

Klemens Kindermann

## Zur Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland

### *Zusammenfassung*

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland sieht sich angesichts der immer schneller fortschreitenden Digitalisierung der Medien vor völlig neue Herausforderungen gestellt. Von manchen als Relikt einer vermeintlich „alten“ Medienwelt abgeschrieben, hat er doch gerade in jüngster Zeit eine erstaunliche Stärkung etwa durch das Bundesverfassungsgericht und durch die Einigung auf einen veränderten Telemedienauftrag erfahren, die dieser Beitrag herausarbeitet.

Die Herausforderung für die Öffentlich-Rechtlichen besteht nun darin, diesen Rückenwind zu nutzen: vor allem durch eine kluge Ansprache der Mediennutzenden, der von globalen, Daten sammelnden Medienkonzernen immer personalisierter beliefert wird. Gelingt es, Integrität und Unverwechselbarkeit in den digitalen Ausspielwegen zu transportieren, könnte sogar die goldene Stunde des öffentlich-rechtlichen Rundfunks schlagen.

### *Abstract*

Public service broadcasting (PSB) in Germany is facing entirely new challenges given the continuous progression of digitalization. A relic of a bygone media world to some, PSB has recently been strengthened by the Federal Constitutional Court on the one hand, by a new teleservices mandate given by the governors of the German Federal States on the other. Both will be the subjects of this article. To use this momentum is the vital challenge of the hour for public broadcasters: especially by addressing media users in an intelligent, smart manner, who are otherwise provided with ever more personalized content by global, data collecting media corporations. If we succeed in transporting integrity and uniqueness into our digital distribution channels, a favourable moment might arise for public service broadcasting.

Am 15. April 2019 brannte *Notre Dame* in Paris. ARD und ZDF entschieden, ihr Programm wegen des Brandes in der Kathedrale nicht zu öffnen und zogen damit sogleich heftige Kritik auf sich. „Millionen Menschen fiebern mit der Kirche Notre Dame in Paris“, twitterte etwa Nordrhein-Westfalens Ministerpräsident Armin Laschet. „Warum muss man CNN einschalten, während die ARD Tierfilme zeigt?“ (vgl. dpa 2019) Unbeschadet der Frage, ob eine Programmänderung in diesem Fall angezeigt war oder nicht, zeigt die Entrüstung vor allem eines: Das Einfordern von Orientierung wird noch immer zuallererst als Adressierung an die öffentlich-rechtlichen Sender verstanden.

Regelmäßig zeigen die Mediennutzungszahlen, dass in Krisensituationen die Zugriffe auf die Angebote der öffentlich-rechtlichen Programme, ob im Hörfunk, im Fernsehen oder auf den digitalen Auspielwegen, stark ansteigen.

Dahinter steht der Wunsch nach Vergewisserung und Verifizierung, nach Verlässlichkeit und Solidität in einer als unübersichtlich empfundenen Situation oder Entwicklung. Auch wenn es die Rund-um-die-Uhr-Angebote etlicher internationaler Nachrichtenangebote gibt, wie etwa die des US-amerikanischen Fernsehsenders CNN: Die Vergewisserung, das Verstehen des „Was ist“, verbunden mit der Inanspruchnahme vorgehaltener Kompetenz von unabhängigen Korrespondentinnen und Korrespondenten, Redakteurinnen und Redakteuren – diese Leistung und dieses Angebot werden in besonderer Weise vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk eingefordert. Die zeitgemäße Umsetzung dieser klaren Erwartung von Mediennutzer\*innen ist die große Chance des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Klug genutzt, eröffnet sie neue Kommunikationsräume und erschließt die Zielgruppen, die das öffentlich-rechtliche Angebot zukunftsfest machen.

## 1 Die Stärkung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland

Von Anfang an ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk von dem Versuch begleitet worden, ihn so stark wie möglich zu machen. Der Missbrauch des Rundfunks während der Zeit des Nationalsozialismus lehrte, ihn unabhängig auszugestalten, und zwar sowohl unabhängig vom Staat wie auch von der Privatwirtschaft. Eine unbestritten zentrale Rolle dabei spielte das Bundesverfassungsgericht, das seine Bestands- und Entwicklungsgarantie in mehreren Urteilen bestätigte, beginnend mit dem ersten Rundfunkurteil des Zweiten Senats vom 28. Februar 1961, das alle Bemühungen des Bundes, Einfluss auf das Fernsehen zu nehmen, stoppte und Rundfunk als föderalen Auftrag festschrieb. Im Jahr 2014 untermauerte das Bundesverfassungsgericht die Unabhängigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vom Staat im sogenannten „ZDF-Urteil“, wonach nur noch maximal ein Drittel der Gremienmitglieder von der Staatsbank gestellt werden dürfen.

Eine besondere Stärkung erfuhr der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland noch einmal im Jahr 2018. Überraschend einigten sich die

Ministerpräsidenten der Bundesländer am 14. Juni auf einen veränderten Telemedienauftrag für ARD, ZDF und Deutschlandradio, also auf Regeln, die für sie im Internet gelten sollen. Vorausgegangen war eine lange und heftige, in den Monaten zuvor auch mit großer Härte ausgetragene Debatte zwischen den Verlegern und den öffentlich-rechtlichen Häusern um die Frage der sogenannten Presseähnlichkeit, konkret: wie viel Text die beitragsfinanzierten öffentlich-rechtlichen Programme im Internet anbieten dürfen, etwa in der Tagesschau-App.

Was fast nach einem weiteren Gang nach Karlsruhe aussah – der Norddeutsche Rundfunk (NDR) legte im Januar 2018 Verfassungsbeschwerde gegen die im Einzelfall getroffene Feststellung des Bundesgerichtshofs (BGH) ein, wonach die Tagesschau-App presseähnlich und damit unzulässig sei –, endete in einem Kompromiss. Die Telemedienangebote der Öffentlich-Rechtlichen sind danach „im Schwerpunkt mittels Bewegtbild oder Ton zu gestalten, wobei Text nicht im Vordergrund stehen darf“ (Medienkorrespondenz 2018a, 23–24), wobei es substantielle Ausnahmen von diesem Grundsatz gibt (vgl. Medienkorrespondenz 2018a, 23–24; Medienkorrespondenz 2018b, 59). Strittige Fälle soll nun eine Schlichtungsstelle von Sendern und Verlagen prüfen. Aus Sicht von ARD, ZDF und Deutschlandradio ist die Aufhebung der sogenannten Sieben-Tage-Regel bedeutsam, wonach linear verbreitete Programmangebote grundsätzlich nur sieben Tage lang online verfügbar sind. Öffentlich-rechtliche Inhalte sind somit länger auffindbar – eine ganz wichtige Voraussetzung für die Präsenz in den digitalen Auspielwegen. Insgesamt ist die Einigung – auch wegen des Endes der öffentlichen Auseinandersetzung zwischen den öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern – als Stärkung für ARD, ZDF und Deutschlandradio anzusehen. Die eigentlichen Herausforderungen der sich wandelnden Medienwelt dürften mit dem seit dem 1. Mai 2019 in Kraft getretenen 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrag erheblich besser angegangen werden können.

Von anderer Seite – nicht weniger bedeutsam für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – wurden 2018 die finanziellen Grundlagen der Sender im Grundsatz bestätigt. Das Bundesverfassungsgericht urteilte am 18. Juli 2018, dass der Rundfunkbeitrag im Wesentlichen vereinbar mit dem Grundgesetz sei. Nur die Doppelbelastung bei Zweitwohnungen wurde von den Karlsruher Richtern beanstandet, bis Juni 2020 müsse dazu eine Neuregelung geschaffen werden. Die Kläger hatten argumentiert, der Beitrag sei eine Steuer,

die von den Ländern gar nicht erhoben werden dürfe (vgl. BVerfG 2018, Rn. 1–157).<sup>2</sup>

Mindestens ebenso wichtig wie die faktische Bestätigung der finanziellen Basis der Öffentlich-Rechtlichen sind die am 18. Juli vom Gericht gemachten weiteren Begründungen: Ihr Auftrag sei es, „ohne den Druck zu Marktgewinnen die Wirklichkeit unverzerrt darzustellen“. Die Karlsruher Richter betonten die Bedeutung einer Trennbarkeit von Fakten und Meinung und der Sicherheit bei der Glaubwürdigkeit von Quellen und Wertungen. Das Bundesverfassungsgericht gab den Auftrag der Öffentlich-Rechtlichen vor, „durch authentische, sorgfältig recherchierte Informationen, die Fakten und Meinungen auseinanderzuhalten, die Wirklichkeit nicht verzerrt darzustellen und das Sensationelle nicht in den Vordergrund zu rücken [...]“ (zit. nach Reuters 2018).

Karlsruhe stellte sich damit noch einmal in die große Tradition, die Hüterin des öffentlich-rechtlichen Rundfunksystems in Deutschland zu sein, mahnte dieses aber auch an, seinen Kernaufgaben nachzukommen. Ihr seid unverzichtbar, aber strengt Euch auch an – dieser Appell stand zwischen den Zeilen der Urteilsbegründung.

Nur wenige Wochen nach diesem Urteil, am 26. September 2018, stellte auch der Generalanwalt des Europäischen Gerichtshofs (EuGH), Campos Sanchez-Bordona, klar, dass die deutsche Rundfunkgebühr nach seiner Einschätzung nicht gegen EU-Recht verstoße. Der EuGH (vgl. 2018) folgte der Einschätzung des Generalanwalts am 13. Dezember 2018.

Obwohl 2018 noch Fragen offen blieben wie die der konkreten Finanzierungsausgestaltung für die nächsten Jahre<sup>3</sup>: Dass dieser wegweisenden Entscheidung der deutschen Verfassungsrichter auch noch Klarstellungen auf europäischer Ebene folgten, machte 2018 sozusagen zum Basis-Jahr für alle weiteren Kursbestimmungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland.

2 AZ: 1 BvR 1675/16, 1 BvR 981/17, 1 BvR 836/17, 1 BvR 745/17 – Rn. (1–157).

3 Bei Abschluss des Manuskripts waren die Beratungen dazu noch nicht abgeschlossen; die Rundfunkkommission der Länder sollte bis Juni 2019 einen Vorschlag vorlegen, nach welchem Modell die Beitragshöhe künftig bestimmt wird. Im Mittelpunkt der Überlegungen stand ein Indexmodell, wonach die Beitragsentwicklung unter anderem an die Preisentwicklung gekoppelt wäre.

## 2 Die neuen Herausforderungen

Als „Vierte Industrielle Revolution“ bezeichnet Klaus Schwab die Entwicklung, der sich die globale Wirtschaft derzeit stellen muss. Sie werde „[...] unsere Art zu leben, zu arbeiten und miteinander zu agieren, grundlegend verändern [...]“ (Schwab 2016, 9), so der Gründer des Weltwirtschaftsforums. Künstliche Intelligenz (KI), Robotik, Quantentechnik und die fortschreitende Digitalisierung und Vernetzung aller Lebensbereiche betreffen sämtliche Bereiche ökonomischen Handelns. Während sich die klassischen Sektoren der deutschen Industrie wie Automobilproduktion oder Maschinenbau erst in jüngerer Zeit mit den Herausforderungen von 3-D-Druck und automatisierter Sensorik auseinandersetzen, hat der Mediensektor – wenn man es positiv wenden möchte – den Vorzug, zu den ersten Branchen gehört zu haben, die sich dieser „Revolution“ stellen müssen. Die Digitalisierung hat hier bereits ganze Geschäftsmodelle erodieren lassen wie etwa den Vertrieb der gedruckten Zeitung. Es wurden neue Konzepte erdacht und entwickelt wie die Umstellung auf Digital-Abos. Damit alleine werden Verlage und Medienhäuser der Umwälzung einer digitalisierten und vernetzten Welt allerdings nicht beikommen. Denn ein Kennzeichen dieser Vierten Revolution ist es, dass sie ausgesprochen international ist: Ebenso wie absehbar ist, dass chinesische und amerikanische Internet-Technologie immer mehr die ökonomische Matrix in Europa und Deutschland bestimmen wird, ist bereits klar zu erkennen, dass Internet- und Medienkonzerne aus dem Ausland zunehmend die Medienlandschaft in Europa und Deutschland prägen werden.

Schon jetzt gibt es Interessen von US-Medienkonzernen wie Comcast oder Disney an der Übernahme oder Beteiligung an Medien in Europa. Streaming-Dienste wie Netflix aus Kalifornien, vor gerade mal 20 Jahren als Onlinevideothek gegründet, oder Amazon Video breiten sich auch hierzulande immer schneller aus. Gerade jüngere Mediennutzer\*innen sehen zunehmend zeitversetzt Netflix oder die Angebote von Plattformen wie YouTube. Während US-amerikanischen Wissens- und Datenkonzernen wie Google, Facebook, Amazon und Apple eine immer größere Rolle zukommt, schwächt sich die der europäischen und deutschen Medienindustrie immer mehr ab, wie aus der regelmäßig aktualisierten Datenbank des Kölner Instituts für Medien- und Kommunikationspolitik (IfM) abzulesen ist ([www.mediadb.eu](http://www.mediadb.eu)).

Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, selbst nicht in weltumspannenden Maßstäben tätig, sind diese Entwicklungen von höchster Relevanz. An die Stelle des über die Jahre sorgfältig austarierten dualen Systems von Privatrundfunk und öffentlich-rechtlichen Sendern treten neue Wettbewerber. Diese sind zwar auch nationalen Regulierungen unterworfen, wenn sie in Deutschland tätig werden. Aber hier spielt die Geschwindigkeit eine entscheidende Rolle: Die Anpassung an nationale Rechtsrahmen muss Schritt halten mit der sehr schnellen, oft innovativen Angebotsstruktur der neuen Akteure.<sup>4</sup> Das ist für die in Deutschland föderal geprägte Medienpolitik ein hoher Anspruch.

Noch viel entscheidender aber ist, dass die internationalen Digitalkonzerne völlig neue Geschäftsmodelle verwirklichen, die die Medienlandschaft auch in Deutschland verändern werden. Dass sie wegen ihrer hohen Marktmacht zunächst Einfluss auf Preise nehmen können, ihre Produkte billiger anbieten können als andere private Wettbewerber, ist nur der erste Schritt. Dies ist ein Markt, der möglicherweise noch nach nationalen kartellrechtlichen Maßstäben (Dumping) zu beurteilen und zu schützen ist. Was die Geschäftsmodelle der Digitalkonzerne allerdings wirklich von den bisherigen Medienmarkt-Teilnehmern unterscheidet, ist der Stellenwert der von ihnen gewonnenen Daten. Schon jetzt sind Unternehmen wie Facebook oder Amazon in der Lage, erhebliche Datenmengen in ihren Clouds zu aggregieren und aufzubereiten. Die Grenzen zwischen Medienunternehmung und Datenerhebung verschwimmen: Medienangebote werden zunehmend auch mit der kostenlosen Preisgabe von Daten als Bezahlung konsumiert werden.

Der Nutzen dieser Datensammlung für die Digitalkonzerne ist zweifach: Zum einen können die gewonnenen Daten verwertet werden, also für kommerzielle oder politische Interessen weiterverkauft werden. Zum anderen können die Mediennutzer\*innen für den künftigen Mediengebrauch viel zielgerichteter angesprochen werden. Maßgeschneidert werden Angebote direkt auf das Profil der Nutzer\*innen gegeben: Die entsprechenden Algorithmen werden schon jetzt immer schneller und präziser. Die Entwicklungen in der KI lassen vermuten, dass die Beeinflussung der Mediennutzung in Zukunft immer punktgenauer und „näher“ am Menschen sein wird.

4 Vgl. zu den Schwierigkeiten einer europäischen Regulierung umfassend Burggraf u. a. (2018).

Dabei ist zu beachten, dass das einfache Mediennutzungsmodell früherer Jahre bereits heute in Auflösung begriffen ist: das Sender-Empfänger-Prinzip, nach dem ein Medium Inhalte aussendet oder druckt, die dann einfach bei dem\*der Nutzer\*in verbleiben und diese\*r höchstens die Möglichkeit eines Leserbriefs oder einer Mail hat, um sich Gehör zu verschaffen. Die sozialen Medien haben dieses starre Einbahn-System bereits weitgehend aufgelöst: Die Diskurs-Fähigkeit Einzelner oder auch von Gruppen liefert bereits einen Raum der Interkommunikation, den kein Medienunternehmen meiden kann und sollte.

Diese neue Autonomie und Anschlussfähigkeit der Mediennutzenden ist allerdings in einen engen Zusammenhang mit der „Nähe“ des immer mehr Daten wissenden Medienunternehmens zu stellen. Wie frei ist der Mediennutzenden der Zukunft wirklich? Wie weit kann er\*sie wirklich sehen, wie hoch seinen\*ihren Kopf aus seiner\*ihrer eigenen Datenwolke herausstecken?

### 3 Die goldene Stunde der Öffentlich-Rechtlichen

Angesichts der beschriebenen Herausforderungen ernten die Öffentlich-Rechtlichen manchen mild-nachsichtigen Ton: Sind sie doch all‘ das nicht, was die vermeintlichen Schrittmacher künftiger Medienentwicklung zu bieten haben. Sie sind eben gerade nicht international aufgestellt, sondern etwa in Gestalt der verschiedenen Landesrundfunkanstalten ihren Regionen näher als der Weltkarte. Sie unterhalten keine riesigen Datenwolken und sie analysieren ihre Nutzer, wenn überhaupt, dann vordringlich dahingehend, dass sie die Reichweiten ihrer Sendungen und Programme zu ergründen versuchen. Am allerwenigsten haben sie ein innovatives Geschäftsmodell: Ihre Finanzierung liegt, abgesehen von den Erträgen aus dem eng begrenzten Werbefernsehen, nicht in ihrer Hand, sondern in der der Bürger\*innen und der Politik. Ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland also nicht mehr als ein scheinbar aus der Zeit gefallenes Relikt einer Medienlandschaft früherer Tage?

„Ein qualitätsvoller öffentlich-rechtlicher Rundfunk ist heute wichtiger denn je“, wendet der Historiker Norbert Frei ein, Leiter des Jena Center Geschichte des 20. Jahrhunderts. „Er sollte es seinen Gegnern nicht so ungeheuer leicht machen.“ (Frei 2019) Noch weitergehend ließe sich sagen: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk sollte sich mit seinen aktuellen Gegnern vielleicht gar nicht mehr abmühen, sondern

sich auf das ihm Eigene besinnen: die staatsferne und wirtschaftsferne Suche nach dem „Was ist“, die Analyse des Ganzen und nicht nur einiger Teile, die denkbar größte journalistische Unabhängigkeit, frei von jeglichen wirtschaftlichen und politischen Setzungen, die weltweit ihresgleichen sucht. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland sollte sich darauf besinnen, dass er eben gerade nicht nur bestimmten gesellschaftlichen Gruppen verpflichtet ist, sondern allen Bürger\*innen. Er ist damit Garant für eine funktionierende Demokratie und für diese unverzichtbar.

Was heißt das konkret? Zunächst einmal muss es darum gehen, die technische Erreichbarkeit der öffentlich-rechtlichen Angebote auch für die Zukunft sicherzustellen. Was sich einfach und selbstverständlich anhört, ist in Wahrheit eine höchst komplexe Leistung angesichts der oben beschriebenen sich wandelnden Medienstrukturen. Früher war es einfach wichtig, die nötigen Frequenzen und Sendemasten zu haben, um Fernsehen und Hörfunk verbreiten zu können. Das wird auch noch eine ganze Weile so bleiben. Je mehr allerdings die Mediennutzung in die digitalen Ausspielwege wechselt, desto bedeutsamer wird es für die öffentlich-rechtlichen Sender sein, dort mitzuhalten. Hier enden aber viele Möglichkeiten der Eigenverfügung: Es gibt im Netz keine reservierten Frequenzen oder Kanäle. Wohl aber gibt es den Wettbewerb um die beste Auffindbarkeit. Und den gilt es für ARD, ZDF und Deutschlandradio ständig zu bestreiten und das Angebot für die Zukunft auszubauen.

Die Voraussetzungen dafür sind gut. Denn die Öffentlich-Rechtlichen verfügen über starke Marken, die dem\*der Internet-Nutzer\*in eine schnelle und klare Orientierung bieten. Das mögen Sendungen sein („Tagesschau“) oder Programmnamen („Deutschlandfunk“). Angesichts der auch in Zukunft absehbar wachsenden digitalen Informationsangebote, die jederzeit und ständig verfügbar sind, werden starke Marken der Schlüssel zum angestrebten Erfolg: der starken Nutzung der Programminhalte.

ARD, ZDF und Deutschlandradio sind hier schon wichtige Schritte gegangen, indem sie immer mehr Ressourcen in ihre Mediatheken einbringen. Ein sich wiederholender Relaunch dieser Angebote in voraussehbar immer kürzeren Abständen wird auch in Zukunft Garant für eine starke Nutzung sein. Über Apps werden die Inhalte schon jetzt auf vielen Plattformen angeboten, auch daran wird weiter gearbeitet werden müssen.

Die Einigung mit den privaten Verlegern, mündend in der Einigung der Ministerpräsidenten der Bundesländer am 14. Juni 2018 auf einen



veränderten Telemedienauftrag für ARD, ZDF und Deutschlandradio, erweist sich für die öffentlich-rechtlichen Anbieter als wichtige Positionierung für die digitale Nutzung ihrer Inhalte. Dass nunmehr viele Beiträge erheblich länger zugänglich sind, ist ein entscheidender Vorteil im Wettbewerb um den Mediennutzer, der selbst zeitversetzt über die Inanspruchnahme von Inhalten entscheidet. Die größtmögliche Verfügbarmachung der Inhalte wird es den Öffentlich-Rechtlichen ermöglichen, den vernetzten und dialogischen Kommunikationsformen mit ihren neuen Entfaltungs-Logiken gerecht zu werden.

In die Richtung der gegenseitigen Vernetzung öffentlich-rechtlicher Angebote bei Wahrung der jeweiligen Programmidentitäten geht etwa der Vorschlag von ZDF-Intendant Thomas Bellut zur Zusammenarbeit bei der Präsentation auf Plattformen, wobei die jeweilige Erkennbarkeit von Sender bzw. Mediathek gewährleistet werden sollte (vgl. epd 2019). Der ARD-Vorsitzende Ulrich Wilhelm wirbt dafür, im Internet eine europäische Plattform für Qualitätsinhalte zu schaffen (vgl. epd 2018).

Ohne Verbündete werden die Öffentlich-Rechtlichen den künftigen Wettbewerb um die autonomen Mediennutzer\*innen allerdings nicht gewinnen. Diese sehen sich in der Welt der sozialen Netzwerke, getrieben durch die Algorithmen digitaler Großkonzerne, Medienangeboten gegenüber, die immer mehr auf sie zugeschnitten sind. Die Gefahr, dass diese personalisierten Profile schließlich zu Blasen führen, in denen andere Medienangebote ausgeblendet werden, ist schon jetzt real und politisch relevant. Die Aufgabe der Öffentlich-Rechtlichen muss es letztlich sein, auch in personalisierten Umgebungen präsent zu sein. Allianzen mit anderen Anbietern sind hier sicherlich ein Zukunftsweg. Das können die natürlichen Verbündeten, wie andere öffentlich-rechtliche Medien in Europa und auch darüber hinaus, sein.

Zu prüfen sind außerdem Kooperationen – wie etwa die fallweise bereits praktizierten mit Recherche-Netzwerken –, wobei hier von Anfang an sehr genau auf die Offenlegung aller für den\*die Nutzer\*in relevanten Informationen Wert gelegt werden muss: Werden diese Recherchen von Spenden finanziert? Oder sind sie auf kommerziellen Erfolg angelegt? Auch bei Kooperationen mit Akteuren aus dem öffentlichen Raum wie Behörden oder Stiftungen sind hohe Maßstäbe an Zweckmäßigkeit und Notwendigkeit ebenso wie an die Transparenz anzulegen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk kann und soll Podium und Ort der Debatte sein, er muss aber peinlich genau die eigenen Prinzipien der Staats- und Wirtschaftsferne beachten. So wird er integer und unverwechselbar bleiben,

die beiden wichtigsten Wettbewerbsvorteile in der digitalen Welt. Er sollte nicht auf andere schauen, die Zukunft nicht von Dritten erwarten, sondern die aktuell erfahrene Stärkung als Kairos, als günstigen Augenblick, wahrnehmen, vielleicht sogar als goldene Stunde des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

## Literatur

- Burggraf, Jürgen; Gerlach, Christine; Wiesner, Jan** (2018): Europäische Medienregulierung im Spannungsfeld zwischen EU- und mitgliedstaatlicher Kompetenz. In: *Media Perspektiven* vom 01. 10. 2018, 496–519.
- BVerfG – Bundesverfassungsgericht** (2018): Urteil vom 18. Juli 2018 (AZ: 1 BvR 1675/16, 1 BvR 981/17, 1 BvR 836/17, 1 BvR 745/17), online unter [https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/2018/07/rs20180718\\_1bvr167516.html](https://www.bundesverfassungsgericht.de/SharedDocs/Entscheidungen/DE/2018/07/rs20180718_1bvr167516.html), erstellt 18. 07. 2018/abgerufen 14. 05. 2019.
- dpa** (2019): Tierdoku statt Live-Bericht? – ARD und ZDF stehen in der Kritik. In: *dpa* 938 vom 16. 04. 2019.
- epd** (2019): ZDF-Intendant Bellut schlägt ARD Inhalte-Netzwerk vor. In: *epd Medien* vom 22. 03. 2019, 12–13.
- epd** (2018): Aktueller denn je – Ein epd-Gespräch mit dem ARD-Vorsitzenden Ulrich Wilhelm. In: *epd Medien* vom 12. 10. 2018, 3–10.
- EuGH – Europäischer Gerichtshof** (2018): Urteil des Gerichtshofs (Vierte Kammer) vom 13. Dezember 2018 (AZ: C492/17), online unter <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=208961&pageIndex=0&doclang=DE&mode=req&dir=&occ=first&part=1>, erstellt 13. 12. 2018/abgerufen 14. 05. 2019.
- Frei, Norbert** (2019): Rahmungen. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 01. 03. 2019, 5.
- Medienkorrespondenz** (2018a): Neuer Telemedienauftrag für öffentlich-rechtliche Anstalten. In: *Medienkorrespondenz* vom 29. 06. 2018, 23–24.
- Medienkorrespondenz** (2018b): Information zur Pressekonferenz am 14. Juni 2018: Eckpunkte des 22. Rundfunkänderungsstaatsvertrages („Telemedienauftrag“). In: *Medienkorrespondenz* vom 29. 06. 2018, 59.
- Reuters** (2018): Rundfunkbeitrag bleibt – Ausnahme für Zweitwohnungen, online unter <https://de.reuters.com/article/deutschland-rundfunkbeitrag-idDEKBN1K8oSP>, erstellt 18. 07. 2018/abgerufen 14. 05. 2019.
- Schwab, Klaus** (2016): *Die Vierte Industrielle Revolution*. München: Pantheon.

## Über den Autor

*Klemens Kindermann* leitet die Abteilung Wirtschaft und Gesellschaft des Deutschlandfunks und ist stv. Chefredakteur. Email: [Klemens.Kindermann@deutschlandradio.de](mailto:Klemens.Kindermann@deutschlandradio.de)