch seine Reformbereitschaft und -fähigkeit unter Beweis stellen und notwendige Strukturveränderungen aus eigenem Antrieb vornehmen.

Inhalte und Kernaussagen

1. Dreizehn Jahre nach dem Sendestart des ersten kommerziellen Fernsehsenders konstatierte Bundespräsident Roman Herzog in einem Mediengespräch über die "Kommunikationsgesellschaft der Zukunft": "Es gibt im Zuge der - von mir durchaus nicht nur kritisch betrachteten - 'Boulevardisierung' eine 'Abflachungsspirale'. (...) Kein Schwachsinn, keine Perversion, keine noch so abwegige Marotte, die nicht in extenso bunte Seiten und Bildschirme bevölkern würde. Jede einfache Zappreise bestätigt den Befund. Diese unendliche, ausweglose, schleichende Banalisierung und Trivialisierung macht die Hirne kaputt. (...) Im Interesse einer funktionierenden Demokratie können wir uns die flächendeckende Volksverdummung nicht lange erlauben." (Rede von Bundespräsident Roman Herzog am 29. Mai 1996).
2. Es besteht keinerlei Veranlassung den Konsens aufzugeben, dass allein das duale Rundfunksystem die Erfüllung des gemeinwohlorientierten öffentlichen Auftrages der Medien sicherstellt. Dabei hat sich ein System bewährt, in dem die öffentlich-rechtlichen Anbieter den öffentlichen, gemeinwohlorientierten Auftrag erfüllen und auch private Anbieter derartige Programme anbieten können. Der dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk obliegende öffentliche Auftrag beinhaltet somit, durch informierende, beratende, bildende und unterhaltende Angebote ein öffentliches Kommunikationsforum zu bilden und dadurch gesellschaftlich integrierend zu wirken. Er beinhaltet darüber hinaus das Bereitstellen von Angeboten, die der Markt nicht hervorbringt sowie das Gewährleisten eines journalistischen Qualitätsstandards, der durch ein hohes Maß an Professionalität und Seriosität bestimmt ist.
3. Es ist unerlässlich, die Identität öffentlich-rechtlicher Programmangebote immer wieder auf den Prüfstand zu stellen. Sie ist, unabhängig von Tendenzen der Rechtsprechung und opportunistischen Überlegungen der Politik, langfristig der entscheidende Faktor. Ein wichtiges Kapital und Kriterium für die Legitimation der öffentlich-rechtlichen Programme ist ihre Kompetenz in Programmgenres, die für eine demokratische Gesellschaft essentiell sind.
4. Ein gesellschaftlicher Konsens für öffentlich-rechtlichen Rundfunk wird sich nur solange herstellen und aufrechterhalten lassen, wie die behaupteten Qualitätsmerkmale und -unterschiede sich breiten Bevölkerungsschichten im real wahrgenommenen Programm mitteilen. Dazu gehört auch, kulturell hochwertige Sendungen nicht an den Rand des Hauptabendprogramms zu

drängen, auch wenn natürlich die schwierige Balance zwischen öffentlich-rechtlichem Auftrag und der für die Gebührenlegitimierung notwendigen breiten Akzeptanz durchgehalten werden muss. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk darf sich auch nicht auf den Informations- und Kulturbereich beschränken, sondern muss weiterhin alle programminhaltlichen Möglichkeiten ausloten. Das bedeutet auch die Prüfung aller neuen technischen Entwicklungen für den Einsatz im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Zu den neueren programmlichen Entwicklungen gehören auch die Spartenkanäle, die im digitalen Zeitalter - weiter ausdifferenziert - in den Programm bouquets aller Anbieter essentielle Bausteine bilden werden.

5. Die öffentlich-rechtlichen Sender brauchen eine Programmstrategie, die nicht nur Zuschauer bindet, sondern zugleich neue, gerade auch junge, gewinnt. Der Kinderkanal von ARD und ZDF war auf diesem Feld ein erster Schritt. Mindestens ebenso wichtig wäre ein Programm für die Jugend, das motiviert, sensibilisiert, emotionalisiert. Denn Jugendliche suchen nach Identität, nach Zukunftsorientierungen, nach Sinn in dieser Gesellschaft. Hier liegt ein Kernauftrag für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Thematische Vielfalt ist dabei angesagt: Lifestyle, Bildung, Erziehung - dies alles jugendgerecht ausgewählt und aufbereitet. Die Programme müssen Freiräume anbieten für die Emotionen junger Menschen und für deren Risikobereitschaft.
6. Ohne Menüsystem, Spartenangebote und den eigenen Online-Service verkümmert öffentlich-rechtlicher Rundfunk vom Universalanbieter zum engen Spezialgeschäft und schließlich zum nostalgischen Kramladen ohne Zukunftschance. Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten bedeutet das: Sie müssen über eine technische Plattform verfügen, die ihre Angebote verknüpft. Sie müssen aus Voll- und aus Spartenprogrammen vertiefende Spezialangebote generieren können, um einerseits der Nachfrage eines speziell interessierten Publikums gerecht zu werden und um andererseits ihr Bouquet attraktiv zu gestalten.
7. Ob in der Programmstrategie oder der Präsentation, bei der Produktion oder beim Rechteerwerb - schon heute muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk Szenarien erarbeiten, die zu einer eindeutigen inhaltlichen Profilierung führen. Sie bildet die Basis für einen gesellschaftlichen Konsens auch dann, wenn die Zahl konkurrierender Programme weiterwächst und die Zuschauerschaft noch stärker segmentiert wird. Durch Profilierung die

Marginalisierung verhindern - das sichert den öffentlich-rechtlichen Programmen Zukunft.

8. Gefordert ist eine permanente Reformbereitschaft der Anstalten und ihrer Mitarbeiter. So werden die bestehenden organisatorischen und personellen Strukturen stetig daraufhin überprüft, ob sie den neuen ökonomischen Anforderungen gerecht werden.
9. Innerer Strukturwandel der ARD-Sender ist ein entscheidender Weg zu modernen Rundfunkunternehmen bei gleichzeitiger Wahrung des öffentlich-rechtlichen Programmprofils. Ziel der Reformen ist die Flexibilisierung interner Unternehmens- und Finanzstrukturen. Durch einfachere Entscheidungswege, Rationalisierungen und die Senkung von Fixkosten können zusätzliche Gelder in das Programm investiert und die Wettbewerbsfähigkeit gesichert werden.
10. Kommunikation und Information bilden die tragenden Säulen der zukünftigen Wirtschafts- und Gesellschaftsstruktur. Wie wir den neuen Anforderungen gerecht werden, wird wesentlich davon abhängen, wie wir mit der Informationsflut umzugehen vermögen. Hier ist öffentlich-rechtlicher Rundfunk besonders gefordert, mit adäquaten Angeboten die Vermittlung von Fakten und Wissen über Zukunftsthemen der Gesellschaft zu verstärken und wichtige Orientierungshilfen zu geben.
11. Je umfangreicher das Informationsangebot wird, desto mehr kommt es darauf an, die Orientierung nicht zu verlieren, Widersprüche zu entdecken und Zusammenhänge zu erfassen. Der öffentliche Diskurs darf nicht in kleinräumige, voneinander streng geschiedene Kommunikationsinseln zerfallen. Verengt sich das Konzept der Informationsgesellschaft allzu sehr auf bloße Wachstumsoptionen, verliert man leicht die Wirkungen auf das Ganze aus dem Auge: Kommunikation nur als Glied einer Wertschöpfungskette begriffen, sucht einseitig den Markt, die Akzeptanz, den Bedarf; unerwünschte Inhalte werden da leicht zur Seite geschoben, unangenehme Wahrheiten überhört. Eben aus diesem Grunde benötigt gerade die "Kommunikationsgesellschaft" ein interessenfreies, ordnendes und orientierendes Element, dessen hohe Glaubwürdigkeit und weite Verbreitung die immer filigraneren Kommunikationsstränge bündeln und die in den Netzen sich verlierenden Stimmen auf dem großen Marktplatz der Nation zur Sprache zu bringen vermag. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk hat alles, um diese zentrale Rolle in der hochdifferenzierten digitalen

Medienwelt zu spielen. Er gehört allen, jedermann findet sich in ihm wieder, und seine Dienste sind für alle erschwinglich.

12. Die Gesellschaft braucht also ein Forum, wo gesellschaftliche Fragen zur Diskussion gestellt werden und gemeinsam nach Lösungen gesucht wird. Hier muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk in die Pflicht genommen werden, als zentrales Medium, in das die unterschiedlichen Informationskanäle und Netze der Gesellschaft münden. Es gilt, bewusst eine Medienarchitektur zu schaffen, in der dieses Zusammenspiel gelingt - mit Programmformen, in denen auch neue Wege demokratischer Partizipation möglich werden.
13. Je mehr das Mediensystem in Spezialangebote zerfasert, umso wichtiger ist die Aufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Bezüge herzustellen zwischen dem Allgemeinen und dem Speziellen. Es muss ein roter Faden durch die mannigfaltigen Inhalte gezogen werden, um das Disparate miteinander in Beziehung zu setzen. "Vernetzung statt Verspartung" lautet daher das Motto der ARD für die digitale Welt, in der die Vollprogramme die Rolle von Referenzkanälen übernehmen, als Start- und Landepunkte für den Nutzer. Seine Chance liegt in der Schaffung neuartiger digitaler Anwendungen, wie dem "Lesezeichen", mit dessen Hilfe der Zuschauer seine konkreten Interessen markieren kann, und das ihn dann sicher durch das unübersichtliche Angebot zu seinem Wunschprogramm führt.
14. Zweifellos wird sich die Entwicklung der Medienstruktur auch auf die demokratischen Prozesse auswirken. Demokratie verlangt Transparenz, chancengleiche Partizipation und den lebendigen kritischen Diskurs. Qualifizierte Teilhabe bedeutet Teilnahme an der inhaltlichen Gestaltung der öffentlichen Meinung. Nur öffentlich-rechtlicher Rundfunk kann diese Teilhabe für alle sicherstellen.
15. Chancen und Risiken der Kommunikationsgesellschaft liegen somit dicht beieinander. Zukunft kann und muss gestaltet werden und in dieser Gestaltung liegt zugleich die Chance für die Zukunft unserer demokratischen Gesellschaft, die sich erstmals in ihrer Geschichte zu einer Kommunikationsgesellschaft entwickeln kann. Der öffentlich-rechtliche

Rundfunk stellt sich den neuen Herausforderungen und wird so auf diesem Wege für die Bürgerinnen und Bürger ein unersetzbarer Begleiter sein.