

Einstimmig beschlossen in der Konferenz der Gremienvorsitzenden am 27. November 2001

Zum Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks – eine medienpolitische Standortbestimmung der Gremienvorsitzenden der ARD

Die medienpolitische Diskussion in Deutschland wird derzeit wieder verstärkt von Forderungen nach klarer Definition des öffentlich-rechtlichen Auftrags bestimmt mit dem Ziel, öffentlich-rechtliche und privatwirtschaftliche Betätigungen eindeutig voneinander abgrenzen zu können. Begründet werden diese Forderungen mit den Bestrebungen der EU-Kommission, ihr Verständnis von staatlichen Beihilfen und damit die einschlägigen Normen des EG-Vertrags sowie die in Richtlinien niedergelegten Anforderungen an Transparenz und Verhältnismäßigkeit auf den sehr unterschiedlich gestalteten öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Europa anzuwenden und auf dieser Grundlage seinen Handlungs- und Finanzierungsspielraum auf Übereinstimmung mit den Binnenmarktprinzipien zu überprüfen.

Festzuhalten ist: **Die gesetzlich festgelegten und verfassungsrechtlich überprüften Rahmenbedingungen des deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunks erlauben ausdrücklich auch eine aufgabenorientierte bzw. der Aufgabenerfüllung dienende wirtschaftliche Betätigung der Sender. In einem dualen System muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk funktionstüchtig und wettbewerbsfähig sein.** Nur so kann er die ihm zugeschriebenen wichtigen Funktionen für die demokratische Ordnung erfüllen und seine kulturelle Verantwortung wahrnehmen. Diese vom Bundesverfassungsgericht aus dem „klassischen Auftrag“ des öffentlich-rechtlichen Rundfunks entwickelten Aufgaben, pluralistische Meinungsbildung und kulturelle Vielfalt zu gewährleisten und eine umfassende, entwicklungs offene Grundversorgung mit Programmen und Diensten sowie eine Teilhabe an gesellschaftlicher Kommunikation sicherzustellen, sind in den bestehenden Rechtsgrundlagen hinreichend beschrieben. Bewährt hat sich auch die damit verbundene Freiheit der Rundfunkanstalten, im Rahmen ihres Selbstverwaltungsrechts aufgrund professioneller Maßstäbe selbst zu entscheiden, wie sie ihren Auftrag erfüllen und welche Mittel sie dazu einsetzen.

Die Gremienvorsitzenden sind mit den Ministerpräsidenten der Auffassung, dass die EU-Transparenzrichtlinie auf den deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht anzuwenden ist. Rundfunkgebühren sind keine „staatlichen Beihilfen“ im Sinne des EU-Rechts, sondern vielmehr eine Bürgerfinanzierung von gesellschaftlicher Infrastruktur.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist nicht zuletzt aufgrund seiner Finanzierung aus Rundfunkgebühren ein gesellschaftliches Gut. Um den umfassenden öffentlich-rechtlichen

Auftrag mit seinen Leistungen für die in einer Demokratie unerlässlichen pluralen Meinungsbildung sowie für Bildung und Kultur auch in Zukunft erfüllen zu können, bedarf es weiterhin einer Finanzierung aus Rundfunkgebühren auf breiter gesellschaftlicher Basis.

Die Gremienvorsitzenden stellen fest:

1. Vorbildfunktion in Europa

Dem deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunk kommt mit seinem gesetzlich definierten Aufgabenkatalog, einer Mischfinanzierung mit relativ geringem Ertragsanteil aus Werbung und Sponsoring, der Finanzbedarfsfeststellung durch eine sachverständige Kontrollinstanz und einem demokratisch organisierten Aufsichtssystem eine **Vorbildfunktion** innerhalb Europas zu. Die in Rundfunk-Staatsverträgen sowie in Rundfunkgesetzen und Bundesverfassungsgerichtsurteilen niedergelegten Rahmenbedingungen sind „europafest“.

2. Beteiligungen sind ein wichtiger Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrags

Das im Rahmen der Wahrnehmung des Programmauftrags entstandene und marktorientiert ausdifferenzierte Netzwerk des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Gemeinschaftsunternehmen und anstaltsindividuellen Mehr- und Minderheitsbeteiligungen in rundfunkrelevanten Branchen wie Werbung, Rechtehandel, Film- und Fernsehproduktionen sowie Technik ist ein **wichtiger Bestandteil des öffentlich-rechtlichen Auftrags**. Es sichert die Wettbewerbsfähigkeit in einem durch scharfe Konkurrenz geprägten dualen System. Die unternehmerische Betätigung hat eine dienende Funktion, in dem sie die Wahrnehmung des umfassenden und dynamisch zu verstehenden öffentlich-rechtlichen Auftrags maßgeblich unterstützt. Gemeinschaftsunternehmen und Beteiligungen weisen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als einen relevanten Faktor der Medien- und Kulturwirtschaft und Gegengewicht zu den mächtigen kommerziellen Verwertungsketten aus. Angesichts der Konzentrationstendenzen in der Multimediawirtschaft ist ein auftragsorientierter Ausbau des öffentlich-rechtlichen Netzwerks geboten, damit der öffentlich-rechtliche Rundfunk konkurrenzfähig bleibt und nicht abhängig wird.

Etwaige Gewinne aus Beteiligungen dienen schon heute zur Verminderung der Belastung der Bürger/innen mit Rundfunkgebühren.

3. **Programmauftrag ist präzise definiert**

Der programmliche Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist klar und präzise definiert. Die grundlegenden Elemente: Information, Bildung, Unterhaltung sowie Beratung und der kulturelle Auftrag finden sich in unterschiedlicher Wortwahl und Differenzierung in allen Rechtsgrundlagen wieder. Nahezu übereinstimmend werden auch die Programmgrundsätze und -standards öffentlich-rechtlicher Programmarbeit formuliert. **Differenzierungen oder weitere Vorgaben sind nicht erforderlich.** Angesichts des Trends zur Trimedialität, zur Kooperation, wenn nicht gar zum Zusammenwachsen von Radio, TV und Internet, werden gesetzlich formulierte inhaltliche und quantitative Vorgaben sehr schnell von der Wirklichkeit überholt. Sie sind deshalb verzichtbar. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht Bewegungsspielraum. Er muss auch künftig an allen **publizistisch relevanten Entwicklungen**, insbesondere vor dem Hintergrund der technischen Konvergenz von Radio, Fernsehen und Internet, zeitnah und unmittelbar teilhaben mit dem Ziel, sie im Sinne seines Auftrags mitzugestalten.

4. **Wettbewerbsfähige Teilhabe an der Rundfunkentwicklung weiterhin sichern**

Ein **funktionierendes duales System** setzt die wettbewerbsfähige Teilhabe beider Säulen an der Rundfunkentwicklung voraus. Diese Anforderungen hat die Mediengesetzgebung bislang berücksichtigt. Für keine sich neu herausbildende Verbreitungs- und Verteilform wurde dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk ein „unbeschränktes Wachstum von Programmen und Angeboten“ gestattet. Stets wurde die Teilhabe an neuen Entwicklungen limitiert, **gleichzeitig jedoch die Dynamik des öffentlich-rechtlichen Auftrags anerkannt.** Durch die staatsvertragliche Festlegung des Rahmens für Digitalangebote und Onlineaktivitäten ist unbestritten, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk seinen Informations-, Bildungs-, Beratungs-, Kultur- und Unterhaltungsauftrag sowohl digital als auch online zu erfüllen hat. Dies bedingt aber auch den chancengleichen diskriminierungsfreien Zugang und die Verbreitung des öffentlich-rechtlichen Angebots mittels dieser modernen Technik. In der Praxis wird sich erweisen, ob die Eingrenzung auf Mediendienste mit vorwiegend programmbezogenen Inhalten auch weiterhin den öffentlich-rechtlichen Auftrag erfüllen und die Teilhabe aller Bürger/innen am digitalen und online gestützten Informations- und Kommunikationsprozess gewährleisten kann.

5. **Verhältnis Qualität/Quote im Gesamtangebot berücksichtigen**

Im Hinblick auf die sich bei jüngeren Nutzern/innen andeutende Umorientierung auf Online ist es strategisch richtig, das Internet in die aus Voll- und Schwerpunktprogrammen sowie Sparten- und Digitalangeboten bestehende **ARD-„Senderfamilie“** einzubeziehen. Diese Infrastruktur mit den insgesamt zur Verfügung

stehenden Ressourcen und dem publizistischen Know How versetzt die ARD in die Lage, ihren gesetzlichen Programmauftrag so interessant, attraktiv und unterhaltsam zu präsentieren, dass ein breites Publikum, Mehrheiten wie Minderheiten, angesprochen wird. Die Basis für Akzeptanz und Gebührenlegitimation muss nicht um jeden Preis das große publikumsbindende Massenereignis sein. Sie kann auch in einer Vielzahl von zielgruppenorientierten Angeboten bestehen. **Quote ist nur ein Merkmal für gesellschaftliche Akzeptanz.** Quote hat jedoch nur in Bezug auf das mit einer Sendung potentiell erreichbare Publikum Aussagekraft.

6. **Programmauftrag ist Qualitätsauftrag**

Der **Programmauftrag ist zugleich ein Qualitätsauftrag.** Daran ist das Gesamtangebot der ARD zu messen. Qualität macht sich nicht nur an den Inhalten, sondern auch an dem handwerklichen produktionellen und technischen Können und an der programmlichen Machart fest. Die Bürger/innen dürfen vom gebührenfinanzierten Rundfunk einen professionellen Journalismus erwarten, der sorgfältige Recherche, Seriosität, unabhängige Standpunkte und Fairness beinhaltet. Qualität bedeutet, Vielfalt und Bandbreite gesellschaftlicher Wertvorstellungen sowie Interessenlagen im Für und Wider in allen Programmgenres und zugeschnitten auf die zur Verfügung stehenden Verbreitungs- und Verteilplattformen widerzuspiegeln. Qualität heißt auch, den Integrationsauftrag zu erfüllen und Identität mit dem gesellschaftlichen Umfeld zu stiften. Dies setzt voraus, gesellschaftliche Strömungen aufzuspüren, ihre Ausdrucksformen wahrzunehmen, zu reflektieren, durch geeignete Programmformate aufzunehmen oder Trends bewusst etwas Eigenständiges entgegenzusetzen.

7. **Alle Felder des Programmauftrags sind gleichrangig wichtig**

Die **Stärke der ARD** liegt eindeutig und allgemein anerkannt im **Informationssektor.** Hier sorgt vorrangig das ERSTE dafür, den durch Globalisierung, Internationalisierung, wirtschaftliche Vernetzungen und Verflechtungen erhöhten Informationsbedarf zu befriedigen. Vertiefende Einblicke über Entwicklungen, Ereignisse, Entscheidungsprozesse, über Land und Leute im Inland wie im nahen und fernen Ausland vermitteln mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten auch die das ARD-Gesamtangebot komplettierenden Spartenprogramme sowie die Dritten Programme. Informationen lassen sich durch die gesamte Fülle der Formate vermitteln. Sie fließen in die anderen unverzichtbaren Elemente des Programmauftrags ein. Bildung, Beratung, Kultur und Unterhaltung haben darüber hinaus einen eigenen, gleichrangigen Stellenwert im Gesamtangebot der ARD. In allen Feldern des öffentlich-rechtliche Auftrags muss die ARD weiterhin Angebote etablieren, die den Status eines „Einschaltmuss“ erwerben. Sie muss Trendsetter sein,

Markenzeichen setzen, wie es im ERSTEN beispielsweise mit "Tagesschau", „Tagesthemen“, den „Tatorten“ und der „Maus“ gelungen ist. Durch geeignete Maßnahmen ist sicherzustellen, dass sich die ARD auch in den vom scharfen Wettbewerb geprägten Feldern, so an den Film- und Sportrechtemärkten und im Unterhaltungssektor gegen kapitalstarke kommerzielle Konkurrenz behaupten kann. Film, Spitzensport und Unterhaltung sind elementare Bestandteile des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags.

8. Die Dritten sind Integrations- und Identifikationsfaktoren

Ein **unverzichtbares Element des öffentlich-rechtlichen Auftrags sind die acht Dritten Programme der ARD-Anstalten**. Wachsende Marktanteile belegen ihren Erfolg. Sie vermitteln den Menschen in den Regionen, dass ihr Sender ihre Sorgen, Nöte und Freuden, die Lebensbedingungen, Eigenarten, Traditionen und historisch gewachsene Besonderheiten ernst nimmt. Die Dritten tragen in besonderem Maße zur Identifikation mit der Heimat und zur Integration in das Umfeld bei. Das ERSTE und die Dritten prägen gleichrangig Profilierung und Unverwechselbarkeit der ARD. Im Interesse eines weiter wachsenden Publikumserfolgs sind sie strategisch so aufeinander abzustimmen, dass Binnenkonkurrenz vermieden wird. Die Gremienvorsitzenden unterstützen entsprechende ARD-interne Bestrebungen.

9. Kulturfunktion von ‚ARD-Radio‘ anerkennen

Das unter „**ARD Radio**“ zusammengefasste vielgestaltige Hörfunkangebot der Landesrundfunkanstalten setzt den öffentlich-rechtlichen Auftrag sowohl durch ein breitgefächertes, auf differenzierte Interessen zugeschnittenes Programmangebot als auch durch seine kulturellen Aktivitäten um. In den Wort -und Kulturwellen wird Radiokunst gepflegt. Hörspiele, Features, Kleinkunst, insbesondere Satire, haben hier ihren unangefochtenen Platz. Musik, ob klassisch, modern und unterhaltend, wird gepflegt, geprägt, gefördert und fortentwickelt. Die Radiowellen der ARD sind unersetzbare Arbeitsfelder für die Kreativen. Sie bereichern die regionalen Kulturlandschaften zum Beispiel durch Veranstaltungsreihen, Konzerte der Rundfunkorchester und Chöre und/oder in dem sie regionale Kunst- und Kulturprojekte unterstützen. Auch die zahlreichen, der Publikumsbindung dienenden Veranstaltungen der Unterhaltungs-, Informations- und Jugendwellen, von Schlagerpartys bis hin zu Diskussionsforen über Literatur, Fragen von Ethik, Moral und Werten oder über aktuelle Themen der Zeit belegen, dass die **ARD-Hörfunkprogramme ein Kulturfaktor von herausragender Bedeutung** sind. Gerade in Zeiten der knappen Haushaltsetats, in denen Bund, Länder und Kommunen auch die Mittel für Kultur kürzen, sind Gesamtangebot und Leistungen der öffentlich-rechtlichen Radios zu

sichern. Einsparungen oder Abstriche bei den Finanzmitteln für die Radios oder gar gesetzlich auferlegte Einschnitte beim Radioangebot wirken sich unmittelbar auf das kulturelle Leben in den Regionen aus. Die öffentlich-rechtlichen Radios erschließen gezielt neue Zielgruppen, ohne den Qualitätsauftrag zu vernachlässigen. So setzen sie auf die Jugend und auf die multikulturelle Hörerschaft. Damit erfüllen sie vorbildlich den Integrationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Täglich schalten sich fast 34 Mio. Menschen in die öffentlich-rechtlichen Radios ein. Nicht zuletzt diese Zahl belegt die auch in Zukunft zu gewährleistende Funktionstüchtigkeit und Wettbewerbsfähigkeit des ARD-Hörfunks als schnelles, aktuelles, mobil zu nutzendes, den Alltag begleitendes Informations-, Unterhaltungs- und Kulturmedium.

10. Auch mit Online und Digital zukunftsfähig bleiben

ARD-Online und ARD-Digital sind neue Varianten des öffentlich-rechtlichen Auftrags. Die konzeptionelle und strategische Ausrichtung stimmt. Sowohl online als auch digital verfolgt die ARD den Ansatz, ihre klassischen Arbeitsfelder Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung in öffentlich-rechtlicher Qualität in das Netz zu bringen, beziehungsweise in Digitalbouquets für eine maßgeschneiderte individuelle Nutzung bereitzustellen. Insbesondere ist zu begrüßen, dass die Onlinekonzeption der ARD ein Nebeneinander von anstaltseigener und gemeinschaftlicher Onlinepräsenz ermöglicht. Die ARD als "Gesamtunternehmen" und die einzelnen Anstalten müssen auch online ihren publizistischen und gesellschaftlichen Auftrag erfüllen. Noch ist nicht absehbar, ob und wann das Medium Internet die Leitfunktion für Information, Meinungsbildung und Unterhaltung übernimmt. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss zur Sicherung seiner Zukunft auf solche Entwicklungsrichtungen vorbereitet sein.