

Von: Steve Schutzbier
Gesendet: Dienstag, 27. Juni 2017 09:49
An: stellungnahme.telemedienangebot
Betreff: Fristgerechte Stellungnahme Online-Konsultation zum
„Telemedienauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks“

Sehr geehrte Herr Staatsminister Robra,
sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit widerspreche ich vollumfänglich der von ARD und damit
zusammengeschlossenen Medienanstalten (für TV und Radio) und ZDF sowie
Deutschlandradio (nachfolgend nur mehr "ARD" genannt) vorgelegtem und durch die
Regierungschefinnen und Regierungschefs der Länder beschlossenen Reformantrag
der zeitgemäßen Weiterentwicklung des öffentlichen-rechtlichen Telemedienauftrags.

Als GEZ-Zahler bin ich interessierter Kreis und nehme wie folgt Stellung. Einer
Veröffentlichung meiner Einreichung stimme ich unter Schwärzung meiner email-
Adresse zu.

Begründung:

1. Voll-umfängliche Ablehnung:

1. RTL in seiner Funktion als größter europäischer Fernsehsender sollte ARD
als DAS Benchmark für den Wettbewerb gelten. Wenn man sich RTL und
sein Online-Angebot (übrigens auch weiterer privater Fernsehsender
betrachtet) fällt im Vergleich zu ARD deutlich auf, dass RTL sein
komplettes umfangreiches Online-Angebot unter der Domain RTL.de (für
Deutschland) bündelt. Im Unterschied hierzu stellt ARD für fast jede
Sendung eine eigene Domain mit einem eigenen redaktionellen Team zur
Verfügung, was selbst Internet-affine Personen innerhalb der
Bundesrepublik im Nachgang einer Sendung vor Probleme mit der
Auffindbarkeit von Inhalten stellt.
Auch ist die Aufspaltung in zusätzliche Regional-Sender sowie mehrere
Sender als auch (teilweise bis zu vier und mehr regionale) Radiosender
ein einziger Moloch, der durch individuelle Redaktionen und dort
beschäftigte Personen einzig durch die GEZ-Gebühr ("Beitragsservice")
immer wieder gleiche Meldungen der Nachrichtenagenturen veröffentlicht.
Beispiel RTL für moderne Nachrichten: ein "Newsroom" der sämtliche
Nachrichtenformate mit identischen Inhalten versorgt. Kosten-effizient,
zeitnah und auch online nachvollziehbar.
2. Durch die ungleiche Verteilung und die Finanzierung der ARD durch die
GEZ-Gebühr erfolgt bei Inkrafttreten der geplanten Änderungen im
Rahmen des Reformantrags eine Marktverzerrung bzw. eine
Monopolbildung seitens der ARD auf bestimmte Angebote, die nach
marktwirtschaftlichen Regelungen nicht möglich wären.
3. ARD hat keine Verpflichtung zum Haushalten wie auch aktuelle
Diskussionen rund um die Höhe des zukünftigen GEZ-Beitrags belegen.
Durch die Annahme des Reformantrags würden weitere rein staatlich
unterstützte Stellen ohne wirtschaftlichen Mehrwert zu Lasten der GEZ-

Zahler geschaffen um ein Angebot zu genieren, pflegen und unterhalten, dass von einer Minderheit genutzt wird.

4. ARD beweist auch mit ihrem "Verhandlungsgeschick" zum Thema Verfügbarkeit von Inhalten in den Mediatheken, dass das "Neuland" Internet nicht verstanden und auch der Wunsch der Konsumenten nicht respektiert und mit fadenscheinigen Argumenten übergangen wird. Auch hier lohnt ein Vergleich mit anderen Medienanstalten, sowohl öffentlich wie z.B. die BBC oder auch das vergleichbare PBS in den USA: hier wurde das neue Medium verstanden als auch der Konsument in den Mittelpunkt gerückt. Bei ARD ist der Konsument der geduldet störend weil fordernd und nörgelnde Beitragszahler, nicht mehr, nicht weniger.
5. Wenn ARD TV, Radio und Internet-Auftritte schon zukunftsgerichtet ausrichten möchte, sollte eine TVoverIP-Strategie verfolgt werden: raus aus dem Fernseher und komplett und ohne Einschränkung rein ins Netz - hier sitzen die zukünftigen Konsumenten, die sich nicht für hunderte von Einzelseiten zu jeder Sendung interessieren, sondern Streams konsumieren.

Ablehnung im Detail zum vorliegenden Reformantrag (Synopsis):

1. §2, (1): keine Änderung
2. §2, 19. Die hier dargelegte Änderung ermöglicht ARD einen Aufbau an umfangreichen doppelten oder inhaltlich ähnlichen aber eben redundanten Inhalten ohne Mehrwert für Verbraucher und Nutzer, deren einzige Verbindung an Anlehnung heutiger Angebote die Gestaltung durch "corporate identity" und der Fußzeile mit Link zur Übergabe an das "übergeordnete" Seitenkonstrukt im Internet darstellt (z.B. zdf.de / ard.de). Durch die Markt-verzerrende Basis der GEZ-Gebühr ist dies ohne klar definierte Einschränkung auch durch das Argument, damit möchte man die Sender zukunftsgerichtet aufbauen, nicht akzeptabel - erst recht nicht, wenn kein beständiger maximaler Jahresbetrag an Ausgaben dafür festgelegt und stetig unabhängig kontrolliert wird.
3. §2, 20. Es besteht weder Bedarf noch Nachfrage, dass ARD Telemedienangebote nach Art und Umfang sowie journalistisch-redaktionell gestaltete inhaltliche von Zeitungen oder Zeitschriften wiedergibt. Hier entsteht nur ein Einfallstor um Werbung in Form bezahlter Advertorials oder gekaufter Presse-Artikel zu ermöglichen. Auch im Vergleich zu dem zuvor zitiertem RTL oder weiterer vergleichbarer öffentlich-rechtlicher Sender weltweit besteht hierzu keinerlei Veranlassung.
4. §11a, (1) 1: Im speziellen wird erneut für die Mediatheken eine Regelung die einem modernen Sendern mit einem sender-relevanten Angebot entspräche zur Dauer der Zugriffszeit auf medientechnische Inhalte (aktuell bestenfalls sieben Tage) umschiff. Auch sollte 2, Druckwerke, in diesem Kontext entfallen.
5. §11 d: Mit Verweis auf den sehr allgemein neu verfassten §2 Abs.2 Nr. 19 (siehe auch Einwand oben) wird erneut die Bereitschaft, durch jede Redaktion der ARD, ZDF, angeschlossene Rundfunkanstalten sowie deren Regionalstudios als auch Deutschlandfunk, umfangreiche redundante Inhalte, die nun auch Bewegtbild umfassen sollen, untermauert. Begründung, Sinnhaftigkeit sowie Strategie wird geschuldet, ebenso eine Zusage zur Kostenoptimierung oder Synergienutzung durch Reaktion ARD-ZDF-Deutschlandfunk. Hier wird klar zum Ausdruck gebracht, dass jeder zu Lasten des GEZ-Zahlers nur sein eigenes, nun noch umfangreicheres Süppchen kochen will.

6. (2) 1 "insbesondere" ist eine zu offen gefasste Formulierung in der Bedeutung "vor allem". Damit sind nachstehende Punkte nur als vage Orientierung aber nicht als Beschränkung zu sehen. Das kann nicht im Sinne dieser Regelung sein, da man ARD damit uneingeschränkt zum Telemedienanbieter mit Persilschein aufwertet.
1. Konkrete Formulierung: "auf kostenfreien Abruf" oder "auf kostenfreien weltweiten Abruf" wünschenswert. Dringende einheitliche Angabe der Abrufdauer nach Ausstrahlung einer Sendung mit längerer Frist als der nur den Produzenten dienlichen aktuell gängigen sieben Tagen.
 2. Durch die in vorliegender Fassung eingeschränkte Formulierung und Wiedergabe in eckigen Klammern "[...]" ist diese Position in vorliegender Form wohl nicht gültig. Eine Stellungnahme hierzu ist mir ohne Konkretisierung nicht möglich.
 3. Auch wenn der Begriff "Bildungsauftrag" nicht genau definiert oder durch richterliche Rechtssprechung klar auf den Punkt gebracht wurde befürworte ich die ersatzlose Streichung des Punkt 3. ARD hat nicht die Aufgabe, Milliarden an Beitragszahlungen für die Übertragung von z.B. Fußball auszugeben - und erst recht nicht, um weitere Milliarden für den Erwerb zusätzlicher Online-Rechte für Stream und Internet. Auch hier fordere ich einen Benchmark zu Mitbewerbern aus dem privatem Senderumfeld!
 4. Dieser Bildungsauftrag wurde dem Steuerzahler durch Museen, Bibliotheken und weiterer staatlicher Einrichten bereits übertragen. Eine redundante und erneut von Beitragszahler finanzierte Angebotserstellung widerspricht dem Gebot der Sparsamkeit.
7. (3) Das Allgemeinplätzchen der "zeitgemäßen Gestaltung" muss konkretisiert werden: Sollen alle ARD-Webseiten nun farblich und mit HTML5/CSS und JavaScript neu gestaltet werden? Wie soll eine "zeitgemäße Gestaltung" von Telemedienangeboten konkret aussehen? Worauf erstreckt sie sich, was fällt nicht in die Umgestaltung von ARD?
- Bei der zuvor mehrfach betonten journalistisch-redaktionellen Aufbereitung von Inhalten kann nicht von einer Orientierungshilfe gesprochen werden, der korrekte Ausdruck hierfür ist "Meinungsdiktat" oder auch "Zensur".
- Eine Förderung der Medienkompetenz egal welcher Zielgruppe ist nicht Auftrag einer gebührenfinanzierten ARD. Hier wird scheinheilig eine Marktverzerrung durch nicht-endend-wollende Beitragsfinanzierung zum Wohle der Menschheit umfunktioniert.
- Die Möglichkeit der interaktiven Kommunikation wird durch kostenfreie social media Angebote wie Twitter als "Second Screen" und Facebook bereits jedermann zur Verfügung gestellt. Da auch hier ARD umfangreich "redaktionell" vertreten ist, ist diese Aussage unter 7. ersatzlos zu streichen.
8. (3) 2 - dieser Punkt ist für öffentliche Einrichtungen der Bundesrepublik gesetzlich geregelt und kann daher ersatzlos gestrichen werden. Hier soll nur das Schrei nach einem Mehr an Gebühren wegen der (freiwilligen) Verpflichtung zur behindert-gerechten Umgestaltung begründet werden.
9. (4) 1, 2, 3: "Portal" ist als verwendetes Wort zu streichen, da es sich um eine "Hauptseite" und hunderte eigener Angebote handelt. Ein Portal ist per Definition eine Startseite mit diversen Angeboten unter gleicher Domain, siehe z.B. web.de oder auch yahoo.de.
- In 2 freizügig und uneingeschränkter Forderung der vorgeschobenen Zielgruppenerreichung ist dringend ein kosten- und in Umfang definierter Riegel

vorzuschieben. Ein Überangebot wie es ARD heute schon im Netz stehen hat führt nur dazu, dass der potentielle Kunde die Seite ("Portal") und seine Unterangebote verlässt und sich bei den kostenfreien privaten Angeboten oder bei Telemedienangeboten der Printmedien informiert.

Die "Vernetzung, z.B. durch Verlinkung" ist gängige Praxis im Neuland Internet. Hier sollte konkretisiert werden, dass eine Pflicht zur Verlinkung der diversen Angebote zwischen TV, Funk, Radio, Internet, Videotext, etc. zu bestehen hat und somit wieder die Portalidee und nicht individuelle Domains mit "angeblichen" Unterseiten zur Zielgruppenerreichung im Vordergrund zu stehen hat. Hiermit könnte auch das aktuelle "Chaos" der diversen Angebote auf ein Minimum wie z.B. bei ntv oder Spiegel Online reduziert werden und damit eine transparente Darstellung erreicht werden.

10. (5): Hier fehlt eine konkrete Aussage, dass auch bezahlte redaktionelle Dienste wie Advertorials oder "Success Stories", etc. unterbunden werden. Diese sind durch die Auflistung bisher nicht abgedeckt.
Die in 4. Bezug nehmende Anlage wird nachstehend ab 21. kommentiert.
11. (6): Auch ist sicherzustellen, dass durch Tracking der Nutzung der diversen Verknüpfungen keine Erhebung von nicht-essentiellen Daten erfolgt und diese intern oder durch Teilung mit anderen Anstalten der ARD ausgewertet und z.B. durch Metadaten angereichert werden.
Durch Nummer sieben wird ein nur auf "Presse-ähnlichen Bezug" zu existenten Sendungen der ARD eine Einschränkung gegeben. Faktisch kann die ARD nach dieser Regelung ohne Kostenlimit und ohne inhaltliche Beschränkung (oder durch Anwendung von Grauzonen wie z.B. Product Placement) Produktionen jeglicher Art zu uneingeschränkten Kosten für das "Internet" produzieren, beauftragen oder einkaufen. Damit würde sich das Internet parallel zu den ausgestrahlten TV- und Radio-Sendungen/-Programmen entwickeln können ohne Programmbezug zum eigentlichen Auftrag von ARD.
12. Die Konkretisierung unter 3, wann ein Bezug besteht, sollte entfallen, da hier schon wieder Hintertüren offen gehalten werden.
13. §11 e (1): Die Satzungen sind nicht ODER sondern UND den Angeboten der ARD zu veröffentlichen.
Bei den zuvor aufgeführten Punkten fehlt die Konkretisierung, dass die Satzungen, Richtlinien, Konzepte, etc. INTERN und ohne EXTERNE kostenpflichtige Unterstützung ("Berater", etc.) erstellt werden. Idealerweise sollte EINE Satzung für alle ARD reichen.
14. (2): Konkretisierung, dass dieser Bereich ebenfalls zentral/dezentral auf allen Webseiten der ARD veröffentlicht wird und leicht aufzufinden ist.
15. §11 f (1): Eine konkrete Aussage, dass nicht-genutzte oder hinter den Erwartungen zurückliegende Angebote auch ersatzlos gestrichen, eingestellt und somit kostenneutral mit sofortiger/30-tätiger Frist aus dem Netz genommen werden, fehlt. Dieser Anspruch stellt sich an eine gebührenfinanzierte Telemedienanstalt.
16. (2) Eine Überprüfung durch die KEF ist insofern obsolet, da die Inhalte durch bestehende Redaktionen in einer neuerlichen Struktur eines z.B. "Newsrooms" oder einer "Zentralredaktion Internet" gebündelt und Kosten-effizienter ermöglichbar sind, als durch die Option, hier die GEZ-Gebühr-Höhe nach Belieben durch unnötige redundante Angebote quer durch alle Bereiche der ARD in die Höhe zu treiben. Sparpotential und Kostenbesinnung wird durch diese Formulierung nicht deutlich, ist aber dringend geboten, um eine Marktverzerrung und Monopol-Stellung der ARD zu vermeiden.

17. (3) "wesentlich" ist hier messbar zu quantifizieren, da sonst ein Persilschein vorliegt.
18. (4) Eine Begründung gegenüber dem zuständigen Gremium sollte für eine moderne Medienanstalt aber nicht der politisch überlaufende Rundfunkrat oder ähnliches darstellen sondern klare Aussagen, die der Markt spricht. Wird ein (neues) Angebot nur unter einer klar definierten relevanten Größe (z.B. Seitenaufrufe, Nutzungsdauer, Verweildauer, etc.) nicht genutzt, muss es umgehend eingestellt werden.
19. (6) diese Regelung sollte in Verweis auf vorstehendem Kommentar zu (4) gestrichen und durch Markt-relevante Kennzahlen ersetzt und entsprechend umgesetzt werden. Bis Anträge dem Gremium und seinen regelmäßigen Sitzungsterminen vorgelegt, abgestimmt und beschlossen sind erfolgt de facto eine Verschwendung von Gebührenmitteln zu Lasten der nicht unbedingt freiwilligen Zahler gegenüber einer Minderheit, die besagte Angebote nutzen.
20. (7) durch die Streichung entfällt eine klare Aussage, wo Änderungen mit welcher Frist zu veröffentlichen sind. Auch hier entsteht eine geplante Intransparenz, die ARD geschickt für sich auszunutzen weiß.
21. Anlage 4:
 1. Auch wenn das Internet Neuland ist, sollte sich ARD im klaren sein, dass die vorstehend von mir abgelehnten gebührenfinanzierten aber geplanten "social media Angebote" sehr wohl zu Diskussionen führen werden, die z.B. Punkt 4. Bewertungen entgegenlaufen und somit journalistisch eine Zensur der jeweiligen Kommentare durchgeführt werden muss. Dies ist miteinander nicht vereinbar.

Ich bitte, die von mir kommentierten Punkte kritisch gegen die vorliegende Version und die "versteckten" Argumente und Hintergedanken bei der Erstellung und Einarbeitung der Änderungen/Neuerungen zu prüfen und Anpassungen für Transparenz, Kosten und gegen Monopolstellung der ARD vorzunehmen. Als Vorschlag empfehle ich eine offene Diskussion und eine an "open source" angelehnte Diskussion mit direktem Schreibrecht auf dieses Dokument innerhalb der breiten Öffentlichkeit.

Viele Grüße
Steve Schutzbier