

„Es ist ein neues Denken auf vielen Seiten notwendig“

Thüringen fordert Veränderung der „Ressourcenverteilung“ in der ARD, für mehr regionale und lokale Berichterstattung

Interview mit Malte Krückels (Die Linke), Staatssekretär für Medien Thüringens und Bevollmächtigter beim Bund



Malte Krückels
Geboren: 1968
1989 - 1996 Studium u.a. Germanistik, Film- und Fernsehwissenschaften
1998 - 2001 Wissenschaftlicher Mitarbeiter
2001 - 2005 Wissenschaftsverlag der Autoren
2006 „Grimme Online Award“
2007 - 2009 und 2011 - 2014 Referent der Linken-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus
2009 - 2011 Berliner Senatskanzlei
Seit 2014 Staatssekretär für Medien in Thüringen

Der Auftrag der Ministerpräsidentenkonferenz aus dem Jahre 2016 „war bewusst kooperativ gefasst“, so Thüringens Medien-Staatssekretär Malte Krückels in einem promedia-Gespräch. Darin sei betont worden, „dass die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner Finanzierung nur durch entschlossene Reformschritte durch Länder und Anstalten gesichert werden könne“. Wenn die Sender keine Vorschläge für die Veränderung des Auftrages vorlegten, würden sie sich eigener Gestaltungsmöglichkeiten vergeben. Krückels drängte auf weitere Einsparungen und Strukturveränderungen, da nur so Ressourcen für lokale und regionale Berichterstattung zu gewinnen seien. „Ein Feld, dessen Bedeutung aufgrund der Reduzierung anderer Medienangebote in der Fläche eher steigen als abnehmen wird.“ Auch Thüringen zeigt sich skeptisch gegenüber einem weiteren Verbot der Presseähnlichkeit: „Wenn es keinen neuen Telemedienauftrag gibt, dann gelten die Leitplanken des Urteils des OLG Köln.“ Das bedeutet, dass Texte und Standbilder bei der Gestaltung der Online-Seiten nicht „im Vordergrund“ stehen dürften. Der NDR hat gegen diese Entscheidung vom Oktober 2016 eine Nichtzulassungsbeschwerde beim BGH eingelegt.

promedia: Herr Krückels, die Länder haben es im dritten Anlauf nicht geschafft, den veränderten Telemedienauftrag zu verabschieden. Warum ist der Streit um die „Presseähnlichkeit“ der Telemedienangebote des öffentlich-rechtlichen Rundfunks so fundamental wichtig für diesen Auftrag, zumal selbst die Presse online immer weniger presseähnlich ist?

Krückels: Offline ist die Presse aber immer noch sehr presseähnlich und wird es hoffentlich bleiben. Dass die Presse „ähnliche“, öffentlich-rechtlich finanzierte Angebote nicht nur in Druckform ablehnt, sondern auch online, ist der – meiner Ansicht nach zu verengten – Wahrnehmung der Wettbewerbssituation geschuldet. Wir meinen, dass

ein moderner und zukunftsgerechter Telemedienauftrag für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen wesentlichen Baustein für seine Digitalstrategie darstellt. Akzeptanz und Relevanz eines deutschen Public-Service-Angebotes sind beim Beitragszahler insbesondere auch mit einem klugen Telemedienauftrag verbunden.

promedia: Wäre es sehr dramatisch, wenn es zu keiner Einigung käme? Die Sender bauen auch so ihre digitalen Angebote weiter aus und verlängern die Einstellzeiten von Beiträgen in den Mediatheken?

Krückels: Ich würde mich freuen, wenn es uns im Sommer gelänge, den „gordischen Knoten“ durchzuschlagen und im Kontext

der weiteren Regelungen zum Rundfunkbegriff, den Intermediären und zur Plattformregulierung einen neuen und präzisen Telemedienauftrag zu formulieren, der auch ein umfassendes Angebot für die Mediatheken sichert. Gelingt es uns nicht, ist die Situation nicht dramatisch, jedoch wäre leider eine gestalterische Gesetzgebungschance vergeben. Oder kurz gesagt: Wenn es keinen neuen Telemedienauftrag gibt, dann gelten die Leitplanken des Urteils des OLG Köln.

promedia: Die Länder haben die öffentlich-rechtlichen Sender aufgefordert, bis 20. April Erläuterungen zur zukunftsfähigen Gestaltung des Auftrags zugeben. Warum? Ist die

Definition des Auftrags nicht Sache der Länder?

Krückels: Der MPK-Auftrag aus dem Jahre 2016 war bewusst kooperativ gefasst. Darin wurde betont, dass die Akzeptanz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und seiner Finanzierung nur durch entschlossene Reformschritte durch Länder und Anstalten gesichert werden könne. Hierzu gehörten – so heißt es im damaligen Beschluss der Ministerpräsidentinnen und Ministerpräsidenten weiter – grundlegende strukturelle Veränderungen und die zukunftsfähige Ausgestaltung des Auftrags unter Wahrung der Programmautonomie. Dies wurde bewusst so formuliert, denn die Länder haben zwar einen weiten Gestaltungsspielraum bei der Ausgestaltung des Auftrags, sie sind sich dabei aber der Sensibilität der weitreichenden Entscheidungen bewusst.

promedia: Wenn von den Sendern keine Vorschläge kommen, wonach es aussieht, wird es dennoch eine Modifizierung des Auftrages geben?

Krückels: Noch haben ARD, ZDF und Deutschlandradio die Möglichkeit, in den als ‚Auftrag und Strukturoptimierung‘ bekannten Prozess eigene Vorstellungen über den künftigen Umfang und also auch über die Grenzen ihres Auftrags einzubringen. Wenn sie dies weiterhin nicht tun, vergeben sie eigene Gestaltungsmöglichkeiten; denn dann werden die Länder allein zu überlegen haben, wie der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks so modifiziert werden kann, dass seine Akzeptanz nicht grundlegend in Gefahr gerät, sondern für die Zukunft gesichert bleibt. Ich denke, dass sich in dieser Bewertung dann die Ländergemeinschaft einig ist.

promedia: Wo müsste und könnte nach Ihrer Meinung der Auftrag verändert werden?

Krückels: Hier gibt es aus Sicht Thüringens klare und vergleichsweise einfache Antworten. Es geht im Kern um den Abbau von Doppel- und Mehrfachstrukturen auch in den redaktionellen Bereichen. Das führt dann zwangsläufig auch zu Veränderungen der gesamten Ressourcenverteilungen, besonders in der ARD. Nur so gewinnen wir Ressourcen für lokale und regionale Berichterstattung – ein Feld, dessen Bedeutung aufgrund der Reduzierung anderer Medienangebote in der Fläche eher steigen als abnehmen wird.

Unabhängig von der Ausgestaltung des Auftrags sind aber auch die Strukturdiskussionen noch nicht an einem guten Ziel angelangt. Aus unserer Sicht bleibt es weiterhin angezeigt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der ja über allgemeine Beiträge finanziert wird, sich in den Berei-

chen Gehaltsstruktur und Altersversorgung an anderen Bereichen, die öffentlich finanziert werden, orientiert. Der Tarifvertrag für den Öffentlichen Dienst ist dafür die Leitplanke. Allein schon mit Blick auf die gesamtgesellschaftliche Akzeptanz eines öffentlich-rechtlichen Grundversorgungsangebotes mit einer Finanzierungs- und Entwicklungsgarantie, vulgo „Public Service“, ist ein neues Denken auf vielen Seiten notwendig.

promedia: Spätestens im Oktober müssten, Veränderungen des Auftrages für die KEF-Anmeldung vorliegen. Ist das noch zu schaffen?

Krückels: Sie haben Recht: Die Zeit ist knapp. Aber mit Blick auf unseren bisherigen kooperativen Diskurs bin ich bis zum Beweis des Gegenteils positiv gestimmt, dass sich gute Lösungen finden lassen werden.

promedia: Halten Sie eine Beitragsstabilität ohne Veränderung des Auftrages noch für realistisch?

Krückels: Um mit den Worten von Herrn Prof. Hoff, Thüringer Minister für Kultur, Bundes- und Europaangelegenheiten und Chef der Staatskanzlei, aus Ihrem Heft Nr. 9/2017 zu antworten: Es stellt sich für die Medienpolitik die Frage, ob die Beitragsstabilität „absolut“, „relativ“ oder „gelernt“ gedacht und interpretiert wird. Dennoch ist klar: Die Finanzierung des öffentlichen Guts „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Deutschland“ wird am auch Akzeptanzfaktor beim Beitragszahler gemessen werden. Und das werden auch genau die Diskussionen sein, die in den Landtagen geführt werden, wenn es mögliche Beitragserhöhungen geht.

promedia: Eine große Mehrheit hat in der Schweiz die Abschaffung des Rundfunkbeitrages abgelehnt. Ergeben sich dennoch aus der No-Billag-Initiative Schlussfolgerungen für Deutschland?

Krückels: Die Entscheidung der schweizerischen Bürgerinnen und Bürger vom 4. März 2018 zur Beibehaltung der dortigen Rundfunkgebühren (Ablehnung der „No-Billag-Initiative“) hat für Deutschland zwar keine unmittelbare Bedeutung. Doch sollte sie Mahnung und Ansporn sein, die Akzeptanz für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und seine Finanzierung in Deutschland zu erhöhen. Die Schweizerinnen und Schweizer haben Weitsicht bewiesen und sich für den Erhalt der Medienvielfalt in ihrem Land entschieden. Andererseits zeigt diese Volksabstimmung, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der Rundfunkbeitrag und seine Höhe hinterfragbar sind. ■

Fernsehnutzung nur bei Älteren stabil

Die klassische Fernsehnutzung in Deutschland bleibt trotz des Wettbewerbs mit anderen Medienangeboten wie vor allem dem Internet im langfristigen Vergleich insgesamt stabil. Das geht aus einer Untersuchung der „Media Perspektiven“ hervor. Demnach hat jeder Bundesbürger im vergangenen Jahr täglich 221 Minuten mit Fernsehen verbracht. Die längste Zeit wurde 2011 mit 225 Minuten erreicht, 2016 waren es 223 Minuten - so viel wie auch 2015.. „Die Differenz zwischen den Generationen bei der klassischen Fernsehnutzung wächst zusehends“, stellen die Autoren der Studie fest. Der bereits zuvor beobachtete Trend, dass Jugendliche und junge Erwachsene zwar insgesamt nicht seltener Bewegtbilder verfolgen als früher, sie aber verstärkt auch alternative Anbieter und Vertriebswege wie Internet- und Streamingplattformen nutzen, vertieft sich. So kommen die 14- bis 29-Jährigen nur noch auf täglich 94 Fernsehminuten, während die über 60-Jährigen 248 Minuten vor dem Fernseher verbringen. Bei den Jüngeren, deren TV-Konsum seit 2011 kontinuierlich sinkt, kommen dafür täglich 53 Minuten für Streamingdienste und YouTube dazu, die von der Generation 60plus derzeit noch wenig genutzt werden. Der Sender mit der größten Reichweite war 2017 erneut das ZDF vor der ARD und RTL. Das ZDF konnte dabei seinen Marktanteil halten, die anderen großen Programme gaben hingegen Anteile an kleinere Sender ab. Vor allem der Sparten-sender ZDFneo steigerte seine Reichweite von einem Prozent in 2013 auf zuletzt 2,9 Prozent. Mit 1,1 Prozent Marktanteil konnte aber auch der erst 2016 gestartete Sender RTLplus deutlich zulegen, wird in der Studie konstatiert.

Betrachtet man, welche Genres im Fernsehen genutzt werden, zeigt sich, dass der Fernsehkonsum gleichermaßen durch Informationssendungen und fiktionale Unterhaltung geprägt wird, die jeweils rund 30 Prozent der Fernsehnutzung abdecken. Sportsendungen kommen auf sechs Prozent und liegen damit um einen Prozentpunkt hinter Werbung und Teleshopping. Show, Entertainment und Reality-TV bringen es addiert auf 20 Prozent Marktanteil.

Die meistgesehene Sendung des Jahres war das von fünf Sendern gleichzeitig übertragene TV-Duell zur Bundestagswahl, das 16,30 Millionen Zuschauer erreichte. Ansonsten führten erneut Fußball-Live-Übertragungen und „Tatort“-Krimis die Rankings an. ■