

Konsultation zum „Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“

## **Das digitale Paradies! Die öffentlich-rechtlichen Medien 2020: Bundesweite Townhallmeetings und Festival 2018 in Berlin für Menschen unter 30.**

**Der Medienumbruch ist brutal. Zeitungen verschwinden, Netflix will das Fernsehen abschaffen, Facebook das Internet monopolisieren. Lautstarker Hass verzerrt öffentliche Diskurse auf digitalen Marktplätzen. Wie geht es in diesem Umfeld mit den öffentlich-rechtlichen Medien weiter? Wie kann gerade jüngeren Menschen die Systemrelevanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks bzw. der zukünftigen öffentlich-rechtlichen Medien für eine lebendige Demokratie vermittelt werden?**

Unsere Antwort auf diese Herausforderung ist eine bundesweite Beteiligungskampagne mit dem Ziel, Zukunftsmodelle zu entwerfen. Die Kampagne besteht aus ca. 16 Townhall-Meetings und einem Festival. Ziel ist es, das junge Publikum mit Macher\_innen, Entscheider\_innen, Medienpolitiker\_innen, Rundfunkräten und Expert\_innen ins Gespräch zu bringen und kollaborativ Modelle für die Zukunft der Öffentlich-rechtlichen zu entwickeln. Und zwar mit Karacho, utopischen Ansätzen, neuen Methoden (Design Thinking etc.) und Mut!

Veranstalter ist die „KOOPERATIVE BERLIN Kulturproduktion e.V.“, die gemeinnützige Schwester der „KOOPERATIVE BERLIN Medienproduktion GmbH“. Die KOOPERATIVE BERLIN produziert gemeinsam mit öffentlich-rechtlichen Anbietern für junge Zielgruppen und berät Programmacher\_innen seit Jahren strategisch. Wir kennen beide Seiten des Marktes. Und wir kennen die Zielgruppen. Und wir lieben hochwertige Inhalte.

Die Finanzierung wird von den Bundesländern getragen.

### **Kurzkonzept**

In 16 bundesweiten Townhallmeetings diskutieren Macher\_innen und Entscheider\_innen die Zukunftsmodelle öffentlich-rechtlicher Medien. In jedem Bundesland wird ein Townhallmeeting stattfinden. Die Townhallmeetings/Public Talks sind kurze Impulse, die durch Programmacher\_innen und Expert\_innen zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien gegeben werden und die in eine anschließenden Fishbowl? / Fragerunde übergehen. Danach finden sogenannten Public Thinking Runden mit den Teilnehmenden statt. In kompakten, offenen und kreativen Entwicklungsrunden (angelehnt an die Methode des Design Thinking) werden neue Konzepte, Aufgaben, Formate öffentlich-rechtlicher Medien entwickelt und gesponnen. Als Abschluss an die bundesweiten Veranstaltungen folgt das zweitägige Festival „Vision 2020 - Unkonferenz zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien“, im dessen Rahmen die Ideen präsentiert diskutiert und weiterentwickelt werden.

### **Hintergrund**

„Der Journalismus ist tot - zumindest als Geschäftsmodell“ - Das war der Ausgangspunkt des viel diskutierten Vortrags der KOOPERATIVE BERLIN zur Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien auf der re:publica 2015. So unmissverständlich die Ausgangsthese war, so eindeutig war die Schlussfolgerung: Demokratie braucht eine pluralistische Öffentlichkeit - und nur die öffentlich-rechtlichen Medien haben die nötige Größe, Infrastruktur und den Auftrag des Grundgesetzes, diese Leistung zu übernehmen. Nur nicht so, wie sie heute sind. Seit dem Vortrag auf der re:publica wurden wir zu vielen Hintergrundgesprächen eingeladen, haben Expert\_innen konsultiert und selbst an Expertenkreisen teilgenommen. Die Notwendigkeit einer Kampagne war nie größer.

### **Ausgangspunkt**

Die Macherinnen und Macher der KOOPERATIVE BERLIN sind zutiefst von der Notwendigkeit öffentlich-rechtlicher Medien überzeugt - in Zeiten der institutionellen Glaubwürdigkeitskrise sind transparent agierende unabhängige, öffentlich-rechtliche Medien systemrelevant, um demokratische Diskurse und gesellschaftliche Teilhabe auf Dauer zu ermöglichen. Die Vielfalt der öffentlich-rechtlichen Rundfunklandschaft ist ein unverzichtbares Kulturgut. Gerade deswegen ist heute ein unabhängiger zivilgesellschaftlicher Innovationsimpuls notwendig.

## **Ziel**

Ziel ist die kooperative Entwicklung eines transparenten und zugänglichen Innovationsprozesses für die öffentlich-rechtlichen Medien in Deutschland in den Jahren 2017 und 2018 unter Beteiligung junger Menschen. Wirtschaftlich unabhängig von den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, aber in inhaltlicher Zusammenarbeit mit Intendanten, Programmdirektionen, Gewerkschaften und Innovationsabteilungen sowie mit Vertretern der Wissenschaft, Medienpolitik und privaten Medien, vor allem aber mit Gebührenzahlerinnen und -zahlern sollen Konzepte und Strategien für das „Digitale Paradies“ erarbeitet werden. Im Anschluss an vorbereitende bundesweite Mikrokonferenzen, digitale Bürgerkonsultationen sowie die zweitägige Abschlusskonferenz wird der Innovationsreport konkrete Handlungsempfehlungen sowie eine Roadmap vorlegen.

## **Ansprechpartner\_in:**

Das Projekt verantwortet bei der KOOPERATIVE BERLIN der Vereinsvorstand **Markus Heidmeier**. Markus Heidmeier arbeitete viele Jahre als Redakteur und Autor für unterschiedliche öffentlich-rechtliche Sender sowie für Zeit Online. Seit 2010 hat er diverse Beratungsmandate im Kontext Strategie, Digitalisierung und Organisationsentwicklung übernommen.

Co-Verantwortlich für das Projekt ist **Lydia Meyer**. Lydia Meyer arbeitet als Autorin, Redakteurin und Formaterfinderin bei der KOOPERATIVE BERLIN um Projekte wie AufKlo für funk oder die Netzreporter, die Zeitmaschine oder den Digitalen Salon im DRadio Wissen und die Netzdebatte der Bundeszentrale für politische Bildung. Sie studierte Kulturwissenschaften an der Universität Leipzig und Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin und beschäftigte sich dort vor allem mit Narrativen, Innovationen, Hybriden aus Politik, Medien und Popkultur. Meistens hat das, was sie macht, irgendwas mit Internet zu tun. Lydia Meyer bloggt für verschiedene Netzmusikjournale und Fanzines, liest gern im Netz, findet echte Bücher aber auch gar nicht so schlecht und hört jeden Tag Radio.

Die Thesen zur Zukunft der öffentlich-rechtlichen Medien finden Sie im Anschluss.

## Vision2020: Thesen zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien in Deutschland

Die unten aufgelisteten Thesen sind dabei nur ein erster Ausgangspunkt. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und bilden aktuelle Diskurse ab, ohne dabei mit den Positionen der Autoren identisch sein zu müssen.

#Vision2020: Erste Thesen zur Zukunft öffentlich-rechtlicher Medien in Zeiten der Digitalisierung:

- 1 Verfügbarkeit der Inhalte: Alle öffentlich-rechtlich produzierten Inhalte gibt es in einem digitalen und onlinebasierten sogenannten D-Player. Öffentlich-rechtliche Inhalte sind überall und zeitlich unbegrenzt verfügbar, Archive zudem öffentlich. Rechtliche Fragen wie Autor\_innen- und Mitwirkendenverträge müssen gelöst werden.
- 2 Medienpolitik: Partizipation ist Realität, Dialog Alltag. Die Kontrollgremien werden öffentlich gewählt. Jede\_r Wahlberechtigte kann Mitglied eines Kontrollgremiums werden. Gremiensitzungen werden live übertragen. Auch digitale Teilhabe an Gremienprozessen ist möglich. Es können Petition etc. gestellt werden.
- 3 Verantwortung für Innovation: Öffentlich-rechtliche Medien tragen gerade mit Blick auf den technologischen Fortschritt und ihre Sonderstellung im Medienwettbewerb eine besondere Verantwortung für die Weiterentwicklung der publizistischen Innovation. Diese publizistisch-technische Innovation wird Teil ihres staatsvertraglichen Auftrags. 25 % aller Programmmittel werden in inhaltliche und technische Innovationen investiert. Innovative Publikationstechnologien werden auch Dritten zur Verfügung gestellt.
- 4 Grundversorgung: Grundversorgung muss alle Menschen erreichen und ist plattformunabhängig. Aufgrund technischer Innovationen (Digitalisierung, Onlinekommunikation) einerseits und sinkender Marktzugangsschwellen für Dritte werden die linearen Angebote der Rundfunkanstalten für Radio und Fernsehen um ca. 50 % reduziert. 25 % der frei werdenden Mittel werden für Innovation durch Dritte zur Verfügung gestellt (s.o.). Weitere 25 % der Mittel setzen die Rundfunkanstalten für die Entwicklung und Distribution von Inhalten auf nicht linearen elektronischen Kanälen ein (s.o.). Mittel aus diesem Innovationspool sind für alle zugänglich. Ein Board aus Vertretern der Rundfunkanstalten, Medienanstalten und der Kontrollgremien vergibt die Mittel

vierteljährlich. Grundversorgung bedeutet aber auch, dass öffentlich-rechtliche Medien ihre Korrespondenznetze und Produktionsstrukturen für Dritte bereitstellen. Ein Board aus Vertretern der Rundfunkanstalten, Medienanstalten und der Kontrollgremien vergibt die Mittel vierteljährlich (s.o.).

- 5 Internes und externes Management: Die Personalschlüssel in allen Anstalten werden zum Stichtag 1.1. 2018 überprüft. Alle Stellenpläne sind per Staatsvertrag zu überarbeiten. Neue Arbeitnehmerverträge sind grundsätzlich befristet. Entfristete Verträge können wieder befristet werden. Verträge werden mit qualitativen und quantitativen Zielvereinbarungen gekoppelt. Externe Unternehmensberatungen monitoren regelmäßig die Arbeit einzelner Anstalten und Reporten den Gremien öffentlich (s.o.)
- 6 Distribution: Öffentlich-rechtliche Medien fordern und benötigen Netzneutralität! Sie sind aber auch kostenfrei für Nutzer\_innen über Mobilfunknetze verfügbar. Hierzu handeln die Rundfunkanbieter Verbreitungsverträge mit deutschen Providern aus. Kostenfreiheit ist kein Widerspruch zur geforderten Netzneutralität.
- 7 Erfolgskriterien: Für Rundfunkanbieter, Programme und Sendungen werden fortlaufend Erfolgskriterien entwickelt. Diese Erfolgskriterien sind nicht nur quantitativer, sondern auch qualitativer Art. Die Erfolgskriterien sind öffentlich. Sie werden fortlaufend evaluiert (siehe Medienforschung).
- 8 Bildungsauftrag: Öffentlich-rechtlichen Medien gehen ihrem Bildungsauftrag nach. Inhalte werden explizit in Kooperation mit Bildungsinstitutionen entwickelt. Neben der Entwicklung expliziter Inhalte und Verbreitungswege für Bildungsinstitutionen schaffen die Rundfunkanbieter eigene Bildungsangebote auf Basis eigener Inhalte (z.B. MOOCs etc.). Auch die Vermittlung von Medienkompetenz ist Teil des staatsvertraglichen Auftrags.
- 9 Medienforschung ist ein permanenter öffentlicher Prozess. Quantitativer Erfolg ist immer nur ein Teil des staatsvertraglichen Auftrags (siehe oben). Medienforschung hat immer das Ziel Nutzer\_innen in den Mittelpunkt zu stellen. Das heißt nicht, dass ausschließlich quantitativ erfolgreiche Sendungen weiterentwickelt werden.
- 10 Die Haushaltsabgabe ist einkommensabhängig.