

- > ZDF-Fernsehrat stimmt dem veränderten Telemedienkonzept des Intendanten zu
- > ZDF hat inzwischen 110.000 Online-Dokumente gelöscht
- > Hauptstreitpunkt beim Drei-Stufen-Test waren Verweildauer und Presseähnlichkeit von Angeboten

„Das Internetangebot des ZDF hat sich in den zurückliegenden Monaten verändert“

- > Interview mit Anja Stahmann, stellvertretende Vorsitzende des ZDF-Fernsehrates, stellv. Fraktionsvorsitzende vom Bündnis 90/ Die Grünen in der Bremischen Bürgerschaft



> Anja Stahmann

Geboren 1967
Diplom-Sozialwirtin und Theaterpädagogin
Seit 1999 Mitglied der Bremischen Bürgerschaft,
stellvertretende Fraktionsvorsitzende der Fraktion
Bündnis90/ Die Grünen
Seit 2007 Mitglied im ZDF-Fernsehrat
stellvertretende Vorsitzende des Fernsehrates und
stellvertretende Vorsitzende der Projektgruppe
Telemedien

Der ZDF-Fernsehrat hat die Telemedienkonzepte von ZDF, 3sat und Phoenix genehmigt. Das Gremium stellte fest, dass die Telemedienangebote die Voraussetzungen des Rundfunkstaatsvertrags erfüllen und vom öffentlich-rechtlichen Auftrag umfasst sind. Grundlage für die Entscheidungen des Fernsehrates waren die im Mai aktualisierten Fassungen der entsprechenden Telemedienkonzepte, die auf Empfehlung des Gremiums in wesentlichen Teilen geändert worden waren. Dazu gehörten vor allem detailliertere Beschreibungen zur Qualität der Angebote, des finanziellen Aufwands sowie konkretisierende Angaben zu Subdomains, Programmführern und Digitalkanälen. Auf Veränderungen hatte der Fernsehrat schließlich ebenfalls beim so genannten Verweildauerkonzept hingewirkt.

promedia: Frau Stahmann, der ZDF-Fernsehrat hat das Telemedienkonzept bestätigt. Sind Sie mit dem Ergebnis zufrieden?

Stahmann: Ich bin mit dem Verlauf des Verfahrens sehr zufrieden. Der Drei-Stufen-Test war sehr zeit- und arbeitsaufwendig und hat die Fernsehräte vor Herausforderungen gestellt. Wir haben Neuland betreten. Es war aber auch interessant, weil wir aktiv einen Prozess gestalten konnten: Unsere federführende Projektgruppe Telemedien hat einen Workshop zu Thema „Qualität im Netz“ für den Fernsehrat als Einstieg in das Thema organisiert; daraus hat sich der Fernsehrat ein praktikables Prüfungsraster für die Qualität von Telemedienangeboten erarbeitet. Wir haben externe Gutachten zu den

marktlichen Auswirkungen angefordert; und haben eine öffentliche Expertenkonsultation organisiert. Wir hatten den Auftrag zu untersuchen, ob das Angebot den demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnissen der Gesellschaft entspricht, und zu überprüfen, ob das Angebot in qualitativer Hinsicht zum publizistischen Wettbewerb beiträgt, sowie, wie hoch der finanzielle Aufwand ist. Es war ein erheblicher Arbeitsaufwand, der sich jedoch gelohnt hat. Jetzt steht alles auf sicherem Boden und das ZDF hat Planungssicherheit.

promedia: Sie haben an der ursprünglichen Vorlage des Intendanten einiges geändert. Was wurde vor allem geändert?

Stahmann: Insgesamt hatten wir dem Intendanten nach der Erörterung der ersten Fassung des Telemedienkonzepts und den eingegangenen Stellungnahmen 17 Punkte für Nachbesserungen und Konkretisierungen aufgegeben. Einer der Hauptpunkte war die Verweildauer. Auch das Thema Subdomains, wovon das ZDF sehr viele hat, war ein Punkt. Wir hatten uns auch mit EPGs sowie Youtube beschäftigt: Ist das nur ein zusätzlicher Verbreitungsweg oder welche Form nimmt es mittlerweile an? Wir haben das Angebot des ZDF auf Youtube genau geprüft, und hatten keine Einwände, weil es ein zusätzlicher Verbreitungsweg ist. Dem Gebührenzahler entstehen keine zusätzlichen Kosten. Es ist aber wichtig, um auch junge Leute zu erreichen.

promedia: Der Intendant hatte ein sehr differenziertes Verweildauerkonzept vorgelegt. Warum haben Sie die Verweildauer reduziert?

Stahmann: Bei Reihen und Serien ohne feststehendem Ende wurde die Verweildauer auf maximal drei Monate nach Ausstrahlung begrenzt. Nach dem ursprünglichen Telemedienkonzept des ZDF wären alle Folge online abrufbar geblieben, solange die Serie im Fernsehen ausgestrahlt worden wäre, also quasi unbegrenzt. Es gibt Vorgaben und Beschränkungen, die uns der Staatsvertrag aufgegeben hat. Die mussten wir erst einmal so umsetzen. Wir haben sehr kontrovers über die Sieben-Tage-Regelung gesprochen. Einerseits erwarten die Gebührenzahler, dass bezahlte Inhalte möglichst lange und gut auffindbar im Netz bleiben. Andererseits stehen einer unbegrenzten Verweildauer die Interessen der Produzenten oder der anderen kommerziellen Inhalteanbieter gegenüber. Die Diskussion ist an der Stelle meiner Meinung nach noch nicht abgeschlossen. Wir haben einen Kompromiss gefunden. Ob er tragfähig ist oder nicht, muss sich noch zeigen.

Gerade die jüngeren Mitglieder des Fernsehrates waren in der kontroversen Diskussion der Meinung, dass es sich um ein öffentliches Archiv handele, das bereits von den Gebühren bezahlt ist. Andererseits verkaufen Unternehmen ihre Serien als DVDs und machen hier wirtschaftliche Nachteile geltend.

promedia: Welche Konsequenzen hat das jetzt genehmigte Telemedienkonzept für die Onlineangebote des ZDF?

Stahmann: Beim ZDF wurden inzwischen über 110.000 Dokumente gelöscht. Die Begrenzung der Verweildauer führt dazu, dass bei ZDF.de 75 Prozent der Artikel gelöscht wurden. Bei heute.de wurden 91 Prozent gelöscht. Deshalb werden jetzt auch in der Öffentlichkeit kritische Stimmen laut, wie beispielsweise wenn jemand etwas zum Thema Schulreform sucht, aber nichts mehr findet. Das ist auch ein Punkt, mit dem sich die Räte noch einmal auseinandersetzen müssen. Es gibt auch eine Verantwortlichkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks für das öffentliche Gedächtnis oder für öffentlich zugängliche Archive, die valide Daten und Fakten liefern.

promedia: Solange der Gesetzgeber im 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag nichts ändert, wird sich hier aber nichts ändern...

Stahmann: Nein, aber man kann das Bewusstsein dafür schärfen, dass es bei der Novellierung des Staatsvertrags zu Änderungen kommen sollte. Der Fernsehrat wird das Verfahren nun evaluieren und sehen, welche Optimierungsmöglichkeiten sich hieraus ableiten lassen. Es sind auch Stimmen laut geworden, die gesagt haben, dass sie eine solche Radikalität beim Löschen von Inhalten von den Öffentlich-Rechtlichen nie gefordert hätten. Wir haben darüber intensiv innerhalb der Gremien diskutiert, in denen auch die Zeitungs- und Zeitschriftenverleger vertreten sind. Sowohl in der Projektgruppe als auch im Fernsehrat hatten wir die Diskussion mit den Verlegerverbänden zu jeder Zeit und jeder Stunde. Und wie man aus den Reaktionen der letzten Tage sieht, ist sie mit dem Drei-Stufen-Test zum Telemedienbestand nicht abgeschlossen.

promedia: Warum kämpfen Sie darum, dass das Archiv wieder umfangreicher wird?

Stahmann: Die Welt wird komplexer und gerade jüngere Menschen suchen immer häufiger Informationen im Internet. ARD und ZDF sind eine gute Adresse, um verlässliche und glaubwürdige Inhalte zu finden, die auch politische Entwicklungsprozesse über längere Zeiträume widerspiegeln. Jemand, der sich mit dem Thema der Ölkatastrophe im Golf von Mexiko beschäftigt, hat auch ein Interesse zu sehen, ob

es schon mal eine Ölkatastrophe gab, wie groß die war und wie die Verantwortlichen zur Rechenschaft gezogen wurden. Es ist wichtig, dass solche Informationen auch für spätere Recherchen erhalten bleiben.

promedia: Das eine sind die Inhalte, das andere die Verbreitungswege. Auch hier gab es in den letzten Monaten Kritik der Verleger. Sehen sie irgendwelche Beschränkungen?

Stahmann: Die Öffentlich-Rechtlichen müssen im Internet vertreten sein und Inhalte für mobile Empfangsgeräte anbieten, sonst sind sie bei der jüngeren Generation abgemeldet. Dass ARD und ZDF Orientierung in einer immer komplexer werdenden Welt liefern, ist wichtig. Immer mehr Menschen informieren sich über das iPhone oder über Facebook. Zeitungen wie die Süddeutsche Zeitung gehen mittlerweile in solche sozialen Netzwerke und speisen Inhalte ein. Da müssen auch die Öffentlich-Rechtlichen vertreten sein.

promedia: Wo gab es innerhalb des Fernsehrates im Diskussionsprozess um das Telemedienkonzept die größten Kontroversen?

Stahmann: Die kontroverseste Frage war die der Auslegung des Verbots nicht-sendungsbezogener presseähnlicher Angebote. Die Hauptfrage war, was „presseähnlich“ ist, insbesondere bei dem Angebot heute.de? Es wurde erörtert, ob bei der Frage der Presseähnlichkeit Onlineangebote der Verlage oder gedruckter Zeitungen und Zeitschriften als Vergleichsmaßstab herangezogen werden müssen. Außerdem haben wir erörtert, ob die Presseähnlichkeit auf der Ebene von Angeboten oder auch für einzelne Beiträge bzw. Seiten zu prüfen ist. Wir haben extra noch einmal ein juristisches Kurzgutachten zu der Frage des unbestimmten Rechtsbegriffs in Auftrag gegeben. Als Ergebnis hat der Fernsehrat dem Intendanten zur Pflicht gemacht, nicht-sendungsbezogene Angebote mit umfangreichen Texten besonders zu begründen. Das Internetangebot des ZDF hat sich in den zurückliegenden Monaten hier stark verändert. Es wird nunmehr von multimedialen Elementen wie Bewegtbild und Verlinkungen, dominiert und von Texten ergänzt. Also es handelt sich, bei den ZDF-Angeboten, die heute noch im Netz sind, nicht um presseähnliche Angebote, wie es von den Verlegern immer wieder behauptet wird.

promedia: Sie haben auch Gutachten zu den marktwirtschaftlichen Auswirkungen eingeholt. Welche Bedeutung hatte das?

Stahmann: Wir hätten gedacht, dass die Onlineangebote von ARD und ZDF größere marktliche Auswirkungen haben würden. Die Gutachter haben festgestellt, dass diese Aus-

wirkungen eher im Mikrobereich liegen und alle Seiten vom Werbekuchen gleiche Anteile abbekommen. Das ist eine Frage, die die Zeitungs- und Zeitschriftenverleger zu Recht beschäftigt. Wir haben uns deshalb in einen Abwägungsprozess begeben. Bei der Abwägung galt die Maßgabe: Je stärker die marktlichen Auswirkungen, desto höher muss die publizistische Qualität sein, und umgekehrt. Die ZDF-Angebote dürfen zwar marktliche Auswirkungen haben, das muss aber durch die Qualität des Angebots gerechtfertigt sein.

promedia: Die Verleger behaupten, dass die Onlineangebote von ARD und ZDF neue Geschäftsmodelle unmöglich machen würden. Entspricht das Ihrer Erfahrungen?

Stahmann: Kein „Spiegel“, keine FAZ oder „Bunte“ wird weniger verkaufen, weil es den Onlineauftritt des ZDF gibt. Es wäre deshalb gut, wenn die Verleger verbal abrüsten und das Kriegsbeil begraben. Wir haben mit dem Drei-Stufen-Test geprüft, ob das Angebot den Markt verzerrt und haben festgestellt, dass dies nicht der Fall ist. Den Kritikern haben wir die Möglichkeit gegeben ihre Befürchtungen im Verfahren einzuspeisen. Das haben wir sehr ernst genommen, auch mit einer vom Fernsehrat einberufenen Expertenkonsultation, die eigentlich beim Drei-Stufen-Test nicht vorgesehen ist. Wenn die Verleger immer von Geschäftsmodellen ausgehen, die noch nicht existieren, ist das unseriös. Insbesondere weil Auswirkungen auf diese von niemandem überprüft werden können. Wenn es solche Geschäftsmodelle gibt, sind die Fernsehrate natürlich gefragt, genau zu prüfen und gegebenenfalls das Verfahren wieder zu eröffnen. Deswegen hat der Fernsehrat beschlossen, dass die Projektgruppe fortbesteht und das als Thema auf der Tagesordnung bleibt.

promedia: Es gibt von den privaten Sendern und den Verlegern jüngst die Forderung, den 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zu novellieren, den Onlineauftritt zu konkretisieren und noch mehr zu beschränken...

Stahmann: Ich würde als Gegenfrage stellen, wie der Onlineauftrag noch weiter konkretisiert werden sollte. Der Gesetzgeber kann den Sendern aus verfassungsrechtlichen Gründen nicht bis zu den einzelnen Angeboten Vorschriften machen. Das würde in die Programmautonomie der Sender eingreifen. Auch haben der Drei-Stufen-Test und das Verfahren gezeigt, dass der Fernsehrat in der Lage ist, seiner gesetzlich vorgegebenen Aufgabe nachzukommen. Die Fernsehrate haben gezeigt, dass sie mit großer Ernsthaftigkeit den Ball von der Politik aufgenommen haben. Der Fernsehrat hat meiner Ansicht nach die Nagelprobe bestanden. (HH)